

Osservatori ICT & Management del Politecnico di Milano
www.osservatori.net

COMUNICATO STAMPA
Osservatorio Mobile Device & Business App

**Crescono gli investimenti nella Mobility in azienda:
le imprese che li ritengono prioritari passano dal 37% del 2012 al 50% del 2013; diventeranno
2 su 3 nel 2014. Parlando di dispositivi mobili, già il 57% delle imprese ha introdotto New
Tablet a supporto dei processi di business.**

Le grandi imprese italiane continuano a innovarsi nel segno della mobility

**2 imprese su 3 hanno già fornito a Executive & C-Level dispositivi New Tablet
Le Mobile Business App sono già state introdotte dal 35% delle Grandi Imprese coinvolte nella
Ricerca e 3 su 5 lo faranno nel breve-medio periodo;**

**Raddoppia anche il numero di Grandi Imprese che permettono l'utilizzo dei dispositivi
personali per attività lavorative: passano dal 20% del 2012 al 45% nel 2013.**

**Nelle PMI italiane i budget per la Mobility sono ridotti: meno di 15.000€ per l'86% delle
aziende.**

**Ma una su tre ha comunque introdotto l'utilizzo dei New Tablet fornendoli, nel 63% dei casi,
alla forza vendita.**

Milano, 19 Giugno 2013 - Nonostante lo scenario di contrazione economica in corso, il ruolo della Mobility a supporto dei processi di Business conserva - e addirittura rafforza - la propria rilevanza nelle "agende dell'innovazione" delle principali imprese italiane: "Nel 2013 un'impresa su due del nostro campione la ritiene una priorità alta o medio alta; diventeranno due su tre nel 2014", afferma **Andrea Rangone, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Mobile Device & Business App.**

"Il 57% delle imprese ha già introdotto New Tablet per una o più famiglie professionali e il 35% utilizza già anche Business App, cioè applicazioni sviluppate specificatamente per i device mobili (tablet e smartphone in primis): nel breve-medio termine diventeranno, rispettivamente, il 90% e il 96%. Inoltre, il 58% delle imprese che hanno già introdotto delle Mobile Business App ha adottato anche una piattaforma di Enterprise Application Store, cioè un Application Store interno, aziendale, finalizzato alla gestione delle applicazioni e dei device mobili usati dal personale".

Le PMI sono restie a investire nell'IT ma 1 su 3 ha adottato i New Tablet, destinandoli nel 63% dei casi di adozione alla forza vendita. La penetrazione delle Mobile Business App si ferma però al 25% delle PMI e di queste solo un 46% ha adottato un Enterprise Application Store.

È quanto emerge dalla fotografia scattata dall'Osservatorio Mobile Device & Business App della **School of Management del Politecnico di Milano***. I dati della Ricerca, presentata a Milano presso il Campus Bovisa in occasione del Convegno "**Mobile Enterprise: tap your Business!**", illustrano il grado di adozione nelle grandi aziende e nelle PMI del trinomio composto dai nuovi Mobile Device, le Mobile Business App e gli Enterprise Application Store.

Le risposte fornite da 200 capi dei sistemi informativi (Chief Information Officer o CIO) di grandi aziende sopra i 250 dipendenti mostrano come già il 57% di loro abbia introdotto New Tablet e il 62% si dichiara soddisfatto della scelta effettuata.

Nelle grandi aziende, l'utilizzo dei New Tablet si è diffuso tra il top management: nel 2012, il 64% dei CIO li ha forniti a Executive & C-level (CCO, CEO, CFO, CSO) e un altro 12% li introdurrà nel breve periodo. Anche il Personale di Vendita in parte li sta già utilizzando (41% delle aziende, in crescita rispetto al 29% dello scorso anno) o li utilizzerà in futuro (16% a breve e 25% a medio/lungo), e la velocità di adozione per questa figura professionale risulta, negli ultimi tre anni, molto elevata.

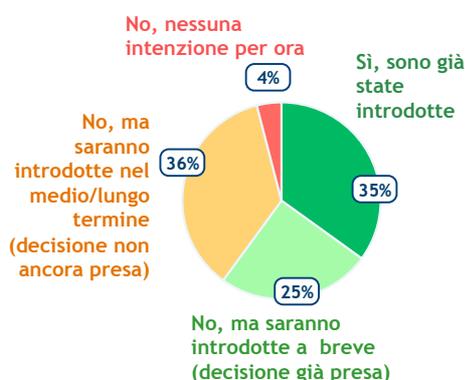
Le Mobile Business App più adottate in azienda vanno infatti a supportare questa categoria. Le App di Sales Force Automation, sviluppate (o personalizzate) ad hoc per supportare specifici processi di vendita e merchandising, sono utilizzate dal 59% delle aziende; mentre le App di Field Force Automation, sviluppate per supportare specifici processi operativi sul campo (manutenzione, trasporto, ecc.), si attestano al secondo posto con il 41% di diffusione. Le App di Personal Productivity, che permettono di visualizzare informazioni e report aziendali e produrre documenti, sono tra le App che verranno maggiormente adottate in futuro.

I CIO sono consapevoli dell'importanza di queste soluzioni: nel medio periodo il 96% avrà introdotto Mobile Business App in azienda: il 35% lo ha già fatto, ancorché siano destinate a una "piccola" parte dei dipendenti, e il 61% conta invece di introdurle in futuro (25% a breve e 36% a medio termine).

OSSERVATORI.NET
 ICT & Management

Le Business App nelle Grandi Imprese Il livello di adozione

Le Mobile Business App sono già state introdotte nelle Grandi Imprese italiane?



Base empirica:
 182 CIO

Per la pubblicazione, installazione e aggiornamento delle applicazioni, il 58% delle aziende che ha già introdotto Mobile Business App ha adottato anche una piattaforma di Enterprise Application Store, che consente di controllare gli accessi, gestire il licensing e profilare gli utenti per garantire

la sicurezza dei dati delle App e tutelare il rispetto delle policy aziendali.

Anche l'attenzione verso il paradigma del «Bring Your Own Device» cresce sensibilmente in tutti gli attori coinvolti nella Ricerca: è, infatti, raddoppiato il numero di Grandi Imprese che permettono l'utilizzo di dispositivi personali per attività lavorative, passando dal 20% del 2012 al 45% del 2013, nonostante nel 63% dei casi i CIO non abbiano definito puntualmente una policy che regoli l'uso dei dispositivi personali. Approfondendo ulteriormente il tema, emerge come al momento solo il 6% dei dipendenti (esclusivamente Executive & C-Level) può scegliere e acquistare in autonomia il dispositivo mobile; un ulteriore 34% (anche in questo caso si tratta di Executive & C-Level) può scegliere il dispositivo, che verrà in seguito acquistato dall'azienda (modello «Choose Your Own Device»).

“Ben diverso lo scenario delle PMI Italiane”, afferma **Paolo Catti, Responsabile dell'Osservatorio Mobile Device & Business App**. “La ricerca effettuata su un campione statisticamente significativo di 421 PMI con meno di 250 dipendenti evidenzia come, nella maggior parte dei casi, le PMI siano restie a cogliere le opportunità dell'innovazione legate ai nuovi Mobile Device e alle Business App”.

Nel 2013, infatti, solo il 30% delle PMI Italiane attribuisce una priorità Alta o Medio Alta ai progetti di Mobility; nel 2014 questa percentuale aumenta solo marginalmente (37%).

Tuttavia è elevata la diffusione di New Tablet: 1 PMI italiana su 3 ha adottato i modelli da 7” e 1 su 4 quelli con display da 9-10”. Nel 63% delle PMI che li ha introdotti, i destinatari sono il Personale di Vendita, mentre Executive e C-level non passano il 30%.

Il fenomeno del »Bring Your Own Device« è accolto favorevolmente dalle PMI italiane come un metodo flessibile di gestione dei device nella relazione con dipendenti e collaboratori: il 56% delle PMI italiane consente infatti ai suoi dipendenti l'utilizzo dei propri dispositivi personali e, al contrario di quanto avviene nella Grandi Imprese, in molti casi (circa il 70%) sono state introdotte policy per regolare questo fenomeno.

Risulta, invece, limitata l'adozione di Mobile Business App: solo il 25% delle PMI italiane le ha introdotte e il 6% lo farà a breve. Rispetto alle Grandi Imprese, la percentuale di “non interesse” aumenta, arrivando al 47% delle PMI.

Di conseguenza anche gli Enterprise Application Store riscontrano un tasso d'adozione inferiore rispetto a quello delle Grandi Imprese: tra le PMI che hanno già introdotto Mobile Business App, il 46% (pari al 14% delle PMI italiane) ha già adottato una piattaforma per la loro gestione.

“L'inerzia delle PMI italiane per quanto concerne l'adozione di soluzioni IT può essere analizzata attraverso due chiavi di lettura”, segnala **Christian Mondini, Responsabile dell'Osservatorio Mobile Device & Business App**. “In senso assoluto, l'ancora carente cultura sulle opportunità offerte dalle soluzioni digitali; nel dettaglio, la limitata capacità di riuscire a comprendere i molteplici benefici derivanti dall'adozione di soluzioni di Mobile Business.”

“Tuttavia c'è un altro ambito in cui delle piccole imprese stanno mostrando elevata dinamicità”, afferma **Andrea Rangone, Responsabile Scientifico Osservatorio Mobile Device & Business App**. “Sono le 878 startup che, a livello internazionale, operano nel Mobile e che, negli ultimi due anni, hanno ricevuto finanziamenti da investitori istituzionali; di queste, circa il 10% opera nel mercato delle soluzioni a supporto della Mobility aziendale”.

La maggior parte delle Startup si occupa, da un lato, dello sviluppo di piattaforme di *Mobile Security, App Management e Mobile Device Management (MDM)*, che consentono alle imprese di

gestire da remoto il parco di dispositivi mobili e la sicurezza dei dati utilizzati; dall'altro sviluppa le App più apprezzate dai CIO, come quelle di Sales Force Automation e di Work Force Automation, oppure di Personal Productivity.

Ma aggiunge **Paolo Catti**: "Nell'ambito delle Mobile Business App, ricoprono un ruolo sempre più importante le *soluzioni a supporto della Firma Elettronica Avanzata su New Tablet*. Grazie al nuovo Codice dell'Amministrazione Digitale e alle regole tecniche pubblicate in Gazzetta Ufficiale lo scorso 21 maggio, infatti, stiamo assistendo a un nuovo fenomeno di imprenditorialità in fermento, trasversale su diverse tipologie di App, con applicazioni per raccolta e apposizione della firma sugli ordini, l'automazione di workflow approvativi, ecc. Su questo fronte, accanto a importanti grandi realtà, anche alcune iniziative più piccole hanno cominciato per tempo a muovere i loro passi".

* La Ricerca dell'Osservatorio Mobile Device & Business App è stata realizzata con il supporto di 4words, Aeonvis, BlackBerry, Blue Sof Consulting, Doxa, GLS Mobile (Gruppo Ten), Gulliver, Nazca, Olivetti, Panasonic, Samsung, SAP, Telecom Italia, Vodafone; Avanade, DS Group, Nolan, Norton Italia.

**Ufficio stampa School of Management del
Politecnico di Milano**
Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@polimi.it
Skype barbara.balabio
www.osservatori.net

Mirandola Comunicazione
Marisandra Lizzi - Marco Ferrario
Tel.: 0524/574708 - 3207910162
email: marisandra@mirandola.net
marco.ferrario@mirandola.net
Skype: marisandralizzi - marco.ferrario3

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi management, economia e industrial engineering. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano. Nel 2007 ha ricevuto l'accreditamento EQUIS e dal 2009 è nella classifica del Financial Times delle migliori Business School d'Europa.

Gli Osservatori ICT & Management della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc.

Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, B2b - eProcurement e eSupply Chain, Big Data Analytics & Business Intelligence, Canale ICT, Cloud & ICT as a Service, eCommerce B2c, eGovernment, Enterprise 2.0, eProcurement nella PA, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione dei Processi Collaborativi di Progettazione, Gestione Strategica dell'ICT, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & Business Innovation nel Fashion-Retail, ICT & Commercialisti, ICT & PMI, ICT Accessibile e Disabilità, ICT in Sanità, ICT nel Real Estate, ICT nelle Utility, ICT Strategic Sourcing, Information Security Management, Intelligent Transportation Systems, Internet of Things, Intranet Banche, Mobile & Wireless Business, Mobile Banking, Mobile Device & Business App, Mobile Internet, Content & Apps, Mobile Marketing & Service, Multicanalità, New Media & New Internet, New Slot & VLT, Mobile Payment & Commerce, RFID, Smart Working, Startup Digitali, Unified Communication & Collaboration.