

Anche in Italia emerge una forte consapevolezza, da parte dei manager aziendali coinvolti nei programmi d'innovazione, del profondo cambiamento della società e dei meccanismi economici.

INNOVAZIONE DIGITALE

DALLA SPERIMENTAZIONE AL BUSINESS

All'UniCredit Pavilion di Milano si è svolto lo scorso 20 settembre l'ultimo dei tre appuntamenti dell'iniziativa Digital Leaders Crossroad, promossa da SAP e IDC. Si è chiuso quindi un percorso che ha coinvolto molti digital leader di aziende italiane in un'analisi approfondita delle modalità con cui i temi dell'innovazione digitale stanno irrompendo nelle organizzazioni aziendali e nelle dinamiche del mercato.

Dopo aver discusso dell'innovazione dei modelli di business per competere nel mondo digitale (Milano, 11 aprile 2018) e analizzato le esperienze e i nuovi modelli di engagement e di interazione con l'utente digitale (Roma, 20 giugno), il cerchio si è chiuso approfondendo i metodi e le strategie per l'innovazione aziendale e i partner che compongono l'ecosistema governato dai digital leader italiani.

Stiamo imparando a convivere con il clima di incertezza che l'innovazione porta con sé, uscendo dalla sperimentazione che ha caratterizzato gli ultimi anni per entrare in una fase in cui diventa fondamentale tradurre le nuove idee in valore per il business. È uno scenario fatto di diversi percorsi e approcci, metodi e strumenti, in base alla differente consapevolezza dell'innovazione che hanno i manager e le aziende.

Si tratta comunque di un viaggio che tutti, ciascuno con proprie modalità e velocità, devono compiere. La leva tecnologica assume un ruolo fondamentale come acceleratore di questo processo: secondo Fabio Rizzotto, Associate Vice President Research & Consulting di IDC Italia, infatti, il 39% delle aziende italiane pensa che utilizzerà tecnologie mol-

to innovative (come IoT, machine learning, robotica e blockchain) e, tra queste, la quota di quelle che stanno cambiando radicalmente, o pensa di cambiare, i propri modelli di business è molto elevata.

Pier Luigi Vanti, Corporate IT Director di IMA Group, nel corso dell'evento ha dichiarato: "l'onda dell'Industria 4.0 e della digital transformation ha coinciso con l'obiettivo di portare innovazione, tecnologie e intelligenza nei nostri prodotti e nei nostri processi. Questa coincidenza ha fatto nascere l'iniziativa IMA Digital, che accompagna oggi l'azienda nella sua crescita".



Alessandro Rimassa



Non si può scegliere se fare o non fare innovazione. Tutti coloro che hanno o che ambiscono a un ruolo di responsabilità dovrebbero avere la visione di un digital leader.

Alessandro Rimassa, CEO di TAG Innovation School e Scrittore

Ma innovazione è anche rompere gli schemi tradizionali: Alessandro Rimassa, Fondatore e CEO di Talent Garden Innovation School, Scrittore e Digital Innovator, ha portato il pubblico a immaginare un futuro in cui tutti, o molti, dovrebbero diventare digital leader e abbracciare la via dell'innovazione: molte delle nostre certezze svaniranno e dovremo convivere anche con una cultura del fallimento, ma l'importante è sperimentare continuamente.

La vera chiave di accesso all'innovazione sono le persone, che dovranno essere sempre di-



L'onda dell'Industria 4.0 e della digital transformation ha coinciso con l'obiettivo di portare innovazione, tecnologie e intelligenza nei nostri prodotti e nei nostri processi. Questa coincidenza ha fatto nascere l'iniziativa IMA Digital, che accompagna oggi l'azienda nella sua crescita.

Pier Luigi Vanti, Corporate IT Director, IMA Group

Digital Leaders Crossroad Ripercorri le tappe e consulta la ricerca

Si è concluso il viaggio di SAP e IDC con le principali aziende italiane nel mondo dell'innovazione digitale. Un'iniziativa che ha fotografato il cambiamento in atto e ha invitato gli executive delle imprese a diventare i leader digitali delle loro organizzazioni.

Scopri tutti i risultati della ricerca:

www.sap3030.it/ReportIDC

Per maggiori informazioni:

www.sap3030.it/DigitalLeaders



sposte a imparare e a creare nuovi percorsi. Le aziende che non sapranno costruire ambienti stimolanti per questi talenti sono destinate a impoverirsi e, in ultima analisi, a scomparire. Le rivoluzioni culturali sono più lunghe e complesse di quelle tecnologiche, ma non abbiamo scelta, dobbiamo cambiare la nostra mentalità per renderla disponibile a qualcosa di nuovo. In una parola, bisogna provarci.



Matteo Pozzuoli



La capacità creativa entra in gioco proprio nelle situazioni di incertezza e di apparente contraddizione e, potendo contare su strutture per condividere le idee, avvia quel processo umano che chiamiamo innovazione. Il solo che può portare veri cambiamenti.

Matteo Pozzuoli, Head of Marketing, SAP Italia

SAP NOW Milano 18 ottobre 2018 | FieraMilanoCity

L'impresa intelligente diventa realtà

SAP NOW, evoluzione di SAP Forum, è l'evento più importante di SAP in Italia e rappresenta il principale momento di incontro e confronto del suo ecosistema. Ospiterà infatti 80 Partner, i principali Clienti, esperti e protagonisti della Intelligent Economy. Dedicato a imprenditori, manager, business leader e a tutte le persone che si occupano di innovazione e trasformazione digitale in Italia, si terrà il 18 ottobre presso FieraMilanoCity.

Si svilupperà lungo quattro aree che rappresentano i percorsi di crescita dell'Impresa Intelligente: dalle soluzioni più agili per le piccole imprese alle piattaforme tecnologiche più innovative per la business transformation. Oltre 3.000 visitatori scopriranno la magia dell'Intelligenza Artificiale, le potenzialità del Machine Learning, dell'IoT e del Cloud. Le aziende più piccole potranno vedere come crescere e competere con le soluzioni e le tecnologie SAP, che rendono più intelligente l'impresa.

Tra i protagonisti della sessione plenaria di apertura **Luisa Arienti**, Amministratore Delegato di SAP Italia, **Andrea Sasso**, Amministratore Delegato di iGuzzini illuminazione, **Steve Stathis Tzikakis**, Regional President SAP South Europe, Middle East & Africa.

Nel pomeriggio, nel corso del Talkshow **Made in Italy | Made in Digital**, saranno protagoniste le Piccole e Medie Imprese italiane.

Sono previste inoltre più di 100 presentazioni tenute da SAP e dai suoi Partner, che illustreranno i migliori progetti di trasformazione digitale delle imprese, numerosi showcase che faranno vivere ai visitatori diverse esperienze di futuro, eventi tematici dedicati ai giovani e ai docenti per promuovere la formazione e il talento.

Sarà insomma una giornata densa di convegni e confronti, con la partecipazione di ospiti di rilievo fino allo show di chiusura con **Arturo Brachetti** e la sua grande abilità di trasformista.

Un'occasione da non perdere per chiunque voglia imprimere un'accelerazione alla trasformazione della propria organizzazione, verso l'Intelligent Enterprise.

SAP NOW Milano – 18 ottobre
FieraMilanoCity
Per iscriversi: www.sapnow.it

30 anni
in Italia

SAP e IDC

Un percorso nell'innovazione delle aziende italiane

Le imprese devono trasformare i propri processi e i modelli di business per rispondere alla rivoluzione digitale: questa è, in estrema sintesi, la conclusione alla quale si è giunti al termine dell'iniziativa Digital Leaders Crossroad 2018, che ha visto SAP e IDC incontrare in tre appuntamenti distinti, tra aprile e settembre, gli innovatori delle principali realtà italiane. Grazie a un'indagine che IDC ha condotto su 600 digital leader di grandi aziende, è stato possibile delineare le dinamiche di trasformazione delle organizzazioni italiane e indagare sulla capacità di imprese e istituzioni di sviluppare e schierare competenze, processi e metodi mai visti in precedenza. La maggior parte dei digital leader italiani, ben il 70% del campione intervistato da IDC, percepisce un'esposizione del proprio business alla disruption. Come intendono reagire a questa sfida? Introducendo scenari di trasformazione del modello di business a diver-

se velocità: chi puntando a iniziative disruptive a forte impatto (10%), chi preferendo strategie più graduali di innovazione (42%). La maggior parte (60%) innoverà prodotti e servizi, un quarto (26%) il modello aziendale od organizzativo.

Nuove capacità e velocità sono oggi richieste alle aziende e alle istituzioni per misurarsi con il consumatore digitale e dare nuovo valore alla relazione con clienti, utenti e cittadini. Il 48% dei digital leader italiani, infatti, non ritiene che il ritmo con cui si innova sia adeguato ai cambiamenti del mercato.

Per cambiare marcia, gli innovatori segnalano la valenza del paradigma data-centrico (il 30% svilupperà prodotti e servizi più adeguati alle esigenze dei clienti/utenti valorizzando i dati in modo sistematico) e soprattutto attribuiscono grande importanza a competenze, attitudini e talenti nell'ambito dell'innovazione. Spicca, in questa direzione, il va-

lore attribuito a modelli partecipativi delle persone ai processi di innovazione: il 67% dei digital leader ritiene infatti strategico coinvolgere dipendenti e collaboratori come parte attiva nell'innovazione aziendale.

Infine, nelle imprese italiane c'è sempre più bisogno di attrezzarsi con contributi multipli e team estesi che abilitino un cambiamento sostenibile dei processi, dell'innovazione tecnologica e delle relazioni con l'ecosistema esterno – partner, università, start-up, etc. – per accelerare nuove forme di business.

La strada, insomma, è stata tracciata. La creatività italiana emerge come grande valore aggiunto, la poca propensione al rischio e l'incapacità di accettare i fallimenti, retaggi tipici della cultura aziendale italiana, come fattori frenanti. Ma tutti i digital leader sono concordi che solo l'innovazione tecnologica potrà traghettare in modo competitivo le nostre imprese nel prossimo futuro.