

UNA CHIACCHIERATA CON...

Marco Massenzi

Direttore Strategie, Business Development e Innovazione

Dalla Laurea con lode in Ingegneria Elettronica e Biomedica, alle importanti esperienze come consulente direzionale per i più grandi operatori telefonici e broadcaster, dalla grande sfida della diversificazione nell'IT di EDA, fino alla guida della Direzione Strategie, Business Development e Innovazione. Marco Massenzi ci racconta il suo ieri, l'oggi e, soprattutto, il domani...

Marco, ci racconti il tuo percorso professionale?



Approdo in Vitrociset agli inizi del 2008 con l'affitto, finalizzatosi poi in acquisizione, di Enterprise Digital Architects.

Gli anni precedenti, come oggi, erano stati caratterizzati da costanti sfide e trasformazioni in un mercato in veloce trasformazione. La mia carriera, dopo una esperienza come ricercatore, parte nel settore della consulenza direzionale prima in Ernest & Young Consultants e, dal 2000, in Capgemini TMN.

In qualità di responsabile dei New Market Services mi sono occupato di ideare, realizzare e sviluppare servizi a valore aggiunto e le relative piattaforme gestionali, incluse quelle di CRM e Billing, oltre che di implementare sistemi gestionali ERP e sviluppare i primi portali internet, piattaforme di e-commerce e sistemi di e-learning.

Nel 2002 venni chiamato in EDA per contribuire, dapprima come responsabile dell'ingegneria di offerta del settore e-Government e, successivamente, come responsabile dell'Innovation Lab, nel trasformare l'Azienda in un Value Added Service Provider attraverso il suo "Digital Solution Center".

In Vitrociset, inizialmente nella Divisione EDA, ho assunto il ruolo di responsabile di gran parte delle attività delle Operations. Successivamente all'acquisizione assunsi il ruolo di responsabile dell'Ingegneria di offerta dell'Area Civile e, nel 2011, di responsabile dell'unità Business Innovation & Development, che mi ha consentito di iniziare a lavorare in settori che prima di allora non avevo mai affrontato e di supportare i mercati nel potenziare la spinta commerciale, anche grazie alla Comunicazione Esterna con la quale abbiamo organizzato eventi di grande successo, come l'inaugurazione del Centro R&D, il SiLEF Day e la cerimonia di consegna del primo RFCT alla Lockheed Martin alla presenza del Ministro Di Paola.

Arriviamo ad oggi.

La Direzione Strategie, Business Development e Innovazione nasce per accompagnare Vitrociset in un percorso di trasformazione estremamente importante e sfidante che ci vedrà tutti attori

protagonisti nei prossimi tre anni. In tempi di incertezza economica, le organizzazioni hanno davanti a sé due alternative: mantenere un basso profilo o sfruttare le discontinuità per rafforzare la propria posizione competitiva. Il futuro è in larga parte determinato dalle azioni intraprese oggi e Vitrociset ha scelto un approccio coraggioso, cercando di sfruttare la crisi come una opportunità di riposizionamento e di crescita.

Mi piace definirla una strategia “a prova di futuro”: anticipare le richieste dei clienti puntando sullo sviluppo di nostri prodotti innovativi, ad alto valore aggiunto e diversificando il mercato esportando questo nostro know how all'estero.

Vogliamo creare un processo virtuoso che unisca strategia, mercati, prodotti, investimenti e ricerca, al fine di costruire una offerta che sia competitiva in Italia e, soprattutto, sui mercati internazionali, anche attraverso la creazione di partnership strategiche con i grandi player del settore. Questo ci consentirà di internalizzare la gran parte del valore aggiunto delle nostre iniziative puntando a rafforzare ogni giorno di più le competenze interne che, oggi più che mai, rappresentano il motore della nostra trasformazione.

Puntiamo nei prossimi tre anni a triplicare i ricavi che provengono da commesse internazionali grazie ad una decisa azione di penetrazione in alcuni paesi in crescita, dove i nostri prodotti e la nostra expertise ci possono dare un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza.

A prova di futuro?

Sì, un futuro che dobbiamo costruire noi, con le nostre forze e che è supportato da un importante piano di investimenti già in moto: nel 2013 l'Azienda ha destinato circa 3,5 milioni di euro per lo sviluppo di nuovi prodotti, per il posizionamento all'estero e per il rifacimento di tutti i nostri strumenti di comunicazione istituzionale.

A questi si sommano gli investimenti nella Ricerca & Sviluppo: progetti nei settori Difesa, Homeland Security, Spazio, Trasporti, Logistica e Smart Cities, per circa 10 milioni di euro! Queste, in tempo di crisi, sono azioni coraggiose e concrete che ci consentono di guardare con fiducia al domani: stiamo costruendo una proposizione innovativa e altamente competitiva che ci consentirà di competere alla pari degli altri player.

Occorre anche essere rapidi e economici: significa efficienza, aumento di produttività e agilità di azione e di pensiero. Questi sono altri importanti obiettivi del nostro Piano Strategico, che punta a rendere l'azienda “lean” e a diffondere cultura aziendale e valori, aumentando il coinvolgimento e la partecipazione di tutti noi alle sfide aziendali.

Dobbiamo liberare velocemente e con decisione risorse per destinarle alla crescita, per investirle nello sviluppo e nella formazione, perché è proprio in momenti di turbolenza come quelli che viviamo oggi che le Aziende vincenti fanno i più grandi balzi in avanti.

Un piano ambizioso ed impegnativo, ma se tutta l'Azienda è focalizzata sull'obiettivo, con tenacia e determinazione, potremo realizzarlo. Vitrociset è un'azienda solida, affidabile, garanzia di qualità che investe in diversificazione e innovazione.

Sintetizzando, possiamo affermare che “innovazione e tradizione” è il nostro mix vincente per “performare e crescere in tempo di crisi”: ma è necessario che ognuno di noi metta il cuore in questa grande sfida!