

Lo scenario delineato dalla ricerca di Talent Garden, Cisco Italia, Enel, Intesa Sanpaolo

Digitalizzazione ancora lontana

Imprese più consapevoli (pmi in testa), ma impreparate

Pagina a cura
DI ROXY TOMASICCHIO

La trasformazione digitale delle aziende italiane è un processo ancora in chiaroscuro. Da un lato, gli imprenditori sono sempre più consapevoli dell'importanza di questa evoluzione, ma, dall'altro lato, lentezze imprenditoriali e manageriali rappresentano un blocco ancora troppo forte. Sulla scia del salto generazionale che vede i «nativi digitali» nel mondo del lavoro, c'è più consapevolezza, è vero. Ma c'è anche tanta confusione su cosa sia la «digital transformation» (la trasformazione digitale, appunto), e ciò si traduce nella difficoltà ad avviare i processi di cambiamento necessari. Tra le ragioni principali, c'è la mancanza di conoscenza approfondita di tutti gli aspetti che compongono la trasformazione digitale stessa e di quali figure siano effettivamente necessarie. Ma i primi cenni di schiarita arrivano proprio dalle imprese più giovani e più piccole: nelle pmi la digitalizzazione vive un momento di particolare vitalità, ma è altrettanto evidente che è necessario un ulteriore impegno su tecnologie all'avanguardia, su cui è necessario investire con continuità, e sulle nuove figure professionali. Passando dalle parole ai numeri, sull'86% delle aziende che nel 2017 ha investito una percentuale del proprio fatturato in trasformazione digitale, il 38% ha investito tra l'1 e il 10%, il 18% tra il 10 e il 20%, l'11% tra il 20 e il 30% e solo il 6% tra il 30 e il 40% del proprio fatturato. Sono le aziende più giovani, il 53% del campione intervistato, a investire una

percentuale più alta del loro fatturato in digital transformation, rispetto al 47% delle pmi presenti sul mercato da più di 25 anni.

A tratteggiare questo scenario è la seconda edizione della ricerca nazionale sullo stato di digitalizzazione del paese, svolta su oltre 500 aziende con un fatturato non superiore ai 50 milioni di euro e realizzata dalla Scuola dell'Innovazione di Talent Garden, Cisco Italia, Enel e Intesa Sanpaolo, con il supporto dei ricercatori del Master in Digital Transformation per il Made in Italy, pensato per formare consulenti in grado di accompagnare le aziende verso il digitale e l'industria 4.0.

Luci e ombre. Il 67% delle aziende italiane ritiene che l'innovazione rappresenti un vantaggio competitivo, per il 49% impatta invece sull'aumento della produttività. A seguire, secondo il 48% sul miglioramento della qualità percepita dei clienti e per il 47% sulla qualità interna del lavoro. Ma cosa si intende per trasformazione digitale? Stando alla maggioranza delle imprese, si tratta di quel processo di evoluzione che influenza la progettazione dei modelli di business (67%) e lo sviluppo di una strategia digitale (53%). Risolto della

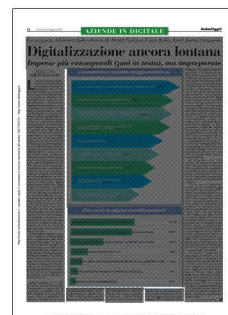
medaglia: il cambiamento organizzativo si limita all'ambito della comunicazione ed è affidato a professionisti appartenenti al marketing (63%) e non a figure specifiche come il digital officer. Un dato che sembra sottolineare quanto sul fronte della formazione del personale ci sia ancora da fare, nonostante il 54% degli intervistati ne riconosca l'alto valore: dai questionari si riscontra infatti, che l'ostacolo maggiore all'evoluzione digitale delle organizzazioni, sia la mancanza di competenze (43%). A conferma di questa contraddizione, il dato che vede, quale principale figura inserita in organico in tempi recenti, quella del digital marketing specialist (30%). In alternativa, le aziende (il 26%) non si rivolgono ad alcuna figura specifica. Chi si occupa dei dati in azienda, allora? Il 22% raccoglie dati senza analizzarli e il 36% non li raccoglie affatto. Solo il 16% li analizza e il 23% li pone come base strategica delle proprie considerazioni.

Gli ostacoli a una vera propria rivoluzione digitale arrivano, secondo la ricerca, dalla mancanza di competenze specifiche (43%). Proprio su questo aspetto, il 54% riconosce il valore della formazione, mentre il 46% ne fa molto poca o nulla.

Tra le aree di miglioramento, quella destinata agli incentivi: nonostante l'86% abbia investito in digital transformation, la maggior parte (67%) non conosce tali incentivi o non ne ha utilizzati. Il resto (33%) ha utilizzato tali incentivi in maniera abbastanza equilibrata, tra fondi e bandi (16%), voucher digitali (14%), bonus per R&S (13%) e incentivi fiscali (9%). Chi ha usufruito degli incentivi, lo ha fatto, per la maggior parte (20%), grazie a ricerca autonoma, altrimenti (21%) grazie a consulenti o commercialisti; il 14% attraverso eventi o comunicazioni istituzionali, un altro 14% attraverso il web grazie all'advertising su social media e blog, forum e community e l'11% grazie ad articoli su quotidiani o periodici.

Per quanto riguarda le tecnologie innovative che le aziende hanno intenzione di adottare nei prossimi tre anni, si rileva che oltre un quarto del campione è interessato alle applicazioni dell'Internet of Things (IoT), della blockchain, del cloud computing, del machine learning, della messaggistica istantanea e del Crm. In termini assoluti, il cloud computing e l'IoT, rispettivamente con il 35 e il 33%, guidano la classifica delle tecnologie digitali più interessanti.

—© Riproduzione riservata—



L'innovazione impatta maggiormente su



Che cos'è la digital transformation?

