

# Mission, il digitale al servizio di tutti

DI FRANCO CANEVESIO

**Forte di un'articolata presenza in Italia e all'estero, dell'esperienza in settori trainanti dell'industria privata e nella pubblica amministrazione, il gruppo guidato da Alberto e Marco Tripi si propone come il veicolo verso la transizione digitale**

**Almaviva**  
digitale assoluto.

**A**lmaviva come sinonimo di innovazione digitale: il claim che si legge sul sito dell'azienda guidata da Alberto e Marco Tripi, padre e figlio, rispettivamente presidente e ceo, è self explaining. Quartier generale a Roma e 16 sedi all'estero, dal Brasile a Bruxelles,

dagli Stati Uniti all'Arabia Saudita, l'azienda è impegnata in settori chiave del mercato pubblico e privato, con numeri da leader: 45 mila dipendenti, 10 mila in Italia e 35 mila all'estero e un fatturato 2019 da 887 milioni di euro. Quest'anno, nei primi nove mesi, ha registrato 632 milioni di ricavi con un margine superiore a 80 milioni, puntando all'innovazione nei settori trasporti, finanza e IA. L'offerta del gruppo comprende servizi ICT forniti grazie a piattaforme proprietarie e soluzioni basate su tecnologie emergenti in ambito intelligenza artificiale, blockchain, Internet of Things, cloud, cyber security, big data & advanced analytics per la gestione e la valorizzazione delle informazioni e outsourcing di servizi di customer relationship management. La missione di Almaviva è affiancare aziende e pubbliche amministrazioni in una trasformazione digitale che porti valore. «Costruiamo futuro. 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 signifi-

ficano innanzitutto diritti dei cittadini, servizi efficienti e sviluppo sostenibile», spiega Marco Tripi. In Italia Almaviva è IT leader nel settore trasporti ed è tra i principali player in area agricoltura 4.0, finanza, sanità, cyber, difesa, con forte proiezione verso l'industria. La continua espansione, declinata in varie forme, è ciò che caratterizza il gruppo. A fine 2020, per esempio, ha raggiunto il traguardo di oltre mille persone assunte negli ultimi due anni per il settore information technology, in Italia. «Stiamo crescendo in Italia e prevediamo fino al 2025 un tasso medio di incremento annuo del 5%», spiega Marco Tripi. Un ampliamento significativo che si sta imponendo anche all'estero. La nuova strategia, basata sullo sviluppo internazionale ha portato a nuovi contratti in Gran Bretagna, Stati Uniti e in Arabia Saudita, dove il gruppo ha anche aperto una nuova società. E nuove commesse sono state avviate anche a Malta, in Svizzera e Finlandia nel settore trasporti, finanza e industria. Negli ultimi dieci anni la storia di Almaviva è stata caratterizzata da importanti acquisizioni e fusioni, dedicando continua attenzione alla sostenibilità e alla responsabilità sociale. Tra gli step fondamentali lo sbarco in Brasile nel 2006.



Marco Tripi, ceo di Almaviva

