

Consulenza anello chiave nella catena dell'innovazione

Chiara Bussi

La rivoluzione è in atto ed è inarrestabile. Da un lato ci sono le imprese, sempre più consapevoli ma non ancora del tutto preparate ad affrontare il grande salto dell'intelligenza artificiale con una strategia organica. Dall'altro i loro dipendenti, di oggi e domani, costretti a ripensare le loro competenze e a sviluppare nuove abilità sin dai banchi dell'università. Nel mezzo le società di consulenza che nel corso degli anni si sono ritagliate sempre più un ruolo attivo nella catena del valore dell'innovazione. Per accompagnare le imprese nell'adeguamento o nella scoperta dei processi operativi legati all'intelligenza artificiale con report dedicati o con un affiancamento concreto, ma anche per supportare gli atenei nel percorso di formazione dei talenti e contribuire ad accorciare le distanze con la realtà produttiva. È il caso di Deloitte che lavora a livello globale «con il 90% delle aziende leader del settore tecnologico». Solo in Italia si tratta di una platea di circa 700 gruppi e 1.100 clienti singoli. E non è un caso che tra le cinque aree in cui è suddivisa la società di consulenza nel nostro Paese il 45% degli occupati si concentri in quella dedicata alla tecnologia e alla performance delle imprese.

Nel corso degli anni Deloitte ha avviato partnership con le Università che formano la futura forza lavoro. Da Milano a Roma, passando per Bologna, fino a Napoli. La sinergia con il Polihub del Politecnico di Milano risale all'ottobre 2016 per sostenere le start up e promuovere percorsi di open innovation. Oggi si sviluppa lungo quattro assi: l'innovazione, il digitale, il fintech e i servizi di cyber risk. Qualche esempio? «Switch 2 product», una sfida a colpi di idee di impresa, soluzioni e nuove tecnologie da parte di studenti, docenti e ricercatori del Politecnico: Deloitte presenta ai clienti i progetti più promettenti. O i martedì di consulenza, quando un esperto

della società trascorre un pomeriggio presso il Polihub per affiancare gratuitamente le start up dell'incubatore.

Deloitte supporta inoltre l'Osservatorio di Design Thinking for business, con una serie di incontri per ragionare su come questi nuovi strumenti possono creare valore per le imprese. In particolare quest'anno verrà approfondito il ruolo che questi processi possono avere nell'umanizzare l'intelligenza artificiale, i Big Data e l'internet delle cose. Nell'anno accademico 2019/2020 ha debuttato il master in fintech dove gli esperti di Deloitte salgono in cattedra. E sempre in questi ambiti la società di consulenza collabora alla realizzazione di vari osservatori (blockchain, pagamenti innovativi, fintech e insurtech). Non solo. Insieme a Cefriel, centro di eccellenza per l'innovazione, la ricerca e la formazione del Politecnico meneghino Deloitte ha ideato il master di primo livello in cybersecurity che ha debuttato nell'autunno 2019. È rivolto a giovani talenti, con laurea triennale o specialistica a indirizzo tecnico: vengono inseriti a tempo pieno nel team dedicato al cyber risk di Deloitte con un contratto di apprendistato in alta formazione e trascorrono in aula tre giorni al mese per acquisire le competenze necessarie ad affrontare il mondo della sicurezza informatica.

Risale invece al 2017 l'alleanza con l'Università Federico II di Napoli che ha dato vita a Digita: un percorso didattico di nove mesi, teorico e pratico, alla scoperta della trasformazione digitale. Lezioni in aula e attività applicate nelle aziende coinvolte per sperimentare la realtà lavorativa interagendo con i "colleghi" di Deloitte nella loro quotidianità. Nei primi due anni accademici hanno partecipato 96 studenti mentre le aziende partner, distribuite tra Milano, Roma, Napoli e Torino, sono state 72 nell'anno del debutto e 82 in quello successivo. Dal 3 al 21 febbraio partirà poi la quarta edizione di Salesforce Developer Bootcamp, il percorso di formazione su Salesforce, tecnologia cloud di ultima generazione.

La società di consulenza ha avviato progetti anche con altri atenei. Con l'Università Bocconi, Deloitte offre il proprio supporto alla ricerca sulle monete alternative condotta dall'Osservatorio Mints e al report sulla rendicontazione finanziaria. Ed è partner della Cattolica di Milano per il master in digital innovation & fintech, che alterna lezioni in aula e online, hackaton e laboratori applicativi e termina con una certificazione internazionale. Ha poi un ruolo attivo nella sponsorizzazione e nell'insegnamento all'interno del master in fintech alla Bologna business school, alla Sapienza di Roma e all'Ipe Business School di Napoli. Alla Luiss Deloitte è invece corporate partner del master in management e controllo dei fondi comunitari.

L'Università è anche un bacino di talenti da arruolare. Basti pensare che un'iniziativa come Digita ha consentito a Deloitte di inserire finora 56 giovani, di cui ben 25 nella sede di Napoli aperta nel settembre 2017.

I neo assunti provengono soprattutto dalle facoltà di ingegneria ed economia. Alcuni di essi percepiscono la società come una sorta di palestra per farsi le ossa e rafforzare le competenze per il mondo del lavoro se si pensa che nei primi 4 anni il turnover è di circa il 25 per cento.

La società ha contribuito a ideare il master di primo livello in cybersecurity con il Polimi



Le alleanze rappresentano anche un'opportunità per arruolare talenti: con Digita ne sono stati

LA FOTOGRAFIA

750 milioni

Il fatturato del network Deloitte

Sono i ricavi del network Deloitte in Italia nell'esercizio fiscale 2019 (con termine 31 maggio 2019), in crescita del 13% rispetto allo scorso anno. Nel solo anno fiscale 2019 Deloitte in Italia ha assunto oltre 1.800 persone (+14% rispetto al 2018) e erogato circa 410 mila ore di formazione

3.087

Il team di Deloitte Consulting

Numero di dipendenti di Deloitte Consulting (di cui il 33% donne) in Italia. Dall'inizio dell'anno fiscale 2020 sono state assunte 663 persone per arrivare a fino anno a 1.200. Il 45% di essi lavora nell'area Enterprise technology&performance

700

I gruppi clienti

Sono i gruppi clienti in Italia, mentre i clienti singoli sono circa 1.100