



La cultura della gestione del dato nelle aziende italiane

MILANO, 2 maggio 2018 – Le imprese si trovano oggi a competere non soltanto nei processi di trasformazione materiale di beni e servizi, ma anche nella capacità di impiegare il dato come fattore produttivo attraverso un proprio autonomo processo di trasformazione.

Per cogliere le nuove sfide dei mercati occorre una cultura aziendale che sia centrata sul dato: l'abilità di impiegare strumenti analitici avanzati, di visualizzare e interpretare relazioni implicite fra dati eterogenei, e di indirizzare tali competenze a un supporto immediato e costante dei processi decisionali richiede un balzo oltre i tradizionali paradigmi di analisi, introducendo nuove soluzioni, nuovi processi e nuove figure professionali. L'impresa che intende affrontare la sfida della trasformazione digitale deve necessariamente evolvere a una dimensione del tutto nuova.

I sistemi di business intelligence e business analytics esistono da decenni. Tuttavia, queste soluzioni non sempre hanno prodotto un reale supporto decisionale, limitandosi a rilasciare informazioni senza fornire indicazioni. E' quindi necessario spostare la focalizzazione dai big data, dagli analytics o dal machine learning alle decisioni, così da sfruttare le informazioni per un vantaggio competitivo che non si esaurisca nell'immediato. Entro il 2021, prevede IDC, una grande impresa su quattro avrà creato un processo di interpretazione del dato basato su un'ampia articolazione di figure professionali specifiche e indipendenti, per sfruttare nel miglior modo possibile il fattore produttivo e decisionale del nuovo millennio, l'informazione.

Ma, allo stato attuale, come si posizionano le aziende, soprattutto in Italia, in questo percorso di gestione del dato come fattore competitivo? Una ricerca di IDC condotta su un campione di 172 imprese italiane di classe enterprise ha individuato quattro stadi di avanzamento.

Quasi la metà del campione (il 43%) si trova al primo stadio: aziende che devono ancora concludere la fase di razionalizzazione dei propri sistemi e della propria strategia digitale, e che dunque ancora non riescono a trarre un vantaggio competitivo concreto dai dati.

Al secondo stadio appartiene il 25% delle grandi aziende italiane: qui il dato viene considerato come uno strumento indispensabile per progredire nei processi di automazione industriale, ovvero rappresenta un valore soltanto se consente di automatizzare meglio i processi.

I due stadi più avanzati vedono presente solo un terzo delle grandi organizzazioni italiane. Nel terzo stadio risiede il 23% del campione analizzato da IDC: si tratta di imprese che impiegano i dati per consolidare un vantaggio immediato nei confronti dei concorrenti senza

procedere necessariamente attraverso l'automazione, ma migliorando l'efficacia dei processi di pianificazione e controllo.

Infine, allo stadio più avanzato, ovvero il quarto, appartiene il 9% delle grandi aziende italiane: realtà che IDC colloca in una fase profonda di trasformazione, capaci di gestire i dati non solo per automatizzare i processi o migliorare la pianificazione e il controllo, ma per competere sul terreno dell'innovazione a lungo termine.

Roadmap to Intelligent Enterprise: le nuove strategie per competere nell'economia della conoscenza è il titolo di un nuovo evento che MicroStrategy in collaborazione con IDC organizza a Milano il prossimo 30 maggio. Durante l'incontro, gli analisti di IDC e gli esperti di MicroStrategy illustreranno le nuove tendenze nell'ambito degli analytics e condivideranno le loro esperienze su temi quali il data-driven decision making e l'intelligence process workflow, per spiegare alla platea di CIO e innovation manager cosa stiano concretamente facendo le grandi imprese in Italia e in Europa per affrontare la sfida della trasformazione in Intelligent Enterprise.

Per maggiori informazioni sull'evento: [Roadmap to Intelligent Enterprise](#)

Hashtag dell'evento: #IntelligentEnterprise

About IDC

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com.

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Marco Tennyson
mtennyson@idc.com
+39 02 28457.370