

Competenze digitali per le PMI

Nello Iacono

Vice presidente Stati Generali dell'Innovazione

Presidente Istituto Italiano Open Data

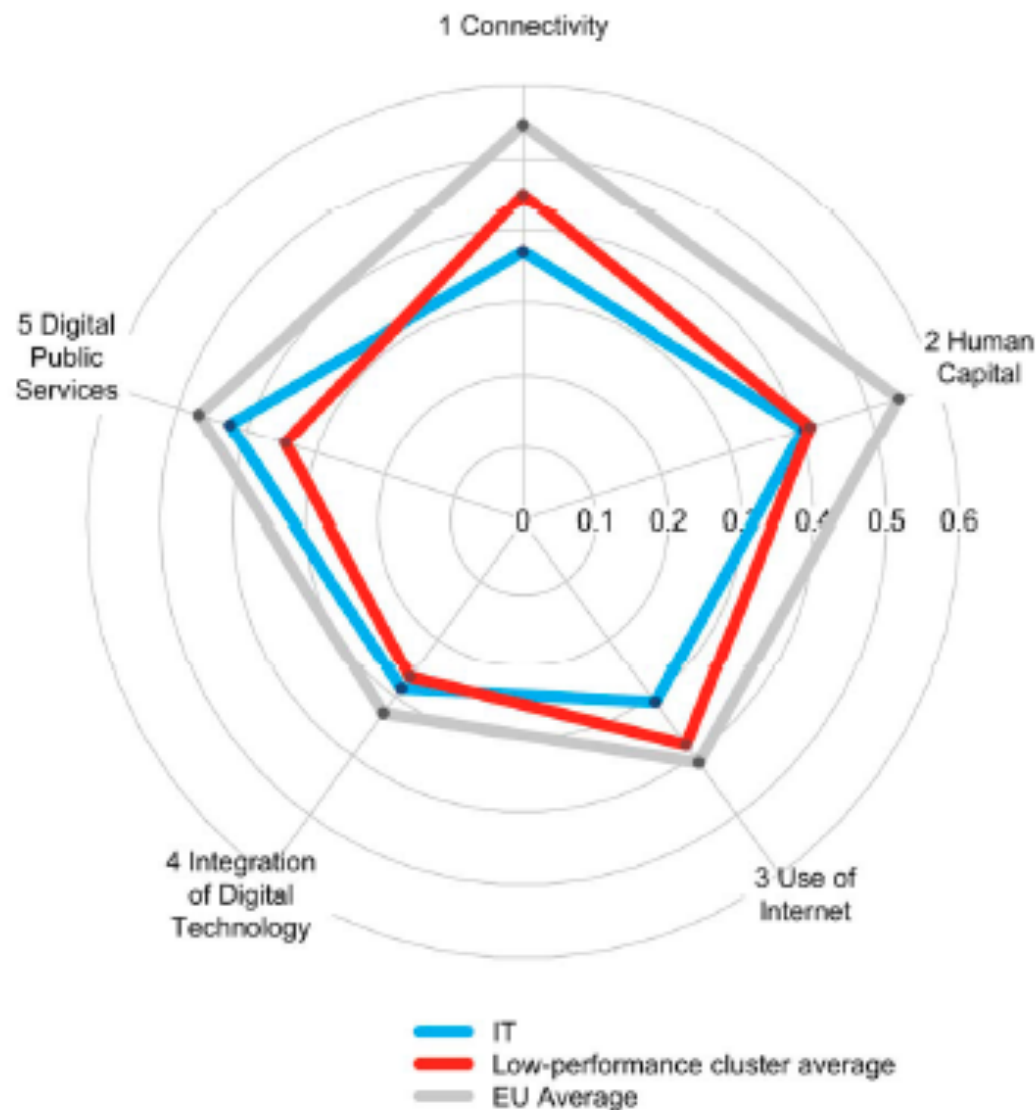
ForumPA

Roma, 26 Maggio 2015

Nello Iacono

Roma– 26 maggio 2015 1

Digital Economy and Society Index - DESI – Profilo Italia

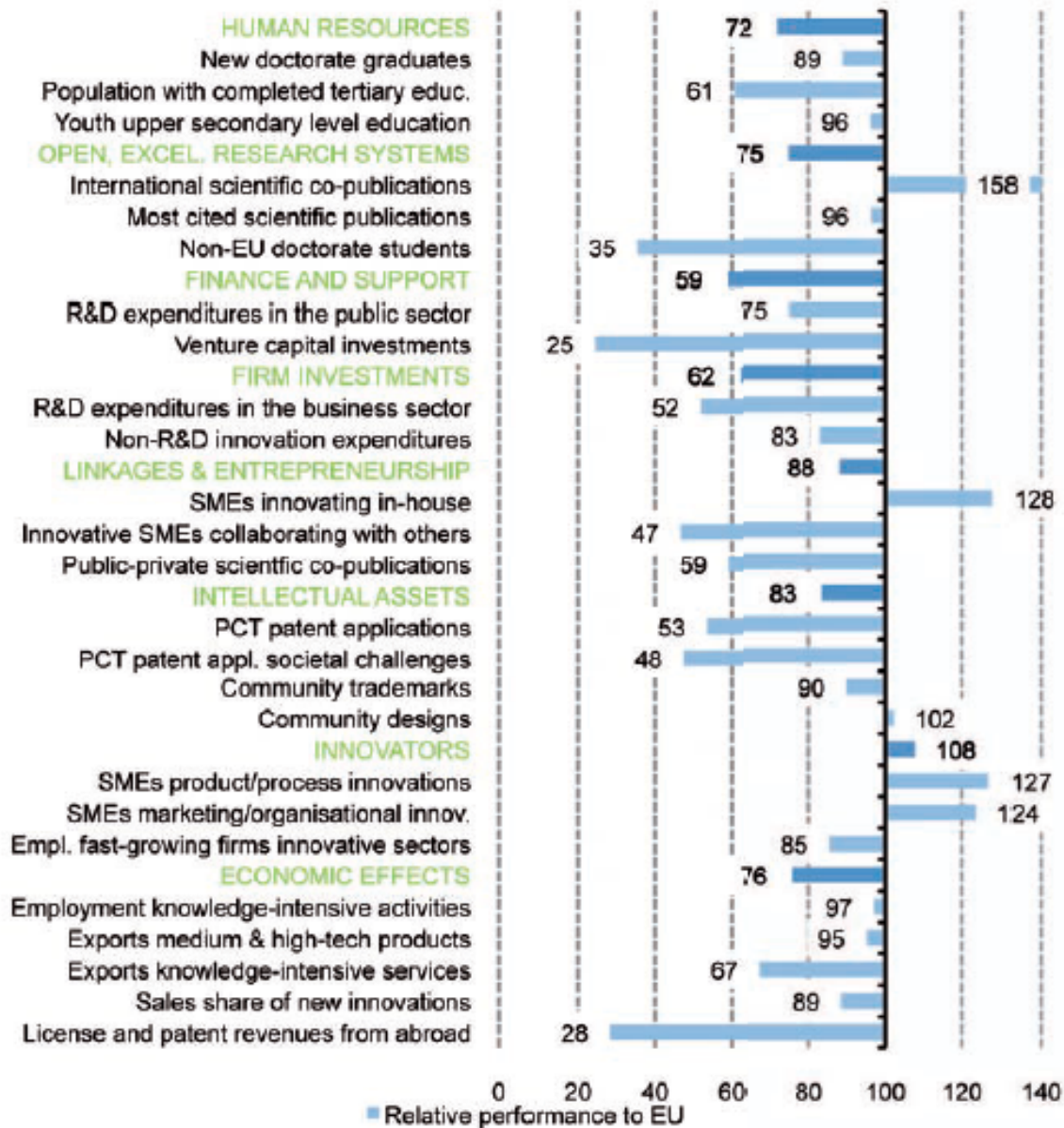


DESI – L'area Imprese



	Italia			UE	
	DESI 2015 valore	posizione	DESI 2014 valore	posizione	DESI 2015 valore
4a1 Condivisione elettronica delle informazioni % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	37% (2014) ↑	10	27% (2013)	18	31% (2014)
4a2 RFID % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	4,6% (2014) ↑	12	1,3% (2011)	19	3,8% (2014)
4a3 Social media % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	12% (2014) ↑	19	11% (2013)	21	14% (2014)
4a4 Fatture elettroniche % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	5,4% (2014) ↓	27	6,7% (2013)	24	11% (2014)
4a5 Cloud % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	20% (2014)	5	n.d.	-	11% (2014)
4b1 PMI che vendono online % di PMI (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	5,1% (2014) ↑	28	4,8% (2013)	27	15% (2014)
4b2 Fatturato dell'e-commerce % di fatturato delle PMI (escluso il settore finanziario, 10-249 dipendenti)	4,8% (2014) →	23	4,8% (2013)	25	8,8% (2014)
4b3 Vendite online transfrontaliere % di PMI (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	4% (2013)	24	4% (2013)	24	6,5% (2013)

Innovation Union Scoreboard – Profilo Italia



Grado di Competenze Digitali in UE

Digital Skills Indicator*,
basato sul Digital
Competence Framework*

Nessuno skill digitale

ITALIA 38%

MEDIA UE 23%

SVEZIA 6%

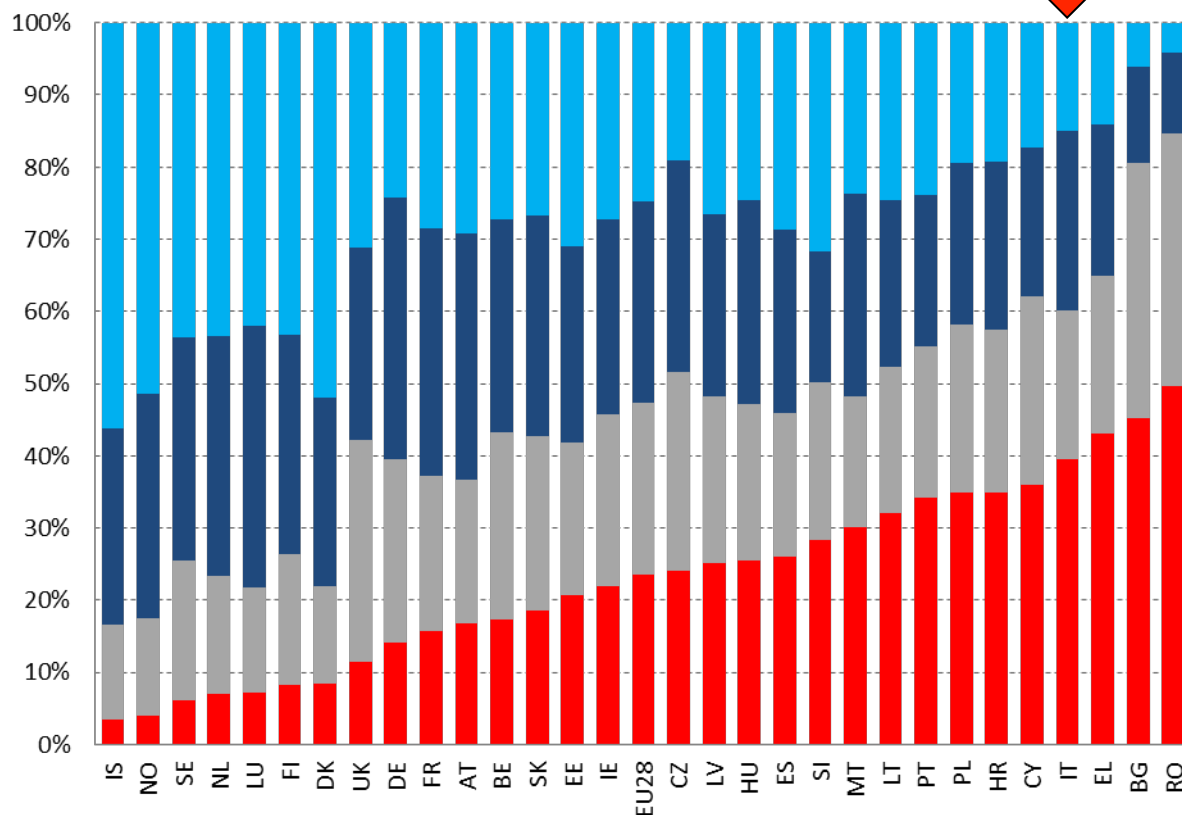
Popolazione (%) con
**sufficienti competenze
digitali** (basica o superiore)

ITALIA 39,8%

MEDIA UE 52,6%

Digital skills of the population, 2012
(% individuals)

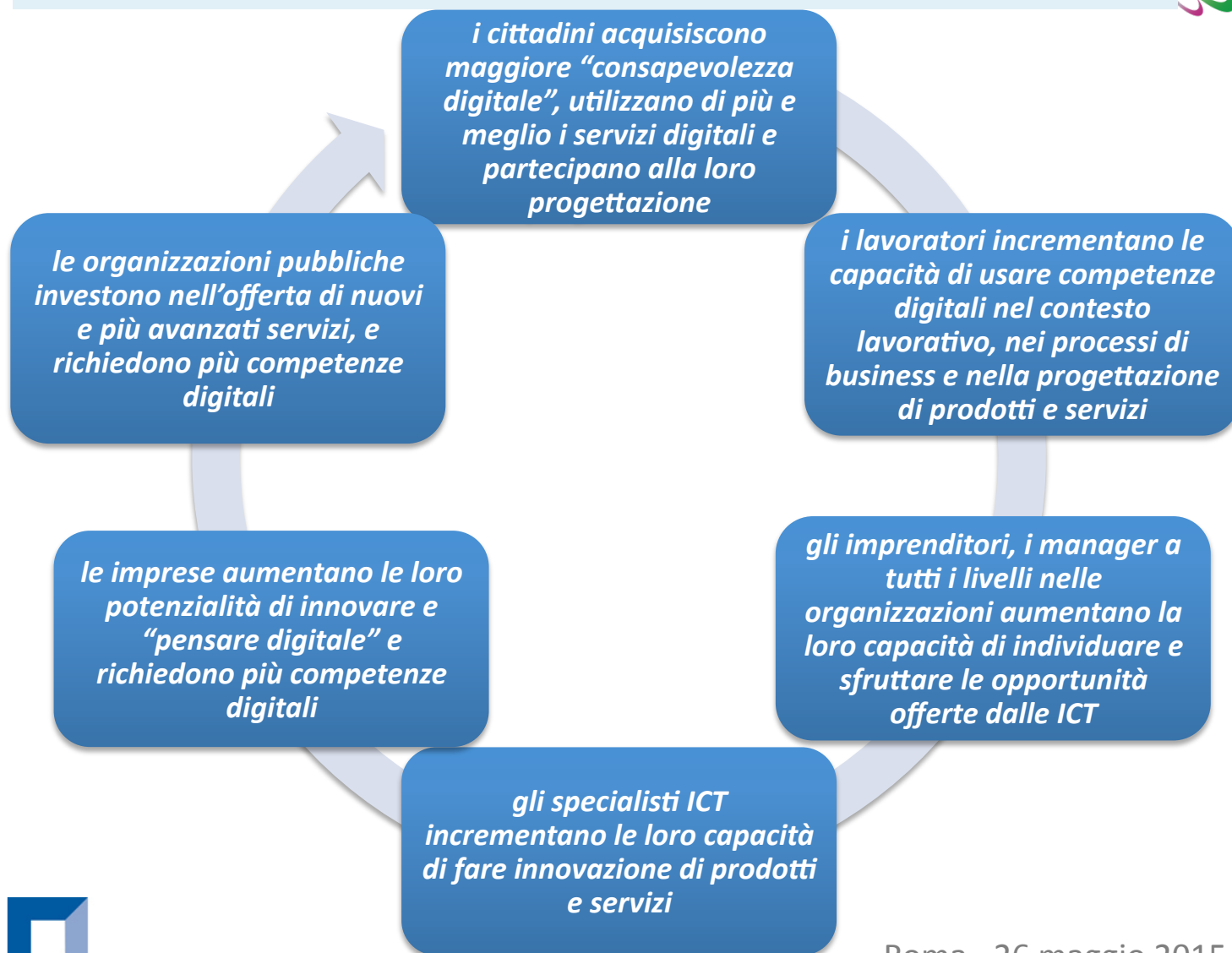
■ No skills ■ Low ■ Basic ■ Above Basic



Source: Commission services based on Eurostat data



Il circolo virtuoso da innescare



- Definire Strategia organica digitale per le Pmi
- Identificare e condividere le caratteristiche per le Pmi innovative (vedi questionario Eurostat)
- Sviluppare le competenze digitali
 - di e-leadership (vedi *Dichiarazione di Riga*) per manager e imprenditori
 - di base e di utilizzo, per tutti (vedi modello *Digicomp*)

Riflessioni per una strategia (che manca)



Ruolo dello Stato: **creazione di un contesto favorevole alla crescita** e quindi

- sviluppare **ecosistemi innovativi**, basati sull'*open innovation* e in grado di mettere insieme l'intera filiera dell'innovazione, dall'Università al sistema pubblico, alle imprese e agli investitori;
- migliorare **l'accesso alla rete** nelle zone industriali e artigianali dei piccoli comuni, anche al di fuori delle aree di maggiore sviluppo
- abbassare le **barriere all'ingresso nel mercato**;
- avviare dei **grandi progetti nazionali di innovazione**, in cui possono trovare possibilità di partecipazione anche le piccole realtà altamente qualificate,
- investire sulle piattaforme di **servizi e dati aperti**, così da consentire la costruzione successiva di servizi aggiuntivi.

Le caratteristiche di una PMI Innovativa



(Da una proposta di emendamento al ddl sulle PMI Innovative)

utilizzo di metodologie e di pratiche di lavoro che fanno uso esteso della digitalizzazione e favoriscono

- la circolazione e condivisione delle informazioni
- la capacità di crescita delle conoscenze e di apprendimento collettivo
- la gestione dei progetti
- la condivisione e la ripetibilità dei risultati
- l'inserimento di giovani
- la capacità di coinvolgere gruppi diversificati della popolazione giovane ed adulta
- la creatività e le nuove iniziative
- la relazione con le realtà esterne all'impresa e con il territorio

Iniziative da mettere in cantiere: spunti



- Valorizzare l'iniziativa AgID della “Coalizione Nazionale per le Competenze Digitali”;
- Riutilizzare le esperienze positive/negative sia pubbliche che private che sono state avviate;
- Costruire un canovaccio metodologico comune ma agire capillarmente sul territorio con co-progettazione specifica;
- Innestare nuovi punti di vista e nuove competenze (es. digital evangelist);
- Valorizzare l'esperienza e la competenza locale pre-esistente (es. Facilitatori digitali)
- Pensare in termini di formazione permanente
- ...

Grazie dell'attenzione!

Nello Iacono

nello.iacono@gmail.com

www.statigeneralinnovazione.it

www.iiod.it

Per chi volesse approfondire il tema delle competenze digitali dei manager

<http://www.maggiolieditore.it/le-competenze-digitali-del-manager-pubblico.html>