

10/12/2018

Parla Domenico Petrone, presidente di Viasat Group

Il fatto che la trasformazione digitale sia un passo difficile per chiunque non significa affatto che non sia necessario compierlo, anzi. Perché sfruttare sapientemente i dati vorrà dire, infatti, ridurre i costi, velocizzare la produzione e migliorare la qualità dei risultati. Questo vale per tutti i settori, dal manufacturing alla sanità, fino al banking. E, ovviamente, anche per il trasporto, la logistica e il waste management. Ci si trova oggi di fronte a questo bivio con l'unica certezza che questa trasformazione ci sarà in ogni caso e nessuno potrà fermarla. Si può solo decidere se cambiare il modo di fare impresa e, quindi, prosperare, oppure restarsene immobile, cercando di non venire travolti da tutti i concorrenti che, invece, avranno abbracciato il processo di digitalizzazione. Di questi temi abbiamo parlato con **Domenico Petrone, presidente di [Viasat Group](#)**, realtà che - con una solida esperienza quarantennale nella progettazione e produzione di elettronica automotive di alta gamma - presidia tutta la filiera del servizio, dal tradizionale antifurto satellitare per le auto alle scatole nere assicurative, fino ai sistemi più complessi per la gestione delle flotte aziendali, il trasporto merci e la logistica.

Image: Domenico%20Petrone.jpg

Domenico Petrone, presidente di Viasat Group

Presidente, oltre alla capacità di innovare, quanto è importante “comprendere”?

È la vera sfida di oggi. Per stare al passo con la concorrenza, infatti, non è più sufficiente garantire prodotti e servizi di qualità. È necessario saper prevedere in che direzione si muoverà il mercato, quali saranno le preferenze dei fruitori e in quali aspetti sarà possibile migliorare la propria azione d'impresa. Per ottenere queste informazioni, **un'azienda moderna non può prescindere da un'efficace attività di analisi dei dati che consenta di esaminare in profondità anche quelli apparentemente poco significativi**, per estrarne informazioni utili a indirizzare le decisioni strategiche, da un lato, e offrire soluzioni innovative a quanti ne faranno richiesta dall'altro. L'attività di Big Data Analytics, insomma, è di fondamentale importanza per un'azienda che punti ad essere competitiva nel proprio settore di mercato. Ancor di più in ambito di mobilità e waste management.

In questo contesto come si muove Viasat Group?

Ogni sistema produttivo presenta delle criticità, sotto forma di costi, sprechi occulti e inutili perdite di tempo e risorse: comprendere **i dati significa sapere ottenere le informazioni necessarie per capire dove sia necessario intervenire e apportare gli opportuni correttivi all'azione aziendale**. È proprio questa la missione di Viasat: ideare, realizzare e diffondere sistemi e servizi di sicurezza, protezione e assistenza attraverso l'applicazione di

tecnologie satellitari e IoT. Il modello attuale offre ampi margini di intervento per migliorare l'efficienza e diminuire i costi che ricadono sull'intera collettività in termini di inquinamento, incidentalità, tempo perso nel traffico per gli spostamenti, efficienza dei servizi di trasporto e logistica, gestione dei servizi di igiene urbana e raccolta dei rifiuti.

Image: centrale.jpg

Missione di Viasat: ideare, realizzare e diffondere sistemi e servizi di sicurezza, protezione e assistenza attraverso l'applicazione di tecnologie satellitari e IoT

Tutto questo per un mondo più sicuro, efficiente e sostenibile?

È in atto un percorso di globalizzazione delle soluzioni telematiche e in questo processo Viasat Group, anche grazie alle sue consociate e distributori, presenti in oltre 50 paesi tra Europa, Africa, Medio Oriente e America Latina, avrà un ruolo di primo piano. **Abbiamo l'ambizione di creare servizi efficienti e sostenibili rivolti alle aziende e alle pubbliche amministrazioni che ne faranno richiesta per una pianificazione e gestione ottimale della mobilità e dell'ambiente.** Ad oggi i risultati ci supportano: gestiamo una base di quasi 741.000 veicoli connessi (al 31/08/2018) tra fleet management, insurance telematics e car connect; 7.600 persone connesse attraverso app, dispositivi indossabili, workforce management; 6.481 edifici connessi: 400 comuni collegati con sistemi di trasporto intelligente e 655 dipendenti (al 31/12/2017).

Quindi un'azienda internazionale con un "cuore tutto italiano"...

In Italia, dove tutto è iniziato e dove si trova il quartier generale, Viasat presidia ogni segmento di mercato e sviluppa prodotti e servizi che il gruppo sta esportando nei Paesi laddove esiste una presenza diretta attraverso le sue controllate. La strada intrapresa da qualche anno a questa parte va certamente nella giusta direzione: **essere un polo di attrazione e aggregazione delle eccellenze locali**, siano esse aziende o singoli talenti, oltreché un service provider di riferimento per la clientela che opera a livello globale.

Una Viasat con uno sguardo proiettato nel futuro. È così?

Assolutamente sì e a livello di organizzazione ci stiamo muovendo sugli stessi binari dello sviluppo delle piattaforme tecnologiche: vogliamo interconnettere le persone che operano nelle diverse società del gruppo, in una sorta di "Internet of companies". La volontà non è solo collegare le cose, ma le persone che prendono decisioni, per poter offrire i nostri servizi e contribuire, con il nostro lavoro, a dar forma a un mondo che guardi oltre l'orizzonte e sappia progettare il proprio futuro.

Image: PAG%208.jpg