

# B | BEAUTY T | TREND W | WATCH

LUGLIO 2017

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



# OPPORTUNITÀ E PUNTI DI FORZA PER GUARDARE OLTRE LA CRISI

Il Centro Studi, in occasione dell'analisi Congiunturale di luglio 2017, propone l'analisi *SWOT* sui driver già individuati dagli operatori nelle precedenti indagini congiunturali e atti a perseguire una maggiore stabilità nell'economia di settore.

Si confermano gli elementi di forza e di debolezza già emersi, quali l'investimento su ricerca e sviluppo e l'aumento di costi fissi e di logistica, mentre nuove considerazioni emergono sul fronte dell'investimento sulla formazione interna e la situazione economico-politica del paese.

|  |  |
|--|--|
| investimento su ricerca e sviluppo<br>ricorso all'autofinanziamento<br>investimento sulla formazione | difficoltà di pianificazione<br>aumento costi fissi e logistica<br>situazione economico-politica             |
| finanziamento esterno<br>ricorso all'outsourcing<br>ricorso all'e-commerce                           | tensione su prezzi e promozioni<br>indebolimenti da fusione/acquisizione<br>ritardi dei pagamenti e insoluti |

**Strenghts**

**Weaknesses**

**Opportunities**

**Threats**

Punti di forza: le attribuzioni interne del comparto che sono utili a raggiungere l'obiettivo

Punti di debolezza: le attribuzioni interne al comparto che sono dannose per raggiungere l'obiettivo

Opportunità: condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo

Minacce: condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance

Sul versante delle opportunità e delle minacce emergono nuovi spunti di riflessione: la prima è una migliore opportunità data dal ricorso all'*outsourcing* mentre si registra una forte tensione dovuta ad una spirale concorrenziale basata su prezzi e promozioni nella grande distribuzione oltre che un possibile indebolimento dovuto da manovre di fusione o acquisizione societaria.

«Rispetto alla stessa analisi svolta nel semestre precedente, emergono nuove opportunità come  
il **finanziamento esterno** e il  
**ricorso all'outsourcing**»

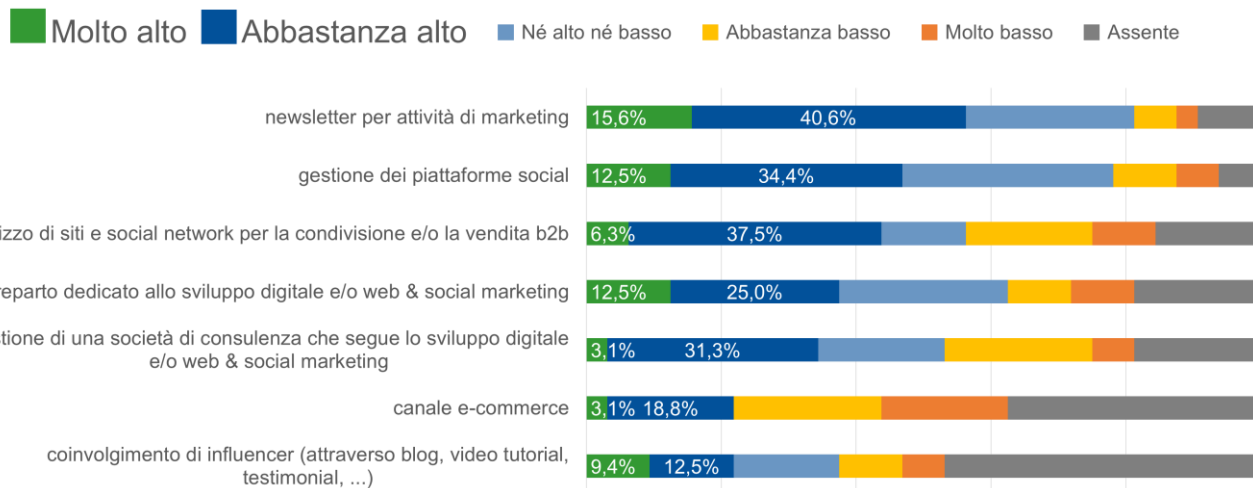
# LA LENTA MIGRAZIONE ALLA DIGITALIZZAZIONE

Si parla da molto di digital transformation, ma il processo di adattamento da parte delle imprese non è così immediato come spesso mostrano i case history di successo.

Tra gli strumenti maggiormente diffusi emerge la newsletter per attività di marketing oltre alla gestione delle piattaforme social. L'aspetto social emerge anche nell'utilizzo di questi per la condivisione e/o la vendita b2b.

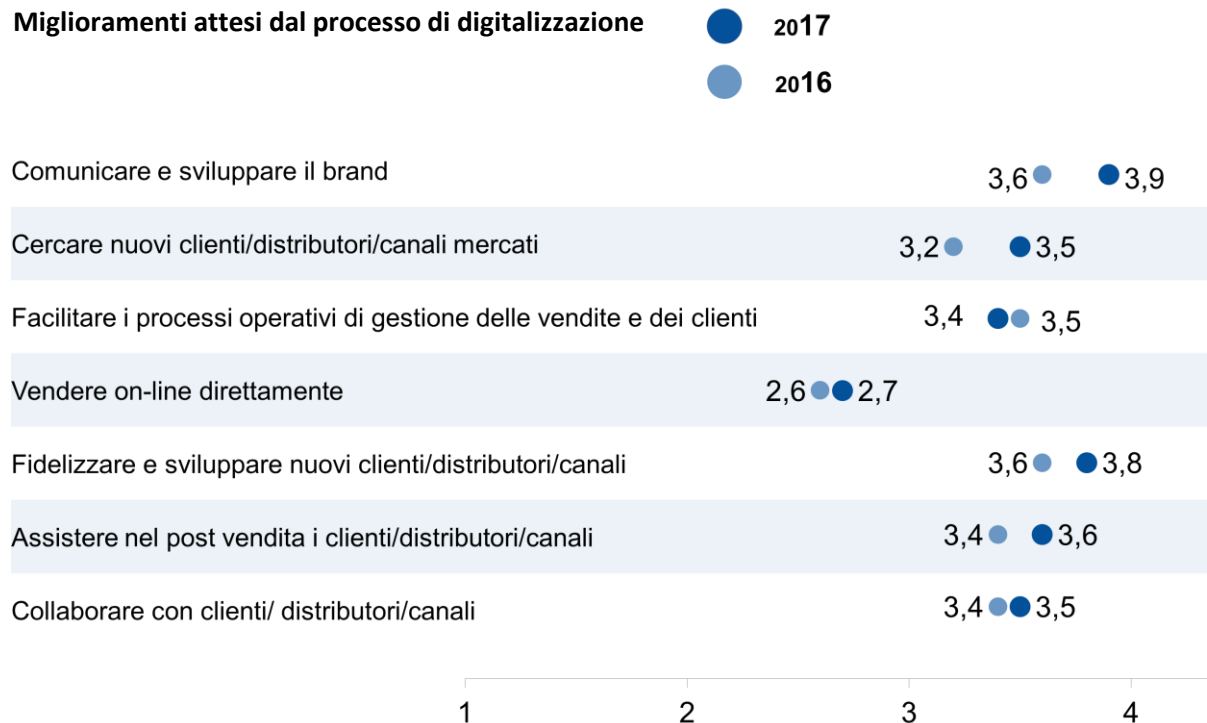
Non è ancora diffusa la cultura di un'area interna all'azienda dedicata alla gestione dello sviluppo digitale e della relativa comunicazione mentre, ancora marginale ma in crescita, aumenta il coinvolgimento di influencer per la promozione o recensione del portafoglio prodotti.

**Livelli di investimento nel processo di digitalizzazione**



Elaborazione Centro Studi sulle segnalazioni degli operatori intervistati

## Miglioramenti attesi dal processo di digitalizzazione



Priorità al grado di attenzione degli operatori intervistati presso la propria impresa in una scala da 1 a 5 (5 più importante)

Rispetto all'analisi del 2016, l'utilizzo dei social b2b da parte delle aziende sembra essere più marcato.

Nello specifico, rispetto all'esercizio precedente, si registra un importante miglioramento atteso nella comunicazione o nello sviluppo del brand oltre che la ricerca, fidelizzazione e lo sviluppo di nuovi clienti, distributori e canali.

# OPEN INNOVATION: L'INNOVAZIONE CHE CAMBIA IL FUTURO DELLA LOMBARDIA

Il Centro Studi, tra i molteplici prodotti legati al cambiamento ed evoluzione imprenditoriale, propone una piattaforma in grado di facilitare il processo di innovazione.

È il paradigma dell'innovazione aperta - secondo il quale nel contesto competitivo vince chi è in grado di coinvolgere le migliori competenze - il punto di partenza che ha determinato la nascita della piattaforma di Open Innovation. **Una piattaforma collaborativa** messa a disposizione da **Regione Lombardia** e nata per favorire l'aggregazione tra coloro che si occupano di ricerca e innovazione, anche in realtà molto diverse tra loro, sulla quale oggi lavorano oltre 6700 persone. **La Piattaforma ha permesso finora di mettere in circolo 8000 opportunità di collaborazione da tutto il mondo.**

DALL'INNOVAZIONE CHIUSA ALLA CITIZEN CENTRIC INNOVATION: **L'EVOLUZIONE DI UN PARADIGMA**



1908

## INNOVAZIONE CHIUSA

L'innovazione, dell'impresa, nell'impresa, per l'impresa.  
Il cittadino è un mero utilizzatore, non coinvolto nel processo di innovazione



2003

## OPEN INNOVATION

L'innovazione si apre a un processo partecipativo.  
Il cittadino partecipa alla progettazione dei servizi/prodotti che utilizza

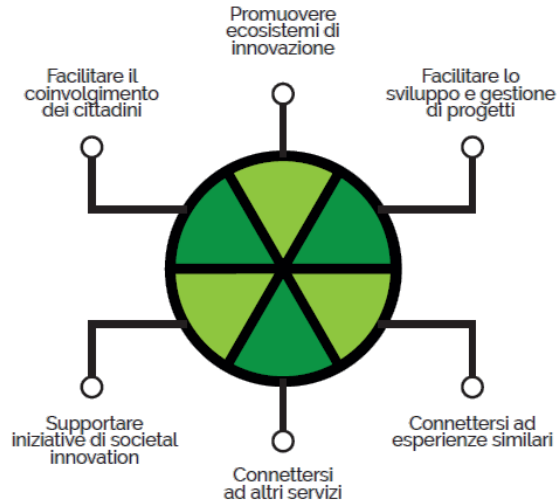


2014

## CITIZEN CENTRIC INNOVATION

Viene privilegiata la dimensione collaborativa a quella gerarchica o formalizzata.  
Il cittadino diventa espressione di un bisogno sociale e parte della soluzione attraverso un approccio di co-progettazione

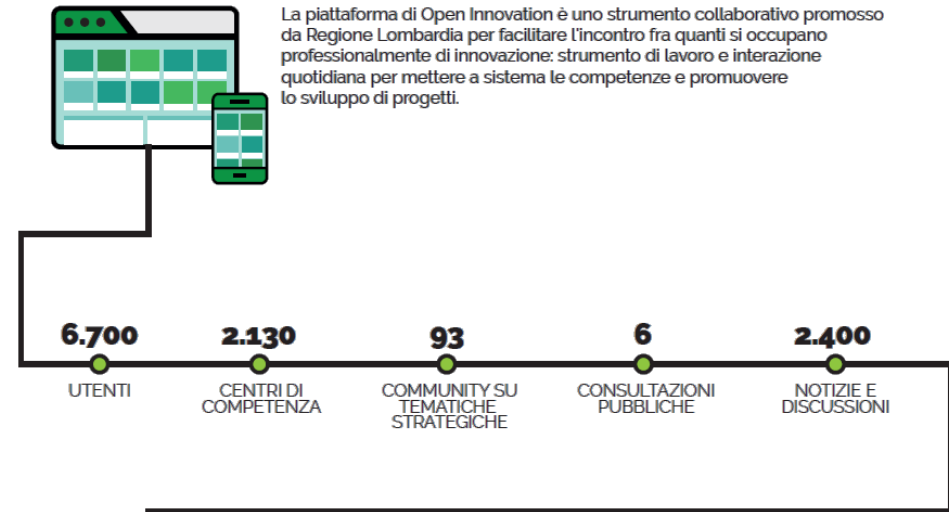
## LE PIATTAFORME COLLABORATIVE DI **REGIONE LOMBARDIA**



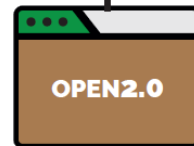
Open Innovation permette anche alla pubblica amministrazione di instaurare un rapporto più immediato con la cittadinanza: il "cittadino innovatore" - non più solo destinatario delle politiche ma portatore di competenze, idee e soluzioni - è il vero punto di svolta culturale che questi strumenti rendono possibile. La piattaforma, infatti, rappresenta un reale spazio di discussione e confronto pubblico aperto a qualunque tipologia di contributo, caso unico in Italia in quanto esperienze analoghe sono solitamente legate a specifici settori o a particolari categorie di organizzazione.

Inoltre, la logica della piattaforma ha consentito e consente lo sviluppo di logiche partenariali che si concretizzano nella creazione di consorzi tra imprese e centri di ricerca per la presentazione di progetti a valere su bandi nazionali e comunitari. Open Innovation riunisce oltre seimila persone: esperti, professionisti, ricercatori e semplici cittadini. Le organizzazioni rappresentate sono più di duemila e comprendono: imprese di grandi, medie e piccole dimensioni; università e centri di ricerca; associazioni, onlus, istituzioni e altri organismi. I numeri sono sicuramente significativi rispetto a una piattaforma che richiede comunque una profilazione ed una validazione che garantiscono una partecipazione reale e garantita.

[WWW.OPENINNOVATION.REGIONE.LOMBARDIA.IT](http://WWW.OPENINNOVATION.REGIONE.LOMBARDIA.IT)



[WWW.OPEN2.0.REGIONE.LOMBARDIA.IT](http://WWW.OPEN2.0.REGIONE.LOMBARDIA.IT)



Open 2.0, che nasce dall'esperienza di Open Innovation, è un applicativo open source messo a disposizione da Regione Lombardia per la creazione di strumenti collaborativi. Un set di soluzioni software pronte all'uso e personalizzabili, rivolto a chi ricerca una soluzione per ottimizzare risorse, condividere esperienze e rispondere alle sfide strategiche di crescita e competitività.



La piattaforma è strutturata per offrire strumenti di lavoro e interazione quotidiana per mettere a sistema le competenze e favorire lo sviluppo di progetti.

- community per la creazione di gruppi di lavoro e/o di progetto o di condivisione di interessi comuni;
- discussioni e notizie: strumenti per informare, avviare discussioni, ingaggiando i partecipanti sulla base di interessi e competenze;
- supporto ai progetti di ricerca e innovazione: strumenti di project management per la definizione e il monitoraggio di attività, tempi e budget;
- strumenti per la gestione di documenti.

Dalla piattaforma possono nascere numerose opportunità:

- dal territorio: proposte di collaborazione e manifestazioni di interesse per la creazione di partnership per avviare progetti di ricerca, offerta e individuazione di soluzioni innovative.
- dal mondo: ricerca e offerta di partner commerciali, tecnologici, per la realizzazione di progetti di ricerca in collaborazione con Enterprise Europe Network.

**Per maggiori info:** [www.openinnovation.regione.lombardia.it](http://www.openinnovation.regione.lombardia.it)