

Lo studio

Imprese, nella corsa al digitale
Lombardia oltre la media —p.17

Imprese alla rincorsa sulla rotta digitale

I dati in Lombardia

Digital Innovation Hub: valori oltre la media nazionale ma senza sufficienza piena

Luca Orlando

I costi elevati, anzitutto. E subito dietro la carenza di risorse interne per gestire i progetti.

Sono i due ostacoli principali che frenano le aziende lombarde nell'adozione di tecnologie e processi digitali, fattori che distaccano di gran lunga ogni altra considerazione. Si spiega così il risultato dell'analisi del Digital Innovation Hub della Lombardia, che sulla base dell'assessment effettuato da un campione di poco meno di 400 imprese, in una scala da 1 a 5 nella maturità digitale assegna il punteggio medio di 2,99 alle aziende della regione: oltre la media nazionale (2,85) ma ancora ad un passo dalla sufficienza piena.

«Le aziende si stanno certo muovendo in questa direzione – spiega il presidente del Dih lombardo Stefano Poliani – ma la strada da percorrere è ancora lunga: le Pmi in particolare fanno fatica a prendere questo treno».

I dati lombardi, spiega Poliani, sono in parte spinti verso l'alto da aspetti settoriali e dimensionali, te-



L'indice. Per le realtà lombarde maturità digitale a 2,99 contro 2,85 di media italiana

nendo conto di una maggiore presenza relativa in regione sia di aziende più robuste rispetto alla media che di realtà impegnate nei settori avanzati della meccatronica, dell'automotive o dell'aerospazio.

La distribuzione dei risultati, ad ogni modo, è quasi simmetrica lungo una gaussiana, con il 22% del campione a posizionarsi oltre un livello medio-alto di 3,5, percentuale

tuttavia quasi identica rispetto a quanti si pongono al di sotto di quota 2, dunque in un'area di forte insufficienza. Soltanto sei aziende su 100, infine, sono posizionate oltre quota 4, la zona di eccellenza.

«Il limite delle risorse interne e soprattutto delle competenze è un freno evidente in questa direzione tecnologica – spiega Poliani – e questo aspetto rende però ancora più critico il ruolo dei Dih nel percorso di sensibilizzazione e avvicinamento a questi temi. Che non si ferma alla mera valutazione dello stato dell'arte, come abbiamo fatto con l'assessment. La fase due, quella che va oltre l'analisi, è in effetti già iniziata. Centoventi aziende sono state accompagnate presso i competence center e 20 progetti di sviluppo sono stati avviati: buoni risultati, ma dobbiamo fare di più».

Poliani (Dih Lombardia): «Il freno dalla carenza di risorse interne, sempre più critico il nostro ruolo verso il sistema»

I dati evidenziano come la maturità digitale sia correlata alle dimensioni d'impresa, con valori che diventano però sufficienti (3,25) solo per la fascia oltre i 20 milioni di ricavi e che progrediscono in modo più convinto al crescere degli addetti, arrivando fino a quota 3,48 per le aziende oltre i 200 dipendenti.

In termini di percorso "smart" tra i settori primeggiano Ict e servizi digitali, seguiti da mezzi di trasporto e logistica, farmaceutica e metallurgia. In coda, con gli indici più bassi, tessile-moda, cartallegno e, ultima con un ampio distacco, l'edilizia.

In termini di processo, se produzione, qualità e ricerca e sviluppo ottengono i risultati migliori, superando la soglia del 3,30, altre aree come logistica, manutenzione, supply chain, risorse umane e vendite sono caratterizzate da punteggi sempre inferiori a 2,70.

«Si è investito anzitutto dove i vantaggi percepiti sono evidenti e più immediati – aggiunge Poliani –, tenendo conto anche di un piano 4.0 che andava proprio ad incentivare gli interventi in questi processi. La strategia ha funzionato ma ora bisogna accelerare e i fondi disponibili grazie al Pnrr, sia per i Dih che i Competence Center, rappresentano un'occasione per migliorare il punteggio avvicinando un numero sempre più ampio di imprese all'area di eccellenza nel percorso di digitalizzazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

