

La società di Molfetta vuole diventare uno dei punti di riferimento per i servizi di information and communication technology

# Exprivia punta alle imprese e alle istituzioni cinesi

DI SILVIA ROCCO

**E**xprivia punta al mondo delle smart city e della sanità per ampliare i suoi orizzonti in Cina. Nonostante sia arrivata nel Paese asiatico poco più di un anno fa, l'azienda di Molfetta, specializzata in servizi tecnologici e soluzioni di information technology sembra avere le idee chiare. Nei piani dell'azienda ci sono partnership con le università e i centri di ricerca cinesi, con l'obiettivo di avviare rapporti commerciali con soggetti pubblici e privati, soprattutto nel settore sanitario, il terzo mercato di sbocco dopo le infrastrutture Ict e i sistemi gestionali per grandi aziende.

Nata nel 1993, sviluppatasi poi con la fusione nel 2005 di AISoftw@re e Abaco Information Services, l'azienda ha cominciato a guardare a Oriente alla fine del 2011, partecipando a una missione istituzionale del governo italiano.

«Nel 2012 abbiamo osato con un'attività di scouting fino ad arrivare, nel 2013, a costituire un representative office a Pechino. Obiettivo: studiare le dinamiche interne, far conoscere il marchio, identificare le aree di sviluppo potenziale e i fattori di successo.

L'ingresso in Cina fa parte della strategia di internazionalizzazione stabilita nel piano industriale 2010/15, seguendo la quale l'azienda opera in Spagna, Messico, Brasile, Perù e Guatemala. Nel 2014, a Shanghai, è stata creata Exprivia It Solutions, una Wfoe (Wholly



owned foreign enterprise) rispetto a quella occidentale, la differenziazione tra le regioni e le complessità interne».

La società ci ha creduto al punto da aprire altre sedi operative, a Suzhou e



delle operazioni), genera un fatturato superiore a 1 milione di euro dopo soli 15 mesi di attività, su un totale di 144,8 milioni di ricavi nel 2015. Quali le difficoltà nell'approccio al mercato locale?

«Il contatto con le istituzioni è veloce e diretto, ma il passaggio alla concretizzazione dei progetti non è così scontato. La carenza di figure in grado di interloquire con aziende internazionali ci ha quindi spinto a cercare partnership con università e centri di ricerca, volendo incontrare giovani più qualificati».

Le opportunità, comunque, sono tante, «soprattutto in questo momento di passaggio dal manifatturiero ai servizi». Sono rosee anche le prospettive per l'azienda, quotata a Borsa Italiana dal 2000 e al segmento Star Mta dall'ottobre del 2007. «Lavoriamo per entrare nel mercato delle imprese e delle istituzioni pubbliche cinesi, che è ancora poco propenso a servirsi di fornitori Ict esteri e confidare negli

obiettivi strategici indicati nel piano industriale 2015/20: contribuzione del 25% dell'estero alla composizione del fatturato» conclude l'ad di Exprivia, che oggi è presente alla Star Conference in corso a Milano. (riproduzione riservata)

«Fergio. C'è un'azienda che è arrivata al 100% dedicata allo sviluppo dei mercati cinese e asiatico. «Non è semplice entrare in alcun mercato», spiega Domenico Favuzzi, ad e presidente di Exprivia, «ma la Cina rappresenta davvero un mondo a sé, per le dimensioni, l'ambito culturale, la prima azienda italiana a offrire soluzioni integrate Erp e infrastrutture a supporto dei gruppi industriali presenti sul territorio. La società, in loco, conta circa 15 dipendenti cinesi e quattro senior manager europei (tra cui l'ad e il responsabile

