

School of Management - Politecnico di Milano

www.osservatori.net



COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità

CRESCERE LA SPESA PER LA SANITÀ DIGITALE: 1,3 MLD DI EURO, +2%

MA 8 CITTADINI SU 10 NON USANO ANCORA SERVIZI SANITARI VIA WEB

Cartella Clinica Elettronica e servizi digitali ai cittadini gli ambiti più rilevanti per le strutture sanitarie. Cresce la spesa per la Telemedicina, ma non la diffusione. Big Data strategici anche per GDPR.

La maggior parte dei cittadini preferisce accedere di persona per consulto medico (86%), pagamento delle prestazioni (83%) e ritiro dei referti (80%). Solo il 15% comunica con il medico via email, il 13% via Sms e il 12% via WhatsApp. Si diffondono le App per monitorare lo stile di vita.

Più digitali i medici: il 77% tra gli specialisti e l'83% dei medici di famiglia usano l'email, il 52% e 63% WhatsApp per scambiare dati, immagini e informazioni.

I costi del "non digitale": oltre 5 miliardi di euro di impatto se l'80% dei cittadini effettuasse online il ritiro di documenti clinici, la richiesta di informazioni, la prenotazione e il pagamento di visite e esami.

Milano, 8 maggio 2018 - Dopo la contrazione del 2016, il 2017 ha visto una lieve crescita della spesa per la Sanità Digitale, che tocca 1,3 miliardi di euro (pari all'1,1% della spesa sanitaria pubblica, 21 euro per abitante), con una crescita del 2% rispetto all'anno precedente. Ma i servizi digitali restano diffusi a macchia di leopardo sul territorio italiano e la maggior parte dei cittadini non utilizza ancora strumenti via web per accedere ai servizi sanitari: circa l'80% degli italiani preferisce recarsi personalmente a ritirare documenti clinici, consultare un medico o pagare una prestazione, sette su dieci preferiscono parlare di persona con il proprio medico piuttosto che comunicare con strumenti tecnologici come email, Sms o WhatsApp.

La quota principale degli investimenti per la Sanità Digitale è stata sostenuta dalle strutture sanitarie, con un budget di 890 milioni di euro (+2% sul 2016), seguite dalle Regioni (320 milioni, +3%), dai 47mila Medici di Medicina Generale (72,9 milioni di euro, in leggera crescita con una media di 1.551 euro) e dal Ministero della Salute (16,7 milioni di euro, stabile). Tra i principali ambiti di innovazione, i budget più significativi vanno alla Cartella Clinica Elettronica (47 milioni di euro), ai sistemi di front-end (45 milioni) e al disaster recovery (31 milioni). La Cartella Clinica Elettronica è anche l'ambito più rilevante per il raggiungimento degli obiettivi strategici, indicato dal 72% delle Direzioni Strategiche, seguito dai servizi digitali ai cittadini (59%) e dalla gestione documentale e conservazione a norma (55%). Cresce la spesa per la Telemedicina (24 milioni di euro), ma la diffusione rimane stabile e solo il 38% dei Direttori la considera rilevante. Big Data Analytics e Business Intelligence sono prioritari per quasi un'azienda su due, anche in vista del GDPR per cui il 76% delle aziende ha revisionato policy e processi.

I medici sono sempre più attenti alle nuove tecnologie, che utilizzano soprattutto per comunicare con i pazienti. È il caso, ad esempio, di WhatsApp, usato dal 63% dei medici di famiglia e dal 52% degli specialisti soprattutto per scambiare facilmente dati, immagini e informazioni. Meno digitali i cittadini: solo il 15% usa l'email, il 13% Sms e il 12% WhatsApp per comunicare col proprio medico.

L'offerta e l'utilizzo di semplici servizi digitali ai cittadini potrebbero ridurre i costi nascosti del "non digitale". Otto italiani su dieci nell'ultimo anno hanno ritirato documenti clinici di persona impiegando in media 45 minuti, contro i 20 per il ritiro in farmacia e i 5 via web: se invece l'80% li ritirasse online, il 10% in farmacia e solo il 10% di persona, l'impatto economico sarebbe di 1.630 milioni di euro. E sono 1.150 milioni di euro gli impatti legati all'accesso online a informazioni su prestazioni e strutture sanitarie, 1.430 milioni per la prenotazione online di visite ed esami e 980 milioni per il loro pagamento, per un totale di oltre circa 5 miliardi di euro.

Sono alcuni dei risultati della ricerca dell'[Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità](http://www.osservatori.net) della School of Management del Politecnico di Milano* (www.osservatori.net), presentata questa mattina a Milano al convegno "Sanità e digitale: uno spazio per innovare". "Con il progressivo invecchiamento della popolazione il divario fra bisogni di cura e risorse a disposizione è destinato a crescere e l'innovazione digitale è l'unica leva per rendere sostenibile il sistema sanitario - afferma **Mariano Corso**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità -. La leggera crescita degli investimenti per la Sanità digitale

è una buona notizia, ma non basta per colmare il divario esistente. Serve un rinnovamento dei modelli organizzativi delle aziende sanitarie, spostando le prestazioni dall'ospedale al territorio e migliorando l'accesso alle cure. È necessaria la partecipazione attiva dei cittadini alla corretta gestione della propria salute, da incentivare attraverso l'adozione di strumenti digitali utili per comunicare col medico, per accedere ai propri dati clinici, come il Fascicolo Sanitario Elettronico, e per monitorare il proprio stile di vita, come le App. Serve infine lo sviluppo delle necessarie competenze digitali degli operatori sanitari, sia nelle università che attraverso piani di formazione continua sul posto di lavoro”.

Gli ambiti di investimento - Tra gli ambiti di innovazione della Sanità Digitale, è la Cartella Clinica Elettronica (CCE) a essere considerato il più rilevante nel supportare gli obiettivi strategici delle strutture sanitarie: è ritenuto prioritario dal 72% delle Direzioni, in forte crescita rispetto a quanto rilevato lo scorso anno (59%), con investimenti per 47 milioni di euro. All'interno della CCE sono ormai presenti in modo diffuso funzionalità quali la consultazione di referti e immagini e di order management (74%). Molto meno diffuse, invece, le funzionalità avanzate, come la gestione del diario medico e/o infermieristico e la farmacoterapia, che restano presenti in meno della metà del campione, anche se in leggera crescita rispetto all'anno precedente. In netto aumento gli investimenti in soluzioni di Mobile Hospital, passati dai 12 milioni del 2016 ai 18 del 2017. Ancora poco diffusi, infine, i sistemi di firma elettronica avanzata sia a livello del personale clinico-sanitario per la firma della documentazione (presente in modo diffuso solo nel 9% delle aziende), sia a livello dei pazienti (ad esempio con firma grafometrica) per il consenso al trattamento dati e alle procedure sanitarie (rispettivamente pari al 4% e al 2%).

Anche i servizi digitali rivolti ai cittadini si confermano al centro dell'attenzione delle Direzioni Strategiche, con il 59% dei Direttori che li considera un ambito prioritario (+3% sul 2016) e un budget di 19 milioni di euro (contro i 14 milioni dell'anno scorso), che il 61% delle aziende sanitarie prevede di aumentare ulteriormente nel 2018. I servizi maggiormente diffusi sono la possibilità di scaricare i referti via Web, di confermare, ricordare ed eventualmente disdire appuntamenti, e di prenotare le prestazioni online. In oltre la metà dei casi, questi servizi sono messi a disposizione direttamente dalla Regione e circa un terzo delle aziende offre almeno un servizio tramite App. Ad oggi, invece, non sono ancora presenti aziende che consentano all'utente di interagire con un assistente virtuale (*chatbot*) per la richiesta di informazioni, seppur l'8% preveda di introdurlo entro la fine del 2018.

“I dati sulla crescita degli investimenti in servizi digitali sono incoraggianti, perché dimostrano una crescente consapevolezza dell'importanza di portare il supporto informatico ai processi in sanità fino al cittadino e al paziente - sottolinea **Paolo Locatelli**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità. I diversi attori del sistema sanitario devono però fare sistema sui servizi digitali, così che le soluzioni aziendali, regionali e nazionali interagiscano in un ecosistema che abilita una comunicazione fluida ed integrata. Il potenziamento dell'offerta di servizi digitali è indispensabile anche per diffondere la cultura digitale, tra gli operatori sanitari come tra i pazienti, spingendo i cittadini a sfruttare le potenzialità del digitale per accedere ai servizi”.

Il ruolo del digitale nella continuità di cura - In linea con la tendenza delle Regioni italiane a favorire l'integrazione tra ospedale e territorio, anche le aziende sanitarie hanno sempre più l'esigenza di scambiare tempestivamente le informazioni sui pazienti con gli altri attori del sistema. Le soluzioni che abilitano l'interscambio di dati e documenti sui pazienti attraverso Piani Diagnostici Terapeutici Assistenziali (PDTA) informatizzati sono tuttavia ancora poco diffuse: il 29% delle aziende le utilizza con professionisti sanitari dell'azienda ospedaliera appartenenti a diversi dipartimenti e il 23% con professionisti all'interno di una o più reti di patologia. Allo stesso modo, solo il 19% dei Medici di Medicina Generale ha attivo un flusso informativo che rientra nell'ambito di un PDTA.

Il supporto informatico alle attività di presa in carico del paziente risulta diffuso soprattutto per le attività gestionali e amministrative, come la gestione dei dati anagrafici dei pazienti (nell'80% delle aziende) e la gestione delle prenotazioni delle prestazioni (63%). L'informatizzazione stenta, invece, a diffondersi come strumento per la messa in atto di percorsi individualizzati secondo il principio della presa in carico stabile del paziente: solo un terzo del campione di aziende rispondenti utilizza un supporto digitale nella definizione, visualizzazione e aggiornamento di piani di assistenza individuale. Attraverso una ricerca su 2.191 medici specialisti svolta in collaborazione con AME, FADOI, Digital SIT e PKE, emerge che i medici fanno un utilizzo frequente (almeno una volta a settimana) di strumenti per la gestione dei dati anagrafici (68%) e delle agende (44%), mentre solo una minoranza utilizza ad oggi soluzioni per il monitoraggio degli sviluppi clinici e sociali del paziente (24%) o, ancor meno, per la raccolta di opinioni degli assistiti (17%).

Inoltre, sulla base di una rilevazione effettuata su 600 Medici di Medicina Generale (MMG) in collaborazione

con la FIMMG, emerge che solo il 9% dei medici utilizza strumenti informatici per redigere il Piano di Assistenza Individuale da condividere poi con il paziente, anche se ben il 69% si dichiara interessato a utilizzarlo. Sempre secondo i MMG le barriere all'uso di strumenti digitali sono principalmente legate alle risorse: soltanto il 15% ritiene l'attuale disponibilità di tempo e risorse umane sufficiente a effettuare la prenotazione online di una prestazione all'atto della prescrizione, mentre la maggior parte (63%) pensa che questo sia praticabile solo ad alcune condizioni, legate alla presenza di personale di studio dedicato (64%) e alla valorizzazione economica del compito (61%).

"Complessivamente, emerge una crescente consapevolezza che le soluzioni digitali potrebbero giocare un ruolo fondamentale nel supportare la transizione verso nuovi modelli di cura che, per loro natura, richiedono collaborazione tra gli attori del sistema e integrazione di informazioni e servizi - sottolinea **Cristina Masella**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità -. La diffusione di tali soluzioni, tuttavia, stenta oggi a realizzarsi perché manca una orchestrazione coerente della transizione al digitale e perché oneri, rischi e benefici attesi dall'introduzione di nuovi strumenti e modalità di lavoro non sono percepiti come ripartiti equamente fra gli attori del sistema".

La Telemedicina - La Telemedicina, dopo la forte crescita di interesse e investimenti dello scorso anno, è un ambito stazionario, con una diffusione capillare ancora lontana. La spesa è aumentata lievemente rispetto all'anno precedente (24 milioni, erano 20 nel 2016), ma, nonostante si parli ormai da molti anni di queste soluzioni, soltanto il 38% dei Direttori delle aziende sanitarie lo reputa un ambito rilevante. Il servizio di Telemedicina più diffuso è il Tele-consulto tra strutture ospedaliere e dipartimenti, a regime in circa un terzo del campione analizzato. Ancora poco adottati, invece, i servizi di Tele-salute e Tele-assistenza, presenti soprattutto con progetti pilota. Allo stesso modo, la percentuale di medici specialisti e Medici di Medicina Generali (MMG) che utilizza soluzioni di Telemedicina risulta limitato: il Tele-consulto è il servizio più utilizzato (rispettivamente dall'11% dei medici specialisti e dal 4% dei MMG), mentre faticano a diffondersi i servizi che coinvolgono il paziente, come quelli di Tele-salute (rispettivamente 7% e 2%) e Tele-assistenza (5% e 4%), nonostante livelli di interesse all'utilizzo sempre superiori al 50%.

Business Intelligence e Big Data Analytics - Business Intelligence e Big Data Analytics sono considerate aree strategiche sia per il presente sia per il futuro. Lo dimostra il fatto che, nonostante una leggera flessione degli investimenti (13 milioni, contro i 15 del 2016) il 45% dei Direttori li indica come ambiti prioritari, mentre il 70% delle Direzioni e il 55% dei CIO ritengono che l'applicazione dei Big Data Analytics per la medicina di precisione sarà l'ambito che avrà il maggior impatto nei prossimi cinque anni. Tuttavia, è altrettanto diffusa fra i CIO l'idea che siano gli ambiti con la più elevata complessità di realizzazione, soprattutto a causa delle limitate risorse economiche a disposizione, della difficoltà nell'implementare questi progetti e della mancanza di competenze interne. Il grande interesse e dinamismo attorno ai Big Data Analytics è collegato anche all'obbligo di adeguare i processi di raccolta, analisi e utilizzo dei dati sui pazienti al nuovo Regolamento europeo sulla Protezione dei Dati Personali (GDPR), applicato a partire dal 25 maggio. Il tema dovrà essere gestito dal Data Protection Officer (DPO), un nuovo ruolo organizzativo che nel 55% delle strutture sanitarie del campione sarà ricoperto da personale esterno all'azienda. Per prepararsi alla normativa, l'82% delle aziende ha condotto un data audit - un'analisi dei dati gestiti dall'azienda e dei processi che li utilizzano per evidenziare cosa manca per adeguarsi al GDPR - e il 76% ha revisionato e aggiornato le proprie policy e processi. Una minoranza (35%), invece, ha valutato la necessità di apportare modifiche ai rapporti commerciali correnti (ad esempio con i fornitori di soluzioni digitali). Nella quasi totalità dei casi sono state coinvolte la Direzione ICT (94%) e la funzione legale (76%), mentre circa metà delle strutture ha ritenuto opportuno ricorrere a fornitori di soluzioni digitali o società di consulenza. Il 68% delle aziende, infine, prevede sessioni per tutto il personale di sensibilizzazione e consapevolezza sulla protezione dei dati.

Cittadini poco digitali - La maggior parte dei cittadini italiani preferisce ancora accedere ai servizi sanitari di persona, soprattutto se si tratta di un consulto medico (86%), del pagamento delle prestazioni (83%) e del ritiro dei referti (80%). L'indagine condotta dall'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità in collaborazione con Doxapharma su un campione di 2.030 cittadini mostra che è ancora il telefono lo strumento privilegiato per prenotare visite ed esami (51%), mentre l'uso del canale web appare abbastanza limitato e confinato alle fasi di accesso alle informazioni su prestazioni e strutture sanitarie (40%) e ritiro dei documenti clinici (21%). Soltanto la fascia anagrafica dei 45-54enni mostra valori di utilizzo del digitale sopra la media in entrambe le operazioni (rispettivamente 47% e 27%). La maggior parte dei cittadini che non hanno utilizzato gli strumenti digitali per accedere ai vari servizi li considera poco affidabili, ma anche la mancanza di competenze è un

forte ostacolo: sono tre su dieci i cittadini che non si sentono in grado di utilizzare questi strumenti, soprattutto fra i più anziani.

Le App rappresentano una quota sempre più rilevante dei servizi digitali utilizzate dai cittadini, soprattutto per quanto riguarda le App informative, che si stanno diffondendo velocemente. Un cittadino su quattro dichiara di utilizzare App per cercare le farmacie di turno (25%), uno su cinque per trovare la farmacia più vicina e il 19% per informarsi sui farmaci. La fascia di età più incline a utilizzare questa tipologia di applicazioni è quella fra i 35 e i 44 anni, in cui l'uso sale rispettivamente al 45%, 36% e 30%. Le App di maggior interesse fra i cittadini, invece, sono quelle in grado di verificare la presenza di un farmaco in farmacia e prenotarlo e quelle per monitorare i tempi di attesa in pronto soccorso, anche se in entrambi i casi si registra una mancanza di offerta. Accanto alle App informative si diffondono anche quelle di "coaching": il 19% dei cittadini utilizza App per monitorare lo stile di vita (ad esempio, l'alimentazione e gli allenamenti), il 12% per controllare i parametri vitali (battito, pressione, ecc.), il 7% per ricevere avvisi su controlli medici o esami periodici. L'adozione di questi strumenti diminuisce fra i cittadini con più di 55 anni o affetti da malattie croniche.

"Le App per accedere a servizi e informazioni di tipo sanitario non sono ancora particolarmente diffuse, perché l'offerta da parte di Regioni e aziende sanitarie non è matura o comunicata correttamente agli utenti - afferma **Emanuele Lettieri**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità -. Alla mancanza di offerta si aggiunge la limitata affidabilità percepita di questi strumenti sia da parte delle fasce di cittadini più diffidenti nei confronti delle tecnologie sia da parte dei medici che, soprattutto per le App di coaching, chiedono che i mezzi digitali siano certificati e valutati in termini di costo-efficacia. Per avvicinare i cittadini al digitale, dunque, è necessario aumentare l'offerta di servizi, rendendoli più facili da usare e mettendone in luce l'affidabilità e il valore".

Dalla ricerca emerge come il rapporto col proprio medico sia ancora fondamentale nell'accesso alle informazioni di tipo sanitario. Risulta infatti il primo canale consultato quando si soffre di influenza (74%), per avere informazioni sui vaccini (74%), per interpretare un esame diagnostico (81%) e per informarsi su una grave situazione di salute (56%). In quest'ultimo caso, oltre un cittadino su tre consulta il medico specialista come prima fonte di informazione, mentre la rete è utilizzata ancora raramente, tranne che per informarsi sulle vaccinazioni (9%). La maggior parte dei cittadini preferisce rivolgersi al medico di famiglia per farsi indirizzare verso cure più specifiche, mentre il restante 20% si suddivide fra chi ritiene le informazioni online poco affidabili, chi le considera troppo generiche e chi invece ammette di non saper utilizzare i canali digitali. Soltanto la fascia dei giovanissimi (15-24enni) si affida più frequentemente a Internet come prima fonte di informazioni (il 22% sui vaccini, l'11% quando soffre di sintomi influenzali).

La comunicazione medico-paziente - I cittadini si mostrano ancora poco digitali anche nella comunicazione col proprio medico: ben sette su dieci preferiscono incontrarlo di persona. Fra coloro che si servono di strumenti digitali, la maggior parte utilizza l'email (15%, il 20% è interessato a usarla), poi vengono gli Sms (13%) e infine WhatsApp, il cui uso è passato dal 7% di un anno fa al 12% dell'ultima rilevazione. I cittadini usano Sms e WhatsApp soprattutto per fissare/spostare visite (50% e 44%) e comunicare lo stato di salute (38% e 35%).

Più alto il livello di utilizzo degli strumenti digitali da parte dei medici specialisti e di famiglia con i loro pazienti. Anche in questo caso il mezzo più utilizzato è l'email (77% tra gli specialisti e 83% tra i medici di famiglia), seguita da WhatsApp (52% e 63%) e SMS (46% e 61%). In particolare, WhatsApp è utilizzato perché consente di scambiare facilmente e rapidamente dati, immagini e informazioni consentendo di evitare visite non necessarie (secondo il 58% dei medici specialisti e il 63% dei MMG). Anche i medici usano le email principalmente per condividere documenti con i propri pazienti (74% gli specialisti, 88% i medici di famiglia) o con altri operatori sanitari (64% e 50%), mentre preferiscono gli Sms o WhatsApp per condividere informazioni organizzative. Fra i medici che non fanno uso di questi strumenti, uno su due teme che si possano creare incomprensioni con i pazienti ed è diffusa la preoccupazione che l'utilizzo di questi strumenti possa aumentare il carico di lavoro del medico e che possa comportare rischi legati a un mancato rispetto della normativa sulla privacy. Tuttavia, il 71% dei medici internisti e il 57% dei medici di famiglia sarebbero favorevoli all'introduzione di un'applicazione simile a WhatsApp, certificata e specifica per la Sanità.

"L'utilizzo di strumenti digitali per comunicare con i propri pazienti è un segnale positivo di come i medici stiano sempre più acquisendo consapevolezza sull'importanza del digitale, che consente di rendere più veloce ed efficace lo scambio di informazioni - osserva **Chiara Sgarbossa**, Direttore dell'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità -. Si parla tuttavia di strumenti basilari, che spesso non necessitano di formazione specifica né di un cambiamento profondo a livello culturale. È importante, invece, che i medici siano sempre più attenti alla propria formazione rispetto alle competenze digitali necessarie allo sviluppo di

nuovi progetti di innovazione digitale utili a migliorare i processi e i servizi sanitari”.

Le competenze digitali in Sanità - Dalla survey condotta dall'Osservatorio su 116 Direttori di aziende sanitarie, 600 medici di medicina generale e 2.771 medici specialisti emerge come fra i principali ostacoli all'adozione delle tecnologie digitali, subito dopo le limitate risorse economiche (indicate dal 73% dei Direttori, 50% dei medici specialisti e 48% dei MMG), figurino la scarsa cultura digitale (rispettivamente 43%, 45%, 41%), la scarsa conoscenza delle potenzialità degli strumenti digitali (32%, 41%, 40%) e la mancanza di competenze nel loro utilizzo (24%, 41%, 39%).

Nel dettaglio, il livello medio delle competenze dei MMG e dei medici specialisti si attesta attorno a valori moderati (5 su una scala da 1 a 8). L'area su cui i medici si sentono maggiormente competenti è quella relativa alla capacità di lavorare in modo smart, con competenze maggiori tra i medici specialisti e tra i più giovani. Tra le competenze per cui forniscono un'autovalutazione più bassa ci sono la capacità di comunicazione e coinvolgimento degli utenti durante il lancio di un progetto di innovazione digitale e la capacità di rappresentare i dati. Le Direzioni Strategiche, invece, ritengono che la competenza più rilevante, che dovrà essere costantemente aggiornata in futuro, è la capacità di comprendere gli impatti delle tecnologie sui processi e sul valore apportato, indicata dal 52% del campione.

*L'edizione 2017-2018 dell'Osservatorio Innovazione Digitale in Sanità è realizzata con il supporto di Artex, Doxapharma, Reply Health, Engineering, PKE, wHealth, Wolkers Kluwer, Philips, BioMedia, Boston Scientific, Dedalus, Fujifilm, InterSystems, IoT.power, Medas, SAS, Siemens Healthineers, Clinika, Datamatic, Ipsa/MS, Santalucia PharmaApps; e con il patrocinio di AISDET, AISIS, AME, ARIS, ASSD, Digital SIT, FADOI, Federfarma, Federsanità ANCI, FIASO, FIMMG, FISM, HIMSS Europe, Ministero della Salute, Provincia Autonoma di Trento, Regione Autonoma Valle d'Aosta, Regione Abruzzo, Regione Basilicata, Regione del Veneto, Regione Emilia-Romagna, Regione Lazio, Regione Lombardia, Regione Molise, Regione Puglia, SITD.

Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@polimi.it

Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/people/barbara.balabio)
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

Piero Orlando
po@dicomunicazione.it
Mob.: 335 1753472

Marco Puelli
mp@dicomunicazione.it
Mob.: 320 1144691

La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering, che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. La Scuola ha ricevuto nel 2007 il prestigioso accreditamento EQUIS. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA per i programmi MBA e Executive MBA. La Scuola può contare su un corpo docente di più di duecento tra professori, ricercatori, tutor e staff e ogni anno vede oltre seicento matricole entrare nel programma undergraduate. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La Mission degli Osservatori è 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. Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, Export, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nell'Industria dello Sport, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance.

