

sabato 19 luglio 2008 economia pag. 41

BILANCI 2007. Per la spa di via Abbiati consolidamento dei clienti e nuove commesse da Rai, Brebemi e A2A

«Onion» allarga la sfida con un primato nazionale

di Giovanni Armanini

Onion si rafforza allargando il proprio portafoglio clienti con l'acquisizione di nuovi grandi marchi e con il consolidamento dei partner storici, e con un riconoscimento internazionale da primato. Fra il 2007 e i primi sei mesi del 2008 l'azienda di Brescia specializzata in information technology (ha sede in via Abbiati), ha visto allargarsi ulteriormente il proprio raggio d'azione, grazie a nuove commesse - da Rai, Brebemi, A2A -, ma soprattutto col titolo di «certificatore dei validatori» concesso da «International software testing qualifications board» (Istqb), organizzazione mondiale leader nell'attestazione delle competenze in questo particolare ambito. Un salto di qualità, per la spa presieduta e guidata da Gualtiero Bazzana il cui capitale è diviso fra gli otto soci operativi (63,11%), il gruppo Camozzi (24,39%) e altri investitori (2,5%); il 10% è nelle mani della stessa società. Da agosto 2007 è l'unica in Italia a poter fornire certificazione ai validatori (40 gli accrediti a livello mondiale). Al momento sono stati concessi i primi trenta attestati in conformità con le procedure internazionali definite da Istqb.



ONION si è aggiudicata ad inizio anno la gara d'appalto per la realizzazione del sistema di gestione del servizio al cliente della Rai, attraverso un nuovo software. Nel mese di febbraio 2008 l'altra commessa rilevante: la spa realizzerà il portale per la misura del raggiungimento degli obiettivi dei venditori per la «3» (società di telefonia mobile). Si consolida così il modello di business dell'azienda: «Puntiamo ad affiancare grandi società - ha spiegato il presidente Gualtiero Bazzana - seguendole e fidelizzandole nel tempo con lo studio ed il miglioramento dei prodotti». Due esempi molto chiari possono essere i rapporti ormai decennali intrattenuti con Nokia e Volkswagen. Onion realizza il software che la casa svedese dei telefonini utilizza per gestire il traffico Gsm e Umts: «Un tema di complessità crescente per l'aumento degli utenti e del traffico extra Ue, la trasmissione dati passata dalla voce ad immagini e video, ma soprattutto gli standard internazionali sempre più pesanti per garantire la interoperabilità di diversi software sviluppati dalle case di riferimento dei principali rivenditori». Così ha spiegato l'impegno Onion nel settore «mobile» Bazzana, sottolineando: «La crescente necessità di novità, ormai a cadenza trimestrale, che accompagnano il mercato in evoluzione». Con Volkswagen la partnership riguarda sia i principali marchi del gruppo che l'azienda francese con la realizzazione del software di servizio alle officine. «Ad oggi - precisa Bazzana - abbiamo un team interno dedicato completamente a questo cliente, a dimostrazione dell'importanza che noi diamo a queste vere e proprie partnership strategiche».

Ma non sono mancate commesse bresciane come quella con A2A (servizio clienti) e Brebemi (informatica interna). «Il problema maggiore? - lamenta Bazzana - siamo alla ricerca di 40 ingegneri elettronici o gestionali, o informatici, che non riusciamo a reperire. Dobbiamo affidarci all'outsourcing in India o nell'Est, ma preferiremmo far crescere risorse interne».

Si consolida così il modello di business dell'azienda: «Puntiamo ad affiancare grandi società - ha spiegato il presidente Gualtiero Bazzana - seguendole e fidelizzandole nel tempo con lo studio ed il miglioramento dei prodotti». Due esempi molto chiari possono essere i rapporti ormai decennali intrattenuti con Nokia e Volkswagen. Onion realizza il software che la casa svedese dei telefonini utilizza per gestire il traffico Gsm e Umts: «Un tema di complessità crescente per l'aumento degli utenti e del traffico extra Ue, la trasmissione dati passata dalla voce ad immagini e video, ma soprattutto gli standard internazionali sempre più pesanti per garantire la interoperabilità di diversi software sviluppati dalle case di riferimento dei principali rivenditori». Così ha spiegato l'impegno Onion nel settore «mobile» Bazzana, sottolineando: «La crescente necessità di novità, ormai a cadenza trimestrale, che accompagnano il mercato in evoluzione». Con Volkswagen la partnership riguarda sia i principali marchi del gruppo che l'azienda francese con la realizzazione del software di servizio alle officine. «Ad oggi - precisa Bazzana - abbiamo un team interno dedicato completamente a questo cliente, a dimostrazione dell'importanza che noi diamo a queste vere e proprie partnership strategiche».

Ma non sono mancate commesse bresciane come quella con A2A (servizio clienti) e Brebemi (informatica interna). «Il problema maggiore? - lamenta Bazzana - siamo alla ricerca di 40 ingegneri elettronici o gestionali, o informatici, che non riusciamo a reperire. Dobbiamo affidarci all'outsourcing in India o nell'Est, ma preferiremmo far crescere risorse interne».