

## Sondaggio globale: sfatare i 6 miti sull'IT Consumerization

Gennaio 2012

### Executive Summary

Stiamo assistendo ad una rapida evoluzione nel modo in cui i dipendenti stanno utilizzando la tecnologia personale sul luogo di lavoro. Nelle aziende, infatti, si registra una diffusione sempre maggiore dell'uso di smartphone, tablet e notebook, oltre ai Social Network e ai servizi on-line già largamente utilizzati al di fuori dell'ufficio. Questa trasformazione induce i responsabili della tecnologia a ripensare al ruolo e all'ambito delle responsabilità dell'IT all'interno delle aziende.

Nel novembre 2011, [Avanade](#) ha commissionato un sondaggio tra 605 dirigenti di livello C, responsabili di business unit e responsabili IT di 17 paesi<sup>1</sup> con l'obiettivo di esaminare i trend relativi all'uso di strumenti informatici personali all'interno dell'azienda. Il seguente report identifica e sfata i miti più diffusi relativi all'IT Consumerization, dalle decisioni assunte dai dirigenti alle risorse disponibili, dai marchi di dispositivi più richiesti alla forza trainante che sta alla base di questo trend.

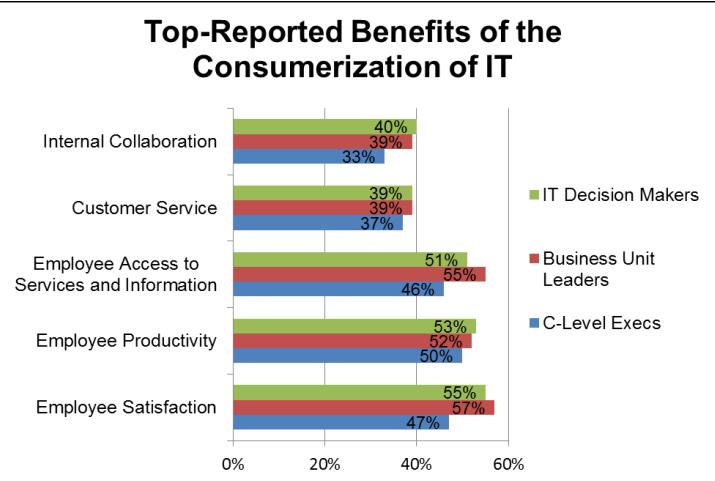
### Mito n. 1: Le aziende si oppongono all'IT Consumerization

*Principale risultato: le aziende si aprono al cambiamento che l'IT Consumerization impone*

Nonostante l'impressione che le aziende e i responsabili IT siano riluttanti ad accettare l'IT Consumerization, dal sondaggio globale condotto da Avanade è emerso che le aziende sono di fatto propense ad accogliere il cambiamento e che i principali sostenitori siano i dirigenti di livello più elevato nell'ambito delle organizzazioni.

Quasi tre quarti (73%) dei dirigenti di livello C dichiara che il crescente utilizzo di tecnologie possedute dai dipendenti rappresenta una tra le principali priorità della loro organizzazione. Dalle grandi imprese alle piccole aziende di qualsiasi settore interessato dal sondaggio, la ricerca ha evidenziato elevati tassi di adozione degli strumenti informatici personali sul luogo di lavoro.

A livello globale, l'88% dei dirigenti dichiara che i dipendenti utilizzano attualmente i propri strumenti informatici per fini professionali. A livello italiano la percentuale sale al 90%.



Inoltre, la maggior parte delle aziende, il 60% a livello globale e il 63% a livello italiano, afferma di aver avviato progetti di adeguamento dell'infrastruttura IT per accogliere i dispositivi personali dei dipendenti, anziché limitarne l'utilizzo.

I CIO e le organizzazioni IT si sono trasformati da "guardiani" della tecnologia in abilitatori di tecnologie alternative, al fine di soddisfare le esigenze e le richieste dei singoli individui.

## Mito n. 2: Le aziende non dispongono delle risorse IT necessarie per gestire l'IT Consumerization

*Principale risultato: le aziende investono in personale e risorse per agevolare l'IT Consumerization*

Contrariamente alla percezione che le aziende abbiano difficoltà ad adeguare le proprie risorse alle nuove sfide ed esigenze poste dall'IT Consumerization, i risultati della ricerca indicano che le aziende, di fatto, dispongono di molte delle risorse di cui hanno bisogno.

Dal punto di vista dell'infrastruttura e del supporto IT, i dirigenti e i responsabili IT, rispettivamente nella misura del 91% e del 75%, affermano che gli attuali reparti IT dispongono del personale e delle risorse necessarie per gestire l'utilizzo delle tecnologie di consumo. Inoltre, la maggior parte dei responsabili IT (62%) e dei dirigenti di livello C (84%) sostiene che sia piuttosto semplice integrare nel sistema IT aziendale i dispositivi posseduti dai dipendenti, le applicazioni e i servizi online.

Le aziende sono altresì impegnate in significativi investimenti monetari. A detta degli intervistati, le aziende destinano in media il 25% dei loro budget IT complessivi alla gestione di alcuni aspetti dell'IT Consumerization, in Italia la percentuale si attesta intorno al 28%. Oltre alle risorse e ai budget che sono già attualmente impegnati, gran parte dei dirigenti (79%) dichiara l'intenzione di realizzare nuovi investimenti volti a supportare l'uso di strumenti informatici personali nel luogo di lavoro nei prossimi 12 mesi. Interessante il dato italiano, la cui percentuale sale fino al 93%.

## Mito n. 3: La necessità di attrarre e trattenere i Millennials è il fattore trainante dell'IT Consumerization

*Principale risultato: i dirigenti affermano che consentire l'uso delle tecnologie personali nel luogo di lavoro non costituisce uno strumento efficace di reclutamento o fidelizzazione, in particolare tra i dipendenti più giovani*

Si è molto discusso sulla necessità delle aziende di adottare una politica di tipo BYOD ("bring your own device", letteralmente "portare con sé il proprio dispositivo"), soprattutto per adeguarsi alle esigenze dei dipendenti più giovani e per attrarre nuovo personale di talento.

Tuttavia, secondo quanto emerso dal sondaggio di Avanade, meno di un terzo (32%) dei dirigenti afferma di aver modificato le politiche aziendali per rendere il luogo di lavoro più allettante per i dipendenti più giovani. In Italia la percentuale raddoppia: ben il 63% dichiara invece di aver apportato modifiche alle proprie policy interne. Inoltre, solo il 20% dei dirigenti è convinto che l'idea di consentire l'uso di strumenti informatici personali sul luogo di lavoro si traduca effettivamente in un vantaggio in termini di aumento del personale e fidelizzazione.

---

**L'IT Consumerization ha meno a che fare con il singolo lavoratore e più con il cambiamento del modo di lavorare.**

---

Dal sondaggio di Avanade è altresì emerso che, per i dirigenti, l'IT Consumerization non riguarda tanto il singolo lavoratore, quanto piuttosto la modalità di lavoro dei dipendenti.

Alla domanda riguardante l'impatto degli strumenti informatici personali sulla cultura aziendale, la maggior parte dei dirigenti intervistati (58%) ha risposto che il risultato più importante è, di fatto, la possibilità per i dipendenti di lavorare ovunque si trovino, dato confermato anche a livello italiano (67%). Il 42% ha dichiarato che il personale dimostra una maggiore disponibilità al lavoro straordinario, percentuale non confermata in Italia (26%). La possibilità di lavorare ovunque ha riscosso un consenso ancora più ampio (67%) da parte dei responsabili delle business unit, che probabilmente percepiscono l'importanza di offrire una maggiore flessibilità del luogo di lavoro per il proprio team.

Al secondo posto in Italia, a pari merito con il 41%, i dirigenti evidenziano l'opportunità di sollevare il morale dei dipendenti, di favorire la collaborazione tra i diversi gruppi di lavoro e di responsabilizzare maggiormente i più giovani.

## Mito n. 4: I dispositivi personali sul luogo di lavoro vengono utilizzati per controllare la posta e accedere a Facebook

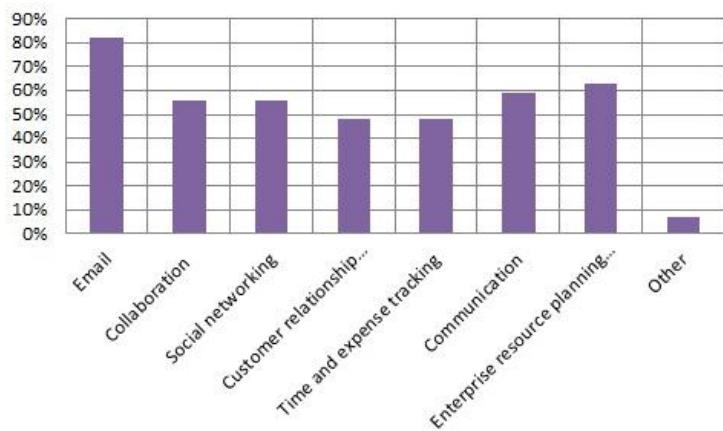
*Principale risultato: le applicazioni aziendali, da CRM a ERP, iniziano a trovare spazio sui dispositivi personali*

È indiscutibile che i progressi realizzati per quanto riguarda i dispositivi, i servizi accessibili ovunque e le applicazioni specializzate hanno modificato il modo in cui i dipendenti utilizzano la tecnologia sul luogo di lavoro. I dipendenti, tuttavia, non si limitano più a utilizzare i propri dispositivi personali solo per il consumo di contenuti, ad esempio per controllare la posta e navigare su Facebook o Twitter.

A livello globale, per quanto l'accesso alla posta e ai siti di social networking rappresenti ancora il principale utilizzo dei dispositivi personali, rispettivamente in misura dell'85% e del 46%, le principali applicazioni aziendali mission-critical iniziano a trovare spazio sui dispositivi posseduti dai dipendenti.

Alla domanda quali applicazioni e servizi i dipendenti utilizzano sui propri dispositivi personali, i dirigenti hanno citato il Customer Relationship Management (45%), le applicazioni per il monitoraggio del tempo e delle spese (44%) e l'Enterprise Resource Planning (38%). Questo dato testimonia un'importante evoluzione del modo in cui i dipendenti utilizzano le tecnologie aziendali sui propri dispositivi personali.

**Le applicazioni aziendali e i servizi utilizzati su dispositivi personali dei dipendenti:**



A livello italiano, invece, le percentuali cambiano: al primo posto troviamo sempre l'accesso alla posta, con l'82%, seguito dall'Enterprise Resource Planning con il 63%. Seguono strumenti di comunicazione, con il 59%, strumenti di Collaboration, a parimerito con i Social Network con il 56%.

## Mito n. 5: Apple = IT Consumerization

*Principale risultato: i dispositivi personali che entrano nel luogo di lavoro sono numerosi e diversi*

Da quanto emerge dal dibattito in corso tra i media e gli addetti del settore, iPhone e iPad sono diventati sinonimo del trend verso l'IT Consumerization. Le ricerche effettuate mostrano che Apple è la forza

trainante dell'IT Consumerization, ma non è certo l'unica azienda a guidare il trend. In effetti, il dispositivo di consumo più utilizzato in azienda non è un prodotto Apple.

Secondo gli intervistati, i più noti dispositivi privati utilizzati in azienda sono gli smartphone basati su Android, BlackBerry e laptop di Apple. In Italia, sul podio troviamo BlackBerry, iPhone e laptop con sistema operativo Windows.

Il report ha anche evidenziato che la varietà di scelta è un fattore importante.

Alla domanda sul perché i dipendenti portano le proprie tecnologie nel luogo di lavoro, il 25% degli intervistati dichiara che l'azienda non offre il tipo di dispositivi che i dipendenti desiderano (in Italia sale al 37%), il 25% afferma che le tecnologie dell'azienda non presentano le caratteristiche desiderate dai dipendenti e il 20% di tutti gli intervistati sostiene che l'azienda non fornisce dispositivi dei marchi preferiti dai dipendenti. A livello italiano, la seconda ragione per cui i dipendenti portano le proprie tecnologie nel luogo di lavoro è da ricercarsi nelle tecnologie aziendali obsolete (26%), seguita dal fatto che l'azienda non fornisce dispositivi dei marchi preferiti dai dipendenti e da una tecnologia poco user-friendly (22%).

Le aziende, tuttavia, vedono con favore il diritto di scelta dei dipendenti. Quasi il 40% di tutti gli intervistati dichiara di permettere ai propri dipendenti di utilizzare lo smartphone che prediligono sul luogo di lavoro (percentuale confermata in Italia con il 43%) e circa il 30% consente ai dipendenti di utilizzare un tablet di propria scelta (in Italia la percentuale è leggermente inferiore, 23%). Inoltre, più di un terzo delle aziende copre l'intero costo degli smartphone e dei tablet personali che i dipendenti utilizzano al lavoro, anche a livello italiano.

Primi tre dispositivi personali utilizzati in azienda:



## Mito n. 6: Le tecnologie di consumo con funzioni di protezione integrate possono essere utilizzate in sicurezza all'interno dell'azienda

*Principale risultato: attualmente, gran parte delle aziende ha già subito violazioni della sicurezza a causa dell'IT Consumerization*

Dal sondaggio realizzato da Avanade, emerge che il modello di IT basato sull'utente potrebbe offrire vantaggi significativi per le aziende, ad esempio introducendo innovazioni nelle modalità di lavoro dei dipendenti e di erogazione dei servizi da parte delle aziende. L'IT Consumerization consente anche una maggiore flessibilità per quanto riguarda il modo in cui i dipendenti accedono ai servizi e gestiscono i carichi di lavoro.

A fronte di questi vantaggi, sussistono alcuni rischi che non possono essere comunque ignorati.

I dirigenti e i responsabili IT sono ancora impegnati nella messa in atto di politiche di sicurezza, procedure, iniziative di formazione e tecnologie appropriate per far fronte alla rapida espansione del fenomeno dell'IT Consumerization. Le misure di sicurezza non hanno tenuto il passo con questo trend. Infatti, il 55% delle aziende globali dichiara di aver già subito una violazione della sicurezza a causa del dilagare delle tecnologie personali all'interno dell'azienda: la percentuale italiana sale al 90%. I responsabili IT sono particolarmente preoccupati da questi rischi e l'81% sostiene la necessità di migliorare la propria infrastruttura IT per far fronte ai problemi legati alla sicurezza, (in Italia 90%).

In tutti i settori, paesi e aziende di qualsiasi dimensione, la sicurezza è considerata il rischio principale dell'IT Consumerization (66%), seguita a distanza dai dati non gestiti (37%). In Italia viene confermato

come rischio principale quello legato alla sicurezza, con il 47%, seguito dal timore di incremento dei costi (43%).

Nonostante questa diffusa preoccupazione, le aziende non stanno investendo nella formazione dei propri dipendenti o del personale IT al fine di garantire una maggiore consapevolezza, e quindi una gestione più efficace, dei rischi associati all'IT Consumerization.

Solo poco più di un terzo (38%) delle aziende sta investendo nella formazione dei dipendenti e una percentuale persino inferiore (35%) dichiara di voler investire nella formazione del personale IT responsabile della protezione e della gestione di infrastrutture IT critiche. A livello italiano la formazione dei dipendenti si attesta al 30%, mentre sale quella legata al personale IT (37%). La percentuale più elevata resta, comunque, quella inerente allo sviluppo di applicazioni personalizzate (43%).

## **Sfruttare le potenzialità dell'IT Consumerization - Il punto di vista di un consulente IT**

Con il diffondersi dell'IT Consumerization, i responsabili aziendali hanno iniziato a rivedere le proprie radicate convinzioni circa il ritorno sui propri investimenti nelle tecnologie, le esigenze di sicurezza e l'impatto di tali decisioni in termini di miglioramento della produttività, del reclutamento e della fidelizzazione dei dipendenti e di riduzione dei costi operativi.

Le organizzazioni IT e i CIO più aperti al cambiamento si sono trasformati da "guardiani" della tecnologia di consumo in abilitatori di dispositivi, applicazioni e servizi innovativi. Le aziende hanno l'opportunità di trasformare il ruolo dell'IT da reattivo e orientato alla mitigazione dei rischi a quello di abilitatore, che sfrutta la portata delle attuali potenti tecnologie di consumo per migliorare la produttività aziendale.

Che misure devono quindi adottare le aziende per sfruttare al meglio i vantaggi offerti dall'IT Consumerization?

- 1. Comprendere e ottimizzare:** la ricerca effettuata ha evidenziato la rapida diffusione delle tecnologie di consumo nell'azienda. I responsabili IT devono comprendere l'impatto di questo fenomeno sulla loro organizzazione. Quali segmenti di dipendenti utilizzano tecnologie personali nell'azienda e come le utilizzano? Dove lavorano e di quali dispositivi e applicazioni necessitano per svolgere il proprio lavoro?

Una volta raccolte queste informazioni, i responsabili IT devono sviluppare un piano basato sui dati, che consenta all'azienda di ottimizzare le strategie di accesso per il personale e di trarre vantaggio da questo trend emergente. Ciò comporta la necessità di identificare i segmenti dei dipendenti interessati e di stabilirne le priorità, di definire le responsabilità lavorative e le esigenze di accesso, oltre ad adeguare le applicazioni e i dispositivi che, ove implementati, possono migliorare la produttività. Tra le varie misure, è necessario identificare anche il tipo di formazione in grado di accelerare l'implementazione e migliorare le prestazioni aziendali.

- 2. Costruire ed estendere:** quando le aziende dispongono di una visione precisa in merito alle esigenze del proprio personale, allo stato attuale delle tecnologie di consumo che entrano in azienda e al piano di interventi di adeguamento a quella che sarà la realtà del futuro, devono iniziare a costruire le applicazioni e i servizi necessari per migliorare le prestazioni dei dipendenti.

Ad oggi, il potenziale delle tecnologie di consumo è fortemente sottoutilizzato. Gran parte dei dipendenti non può accedere agli stessi dati aziendali utilizzando indifferentemente i propri dispositivi personali, come i tablet, e i computer forniti dall'azienda. L'IT ha l'opportunità di assicurare una continuità di accesso su questi dispositivi e di offrire esperienze d'uso che sfruttano le diverse funzionalità di queste tecnologie (per es. formato ridotto, riconoscimento della presenza in rete, fotocamera integrata e GPS). Ciò non implica necessariamente la sostituzione

radicale delle applicazioni già in uso, ma si tratta piuttosto di estendere gli investimenti nelle applicazioni esistenti per sfruttare in modo più efficace le nuove modalità di lavoro dei dipendenti.

Inoltre, nella maggior parte dei casi, le applicazioni aziendali non sono ottimizzate per i dispositivi mobili e, attualmente, i dipendenti devono utilizzare delle soluzioni alternative per potervi accedere. L'IT può trarre spunto dal modello di app store già utilizzato per i prodotti di consumo e applicarlo per soddisfare le esigenze specifiche dell'ambiente aziendale. L'app store aziendale non solo dovrebbe fornire ai dipendenti un portale centralizzato dove richiedere un'applicazione per diversi dispositivi, dai notebook ai desktop, dai tablet agli smartphone, ma dovrebbe anche prevedere processi e flussi di lavoro integrati.

3. **Gestire il cambiamento:** come accade per qualsiasi altro trend tecnologico, l'IT Consumerization richiede una combinazione di persone, processi e strumenti in grado di garantire che le nuove tecnologie vengano utilizzate in sicurezza nell'ambiente aziendale e di gestire in modo efficace il programma dei cambiamenti da estendere alla comunità dei dipendenti.

Questo processo richiede, tra l'altro, la creazione di politiche intelligenti che definiscano in modo chiaro il modo in cui i dipendenti possono utilizzare le proprie tecnologie personali in azienda. Per gran parte delle organizzazioni, ciò comporterà una trasformazione culturale significativa. I responsabili IT dovranno cedere una parte del controllo e i dipendenti dovranno assumersi la responsabilità in merito alle modalità di utilizzo degli strumenti informatici personali nel luogo di lavoro. Inoltre, è possibile che debbano accettare una qualche forma di monitoraggio e gestione dei dispositivi e delle tecnologie personali. Sarà altresì necessario rafforzare le politiche e le prassi adottate attraverso frequenti comunicazioni, sia formali che informali, tra i responsabili IT e i dipendenti.

Inoltre, considerando la continua evoluzione della gamma dei dispositivi, è necessario che l'IT preveda delle soluzioni di sicurezza più estese, in grado di garantire protezione a tutti gli endpoint. È probabile che l'applicazione di tecnologie di sicurezza su singoli device, piattaforme o sistemi operativi specifici risulti frammentata, incompleta e di breve durata. Le funzionalità di gestione dei dispositivi e le tecnologie di distribuzione delle applicazioni a livello aziendale dovrebbero estendersi a tutte le piattaforme ed essere in grado di gestire diversi tipi di endpoint.

Il trend sempre più accelerato verso l'IT Consumerization offre incredibili opportunità al fine di realizzare vantaggi strategici e di potenziare le capacità delle imprese. I responsabili IT e i leader aziendali devono valutare l'impatto che le tecnologie di consumo hanno attualmente sulla propria azienda e predisporre quindi una roadmap che consenta all'organizzazione di sfruttare al meglio i vantaggi che tali tecnologie possono offrire all'ambiente di lavoro.

©Avanade-2012

---

<sup>i</sup> **Note sulla metodologia**

Il sondaggio globale sulla consumerizzazione dell'IT è stato condotto per conto di Avanade da Wakefield Research, una società di ricerca indipendente, dal 25 ottobre al 2 novembre 2011. Il campione dei 605 intervistati comprendeva dirigenti di livello C (CEO, CFO, CIO, CTO), responsabili di business unit (amministratori delegati, capi dipartimento e capi funzione, ecc.) e responsabili IT di 17 Paesi nelle regioni del Nord America, Sud America, Europa e Asia Pacifico.

Il campione scelto era formato per lo più da appartenenti ad aziende di medie dimensioni, seguite da grandi imprese (di dimensioni simili alle società inserite nell'elenco FORTUNE 1000). Le aziende coinvolte nel sondaggio appartengono a settori di primaria importanza, quali difesa, aerospaziale, energia, servizi finanziari, enti pubblici, media, organizzazioni non-profit e telecomunicazioni.