

**Capgemini contacts:****Raffaella Poggio**

Marketing &amp; Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: [raffaella.poggio@capgemini.com](mailto:raffaella.poggio@capgemini.com)**Michela Cotich**

Marketing &amp; Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: [michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)**Community Group:****Michele Bon**

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: [michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)**Carlo Carboni**

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: [carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

## **Ancora poco significativi i progressi degli investimenti nella digital transformation**

***Nonostante i passi avanti nella customer experience, la maggior parte delle aziende non ha ancora le competenze digitali e di leadership per una digital transformation di successo***

**Milano, 3 luglio 2018 - Una nuova ricerca del Digital Transformation Institute di [Capgemini](#) sottolinea che solo poche aziende ritengono di avere le competenze digitali (39%) e di leadership (35%) necessarie per intraprendere un percorso di digital transformation di successo. Il report "[Understanding Digital Mastery Today: Why companies are struggling with their digital transformations](#)" rivela che se da un lato le aziende hanno fatto passi in avanti nell'evoluzione della propria customer experience, dall'altro hanno difficoltà a trasformare le operazioni di back-end e a creare una forte cultura digitale, necessaria per coinvolgere i dipendenti nei programmi di digital transformation.**

Il report, che ha intervistato oltre 1.300 leader aziendali di più di 750 imprese - il 71% delle quali con ricavi superiori a 1 miliardo di dollari - confronta i progressi fatti dalle aziende in tema di digital transformation rispetto a quanto rilevato nello studio del 2012 condotto da Capgemini Consulting e MIT Sloan ("[The Digital Advantage: How Digital Peers Outperform Their Peers in Every Industry](#)"). Dalla nuova ricerca emerge che attualmente, nonostante gli ingenti investimenti in iniziative di digital transformation (che supereranno i 2.000 miliardi di dollari entro il 2021<sup>1</sup>), le aziende sentono di non possedere le competenze di leadership adeguate rispetto a sei anni fa (45% nel 2012 rispetto al 35% nel 2018), mentre meno della metà dei partecipanti al sondaggio ritiene di avere ancora le giuste capacità digitali per proseguire il proprio percorso di digital transformation (39% sia nel 2012 che nel 2018).

### **Le aziende fanno progressi nell'ambito della customer experience, mentre l'eccellenza in ambito operation è ancora distante**

Quando si parla di competenze digitali, le aziende hanno privilegiato la customer experience, facendo notevoli progressi in questo ambito. Ad esempio, il 43% delle società utilizza oggi i canali mobile per vendere prodotti e servizi rispetto al 23% del 2012. Inoltre, quasi il 40% delle aziende sta migliorando la propria conoscenza dei mercati e dei clienti attraverso dispositivi incorporati nei prodotti, rispetto al 17% registrato nel 2012. Questo dato non sorprende, dato l'uso diffuso di canali e app mobile tra i consumatori e i progressi nelle tecnologie in ambito Internet of Things (IoT).

---

<sup>1</sup> Fonte IDC, "IDC Forecasts Worldwide Spending on Digital Transformation Technologies to Reach \$1.3 Trillion in 2018", dicembre 2017.



Tuttavia, solo il 36% delle aziende ritiene di eccellere nell'ambito delle operation<sup>2</sup>. Se nel periodo 2012-2018 la percentuale di aziende che ha progettato digitalmente i propri prodotti ha registrato un leggero incremento (dal 38% al 40%), solo il 35% delle imprese effettua un monitoraggio dei processi in tempo reale (48% nel 2012). Inoltre, solamente il 29% delle aziende modifica i propri processi operativi per adattarsi rapidamente alle sfide esterne (34% nel 2012) e molte società non forniscono ai propri dipendenti gli strumenti e le competenze attesi. Ad esempio, solo il 38% delle organizzazioni afferma che i propri dipendenti possono lavorare insieme utilizzando strumenti digitali, mentre solo il 33% delle stesse concorda sul fatto che le tecnologie digitali migliorano la comunicazione tra dirigenti e dipendenti (rispetto a quanto rilevato nel 2012, quando questi valori si attestavano rispettivamente al 70% e al 62%).

### **Discontinuità nelle relazioni tra IT e business**

Se nell'era digitale il rapporto tra il CIO e gli altri membri del team dirigenziale è fondamentale, sembra che la comunicazione tra loro sia discontinua. Nel 2012, il 65% delle aziende riteneva che il CIO e gli alti dirigenti avessero un'idea comune sul ruolo dell'IT all'interno della propria impresa, ma questa percentuale è calata al 37% nel 2018. Inoltre, se nel 2012 il 59% degli intervistati riteneva che il CIO e i dirigenti senior condividessero l'idea di come l'IT poteva essere utilizzata per incrementare la produttività delle operation aziendali, oggi la percentuale è scesa al 35%. Sei anni fa, il 53% degli intervistati era d'accordo sul fatto che il CIO e i dirigenti aziendali avessero una visione comune delle priorità di investimento in IT, ma questa percentuale è calata nel 2018 a quota 36%. Il report afferma che questo decremento indica che l'ottimizzazione delle operation è ancora gestita in silos o che i leader aziendali non riescono a stare al passo con l'evoluzione in ambito IT, e per questo motivo stanno abbandonando i sistemi Shadow IT<sup>3</sup> per prendere iniziative proprie.

*«La velocità con cui si sviluppano prodotti, soluzioni e innovazioni digitali è molto aumentata», ha dichiarato **Enrico Maria Bagnasco, Head of Technology Innovation di Telecom Italia.** «È quindi importante che le aziende mantengano aperto il dialogo con l'ecosistema esterno e trovino un equilibrio tra business e tecnologia per raggiungere gli obiettivi dei progetti di trasformazione digitale».*

### **Una scarsa cultura digitale ostacola il progresso**

Oltre alla sfida sul fronte della leadership, il report rivela anche che le imprese non sono state in grado di creare la cultura adatta a favorire una trasformazione digitale di successo. Solo il 36% delle aziende, infatti, afferma che ciascun dipendente ha la possibilità di contribuire allo sviluppo di iniziative digitali – in calo rispetto al 49% nel 2012 – e solo il 38% dichiara di avere attuato un programma formale per il reskilling digitale del proprio organico. Inoltre, sempre più la direzione aziendale ha la necessità di trasmettere la propria vision sulla digital transformation ai dipendenti, ma attualmente solo il 36% delle società ritiene che dirigenti e manager condividano la stessa prospettiva in merito.

Secondo **Andrea Falleni, Amministratore Delegato di Capgemini Italia**, *«L'attuale panorama tecnologico è molto più complesso rispetto a quello del 2012. Nuove tecnologie come intelligenza artificiale, machine learning, automazione e Internet of Things offrono alle imprese opportunità mai avute prima. Allo stesso tempo, per avere successo in questo contesto è fondamentale che le aziende sfruttino la propria capacità di adattare e integrare queste tecnologie all'interno dell'organizzazione. Per trarre il massimo vantaggio da questo nuovo scenario tecnologico, è necessario non solo che i leader aziendali investano in nuove tecnologie, ma collaborino con i propri dipendenti per compiere dei passi avanti nel programma di*

---

<sup>2</sup> Le operations includono: progettazione digitale di prodotti e servizi, capacità di adattare rapidamente i processi operativi, monitoraggio in tempo reale e capacità dei dipendenti di condividere conoscenze, collaborare digitalmente e svolgere il proprio lavoro da qualsiasi luogo.

<sup>3</sup> Per Shadow IT si intendono dispositivi, software e servizi IT al di fuori del controllo delle stesse aziende IT.



*digital transformation, attribuendo pari importanza sia alla gestione del cambiamento che alla comprensione della tecnologia».*

### **Come sostenere percorsi di digital transformation**

Oggi molte aziende devono affrontare la complessità dei propri percorsi di digital transformation e si stanno rendendo conto di quanto possa essere difficile raggiungere un cambiamento di successo. Secondo il report, le imprese non si sono mosse abbastanza rapidamente. La raccomandazione è di focalizzare nuovamente gli aspetti che stanno alla base del successo della digital transformation, come operation e governance o, in particolare, talento e cultura, che rappresentano la sfida principale.

Per scaricare una copia del report, cliccare [qui](#).

### **Metodologia di ricerca**

Per il report sono stati intervistati 1.338 dirigenti di livello manageriale o superiore provenienti da 757 aziende. Il 71% delle imprese intervistate ha registrato ricavi superiori al miliardo di dollari nell'esercizio fiscale 2017. L'indagine, condotta a livello globale, si è svolta da aprile a maggio 2018.

### **Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2017 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,8 miliardi di euro.

Visita il nostro sito [www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com). *People matter, results count.*

### **Digital Transformation Institute**

Il Digital Transformation Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca sull'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi aziende tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati nel Regno Unito, in India e negli Stati Uniti.