



«L'ECONOMIA AL TEMPO DI COVID? PASSA DAL DIGITALE». LA SFIDA DI ALMAVIVA

Gaia Rovittello

«**C**ostruire il futuro, ogni giorno. Il nostro lavoro parte da qui, dalla capacità di visione e di realizzazione. L'emergenza sanitaria ha determinato l'accelerazione di alcuni processi e sottolineato nuovi bisogni, il punto è attingere alle risorse del digitale per offrire soluzioni capaci di aprire nuove opportunità, di includere, di semplificare la vita alle persone e promuovere la competitività delle imprese, contribuendo a rispondere alle attuali esigenze di sicurezza. Strumenti digitali efficaci e accessibili significano innanzitutto diritti dei cittadini, servizi efficienti e sviluppo sostenibile». Marco Tripi, amministratore delegato del Gruppo Al maviva, descrive la filosofia che sta alla base dell'azienda di famiglia. Una 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. «Affiancare aziende e pubbliche amministrazioni in una trasformazione digitale che porti valore è la nostra missione. Lo facciamo grazie a 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».

Il digitale ha un ruolo strategico per la modernizzazione e la sicurezza del Paese?

La crisi pandemica ha senz'altro reso più visibile quanto l'innovazione aiuti a garantire continuità dei servizi e capacità di resilienza. Al maviva ha lunga esperienza nell'ambito dei servizi IT mission-critical e anche in questa fase difficile ha supportato le organizzazioni complesse con soluzioni e piattaforme proprietarie, permettendo l'immediata remotizzazione delle attività nella assoluta continuità del business. La forte evoluzione del settore digitale è in grado di alimentare competitività e produttività, creando crescita stabile e



→ Intervista a Marco Tripi, amministratore delegato del Gruppo Al maviva, digital company italiana al cento per cento: «La nostra missione è affiancare aziende e pubbliche amministrazioni nella trasformazione digitale»

nuova occupazione. Per questo crediamo nel nostro ruolo di aggregatore italiano per start up e PMI del mondo IT, sostenuto da spin off universitari con atenei d'eccellenza».

La risposta all'emergenza Covid può quindi far recuperare al Paese parte del ritardo accumulato?

La prima missione del Recovery Plan Italiano è un Paese completamente digitale. Il Next Generation EU prevede che il 20% dei fondi vada ad investimenti nel digitale. Obiettivi importanti da tradurre in realtà. Come sono realtà i 635 progetti di digitalizzazione della PA centrale e locale che Al maviva ha realizzato negli ultimi 3 anni.

Il digitale come leva di sviluppo. Esattamente. Si possono creare cen-

tinaia di migliaia di posti di lavoro stabili e se sembrano numeri incredibili si può guardare all'esperien-

635 progetti

«La crisi pandemica ha reso più visibile quanto l'innovazione aiuti a garantire continuità nei servizi. Noi abbiamo già realizzato 635 progetti con la Pa»

za recente della città di Toronto che, attraverso politiche di supporto alle

aziende locali e a piani di formazione e riqualificazione, ha visto crescere negli ultimi anni gli occupati del settore digitale del 54% con un incremento superiore alla stessa Silicon Valley.

Quali le principali sfide digitali al momento?

Molte. Due di particolare interesse: Sanità e Smart City. La digitalizzazione di ecosistemi strategici come Smart City e Digital Health richiede competenze forti su tutte le tecnologie che costituiscono la leva della trasformazione digitale. AI e IoT che sono alla base di questa trasformazione sono a loro volta complessi ecosistemi tecnologici costituiti da Big Data, Networking, Enterprise Integration, calcolo parallelo, cybersecurity. Per questo alla forte

competenza specifica è necessario aggiungere la sfida fondamentale della 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. Questo è quello che facciamo.

Nell'ambito delle tecnologie emergenti quali sono i profili professionali più ricercati?

Big data specialist, Ethical Hacker, esperti di Intelligenza Artificiale e di Cyber Security. Il 35% dei nuovi assunti in Al maviva ha meno di 30 anni e rappresenta figure professionali emergenti. Non è esagerato affermare che alcuni profili del futuro si definiscono proprio in azienda. Stiamo costruendo con i neoassunti quelle che saranno le professioni di domani. Anche grazie alla rete di partnership con diversi istituti accademici.

Qual è la strategia attuale del Gruppo?

Stiamo crescendo in Italia e prevediamo fino al 2025 un tasso medio di crescita annua del 5%. Abbiamo inaugurato nuove sedi a Cagliari, Bari e Venezia nel corso di quest'anno e a Napoli, dove abbiamo avviato nel 2018 Al maviva Digitaltec, nuova società focalizzata sulle tecnologie di frontiera, che ha superato i 300 assunti. Nel contempo abbiamo messo in atto un piano di sviluppo internazionale basato su esportazione del nostro know-how e di tecnologia distintiva. Ci ha portato a nuovi contratti in UK, negli USA e in Arabia Saudita, dove abbiamo anche aperto una nuova società. E ancora a Malta, in Svizzera e in Finlandia. E poi ci sono le acquisizioni...

Ne avete in programma?

Abbiamo acquisito nel 2017 Sadel, leader nel passenger information system, nel 2019 la Digital Agency Wedoo e nel 2020 Chain, società brasiliana di crm attiva nel settore Finance. Oggi guardiamo con attenzione a società medie dall'elevato know-how in area Finance, Sanità, Trasporti, Cyber e Difesa.

In alto
Marco Tripi

DATA ECONOMY: L'ITALIA RESTA INDIETRO

→ In Europa i paesi più virtuosi Finlandia, Svezia, Olanda e Danimarca. Noi fanalino di coda

Ga. Rov.

Secondo la Commissione europea, il valore della data economy - l'economia basata su produzione, distribuzione e consumo di dati digitali - passerà dal 2,4% nel 2018 al 5,8% del Pil Ue nel 2025. Totale: 829 miliardi di euro. Il numero di professionisti nel settore digitale nella Ue raddoppierà: quasi 11 milioni di esperti nel 2025 rispetto a 5,7 nel 2018. La digitalizzazione

rappresenta una opportunità cruciale pure per la transizione green. Basti pensare all'impatto del digitale sul traffico urbano, sull'ottimizzazione energetica degli edifici e sullo smart working. Secondo una stima dell'IDC, l'International Data Corporation, il volume di dati globali crescerà da 33 zettabyte (l'unità di misura che quantifica i dati) nel 2018 a 175 nel 2025. La Commissione Europea cerca di cogliere le enormi opportunità che si aprono con un piano di investimenti che va dai quattro ai sei miliardi di euro per i prossimi cinque anni. Il pacchetto di interventi annunciato dalla presidente Von der Leyen si basa, tra l'altro, su sviluppo e formazione delle competenze digitali per tutti gli europei, capacità di fornire connessione dati ad alta velocità, transizione digitale per le imprese europee, creazione di un database sanitario europeo. E l'Italia a che punto sta? L'indice Desi (Digital Eco-

nomy and Society Index) della Commissione ci colloca al 25° posto in Europa dopo Croazia, Slovacchia, Cipro e Ungheria, sulla base di cinque dimensioni: la connettività, il capitale umano, l'uso dei servizi online, la digitalizzazione delle imprese e dei servizi pubblici. I paesi più virtuosi sono Finlandia, Svezia, Olanda e Danimarca. Nonostante le infrastrutture per la connessione dati ad alta velocità siano più che raddoppiate dal 2014, l'Italia resta indietro su altri indicatori come la diffusione delle competenze digitali (dal 7,5% nel 2014 all'8,2% nel 2019) e la digitalizzazione dei servizi pubblici (8,8% rispetto al 9,4% della media europea nel 2019). «Il nostro paese è ben lontano dal podio dei leader digitali europei e verrebbe da chiedersi dove sia finita l'Italia di Olivetti con il suo desiderio irrefrenabile di innovazione», confessa Chiara Dipierri, research analyst presso Bce.