

INDUSTRIA ITALIANA

ANALISI E NEWS SU ECONOMIA REALE, AUTOMAZIONE, INNOVAZIONI, TECH

DIRETTORE FILIPPO ASTONE



**MindSphere lets you speak
with the Internet of Things**

SIEMENS
Empower your world.

siemens.it/mindsphere



Maps per decuplicare l'Ebitda con le data driven strategy

13 giugno 2019

di Laura Magna ♦ La società guidata da Marco Ciscato, e quotata all’Aim, ha raddoppiato il fatturato negli ultimi cinque anni arrivando a quota 17 milioni. Il segreto? Aiutare la trasformazione digitale delle imprese offrendo sistemi che trasformino i dati in soluzioni a problemi reali

Fornire soluzioni per abilitare la **digital transformation** attraverso la gestione dei dati nei settori **utility, sanità e industria**. È il core business di Maps, azienda parmigiana che negli ultimi cinque anni ha visto il fatturato raddoppiare a **17 milioni** e l’Ebitda decuplicare e che oggi guarda all’estero, a partire dalla Germania. Così, lo scorso marzo, Maps si è quotata in Borsa, sul listino **Aim**, con l’obiettivo di raccogliere nuovi capitali per la crescita che intende proseguire a un ritmo in linea con quello delle tecnologie per la digital transformation: ovvero intorno al **20%** annuo se si considera che il mercato globale, secondo le stime più accreditate, dovrebbe toccare quota **2.100 miliardi** di dollari nel 2020 dai **1.300 miliardi** attuali.

I numeri: fatturato raddoppiato e Ebitda decuplicato in cinque anni

«Le direttive dello sviluppo futuro di basano su due pilastri, ovvero il rafforzamento della strategia basata sulla fornitura di soluzioni per le aziende che si digitalizzano e l’espansione per vie esterne attraverso occasioni di **M&A** che dovessero presentarsi», dice a Industria Italiana **Marco Ciscato**, presidente e fondatore di Maps. Alla crescita organica del gruppo, che nel 2018 lo ha portato a chiudere l’esercizio con un valore della produzione consolidato di **17,6 milioni** di euro e un Ebitda di **3,6 milioni** (con margine del **21%**), si è affiancata un’importante attività di M&A, con l’acquisizione di **Ig Consulting** nel 2011 e nel 2018 di **Artex**.

Maps opera attraverso tre business unit (**Large Enterprise, Healthcare Industry, Gzoom**) e ha un portafoglio di oltre **180** clienti altamente fidelizzati appartenenti a differenti settori: i più importanti sono quelli delle utility (da cui derivano circa **8 milioni** di fatturato), la sanità (**5 milioni**), la pubblica amministrazione (**2,5 milioni**) e l’industria, in cui la società emiliana ha debuttato solo di recente e ha già incassato vendite per oltre un milione di euro. In estrema sintesi l’azienda si occupa di **big data** e della loro analisi. «I big data sono disordinati e complessi e pertanto inutilizzabili. L’aggettivo big è solo una delle caratteristiche rilevanti, definite dalle quattro V: appunto il loro volume, ma anche la velocità con cui vengono generati, la varietà delle fonti da cui provengono oltre che dei dati stessi, la loro variabilità ovvero l’interpretabilità in base al contesto in cui viene raccolto, la veridicità, che attiene alla qualità. La nostra finalità ultima è aiutare i nostri clienti a gestire e dare efficacia alla mole di dati che li circonda, traendone informazioni utili a prendere le decisioni giuste», spiega Ciscato. «Questa è la nostra visione: per trasformare le aziende in **data driven company** servono strumenti e approcci concreti. Non solo tecnologie, ma sistemi che trasformino i dati in soluzioni tangibili a problemi reali».



MARCO CISCATO, PRESIDENTE E FONDATORE DI MAPS

La software house che risolve problemi (anche prendendo i mattoncini da terze parti)

Maps, dunque non è una software house ma si definisce un “problem solver”: «Veniamo da una storia di approfondimenti tecnologici, il mondo della tecnologia è il nostro core, ma cerchiamo di affiancare a queste competenze la capacità di comprendere i bisogni dei clienti e soddisfarli. Il nostro valore aggiunto è esattamente questo: quello di riuscire a fornire soluzioni complete e personalizzate nella gestione dei dati. Dunque, pur avendo sviluppato software proprietari, se necessario per rispondere a una domanda specifica, possiamo rivolgerci a prodotti di terzi perché l’approccio preminente è fornire la soluzione al cliente: quindi se comprendiamo che il bisogno è soddisfatto da una tecnologia di un altro produttore, ce ne serviamo piuttosto che replicarla».

Cosa che però avviene di rado, perché in genere i software modulari di Maps sono i più adatti a dare vita alla soluzione ideale: «stiamo lavorando molto su tecnologie di moda oggi, ma su cui noi abbiamo cominciato a investire nel 2008: ci occupiamo da allora, con un approccio abbastanza nuovo per quegli anni, in particolare della gestione del dato non strutturato. Abbiamo maturato questa esperienza forte nel testo scritto in italiano. E possediamo algoritmi intelligenti senza competitor nel mercato per le esigenze di real time. Negli anni poi abbiamo fatto molte sperimentazioni su **Ai** e **machine learning**. Abbiamo portato queste soluzioni specifiche in diversi ambiti».

Co-disegno e personalizzazione e investimenti cospicui in ricerca

Tutte le soluzioni di Maps sono co-disegnate con i clienti e dunque sono personalizzate. La ricerca e sviluppo che in Maps si chiama Research & Solutions, costituita nel 2016, «è composta da circa 20-25 persone dedicate, su un organico di circa 175 dipendenti: che hanno il ruolo di analizzare bisogni e realizzare soluzioni. Quando ci sono delle necessità specifiche andiamo ad attingere dal personale operativo delle altre unità di business. L’organizzazione è flessibile: tuttavia abbiamo stabilito nel 2017 di tenere staffata una divisione dedicata solo a ricerca e sviluppo, necessaria per studiare tecnologie e bisogni volendo realizzare soluzioni». Negli ultimi cinque anni il gruppo ha complessivamente destinato all’innovazione 3,5 milioni di euro.

Le soluzioni per la sanità, le smart grid e l’industria

In sanità, per esempio, in aziende provinciali e ospedali pubblici e privati. «In questo settore abbiamo due linee di business: la prima consiste nel **Patient Journey**, ovvero tutto ciò che concerne il rapporto tra cittadini e strutture sanitarie. Per rafforzare questo ambito nel quale siamo leader presidiando il mercato con oltre 600 installazioni, che gestiscono una popolazione di oltre 17 milioni di pazienti in Italia, nel 2018 abbiamo acquisito un’azienda che si occupa di accoglienza, Artexe».

La digitalizzazione può cambiare il rapporto tra il paziente e la struttura e d'altro canto, secondo Cisco «nella gestione di questo rapporto si muovono dati che possono essere proficuamente utilizzati per fornire al cittadino e alla struttura informazioni per efficientare la relazione». L'altra linea di business nella sanità è la **data governance**, con cui «gestiamo dati per prendere decisioni, in una evoluzione di quello che è il classico controllo di gestione. Un obiettivo che ci poniamo, per esempio, è quello di garantire l'appropriatezza delle prescrizioni. Esistono protocolli ministeriali con i quali le prescrizioni di medicina specialistica possono essere valutate. Noi abbiamo una soluzione che analizza il quesito diagnostico che è un testo scritto, non strutturato. Misceliamo questa analisi con quella di dati strutturati riferiti al paziente, li confrontiamo con il protocollo e poi diamo ai decisori la statistica sull'appropriatezza delle prescrizioni». Maps lavora anche con grandi aziende manifatturiere, tutte sopra il miliardo di euro di fatturato, per lo più nella trasformazione di materie prime: «in questo ambito ci occupiamo di manutenzione predittiva: sostanzialmente interveniamo nelle catene produttive moderne che negli ultimi anni hanno revisionato metodi e macchinari associando a questi ultimi una serie di sensori che forniscono tantissimi dati che spesso non vengono usati. Noi li prendiamo e li analizziamo trasferendo alle squadre di manutenzione le informazioni necessarie perché possano fare manutenzione proattiva». E, infine, le utility. «Abbiamo lavorato a una soluzione per l'analisi dei consumi per smart grid. Parliamo di contesti chiusi in cui l'energia viene prodotta e consumata ma non può essere immagazzinata, pertanto il fornitore ha il problema di fornire la quantità contestata per garantire il fabbisogno, senza che ci siano sprechi. La soluzione di Maps consente, a partire dall'analisi di diversi dati – dalle previsioni meteo ai consumi pregressi, all'ipotesi di utilizzo dell'energia – di prevedere il consumo di energia per un dato periodo dando al fornitore una capacità di programmazione che rappresenta un grande valore perché evita la dispersione».

Una pioniera dei big data, che ora guarda all'Europa del Nord

Fondata nel 2002, Maps ha avuto un periodo di start-up fino al 2007. «In quella data è partita l'attuale iniziativa imprenditoriale con nuovi soci e personale. Abbiamo focalizzato il business e messo a fuoco la volontà di dedicarci al dato. A Parma c'è la sede principale ma abbiamo una filiale a Milano: lavoriamo con clienti grandi che ci coinvolgono su progetti internazionali. Nel 2017-18 è aumentata la componente di ricavi dall'estero e nella seconda metà dell'anno è iniziata una vera e propria strategia di internazionalizzazione. Oggi puntiamo con decisione all'estero, a partire dal primo cliente tedesco con cui abbiamo siglato un accordo sul Patient Journey». Si tratta di Atos, azienda specializzata in ambito ortopedico: con essa, Maps attraverso la propria partecipata Artex, è partita con un pilot test in una clinica a Braunsfels, per arrivare a digitalizzare la fase di accesso dei pazienti alle prestazioni sanitarie e favorire in tal modo l'autonomia degli utenti attraverso servizi innovativi come il self check-in. «L'estero conta oggi solo per il 20% del fatturato: guardiamo all'Europa, sulla sanità la Germania è strategica, insieme a tutta l'area Dach (Germania, Austria e Svizzera, ndr), regione particolarmente attenta all'innovazione e, quindi, ricca di opportunità per le nostre soluzioni tecnologiche. L'accordo rappresenta inoltre una eccellente referenza per le nostre attività nell'ambito della sanità, sulle quali portare avanti i nostri programmi di sviluppo», conclude Cisco.

CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO SUI SOCIAL NETWORK

