da pag. 83 foglio 1 Superficie: 83 %

## Il digitale nel mondo parla italiano

L'innovazione Made in Italy di Almaviva sbarca in Arabia Saudita, nel Regno Unito, in Finlandia, Usa, Malta e Svizzera, grazie a competenze, Know How e al presidio delle tecnologie più avanzate, come AI, IoT, Machine Learning, Cybersecurity, Cloud e Blockchain

trumenti digitali efficaci e acces-Sibili significano servizi efficienti e diritti dei cittadini, competitività delle imprese e sviluppo sostenibile: questo è vero in Italia ed è vero in tutto il mondo». Marco Tripi, amministratore delegato di Almaviva, racconta i recenti sviluppi all'estero della digital company italiana al 100 per cento, diventata negli anni un Gruppo presente in 4 Continenti che conta 45.000 persone, 10.000 in Italia e 35.000 all'estero, e un fatturato 2019 pari a 887 milioni di euro.

«Il digitale parla una lingua universale e rappresenta ovunque un'opportunità.

Affiancare aziende e pubbliche amministrazioni in una trasformazione digitale che porti nuovo valore è la nostra missione. Lo facciamo attra-

verso competenze, esperienza e know how Made in Italy. presidiando le tecnologie più avanzate, e grazie a un grande patrimonio di professionisti che si arricchisce di continuo: entro fine 2020 avremo assunto oltre

1000 persone solo negli ultimi due anni nel comparto IT».

«Stiamo crescendo in Italia e prevediamo fino al 2025 un tasso medio di incremento annuo del 5%. Nello stesso tempo, abbiamo messo in atto un piano di sviluppo internazionale basato su esportazione del nostro know-how e di tecnologia distintiva», aggiunge Tripi.

Strategia che ha portato a nuovi contratti in UK, negli USA e in Arabia Saudita, dove il Gruppo ha anche aperto una nuova società.



Marco Tripi, Amministratore Delegato del Gruppo Almaviva

## «L'IT promuove la crescita e la competitività delle imprese»

E ancora a Malta, in Svizzera e in Finlandia con commesse nei settori Trasporti, Finance e Industria. «Per spiegare che cosa rappresenta Almaviva nell'IT si può azzardare un paragone richiamando il mondo del fashion, all'insegna dell'unicità del Made in Italy: non siamo un colosso del prêt-à-porter tecnologico, ma un'atelier dell'eccellenza digitale, soluzioni sartoriali e affidabilità distintive riconosciute sempre più anche all'estero, dove l'italianità è un valore».

Le principali sfide oggi riguardano

gli ambiti Sanità, Sicurezza e Smart City. Si tratta di ecosistemi strategici che richiedono competenze su tutte le tecnologie - come Intelligenza Artificiale e Internet of Things, che costituiscono la leva della trasformazione digitale. «Per questo alla forte competenza specifica è necessario aggiungere la fondamentale capacità di orchestrazione di tecnologie e servizi in continua evoluzione, bilanciando stabilità e innovatività, modellando la tecnologia al caso d'uso e al dominio specifico», conclude Tripi. II digitale alimenta competitività e produttività, crea crescita stabile e occupazione. Non a caso, a sostegno dell'internazionalizzazione Almaviva ha di recente realizzato con Agenzia ICE, SACE e SIMEST, su impulso del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale, il portale www.export.gov.it un nuovo strumento dedicato al sistema delle imprese italiane, soprattutto piccole e medie.

Tutti i dati e le informazioni contenuti nel presente focus sono stati forniti dal cliente che ne garantisce la correttezza e la veridicità, a soli fini informativi.

