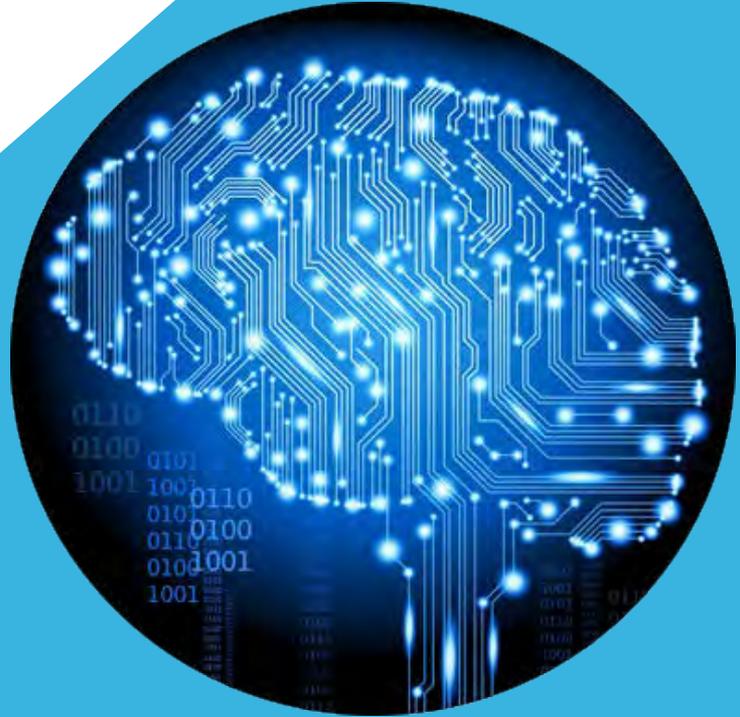


INNOVAZIONE, TRASFERIMENTO TECNOLOGICO, ICT: IL **CLUB DIGITALE** INCONTRA SMILE DIH

3



Unione Parmense degli Industriali



1

- IL PERCORSO VERSO L'OPEN INNOVATION
- L'ADOZIONE DI UNA AGENDA DIGITALE AZIENDALE

2

1-2-3, Chi, come e perché



Il **Club Digitale** è costituito dai responsabili delle aree Ricerca e sviluppo e ICT delle aziende associate di tutti i settori produttivi e servizi

Ci incontreremo periodicamente per approfondire ed **individuare assieme** le esigenze comuni, gli argomenti per attuare un efficace percorso culturale e di aggiornamento tecnico, gli interlocutori da coinvolgere, i casi di successo e le soluzioni possibili per le vostre realtà aziendali

Vorremmo **favorire relazioni e confrontare le vostre esperienze**, sulle tematiche inerenti a:
innovazione,
trasferimento tecnologico, ricerca applicata, adozione di infrastrutture e soluzioni informatiche

Quanto innova l'impresa italiana?

I dati Istat 2012 sull'innovazione nelle imprese italiane con almeno 10 addetti

- Su un campione di **163.347** imprese appartenenti ai settori industria e servizi, **84.701** dichiarano di esercitare attività innovative (pari al **51,9%**),
- ma solo **58.021** imprese hanno effettivamente innovato i loro prodotti o i loro processi (**35,5%**),
- generando una spesa per innovazione di circa **24,3 miliardi** di euro (**6.300 euro per addetto**);
- in **12.022** hanno beneficiato di un sostegno pubblico per l'innovazione (**20,7%**);
- in **7.267** sul totale hanno innovato grazie ad accordi di cooperazione (**12,5%**).

Cosa serve per innovare



Servono **IDEE** sulle quali fare ricerca e sviluppo, idee che devono generare prodotti o servizi da industrializzare rapidamente. Le idee generano **MARCHI**, **BREVETTI**, **DESIGN** e **SPECIFICHE TECNICHE DA TUTELARE**



Serve **SPERIMENTARE** le idee e il ciclo di vita dei prodotti generati analizzandone **ERGONOMIA**, **USER EXPERIENCE**, **DESIGN E PROTOTIPAZIONE**, **PROVE FISICHE E MECCANICHE**



Spesso servono **FINANZIAMENTI** e l'adesione a un network che consenta di fare **RICERCA APPLICATA** e **TRASFERIMENTO TECNOLOGICO**



Spesso serve **FORMAZIONE** (meglio se **CONTINUATIVA**) e **GESTIONE DEL KNOW-HOW** per riqualificare il personale esistente e per le nuove competenze da inserire



Può essere conveniente avviare uno **SPIN-OFF**, e/o investire in una **START-UP**, e/o interagire con un **INCUBATORE DI IMPRESE** per accelerare il processo di innovazione, e/o innovare in maniera **collaborativa in modalità OPEN INNOVATION**

Cos'è il «Trasferimento tecnologico»

Un processo attraverso il quale conoscenze, tecnologie, metodi di produzione, prototipi e servizi sviluppati da governi, università, aziende, enti di ricerca pubblici e privati **possono essere resi accessibili a una ampia gamma di utenti** che possono poi ulteriormente sviluppare e sfruttare la tecnologia per creare nuovi prodotti, processi, applicazioni, materiali o servizi.

2

TRASFERIMENTO
TECNOLOGICO



**OCCORRE
conoscere gli
ATTORI**
(chi è in grado
di farlo)

... e la
SCENEGGIATURA
(come lo fanno)

Tipologie multiple di connessione

- Nel 2015, il 94,4% delle imprese con almeno 10 addetti ha utilizzato connessioni in **banda larga fissa o mobile** (*91,8% connesse in banda fissa, 63,3% in banda mobile*);
- Tipologia di connessione utilizzata: oltre sei su 10 (**60,7%**) ricorrono sia a connessioni fisse che mobili: tale quota varia dal 93,4% delle imprese con almeno 250 addetti al 57,9% di quelle con 10-49 addetti. Tra queste ultime, quattro imprese su 10 non utilizzano ancora connessioni mobili per l'attività lavorativa. Il **5,6%** delle imprese dichiara di **non utilizzare connessioni in banda larga**. Si conferma la crescita della connessione mobile in banda larga, da 60,0% del 2014 a 63,3%;
- Poco meno di sei imprese su 10 (57,0%) hanno dichiarato di avere fornito ad almeno il 5% della propria forza lavoro **dispositivi portatili**, quali computer o smartphone, dotati di connessioni mobili **per scopi lavorativi**. Nel complesso, gli addetti interessati sono il 15,0% della mano d'opera occupata nelle imprese con almeno 10 addetti (13,9% nel 2014 e 12,0% nel 2013).

Imprese italiane e uso dell'ICT (campione 31.738 imprese - Istat 2015)

diffusione, grado di utilizzo e impatto dell'ICT nei rapporti con clienti e fornitori, e-commerce, competenze digitali

3

Grado di adozione dell'ICT nelle imprese con almeno 10 addetti

(valutato rispetto all'adozione di 12 attività specifiche)

L'**87,6%** delle imprese si colloca ad un livello '**basso**' o '**molto basso**' di adozione dell'ICT, non essendo coinvolte in più di 6 attività tra quelle considerate (**la media europea è del 78%**); il restante **12,4%** svolge invece almeno 7 delle 12 funzioni, posizionandosi su livelli '**alti**' o '**molto alti**' di digitalizzazione.

È evidente il **divario** tra le imprese più piccole e quelle con almeno 250 addetti: l'indicatore di digitalizzazione è al 10,8% per le prime e al 41,4% per le seconde nel caso dei livelli 'alto' e 'molto alto'. In particolare il divario è consistente proprio nell'adozione di strumenti che rispondono meglio a esigenze di maggiore complessità aziendale quali:

- l'utilizzo di software per la condivisione interna delle informazioni (10, 32,2% per le piccole contro 78,6% per le grandi)
- l'adozione di sistemi elettronici per lo scambio di informazioni con clienti e fornitori sulla gestione della catena distributiva (11,3% contro 36,5%)
- l'uso di applicazioni informatiche per la gestione e l'analisi dei dati raccolti sulla clientela (12, 28,6% contro 52,4%).

Aumentano le imprese con almeno 10 addetti che utilizzano **uno strumento social** (da 31,8 nel 2014 a 37,3%); è in lieve crescita anche la percentuale di quelle che dichiarano di utilizzarne soltanto uno (da 20,0 nel 2014 a 22,9%) mentre appena il 14,4% ne utilizza almeno due.

Il **70,7%** delle imprese ha un proprio **sito web**, ma **poco più di un terzo lo usa per offrire servizi più avanzati** come quelli legati alla tracciabilità delle ordinazioni online o alla personalizzazione di contenuti e prodotti. Solo il **12,8%** delle imprese permette ai visitatori del sito di effettuare online **ordinazioni** o **prenotazioni dei propri prodotti** (11,5 nel 2014); tale percentuale sale fino a coinvolgere una impresa su quattro fra quelle di maggiore dimensione.

Imprese italiane e uso dell'ICT (campione 31.738 imprese - Istat 2015)

diffusione, grado di utilizzo e impatto dell'ICT nei rapporti con clienti e fornitori, e-commerce, competenze digitali

3

Utilizzo ancora prudente dell'e-commerce nelle imprese con almeno 10 addetti

Il **10,0%** delle imprese con almeno 10 addetti ha venduto online i propri prodotti nel corso dell'anno precedente (8,2% nel 2014); la quota sale al **29,6%** nel caso di imprese con almeno 250 addetti, mentre scende al 6,7% considerando solo quelle imprese che hanno effettuato vendite online per un valore almeno pari all'1% del proprio fatturato totale.

Crescono le imprese che vendono via web (7,9% contro 6,3% del 2014) e tale canale di vendita continua a essere preferito rispetto ad altri canali online. Fra le imprese che vendono via web predominano quelle che hanno come compratori i consumatori privati (78,9%) rispetto ad imprese e amministrazioni pubbliche (58,7%).

Il fatturato online **cresce e si attesta al 9,2%** del fatturato totale (7,1% nell'anno precedente): la quota è al 2,6% per le imprese con 10-49 addetti, al 10,7% per quelle con almeno 250 addetti ed è massima per quelle con 100-249 addetti che registrano un fatturato online del 18,0%.

Continua a crescere la presenza sul mercato online delle imprese attive nell'editoria (da 67,0 dell'anno precedente a 82,6%) e nei servizi di alloggio (da 61,0 a 62,6%). Ancora in coda, anche per la natura del prodotto offerto, quelle attive nel settore delle costruzioni (da 1,6 a 2,1%).

In aumento anche le vendite online dei settori che, già da qualche anno, registrano le quote più alte di fatturato: 39,4% nel settore della fabbricazione dei mezzi di trasporto, 27,4% nel comparto dell'energia, 21,4% per i servizi di alloggio e 11,9% per le agenzie di viaggio.

Imprese italiane e uso dell'ICT (campione 31.738 imprese - Istat 2015)

diffusione, grado di utilizzo e impatto dell'ICT nei rapporti con clienti e fornitori, e-commerce, competenze digitali

3

Competenze digitali nelle imprese con almeno 10 addetti

- Il **16,7%** delle imprese con almeno 10 addetti **impiega esperti ICT** (15,3% nell'anno precedente), presenti nel 75,4% delle grandi imprese; queste ultime, tra l'altro, hanno provato ad assumere o hanno assunto nell'anno precedente nel 26,6% dei casi (contro il 3,7% delle imprese di minore dimensione).
- Le imprese delle telecomunicazioni e quelle informatiche fanno prevedibilmente maggior ricorso a tali conoscenze specialistiche al proprio interno (rispettivamente 78,8% e 72,4%); seguono le attività editoriali (44,6%) e, nel settore manifatturiero, il comparto della fabbricazione di computer ed elettromedicali (51,9%).
- In generale, la maggioranza delle imprese ha indicato di **preferire le competenze esterne** per tutte le funzioni richieste. Nel dettaglio, la manutenzione delle infrastrutture informatiche viene gestita **soprattutto in outsourcing** dal 71,6% delle imprese (40,1% nelle grandi imprese).
- La funzione che, invece, viene maggiormente svolta utilizzando prevalentemente competenze interne è quella connessa al supporto per il software di ufficio: 34,7% di imprese con almeno 10 addetti e 72,7% di quelle con almeno 250 addetti.
- A fronte di un ampio accesso alla Rete da parte delle imprese, **il 42,9% di esse dispone di una politica di sicurezza ICT formalmente definita**; l'Italia si colloca al quarto posto tra i Paesi europei, circa 11 punti percentuali sopra la media europea del 32%.
- Nella definizione dei rischi, circa la metà di queste imprese ha considerato tutti quelli relativi a distruzione o corruzione dei dati, divulgazione di informazioni riservate e indisponibilità dei servizi informatici. **Le grandi imprese sono più sensibili verso tali rischi**: il 79,4% dispone di una policy di sicurezza ICT e il 69,1% ha valutato tutti i rischi richiesti.

Occupazione e competenze digitali

2020

L'85/90% dei lavori in Europa richiederanno competenze digitali

+15%

le opportunità di lavoro nel 2014 nel settore dei nuovi media e dei social network in Italia

20%

delle imprese attive sul web assumerà nel 2015, contro il 10% di quelle offline

4,3

posti di lavoro creati in altri settori sullo stesso territorio per ogni nuovo posto di lavoro high tech creato

+1,47%

Di occupazione giovanile se la diffusione di internet in Italia cresce del 10%

1/20

Il rapporto tra i neolaureati e la domanda di figure professionali con alta specializzazione nel digitale

900.000

i posti di lavoro che rischiano di restare vacanti in UE entro il 2020 per mancanza di competenze digitali



1 "under 30" su **10**

trova lavoro nel campo dei servizi tecnologici

LAVORATORI

3

CITTADINI

ICT

ITALIA 2015, SEMPRE PIÙ DIGITALE

L'IDENTIKIT degli utenti internet regolari

Siamo **28.7 milioni** (+8% rispetto al 2014)

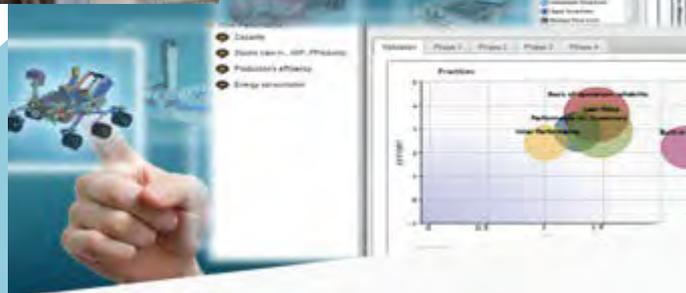
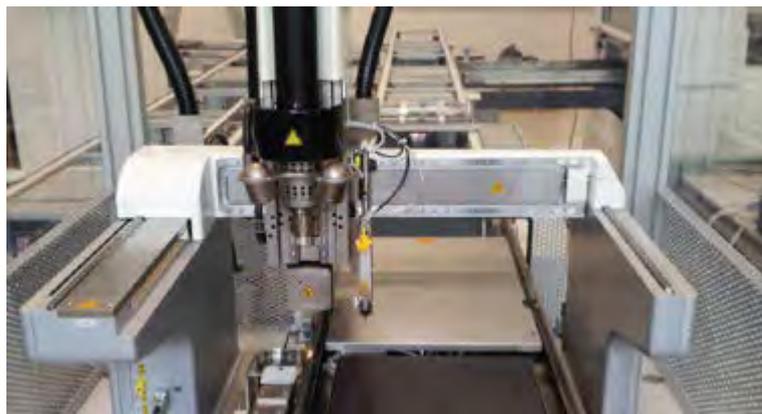


48%



Base: utenti internet, 16-65 anni

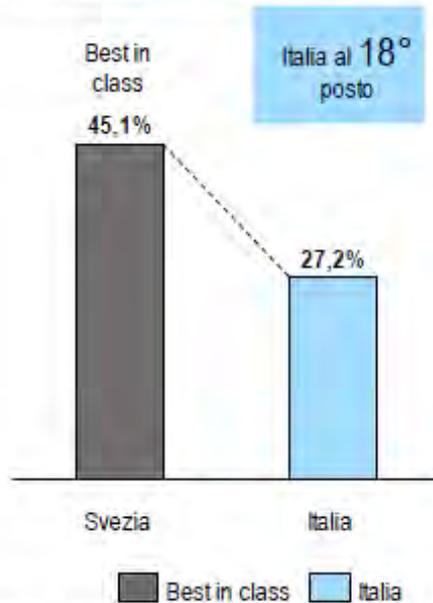
Adottare una **Agenda Digitale** in azienda comporta l'uso di **ICT e nuove tecnologie** come reale supporto per **SEMPLIFICARE, SNELLIRE, OTTIMIZZARE, DIGITALIZZARE** procedure, processi produttivi e gestionali, funzioni, ecc.



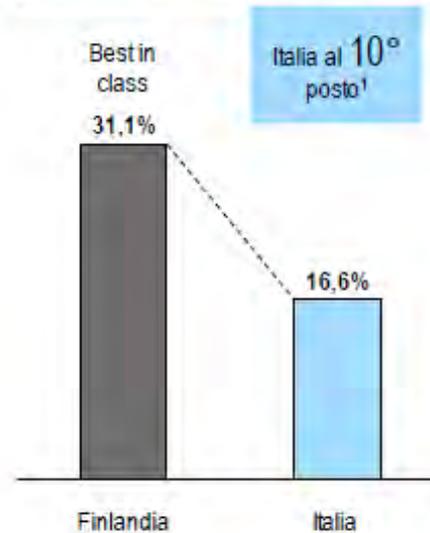
Creando sempre più **VALORE** per le aziende e **VANTAGGI** per il territorio nel quale operano

DATI E KNOW-HOW andranno ancor più valorizzati e tutelati

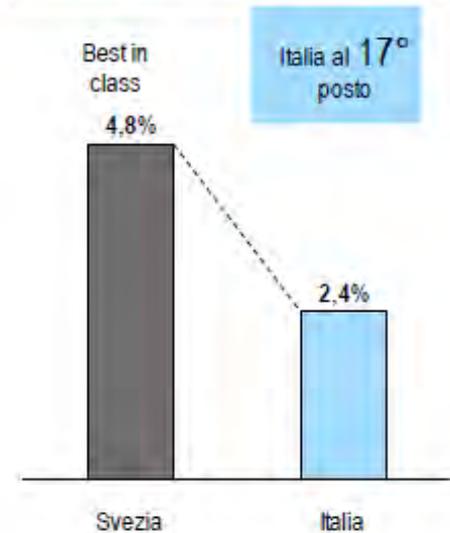
% impr. con integrazione processi attraverso sistemi ERP [2013]



% impr. che utilizzano un software di analytical CRM [2013]



% personale con competenze specifiche ICT [2012]



Note: 1) Su 23 paesi per i quali è disponibile il dato

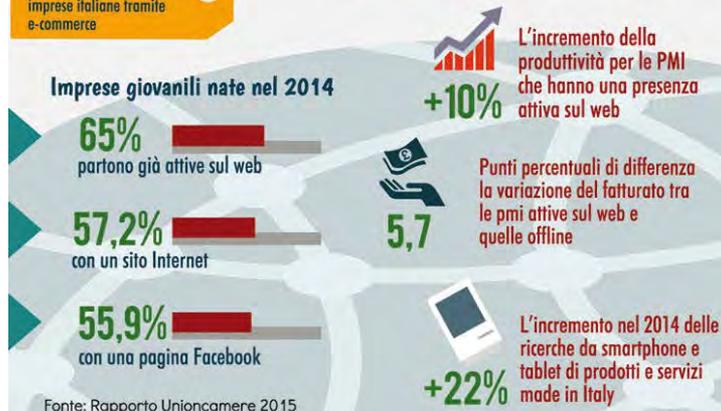
Fonte: European Commission - Digital Agenda for Europe; Roland Berger

Valore e potenzialità dell'Internet Economy in Italia

Valore e potenzialità dell'Internet Economy in Italia



21% Imprese italiane con almeno 10 addetti che utilizzano i social network per il proprio business.



Incidenza del PIL generato dalla Internet Economy nei Paesi del G-20

Previsioni 2016 e variazioni medie annue 2010-2016

Paesi	in % sul PIL	Variazione % media annua 2010-16
Regno Unito	12,4	10,9
Corea del Sud	8,0	7,4
Cina	6,9	17,4
Europa	5,7	10,6
India	5,6	23,0
Giappone	5,6	6,3
Stati Uniti	5,4	6,5
G-20	5,3	10,8
Messico	4,2	15,6
Germania	4,0	7,8
Arabia Saudita	3,8	19,5
Australia	3,7	7,1
Canada	3,6	7,4
Italia	3,5	11,5
Francia	3,4	6,1
Argentina	3,3	24,3
Russia	2,8	18,3
Sud Africa	2,5	12,6
Brasile	2,4	11,8
Turchia	2,3	16,5
Indonesia	1,5	16,6

Fonte: elaborazioni su dati Economist Intelligence Unit, OECD, Boston Consulting Group

IL 3,5% del PIL italiano è legato a Internet nel 2016. 4 aziende su 10 lontane dal web ma 2 imprese giovanili su 3 nascono già online



Commissione europea

COSA STA FACENDO LA COMMISSIONE EUROPEA

Il **19 aprile 2016** ha presentato il piano d'azione sulla digitalizzazione dell'industria, che si inserisce nel terzo pilastro della strategia per il **Mercato Unico digitale**, “**Massimizzare il potenziale di crescita dell'economia digitale Europea**”.

L'iniziativa europea mira principalmente a:

- **Digitalizzare l'industria;**
- **Definire norme tecniche per incoraggiare l'innovazione digitale;**
- **Incentivare la digitalizzazione dei servizi pubblici.**

Il pacchetto contiene i seguenti documenti:

- La Comunicazione “**Digitising European Industry: Reaping the full benefits of a Digital Single Market**”,
- La Comunicazione sul **Cloud europeo**,
- La Comunicazione su una **Strategia di Standardizzazione**, che mira a rendere rapidamente disponibili gli standard ICT essenziali,
- Il piano d'azione sull'e-Government per la **trasformazione digitale dei servizi pubblici**. Entro la fine del 2017 sarà istituito uno sportello digitale unico; connessi tra di loro tutti i registri delle imprese e i registri fallimentari e collegati al portale della giustizia elettronica; definito un progetto pilota con le amministrazioni per applicare il principio di “una tantum” per le imprese a livello transfrontaliero; aiutati gli Stati membri a sviluppare servizi di sanità elettronica transfrontalieri; accelerata la transizione verso gli appalti elettronici.
- Tre documenti di lavoro su **High Performance Computing, Quantum Technologies e Internet delle Cose (IoT)**.

SMILE Digital Innovation Hub vi permetterà di:

(ELENCHIAMO ALMENO 10 OBIETTIVI)

- 1 • Coltivare **relazioni** e scambiare **pareri** e **buone pratiche**
- 2 • Relazionarvi con **soggetti competenti** in materia
- 3 • Costruire **percorsi tecnici** di approfondimento e aggiornamento studiati e proposti **ad-hoc**
- 4 • Studiare percorsi di **trasferimento tecnologico** con atenei e centri di ricerca
- 5 • Scoprire le **aziende competenti** sul territorio e i **casi di successo**
- 6 • Scoprire idee e progetti di **Start-Up** e **PMI Innovative**
- 7 • Ottenere gratuitamente **linee guida progettuali** per la vostra azienda
- 8 • Investire il vostro tempo su progetti che riguardano i **vostri comparti** produttivi o le **filieri** nelle quali operate
- 9 • Poter fare innovazione condivisa e/o collaborativa in modalità «**Open Innovation**»
- 10 • Essere protagonisti nella **crescita economica del territorio** nel quale lavorate e/o vivete

Le Forze in campo per aiutarvi

Trasferimento tecnologico

I progetti dell'Università degli Studi di Parma (attivazione prevista entro il 2017)

Sistema Confindustria

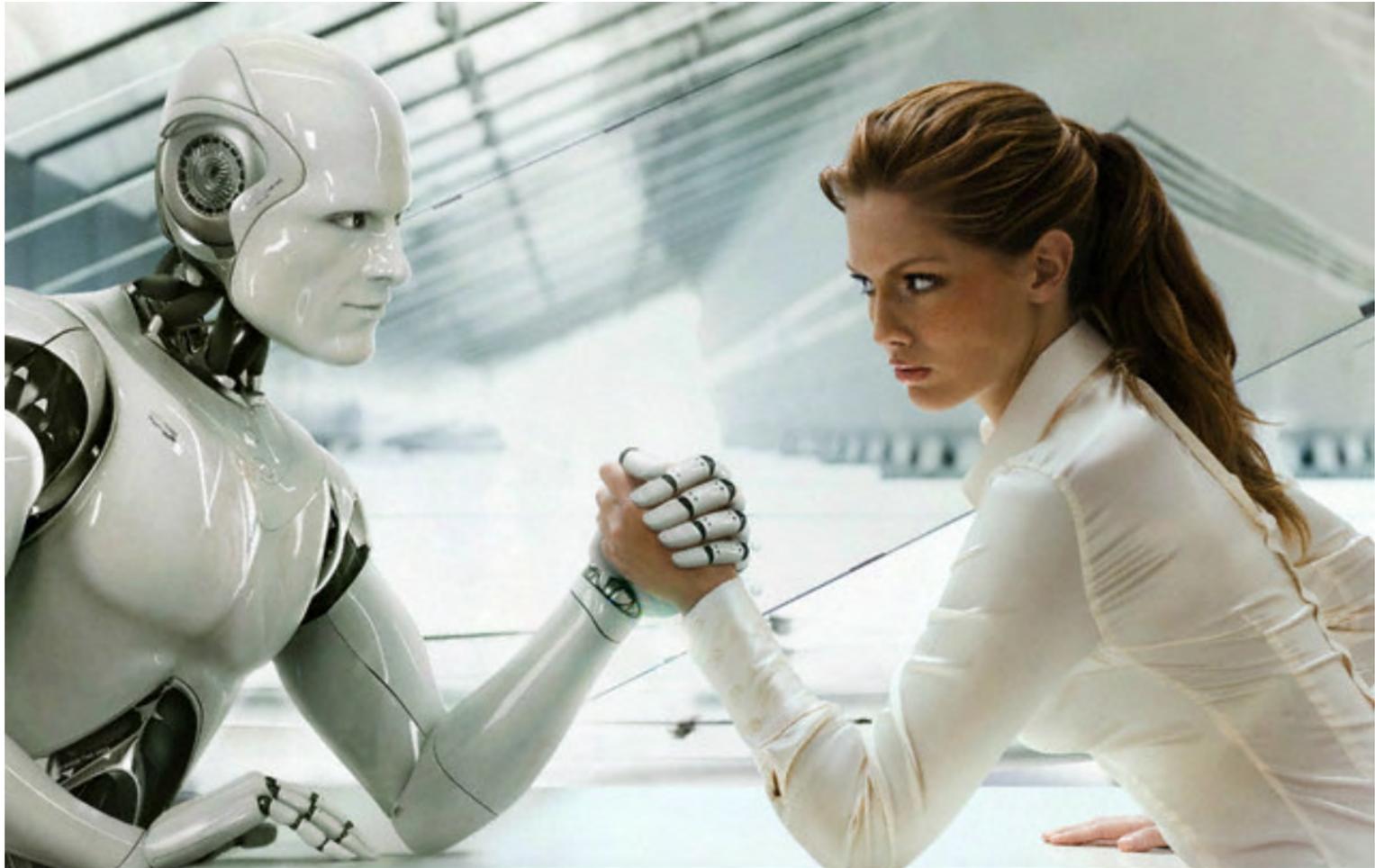
Formazione continua

Istituti Tecnici

Start-Up, Spin-off, PMI Innovative

Altri soggetti attuatori, makers, ecc.

Collaborazione o Duello?



Grazie per l'attenzione