

Mauden: progettare i prossimi vent'anni



ROBERTA VIGLIONE
PRESIDENTE, MAUDEN

UNA REALTÀ ITALIANA CHE HA SAPUTO ADATTARSI AI CAMBIAMENTI DEL MERCATO INFORMATICO DEGLI ULTIMI QUATTRO LUSTRI. QUESTA È MAUDEN, UNA SOCIETÀ CHE NON TEME I CAMBIAMENTI E PROGETTA IL SUO FUTURO FACENDO LEVA SULLE PROPRIE COMPETENZE IN AMBITO STORAGE E MAINFRAME.

Mauden nasce nel dicembre 1987, in un settore di mercato che non esiste più: il brokeraggio, cioè l'acquisto e la rivendita di hardware usato. "Era questo un business diffuso - ricorda **Roberta Viglione, Presidente** della società - nel quale in pochi anni siamo riusciti ad essere veri specialisti nei sistemi centrali". Il periodo di fine anni '80 è stato un momento di grande sviluppo per l'informatica italiana. "Un mercato che vedeva il presidio del mainframe non solo di IBM, ma anche di aziende che oggi non esistono più o si sono trasformate, come Amdhal, Hitachi e Olivetti. I nostri interlocutori erano le società di brokeraggio e di leasing, con cui gestivamo la compravendita di sistemi usati. Questa era l'attività di Mauden nel 1989, quando sono arrivata in azienda come responsabile commerciale, diventando Amministratore Delegato nel '94. Anni di soddisfazioni e di crescita con un business ahimè, che di lì a poco sarebbe cambiato".

"Alla fine del '96, l'epocale evoluzione tecnologica e di prezzo-prestazioni, caratteristica dalla seconda serie dei sistemi CMOS, ha determinato la fine di un mercato: molte società di brokeraggio e leasing hanno chiuso i battenti. Mauden, una realtà piccola e flessibile, è invece riuscita a superare la crisi, reinventandosi e guardando lontano".

Nel '98 sono arrivati in azienda Giuseppe e Giovanni. "Abbiamo iniziato a costruire la struttura commerciale rivolta all'utente finale e a sviluppare i rapporti con alcuni vendor, a cominciare da StorageTek, di cui siamo stati dal 1999 uno dei principali VAR italiani, poi IBM". Nel 2001 e 2002, Mauden ha vissuto un periodo transitorio, con il controllo dell'azienda passato a una società tedesca. Al mutare delle condizioni, la proprietà è tornata italiana il 31 gennaio 2003. "Un passaggio - spiega Viglione - che festeggiamo come il nostro giorno della liberazione".

Negli ultimi anni l'impegno di Mauden con IBM, si è fortemente sviluppato. "Al punto che questo business è diventato dal 2004 in poi la nostra attività preponderante. L'era del brokeraggio si è conclusa, ma l'affidabilità e la capacità di gestire situazioni critiche sviluppate in quegli anni ci hanno permesso di essere presenti con successo e originalità nello scenario nazionale".

Con quali peculiarità? "Come business partner di IBM e StorageTek (oggi Sun Microsystems, ndr) Mauden ha saputo consolidare negli anni relazioni molto forti con i clienti, non semplicemente lavorando a rimorchio dei fornitori. Cambiando veste e organizzazione per stare al passo con i tempi e facendoci apprezzare dai clienti per le nostre competenze in ambito infrastrutturale, nello storage e nella gestione dei dati".

Non mancano a Mauden grandi progetti per il futuro. "Non ci basta la dimensione attuale, abbiamo la volontà di crescere. Vogliamo sviluppare la nostra offerta non solo a livello tecnologico, ma anche di servizio; qualcosa che potrebbe avvenire anche mediante acquisizioni".

Per **Giuseppe Belardinelli, Amministratore Delegato** di Mauden, il compito più importante è oggi creare le basi per lo sviluppo ulteriore della società, già reduce da anni di importanti crescite di fatturato e con bilanci in utile. "I ricavi sono passati dai 20 milioni di euro del 2004 agli oltre 30 del 2006, mentre per quest'anno prevediamo di chiudere a 35. Oggi più della metà del nostro fatturato proviene dallo storage, ma vediamo crescere i ricavi nei servizi per la cui erogazione stiamo adeguandoci anche con lo sviluppo delle strutture interne. Quest'anno, in particolare, sono cresciuti i servizi in ambiente System Z (mainframe IBM), piattaforma vitale come richiesta di supporto e su cui molti clienti stanno investendo per consolidare

nuovi ambiti applicativi. Se nel passato la nostra “disorganizzazione creativa” ci ha aiutato nel gestire il cambiamento della società, oggi si è resa necessaria la creazione di una organizzazione strutturata per aree di competenza (commerciale, marketing, tecnica, macchina operativa) con la quale gestire la crescita. Abbiamo modificato alcuni ruoli interni, portando più persone a contatto con il mercato. Soprattutto giovani, con un’età media simile a quella delle attuali organizzazioni IT dei clienti. Le persone giovani hanno un approccio più creativo, energia e voglia di crescere, contribuiscono al cambiamento: credo che questo possa essere un nostro reale vantaggio competitivo”.

“Il nostro obiettivo è quello di caratterizzarci - spiega Belardinelli -, diventare per i clienti il partner di riferimento nel disegno e nell’implementazione di progetti in ambito Data Center: rinnovamento e ottimizzazione infrastrutturale, virtualizzazione e consolidamento, tenendo ovviamente conto degli aspetti di costo e di continuità del business. Per crescere nei servizi, come già detto, abbiamo riorganizzato le attività e creato una struttura all’altezza di un rapporto progettuale con i clienti. Tra gli obiettivi, abbiamo anche quello di aumentare lo staff aziendale (attualmente 28 persone, ndr) che lavora nelle sedi di Milano e Roma”. Mauden è impegnata a comunicare meglio la propria offerta e a rafforzare con IBM la sua presenza sul mercato. “Oggi siamo presenti presso grandi clienti finanziari ed industriali, ed indirizziamo il settore delle PMI, a cui puntiamo con precise offerte commerciali. Guardiamo anche alla PA locale e centrale, ambiti nei quali già lavoriamo con IBM, in cui vogliamo acquisire maggiore visibilità. Anche per questo abbiamo investito nell’area del marketing, affidata alla responsabilità di Renato De Lorenzo, assieme ai progetti speciali e allo sviluppo dell’offerta”.

L’organizzazione più strutturata accompagnerà l’evoluzione del rapporto commerciale di Mauden con i clienti. Per **Giovanni Schisano, Direttore Commerciale** della società, “la centralità del cliente è un punto fermo nelle nostre strategie. È la qualità dei nostri clienti che ci ha fatto crescere: la loro competenza ed il loro saper esigere ci ha imposto alti standard qualitativi. Oggi la mia idea è quella di mettere a frutto questa convinzione, continuando a recepire gli stimoli dei clienti ed offrendo in cambio la garanzia di un nostro continuo miglioramento. Vogliamo dimostrare di essere capaci di rispondere a compiti sempre più complessi, ma secondo un approccio nuovo per cui, nella profonda conoscenza reciproca, il valore di chi

compera e di chi fornisce è posto sullo stesso piano, in un rapporto più rigoroso e di rispetto reciproco.

La crescita che ha caratterizzato i nostri ultimi anni è stata di fatturato, ma soprattutto di conoscenza dei nostri clienti e dei loro processi, di maturazione e presa di coscienza delle nostre capacità. Oggi siamo consapevoli di non essere solo dei mediatori: abbiamo le competenze per essere riconosciuti come fornitore affidabile”.

La caratterizzazione commerciale di Mauden è la convinzione che occorra conoscere in profondità i processi del cliente per semplificare le fasi di acquisto, essere flessibili per rivestire il ruolo ‘disaccoppiatore di rigidità’ tra clienti e partner tecnologici, le competenze e la specializzazione. “In particolare la nostra visione complessiva della tecnologia fa perno sulla centralità del dato e sullo storage: un punto di vista ampio e ‘laico’ rispetto alle applicazioni. Rispetto ai concorrenti abbiamo competenze sui sistemi System Z, che vediamo come una piattaforma rinnovata, affidabile, robusta e spesso meno costosa dei parchi di medi sistemi che le aziende normalmente usano. Un’opportunità nuova con funzionalità che molti stanno anco-



GIUSEPPE BELARDINELLI
AMMINISTRATORE DELEGATO,
MAUDEN



DA SINISTRA:
GIUSEPPE BELARDINELLI,
ROBERTA VIGLIONE,
GIOVANNI SCHISANO,
RENATO DE LORENZO

ra aspettando su altre piattaforme server: una possibilità in più di scelta per chi ha il compito di scegliere. Per questo scopo organizzeremo degli eventi di approfondimento su tematiche che riguardano lo storage e la piattaforma mainframe, per presentare quest’ultima nella sua attuale accezione di super server. Il mio prossimo impegno sarà quello di trarre valore dal differenziale esistente tra le aree geografiche e di mercato, sfruttando le nuove opportunità offerte da questa nuova organizzazione di Mauden, il cui obiettivo è quello di unificare la gestione delle attività commerciali”.