



Capgemini press contacts:

Michela Cotich

Marketing & Communication

michela.cotich@capgemini.com

+39 347 3620244

Community Group:

Michele Bon

michele.bon@communitygroup.it

+39 338 6933868

Carlo Carboni

carlo.carboni@communitygroup.it

+39 348 9412226

Il 60% delle organizzazioni dichiara di avere le competenze necessarie per intraprendere con successo la digital transformation, un aumento di 24 punti percentuali rispetto al 2018

Tutti i settori hanno fatto progressi in termini di competenze per la trasformazione digitale, accelerati dal COVID-19: i più all'avanguardia sono retail (73%) e telecomunicazioni (71%)

Milano, 14 gennaio 2021 - Quasi due terzi delle organizzazioni presentano oggi le competenze digitali (60%) e di leadership (62%) necessarie per implementare con successo un percorso di trasformazione digitale, in aumento rispetto al 36% registrato in entrambi gli ambiti nel 2018. È quanto emerge dal report [Digital Mastery 2020: How organizations have progressed in their digital transformations over the past two years](#), condotto dal [Capgemini Research Institute](#).

Per capire come le organizzazioni hanno sviluppato le loro competenze digitali negli ultimi due anni, Capgemini ha analizzato i punteggi medi in quattro categorie: talento e organizzazione, operations, innovazione del business model e customer experience (CX). Rispetto al [report del 2018 incentrato sulla digital mastery](#), l'edizione 2020 della ricerca ha evidenziato come, sebbene tutte le organizzazioni abbiano riportato progressi nei loro percorsi di trasformazione digitale, si stia allargando il divario tra i digital master – ovvero le aziende con un elevato livello di padronanza delle competenze digitali e di leadership – e i loro competitor. La pandemia di COVID-19 è stata un potente acceleratore di questa tendenza, dal momento che ha richiesto l'introduzione di cambiamenti con una certa urgenza, spingendo le aziende a diventare più convinte e ottimiste in merito alla maturità delle proprie competenze. Inoltre, dal 2018 in poi, le aziende hanno dedicato del tempo per valutare le sfide che ostacolano il successo del proprio percorso di sviluppo, aumentando i propri investimenti nella digital transformation e nell'adozione di tecnologie emergenti, oltre a porre maggior attenzione su aspetti relativi a talento e cultura.

Le grandi società, con un fatturato pari o superiore a 10 miliardi di dollari, hanno riportato risultati più elevati in termini di competenze digitali e di leadership, con circa il 68% che dichiara di possedere le competenze digitali necessarie, rispetto al 55% di quelle con meno di 10 miliardi di dollari di fatturato. È stato registrato un divario simile anche in termini di competenze di leadership: il 57% delle organizzazioni più piccole dichiara di avere le competenze necessarie, percentuale leggermente più bassa di quella registrata in media tra le grandi organizzazioni, che si attesta tra il 62% e il 70%.

Da un punto di vista settoriale, negli ultimi due anni ogni industry ha fatto progressi sia nel campo digitale che in quello della leadership: il settore retail guida la classifica, con il 73% delle organizzazioni che dichiara di essere in possesso delle competenze digitali che consentono di avviare un percorso di trasformazione digitale, in aumento rispetto al 37% di due anni fa. A seguire le telecomunicazioni, con il 71% delle organizzazioni che afferma di avere le competenze digitali necessarie e i cui operatori stanno rimodellando



la value proposition per il consumatore creando esperienze digitali complete. Il settore automobilistico è in testa in termini di crescita delle competenze, avendo aumentato le sue capacità digitali dal 32% del 2018 al 69% del 2020.

Le iniziative per lo sviluppo di talento e cultura hanno la precedenza

La ricerca del 2018 rivelava che l'area relativa al capitale umano incontrava i maggiori ostacoli nel percorso di trasformazione digitale, in quanto molte organizzazioni non riuscivano a coinvolgere i dipendenti. Tuttavia, oggi sono sempre più numerose le organizzazioni in grado di coinvolgerli nelle loro iniziative digitali: nel 2020 il dato ha raggiunto il 63%, contro il 36% del 2018. Malgrado i progressi, meno della metà delle organizzazioni (48%) sta investendo nella costruzione di soft skill come intelligenza emotiva, adattabilità e collaborazione. La ricerca di Capgemini ha anche rilevato che la cultura è una delle principali barriere a una digital transformation di successo: diverse organizzazioni non hanno ad esempio una cultura aziendale in cui nuove idee e sperimentazioni siano apprezzate.

È fondamentale accelerare gli investimenti nella sostenibilità per favorire la digital transformation

Dal report emerge che, se da un lato le organizzazioni devono fare attenzione a una serie di fattori come customer experience, operations e business technology, dall'altro devono anche tenere in considerazione la sostenibilità e la propria mission in senso generale, un fattore cruciale per clienti e dipendenti. I consumatori sono infatti sempre più preoccupati per l'impronta ambientale e l'impatto del cambiamento climatico e vogliono fare la differenza attraverso le proprie azioni, tanto che il 78% di loro si dichiara d'accordo sul fatto che le aziende abbiano un ruolo più importante nella società, che va oltre i loro interessi individuali.¹ La ricerca di Capgemini ha inoltre evidenziato che attualmente solo il 45% delle organizzazioni sta accelerando gli investimenti, i progetti e l'impegno verso la sostenibilità.

Per progredire ulteriormente nel percorso di trasformazione digitale, il report raccomanda alle organizzazioni di reinventare l'employee experience, facendo leva su una forza lavoro fluida e garantendo ai dipendenti contratti sociali allineati con le necessità dell'era digitale. Inoltre, è necessario costruire solide competenze in tema di dati e piattaforme, portare su scala nuovi modelli di business e di engagement e incorporare purpose e sostenibilità all'interno del business, rendendoli parte della cultura aziendale e considerando la tecnologia da un duplice punto di vista: quello della digital transformation e quello della sostenibilità.

"I progressi compiuti in soli due anni nello sviluppo delle necessarie competenze digitali e di leadership sono impressionanti, tanto da averci portato ad aggiornare questa indagine. Il continuo e rapido sviluppo dell'innovazione tecnologica e i cambiamenti nei modelli di business, oltre alla pandemia che ha costretto molte realtà a reinventarsi totalmente, hanno verosimilmente trainato questa evoluzione", ha dichiarato **Massimo Ippoliti, Chief Technology & Innovation Officer di Capgemini in Italia**. *"Se da un lato le organizzazioni hanno fatto progressi in ambiti come customer experience, operations e nell'integrazione tra business e tecnologia, dall'altro molte continuano a trovare difficoltà nell'integrare purpose e sostenibilità nelle loro strategie di trasformazione digitale. Ma è solo reinventando le modalità di lavoro e l'employee experience, incorporando il purpose nel modello operativo, diventando un'impresa data-driven e scalando nuovi modelli di business oltre la fase pilota che le aziende possono raggiungere la maturità digitale e dimostrare la resilienza necessaria per adattarsi a futuri cambiamenti"*.

¹ Fonte: Capgemini Research Institute, "[Consumer products and retail: How sustainability is fundamentally changing consumer preferences](#)", giugno 2020.



Per ulteriori informazioni sui risultati della ricerca e per scaricare una copia completa del report, [cliccare qui](#).

Metodologia di ricerca

Tra maggio e giugno 2020 il Capgemini Research Institute ha intervistato 1.000 dirigenti di aziende con almeno 1 miliardo di dollari di fatturato attive in diversi settori per valutare il loro punto di vista sulla maturità delle competenze digitali e di leadership necessarie per la digital trasformation della loro organizzazione. Il 20% delle organizzazioni ha registrato un fatturato di oltre 20 miliardi di dollari nell'anno fiscale 2019. Le caratteristiche del campione intervistato per l'edizione del 2020 sono in gran parte in linea con quello del 2018.

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, trasformazione digitale, tecnologici e per l'ingegneria. Il Gruppo è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio nel mondo in costante evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 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 un'azienda responsabile e multiculturale di 265.000 persone presente in quasi 50 paesi nel mondo, che si pone l'obiettivo di sprigionare l'energia umana attraverso la tecnologia per un futuro inclusivo e sostenibile. Con Altran, nel 2019 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.capgemini.com/it-it/

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'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 in India, Singapore, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>