

I dati della ricerca della School of Management del PoliMi, in collaborazione con PoliHub

# Innovazione digitale avanti tutta

## Il budget 2019 cresce del 2,6% per il 39% delle imprese

Pagina a cura  
di ANTONIO LONGO

**D**ematerializzazione dei documenti, big data analytics ed erp (pianificazione delle risorse dell'impresa) sono i settori su cui puntano le aziende italiane che investono nell'innovazione digitale. Un comparto in crescita, per il terzo anno consecutivo, con un budget di spesa che nel 2019 aumenterà, mediamente, di un ulteriore 2,6%, con quattro aziende su dieci che hanno dichiarato di volere incrementare tale voce di bilancio.

Sono alcuni dei risultati scaturiti dalla ricerca degli osservatori Digital transformation academy e Startup intelligence della School of Management del Politecnico di Milano. L'indagine, condotta in collaborazione con PoliHub, si è basata sulle risposte di 250 tra chief innovation officer e chief information officer e 45 interviste dirette che hanno permesso di fotografare gli scenari che caratterizzano l'innovazione digitale nelle imprese italiane. In particolare, il focus ha posto i riflettori sui livelli di adozione di nuovi modelli per gestire l'innovazione e sull'evoluzione delle collaborazioni tra startup e aziende. In tal senso, il 33% delle imprese ha già in atto iniziative di open innovation, ossia modelli di business partecipativi aperti a startup, centri di ricerca e aziende non concorrenti; il 24% ha in programma di realizzarli a breve. «Incrementare le risorse dedicate all'innovazione non è sufficiente», sottolinea **Mariano Corso**, responsabile scientifico dell'osservatorio Digital transformation academy, «per gestire la velocità e la pervasività con cui il digitale sta rivoluzionando ogni settore e attività professionale, è necessario ripensare completamente i propri modelli di business, sperimentando nuove forme organizzative che coinvolgono tutte le linee di business. Le imprese più lungimiranti si stanno attrezzando».

Rivisitare la cultura aziendale. Il mercato dell'innovazione digitale è trainato dalle grandi imprese che mostrano un incremento medio del 4,8%, seguite dalle medie (+3,2%) e dalle grandissime imprese (+1,9%).

Il report sottolinea che «la gestione dell'innovazione digitale è ancora un processo complesso e spesso è la stessa cultura aziendale l'ostacolo più difficile da superare». Quindi, la principale sfida organizzativa è rappresen-

### Adozione di approcci di Open Innovation



### Ict: il lavoro c'è, mancano professionalità

Le aziende italiane premono il piede sull'acceleratore del digitale ma faticano a reperire sul mercato le figure professionali di cui necessitano per attuare il cambiamento. La quarta edizione dell'osservatorio delle competenze digitali, condotto dalle maggiori associazioni Ict in Italia, Aica, Anitec-Assinform, Assintel e Assinter Italia con il supporto di Cfmt, Confindustria e il patrocinio di Miur e AgID, si è concentrata sull'analisi delle professioni e i ruoli dell'Ict. Secondo il report, «la crescita degli annunci web per le professioni Ict continua ed emergono profili nuovi, sono 64 mila gli annunci pubblicati in rete nel 2017, numero più che raddoppiato negli ultimi quattro anni, registrando un incremento del 7% rispetto al 2016». E le stime di crescita per il triennio 2018 - 2020 sono piuttosto interessanti, con nuovi posti di lavoro specializzati in Ict che potrebbero raggiungere quota 88 mila. Ma lo studio evidenzia che «il gap tra domanda e offerta di specialisti Ict conferma che occorre agire al più presto se si vogliono cogliere tutte le potenzialità del nuovo mercato del lavoro digitale». Le stime dell'osservatorio mostrano, per il 2018, un fabbisogno di laureati per le aziende che oscilla fra i 12.800 e i 20.500, mentre il mondo universitario dovrebbe laurearne poco più di 8.500, un gap che arriva, dunque, al 58%. Sul fronte dei diplomati, invece, il fabbisogno oscillerà fra i 7.900 e i 12.600, con un surplus che oscillerà fra i 3.400 e gli 8.100 (27%). «I laureati Ict crescono ma troppo lentamente», osserva il rapporto, «nel 2017 toccano le 7.700 unità, in lievissima crescita rispetto al 2016, ma sono calati gli specialisti in informatica e ingegneria informatica, pari a 4.460». La tendenza alla crescita delle immatricolazioni in area Ict non è uniforme a livello territoriale: Nordovest, Nordest e Sud crescono al ritmo del 6%, le Isole addirittura

+13%, diminuisce il Centro (-9,2%). In termini di genere, resta molto bassa la quota femminile, circa il 19%, contro il 53% nella media di tutti i corsi.

Per colmare tale disallineamento tra domanda e offerta di competenze e professioni Ict, l'osservatorio propone alcuni suggerimenti, articolati in quattro ambiti strategici: aumentare il numero di laureati e di esperti informatici con competenze avanzate, attraverso la fidelizzazione degli studenti Ict e una maggiore attrattività per lauree e diplomi superiori Ict; curare maggiormente il rinnovamento e la qualità dei percorsi di studio Ict; rafforzare l'aggiornamento permanente e la riconversione, considerando l'esistenza del paradosso in base al quale gli informatici sono sempre più richiesti nelle fasce di età più giovani e sempre più disoccupati nelle fasce di età sopra i 35 anni; infine, individuare nuovi modelli di interazione domanda-offerta nel mercato del lavoro per le professioni Ict. Tra le professioni più ricercate, gli sviluppatori guidano la classifica, seguiti dai consulenti Ict, cresce progressivamente anche la percentuale di ricerche attinenti le nuove professioni connotate alla trasformazione digitale quali il service development manager, il big data specialist, il cyber security officer. La «geografia» delineata dalla ricerca individua nel Nordovest, con la leadership della Lombardia, l'area in cui si concentra il maggiore incremento di ricerche con una quota pari al 48%. Anche le retribuzioni dei profili legati all'universo digitale sono in crescita, infatti nelle aziende di informatica ed elettronica i quadri registrano un +4,3% dei compensi e i dirigenti un +6,0% delle retribuzioni. Anche nelle aziende di consulenza e servizi Ict crescono le retribuzioni degli impiegati con un incremento pari al 2,5%, dei dirigenti (+1,9%) e dei quadri (+1,8%).

tata, per il 55% del panel, dallo sviluppo di strutture, ruoli e meccanismi di coordinamento che coinvolgono le diverse direzioni. Per migliorare tali profili, il 60% delle imprese ha già avviato iniziative per favorire l'attitudine imprenditoriale dell'organizzazione, per esempio sensibilizzare i manager a stili di leadership indirizzati all'accettazione del rischio e dell'errore, formare su temi

quali la gestione creativa e percorsi di formazione per stimolare l'innovazione fra i dipendenti.

**Apertura verso l'esterno.** Per quanto riguarda i processi di open innovation, l'osservatorio ricorda che «la rivoluzione digitale impone nuovi modelli di business aperti e partecipativi e le imprese ricercano spunti di innovazione da nuovi interlocutori come startup, cen-

tri di ricerca, clienti guida e aziende non concorrenti che si affiancano a quelli tradizionali».

In tale direzione, il rapporto distingue tra le operazioni finalizzate a incorporare stimoli esterni all'interno dei processi (inbound open innovation o outside - in) e il modello che esporta stimoli di innovazione interna (outbound open innovation o inside - out). Nel primo caso, il

66% del panel sviluppa collaborazioni con università e centri di ricerca, il 46% svolge azioni di partner scouting su imprese consolidate, il 43% fa attività di startup intelligence. E ancora, è significativa la percentuale che promuove call4ideas, startup o contest (29%). In fondo alle preferenze si piazzano il crowdsourcing (8%) e i corporate venture capital per entrare nell'equity di iniziative imprenditoriali (5%).

Nel secondo caso, si tratta di attività molto meno diffuse, avviate soltanto dall'11% del panel. In generale, si tratta di «iniziative prevalentemente affrontate con pragmatismo e grande prudenza e, nella maggior parte dei casi, si registra un approccio estemporaneo dal quale stenta ancora ad emergere una reale azione sistemica», spiega **Stefano Mainetti**, responsabile scientifico dell'osservatorio Startup Intelligence e ceo di PoliHub, «le aziende stanno oggi sperimentando l'utilizzo di un ampio spettro di azioni di inbound open innovation, con una predilezione per le attività più tradizionali e consolidate, che implicano minori investimenti e rischi, ma anche risultati di minore impatto. Nel caso dell'outbound, invece, le imprese tendono a utilizzare quelle azioni che consentono di mantenere internamente la proprietà intellettuale o che favoriscono la riduzione del rischio imprenditoriale». Secondo i risultati pubblicati dall'osservatorio, più della metà delle aziende intervistate guarda all'ecosistema delle startup come fonte alternativa per lo sviluppo di innovazione digitale. In particolare, il 33% delle imprese oggi ha collaborazioni già attive con startup e il 21% ha intenzione di avviare a breve. La percentuale di collaborazioni attive aumenta, notevolmente, fra le grandissime imprese (57%), mentre scende fra le medie (14%), anche se il 18% ha manifestato l'interesse a farlo in futuro. «La strada per avviare in modo efficace collaborazioni con startup è disseminata di ostacoli e non tutte le imprese decidono di percorrerla», sostiene **Alessandra Luksch**, direttore degli osservatori Digital transformation academy e Startup Intelligence, «ma l'interesse per queste realtà rimane alto per la possibilità di spunti di innovazione, l'apporto di una nuova cultura imprenditoriale e di modalità di lavoro più agili».