

Transizione energetica e trasformazione digitale: contributo per gli "Scenari" del Sole24Ore

Marzo 18, 2019

■ VINCI ENERGIES ITALIA / Il gruppo multinazionale intensifica la sua presenza grazie alla crescita di Axians e pensa ai prossimi passi nel mercato italiano

Energia e digitale: il futuro è insieme

Dall'Industry 4.0 alle Smart City, dalla Cybersecurity all'IoT: la sfida dell'innovazione si vince nell'integrazione

Fiducia, solidarietà, responsabilità, imprenditorialità ed empowerment: questi sono i valori fondamentali che spingono la crescita internazionale di VINCI Energies. Uniti a competenza, professionalità e progettualità, hanno consentito al gruppo di diventare uno dei principali player globali, con oltre 77.500 collaboratori e un fatturato di 12,6 miliardi di € nel 2018. Spiega Mario Capellari, AD di VINCI Energies in Italia: "In questo particolare momento storico, assistiamo alla convergenza tra due trend che stanno cambiando il business e le vite di tutti noi: la transizione energetica e la trasformazione digitale. In un simile processo, la nostra realtà può e vuole dare un importante contributo agli attori economici e alle comunità locali in cui opera: "Think globally, act locally" è per noi un mantra oltre che una carta vincente". Numerosi gli ambiti abbracciati dai brand del gruppo: si va dallo smart building alle infrastrutture, dai servizi all'industria a quelli ICT. Alcuni di



Thomas Panozzo - Managing Director Axians Italia



Mario Capellari - A.D. VINCI Energies Italia

essi sono già presenti nel mercato italiano, altri potrebbero aggiungersi presto. Continua Capellari: "Con i nostri brand, lavoriamo in settori differenti ma complementari che convergono nell'offerta di servizi integrati e accompagnano il nostro cliente lungo tutta la catena del valore". All'interno di VINCI Energies, Axians è il marchio dedicato ai servizi ICT. Thomas Panozzo dallo scorso 1° gennaio è Managing Director Italia, col mandato di sviluppare l'organizzazione a livello nazionale: "Axians è tra i leader del settore con presenza globale e il suo ingresso in Italia, solo 18 mesi fa, ha rappresentato una novità, anche grazie ad un buon equilibrio tra crescita organica e acquisizioni. "Un risultato - prosegue Panozzo - che intendiamo conseguire grazie a quattro vantaggi competitivi. In primo luogo, la capacità di accompagnare il cliente nei progetti internazionali: una esigenza particolarmente sentita dalle imprese italiane. In secondo luogo, la localizzazione capilla-

re sul territorio per stare vicini alle esigenze del mondo produttivo: attualmente sono 14 le nostre sedi, presto ne apriranno altre. Terzo, presidiare grazie alle nostre Business Unit specializzate i principali verticali di mercato, che già oggi vanno dall'industria al retail, dal navale alla cybersecurity. Ultimo, ma non ultimo, la possibilità di sviluppare sinergie tra brand del gruppo VINCI Energies". Per capire meglio, chiediamo a Panozzo di entrare in un campo applicativo complesso come l'Industria 4.0. Recentemente, infatti, Bain & co. ha mappato i principali ostacoli all'adozione dei sistemi IoT secondo i c-level delle maggiori aziende. Netto il risultato: in cima alla classifica, i temi della sicurezza e dell'integrazione tra informatica e operations.

"Proprio su questi due punti, pensiamo di poter giocare carte che altri non hanno - spiega - il gruppo VINCI Energies, grazie a brand come Axians e Actemium, presidia nativamente sia l'ambito IT che quello OT, vantando business cases di successo in tutto il mondo. In più, stiamo investendo fortemente nella Cybersecurity: a

partire dall'Italia, dove abbiamo creato una struttura altamente specializzata e in forte crescita numerica, già attiva su progetti SCADA, che può contare anche su un SOC multilingue, operativo h24. Obiettivo: offrire consulenza e soluzioni sempre più a tutto tondo ai clienti, aiutandoli a superare le incognite di efficienza, di efficacia e di ROI". In definitiva, secondo Capellari e Panozzo, implementare le migliori tecnologie è solo il primo passo: "l'essenziale è che gli strumenti digitali siano in grado di dare valore a ciò che fa veramente la differenza: a noi piace chiamarlo "human touch", ma altro non è se non quell'ingegno, creatività ed originalità che nessuna automazione potrà mai sostituire. Ecco perché crediamo fortemente in una via italiana alla digital-transformation. Una sfida a cui VINCI Energies e i suoi brand intendono contribuire insieme alle molte eccellenze del nostro Paese, dalle aziende alle università".

Vinci Energies è sempre più proiettata verso una crescita in Italia grazie al contributo dei propri brand e allo sviluppo delle collaborazioni con università e stakeholders. Sul Sole 24 Ore di oggi, nell'inserito Scenari, Mario Capellari, AD di Vinci Energies Italia e Thomas Panozzo, Managing Director di Axians Italia, tracciano le linee distintive di questa azione del gruppo, sempre più impegnato a impiegare le proprie competenze per affrontare ambiti sempre più complessi e integrati tra loro, come ad esempio l'Industria 4.0.

[Leggi l'articolo completo](#)

[← Precedente](#)

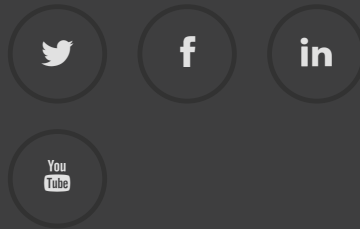
[Torna alla lista](#)

LINKS UTILI

- [VINCI](#)
- [VINCI Foundation](#)
- [The City Factory](#)
- [The Agility Effect](#)

SEGUICI

[Configura i cookie](#)



[Contatti](#)

[Mappa del sito](#)

[Informativa privacy](#)

[Cookies](#)

[Informazioni legali](#)

[La Tecnologia LED nell'industria](#)

[Le fonti di energia rinnovabile](#)

[Cosa dice l'articolo 38 sul codice degli appalti](#)