

Almaviva, quattro passi avanti nel digitale



Tre rilevanti commesse e un'acquisizione nel campo dell'immagine digitale hanno confermato l'espansione e la competitività del gruppo della famiglia Tripi nel settore IT in Italia e all'estero. Con l'occhio rivolto a soluzioni innovative al servizio di ogni classe d'impresa e della pubblica amministrazione

DI FRANCO CANEVESIO

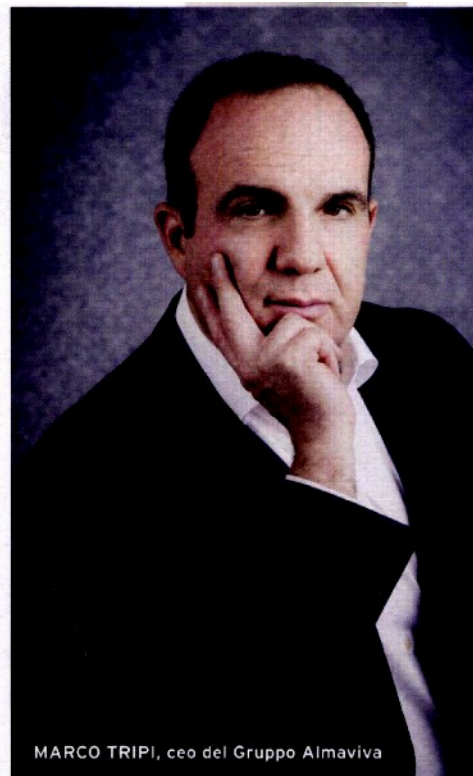
È considerato una delle punte di diamante dell'information & communication technology italiano. Con 45 mila dipendenti, 11 mila in Italia e 34 mila all'estero, Almaviva è il quinto gruppo privato italiano per numero di occupati al mondo. E mette in mostra i muscoli quando esibisce un fatturato 2018 di 823 milioni di euro. Sette società in Italia, otto all'estero, tra Brasile, Belgio, Tunisia e Stati Uniti, Almaviva è in continuo movimento per non perdere di vista l'obiettivo espansione e internazionalizzazione in ambito di evoluzione digitale. Tra giugno e agosto 2019, in poco più di tre mesi, ha messo a segno quattro operazioni strategiche, aggiudicandosi tre cruciali commesse tra Italia ed Europa e annunciando un'acquisizione. «L'affermazione sempre più consistente di Almaviva nel settore It in Italia e in Europa è motivo di soddisfazione e di ulteriore impegno nel processo di trasformazione digitale. I risultati confermano come, in un settore in continua evoluzione, la competitività della nostra offerta, delle nostre competenze e piattaforme tecnologiche trovino riconoscimento sul mercato», ha affermato Marco Tripi, ceo di Almaviva. Il primo step, quest'estate, è stato l'appalto da 100 milioni di euro in cinque anni assegnato da Aria, ex Lombardia Informatica, braccio tecnologico della Regione Lombardia. Obiettivo è la gestione in multi-cloud ibrido, cioè tramite diversi fornitori, dei dati dei cittadini lombardi, in primis quelli relativi al sistema sanitario, che d'ora in avanti verranno immagazzinati su diversi cloud in modo da non avere più nessun blocco ai sistemi operativi. Con questo sistema, invece che appoggiarsi a un unico fornitore, la Regione Lombardia potrà contare sui servizi di Amazon, Web Services, Microsoft e Virtustream. Si tratta di un appalto pilota in tutta Italia, in scia col piano nazionale dell'Agid, l'Agenzia per l'Italia digitale. «Con un clic si rompe un modello tradizionale, la formula just in time consente alla pubblica amministrazione di spaziare da un operatore all'altro, senza appesantire un unico server», ha spiegato Antonio Amati, direttore generale divisione It di Almaviva. La campagna acquisti è proseguita a giugno con l'accordo con Sogei per la manutenzione e l'evoluzione dei sistemi informativi relativi all'area bilancio della Ragioneria Generale dello Stato, un contratto del valore di 20 milioni di euro in quattro anni. In agosto c'è stata l'acquisizione di Wedoo, digital innovation agency italiana specializzata nella produzione in cgi (computer generated imagery) e applicazioni

L' IT SOSTIENE LA CRESCITA IN ITALIA E ALL'ESTERO

Nel primo semestre di quest'anno il fatturato del Gruppo Almaviva ha superato 419 milioni di euro, con un incremento dell'8,6% sull'anno scorso, e un ebitda di 50,2 milioni, 11 in più del 2018, che spingono il margine al 12%. L'utile finale è stato di 6,8 milioni di euro, in diminuzione rispetto a 11,5 milioni dell'anno precedente che aveva, però, beneficiato di un importante sconto fiscale. Il gruppo si sta confrontando in Europa con una significativo calo del mercato Crm (customer relationship management) che ha subito nel semestre una contrazione del 10% dovuto soprattutto alla riduzione di business da parte degli operatori del segmento telecomunicazioni, che rimane ancora portante nel business di Almaviva. La diminuzione dei costi attuata dalla gestione e la crescita del mercato alimentato dalle Pubbliche Amministrazioni non sono stati sufficienti a compensare il trend delle Telco, ne ha risentito il risultato operativo con una diminuzione di 2,7 milioni rispetto al 2018. In questo secondo semestre dell'anno, tuttavia, le aspettative di crescita sia sul mercato domestico che internazionale sono sostenute dallo sviluppo delle attività per le pubbliche amministrazioni locali e centrale, e dal rafforzamento dell'offerta di servizi con la suite Iride e con le soluzioni innovative nel campo della business Intelligence, dei big data e open data. Sui mercati internazionali, lo sviluppo dell'attività in Brasile e, più in generale in America Latina, fa perno su un'offerta caratterizzata da soluzioni che includono l'integrazione dei prodotti di Almax con l'offerta Iride «Customer Centric Suite» e le sinergie tra la filiale brasiliana e quella colombiana. Intanto il management sta valutando possibili nuove acquisizioni di maggioranza per accelerare la crescita sia in senso verticale che trasversale. Il focus è particolarmente sull'area IT, con l'obiettivo di sviluppare prodotti e soluzioni integrate per l'industria dei trasporti, per la manifattura, la finanza e la pubblica amministrazione, senza trascurare il business del Crm, focalizzando soprattutto nelle sottocategorie della Bpo activity e della Customer Experience management a livello internazionale.

di realtà aumentata. L'obiettivo, in questo caso, è presidiare i nuovi trend tecnologici ma soprattutto di arricchirsi dell'expertise di Wedoo per la realizzazione dei progetti previsti dal Lotto 4 del sistema pubblico di connettività, assegnati al raggruppamento temporaneo d'impresе guidato pro-

prio da Almaviva. Nel frattempo, in vista dell'entrata in vigore del nuovo codice doganale dell'Unione europea, in raggruppamento d'impresе con European Dynamics, la società guidata da Tripi si è aggiudicata, insieme alla controllata Almaviva de Belgique SA, il bando di gara Timea 3 del-



MARCO TRIPI, ceo del Gruppo Almaviva

la Direzione Generale Taxation and Customs Union, responsabile della politica dell'Unione europea in materia di fiscalità e dogane (96 milio-

«Il nostro X factor sta nella capacità di impostare la crescita su modelli aperti di innovazione, di finalizzare un'idea...»

ni di euro in cinque anni). «La capacità di combinare un patrimonio rilevante di competenze e profonda conoscenza dei mercati a un presidio dei trend tecnologici emergenti nell'ambito dell'innovazione e della digital and cloud transformation rende l'offerta Almaviva distintiva e competitiva a livello globale», ha spiegato Tripi. «In uno scenario altamente sfidante e in continua evoluzione, dove è decisivo aggiornare le competenze e proporre soluzioni in tempo reale, il nostro X factor è rappresentato dalla capacità di impostare la crescita su modelli aperti di innovazione, di finalizzare un'idea realizzando soluzioni personalizzate, di coniugare il presidio delle frontiere più avanzate del digitale con una irrinunciabile impronta umana», ha proseguito il ceo. Progetti per l'immediato futuro? «Si punterà sempre a un consolidamento e una crescita del comparto It e a una spinta al settore Transportation», ha risposto il quartier generale di Roma.

