



Sew-Eurodrive e Lenze Italia campioni della trasformazione digitale italiana



Premiati i vincitori delle categorie PMI e Corporate del Contest dedicato alla trasformazione digitale delle aziende operanti sul territorio italiano, ideato da Porsche Consulting e promosso da Messe Frankfurt Italia.

Porsche Haus, Milano

Sono Sew-Eurodrive e Lenze Italia, rispettivamente per le categorie Corporate e PMI, i vincitori della prima edizione del Digital Transformation Contest. L'iniziativa è stata ideata da Porsche Consulting e promossa da Messe Frankfurt Italia, con la collaborazione di ANIE Automazione in qualità di Partner, allo scopo di premiare le realtà industriali che si sono distinte nel processo di trasformazione digitale.

Sew-Eurodrive è una multinazionale tedesca che opera nel campo della produzione e commercializzazione di prodotti e sistemi per l'automazione industriale, logistica e di processo; mentre Lenze è una società internazionale con presenza capillare sul territorio italiano in cui è attiva dal 1961. Specializzata nelle tecnologie di motion centric automation, supporta le aziende dall'idea all'assistenza post-vendita, dal sistema di controllo all'albero di trasmissione. Le aziende hanno ricevuto il riconoscimento durante una cerimonia che ha avuto luogo a Milano presso la sede di Porsche di via Stephenson.

Il contest ha avuto visibilità nazionale attraverso SPS IPC Drives Italia, fiera dell'automazione e digitale per l'industria che si svolge a Parma e nell'ultima edizione ha avuto un indotto di più di 800 aziende espositrici e 35.000 visitatori, e nei quattro road show organizzati da Messe Frankfurt Italia come percorso di avvicinamento e diffusione territoriale rispetto alla manifestazione a Piacenza, Verona, Lucca e Bari.

Hanno aderito all'iniziativa numerose aziende italiane o gruppi esteri operanti sul territorio italiano, appartenenti a diversi settori, come l'automazione, il packaging, i beni di consumo, la siderurgia e l'information technology. Le imprese partecipanti sono risultate equamente suddivise tra le due categorie, PMI e Corporate. A decretare finalisti e i vincitori il comitato di valutazione del contest di cui fanno parte Lavazza, Johnson&Johnson, Ferrero, Bonfiglioli, Electrolux, Rold ed il Politecnico di Milano e ANIE Automazione.

Il comitato ha valutato le imprese sulla base di sette aree specifiche quali: l'approccio alla

strategia digitale, il grado d'innovazione dei nuovi prodotti e servizi realizzati, l'agilità d'implementazione, l'infrastruttura tecnologica, l'approccio olistico alle vendite, alla produzione e alla supply chain, e infine la sostenibilità economica.

“Sono orgoglioso del successo del contest” – afferma Giovanni Notarnicola, Associate Partner Porsche Consulting e ideatore dell'iniziativa. “Siamo riusciti a porre il tema della trasformazione al centro delle priorità strategiche delle aziende italiane e a creare un positivo effetto di contaminazione tra grandi e piccole aziende che stanno affrontando questi importanti cambiamenti. Metà dei partecipanti sono state PMI: un segnale positivo per il tessuto imprenditoriale italiano. Le PMI sono più agili e veloci nel cambiamento, ma necessitano di superare un approccio tattico guidato dalla tecnologia, legando la trasformazione alla visione strategica”.

“Questa iniziativa è la coerente prosecuzione della nostra missione: supportare le aziende italiane nel cogliere le opportunità derivanti dalla trasformazione digitale ispirandosi a Porsche. Attraverso il Contest abbiamo voluto premiare chi ha già intrapreso concretamente e con successo il percorso di trasformazione, perché diventi esempio e incoraggiamento per tutti” – afferma Josef Nierling, AD Porsche Consulting. “Dal Contest è emerso un avvio diffuso dei processi di trasformazione, sia nelle grandi che nelle piccole aziende. Le grandi hanno molte iniziative attraenti, spesso in fase pilota: serve adesso una chiara strategia per lo scaling a livello globale.”

“Affiancare le imprese manifatturiere e supportarle nel disegno di un modello di successo strutturato e idoneo al percorso di trasformazione che stanno attraversando è la nostra mission. Il Contest è stato uno spunto per un confronto “strategico”, un motivo di condivisione di esperienze di successo e ci auguriamo sia il punto di partenza di nuove sfide e progetti.” Francesca Selva, Vice President Marketing & Events Messe Frankfurt Italia.