

Capgemini contacts:**Raffaella Poggio**

Marketing & Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: raffaella.poggio@capgemini.com**Michela Cotich**

Marketing & Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: michela.cotich@capgemini.com**Community Group:**

Michele Bon

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: michele.bon@communitygroup.it

Carlo Carboni

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: carlo.carboni@communitygroup.it

Gli Innovation Center non riescono a rendere le aziende più innovative nonostante ingenti investimenti

Mentre cresce il numero di centri di innovazione a livello globale, solo il 17% delle aziende ha adottato una cultura dell'innovazione diffusa in tutta la struttura societaria

Milano, 14 dicembre 2017 - Il Digital Transformation Institute di [Capgemini](#) ha pubblicato oggi il suo ultimo report, intitolato "[The discipline of innovation: Making sure your innovation center actually makes your organization more innovative](#)", che evidenzia la diffusione degli Innovation Center e ne studia il grado di valore che apportano alle aziende. Il report, al quale hanno preso parte 1.700 dipendenti di 340 società, mostra che le aziende stanno effettuando ingenti investimenti sui centri di innovazione, nel tentativo di stare al passo con i cambiamenti di mercato, sebbene non riescono a diventare più innovative.

Lo studio ha scoperto che le società si trovano in difficoltà per via della mancanza di una cultura d'azienda improntata all'innovazione, dell'assenza di solidi processi interni e di leader che promuovono questo tipo di successo all'interno della compagnia. Sono state inoltre identificate le aree dove sono localizzati i centri di innovazione. Se da un lato gli Stati Uniti continuano ad essere il leader di mercato, dall'altro il numero di Innovation Center sta rapidamente crescendo in India e a Singapore. Il report inoltre evidenzia che, negli ultimi 12 mesi, i settori della tecnologia e dell'automotive hanno creato il maggior numero di centri di innovazione.

Alle aziende manca efficienza in termini di innovazione

Gli attuali processi di innovazione sono incompleti e non creano aziende più innovative. Da ottobre 2016, questi centri hanno registrato una crescita del 27%, ma l'innovazione non è diffusa in maniera omogenea all'interno delle aziende.

L'87% degli intervistati dispone di un Innovation Center, ma nessuna azienda ha raggiunto una maturità "ottimizzata"¹. Infatti, la metà dei dirigenti ritiene che la propria società non sia in grado di stare al passo con i cambiamenti del mercato, mentre meno di un quinto (17%) afferma di avere una cultura dell'innovazione ampiamente diffusa nella propria compagnia. La maggior parte delle aziende (76%) è ancora in una fase preliminare nella "costruzione" della propria cultura dell'innovazione, con progetti gestiti esclusivamente a livello di dipartimento e nessuna gestione centralizzata.

Maturità ostacolata dalla cultura aziendale e dalla mancanza di collaborazione

Dal nuovo report si evince che il principale ostacolo alla creazione di un'azienda all'avanguardia dal punto di vista dell'innovazione è rappresentato dalla cultura stessa della società e dalla mancanza di engagement con

¹ Con "maturità ottimizzata" si intende un'organizzazione con un track record consistente di idee che sono state sviluppate generando un significativo impatto commerciale o operativo



le comunità di fornitori e di partner. Diversi report precedenti hanno mostrato che la cultura è il principale ostacolo della trasformazione digitale, e quest'ultimo report afferma che lo stesso vale per l'innovazione. Il nuovo studio sottolinea che molte aziende non hanno all'attivo una cultura che permetta loro di sperimentare, creare e sviluppare nuove idee. L'innovazione viene inoltre bloccata dall'incapacità delle organizzazioni di collaborare con i propri ecosistemi distribuiti. Quattro intervistati su dieci affermano che i loro processi e tecnologie non sono ottimizzati per favorire l'interazione con i partner. Un altro fattore che impedisce alle organizzazioni di creare collaborazioni esterne riguarda la condivisione di dati con terze parti e la perdita del proprio vantaggio competitivo.

Tuttavia, le aziende potrebbero beneficiare di un importante slancio in termini di maturità dell'innovazione, se solo si dimostrassero più aperte alla collaborazione e al miglioramento della cultura. Secondo la ricerca, le società innovative hanno il 13% di possibilità in più di collaborare internamente o esternamente con startup, università e altri partner di settore. Inoltre, le aziende con una maggiore maturità in termini di innovazione hanno il 25% di possibilità in più di ottenere processi flessibili.

Andrea Falleni, Amministratore Delegato di Capgemini Italia e Eastern Europe, ha affermato: *"Le aziende devono accettare il fatto che non basta aprire degli Innovation Center e aspettarsi che la trasformazione in termini di output creativo avvenga dall'oggi al domani. Per ottenere cambiamenti reali, le società devono costruire una cultura che incoraggi tutti i dipendenti, tramite incentivi finanziari e non, a sperimentare e portare nuove idee sul mercato. Le unità di innovazione hanno un ruolo importante in questo processo, creando partnership con team indipendenti per sviluppare idee più rischiose e offrire un legame tra l'ecosistema del partner e del vendor. Tuttavia, per avere effettivamente successo, il senso di innovazione e di creatività deve essere diffuso a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale".*

Innovation Hub nascono in India e Singapore

La Silicon valley non è più l'unica opzione per le società che vogliono creare un Innovation Center. Questa infatti ospita solo il 13% dei centri di innovazione a livello mondiale, rispetto al 18% del 2015.

- Il cambiamento è maggiore in Asia:
 - Nel 2017, il 29% dei nuovi centri di innovazione sono stati inaugurati nei paesi asiatici, contro il 25% registrato in quelli europei
 - Singapore è stata la meta prescelta di quest'anno per i centri di innovazione, superando Londra che si aggiudica il terzo posto nella classifica degli hub di nuova creazione
 - Anche Bangalore sta diventando una location molto interessante: la città infatti ha raggiunto il quarto posto tra le destinazioni più popolari per i centri di innovazione (contro il quinto posto del 2016) e l'India si è aggiudicata la quarta posizione nella classifica degli hub di nuova creazione nel 2017
- C'è stato anche un cambiamento negli Stati Uniti:
 - Il paese nordamericano guida la classifica dei centri di innovazione di nuova apertura a livello mondiale, con 47 centri aperti lo scorso anno, molti dei quali si trovano però in location diverse dalla Silicon Valley
 - La Silicon Valley continua a essere la destinazione prescelta, ma la percentuale di centri di innovazione statunitensi nella zona è scesa al di sotto del 20% negli ultimi due anni
 - Insieme, Atlanta, Boston e New York City hanno raggiunto la quota di 11 nuovi centri nel 2017

Come possono le aziende massimizzare il valore dei loro sforzi in termini di innovazione

Per diventare un'azienda innovativa è necessario adottare un approccio disciplinato su più fronti. Il report evidenzia che le società innovative:



- Accedono a un ecosistema più ampio, dove le idee sono sviluppante in congiunzione con partner interni ed esterni
- Promuovono e incoraggiano l'innovazione tra tutte le divisioni e i dipartimenti funzionali senza limitarla alle divisioni che si occupano di innovazione
- Costruiscono una cultura improntata al digitale, dove i senior manager sono degli esempi da imitare
- Creano una cultura che incoraggia la creazione di idee in tutti i livelli della struttura societaria
- Istituiscono processi per la gestione delle idee attraverso la commercializzazione.

Per incrementare il livello medio di maturità è necessario effettuare uno sforzo congiunto per affrontare gli elementi più deboli: ecosistema e cultura. L'elemento più importante è rappresentato dal fatto che, per salire sul treno dell'innovazione, sarà necessario avere una leadership forte, impegnata e determinata.

Metodologia di ricerca

Tra marzo e aprile 2017, il Digital Transformation Institute ha intervistato 1.700 dipendenti di 340 società tra cui: dirigenti di alto livello, manager di medio livello e dirigenti junior. Sono stati coperti cinque settori: Automotive, Bancario/Assicurativo, Beni di Consumo, Vendite al dettaglio e Telecomunicazioni. Al report hanno partecipato otto paesi: Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Germania, Italia, Svezia, Olanda e Spagna.

Capgemini ha inoltre condotto delle approfondite ricerche secondarie su tutti i centri di innovazione che sono stati inaugurati o dei quali è stata annunciata la costruzione tra novembre 2016 e ottobre 2017, all'interno dei maggiori settori industriali. Tra le fonti più utilizzate troviamo: report giornalistici e comunicati stampa, report annuali, interviste ai dirigenti, discorsi tenuti durante delle conferenze oltre a update sul web e sui social media, come ad esempio dei blog post.

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

Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia, 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 2016 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,5 miliardi di euro.

Visita il nostro sito 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.