

# Perché EMC acquista Iomega

## DOPO UNA FALSA PARTENZA IN MARZO, A METÀ APRILE È STATO RAGGIUNTO L'ACCORDO: EMC COMPRERÀ IOMEGA PER 213 MILIONI DI DOLLARI. COSA C'È DIETRO?

Con 28 anni di vita, Iomega è un fornitore storico nel settore dei media magnetici removibili, tra i pochi ad aver affermato standard industriali nel settore PC, di cui il più famoso è il drive Zip della metà degli Anni '90.

Iomega è anche nota per essere protagonista di una irripetibile corsa all'oro che la portò al valore di Borsa di ben 140 dollari ad azione (l'attuale valutazione d'acquisto per EMC è inferiore ai 4 dollari!). La società è citata nei manuali di management come 'caso' di azienda tecnologica di nicchia che ha saputo reinventarsi con successo nei mercati di massa e degli alti volumi. Un successo che ha attirato l'interesse di EMC, nel contesto di una nuova strategia che vede il gigante dello storage d'impresa interessato alle soluzioni di tutela dei dati anche nell'ambito della piccola e media azienda e addirittura del mercato consumer. Tra i punti di forza di Iomega, ci sono i brevetti nelle tecnologie per supporti removibili, ma soprattutto la forza del marchio e la capacità di operare con successo sul mercato consumer.

"L'acquisizione di Iomega era, da parte nostra, una mossa ideale per accompagnare la decisione strategica, già presa, di creare una divisione dedicata a questi mercati - ci spiega **Nino D'Auria, General Manager di EMC Italia** -. E Iomega è molto forte sulle realtà consumer e aziendali con meno 30 utenti, nelle quali opera tramite il canale retail e dei partner, tra i quali c'è anche Dell".

Iomega ha chiuso il bilancio 2007 con un fatturato pari a 330 milioni di dollari, in crescita nell'ultimo anno del 47%. Un motivo in più per EMC per mantenere il più possibile intatta l'eredità della società acquisita. "A cominciare dal marchio Iomega che ha una grande reputazione e riconoscibilità sul mercato", precisa D'Auria. Ma perché un colosso dello storage come EMC ha tanto interesse verso il mercato delle piccole imprese e consumer?

"Ci pensiamo da molto tempo - prosegue D'Auria -. L'ultima edizione della ricerca Digital Universe Study di IDC riporta un dato importante: il 70% dell'informazione digitale è oggi generata dai singoli individui. E i dati possono essere critici e meritare tutela indifferentemente dal fatto che sono di proprietà di un individuo o di una grande corporation".

EMC ha grandi progetti che vanno oltre i prodotti aggiunti con marchio Iomega.

"Stiamo programmando il lancio di soluzioni 'as a service' in rete. Servizi scalabili a disposizione di chiunque abbia dati critici da proteggere, archiviare e gestire nel tempo". Soluzioni progettate per essere offerte in abbonamento, senza software da installare e quindi adatte a utenti che per motivi diversi - esigenze di disaster recovery o assenza di risorse affidabili - abbiano interesse a utilizzarle.

"Stiamo decidendo in questi giorni in quali Paesi avviare il servizio e prendendo gli accordi con i provider locali che, di fatto, gestiranno la sicurezza dei dati dei clienti - spiega D'Auria -. In un momento in cui alcuni dei primari rappresentanti del mondo Telco lamentano il fatto che in Italia ci siano le reti ma non i contenuti, noi pensiamo di poter dare il nostro contributo. Certamente lo sviluppo della rete potrebbe beneficiare non poco di un eventuale impulso programmatico da parte del nuovo Governo italiano: a cominciare dalla promessa di digitalizzare la pubblica amministrazione".

Sulla gestione dell'integrazione con Iomega, D'Auria ci dà rassicurazioni. "EMC compra società con cadenza quasi mensile, non siamo impreparati. Iomega ha un canale consumer già rodato, con operatori come Esprinet, Tech Data, Ingram Micro e Computer 2000. Ci impegneremo per creare continuità a livello della forza vendita, con specialisti del canale distributivo e retail. Sarà importante creare continuità nella nostra offerta". ■



**NINO D'AURIA**  
GENERAL MANAGER,  
EMC ITALIA