

COMUNICATO STAMPA

Osservatori Digital Transformation Academy e Startup Intelligence

NEL 2020 PREVISIONI DI CRESCITA PER GLI INVESTIMENTI DIGITALI, +2,8%

IMPRESE PIÙ APERTE ALL'INNOVAZIONE: IL 73% FA OPEN INNOVATION, IL 35% LAVORA CON STARTUP

Le grandi imprese trainano la crescita degli investimenti in innovazione. Big Data e Cyber Security le priorità di spesa per il prossimo anno. Il 33% ha già creato un Innovation Manager, quasi due terzi collaborano con startup o hanno in programma di farlo

Le principali azioni di Open Innovation sono collaborazioni con università (64%) e startup intelligence (49%), poco praticati Corporate Incubator e Corporate Venture Capital

Indietro le PMI: solo il 23% aumenterà il budget ICT, il 28% fa Open Innovation, il 4% collabora con startup. Appena una su tre conosce il decreto MiSE per l'Innovation Manager, solo l'11% ha intenzione di usufruirne

Milano, 3 dicembre 2019 - Continuano a crescere gli investimenti delle imprese italiane per l'innovazione digitale, che registrano il segno più per il quarto anno consecutivo. Nel 2020 il budget ICT aumenterà in media fra il 2,8% e il 2,9%, trainato dalle grandi imprese, che prevedono un incremento nel 45% dei casi, concentrato soprattutto su tecnologie come Big Data Analytics, Cyber Security e sistemi ERP, mentre solo il 23% delle PMI destinerà più risorse, in particolare per sistemi ERP, CRM e Mobile Business. Per gestire i processi di innovazione le imprese prevedono di aprirsi a nuove idee e a modelli organizzativi collaborativi, provenienti in particolare da startup, università-centri di ricerca, aziende non concorrenti.

Un fenomeno che è già realtà tra le grandi imprese: il 73% ha avviato iniziative di Open Innovation e circa i due terzi hanno attivato collaborazioni con startup (35%) o hanno in programma di farlo (27%). Mentre appaiono ancora in ritardo le PMI, fra le quali solo il 28% adotta pratiche di innovazione aperta e appena il 4% lavora insieme alle nuove imprese innovative.

L'Innovation Manager sta iniziando ad entrare nelle aziende, con oltre il 30% delle grandi imprese che ha già creato un ruolo o una Direzione Innovazione. Il MISE ha introdotto un albo dedicato a questa figura professionale e un voucher a fondo perduto per le PMI. Una misura importante, anche se i 75 milioni di euro complessivamente stanziati permetterebbero di sostenere non più di 2000 imprese: oggi ne è a conoscenza appena il 32% delle PMI e fra queste soltanto l'11% ha intenzione di usufruirne.

Sono alcuni risultati della ricerca degli **Osservatori Digital Transformation Academy e Startup Intelligence** della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net)*, in collaborazione con PoliHub, presentata questa mattina al convegno *“Innovazione Digitale 2020: imprese e startup verso l'open company”*. Attraverso le risposte di oltre 800 Chief Innovation Officer, Chief Information Officer, imprenditori e C-Level, l'indagine ha fotografato l'innovazione digitale nelle imprese italiane in termini di risorse impiegate e modalità di governance, studiando, da un lato, il livello di adozione di nuovi modelli per gestire l'innovazione e, dall'altro, l'evoluzione della collaborazione tra startup e aziende consolidate in Italia.

“La trasformazione digitale è in pieno fermento anche nel nostro Paese e i trend positivi negli investimenti dimostrano i risultati concreti di questa scelta - afferma **Mariano Corso**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Digital Transformation Academy -. Le imprese devono saperla accogliere, adottando il modello dell'open company: un'organizzazione agile e inclusiva, capace di ingaggiare l'intera popolazione aziendale, aprendosi agli stimoli provenienti da un ecosistema eterogeneo e in trasformazione. Le imprese si stanno aprendo verso gli attori esterni, in particolare università e startup, ma devono riuscire a trasformarsi anche internamente con una nuova cultura dell'innovazione e modelli organizzativi capaci di reagire e riconfigurarsi velocemente”.

“Le imprese agiscono sulla propria organizzazione per migliorare la capacità di innovare, di guardare all'esterno, ma anche di comunicare all'interno, poiché questo appare oggi lo scoglio più difficile da superare - afferma **Alessandra Luksch**, Direttore degli Osservatori Digital Transformation Academy e Startup Intelligence -. Per tutto questo, le organizzazioni stanno introducendo ruoli dedicati, gli Innovation Manager, che oggi più che arrogare su di sé il ruolo di innovatore sono tenuti soprattutto a intercettare nuove

opportunità, sviluppare talenti nascosti e spingere instancabilmente per un radicale cambiamento culturale e di mentalità, diffondendo un modello in cui ognuno sia imprenditore e contribuisca all'innovazione".

Il budget ICT 2020 - Nelle stime per il 2020 le risorse destinate agli investimenti digitali aumentano nel 45% delle grandi imprese e nel 23% delle PMI, con un tasso di crescita fra il 2,8% e il 2,9% (più elevato del +2,6% del 2018). Il 27% del campione prevede un aumento del budget superiore al 10%, il 18% compreso fra l'1% e il 10%, il 47% lo lascerà invariato e soltanto l'8% lo diminuirà.

Le priorità di spesa ICT per le grandi aziende italiane sono in particolare Big Data Analytics (evidenziato dal 42%), Cyber Security (36%), sistemi ERP (29%) e CRM (29%). Seguono poi Data Center, Mobile Business, Cloud, eCommerce, Industria 4.0, Intelligenza Artificiale e Machine Learning; ancora marginale la Blockchain (3%) e in calo lo Smart Working (10%) ormai diffuso. Le PMI si concentrano invece sui sistemi ERP (37%), CRM (28%), Mobile Business (24%), mentre Intelligenza Artificiale e Machine Learning sono in fondo alle priorità di spesa.

Nel 61% delle grandi imprese esiste un budget per l'innovazione digitale anche fuori dalla Direzione ICT, nella maggior parte dei casi inferiore al budget ICT. La Funzione in cui più frequentemente viene allocato è il Marketing (71%), seguito da Ricerca e Sviluppo e Direzione tecnica (48%), Direzione innovazione (40%). Fra le PMI, invece, soltanto il 19% dedica fondi all'innovazione digitale fuori dalla Funzione ICT.

La gestione dell'innovazione - Le principali sfide organizzative percepite dalle aziende per gestire l'innovazione digitale sono la ricerca-verifica-sviluppo di competenze digitali, insieme all'introduzione di nuove metodologie di lavoro (indicate entrambe dal 50% del campione). Le imprese cercano di superare queste sfide anche con nuovi modelli organizzativi: più di un'impresa su tre prevede team dedicati a ogni specifico progetto di innovazione digitale (36%), nel 9% dei casi ci sono "comitati interfunzionali" e un terzo delle imprese (33%) ha inserito un singolo ruolo dedicato o una Direzione innovazione.

La capacità di gestire l'innovazione è strettamente legata alla diffusione di un'attitudine imprenditoriale. quasi sette grandi imprese su dieci si stanno attivando con stili di leadership indirizzati al change management da parte dei manager (43%), formazione (40%), percorsi di apprendimento per stimolare l'innovatività dei dipendenti (30%), contest e hackathon interni (26%) e attività con startup (10%).

L'Innovation Manager - L'Innovation Manager è il profilo professionale al centro dell'attenzione, anche grazie al recente decreto del MiSE che ne definisce le caratteristiche e prevede un voucher a fondo perduto per consulenze. Sta progressivamente entrando nelle grandi imprese, che in un caso su tre hanno già inserito un Innovation manager o una Direzione innovazione, ma nel 76% dei casi è presente da tre anni o meno, segno che per la maggior parte delle imprese si tratta di un profilo ancora nuovo e da scoprire. Soltanto il 37% delle grandi aziende e il 32% delle PMI conoscono le misure contenute nel decreto del MiSE e appena l'11% delle PMI ha intenzione di approfittarne (il 2% lo sta valutando). La maggioranza delle PMI non ha in programma di usufruire delle opportunità offerte dal decreto.

Secondo l'identikit tracciato dai responsabili innovazione, le mansioni principali dell'Innovation manager sono valutare e selezionare nuove opportunità di innovazione di potenziali partner come startup e centri di ricerca, gestire il portafoglio dei progetti di innovazione e il relativo budget, favorire il cambiamento culturale, introdurre nuovi modelli organizzativi. Le competenze più importanti secondo le aziende sono leadership, capacità di motivare, ispirare i collaboratori e poi "change management", per superare la sindrome del "si è sempre fatto così". La principale difficoltà da superare è la scarsa propensione al cambiamento presente in molte aziende. La sua retribuzione oscilla tra 60.000 e 100.000 euro annui, con picchi oltre i 150.000 euro.

L'Open Innovation - L'Open Innovation è ormai una realtà nel 73% delle grandi imprese e nel 28% delle PMI. Le principali fonti di innovazione degli ultimi tre anni sono ancora abbastanza tradizionali: i top manager (43%), le funzioni aziendali (39%), i fornitori di soluzioni ICT (39%) e le società di consulenza (30%), mentre è ancora limitato l'utilizzo di unità di ricerca e sviluppo (20%), startup (14%), centri di ricerca (19%) e aziende non concorrenti (4%). Se si analizza però la tendenza del prossimo triennio, alcune fonti tradizionali si ridurranno (top management, società di consulenza, fornitori di soluzioni ICT), mentre ci si rivolgerà di più ai nuovi interlocutori, come le unità ricerca e sviluppo (+15%), università e centri di ricerca (+32%), startup (+83%) e aziende non concorrenti (+106%).

Oltre il 70% delle grandi imprese adotta iniziative di Open Innovation incorporando stimoli esterni di

innovazione all'interno dei processi aziendali (la cosiddetta Inbound Open Innovation), in particolare la collaborazione con università e centri di ricerca (64%), startup intelligence (49%) e ricerca di collaborazioni con aziende consolidate (39%). Un'impresa su tre poi organizza Call4Ideas, Call4Startup e contest (32%), il 27% promuove Hackathon, Datathon, Appathon, il 25% si concentra su fusioni e acquisizioni, mentre sono meno diffusi i Corporate Incubator e Accelerator (18%), i Corporate Venture Capital (11%) e il Crowdsourcing (9%). Meno diffuse, ma in crescita rispetto allo scorso anno le iniziative per esportare stimoli di innovazione interna (Outbound Open Innovation), adottate dal 25% del campione, soprattutto sviluppo di modelli di business a piattaforma, joint venture con altre realtà, licensing di prodotti.

“Aumenta anche quest'anno il ricorso all'Open Innovation da parte delle aziende italiane - **commenta Stefano Mainetti**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Startup Intelligence e CEO di PoliHub -. Le imprese vogliono avviare formule nuove di collaborazione per migliorare la propria velocità, aumentare le opportunità di innovazione, accrescere le proprie competenze, sperimentare correndo dei rischi per verificare nuovi modelli di business. In questo scenario assumono un ruolo sempre più significativo attori quali le università, i centri di ricerca e le startup. Nonostante la distanza che ancora separa l'ecosistema italiano da quelli esteri più evoluti, ad esempio in termini di fondi di Corporate Venture e acquisizioni di startup, possiamo affermare senza dubbio che esso si è oggi attivato e non possono essere assolutamente vanificate le nuove opportunità offerte da azioni quali, il voucher per gli Innovation Manager e la nuova disponibilità di fondi determinata dalla effettiva attivazione del Fondo Nazionale Innovazione”.

Il ruolo delle startup - Oltre sei grandi aziende su dieci vedono nelle startup un interlocutore per lo sviluppo di innovazione digitale. In particolare, il 35% già collabora con nuove imprese innovative, il 27% ha intenzione di farlo in futuro, mentre il 34% non manifesta interesse per il tema e il 4% ha collaborato in passato. Nella maggior parte dei casi le grandi imprese si servono di startup come fornitori spot (51%), ma una buona parte le usa come unità di ricerca e sviluppo (37%) e come fornitore di lungo periodo (30%). La startup può essere anche un partner commerciale, parte di un programma di incubazione, partner per la co-creazione di modelli di business, acquisita o partecipata in Equity. I principali benefici sono la possibilità di accedere a nuove tecnologie e conoscenze di frontiera, la possibilità di testare l'innovazione con un iniziale progetto pilota, con tempi e budget definiti e quindi rischi ridotti e l'opportunità di arricchire il proprio sistema di offerta e aprirsi a nuovi mercati. Le PMI sembrano meno pronte a collaborare con le nuove imprese innovative: l'85% non è interessato, l'11% sta programmando di farlo in futuro, solo il 4% ha già avviato collaborazioni. Per le PMI la startup è soprattutto un partner commerciale (20%) e un fornitore spot (14%) o di lungo periodo (12%).

*L'edizione 2019 degli Osservatori Startup Intelligence e Digital Transformation Academy è realizzata in collaborazione con Cefriel, MIP Politecnico e Polihub e con il supporto di AZA, Acea, ACI, Agos, Altroconsumo, Amadori, Angelini, BNP Paribas, Bper Banca, BPM, Credem, Dompé, E.ON, Edenred, Edison, Enel, Eni, Esselunga, Ferrovie dello Stato Italiane, Generali, Gruppo Hera, IGPDecaux, Inail, Janssen, Leonardo, Luxottica, MIPU, Pelliconi, Pirelli, Prysmian Group, Q8, Roche, Saipem, Sinelec, Siram Veolia, Sisal, Sky, Gruppo Tea, Tim, Unicoop Firenze, Vivigas; ADL Consulting, Concrete, ASSI, AUSED, CDTI, CIO AICA Forum, Club TI, FPA e Italia Startup.

Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9545
email barbara.balabio@osservatori.net
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/name/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 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA. Dal 2015, la Scuola è membro di AACSB International. La Scuola è presente inoltre nei QS World University Rankings. Nel 2017, la School of Management è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione EOCCS. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e il MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si articolano

in Osservatori Digital Innovation, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, e Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP. 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. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission 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. Le attività sono svolte da un team di quasi 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovative Payments, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Internet Media, Internet of Things, Kids & Toys, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart & Connected Car, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione del Canale ICT.