

Intesa entra nel Gruppo Havant: «Due offerte sinergiche e complementari»



Da sinistra: Pietro Lanza, Managing Director di Havant e Presidente di Intesa, e Giuseppe Mariani, CEO di Intesa

Un ecosistema end-to-end certificato e compliant per la trasformazione digitale delle aziende finance (e non solo). Havant ha completato l'acquisizione di Intesa, storica realtà IT italiana tra i principali Qualified Trusted Solution Provider (QTSP) in Europa.

Intesa, nata una quarantina di anni fa come joint venture tra Fiat e IBM, passata poi interamente in IBM e successivamente nel Gruppo Kyndryl, conta 1.700 clienti, tra cui realtà Large Corporate in diversi mercati europei, ed elabora 7,5 miliardi di documenti.

03/07/2026

E, soprattutto, porta in Havant una competenza distintiva in ambiti come identità digitale, onboarding, scambio EDI, fatturazione elettronica e conservazione a norma. Andando a complementare le soluzioni di Intelligent Document Processing, gestione dei contenuti, orchestrazione dei processi e Intelligenza Artificiale applicata.

La somma delle due aziende si traduce in 110 milioni di euro di fatturato, oltre 700 professionisti e 5.000 clienti, ma l'obiettivo è crescere grazie alle sinergie, come hanno spiegato ad **AziendaBanca Pietro Lanza, Managing Director di Havant e Presidente di Intesa, e Giuseppe Mariani, CEO di Intesa.**

AG. Dottor Mariani, Intesa resterà una realtà autonoma all'interno del Gruppo Havant. Che cosa cambia per l'azienda e per i vostri clienti?

GM. Organizzativamente, direi che all'interno di Intesa non ci saranno cambiamenti, ma sinergie all'interno del Gruppo che porteranno maggiore efficienza. Per i nostri clienti, invece, miglioreranno sia l'ampiezza sia la profondità dell'offerta.

L'acquisizione da parte di Havant mette insieme due proposte complementari, sia in termini di segmenti di mercato sia guardando alle rispettive soluzioni, che si integrano perfettamente per dare valore.

AG. Dottor Lanza, quali sono le sinergie tra le offerte di Intesa e Havant?

PL. Havant nasce come piattaforma per la digitalizzazione dei processi aziendali. Grazie alle acquisizioni degli ultimi anni eravamo già entrati nel settore del Digital Trust, mediante un QTSP in Irlanda.

Con l'ingresso di Intesa, però, rafforziamo moltissimo sia l'offerta Digital Trust sia quella del mondo dei flussi dati e della logistica digitale. Un offering perfettamente complementare con il nostro, anche in termini di mercati: Havant era più focalizzata sul mid market e sulle SME, Intesa sui very large client.

AG. Intesa è un Qualified Trusted Solution Provider di livello europeo, presente in consorzi come We Build e Potential, in cui si decide il futuro dell'EUDI Wallet. La scadenza di fine novembre si avvicina: come si stanno preparando banche e compagnie assicurative?

GM. A dicembre 2026 c'è una prima milestone fondamentale per la messa a disposizione del wallet. Ci sarà poi un altro anno perché i privati si adeguino e consentano ai cittadini di utilizzare il wallet per accedere ai loro sistemi.

Stiamo in una fase ancora educativa e di workshop: vediamo molto interesse, ma poche attività concrete, sostanzialmente a causa di alcune incertezze che permangono a livello normativo.

Banche, compagnie assicurative e anche alcune utilities si stanno comunque avvicinando alla tematica wallet, soprattutto per quanto riguarda gli attributi: stiamo facendo molti test e POC, perché c'è curiosità di capirne il funzionamento.

Per vedere progetti veri ed effettivi andare in produzione, però, penso dovremo aspettare ancora un po'.

AG. E le realtà più innovative, come fintech e neobanche, sono interessate all'EUDI Wallet?

GM. Si tratta di aziende nativamente digitali, in cui il concetto di wallet è leggermente diverso dalle grandi banche. Credo, però, che per cogliere questa opportunità e ottenere saving ed efficientamento serva una base clienti significativa.

AG. L'identità sarà cruciale per la sicurezza dei pagamenti agentici, un altro megatrend tecnologico molto importante. Intesa sta lavorando su questo tema?

GM. Ce ne stiamo occupando da oltre un anno. Come fornitori di servizi fiduciari, riteniamo che l'Agente AI, essendo la "longa manus" del cittadino, debba essere trusted, identificato.

Se io dico a un Agente AI di andare su un sito di e-commerce e comprare un paio di scarpe, il venditore potrebbe chiedersi se quell'Agente è effettivamente autorizzato e per conto di chi sta acquistando.

Nel mass market e, in misura ancora maggiore, nelle transazioni e nelle operazioni maggiormente regolate e vigilate, il fatto che un Agente AI sia identificato da un QTSP, da un prestatore di servizi fiduciari come Intesa che ne garantisce l'identità, farà veramente la differenza.

AG. L'internazionalizzazione è uno degli obiettivi strategici di Havant. Nei prossimi anni punterete a portare a valore l'esperienza italiana di apripista in ambiti come l'identità digitale e la fatturazione elettronica?

PL. Certamente. Intesa ha storicamente fatto parte di grandi gruppi internazionali, IBM prima e Kyndryl poi, ma ha mantenuto un footprint italiano, pur seguendo le operation di realtà multinazionali in varie country.

Con Havant, Intesa trova anche piattaforme operative in altri cinque paesi europei per potere esportare il proprio know-how, le proprie capabilities e le proprie esperienze. E trova dei competence center, in particolare nel mondo AI e processi, che sono a loro volta complementari con l'offering di Intesa, potenziabile con l'introduzione di feature AI oppure AI agentiche.

03/07/2026

AG. L'interesse per l'intelligenza artificiale ha portato a investimenti enormi, per una tecnologia che ha comunque dei costi e degli impatti energetici e ambientali. E qualcuno inizia a porsi il problema del ROI dell'AI: qual è la giusta strategia per le aziende bancarie e assicurative?

PL. La fase di design del caso d'uso, compresa la parte infrastrutturale, i costi legati al consumo di token etc., va realizzata in modo molto accurato.

Negli ultimi mesi abbiamo realizzato un importante caso d'uso in un gruppo assicurativo, un modello ibrido in cui l'addestramento dei modelli è avvenuto in cloud, quindi con consumo di token; la parte di inferenza è invece basata su server on-prem, slegandosi da qualsiasi logica di token a consumo.

Abbiamo utilizzato dei modelli open source, affrontando anche il tema del lock-in. Perché c'è preoccupazione su che cosa potrebbe accadere in futuro in termini di costi del token, magari in seguito alla IPO di una delle aziende che tutti conosciamo.

Il design dei casi d'uso è quindi sempre più indipendente da specifici LLM e, in alcuni casi, slegato dal cloud per la fase di inferenza, che poi è quella di reale utilizzo dei modelli.

Quindi sì, c'è preoccupazione per il ROI dell'intelligenza artificiale, ma esistono le modalità per offsettare questo rischio operativo ed economico.

AG. L'AI ha bisogno di dati certi e di elevata qualità. Come state lavorando con le aziende finanziarie su questo tema?

PL. Una delle business unit della nostra organizzazione lavora proprio sul mondo data in AI, dove la data governance e la certificazione dei dati sono due degli aspetti più importanti e ricorrenti.

Questo ci offre un vantaggio: copriamo l'intera value chain dell'AI, che parte proprio dal dato. Se il cliente dispone già di data platform, data hub e processi di data governance, come spesso capita nei Financial Services, li utilizziamo. Altrimenti, e questo accade soprattutto in altri settori, disegniamo e implementiamo una data platform compliant by design.

E andiamo poi a utilizzare use case e AI Agentici su questa data platform che certifica il dato e ne garantisce la qualità.