

Argomento: Exprivia: si parla di noi[Link alla pagina web](#)**Exprivia | Italtel, integrazione al primo giro di boa**

L'ultima trimestrale conferma i positivi risultati finanziari in linea con gli obiettivi del piano industriale. Una strategia unificata che mette insieme il know-how di **Exprivia** nell'Information Technology e la consolidata esperienza di Italtel nelle TLC Primo giro di boa per uno dei matrimoni d'affari più importanti degli ultimi mesi. Quello tra **Exprivia** e Italtel - «che uniranno le due anime con l'obiettivo di sviluppare un'offerta completa di soluzioni per rispondere alla domanda di trasformazione digitale delle imprese e della pubblica amministrazione, gestendo l'intera catena del valore ICT, dalle componenti dell'infrastruttura alle applicazioni e ai servizi» - come ci spiega Gianni Sebastiano, responsabile Strategy, Communication e IR di **Exprivia**-Italtel. «Il contratto che ha finalizzato la nuova situazione societaria, con l'acquisizione da parte di **Exprivia** dell'81% del capitale di Italtel, prevede che le due società rimangano sostanzialmente indipendenti ancora per almeno due anni, anche se di fatto l'integrazione darà vita a un unico gruppo sotto il profilo organizzativo». INTEGRAZIONE E SINERGIE Non un film già visto, ma la realizzazione di quanto gli analisti da almeno dieci anni teorizzano in tema di convergenza tra IT e TLC. Per dare un'idea delle sinergie, Italtel ed **Exprivia** hanno presentato una soluzione dedicata al tema della telemedicina con il meglio dalle rispettive competenze. «Italtel ha nel proprio listino prodotti e tecnologie di infrastruttura che consentono la comunicazione remota tra medico e paziente. **Exprivia** le applicazioni software, il contenuto applicativo. L'unione di queste due competenze ha da subito generato un'offerta di soluzioni presentata al mercato ancora prima della formalizzazione del closing al Mobile World Congress del 2017» - mette in evidenza Sebastiano. «La sanità sarà uno dei mercati in cui probabilmente le sinergie saranno più visibili. «Così come nel mondo dell'energy, delle utility e del finance. Dove le banche stanno spostando sempre di più i loro investimenti dal core alla mobilità, e sulle filiali territoriali automatizzate». Dietro a questa idea di business, c'è anche un assetto organizzativo nuovo, che permetterà di esprimere anche una visione strategica unificata sui diversi mercati, concentrando nel front-end, cioè nella parte esperta della domanda, le Market Innovation Unit (MIU), aree organizzative formate da persone sia di Italtel che di **Exprivia**, specializzate sui verticals. «A titolo di esempio, la sanità è uno dei "vertical". Si tratta di un settore con una sensibilità specifica al concetto di gara, in funzione della quale si creano



raggruppamenti di imprese che partecipano ai bandi emessi dalla PA, spesso del valore di diversi milioni di euro. Per questo abbiamo voluto creare una MIU specifica con un'offerta completa in grado di servire i sistemi di governo e di gestione della spesa sanitaria pubblica. Come nel caso di quella pugliese, gestita attraverso il sistema Edotto sviluppato da **Exprivia**». Leggi anche: DOT, come ottenere valore dall'IoT PRESENZA INTERNAZIONALE Quattro grandi mercati tematici per altrettante aree di riferimento. Più un quinto mercato, l'area internazionale, anche in questo caso con una MIU ad hoc. Con una presenza diretta in sedici paesi e partnership di valore in più di 30. America Latina, USA, Cina e mercati maturi come Francia, UK, Germania e Spagna in Europa. «Oggi, il gruppo dispone di una piattaforma di internalizzazione, fatta di uomini, procedure, società, relazioni» - spiega Sebastiano. «Con un ampio portafoglio di soluzioni, che ci consente di fare operazioni mirate nei singoli paesi. Come in Spagna con Telefonica». Le digital factory, dove si concentra la produzione del gruppo, affiancano in questo compito le cinque market unit - «aggregati di competenze tecnico-applicative in grado di dominare ogni singolo settore. Sanità e smart cities, fintech e insurance, energy e utility, difesa e aerospazio, Business Process Outsourcing, Infrastructure, Open Network. Ciascuna con una verticalizzazione sull'offerta» - spiega Sebastiano. «Le due tipologie di unità sono organizzate in una sorta di matrice per cui una stessa digital factory può "vendere" i propri prodotti e soluzioni a più MIU. O viceversa una stessa MIU può approvvigionarsi da più digital factory per sfruttare al meglio la possibilità di fare cross selling nelle vendite. Isolando le componenti applicative nelle digital factory, le MIU sono in grado di raccogliere quello che il loro mercato chiede e veicolarlo direttamente ai clienti».