



Capgemini press contacts:

Michela Cotich

Marketing & Communication

michela.cotich@capgemini.com

+39 347 3620244

Community Group:

Michele Bon

michele.bon@communitygroup.it

+39 338 6933868

Carlo Carboni

carlo.carboni@communitygroup.it

+39 348 9412226

Le aziende "data-powered" registrano performance molto più elevate rispetto ai competitor: sono il 22% più redditizie e generano il 70% di entrate in più per dipendente

La roadmap per sfruttare i dati è una questione che deve andare oltre l'area tecnica e coinvolgere tutti, compreso il top management

Milano, 19 novembre 2020 – Le imprese "data-powered"¹ superano di gran lunga i propri competitor su molteplici indicatori finanziari, generando il 70% di entrate in più per dipendente e il 22% di profitti in più. È quanto emerge da un nuovo report del [Capgemini Research Institute](#), dal titolo "[The data-powered enterprise: Why organizations must strengthen their data mastery](#)". Dallo studio si evince che se da un lato l'utilizzo dei dati e degli analytics sta diventando un prerequisito per il successo, dall'altro meno del 40% delle organizzazioni utilizza gli insight per migliorare in termini di valore di business e innovazione.

Dal report emerge che saper padroneggiare i dati è fondamentale per ottenere un vantaggio competitivo, e le organizzazioni che non adottano misure concrete per raggiungere questo obiettivo faticano a stare al passo. Se consideriamo i fattori che caratterizzano la padronanza dei dati, come strumenti e tecnologie per utilizzarli unite a visione, governance, competenze e cultura dei dati, solo un'organizzazione su sei (circa il 16%) può essere classificata come "data master".²

Le organizzazioni stanno facendo progressi in termini di processi decisionali e azioni guidati dai dati: la ricerca mostra infatti che il 50% delle stesse li pone al centro del processo decisionale. A livello di paese e di settore, il processo decisionale basato sui dati è più importante negli Stati Uniti (77%), in Germania (69%) e nel Regno Unito (69%), mentre in termini di settori, quello bancario (65%) e quello assicurativo (55%) sono quelli maggiormente orientati ai dati. Nonostante i progressi compiuti, nella maggioranza dei casi (51%), le imprese utilizzano ancora dati storici (un approccio decisionale reattivo), perdendo in termini di vantaggio competitivo. Solo nel 23% dei casi le aziende utilizzano approcci predittivi, mentre il 18% delle volte approcci prescrittivi. Utilizzano infine un approccio autonomo o auto-ottimizzante solo l'8% delle volte.

I data master ottengono notevoli benefici in ambito finanziario e di business

I data master godono di un vantaggio compreso tra il 30% e il 90% per le metriche che misurano aspetti come customer engagement, benefici top-line, efficienza operativa e risparmi in termini di costi. Ad

¹ Per impresa "data-powered" si intende un'organizzazione in grado di creare, elaborare e utilizzare i dati in modo proattivo per raggiungere i propri obiettivi in ambito corporate e business e per essere driver dell'innovazione.

² Le aziende "data-powered" possono anche essere chiamate "data master".



esempio, la ricerca di Capgemini dimostra che l'aumento delle vendite di nuovi prodotti e servizi dei data master risulta essere del 19% rispetto al 12% dei competitor, un incremento del 63%.

Esiste un divario tra la percezione e le aspettative in merito alle iniziative sui dati

Esistono grandi differenze tra la fiducia che i dirigenti di area business hanno nei confronti dei dati e la percezione di tale fiducia da parte di quelli di area tecnica: solo il 20% dei primi si fida infatti dei dati, mentre il 62% dei secondi ritiene che i pari livello del segmento business lo facciano. Dalla ricerca si evince che solo il 24% delle organizzazioni che non fanno affidamento sui dati è riuscito a monetizzarli, in contrapposizione all'83% delle aziende che invece lo fanno. La scarsa qualità dei dati è uno dei principali fattori che contribuiscono a creare questo gap: solo il 27% dei dirigenti di area business si dichiara soddisfatto della qualità dei dati, mentre il 54% di quelli di area tecnica ritiene che le controparti business lo siano. Le conseguenze della scarsa qualità dei dati sono però significative e costano alle aziende una percentuale compresa tra il 15% e il 25% dei ricavi.³

Nonostante molte organizzazioni abbiano intrapreso il proprio percorso nell'ambito dei dati, meno del 40% è in grado di sfruttarne completamente il potenziale. In termini di settori specifici, il 54% dei leader del settore bancario è d'accordo sul fatto che l'utilizzo attivo dei dati abbia conferito loro un vantaggio competitivo duraturo, rispetto al solo 32% dei leader del settore retail. Tra le imprese considerate data master, il 95% ha nominato un Chief Data Officer (CDO), mentre il 77% ha dichiarato che il CDO è stato determinante per la realizzazione della vision dei dati nella propria organizzazione. Vista l'importanza di questo ruolo, non sorprende che l'84% delle organizzazioni che hanno preso parte all'indagine affermi che il proprio CDO risponda direttamente a CEO, CIO/CTO o Chief AI Officer. La roadmap generale per sfruttare i dati non deve infatti essere una questione importante per la sola area tecnica, ma coinvolgere tutti, fino alla C-suite.

*"I leader aziendali devono esaminare con sempre maggiore attenzione la propria strategia sui dati e il proprio percorso di innovazione", ha dichiarato **Massimo Ippoliti, Chief Technology & Innovation Officer di Capgemini in Italia.** "La cultura manageriale orientata ai dati deve ancor più velocemente diffondersi, a tutti i livelli manageriali, per poter guidare le organizzazioni in questa fase di trasformazione. La posta in gioco per le aziende è alta e va dalle operations alle vendite, al customer engagement, dai ricavi alla redditività: quelle che riusciranno a monetizzare i dati, internamente e all'esterno di un ecosistema, saranno in grado di acquisire quote di mercato, mentre le altre saranno costrette a inseguire. È necessario un cambiamento di mentalità per i leader, nell'abbracciare una cultura agile di sperimentazione e di realizzazione, se vogliono ottenere risultati concreti attraverso l'uso dei dati".*

Per ulteriori informazioni e raccomandazioni, una copia completa del report è disponibile a [questo link](#).

Metodologia di ricerca

Per questa ricerca, Capgemini ha intervistato i dirigenti di area tecnica che operano in funzioni IT e dati come IT, information management, data management e analytics e business intelligence di 500 organizzazioni. Inoltre, Capgemini ha intervistato i dirigenti di area business di 504 organizzazioni. Entrambe le indagini sono state condotte ad agosto 2020 e hanno coinvolto organizzazioni con un fatturato pari o superiore a 1 miliardo di dollari nell'esercizio precedente. Capgemini ha inoltre condotto un'analisi finanziaria su oltre 700 organizzazioni appartenenti al campione, relativa agli anni fiscali 2018-

³ MIT Sloan Management Review, "Seizing opportunity in data quality", novembre 2017.



19 e 2019-20. Capgemini ha anche effettuato più di 15 interviste approfondite con leader senior di area tecnica e business sulle iniziative relative ai dati messe in atto nelle rispettive aziende.

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, trasformazione digitale, tecnologici e per l'ingegneria. Il Gruppo è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio nel mondo in costante evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 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 un'azienda responsabile e multiculturale di 265.000 persone presente in quasi 50 paesi nel mondo, che si pone l'obiettivo di sprigionare l'energia umana attraverso la tecnologia per un futuro inclusivo e sostenibile. Con Altran, nel 2019 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.capgemini.com/it-it/

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'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 in India, Singapore, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>