



DIH
Digital Innovation Hub



DIH
Digital Innovation Hub
Udine

MATURITÀ DIGITALE DELLE IMPRESE: il servizio della rete dei DIH

febbraio 2024

I Digital Innovation Hub



I Digital Innovation Hub: organizzazione e metodo di lavoro



DIH
Digital Innovation Hub



22 DIH

Livello regionale
con "antenne
territoriali"
ancorate al
Sistema
associativo di
Confindustria

NETWORK

"COORDINAMENTO
NAZIONALE" per
condividere obiettivi,
iniziative e progetti e
definire le linee di
sviluppo della rete

METODO DI LAVORO

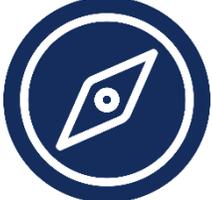
Strumento UNICO
Basket servizi
omogenei

VALORE NETWORK 10 MILIONI DI EURO

- **dotazione patrimoniale:** quote Associazioni
- **Finanziamenti:** Sistema Confindustria, bandi regionali, aziende socie DIH, accordi con i Competence Center...
- **risorse umane "in-kind"**
- **manager 4.Manager**



L'attività dei Digital Innovation Hub

ATTIVITA' DI SENSIBILIZZAZIONE	ASSESSMENT, REPORT E ROADMAP MATURITA' DIGITALE	ATTIVITA' DI ORIENTAMENTO
 <p>25.000+ AZIENDE INCONTRATE</p>	 <p>1900 AZIENDE COINVOLTE</p> <p>7 FILIERE</p> <p>216 FORNITORI</p>	 <p>ACCORDI</p> <ul style="list-style-type: none">• ACCORDO NAZIONALE CON I COMPETENCE CENTER (2020)• ACCORDI SINGOLI DIH CON COMPETENCE CENTER• ACCORDO CON PLAYER INDUSTRIALI• PARTECIPAZIONE AL BANDO EUROPEO PER LA COSTITUZIONE DEL NETWORK DEGLI EDIH

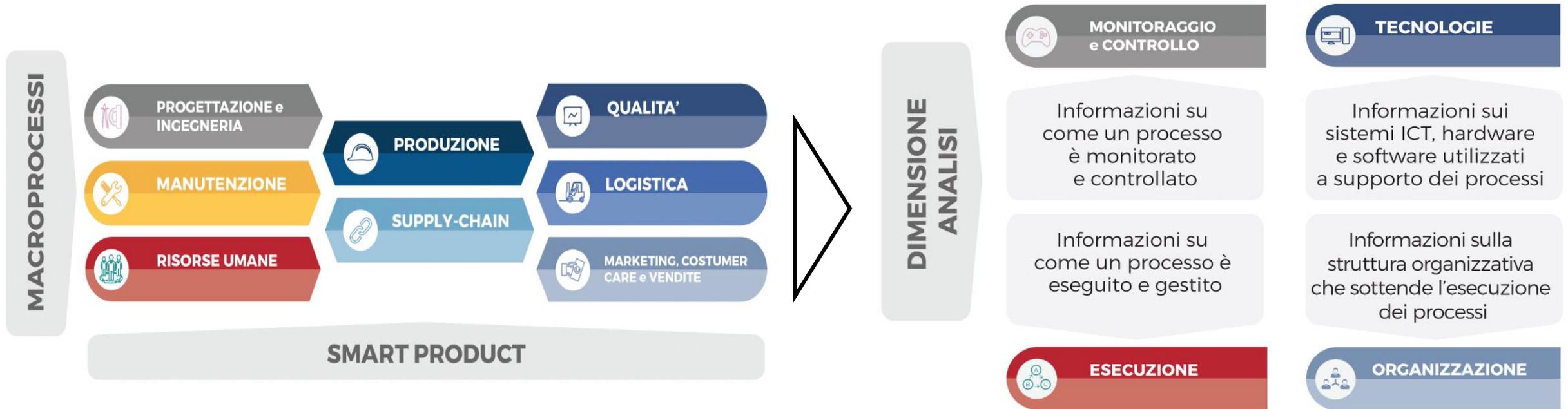


Progetti Speciali: le Fabbriche Vetrina



- Più di 50 PMI innovative con investimenti in tecnologie 4.0: big data, cloud, cybersecurity, IoT, stampa 3D, simulazioni, robot collaborativi, realtà aumentata
- PMI di diversi settori, distribuite sul territorio nazionale
- disponibilità ad aprirsi verso le altre imprese per consentire di “toccare con mano” le applicazioni del 4.0, e ospitando iniziative di informazione rivolte a stakeholders e imprese

Test Industria 4.0: dimensioni di Analisi e Macroprocessi



Test Industria 4.0: livelli di maturità digitale



Processo di lavoro

MATURITA DIGITALE



REPORT



ROADMAP

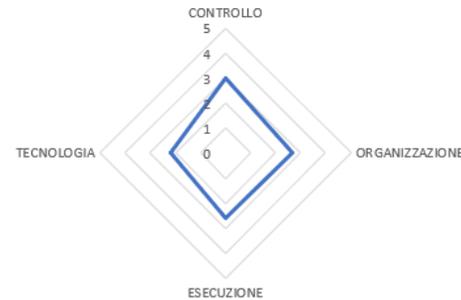
Il primo Task del percorso per la Trasformazione Digitale

Situazione «As-Is» e «To-Be»

Priorità di business dell'azienda



POLITECNICO MILANO 1863
Scuola di Ingegneria
Manufacturing Group



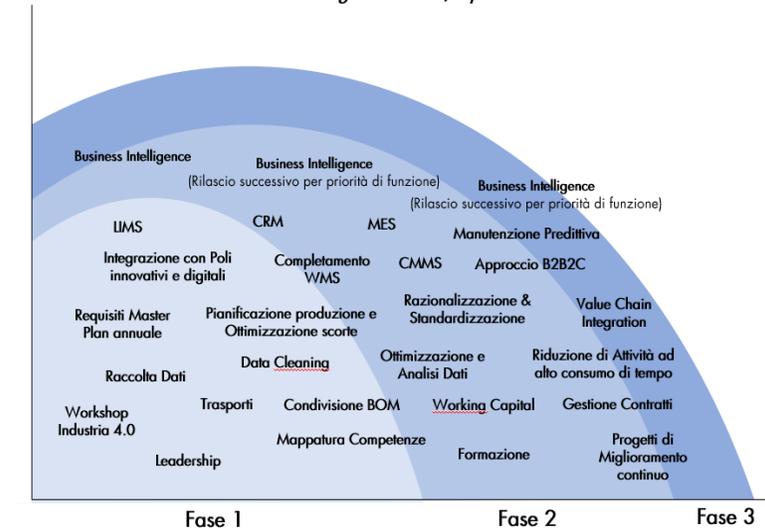
Organizzazione	Esecuzione
3.86	3.81
Controllo	Tecnologia
3.58	3.26



Produzione	Qualità	Progettazione e Ingegneria	Logistica	Manutenzione
4.37	4.18	3.69	3.67	3.55
Supply Chain	Risorse Umane	Marketing*	Smart Product	-
2.90	2.67	2.61	-	-

Complessità

Le iniziative sopra proposte sono ovviamente suggerite già in corso e/o pianificate



CONFINDUSTRIA
Centro Studi



DIH
Digital Innovation Hub
Udine

FOLLOW UP



La maturità digitale delle imprese

Caratteristiche del campione: le imprese analizzate per dimensione e per settore

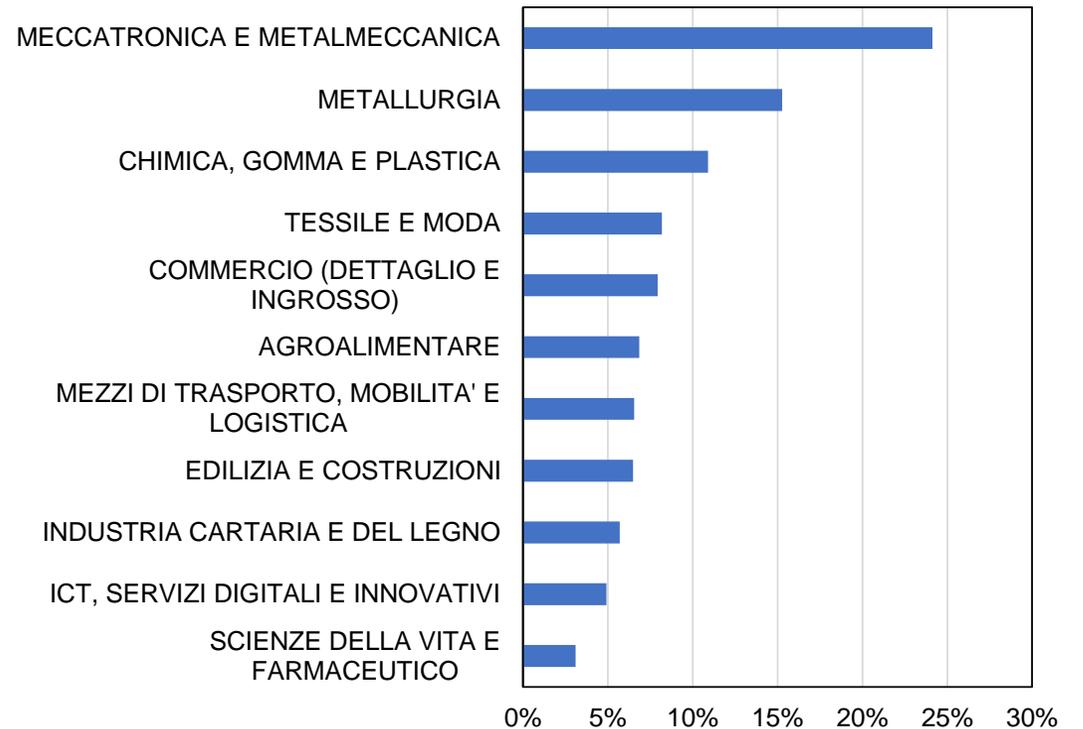
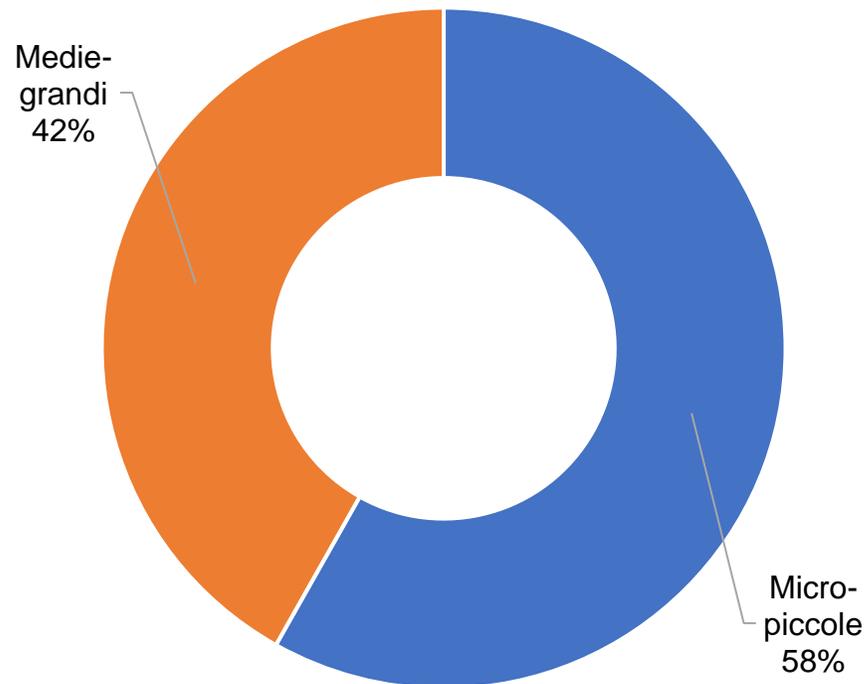
- 1808 aziende analizzate in Italia
- 120 aziende analizzate in FVG



Caratteristiche del campione: le imprese analizzate per dimensione e per settore

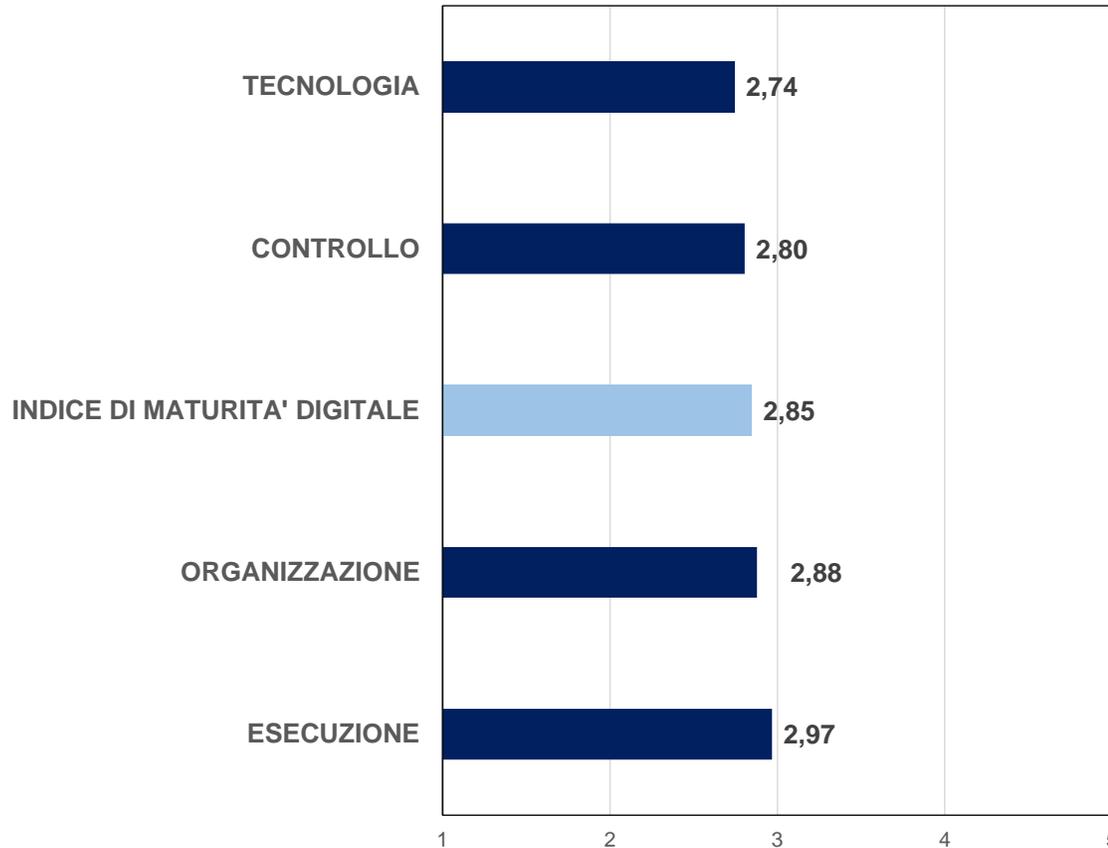
- **Circa 8 imprese su 10** hanno come core business beni (rispetto ai servizi);
- **9 imprese su 10** sono B2B (rispetto a B2C).

(In % delle imprese sottoposte all'assessment)

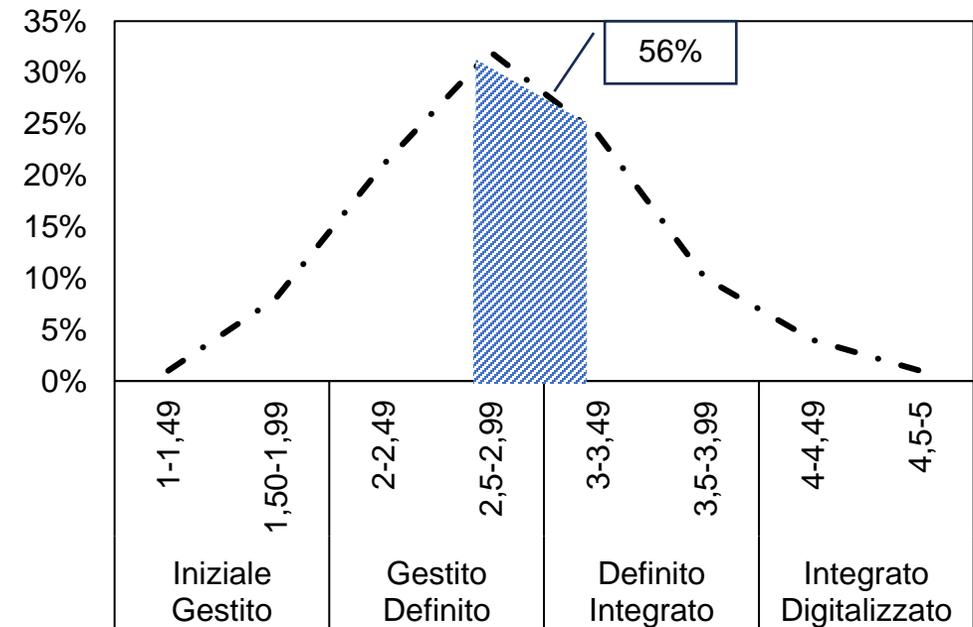


La maturità digitale delle imprese mappate

(Valori medi dell'indice di maturità digitale per dimensione di analisi)

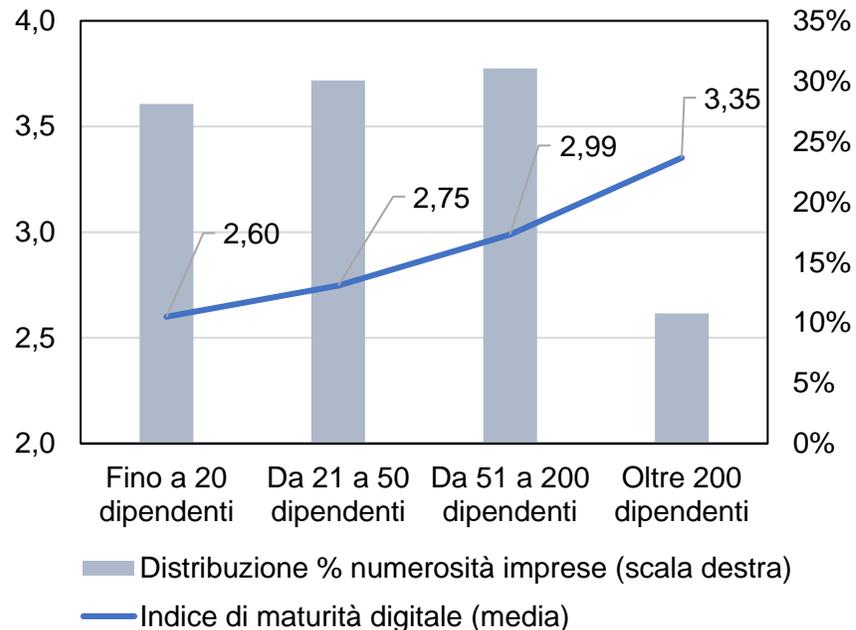


(Distribuzione % della maturità digitale)



La dimensione delle imprese mappate influisce sulla maturità digitale delle imprese

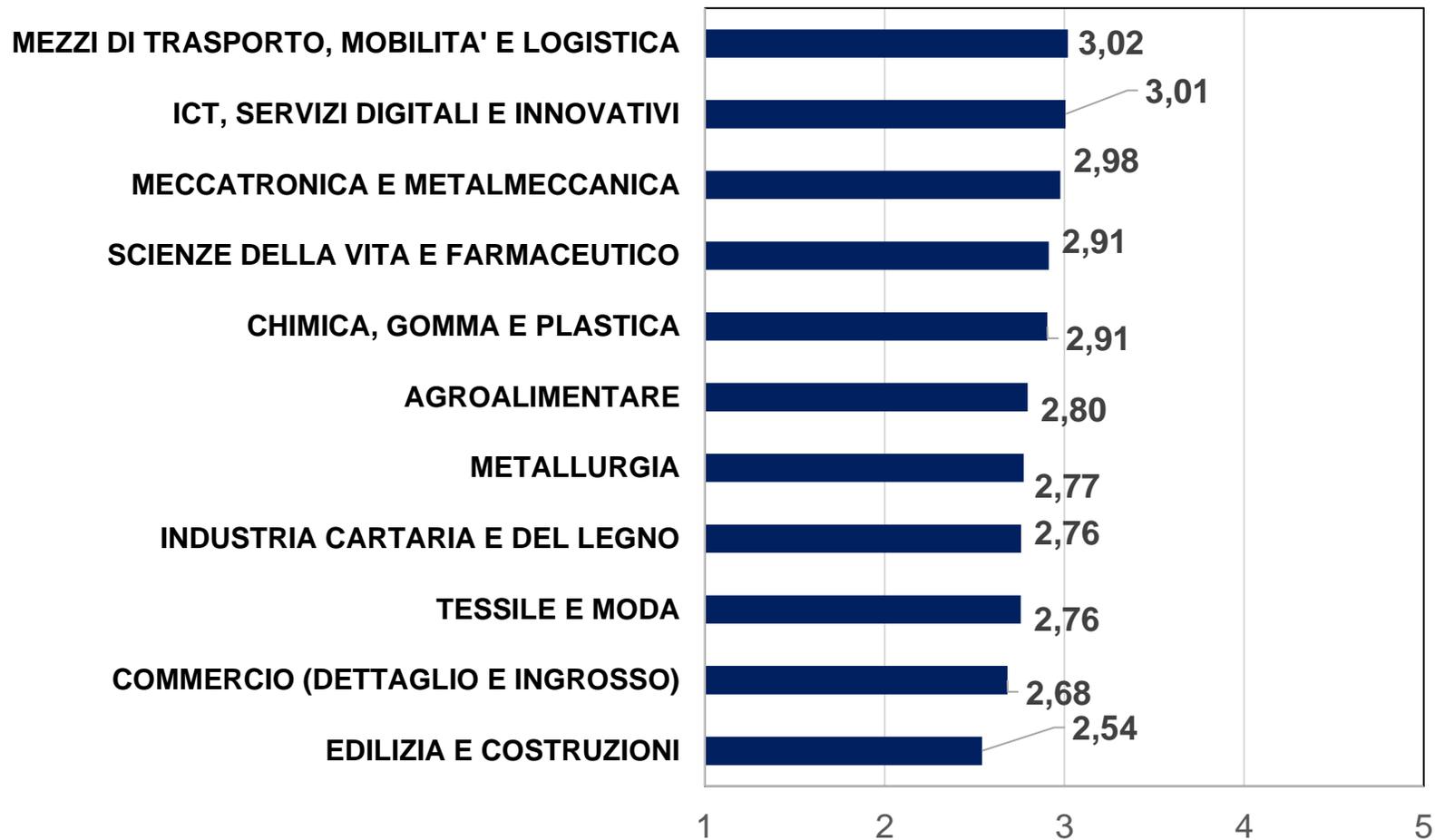
(Valori medi dell'indice di maturità digitale per distribuzione dimensionale delle imprese)



- Le imprese specializzate nei beni hanno un valore medio dell'indice di maturità digitale relativamente più elevato rispetto a quello delle imprese specializzate nei servizi.
- Le imprese che operano prevalentemente nel mercato B2B hanno un valore medio dell'indice di maturità digitale relativamente più elevato rispetto a quello delle imprese che operano prevalentemente nel mercato B2C.

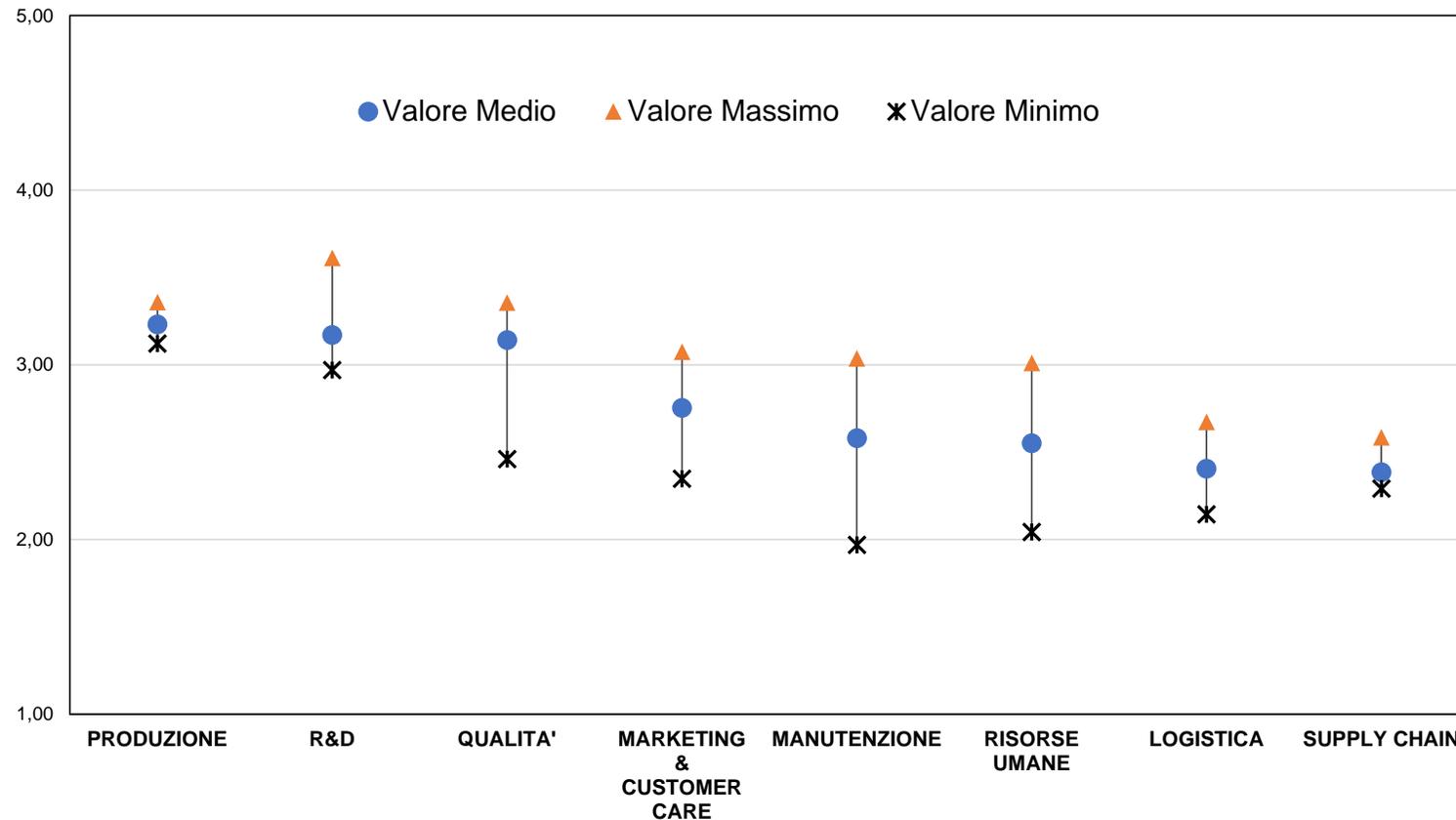
La maturità digitale nei settori

(Valori medi dell'indice di maturità digitale ordinati in senso decrescente rispetto ai settori)



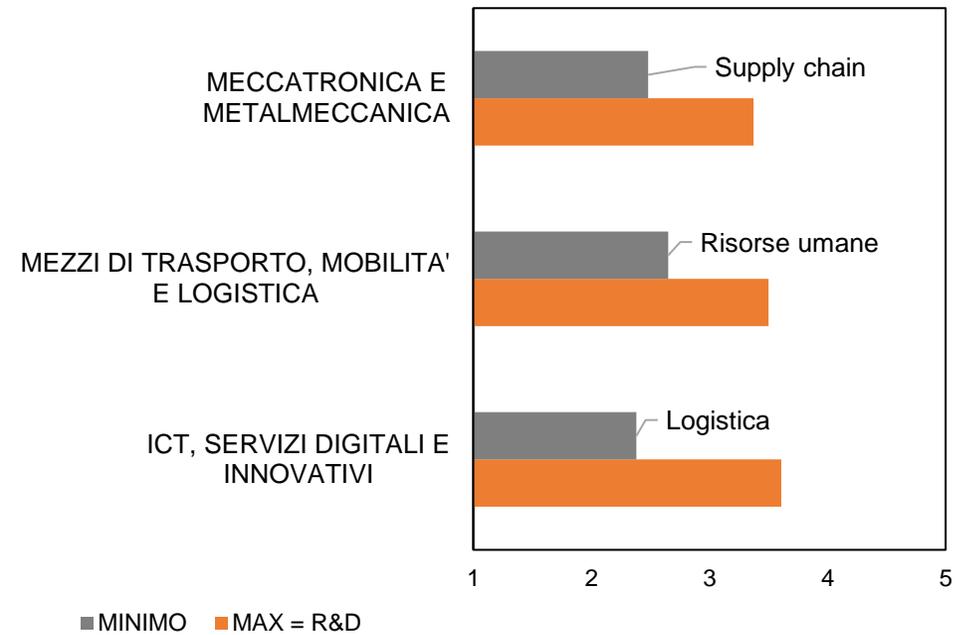
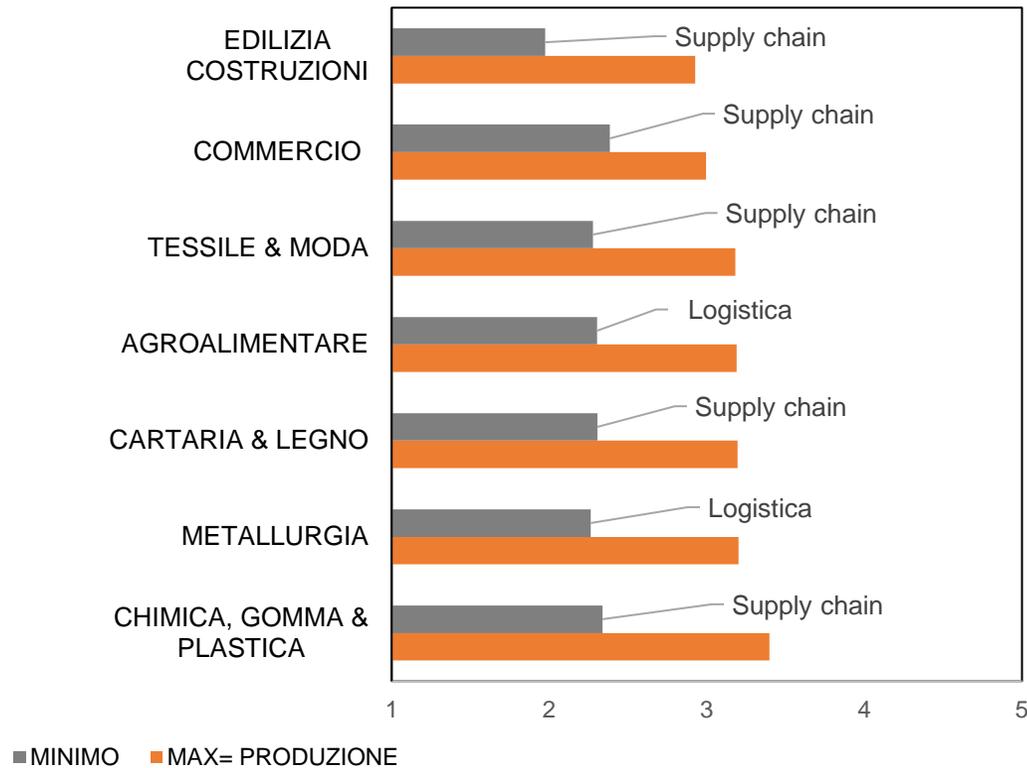
La maturità digitale negli otto macro-processi

(Valori medi dell'indice di maturità digitale ordinati in senso decrescente rispetto ai macro-processi, min e max delle quattro dimensioni di analisi)



Produzione e R&D i macro-processi più digitalizzati

(Valori massimi ordinati in senso crescente rispetto ai settori)



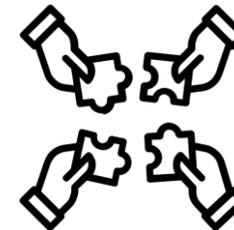
Le strategie aziendali



Per più della metà delle imprese le strategie di Industry 4.0 sono definite dalla proprietà e per il **30%** dalla direzione generale



Più di 6 imprese su 10 hanno sviluppato uno smart product



Poco meno del 50% delle imprese mappate ritiene matura la propria cultura aziendale su Industry 4.0



Circa 1/3 delle imprese considera Industry 4.0 parte delle proprie strategie aziendali acquisendo una leadership rispetto ai competitor



Solo 4 imprese su 10 riconoscono, sviluppano e premiano le competenze di Industry 4.0



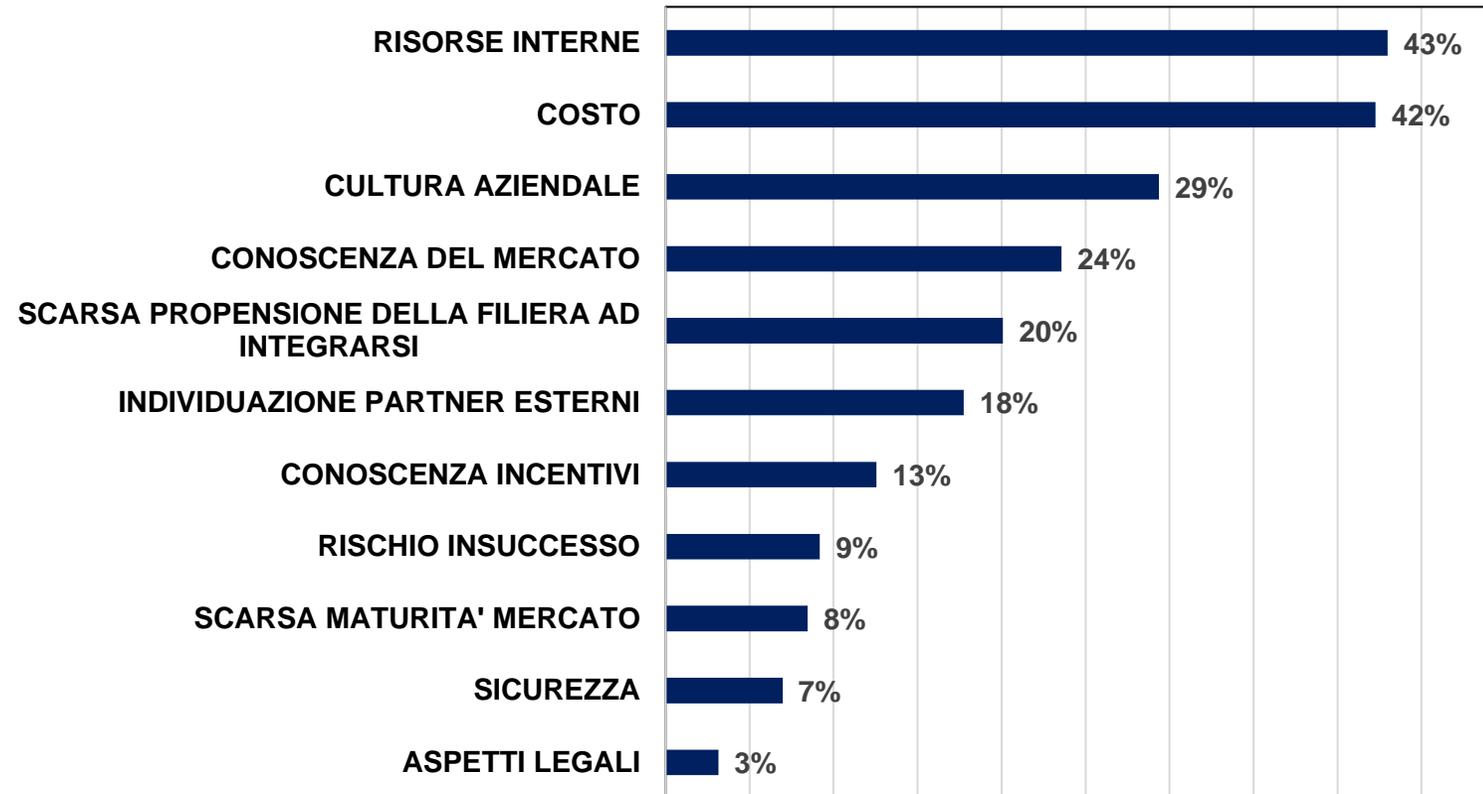
6 imprese su 10 non stimano l'impatto economico-finanziario ed operativo di Industry 4.0



Per 7 imprese su 10 Industry 4.0 non coinvolge gli attori della catena di fornitura interna ed esterna

Rischi e vincoli all'implementazione della digitalizzazione

(In % delle imprese sottoposte all'assessment)



I principali bisogni trasversali ai settori

(In % dei settori considerati)



Un settore mostra un bisogno quando più del 70% delle aziende che compongono il settore stesso mostra quel bisogno.

Fonte: elaborazioni dati su Test 4.0 Polimi & Digital Innovation Hub.

Perché è fondamentale innovare

- La trasformazione digitale è fatta dall'uomo e per l'uomo, l'impreparazione culturale e tecnica delle risorse umane delle aziende intervistate rischia di mettere a repentaglio la sua piena riuscita.
- La piena efficacia dell'Industry 4.0 non si realizza con la semplice adozione delle tecnologie, ma quando queste sono implementate per innovare il modello di business dell'azienda verso il c.d. **Business Model 4.0**.
- Con il **Business Model 4.0** aumenta il livello di **value creation** (digitalizzazione dei processi), **value offer** (prodotti *tailor-made* con alto contenuto di servizi) e **value capture** (cooperazione tra fornitori e clienti).
- Le imprese che implementano le nuove tecnologie digitali, apportando modifiche al proprio modello di **Business**, sono maggiormente presenti nei mercati internazionali (68% esportatrici; 58% quelle che non modificano il proprio modello) e prevedono una maggiore crescita futura del loro export (sondaggio Centro Studi Tagliacarne-Unioncamere, 2023).

Il valore aggiunto dell'azione dei DIH sul territorio

- Mappare la specificità dell'impresa, individuare i suoi bisogni, definire una roadmap al fine di attuare una trasformazione profonda del suo **Business Model**.
- Monitorare il singolo processo nelle sue diverse dimensioni di analisi per poi arrivare a una sintesi.
- Intera copertura di tutto il territorio nazionale.
- Analisi estesa non solo al processo ma anche al prodotto.
- Possibile valutazione di impatto nel medio termine dell'azione svolta dai DIH.
- Aumentare l'efficacia degli interventi europei diretti alle diverse realtà territoriali.

