IMPRESE E TERRITORI Il Sole 24 Ore 15 APRILE 2025

Almaviva cresce tra Usa e Brasile «Il tech italiano è competitivo»

Andrea Biondi

«Competitività, non dazi. È lì che si gioca la partita e dove noi puntiamo a giocarla, a modo nostro: dove gli altri si fermano noi acceleriamo, su investimenti e tecnologie».

Marco Tripi, amministratore delegato di Almaviva, risponde così al *Sole 24 Ore* in merito a una fase storica che fra guerre commerciali e dazi sta tenendo il mondo intero in grande fibrillazione. Preoccupazione che non manca dalle parti di Almaviva, ovviamente («se la guerra commerciale dovesse trasformarsi in recessione ne saremmo tutti colpiti»), ma cui l'ad replica anche con una considerazione: «Siamo italiani e sappiamo gestire il caos meglio di chiunque altro».

Una frase che potrebbe sembrare il vezzo di un imprenditore ottimista, ma che per il numero uno di Almaviva appare più che altro come una filosofia di impresa, un metodo di lavoro, forse anche una spiegazione alla crescita di un gruppo che nel 2024 ha sfiorato 1,5 miliardi di ricavi, con un +22% sul 2023 e un Ebitda adjusted salito a 276 milioni, segnando un incremento del 30,8 per cento.

Numeri che da soli dicono molto, ma non tutto. Perché Almaviva, gruppo nato nel 1983, non è più da tempo quel system integrator che metteva insieme i pezzi degli altri. Oggi è –e vuole sempre di più essere riconosciuta – come una tech company globale, impegnata sulla frontiera dell'intelligenza artificiale, con anima italiana, che produce piattaforme proprietarie, sviluppa soluzioni nel campo della mobilità, delle infrastrutture digitali e dell'acqua, che si muove come partner tecnologico di Ferrovie dello Stato (all'interno

del Consorzio Sagitta) e che ha chiuso le valigie imbarcandosi per Expo 2025 a Osaka, come partner digitale del Padiglione Italia con sito, app e realtà virtuale. Grazie infatti alla piattaforma Giotto Suite, cuore dell'ecosistema digitale di Almaviva, il Padiglione Italia è esteso nel metaverso, creando un ambiente virtuale immersivo con eventi digitali interattivi, visori e tecnologie all'avanguardia.

Know-how, software, idee. È su questo terreno che Tripi rilancia la sfida internazionale: «Il 40% del nostro fatturato arriva dall'estero. E non perché l'Italia arretra, ma perché fuori cresciamo in fretta. Entro il 2025 puntiamo a superare il 50%, aumentando però anche il business in Italia». La sfida però, che per Tripi diventa anche un imperativo strategico, è quella di competere e non di chiudersi. L'ad Almaviva lo dice senza giri di parole: «In America alcune cose devi farle lì, per legge, da prima ancora che arrivassero i dazi. Ma la vera discriminante è la capacità di giocarsi la partita sul merito. Dove gli altri rallentano, noi acceleriamo. Perché sappiamo fare e sappiamo decidere».

Non è solo una dichiarazione d'intenti. Negli ultimi mesi «abbiamo investito circa mezzo miliardo sul versante M&A e puntiamo a 1,5 miliardi nel prossimo anno». Nel radar ci sono operazioni mirate, che guardano a realtà tecnologiche di nicchia, anche piccole, «ma con competenze distintive che possono fare la differenza nei mercati esteri. In particolare in Brasile, dove siamo leader da vent'anni, ma anche negli Stati Uniti dove negli ultimi mesi dello scorso anno abbiamo acquisito per 350 milioni di dollari Iteris, società Nasdaq, abbiamo il 12% del nostro business e puntiamo a far crescere la nostra presenza in particolare nel settore della mobilità».

Insomma, bussola rivolta verso l'estero,con altre operazioni in pipeline e senza cadere nell'errore di tante componenti del Sistema Italia che spesso guardano oltreconfine con complesso di inferiorità. «Non dobbiamo proteggerci dalle multinazionali - dice - ma imparare a guardarci negli occhi, a competere davvero». L'obiettivo è ambizioso: «Vogliamo diventare una delle prime società tecnologiche al mondo. Non solo in Italia, al mondo», ribadisce Tripi. L'azienda prevede di raggiungere i 2,5 miliardi di ricavi entro il 2026-2027, «ma con l'obiettivo di arrivare a raddoppiarlo nei prossimi anni».

Sullo sfondo, anche considerando il traguardo fissato in termini di investimenti e impegno in operazioni di M&A, c'è l'idea di una possibile apertura del capitale rispetto a una situazione odierna in cui la famiglia Tripi possiede oltre il 95% dell'azienda. Quest'ultimo aspetto però , puntualizza l'ad, «equivale a una chiarezza di strategia e a una velocità decisionale che sono valori imprescindibili in una fase come l'attuale».

Se l'apertura del proprio capitale, Borsa compresa, assume maggiore spessore come idea in prospettiva, Tripi non vuole tuttavia lasciare spazi a interpretazioni ulteriori: «Non ne abbiamo bisogno oggi, perché abbiamo la forza finanziaria per continuare a investire: abbiamo un backlog di circa 2,7 miliardi pari a 2,8 volte i ricavi 2024, una leva finanziaria adjusted di 2,4 volte e un rating confermato da S&P e Fitch a BB, diversi *notch* superiore ai competitor». Certo, «più crescono le ambizioni, più nel medio-lungo termine potremmo valutare questa opzione», precisa il ceo. Ma con una

certezza: «Il cuore dell'azienda rimarrà italiano. Noi rimarremo con sede legale, centri di sviluppo e proprietà italiana».

Intanto, oltre all'impegno su Osaka, l'azienda guarda con grande attenzione agli sviluppi che possono arrivare da Sagitta: il consorzio nato con Ferrovie dello Stato per esportare insieme tecnologie nel settore dei trasporti. «Se funzionerà - riflette Tripi - sarà il primo caso vero di collaborazione pubblico-privata italiana che gioca una partita globale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA