

# UNA "ONE COMPANY" PER DIGITALIZZARE L'INDUSTRIA

Relatech, uno dei principali fornitori di tecnologie per la digitalizzazione delle aziende, anche e soprattutto manifatturiere, da anni sta crescendo a passo sostenuto in dimensioni, capitale umano e mercati. Ora sta procedendo a un'evoluzione organizzativa per proporsi come unico riferimento lungo tutte le tappe del percorso di digitalizzazione verso l'industria 5.0: consulenza, digitale, intelligenza artificiale, cloud, cybersecurity e automazione. L'Executive Chairman & Founder Relatech, Pasquale Lambardi, ci spiega la strategia di crescita del Gruppo.

DI RICCARDO OLDANI

**È!**  
COLLECTION



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

161303

**È!** >COLLECTION

# C'è

una parola chiave che riassume la trasformazione di Relatech negli ultimi anni: “One Company”. Un'unica società in grado di accompagnare le imprese, soprattutto quelle industriali, nel loro percorso di digitalizzazione in modo personalizzato e con un approccio “end-to-end”, che parte cioè dall'analisi e dalla definizione degli obiettivi per arrivare alla scelta delle soluzioni tecnologiche e alla loro implementazione e armonizzazione nei processi e nell'organizzazione aziendale.

Dopo un lungo percorso fatto di acquisizioni e integrazioni, ora Relatech, con una sede principale a Milano e altre 8 in Italia e 5 all'estero, intende presentarsi sempre di più come un'unica realtà, articolata in quattro divisioni per agi-

re su altrettanti livelli: Advisory, Digital e AI; Cloud e Cybersecurity; Automazione Industriale.

“Alla fine del processo di integrazione delle società portate a bordo”, ci spiega Pasquale Lambardi, Executive Chairman & Founder di Relatech, “i marchi che restano visibili sul mercato sono principalmente tre: **EFA** Automazione, che rimane il punto di riferimento per la distribuzione all'industria, con un modello di business distinto dalla system integration e fortemente connotato sul mercato; BTO, molto riconosciuto nel mondo corporate e dell'advisory; e la capogruppo Relatech, che diventa il brand ombrello per la digitalizzazione end-to-end. Tutti gli altri marchi sono stati assorbiti”.

## UN PERCORSO DI CRESCITA CONTINUA

Lambardi ci illustra i punti cardine di una strategia di internazionalizzazione che si fonda anche sulle collaborazioni con multinazionali di rilievo e punta a un'espansione sempre più ampia, non solo in Italia ma anche in Europa, a partire da Germania e Austria, dove Relatech è già presente con sedi e progetti attivi in diversi settori di mercato e dove oggi rafforza ulteriormente la propria azione nel comparto industriale.



Pasquale Lambardi,  
Executive Chairman  
& Founder Relatech.

## È! >COLLECTION

Il percorso verso la “One Company” non è soltanto un’operazione di immagine, ma un lavoro più profondo di armonizzazione dei processi e di managerializzazione interna. Relatech è nata dall’integrazione di una dozzina di aziende, ciascuna con la propria storia e i propri imprenditori, che oggi sono in buona parte diventati manager del gruppo, affiancati da figure esterne e da persone cresciute all’interno. “Abbiamo creato Business Unit con responsabili dedicati. Soprattutto nuovi manager sono alla conduzione dell’area Digital e Cyber”, racconta Lambardi. “La sfida è trovare un equilibrio: inserire manager esterni quando serve a rafforzare la struttura interna, ma allo stesso tempo valorizzare le persone storiche e far crescere i talenti interni.

È così che un gruppo può operare come una vera azienda managerializzata, capace di crescere senza perdere le proprie radici”.

La spinta verso l'estero si fonda su diversi tasselli strategici, tra cui l’acquisizione di ConneXSoft, azienda specializzata nello sviluppo di estensioni per software SCADA, e la conseguente nascita di Relatech CXS GmbH (nuova denominazione sociale). Con questa operazione, il Gruppo consolida e rafforza la propria presenza in Germania e Austria, paesi dove Relatech era già attiva con progetti e clienti in vari settori di mercato, ma che oggi diventano un punto di riferimento per l’espansione nell’ambito industriale. Un passo che si inserisce nel più ampio progetto di internazionalizzazione del Gruppo e che guarda ai mercati di lingua tedesca come poli di eccellenza

Una delle missioni principali di Relatech è accompagnare le imprese manifatturiere verso la digitalizzazione, realizzando un ponte sicuro tra mondo OT e mondo IT. Con le soluzioni proposte dalla “One Company”, i dati industriali diventano pienamente interoperabili e si trasformano in conoscenza utile e governata.

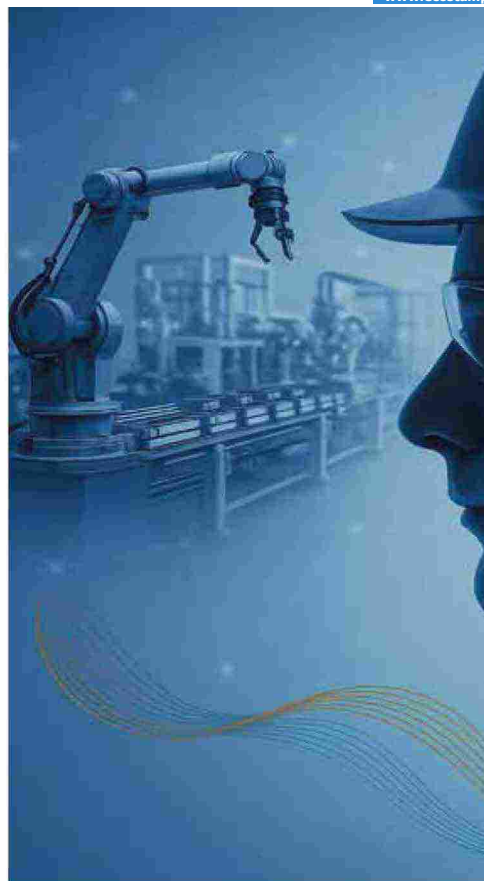
e innovazione nel panorama industriale europeo.

Attraverso questa nuova entità, Relatech ha il compito, come avviene già in Italia con **EFA** Automazione, di distribuire Ignition, la piattaforma software multi-Scada di Inductive Automation che abilita architetture moderne in fabbrica.

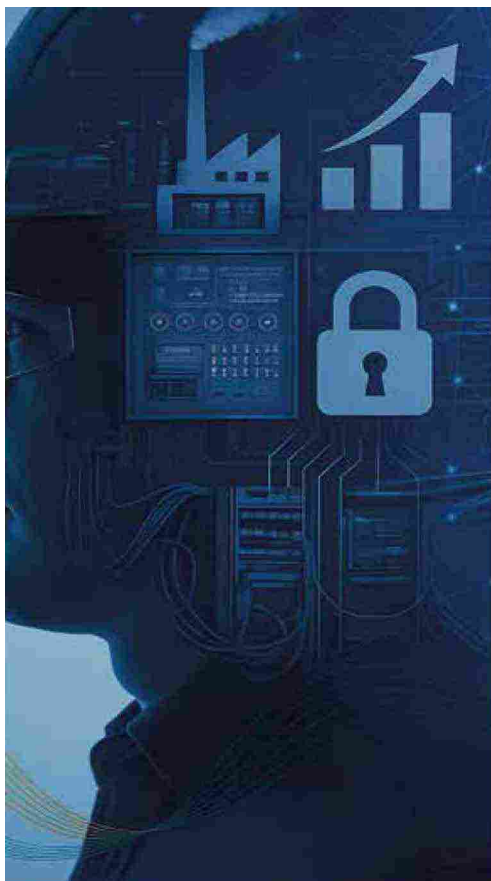
“Grazie a questo accordo siamo tra i principali distributori globali di Ignition”, osserva Lambardi, “con la possibilità di arricchire la piattaforma con applicativi verticali, sviluppati da noi e dai nostri partner su misura per le esigenze dei clienti e del loro percorso di digitalizzazione”.

### COME EVOLVONO LE TECNOLOGIE

Questo per quanto riguarda lo scenario all’interno del Gruppo e le sue più recenti evoluzioni. Ma la scelta di approfondire



sempre di più il rapporto storico con Inductive Automation e di puntare sulla piattaforma multi-Scada Ignition impone un approfondimento dal punto di vista tecnologico. In questo ambito inizia infatti a essere utilizzata sempre più la parola “piattaforma”. Per decenni, il mondo OT ha vissuto sulla stratificazione rigida dei livelli della piramide dell’automazione: macchine, PLC, SCADA, MES, ERP, ciascuno con i propri software, i propri protocolli e i propri filtri. Una complessità che rendeva difficile orientarsi anche per manager e imprenditori. “Oggi con un’unica piattaforma”, osserva Lambardi, “l’ERP può parlare direttamente con la macchina, senza dover attraversare ogni strato. È un cambio epocale che semplifica l’integrazione e prepara il terreno all’intelligenza artificiale. Non a caso stanno emergendo protocolli,



come il Model Context Protocol (MCP) di Anthropic, che consentono di integrare più modelli di AI e di alimentarli con dati di qualità provenienti da tutti i livelli, senza complicazioni inutili. È lo stesso principio che vale per il cloud: da un lato i provider pubblici, dall'altro i cloud privati che garantiscono sicurezza e proprietà del dato". Il termine "piattaforma", ci racconta Lambardi, era sulla bocca di tutti all'ultima ICC, la Ignition Community Conference 2025, organizzata da Inductive Automation a Sacramento, in California, lo scorso settembre. Relatech era presente, in una convention che ha raccolto oltre 2.000 persone, tutti parte di una comunità preziosa. "Un ecosistema globale", lo descrive il manager, "che funziona come una grande famiglia, sul vecchio modello IBM, e che diventa

per noi una sorta di occhio e orecchio sul mercato". Oggi, nel mondo industriale, stiamo infatti assistendo a un'evoluzione importante: concetti come "Data Interoperability" e "Data Integration", da anni consolidati nell'ambito IT, stanno trovando una forma più strutturata e governata anche nei contesti produttivi e operativi. Questo significa che i dati generati dai macchinari e dagli impianti industriali (OT) non restano più isolati, ma vengono integrati e messi in relazione con i dati gestionali e informativi del mondo IT, creando un ecosistema coerente e connesso. "In questo scenario", commenta Lambardi, "si inserisce la nostra Industrial Data Platform, attraverso cui Relatech promuove la piena interoperabilità dei dati industriali, permettendo alle aziende di trasformare informazioni frammentate in conoscenza utile e governata. È un passo decisivo per colmare il divario tra IT e OT e per portare nel

mondo dell'industria la stessa maturità nella gestione dei dati che l'IT ha raggiunto da tempo".

### FOCUS SULLA GERMANIA

È proprio dalla stretta relazione con Inductive Automation che Relatech ha trovato il trampolino di lancio per espandersi oltre i confini italiani ed entrare sul mercato tedesco e austriaco. "Inductive Automation", ci spiega ancora Lambardi, "è un'azienda statunitense per certi versi anomala rispetto ai colossi americani, perché ancora familiare, fatta di persone e incline al confronto. Da momenti di dialogo insieme, siamo convinti che, per avere più successo sul mercato europeo, è fondamentale distinguere i ruoli di distributore e system integrator, che svolgono funzioni diverse e complementari. Nel tempo abbiamo costruito con Inductive una relazione di fiducia e affidabilità che ci ha consentito ora di ottenere il mercato per



L'intelligenza artificiale assume nella strategia di Relatech un ruolo chiave, sia nel creare nuove interfacce naturali tra uomini e macchine sia fornendo output creativi dall'analisi dei dati, in grado di aprire nuove opportunità di business.

## È! >COLLECTION

Germania e Austria”. La partecipazione alla fiera SPS di Norimberga rappresenta il primo atto visibile al pubblico dell'attività di Relatech CXS GmbH, con un focus sulla presentazione e la valorizzazione di Ignition. La Germania resta il mercato chiave dell'Europa, per quanto oggi viva una fase di difficoltà, soprattutto nell'automotive. “Ma è proprio nei momenti di crisi”, sottolinea il Presidente e fondatore di Relatech, “che si aprono spazi per player veloci e innovativi. Piattaforme come Ignition ci permettono di proporci come alternativa concreta a soluzioni consolidate”.

### L'ONNIPRESENZA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

L'intelligenza artificiale è il filo che unisce tutte queste scelte. Per Relatech non è un gadget, ma un assistente operativo. “La GenAI, in particolare, porta due benefici immediati”, spiega Lambardi. “Da un lato un'interfaccia naturale, che consente alle persone di parlare al sistema come se fosse un collega. Dall'altro output creativi, basati sull'analisi dei dati raccolti, che sorprendono anche i tecnici. Se la usi bene, libera tempo e consente alle persone di tornare su ciò che conta davvero: strategia, progettazione, relazioni”. Per questo Relatech punta sulla collaborazione tra intelligenza artificiale e intelligenza umana, e ha già sviluppato soluzioni molto concrete per portare la GenAI all'interno dei processi produttivi. “Queste tecnologie non si possono più ignorare”, osserva Lambardi. “La differenza la farà chi saprà usarle meglio e avrà il coraggio di sperimentare, anche a costo di qualche errore. A chi osserva che alcune soluzioni di AI agentiche proposte sul mercato non



La nascita della nuova Business Unit Relatech Cloud-Security risponde alle esigenze dei costruttori di macchine, che rappresentano il 70% del mercato della digitalizzazione e della cybersecurity industriale.

sono poi così efficaci, rispetto agli investimenti richiesti, rispondo che il successo dipende non solo dalla scelta di interlocutori preparati, come Relatech, ma anche da due condizioni essenziali: alimentare gli agenti AI con dati di qualità e definire con precisione le necessità di business per cui si intende usare l'AI agentiche. Spesso le aziende fanno fatica a metterle a fuoco ed è per questo che noi puntiamo molto sull'assessment iniziale, per allineare obiettivi, processi e rischi, e su una progettazione attenta di tutto il percorso. Per esempio, più si digitalizza un'azienda più la si espone a rischi cyber. Per questo servono progetti pilota, sperimentazione controllata e sicurezza by design. L'innovazione si fa anche fallendo, ma il fallimento va gestito”. Come?

Sperimentando in modo controllato, prevenendo i rischi e scalando solo ciò che si dimostra utile e sicuro. È qui che l'esperienza di una “One Company” come Relatech diventa un fattore per il successo.

### UNO SGUARDO AL FUTURO

Guardando al futuro, la rotta è tracciata. “Nel 2026 continueremo a investire nell'industria: consolidare l'Italia ed espanderci in Germania e Austria, nonché aprirci anche ad altri Paesi europei, con un'offerta sempre più verticale ma innovativa”, annuncia Lambardi. “Evolveremo il nostro modulo RexAI, pensato per calare le potenzialità dell'intelligenza artificiale generativa nel mondo fisico della produzione, integrandolo con Ignition e con più modelli di AI.

Rafforzeremo i servizi di cybersecurity in senso proattivo, non più limitandoci alla logica 'reattiva' del SOC, il nostro centro di cybersecurity a disposizione delle imprese, ma lavorando molto anche su sistemi capaci di prevenire gli attacchi prima che avvengano". Questo può avvenire, nella strategia del Gruppo, utilizzando strumenti di AI appropriati e formando team dedicati per studiare i dati del cliente e anticipare i pattern d'intrusione.

Tutto questo si affianca a soluzioni pratiche per i costruttori di macchine, che costituiscono il 70% del mercato della digitalizzazione e della cybersecurity industriale. "La nascita della Business Unit Relatech Cloud-Security va in questa direzione", aggiunge Lambardi, "e punta a creare nuove partnership per la protezione preventiva dei macchinari.

In questo solco rientra l'innovativo dispositivo Anybus Defender sviluppato da HMS, partner storico di EFA Automazione e punto di riferimento mondiale in ambito di comunicazione IIoT. I dispositivi Anybus

In tema di cybersicurezza, Relatech intende andare oltre la logica "reattiva" del SOC, il suo centro di cybersecurity a disposizione delle imprese, per sviluppare anche sistemi capaci di prevenire gli attacchi prima che avvengano.

Defender consentono di integrare con un approccio 'by design' la sicurezza fin dall'origine della macchina, in coerenza con i requisiti della normativa NIS2, di prossima applicazione. E lo fanno con le priorità specifiche dell'OT, in cui prevalgono la sicurezza delle persone, dei processi e la tutela della proprietà intellettuale. Inoltre, Relatech non si limita a fornire la tecnologia. Supportiamo i clienti anche con i giusti servizi di advisory e di education, che, soprattutto per il mondo cyber, sono fondamentali."

Un'altra direttrice è la partnership con Microsoft, che Relatech considera un partner strategico soprattutto per la media impresa. "Abbiamo inserito manager provenienti dal mondo Microsoft e abbiamo l'obiettivo di rafforzare sempre di più il nostro ruolo di partner di riferimento in Italia e in Europa per il manifatturiero".

Il messaggio finale è chiaro: "Bisogna avere il coraggio di investire proprio nei momenti di transizione, con budget orientati al business e partner che conoscono tecnologie e mercati. Siamo dentro una terza rivoluzione tecnologica, dopo quella di Internet: rinviare significa perdere vantaggio competitivo". E poi non si può dimenticare la dimensione politica e industriale che riguarda l'Europa: "Le tensioni geopolitiche ci spingono a compattarci", conclude il fondatore di Relatech. "Serve più gioco di squadra a livello italiano ed europeo, serve credere e investire in tecnologie e aziende locali. Noi stessi cerchiamo partner europei. È la strada per una strategia di medio-lungo periodo che ci consentirà di bilanciare gradualmente la nostra dipendenza dai brand americani a favore di un rafforzamento a livello nazionale ed europeo".

