



**POLITECNICO**  
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT

**OSSERVATORI.NET**  
digital innovation

**ASSITECA**  
Broker internazionale dal 1982

# Rapporto Assiteca 2017

La diffusione dell'innovazione digitale  
tra le imprese italiane

Raffaello Balocco  
School of Management  
Politecnico di Milano



L'Innovazione Digitale è  
un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese



Story

Gli Osservatori *Digital Innovation* della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di **fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale**

Gli Osservatori sono oggi un **punto di riferimento qualificato** sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di **Ricerca, Comunicazione e Formazione**

Produrre e diffondere conoscenza sulle **opportunità** e gli **impatti** che le **tecnologie digitali** hanno su **imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini**, tramite **modelli interpretativi** basati su solide **evidenze empiriche** e **spazi di confronto** indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la **domanda** e l'**offerta di Innovazione Digitale** in Italia



Mission

## Ricerca



- Focalizzata sui temi chiave dell'innovazione digitale
- Indipendente e orientata all'Open Innovation
- Basata su solide metodologie, pragmatismo, empirismo e analisi dell'eccellenza

## Network



- Composto da decisori e C-Level della domanda, dell'offerta e delle Istituzioni ed esperti
- Finalizzato a interagire, collaborare e sviluppare relazioni concrete
- Ampliato attraverso numerose occasioni di interazione



## Formazione



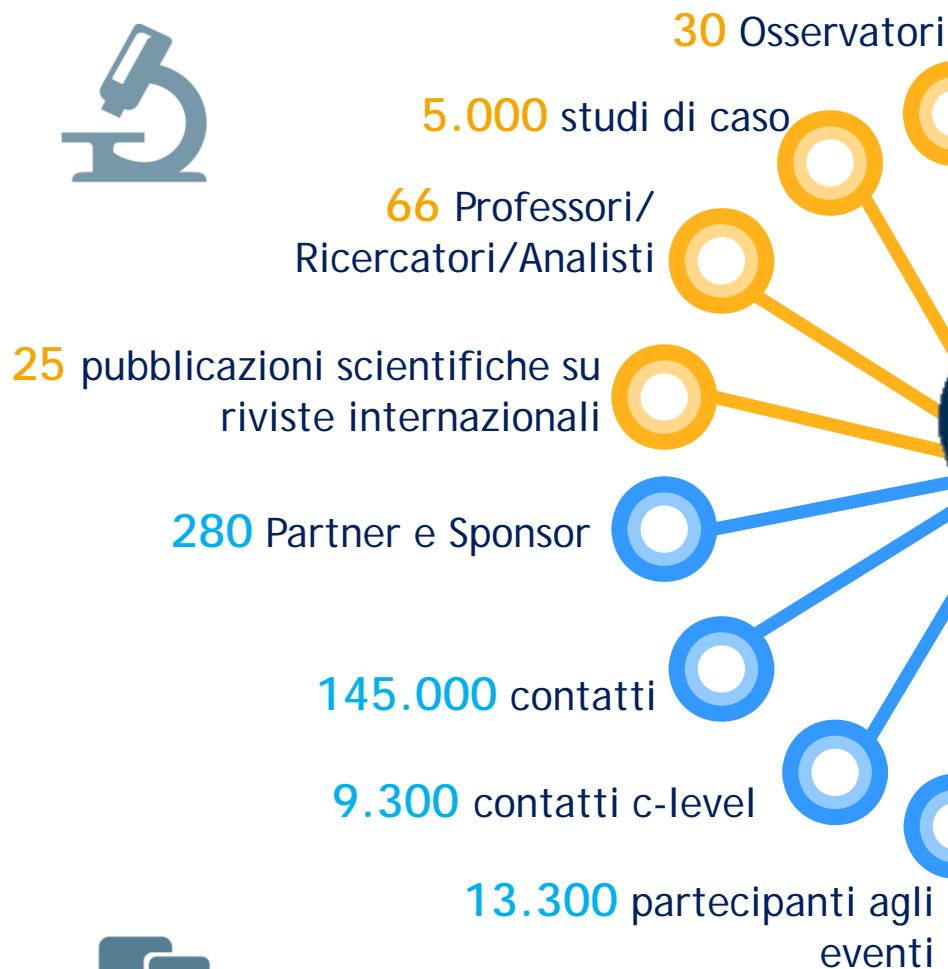
- Svolta da analisti ed esperti con un know-how unico e distintivo
- Finalizzata a un aggiornamento continuo e competente per manager e professionisti
- Erogata tramite una piattaforma multimediale e interattiva per la formazione a distanza

## Comunicazione



- Finalizzata a raggiungere il più ampio numero di persone
- Orientata a fare chiarezza sulle opportunità e diffondere buone pratiche, esperienze concrete e cultura dell'Innovazione Digitale
- Realizzata in modo multimediale e multicanale

## Ricerca



## Formazione



170 pubblicazioni con  
i risultati delle Ricerche

150 workshop online e  
webinar

4.400 uscite stampa (di cui  
1.200 su testate rilevanti)

20.000 visitatori unici  
del sito mensili

18.000 report cartacei distribuiti

135 eventi  
(convegni e workshop)



## Network



## Comunicazione

Spesa digitale/  
PIL



EU27

5,9%

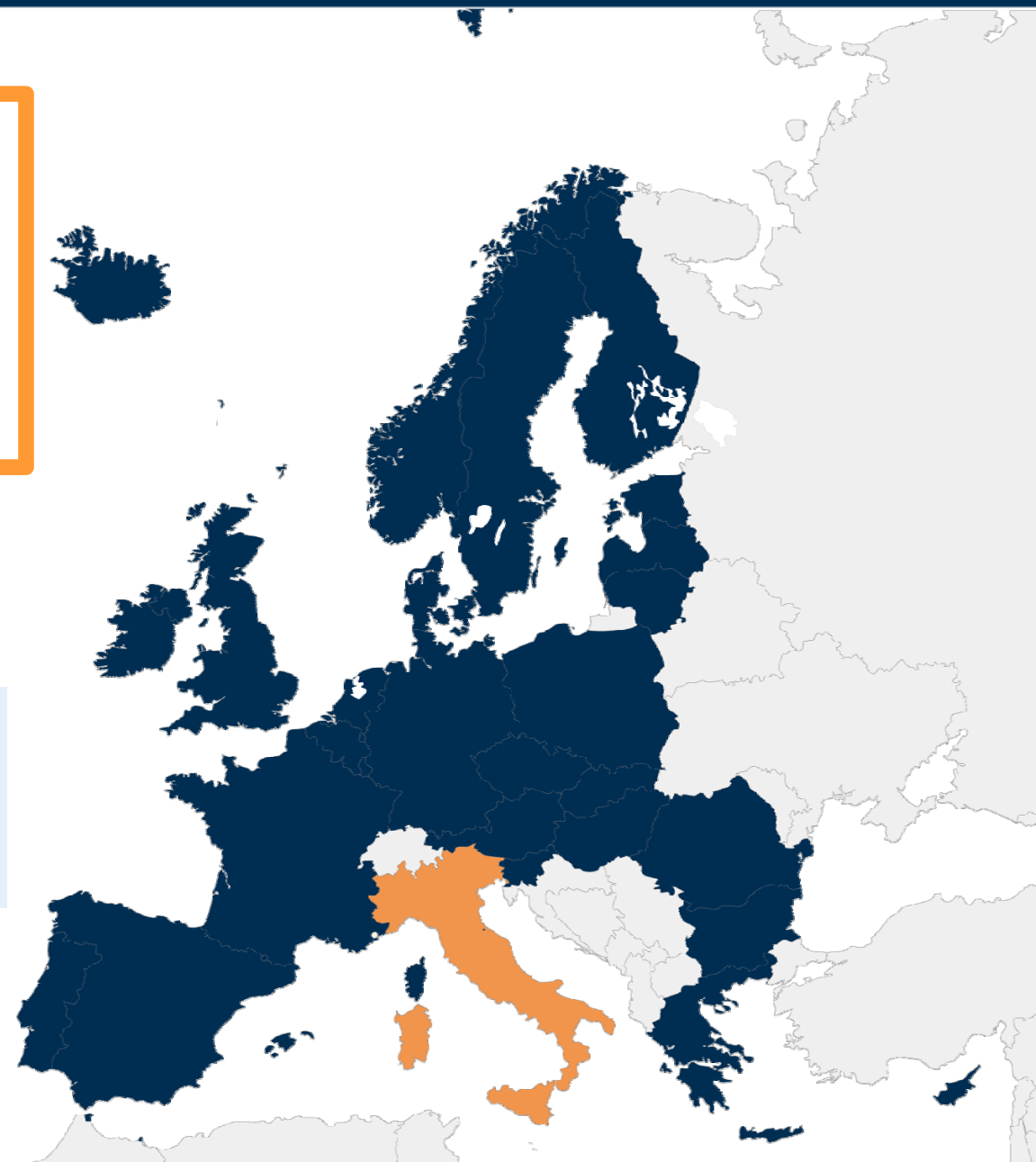


ITALIA

4,0%

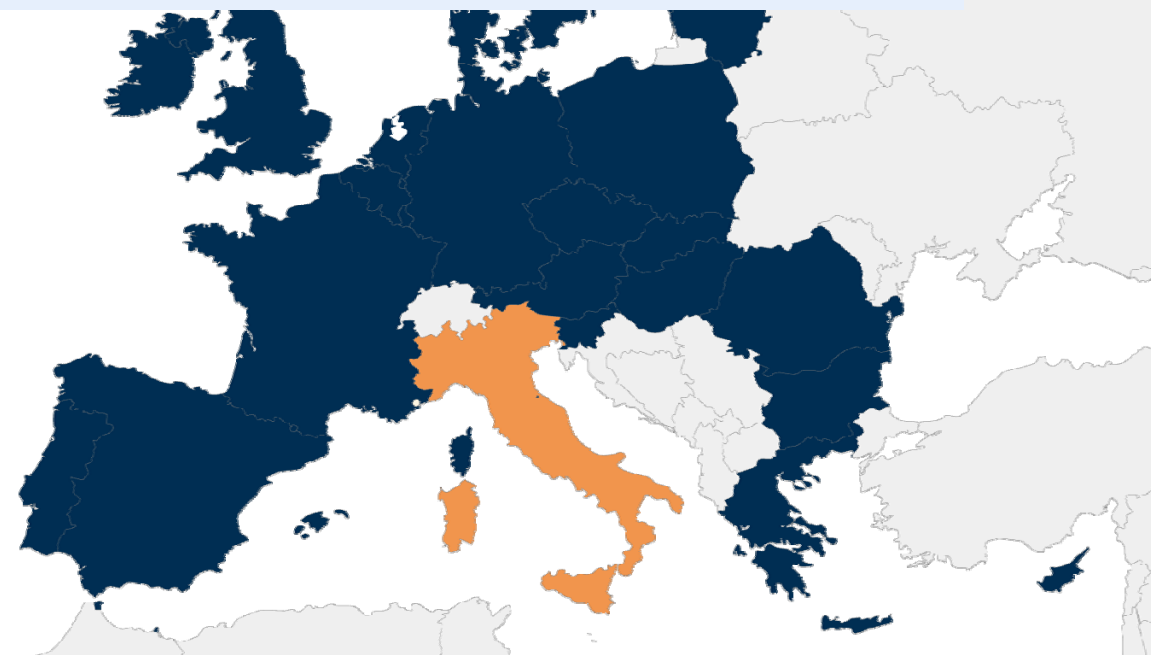


Mancano all'appello in Italia  
circa 40 miliardi € all'anno  
per lo sviluppo del digitale..



Fonte: Elaborazione dati Assinform

...eppure il 2016 non si può certamente archiviare come un anno negativo: il mercato digitale è in ripresa e le aziende italiane hanno dato **segnali concreti di crescita** ...





**POLITECNICO**  
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT

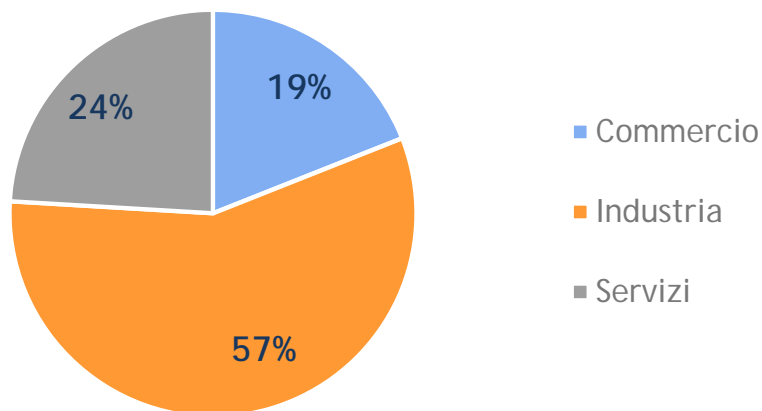
**OSSERVATORI.NET**  
digital innovation

**ASSITECA**  
Broker internazionale dal 1982

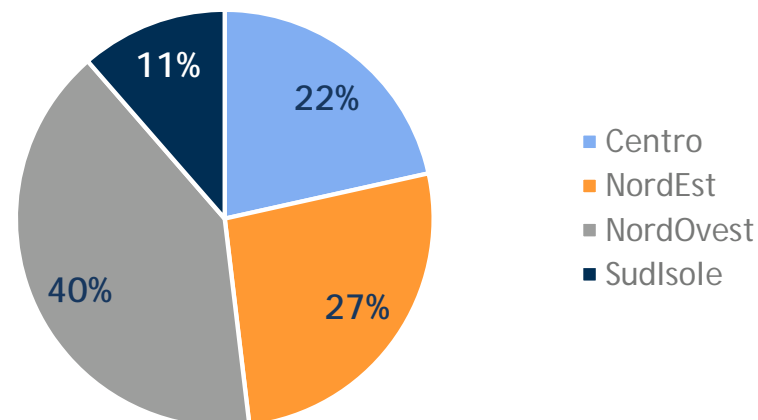
# I risultati della Ricerca Assiteca 2016

## 237 imprese italiane

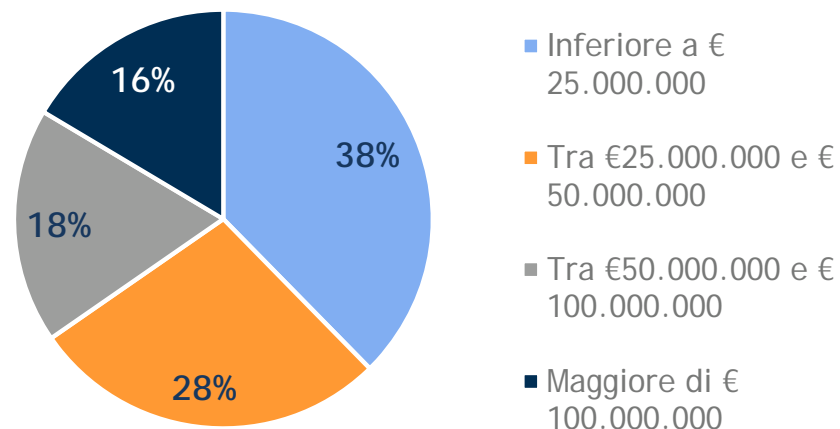
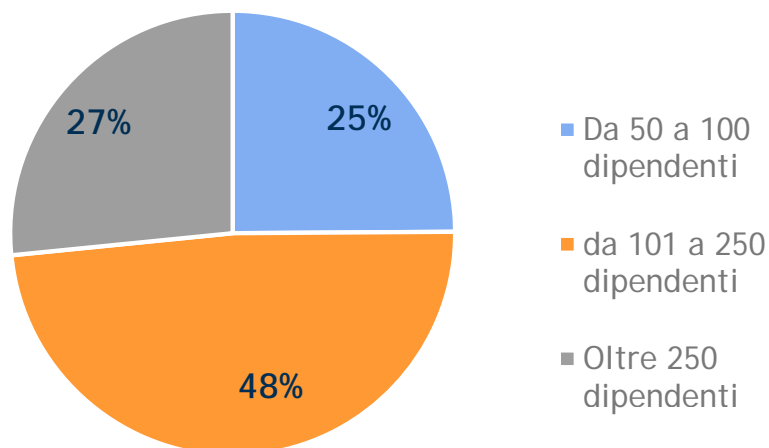
### Settore



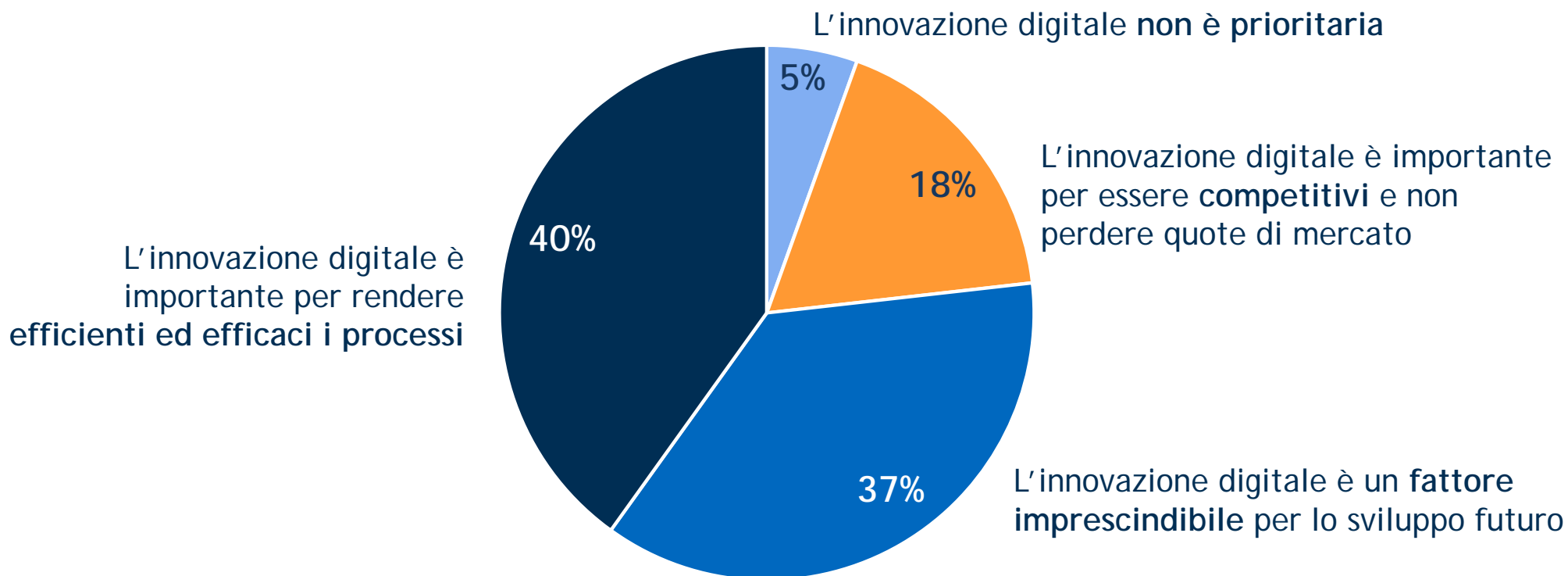
### Area geografica



### Il numero di dipendenti e il fatturato







- ❑ Più della metà delle grandi imprese afferma che l'innovazione digitale è un fattore imprescindibile per lo sviluppo del business
- ❑ Il settore Servizi e Commercio sono quelli in cui l'innovazione digitale risulta essere maggiormente importante per lo sviluppo futuro del business
- ❑ La maggior parte delle imprese di medie dimensioni e quelle del settore Industria ritengono l'innovazione digitale fondamentale per migliorare i processi interni



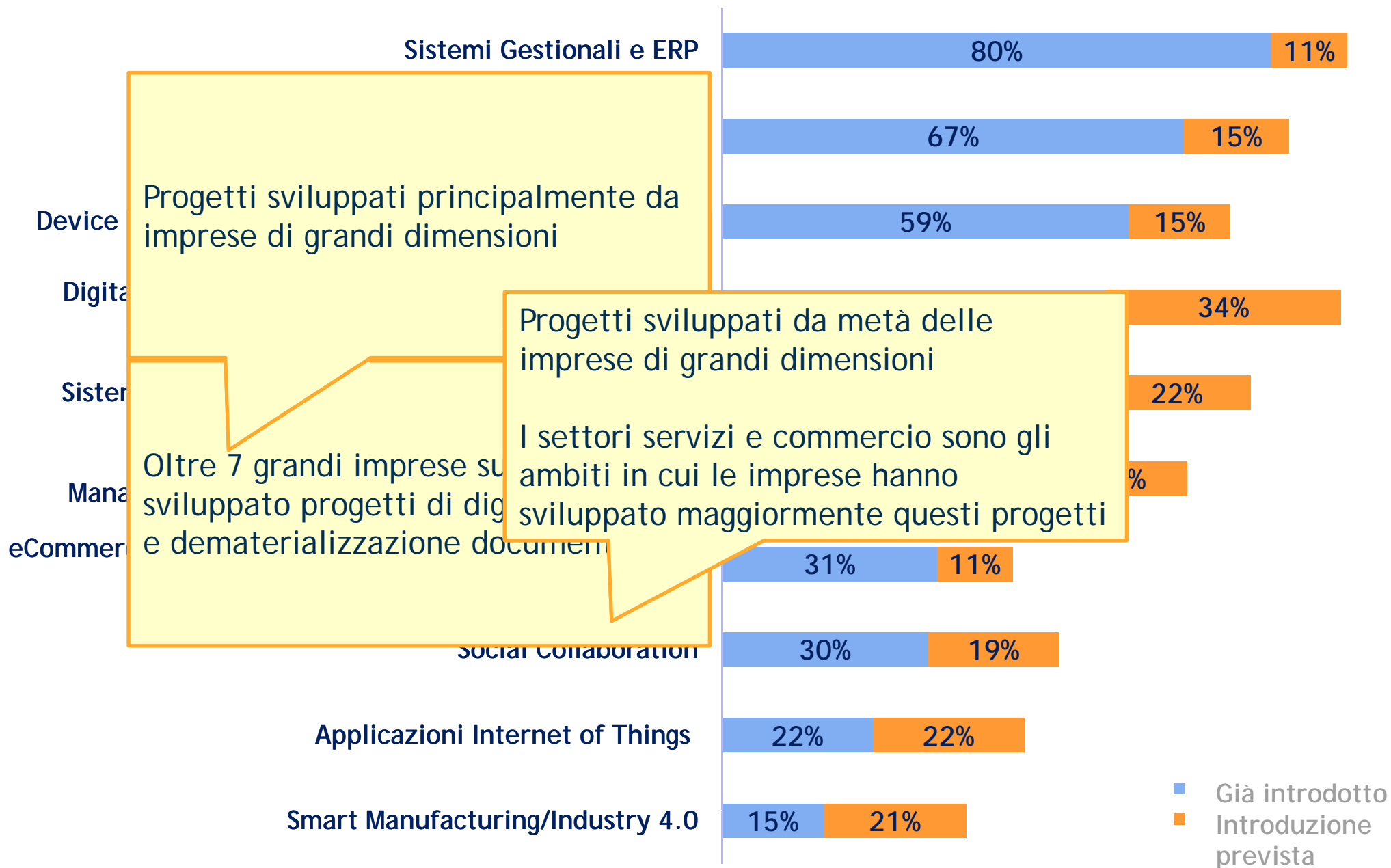
**POLITECNICO**  
MILANO 1863

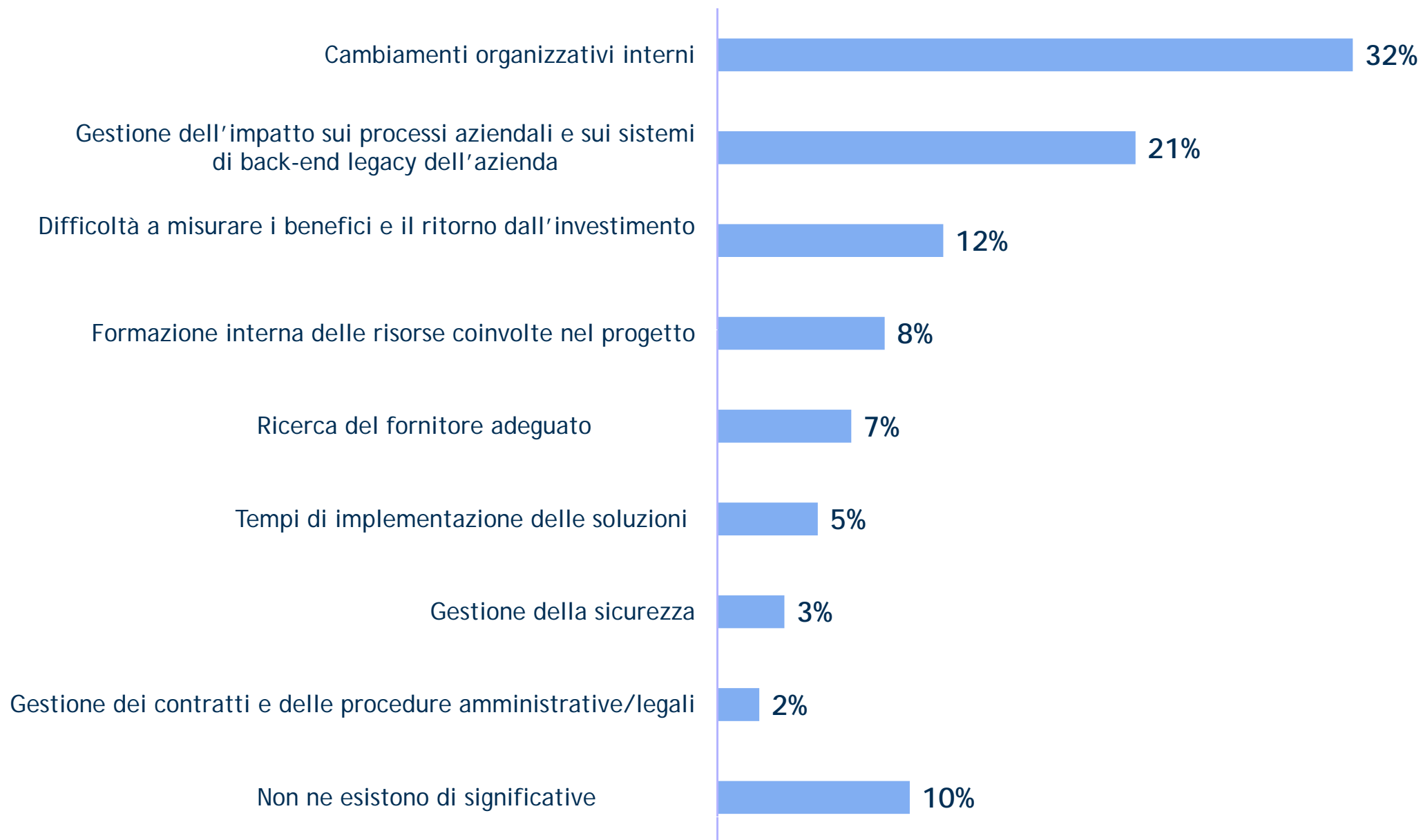
SCHOOL OF MANAGEMENT

**OSSERVATORI.NET**  
digital innovation

**ASSTECA**  
Broker internazionale dal 1982









**POLITECNICO**  
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT

**OSSERVATORI.NET**  
digital innovation

**ASSITECA**  
Broker internazionale dal 1982

# Alcuni «mega-trend» in atto



## Domanda

Acquisti online di prodotti e servizi (no home banking, gambling e download contenuti) da clienti italiani su siti eCommerce (italiani e stranieri)

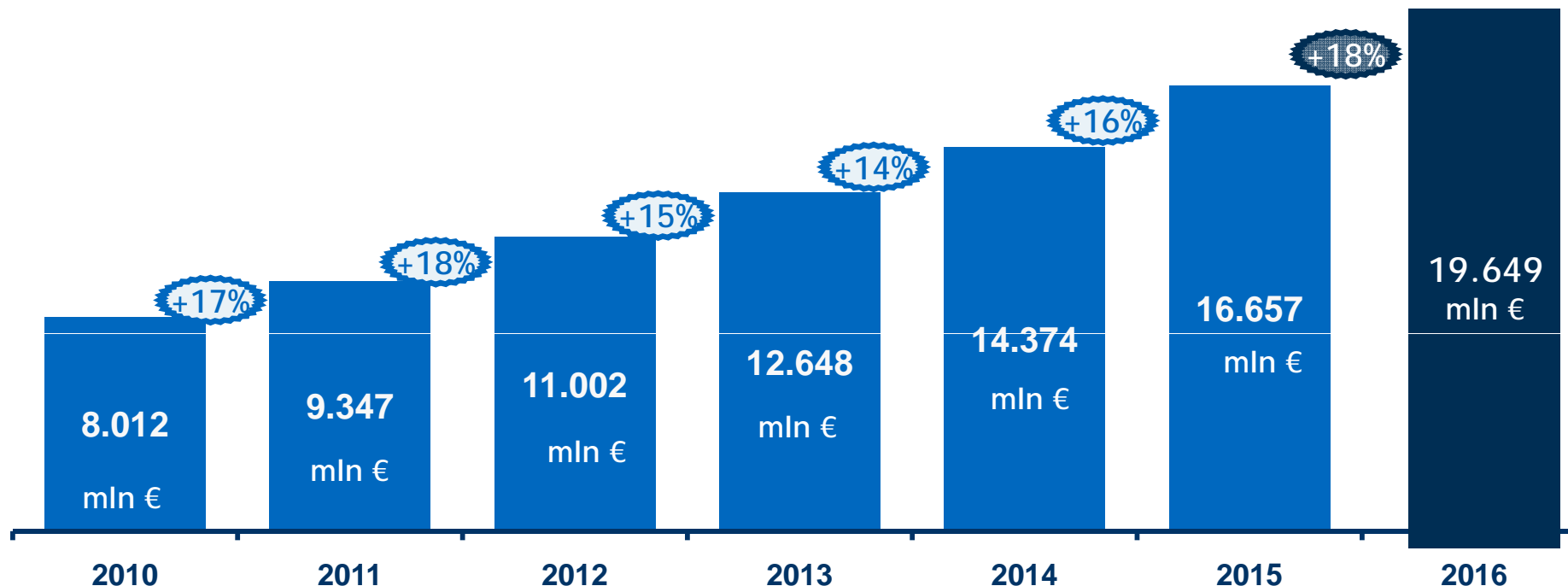


## Offerta

Vendite online di prodotti e servizi da siti eCommerce con operatività in Italia a consumatori finali (sia italiani che stranieri)



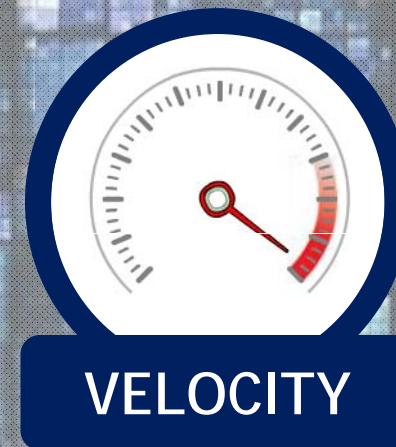
## Valore degli acquisti eCommerce da consumatori italiani



- ❑ I settori più rilevanti sono il turismo, l'informatica e l'elettronica che insieme valgono più di 11 miliardi di euro
- ❑ Ottimi tassi di crescita per arredamento, food&grocery e abbigliamento i cui mercati aumentano di valore della metà o di un terzo in più rispetto all'anno precedente
- ❑ Stabili le assicurazioni online

Fonte: Osservatorio eCommerce B2c, Osservatori Digital Innovation, School of Management Politecnico di Milano

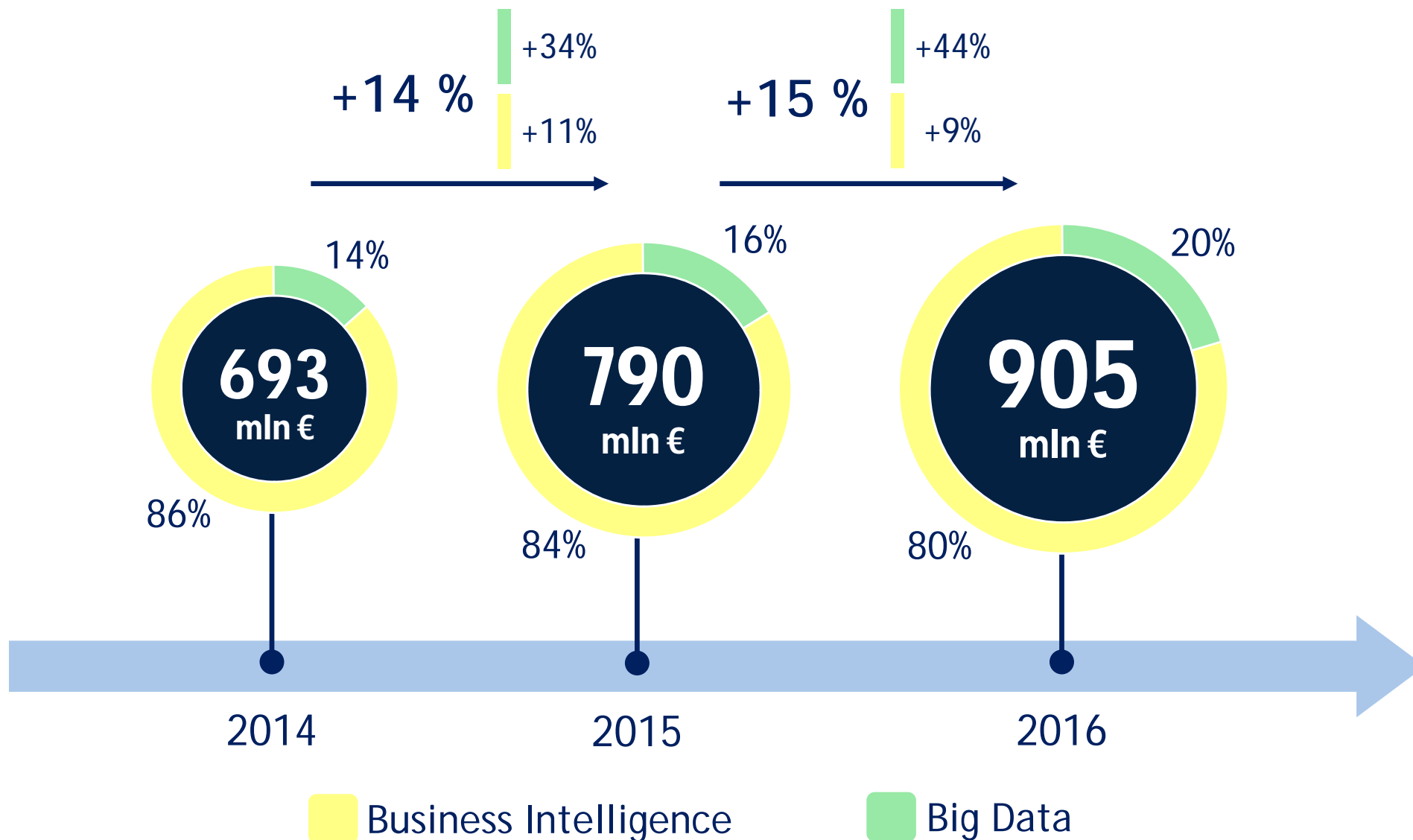




# 5 «V'S»







Fonte: Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, Osservatori Digital Innovation, School of Management Politecnico di Milano

L'espressione Internet of Things descrive un percorso nello sviluppo tecnologico in base al quale, attraverso la rete Internet, potenzialmente **ogni** oggetto della nostra esperienza quotidiana acquista una sua identità nel mondo digitale

Oggetti intelligenti (Smart



R



oggetti intelligenti (Smart networks)

**SMART**

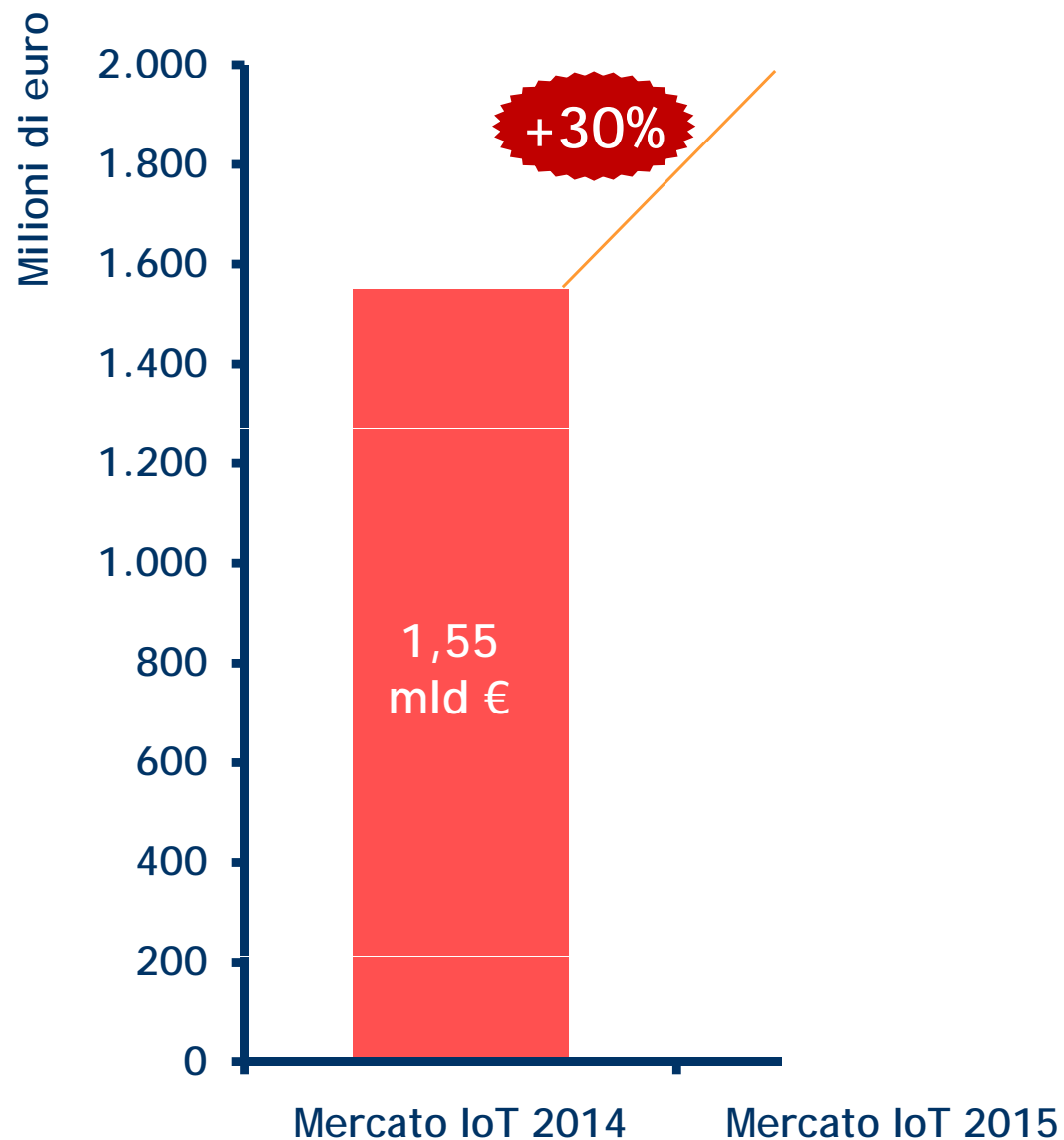
- Identificazione
- Localizzazione
- Diagnosi stato
- Metering
- Sensing
- Attuazione
- Elaborazione
- Comunicazione



**SMART =**

- standard
- tecnologie aperti
- Accessibilità dati / raggiungibilità oggetti
- Multifunzionalità

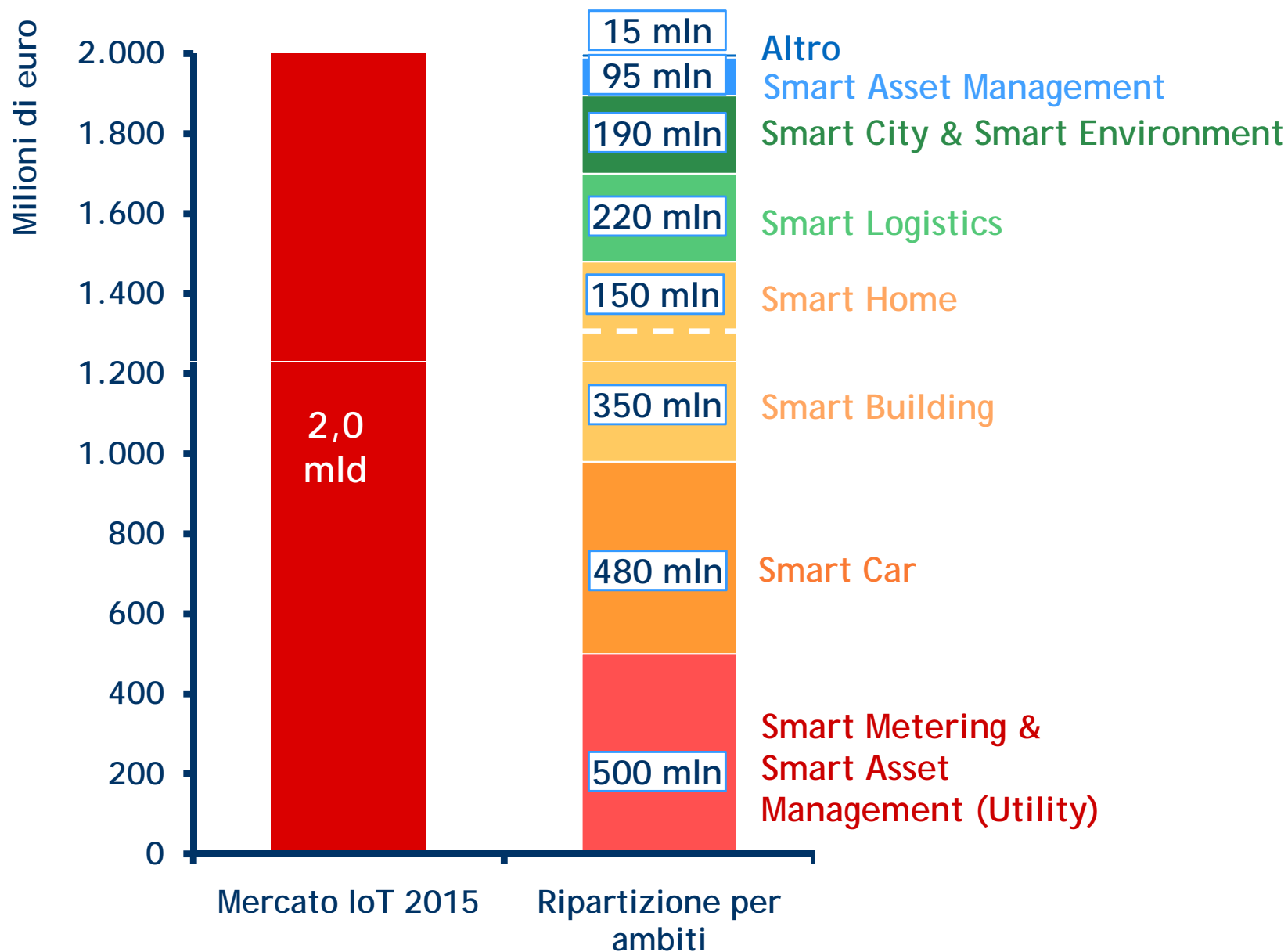




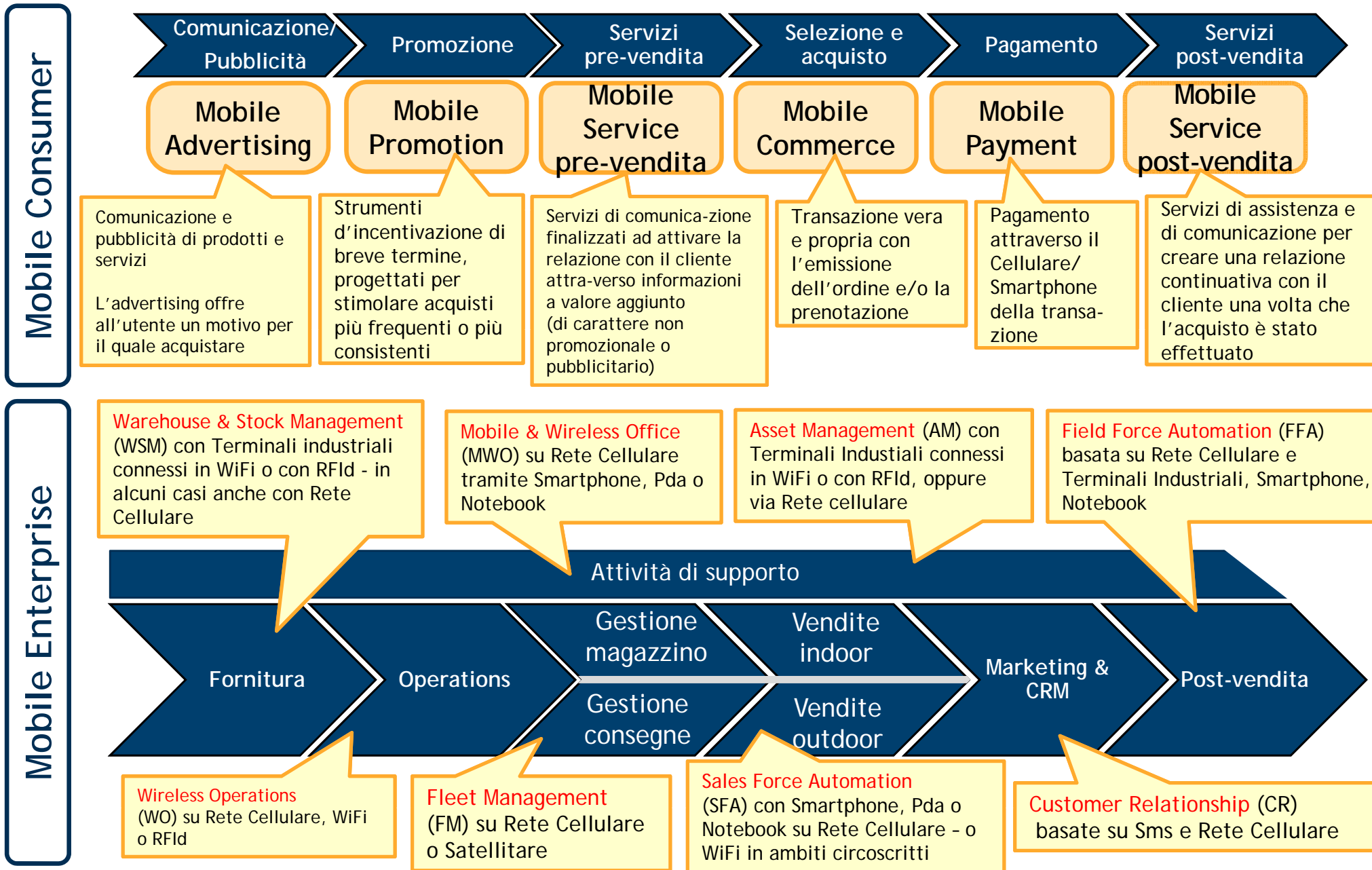
**Assinform**  
Nel 2015 il mercato  
ICT in Italia vale  
~ 64 mld€ e **crece**  
dell'**1,1%**

**Più del 50%**  
della crescita è  
direttamente  
riconducibile  
all'IoT

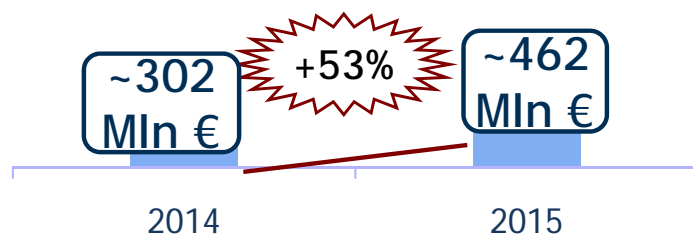
Fonte: Osservatorio Internet of Things, Osservatori Digital Innovation, School of Management Politecnico di Milano



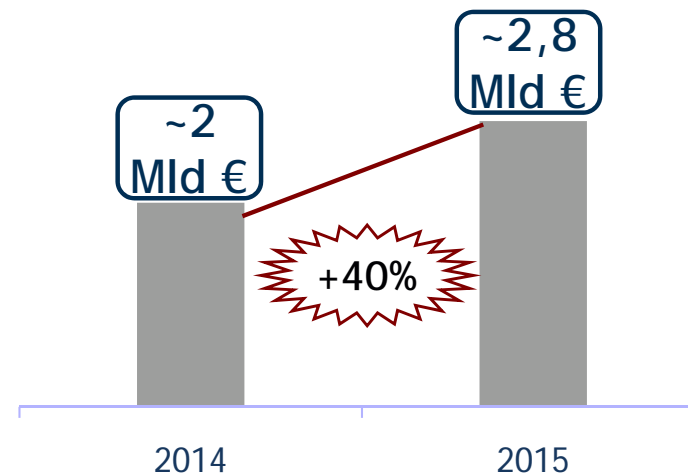
Fonte: Osservatorio Internet of Things, Osservatori Digital Innovation, School of Management Politecnico di Milano



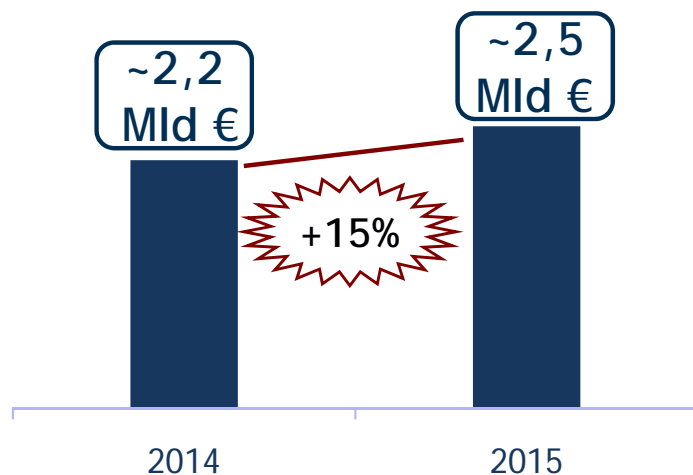
## Mobile Advertising



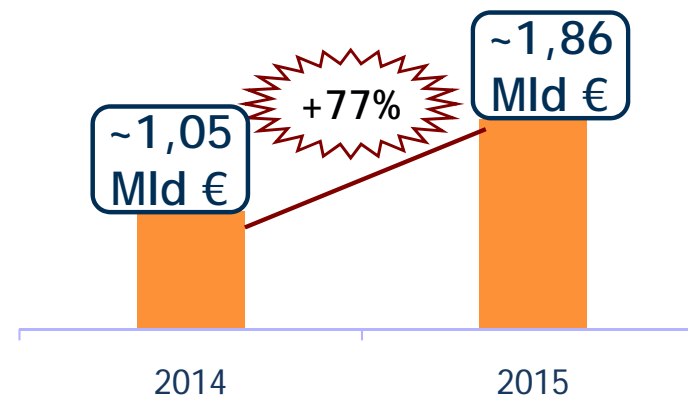
## Mobile Payment & Commerce



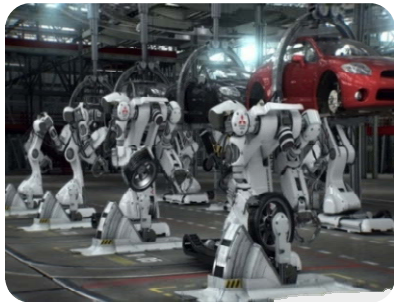
## Mobile Enterprise



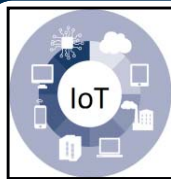
## Mobile Commerce



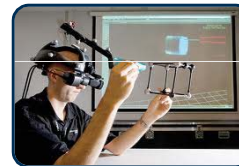
Fonte: Oss Mobile Advertising, Mobile Enterprise, Mobile Payment&Commerce, Osservatori Digital Innovation, School of Management Politecnico di Milano



L'espressione Industria 4.0 esprime una visione del futuro delle imprese industriali e manifatturiere secondo cui, grazie alle tecnologie digitali, esse aumenteranno la propria competitività ed efficienza grazie alla maggiore interconnessione e cooperazione delle proprie risorse (impianti, persone, informazioni), siano esse interne alla Fabbrica oppure distribuite lungo la catena del valore.



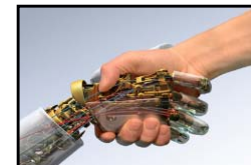
Industrial Internet  
(of Things)



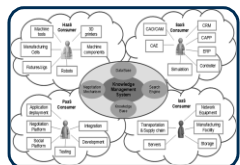
Advanced  
Human-Machine  
Interface



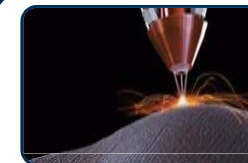
Industrial Analytics



Advanced  
Automation



Cloud  
Manufacturing



Additive  
Manufacturing

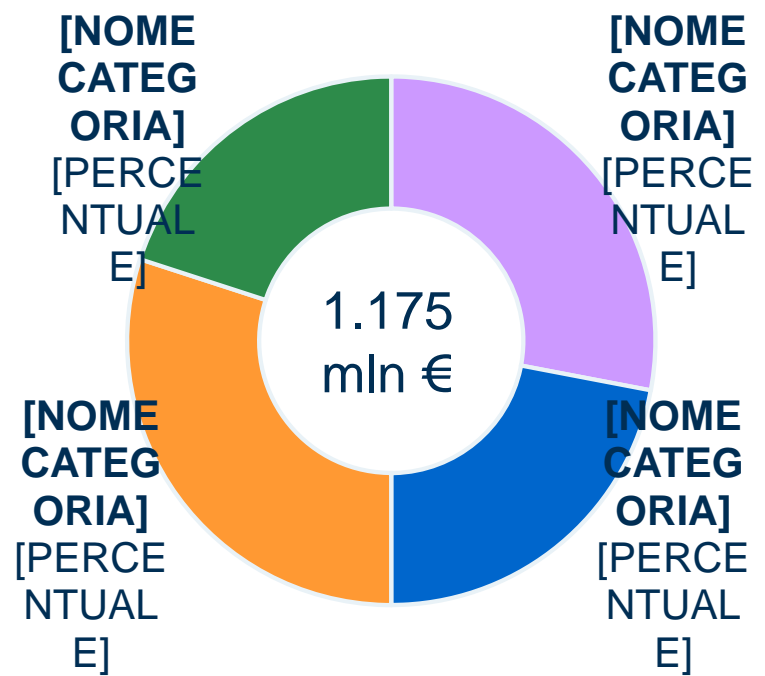
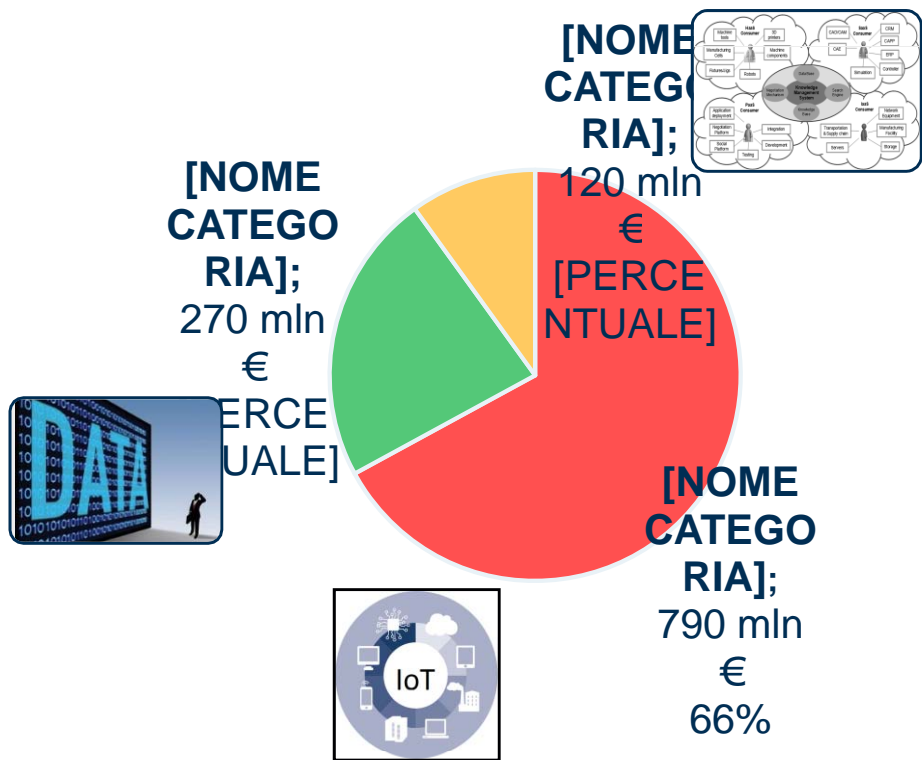
Information Technology

Operational Technology

Mercato totale Italia 2015  
1.2 miliardi di €

Le tre Smart Technologies

Le componenti di valore



Fonte: Osservatorio Industria 4.0, Osservatori Digital Innovation, School of Management Politecnico di Milano





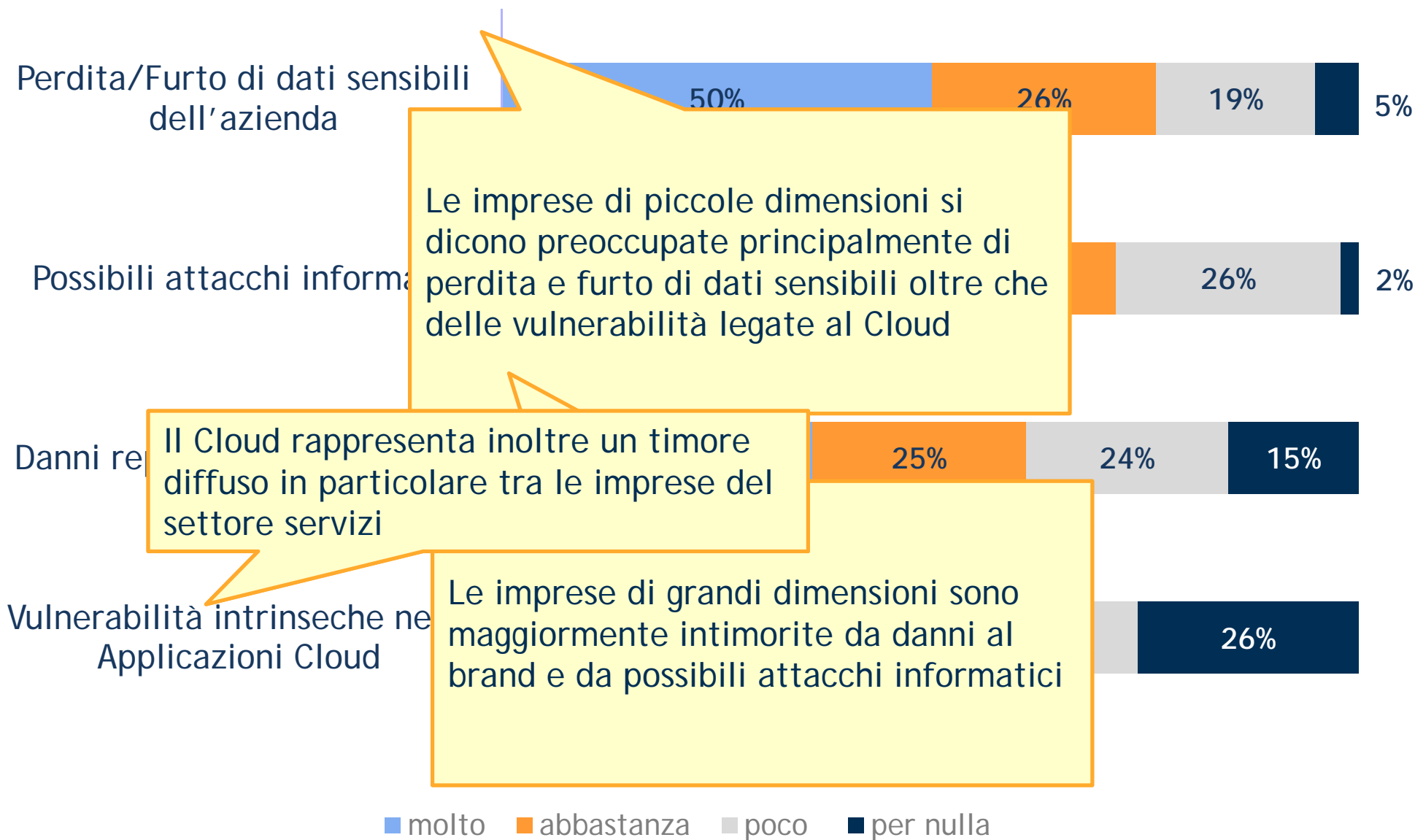
**POLITECNICO**  
MILANO 1863

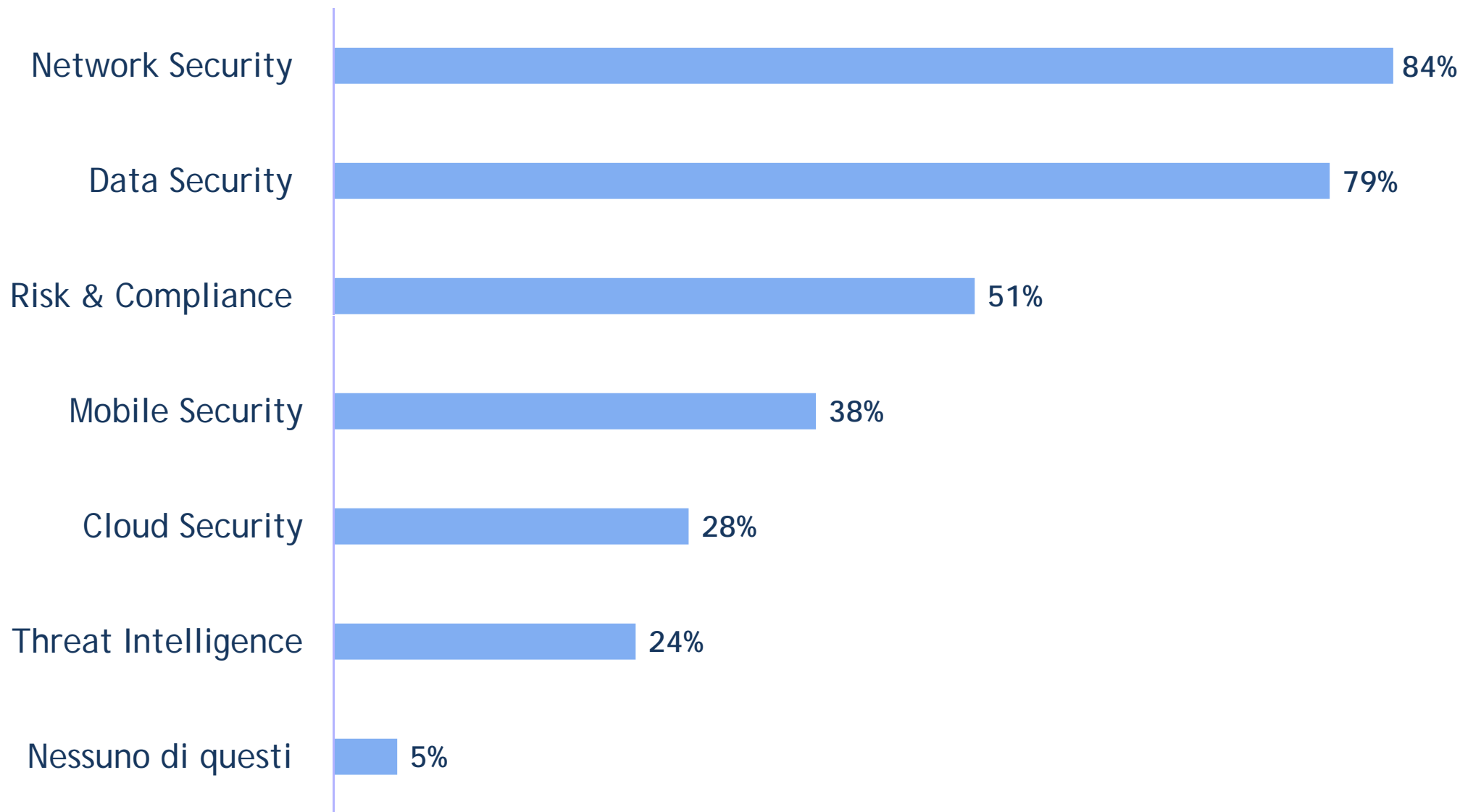
SCHOOL OF MANAGEMENT

**OSSERVATORI.NET**  
digital innovation

**ASSITECA**  
Broker internazionale dal 1982

Aumentano la necessità di gestione del rischio: le imprese sono pronte?





Non esiste un ruolo dedicato, la sicurezza informatica è responsabilità del CIO/ IT Manager

52%

Esiste un ruolo dedicato alla sicurezza informatica

25%

Non esiste un ruolo dedicato, la sicurezza informatica è responsabilità di una funzione diversa dall'ICT/IT

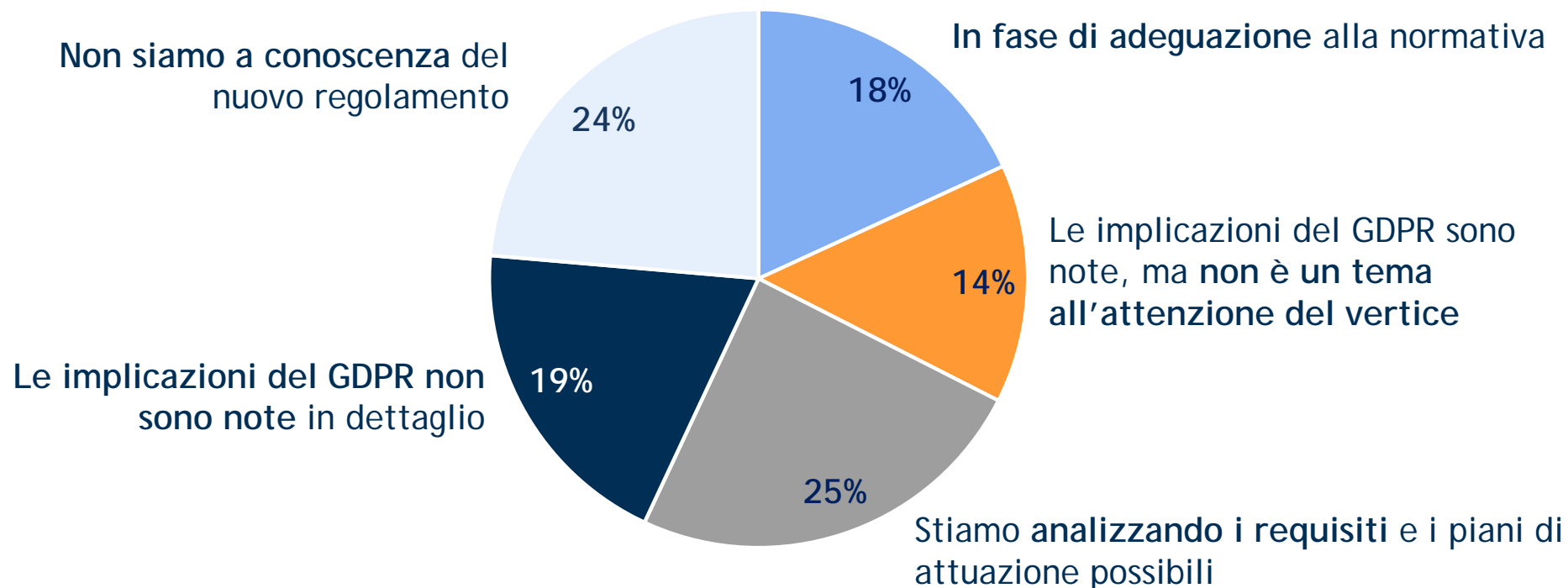
11%

Non esiste al momento una figura responsabile della sicurezza informatica, ma sarà introdotta nel prossimo anno

6%

Non riteniamo serva una figura dedicata alla sicurezza informatica

6%



- ❑ Le imprese che si stanno adeguando alla normativa sono principalmente di medie e grandi dimensioni
- ❑ Più della metà delle imprese di piccole dimensioni non conosce le implicazioni del regolamento o addirittura non conosce il regolamento stesso

- ❑ Percezione di elevata rilevanza dell'innovazione digitale da parte della quasi totalità delle imprese
- ❑ Crescita significativa di alcuni comparti nel mercato digitale
- ❑ La diffusione della digitalizzazione e la rilevanza sempre maggiore di alcuni mega trend digitali aumentano la necessità di gestione dei rischi informatici
- ❑ Ancora poche imprese hanno iniziato ad affrontare il tema in una prospettiva strategica