

INNOVAZIONE

Aziende digital, lavori in corso

Alla consegna dei riconoscimenti per il Premio Assiteca sono stati presentati i risultati di una survey tra le imprese partecipanti: consapevoli del valore strategico dell'innovazione digitale, le firm italiane evolvono a velocità differenti, tra limiti organizzativi, poca conoscenza e difficoltà a investire

L'innovazione digitale affianca al proprio ruolo di strumento a supporto del marketing il lato dedicato alla gestione del rischio aziendale. È stata questa l'intenzione che ha guidato Assiteca nell'indire la VII edizione del suo premio *La gestione del rischio nelle imprese italiane*, dedicato ai progetti di innovazione digitale nel risk management. Nove i premi assegnati nella cerimonia che si è svolta ieri presso la sede del Sole 24Ore, corrispondenti alle categorie del concorso e alla dimensione o collocazione geografica delle aziende: "siamo felici di aver portato alla luce con l'indagine e le premiazioni tante eccellenze nazionali, distribuite su tutto il territorio", ha detto Luciano Lucca, presidente di Assiteca.

Il concorso ha visto la partecipazione di 237 imprese distribuite per il 25% in Lombardia, 13% in Piemonte e altrettante in Veneto, 21% le aziende del Centro Italia, e 11% tra Sud e Isole.

Tutte le partecipanti al premio Assiteca sono state coinvolte nell'indagine curata dagli Osservatori Digital Innovation della School of management del Politecnico di Milano, i cui risultati sono stati illustrati da Raffaello Balocco, del comitato scientifico. Il campione si trova per il 67% nel nord Italia, il 57% appartiene al settore industriale e tutte hanno più di 50 dipendenti. Obiettivo della ricerca, la mappatura dello stato di diffusione dell'innovazione digitale tra le imprese italiane, l'individuazione dei progetti più interessanti ai fini del premio e l'analisi dei modelli di governance e gestione del rischio adottati.

Nonostante in Italia il rapporto tra spesa per il digitale e Pil sia molto al di sotto della media europea (4% nel nostro Paese contro il 5,9% medio nei 27 Paesi Ue) e manchino circa 40 miliardi di euro allo sviluppo del digitale, le imprese italiane dimostrano coscienza del ruolo strategico delle tecnologie per la competitività: solo il 5% delle intervistate ritiene l'innovazione digitale un aspetto non prioritario per la propria azienda, del restante 95%, il 40% la considera essenziale per rendere più efficienti i processi aziendali (in maggioranza medie imprese), il 37% le attribuisce un ruolo imprescindibile per lo sviluppo futuro (51% tra le aziende sopra i 250 dipendenti), mentre il 18% ritiene che sia una leva fondamentale per essere competitivi e non perdere quote di mercato (soprattutto aziende tra i 50 e 100 dipendenti).

Ciò nonostante, gli investimenti in Ict delle imprese intervistate rimangono piuttosto contenuti: solo un'azienda su cinque investe più dell'1% del suo fatturato in Ict e il 30% ne attribuisce il motivo alla mancanza di risorse economiche da destinare.

(continua a pag. 2)



*(continua da pag. 1)***I MEGA TREND DEL DIGITALE**

L'analisi degli Osservatori Digital Innovation individua per il mercato italiano alcune tendenze in atto che dimostrano il crescente interesse verso le potenzialità delle tecnologie digitali applicate ai settori imprenditoriali. Il mercato dell'*e-commerce*, che nel 2010 valeva otto milioni di euro è cresciuto in questi anni con un tasso medio costante del 15-18% fino ai 19,6 milioni del 2016: ai settori *storici* del B2C, turismo, informatica, elettronica, si sono affiancati quelli tipici del *made in Italy* come l'arredamento, il food e l'abbigliamento, mentre sono stabili le compagnie assicurative on line. L'utilizzo delle applicazioni per smartphone e tablet è anch'esso in forte crescita, da un +15% delle funzionalità legate al *Mobile enterprise* al +77% delle applicazioni *commerce* nel *Mobile consumer*.

Anche il mercato dei *Big data* e *Data analytics* mostra importanti segni di crescita, passando dai 693 milioni di euro del 2014 ai 905 milioni del 2016: interessante notare che i soli sistemi per l'analisi dei dati destrutturati hanno avuto nell'ultimo anno una crescita di mercato del 44%, di contro a un +9% degli *analytics*.

In crescita anche il mondo *IoT*, il cui valore nel solo periodo 2014-2015 è aumentato del 30%, passando da 1,55 a due miliardi di euro: la capacità di riconoscere gli oggetti e di metterli in rete riguarda in prevalenza la domotica avanzata e lo *smart building*, le *smart car*, la logistica e le reti cittadine (*smart cities*).

L'*Industria 4.0*, con un valore di mercato nel 2015 di 1,2 miliardi di euro, si presenta come una *chance* di crescita per l'industria italiana: il manifatturiero nazionale in difficoltà potrebbe trovare slancio da strumenti come la stampa 3D, il cloud, gli *analytics* e l'automazione. In questo senso si attendono gli effetti del *Piano nazionale Industria 4.0* presentato a settembre dal ministro dello Sviluppo economico, **Carlo Calenda**.

LA NECESSITÀ DI GESTIRE IL RISCHIO

I mega trend individuati aumentano la necessità di gestire il rischio, ma sono ancora poche le aziende che hanno un approccio strategico alla sicurezza. Tra le imprese intervistate, i principali timori legati al digitale riguardano il furto o perdita di dati sensibili, i possibili attacchi informatici, i danni reputazionali e le vulnerabilità intrinseche dei sistemi cloud. Le aziende hanno avviato progetti per la sicurezza informatica, soprattutto di *network* e *data security*, ma manca un approccio sistemico al problema, tanto che il 52% dichiara di non avere una figura specifica dedicata alla sicurezza. Le intervistate mostrano carenze anche nella *compliance*: il 24% ancora non sa cos'è il *regolamento europeo sulla privacy* (Gdpr).

IL VALORE AGGIUNTO DELLA RICERCA

Il settore della ricerca è globalizzato ma l'Italia è uno dei Paesi che gode di maggiore considerazione in questo ambito. Esiste un gap in Italia tra il livello della ricerca e il mondo produttivo, ed è necessario trovare le vie per colmarlo. **Salvatore Majorana**, direttore del *Technology transfer* dell'Istituto italiano di tecnologia (IIT), è convinto che questa sia la strada per la ripresa: "il trasferimento tecnologico al mercato richiede uno sforzo da entrambe le parti, perché ricerca e industria sono mondi che parlano linguaggi diversi. Il nostro istituto sviluppa progetti di ricerca avanzata tra cui scegliamo quelli da proporre alle aziende che riteniamo più adatte a recepire le innovazioni". Ma si tratta prima di tutto di cambiare mentalità: "l'impegno per evolvere nella tecnologia è molto, e richiede un cambio di cultura e organizzazione interna. Serve investire in tempo e in denaro, ma non tutte le imprese possono permetterselo".

Maria Moro

LE AZIENDE PREMIATE**Business intelligence, big data e analytics**

Categoria Grandi Imprese/Nord:

- Bosch Rexroth S.p.a.

Categoria Grandi Imprese/Centro Sud:

- Natuzzi S.p.a.

Soluzioni mobile

Categoria Grandi Imprese:

- Madi Ventura S.p.a.

Categoria Piccole e Medie Imprese:

- Futura S.p.a.

E-commerce, mobile commerce, mobile payment

Categoria Grandi Imprese:

- Banca Mediolanum S.p.a.

Smart manufacturing/Industria 4.0

Categoria Grandi Imprese:

- Gruppo Fontana

Categoria Piccole e Medie Imprese/Nord:

- Meccanostampi S.r.l.

Categoria Piccole e Medie Imprese/Centro Sud:

- MV Line S.p.a.

Digital transformation

Categoria Grandi Imprese:

- Fater S.p.a.