

## PREMIO ASSITECA 2016-“Innovazione Digitale, storie di successo”: i vincitori e i risultati dell’indagine School of Management Politecnico di Milano

**Premio Assiteca 2016**  
Cerimonia e premiazione  
**INNOVAZIONE DIGITALE:**  
**Storie di successo**  
venerdì, giovedì 26 gennaio  
nel Gruppo 24 ORE - Sala Sara Bianchi - Via Monte Rosa, 91

in collaborazione con:  
Osservatori Digital Innovation, AIDA F, ANDAF, ANRA, Insurance Connect

Premiazione  
Imprese finaliste e vincitrici Premio Assiteca 2016

Dal 2010 Assiteca, il maggior broker assicurativo italiano indipendente quotato sul mercato AIM di Borsa Italiana, segnala le aziende che praticano le migliori politiche di risk management attraverso un premio annuale dedicato a “La Gestione del Rischio nelle Imprese italiane”. Il tema scelto per questa settima edizione è “Innovazione Digitale: storie di successo”, nella convinzione che la Digital Transformation sia una grande opportunità per le imprese italiane ma anche per sensibilizzare verso un tema sempre più urgente: la cyber security.

L’innovazione digitale, o **Digital Transformation**, è una grande opportunità per le imprese italiane che richiede però una trasformazione culturale e organizzativa e un piano strategico di Risk Management che si articoli in opportuni strumenti, policy e sistemi di governance. L’indagine, a cura degli **Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano**, si pone l’obiettivo di individuare i migliori progetti di innovazione digitale in Italia e sondare i modelli di governance e gestione del rischio che sono stati adottati.

All’indagine, a cura degli **Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano**, hanno partecipato complessivamente **237 aziende** distribuite su tutto il territorio nazionale. In base ai questionari e alle candidature raccolte, il Comitato Tecnico Scientifico ha definito il ranking delle aziende più virtuose, scegliendo prima le 26 finaliste e infine le aziende vincitrici.

**Luciano Lucca**, Presidente di Assiteca ha così commentato i risultati: “Siamo orgogliosi attraverso il nostro Premio di richiamare ogni anno l’attenzione sui temi del Risk Management. Quest’anno abbiamo scelto un tema di grande attenzione, quello della digital innovation, che abbiamo voluto approfondire anche dal punto di vista della sicurezza informatica, tema sempre più presente nell’ambito dei rischi aziendali. Siamo felici di aver portato alla luce con l’indagine e le premiazioni tante eccellenze nazionali, distribuite su tutto il territorio e speriamo che la ricerca condotta dal Politecnico in funzione del Premio possa dare un contributo alla riflessione, ma anche uno slancio all’azione”.

### AZIENDE VINCITRICI

premiare a Milano nel corso della cerimonia finale

### BUSINESS INTELLIGENCE, BIG DATA E ANALYTICS

Categoria Grandi Imprese/Nord:

– Bosch Rexroth S.p.A. (Cernusco sul Naviglio – MI) – soluzioni e servizi per applicazioni industriali e mobili

Categoria Grandi Imprese/Centro Sud:

– Natuzzi S.p.A. (Santeramo in Colle – BA) – produzione e vendita di divani, poltrone e mobili

### **SOLUZIONI MOBILE**

Categoria Grandi Imprese:

– Madi Ventura S.p.A. (Genova) – commercio all'ingrosso e lavorazione frutta secca

Categoria Piccole e Medie Imprese:

– Futura S.p.A. (Capannori – LU) – soluzioni innovative per il tissue converting

### **E-COMMERCE, MOBILE COMMERCE, MOBILE PAYMENT**

Categoria Grandi Imprese:

– Banca Mediolanum S.p.A. (Basiglio – MI) – finanza

### **SMART MANUFACTURING/INDUSTRIA 4.0**

Categoria Grandi Imprese:

– Gruppo Fontana (Veduggio con Colzano – MB) – produzione bulloneria

Categoria Piccole e Medie Imprese/Nord:

– Meccanostampi S.r.l. (Limana – BL) – costruzione di stampi e stampaggio di materie plastiche

Categoria Piccole e Medie Imprese/Centro Sud:

– MV Line S.p.A. (Acquaviva delle Fonti – BA) – produzione di zanzariere, sistemi filtranti e oscuranti

### **DIGITAL TRANSFORMATION**

Categoria Grandi Imprese:

– Fater S.p.A. (Pescara) – produzione assorbenti igienici e prodotti per la pulizia della casa

### **I PRINCIPALI RISULTATI DELLA RICERCA**

Il Report redatto dal Politecnico di Milano offre una riflessione sui temi della *digital innovation* e fotografa come stanno reagendo le imprese italiane alle sfide del cambiamento digitale. I risultati svelano un nuovo tessuto produttivo del Bel Paese in cui la digitalizzazione è soprattutto un processo culturale che impone di ripensare il modo di fare business, di adottare nuove modalità organizzative, cambiare i processi e le responsabilità all'interno dell'azienda mettendo al centro le persone e le loro competenze.

Le principali evidenze scientifiche:

#### **LA PERVASIVITÀ DEL DIGITALE E I TIMORI LEGATI ALLA DIGITAL DISRUPTION HANNO RESO ELEVATO IL COMMITMENT VERSO L'INNOVAZIONE**

- **Il 95% delle aziende analizzate ritiene l'innovazione digitale un fattore rilevante.** Nella maggioranza dei casi, il 40% delle aziende intervistate, l'innovazione digitale rappresenta un driver per migliorare efficacia ed efficienza dei processi; ben il 37% dei casi la considera un fattore imprescindibile per lo sviluppo futuro del business; il 18% pensa che sia importante per non perdere competitività. Solamente il 5% del campione ritiene l'innovazione digitale non prioritaria.

#### **L'INNOVAZIONE E' "FUTURO" PER LE GRANDI AZIENDE, "MIGLIORAMENTO DEI PROCESSI" PER LE MEDIE E "STRUMENTO DI RESISTENZA ALLA DISRUPTION" PER LE PICCOLE**

- **La percezione del ruolo dell'innovazione cambia in base alla dimensione aziendale.** Per le imprese con oltre 250 dipendenti sale dal 37% al 51% la quota di chi la ritiene un fattore imprescindibile per il futuro, solo il 2% non ne vede la rilevanza. Tra le medie il driver più forte è l'opportunità di migliorare i processi aziendali. Emblematico, infine, il fatto che per le imprese tra 50 e 100 dipendenti raddoppia la percentuale di chi è mosso dalla concorrenza e dal timore di perdere quote di mercato: le imprese più piccole sembrerebbero più mosse dal timore della digital disruption che dall'opportunità della digital transformation.

## NONOSTANTE LA CONSAPEVOLEZZA DELLE OPPORTUNITA' CONNESSE ALL'INNOVAZIONE DIGITALE, GLI INVESTIMENTI ICT RESTANO CONTENUTI

- **Investimenti a ritmo ridotto.** Meno di un'azienda su quattro investe più dell'1% del fatturato in ICT, solo il 3% investe oltre il 5%, mentre il 69% investe meno dell'1% dei ricavi complessivi in ICT e addirittura il 7% delle imprese non ha effettuato nell'ultimo anno alcun investimento in tecnologie digitali. La media complessiva è pari all'1,1%. **La proporzione tra budget investito in ICT e fatturato cresce con l'aumentare della dimensione aziendale:** considerando solo le aziende con più di 250 dipendenti, la media degli investimenti ICT sui ricavi è del 2,3%.

## L'INNOVAZIONE NON SEMPRE SI ACCOMPAGNA ALLA PRESENZA STRUTTURE ORGANIZZATIVE DEDICATE

- Un **fattore critico di successo** nei progetti di innovazione digitale è la **definizione di accurati modelli di governance**. Dalla ricerca emerge che, non sempre, l'attenzione al digitale si è già tradotta nella creazione di **ruoli e strutture organizzative dedicate alla gestione delle strategie di digital transformation**. Solo nel 14% dei casi è stata creata un'unità responsabile dei progetti di innovazione. In più, **in molte realtà non vi è una chiara strutturazione dei ruoli e delle attività**: nel 18% delle aziende analizzate la gestione non è strutturata e occasionale e nel 4% le diverse unità organizzative si muovono con autonomia, senza un presidio centralizzato.

## INNOVAZIONE IMPRESCINDIBILE DALLA GESTIONE DEL RISCHIO E DALLA SICUREZZA INFORMATICA

- E' assai elevata la consapevolezza dichiarata verso i temi della sicurezza informatica: ben il 67% delle aziende intervistate ha introdotto sistemi di information security. Circa 8 aziende su 10 hanno inoltre sviluppato policy e procedure per proteggere la rete aziendale e le relative risorse da accessi non autorizzati, furti, modifiche o interruzioni di servizio, oltre a sistemi volti a garantire la protezione e la gestione dei dati nell'intero ciclo di vita. Ancora poco diffusi, invece, i sistemi di sicurezza legati ai nuovi trend tecnologici: mobile, cloud e big data.
- Tra i timori percepiti dalle imprese la perdita di dati sensibili è al primo posto (3/4 delle aziende), al secondo i possibili attacchi informatici (72%) infine i danni reputazionali (61%).

Ancora poco frequente però la copertura assicurativa di questi rischi: 4 aziende su 5 non possiedono coperture dal rischio cyber. Il 36% del campione non considera rilevante il problema, il 22% ritiene il settore cyber insurance ancora immaturo, mentre un altro 22% sta valutando delle coperture per il prossimo futuro. Solo un'azienda su 5 ha adottato delle coperture, ma sono per la stragrande maggioranza polizze generiche che coprono indirettamente anche i rischi informatici.

- A dimostrazione che l'approccio alla gestione della sicurezza informatica sia ancora tattico e non strategico oltre 4 aziende su 10 non conoscono le implicazioni del nuovo regolamento europeo in tema di privacy (GDPR) e, tra queste, oltre la metà afferma di non conoscerlo affatto. Ma, soprattutto, 3 aziende su 4 non hanno ancora istituito alcun ruolo specifico dedicato alla gestione della sicurezza informatica.

## Executive Summary

*A cura di Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano*

*L'innovazione digitale, o digital transformation, è un'opportunità che tocca le imprese di qualunque settore e dimensione, perché consente di rendere più efficaci ed efficienti i propri processi aziendali, di sfruttare al meglio i mercati globali e persino di costruire nuovi modelli di business. Oggi, oltre che un'opportunità, questa sta diventando un'esigenza, per evitare che il proprio business perda di competitività minacciato da concorrenti più rapidi nello sfruttare l'innovazione digitale oppure da nuove realtà (come startup o grandi player online) che entrino nella propria arena competitiva con nuovi prodotti o servizi, abilitati proprio da Internet (la cosiddetta digital disruption).*

*Per questo, il Rapporto Assiteca 2016 ha indagato l'approccio delle imprese italiane all'innovazione digitale. Sono state intervistate complessivamente 237 aziende. Un campione ampio che, seppur non rappresentativo del tessuto imprenditoriale italiano, ha consentito di mettere in luce alcune linee di tendenza importanti.*

*La prima evidenza è che, vista la pervasività del digitale e i timori legati alla digital disruption che ha trascinato molte imprese verso il successo e molte altre verso il declino, ormai il commitment del top management verso questi temi è generalmente elevato e vi è una larga diffusione di progetti di innovazione digitale. In particolare, ai primi posti nel campione analizzato, si collocano iniziative legate a consolidamento applicativo, ERP e sistemi gestionali, seguite da soluzioni di information security e Mobile. Un bel passo avanti rispetto al passato, quando erano relativamente poche (anche se rilevanti) le imprese che investivano nel digitale e moltissime viceversa quelle che non ne vedevano la correlazione con*

*il proprio business.*

*Nonostante una diffusa consapevolezza delle opportunità dell'innovazione digitale, gli **investimenti in ICT delle imprese italiane analizzate rimangono piuttosto contenuti**: solo un'azienda su 5 investe più dell'1% del suo fatturato in ICT. La media complessiva è pari all'1,1%. Ed, infatti, ben il 30% delle aziende intervistate, alla domanda sulle **barriere principali**, risponde adducendo alla **manca di risorse economiche da destinare a questi investimenti**. Fattore che sappiamo essere a volte un alibi più che una criticità reale. Al contempo, crescono i budget destinati all'innovazione digitale al di fuori dell'area IT dell'azienda, a dimostrazione che il digitale è pervasivo e può toccare qualunque processo aziendale.*

*Un **fattore critico di successo nei progetti di innovazione digitale è la definizione di accurati modelli di governance**. Dalla ricerca emerge che, non sempre, l'attenzione al digitale si è già tradotta nella creazione di ruoli e strutture organizzative dedicati alla gestione delle strategie di digital transformation. Solo nel 14% dei casi analizzati, infatti, è stata creata un'unità responsabile dei progetti di innovazione. In più, **in molte realtà non vi è una chiara strutturazione dei ruoli e delle attività**: nel 18% delle aziende analizzate la gestione non è strutturata e occasionale e nel 4% le diverse unità organizzative si muovono con autonomia, senza un presidio centralizzato. Considerato però che i progetti più significativi toccano diverse aree dell'impresa, è opportuno coinvolgere fin da subito e con un ruolo attivo le diverse funzioni aziendali se non si vuole compromettere l'esito o rallentare i tempi di implementazione delle nuove iniziative. Questo implica necessariamente il superamento in azienda dei tipici silos funzionali, uno scambio continuo tra le line of business e una crescita di cultura manageriale e imprenditoriale di tutta l'azienda. E' una sfida complessa, in quanto risente di freni e resistenze organizzative storiche. Per questo l'attenzione del vertice dell'azienda su questo aspetto deve essere molto elevata.*

*Ulteriore conferma al fatto che, nonostante la dichiarata consapevolezza dell'importanza del digitale, l'approccio di molte aziende rimanga tattico e non strategico emerge dalle domande sulla gestione della sicurezza informatica. Sono moltissimi i progetti attivati all'interno del campione intervistato, ma oltre 4 aziende su 10 non conoscono le implicazioni del nuovo regolamento europeo in tema di privacy (GDPR) e, tra queste, oltre la metà afferma di non conoscerlo affatto. Ma soprattutto, 3 aziende su 4 non hanno ancora istituito alcun ruolo specifico dedicato alla gestione della sicurezza informatica.*

*Molta attenzione, nella ricerca, è stata dedicata a confrontare i risultati per classe dimensionale delle aziende intervistate. La nota positiva è che anche le imprese più piccole (tra 50 e 100 dipendenti) mostrano una buona propensione all'adozione dell'innovazione digitale, seppur – come prevedibile – con percentuali leggermente più contenute rispetto alle imprese di dimensioni più rilevanti. Interessante, in particolare, i driver che spingono verso l'innovazione digitale queste realtà: al primo posto vi è l'opportunità di migliorare i processi aziendali (comune alle altre realtà), ma al secondo posto il timore di perdere quote di mercato; in altri termini sembrerebbero più mosse dal timore della digital disruption che dall'opportunità della digital transformation.*

*La vista per macro-settori economici consente di tracciare alcune differenze tra le diverse categorie. Cambiano innanzitutto le tipologie di progetti introdotti: nel Retail più che raddoppia la componente eCommerce rispetto alla media, mentre nell'Industria sono le soluzioni di Smart Manufacturing ad assumere un ruolo importante, anche se la loro incidenza rimane ancora bassa (20%) rispetto ai picchi registrati per sviluppo di sistemi gestionali ed ERP (79%) e sistemi di Information Security (66%). Anche i driver di spinta al digitale mostrano alcune differenze: per oltre il 70% delle aziende del commercio, l'innovazione digitale è di fondamentale importanza per i risultati di business; molte di queste realtà, infatti, sono già state toccate (e in alcuni casi travolte) dalla crescita delle vendite online e dalla competizione dei grandi player dell'eCommerce mondiale. Nel settore della produzione, dove prevale l'industria, non stupisce, invece, la forte enfasi (superiore alla media) data all'innovazione digitale come driver per migliorare l'efficienza e l'efficacia dei processi. Infine il settore dei servizi è quello con il maggior numero di aziende (43% del totale) che ritiene l'innovazione digitale prioritaria per il futuro del business e solo il 2% non interessate ai temi digital. In generale, il settore dei Servizi appare il più maturo nell'affrontare la digital transformation; al contrario, quello che presenta più resistenze è il Retail: è qui, ad esempio, che è più elevata la percentuale di realtà dove i progetti digitali sono destrutturati e non esistono ruoli dedicati alla gestione dell'innovazione digitale.*

*Tornando ad uno sguardo d'insieme, ci sono altri due aspetti che rimangono aree di lavoro fondamentali per il successo dei progetti di innovazione digitale:*

- *la creazione di competenze digitali interne all'azienda atte a portare avanti i progetti di innovazione digitali; la ricerca non deve necessariamente essere all'esterno, ma è possibile attivare meccanismi virtuosi di scouting, assessment,*

*formazione e sviluppo all'interno dell'organizzazione;*

- *la trasformazione culturale nella gestione dei progetti innovativi; occorre, infatti, saper perseguire l'innovazione in modo agile e veloce, con approcci di learning by doing, seppur in un contesto che permane di risorse limitate, dove la paura del fallimento è elevata.*

*Alcuni dei casi candidati al Premio hanno già intrapreso questo percorso, a dimostrazione che non è una missione impossibile.*

*Assiteca S.p.A. nasce nel 1982 e oggi rappresenta la più grande realtà italiana nel mercato del brokeraggio assicurativo. In Italia la presenza nelle maggiori città e la conoscenza delle particolarità territoriali garantiscono alle aziende Clienti la massima attenzione nel soddisfare ogni esigenza. In Spagna è presente a Madrid e Barcellona. In Europa e nel mondo, in qualità di partner di EOS RISQ e Lockton Global Networks, Assiteca può garantire una presenza in oltre 100 Paesi.*

*Per rispondere alle richieste di un mercato in continua evoluzione, Assiteca ha costituito una serie di divisioni specializzate in particolari aree di rischio. Oltre alla Divisione Tecnica, che offre i migliori servizi di Risk Management, le Divisioni Internazionale, Trasporti, Crediti Commerciali, Energie Rinnovabili, Employee Benefits & Welfare, Rischi Edili, Cauzioni e Fidejussioni, Affinity e Pubblica Amministrazione.*

*Assiteca pone costantemente al centro delle proprie azioni la piena soddisfazione del Cliente nel rispetto di codici deontologici basati su principi di etica e trasparenza. Ne sono testimonianza la certificazione del Bilancio Consolidato, del proprio Sistema Qualità, l'adozione del Modello Organizzativo 231 e il Bilancio Sociale pubblicato dal 2003.*