



SEW Eurodrive e Lenze Italia vincono il contest sulla trasformazione digitale



Le premiazioni del contest, ideato da Porsche Consulting e promosso da Messe Frankfurt Italia in collaborazione con ANIE Automazione, si sono tenute nella spettacolare Porsche Haus di Milano.

Nato per premiare le realtà industriali che si sono particolarmente distinte nel processo di trasformazione digitale, il Digital Transformation Contest ha avuto grande visibilità grazie alla SPS IPC Drives, la fiera dell'automazione e del digitale per l'industria che a Parma ha visto partecipare quest'anno oltre 800 aziende espositrici e 35.000 visitatori, e ai quattro road show organizzati da Messe Frankfurt a Piacenza, Verona, Lucca e Bari in vista della suddetta fiera.

Il Contest ha registrato un'ampia partecipazione sia di aziende italiane che di aziende estere operanti in Italia, con firme appartenenti a svariati settori, dall'automazione al packaging passando per i beni di consumo, la siderurgia e l'information technology. Due le categorie del Contest, Corporate e PMI, con una partecipazione suddivisa all'incirca equamente. Classifica e vincitori sono stati decretati da un comitato di valutazione, di cui fanno parte Lavazza, Johnson&Johnson, Ferrero, Bonfiglioli, Electrolux, Rold, il Politecnico di Milano e ANIE Automazione. I criteri utilizzati per la valutazione erano costituiti da sette aree specifiche: l'approccio alla strategia digitale, il grado di innovazione dei nuovi prodotti o servizi realizzati, l'agilità di implementazione, l'infrastruttura tecnologica, l'approccio olistico alle vendite, alla produzione e alla supply chain e, per finire, la sostenibilità economica.

La cerimonia di premiazione

La premiazione si è tenuta alla Porsche Haus di Milano, cornice inusuale ma evocativa della necessità delle aziende di essere veloci e innovative per vincere la gara del mercato di oggi.

La categoria Corporate è stata vinta da SEW Eurodrive, multinazionale tedesca che opera nel campo della produzione e commercializzazione di prodotti e sistemi per l'automazione industriale, logistica e di processo; al secondo e terzo posto si sono classificate rispettivamente il Gruppo Epta e ABB.

Nella categoria PMI ha primeggiato Lenze Italia, una società internazionale capillarmente presente in Italia dal 1961, specializzata in tecnologie di motion centric automation, in grado di supportare i clienti dall'idea all'assistenza post-vendita. La seconda e terza posizione sono andate a Lab Network ed Epipoli.

Ai vincitori vanno servizi di consulenza erogati da Porsche Consulting per un valore di 20.000 euro. Ai secondi classificati un tour guidato alla modernissima fabbrica Porsche di Stoccarda, mentre i terzi classificati saranno ospiti di Frankfurt Messe alla prossima edizione della fiera a Norimberga.

“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 – ha dichiarato Giovanni Notarnicola, ideatore dell’iniziativa – Meta 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”.

Secondo 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”.

In effetti, l’ampia partecipazione anche delle PMI è stata la sorpresa positiva del contest, soprattutto considerando che sono proprio le PMI (che costituiscono il tessuto fondamentale dell’industria italiana) ad avere più bisogno di una guida strategica.

“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 – ha puntualizzato Francesca Selva, Vice President Marketing & Events Messe Frankfurt Italia – 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”.