



**Deloitte Innovation Summit 2018**

Innovazione ed Eccellenze Italiane –  
food, nautica e manifattura

Officine  
*Innovazione*

# L'Innovazione come motore di crescita del Paese: da dove partiamo e come possiamo estrarne valore?

Il valore dei nostri asset è talmente grande, così come la consapevolezza di dover cogliere le opportunità offerte dall'attuale contesto, che il settore imprenditoriale ha il dovere di rispondere a questi stimoli con un approccio strutturato, pragmatico e creativo.

# 1 L'innovazione si conferma un fenomeno complesso ma allo stesso tempo una priorità assoluta, poiché apre nuove prospettive di crescita economica e sociale per i Paesi

Nel cambiamento del contesto economico e sociale di questi anni, osserviamo come l'innovazione sia diventata un fenomeno talmente complesso da lasciare aperti una serie di interrogativi, cui ancora oggi non troviamo risposte ferme.

Non siamo sicuri di dove stiamo andando: un recente studio di Dell "Emerging technologies' impact on society & work in 2030", rileva che circa il 50% dirigenti dichiara di non sapere come cambierà il proprio settore tra 3 anni e circa il 45% ha dichiarato di essere preoccupato di rimanere indietro rispetto al progresso.

Abbiamo incertezze continue sulle informazioni che riceviamo e leggiamo: il fenomeno delle fake news è diventato virale, si stima che 1 italiano su 2 sia caduto nel loro tranello<sup>1</sup> e che la velocità di diffusione di queste sia 6 volte superiore alle notizie vere<sup>2</sup>. In Germania, il Ministero della Giustizia ha dedicato uno staff di 50 dipendenti al monitoraggio e sanzione del fenomeno delle fake news e della diffamazione.

Non siamo sempre in grado di cogliere l'utilità di nuove scoperte. Del resto, anche un economista come Nouriel Roubini ha per esempio espresso di recente i suoi dubbi sull'utilità delle tecnologie blockchain, definendola "la frode più grande del secolo"<sup>3</sup>. Ancora, si evidenziano dubbi sulla validità della manipolazione genetica, soprattutto se si parla di esseri umani<sup>4</sup>. Da ultimo, Tim Cook, durante la scorsa conferenza di Bruxelles su "Data Protection and Privacy Commissioners", ha dichiarato che la diffusione di dati personali è diventata un'arma contro la popolazione stessa.

Allo stesso tempo, siamo consapevoli dei radicali cambiamenti che l'innovazione ha generato nell'arco del solo ultimo decennio.

Nuove soluzioni che rendono il mondo sempre più piccolo: in Cina è in corso di sviluppo l'I-Plane, un aereo ipersonico che permetterà di spostarsi tra New York e Pechino in circa 2 ore; a Dubai, un altro traguardo sulla velocità si sta raggiungendo con Hyperloop, un treno che viaggia all'interno di tubi a bassa pressione, che consentirà di collegare Dubai ed Abu Dhabi in 12 minuti, viaggiando a circa 1200 km/h.

<sup>1</sup> Doha - "Fake news un italiano su due ci casca", 8<sup>th</sup> February 2018

<sup>2</sup> MIT - "False news spreads faster than the truth"

<sup>3</sup> Forbes - "Economist Nouriel Roubini Says 'Blockchain Is Useless, All ICOs Are Scams'", 31<sup>st</sup> August 2018

<sup>4</sup> The Economist - The safety of CRISPR-Cas9 gene editing is being debated, 19<sup>th</sup> July 2018

L'innovazione è un tema di assoluta priorità

### Valorizzazione planetaria dell'Intelligenza Umana

Soluzioni di condivisione delle conoscenze/ capacità umane a integrazione della tecnologia/ Intelligenza Artificiale



#### Un mondo sempre più piccolo

- **Hyperloop** collegherà Dubai e Abu Dhabi in **12 min** (1.200 km/h)
- **I-Plane** permetterà di spostarsi tra USA e Cina in **-2 ore** (8.600 km/h)



#### Comunità sempre più smart

- **Luna artificiale** a Chengdu per illuminazione notturna entro il 2020
- Già in corso consegne a domicilio con **veicoli autonomi** in Arizona



#### Una vita sempre più sana

- **Squadre di nanobot** per operare all'interno di cuore e cervello
- **Hamburger «coltivati» in vitro**, invece che in allevamenti intensivi

La nostra comunità sta diventando sempre più "smart".

L'istituto di ricerca aerospaziale di Chengdu ha progettato una luna artificiale che provvederà all'illuminazione elettrica stradale, che potrebbe coprire un cerchio di superficie di circa 5.000 chilometri quadrati.

Le prospettive future ci fanno pensare ad una vita sempre più sana da vivere, grazie a nuove cure e tecniche futuristiche, come squadre di nanobot<sup>5</sup> che potranno essere iniettati direttamente nel corpo umano per applicare cure e farmaci locali.

Inoltre, lo sviluppo di tecnologie per assicurare qualità sugli alimenti è ormai alla portata di tutti: un hamburger in vitro costava 320 mila dollari nel 2013, oggi il 99% in meno<sup>6</sup>.

Infine, l'innovazione sembra offrirci una valorizzazione planetaria dell'Intelligenza Umana, attraverso meccanismi di condivisione delle conoscenze e delle nostre capacità, permettendo di integrarle con la tecnologia stessa e la nascente Intelligenza Artificiale.

Si tratta di una serie di cambiamenti che possono migliorare il contesto economico e sociale di un Paese e aprire nuove prospettive di progresso.

In questo contesto, Deloitte continua la sua ricerca sull'innovazione per capirne le dinamiche più utili allo sviluppo del Paese e, nella presente edizione dell'Innovation Summit, si propone di capire come l'innovazione possa creare valore per la crescita del Paese, valorizzando gli asset di cui dispone, in particolare in alcuni dei principali settori delle eccellenze Italiane: Food, Nautica e Manifattura.

<sup>5</sup> Nature – Ultra-extensible ribbon-like magnetic microswarm, 21<sup>st</sup> August 2018

<sup>6</sup> Fortune – Silicon Valley and the Search for Meatless Meat, 19<sup>th</sup> December 2017

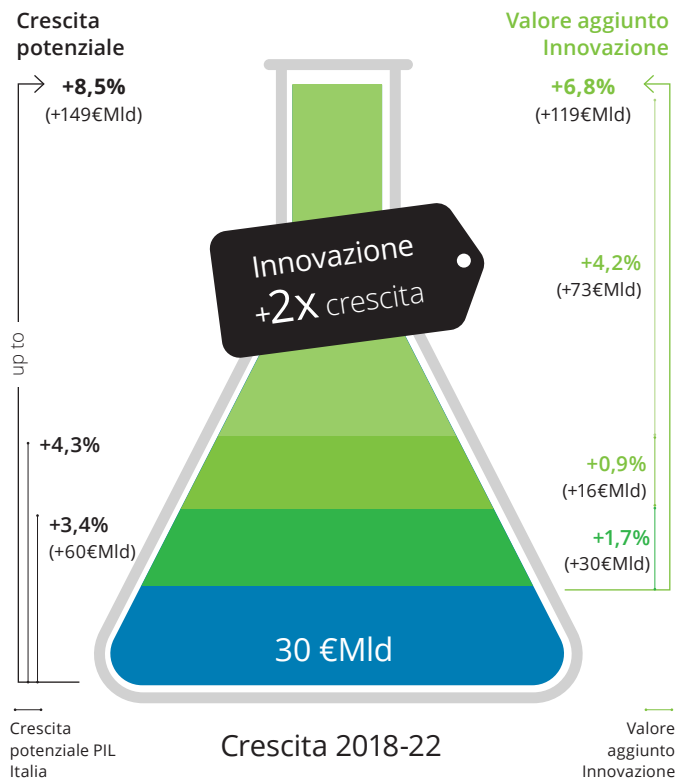
## L'innovazione è essenziale per la crescita dei Paesi e per l'Italia rappresenta un'opportunità che può valere più del doppio della crescita del PIL prevista per i prossimi 4 anni

Come segnalato dall'OCSE, se osserviamo l'andamento economico di alcuni Paesi negli ultimi vent'anni, possiamo identificare una chiara relazione tra crescita e innovazione: i Paesi che hanno scommesso di più nella ricerca e sviluppo sono anche i Paesi che hanno ottenuto tassi di crescita più alti.

Sempre secondo l'OCSE, il 50% della crescita del PIL di un Paese è dovuto all'innovazione.

Per l'Italia, a fronte del 3,4% di crescita del PIL atteso nei prossimi 4 anni<sup>7</sup>, si parla di 30 miliardi di euro.

Se tuttavia riuscissimo ad allinearci ai risultati attesi dai Paesi con un maggiore tasso di innovazione (es. USA, Cina, Israele, Nuova Zelanda, Corea del Sud...) il contributo che potremmo ottenere dalla stessa innovazione sarebbe molto più significativo e potrebbe portare il Paese ad una crescita annua, per i prossimi 4 anni, sino ad oltre due volte rispetto a quanto oggi previsto.



<sup>7</sup> Dati elaborati dal Fondo Monetario Internazionale, estrazione dati 9 ottobre 2018

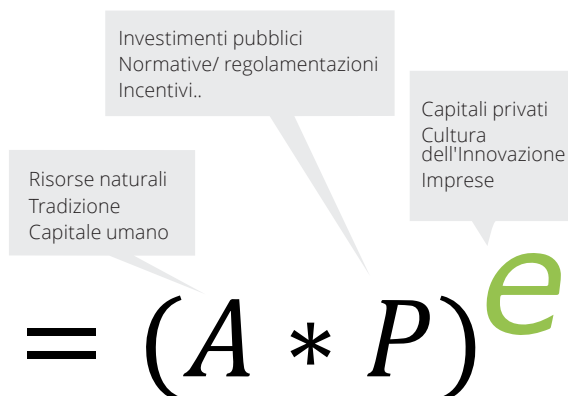
## L'analisi dei Paesi più virtuosi dimostra che alla base del valore generato dall'innovazione ci sono 3 elementi chiave: asset naturali, politiche industriali ed ecosistema imprenditoriale dell'innovazione

Le doti naturali di un Paese, quali risorse naturali, capitale umano e tradizioni, sono un elemento chiave del percorso di innovazione, trovando in essa una via di valorizzazione in grado di creare un vantaggio competitivo significativo per il Paese.

Ciò avviene in maniera ancor più forte laddove vengono definite politiche industriali mirate alla valorizzazione delle doti naturali stesse (es. investimenti pubblici, normative/ regolamentazioni, incentivi ...).

Il valore delle risorse naturali e di valide politiche industriali, se inserite in un ecosistema di attori privati pronti a credere nell'Innovazione (capitali privati, imprese e cultura dell'innovazione), crea infine un meccanismo virtuoso di crescita che può essere esponenziale.

In altre parole, Deloitte ha condensato in una formula il valore generato dall'innovazione:



$$V(\text{Innovazione}) = (\text{Asset} * \text{Politiche Industriali})^{\text{Ecosistema Imprenditoriale}}$$

I Paesi internazionalmente ritenuti champion dell'innovazione (USA, Cina ...) mostrano una piena valorizzazione di questa formula in tutte le sue componenti, con particolare riferimento a Politiche industriali ed Ecosistema imprenditoriale.

In effetti, queste due componenti consentono a Paesi come Israele e Corea del Sud di posizionarsi tra i champion dell'innovazione, nonostante un valore degli asset non comparabile a Paesi come Stati Uniti e Cina.

Israele, negli ultimi decenni anni, ha infatti attuato una politica di investimenti in innovazione e tecnologia che ha portato il Paese a raccogliere più di 420 milioni di dollari nel 2017 per finanziare start-up focalizzate su intelligenza artificiale (valore che è cresciuto più del 750% nell'ultimo anno).

Allo stesso tempo, la Corea del Sud rappresenta il secondo Paese al mondo per spesa in ricerca e sviluppo rispetto al PIL; Samsung Electronics, da sola, ha investito più di 13 miliardi di dollari (pari a circa il 16% del totale della spesa in R&D).

Dall'altro lato, i Paesi che godono di una dotazione di risorse naturali più significative presentano, allo stesso tempo, importanti iniziative di politica industriale, ad esempio:

- Gli Stati Uniti sono il primo Paese al mondo per valore di spesa pubblica in ricerca e sviluppo, che nel 2017 ammontava a 143 miliardi di dollari. Tale valore è triplicato negli ultimi 40 anni
- La Cina ha ampiamente raggiunto i target del piano di governo quinquennale 2011-15, e oggi punta a passare da "fabbrica del mondo" a "leader tecnologico globale".

In conclusione, rispetto alla formula dell'Innovazione, il nostro Paese ha negli asset qualcosa di speciale e in questo si trova in una posizione di naturale vantaggio rispetto ad altri.

## Il percepito dei cittadini europei conferma che l'innovazione, affiancata dall'impegno dei singoli, è fondamentale per valorizzare gli asset del nostro Paese

L'indagine demoscopica di quest'anno, condotta in collaborazione con Netxplora, continua il percorso avviato nell'edizione precedente, indagando il percepito di circa 6.000 cittadini europei (Italia, Grecia, Germania, UK e Francia) e 300 operatori di settore italiani su tre eccellenze: food, nautica e manifattura.

Rispetto ad altri paesi europei, risultiamo più appassionati delle nostre eccellenze.

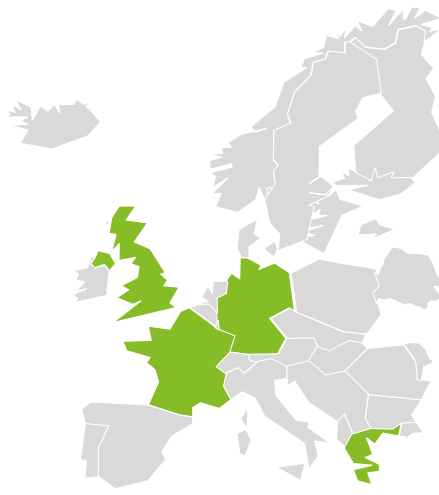
Sul food, il 70% degli intervistati italiani si ritiene un bravo cuoco, siamo più attenti alla qualità di ciò che mangiamo 3 volte in più rispetto a Francia e UK e il 65% frequenta o sarebbe disposto a pagare una cena in un ristorante di lusso.

Nella nautica, il 63% degli italiani dichiara di essere interessato al settore, nonostante solo 1 cittadino su 10 sia in possesso di un'imbarcazione.

Infine, nella manifattura, il 71% degli individui si dichiara appassionato di artigianalità (in Europa, è il 57%) e 1 individuo su 2 si interessa dei trend tecnologici che influenzano il settore.

In particolare, vediamo l'Italia tra i primi paesi al mondo su tutte le eccellenze in analisi, consapevoli che fra dieci anni vedremo comparire ai primi posti Cina e altri paesi orientali. Allo stesso tempo, nell'opinione dei cittadini europei, l'Italia rimane un attore di rilievo: è considerata leader nel food (al secondo posto) e nella manifattura (al terzo) e tra i primi 10 nella nautica.

L'indagine demoscopica di Deloitte: Il campione



**+1.500**

Cittadini italiani

**300**

Operatori di settore\*

**+4.500**

Cittadini europei

\*Imprenditori, impiegati nei settori in funzioni dirigenziali e tecniche

Indagine demoscopica condotta con Netxplora

Anche fra 10 anni, pur confermando un aumento della competizione (es. Cina e altri paesi orientali), il nostro Paese rimarrà con un posizionamento di rilievo.

Cultura e tradizione, materie prime e capitale umano di qualità sono gli ingredienti che hanno reso eccellenti le nostre risorse naturali.

1 cittadino italiano su 3 dichiara che cultura e tradizione sono alla base dell'eccellenza sul food e 1 su 4 nella nautica.

Le materie prime sono il secondo fattore che caratterizza le nostre eccellenze e, in particolare, lo conferma in Italia 1 cittadino su 4 nel settore food.

Infine, il capitale umano è il terzo fattore di eccellenza, dove per la manifattura è rilevante per 1 italiano su 5.

Potremmo, inoltre, essere più competitivi sui nostri settori se fossimo più capaci di innovare (per il settore manifatturiero lo pensa 1 italiano su 5), se fosse più semplice fare impresa (su tutti i settori, 1 italiano su 5) e se avessimo un maggior spirito imprenditoriale (su tutti i settori, 1 italiano su 5).

Inoltre, con riferimento all'impatto dell'innovazione sui settori stessi, il campione intervistato mostra una forte convinzione (7 su 10) di come, negli ultimi anni, l'innovazione abbia avuto un impatto positivo.

In particolare, negli scorsi anni l'innovazione ha impattato principalmente la cultura del consumatore e il suo approccio al settore (4 italiani su 10 nel food) e il processo produttivo (1 italiano su 2 nella manifattura).

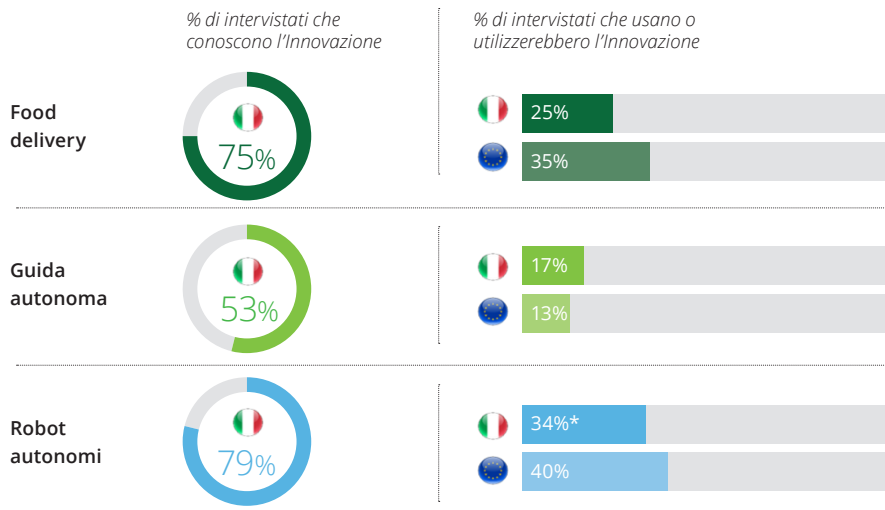
Inoltre, se negli ultimi dieci anni abbiamo visto raddoppiare il numero di persone che raccolgono informazioni su internet (oggi sono 9 cittadini su 10) e confermare una tendenza di acquisto sempre più ibrida (il 75% acquista sia

on-line che off-line), è curioso osservare come seppur consapevoli delle innovazioni di settore, siamo diventati selettivi nel loro utilizzo (solo il 25% dei cittadini italiani dichiara di utilizzare o voler utilizzare il "food delivery").

In particolare, il canale fisico avrà ancora un ruolo importante ma con prospettive diverse tra cittadini e operatori.

Per i cittadini, il negozio fisico rimarrà una necessità (9 su 10 in ambito food, 8 su 10 in ambito nautica, 7 su 10 in ambito manifattura), mentre per gli operatori dei settori assisteremo ad una forte riduzione della sua importanza (2 su 10 in ambito food e nautica, 5 su 100 in ambito manifattura).


#### Conosciamo le Innovazioni, ma siamo selettivi sul loro utilizzo



\*Cittadini che vorrebbero fosse utilizzato nel processo di produzione



Il canale fisico vs quello virtuale

	Per i cittadini	Per gli operatori
 <b>Food delivery</b>	<i>quasi 9 su 10</i> credono che il negozio fisico sia una <b>necessità</b>	<i>meno di 2 su 10</i> acquirenti utilizzerebbero solo il negozio fisico
 <b>Guida autonoma</b>	<b>8 su 10</b> credono che la <b>relazione</b> con i cantieri sia ancora <b>necessaria</b>	<i>solo il 15%</i> degli individui avrà come <b>riferimento solo i cantieri</b>
 <b>Robot autonomi</b>	La <b>relazione fisica</b> è <b>importante</b> per più di <b>7 su 10</b>	<i>solo 5 su 100</i> consumatori acquisteranno <b>solo offline</b>

I cittadini e gli operatori hanno un'idea piuttosto chiara di chi ha la responsabilità di innovare e dall'indagine risulta come la sfida dell'innovazione si vinca in primo luogo grazie a: ricerca/università (6 Italiani su 10), animal spirit (5 Italiani su 10) e imprenditorialità (4 Italiani su 10) seguiti da politiche di stimolo e semplificazione mirate (3 Italiani su 10).

Dalle università ci aspettiamo una revisione del sistema educativo (1 italiano su 3), dagli individui un cambiamento culturale e una maggiore apertura all'innovazione (2 italiani su 5), dalle aziende una maggiore collaborazione tra loro (1 italiano su 3) e infine dalle istituzioni una burocrazia più semplice (1 italiano su 2).

I risultati dell'indagine demoscopica sembrano confermare, anche nel percepito dei cittadini, la validità della formula del valore dell'innovazione: alla base ci sono risorse naturali e iniziative industriali, valorizzate da un capace ecosistema imprenditoriale.

Chi deve innovare?

 <b>Università</b> <i>quasi 6 su 10</i> italiani la mettono al <b>1°</b> posto	 <b>Aziende</b> ~ <b>40%</b> dei cittadini le identificano come primo attore di innovazione
 <b>Individui</b> <b>1</b> italiano su <b>2</b> ha fiducia nell'inventiva e nelle loro capacità	 <b>Governo</b> ~ <b>32%</b> dei cittadini attribuiscono al governo il compito di innovare

## Innovazione e crescita del Paese: per creare valore dall'innovazione è necessario da un lato comprendere le innovazioni, dall'altro costruire un approccio strutturato e creativo

Il valore degli asset del nostro Paese è talmente grande che possiamo iniziare a cogliere il pieno valore dell'innovazione in maniera indipendente dalle politiche industriali. In altre parole, possiamo lavorare sull'ecosistema imprenditoriale per permettere l'avvio di un percorso virtuoso di crescita esponenziale.

Affinché ciò avvenga è necessario considerare due elementi fondamentali.

Il primo richiede di comprendere la natura dei cambiamenti in atto per gestire l'equilibrio tra ciò che il consumatore vuole e ciò che non sa di desiderare.

Il secondo comporta l'adozione di un approccio all'innovazione strutturato e creativo che sappia coniugare "l'indisciplina" delle nuove idee e il rigore delle metodologie.

Sul primo punto, è necessario fare una riflessione su come e dove l'innovazione genera valore nei processi dei settori oggetto dell'indagine. Si tratta di un passaggio critico poiché ci permette di capire come e se effettivamente l'innovazione aggiunge valore al settore coerentemente con la propria catena del valore.

In merito al secondo punto, bisogna costruire un percorso concreto per lavorare sull'ecosistema dell'innovazione, attraverso: pianificazione dell'innovation journey (definizione dell'ambizione dell'azienda/ organizzazione, action plan dell'innovazione...), idea generation (selezione delle idee, contaminazione trasversale delle competenze...), incubation (approccio di validazione "test & learn", sviluppo di prototipi in logica open innovation...), acceleration (percorso di

co-creazione tra corporate e startup, definizione della strategia go-to-market...) e funding (modulazione del funding in funzione dello step evolutivo dell'idea/start-up, sostegno alla fase di scaling...).

In conclusione, il valore dei nostri asset è talmente grande e la consapevolezza di quale opportunità rappresenti l'attuale contesto è talmente forte che il mondo imprenditoriale italiano ha il dovere di cogliere la sfida con un approccio più strutturato, maggiormente pragmatico e realmente creativo.

Un modello a supporto dell'ecosistema imprenditoriale



# Contatti



Andrea Poggi  
**Partner**  
*Innovation Leader*  
apoggi@deloitte.it

Cristiano Camponeschi  
**Partner**  
*Officine Innovazione*  
ccamponeschi@deloitte.it

Francesco Iervolino  
**Partner**  
*Officine Innovazione*  
fiervolino@deloitte.it

Luigi Onorato  
**Partner**  
*Monitor Deloitte*  
lonorato@deloitte.it

# Deloitte.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).