

Il Gruppo è organizzato in tre distinte aree di business, che – secondo le intenzioni – dovrebbero operare in modo sinergico (ma che in realtà – come vedremo – non operano) per affrontare processi complessi che prevedano attività diversificate (il Business Process Outsourcing(BPO) completo):

- l'area Multimedia Contact Center ("MMCC") comprende l'insieme di attività di progettazione, realizzazione e gestione di soluzioni e servizi di Contact center, CRM ed e-commerce, finalizzati al trattamento di informazioni e data base per operazioni di marketing, vendite e di customer care (più prosaicamente dette: "attività di call-center").

Le società facenti parte della Business Unit Multimedia Contact Center sono le seguenti: Omnia Network S.p.A, Omnia Service Center S.p.A., Omnia Call S.r.l., Conversa S.r.l., S.C. WeCall4You S.r.l., Global Sales Solution Group, Yours Media Lab S.p.A., Omnia Credit Management S.r.l., New Price S.r.l. e Omnia Group Service S.r.l.;

- l'area Servizi di Noleggio Operativo, ove viene svolta l'attività di fornitura dei servizi di noleggio operativo per aziende che operano principalmente nell'Information & Communication Technology (ICT) e in particolare nell'Office Automation. La società facente parte della Business Unit Noleggio operativo (REN) è Web Global Renting S.p.A.;

- l'area System Integration svolge l'attività di progettazione, commercializzazione e manutenzione di soluzioni hardware e software nel comparto delle tecnologie CTI e CRM, anche attraverso importanti accordi operativi con alcuni tra i principali Vendor del settore.

Le società facenti parte della Business Unit Information Technology (INF) sono le seguenti: Vox2Web S.p.A. e Vox2Web Enterprise S.p.A..

1. Premessa.

Omnia Network (ON) opera nel settore dell'outsourcing, con focus primario sui processi di comunicazione, vendita e customer care, e concentrazione settoriale nel TLC & Media.

Obiettivo di ON è "la creazione di valore aggiunto per i Partner". La crescita della società e la creazione di valore per tutti i propri stakeholders. Con questo termine, in teoria, si fa riferimento a tutti coloro che hanno interessi economici nell'attività di Omnia, a partire dai clienti (che sono le imprese che si rivolgono a Omnia), gli azionisti (che vogliono guadagnare sull'aumento del valore delle azioni Omnia che detengono), e, in ultimo, i dipendenti (che percepiscono un salario).

Nella realtà, il primo interesse di ON è favorire il risparmio alle imprese-clienti e creare plusvalenze. Questo avviene normalmente a scapito degli interessi dei dipendenti.

Si tratta della classica situazione che caratterizza le società che operano in outsourcing. ON non vende sul mercato dei prodotti finali, ma vende servizi intermedi per altre imprese che poi venderanno sui mercati finali.

Tale situazione può comportare due situazioni differenti:

1. l'impresa subfornitrice è mono-committente, ovvero lavora per un unico cliente. In questo caso, il suo fatturato dipende dalle strategie dell'impresa committente, creando un rapporto di dipendenza che può essere pericoloso per la sopravvivenza dell'impresa subfornitrice (elevata ricattabilità).

2. l'impresa subfornitrice lavora per più clienti (pluri-committente). In questo caso i suoi gradi di libertà d'azioni sono maggiori. Se è poi l'unica impresa che offre determinati servizi, allora può avere un potere contrattuale nei confronti delle imprese committenti e quindi godere di una rendita di posizione (monopolio).

Quale è la situazione di ON al riguardo?

2. La posizione di ON nel settore della subfornitura dei servizi di telecomunicazione

Omnia Network ha sviluppato il proprio modello di business attraverso l'aggregazione successiva di diverse realtà che, se da un lato ha permesso una rapida crescita sul mercato domestico e internazionale, dall'altro ha anche creato incoerenze e rigidità nella struttura.

Infatti, il posizionamento attuale è penalizzato dal fatto di essere in qualche modo intermedio (e quindi "schiacciato") rispetto alle differenti tipologie di operatori presenti sul mercato italiano (gruppi internazionali di call center, piccoli operatori locali, nuovi emergenti in area BPO (cioè subfornitura), ecc.): un modello ibrido.