



Point of View

Le questioni etiche in un mondo sempre più digitale

Con la crescente digitalizzazione dei processi lavorativi, le aziende investono ed iniziano a raccogliere i frutti provenienti dall'utilizzo delle cosiddette smart technologies, che al contempo stanno influenzando il cambiamento dei ruoli aziendali, delle strutture e gli stessi processi decisionali, sollevando tutta una nuova serie di questioni etiche e di fiducia. E ai 500 top manager (C-level), responsabili di business unit aziendali e decision makers nel settore IT che hanno partecipato all'ultima ricerca di Avanade, sviluppata da Wakefield Research, è stato chiesto anche quanto e come fossero pronti ad affrontare le questioni etiche che si stanno profilando all'orizzonte nel mondo digitale. E di sicuro alcune risposte risultano sorprendenti.

Etica e digitale: bilanciare i rischi e i benefici derivanti dall'innovazione in ambito digitale

Dispositivi connessi, intelligent automation e robot – ovvero ciò che in linea di massima vengono definite come smart technologies - hanno già trasformato radicalmente il nostro modo di relazionarci con le diverse organizzazioni in un mondo sempre più digitale. Che ci piaccia o no, tutti noi condividiamo più dati di quanto possiamo attualmente immaginare nelle nostre interazioni quotidiane. Ma in pochi si sono posti seriamente i dilemmi morali, etici e umani che questi dati creano per le organizzazioni.

Prendiamo ad esempio le seguenti considerazioni:

Ti sentiresti a tuo agio nel sapere che i cookie che tracciano le tue attività online e le abitudini legate allo shopping in rete, vengono condivisi per offrirti una migliore esperienza la prossima volta che utilizzerai una postazione fissa o uno smartphone? Ti apparirebbe strano se le stesse informazioni venissero condivise con un impiegato in carne e ossa, che ha utilizzato i dati per le attività di supporto alla clientela?

Mentre l'assistenza sanitaria continua a concentrarsi su una customer experience personalizzata, sei d'accordo che i tuoi dati vengano utilizzati per scegliere i contenuti più idonei da farti visualizzare?

Come ti sentiresti nel sapere che la semplice lettura delle policy legate ai diritti di maternità e paternità, presenti nella intranet aziendale, possono far apparire una nota sullo schermo del tuo supervisore che indica la possibilità che sei in attesa di un bambino?

Come mostrato da questi esempi, la gestione dei dati nel mondo digitale porta nuove sfide e dilemmi. In effetti, i dati della ricerca Avanade confermano il fatto che **i top manager aziendali sono sempre più alle prese con questioni etiche derivanti dall'utilizzo delle smart technologies, con il 42% degli intervistati a livello globale che ammette che hanno affrontato temi di etica digitale già più di una volta nella propria esperienza lavorativa.**

Questo dato scende al 28% per i decision maker in ambito business e IT.

Etica digitale (Digital Ethics) Definizione

La società di ricerche Gartner* definisce l'etica digitale (Digital Ethics) come il sistema di valori e principi morali legati alle interazioni digitali tra imprese, persone e le cose.

I principi di etica digitale risiedono nel nesso di ciò che è richiesto dalla legge, ciò che può essere reso possibile dalla tecnologia digitale, e ciò che è moralmente desiderabile. E nei solchi di queste linee vi è la zona grigia da prendere in considerazione.

*Fonte: Gartner Webinar, Digital Ethics: When Saying Sorry Is Not Enough, Frank Buyetendijk, 23 febbraio 2016



Le aziende sono realmente pronte e attrezzate per affrontare le questioni etiche legate all'ambito digitale?

Le questioni etiche aumenteranno sempre di più con il progressivo uso delle *smart technologies*. Dalla ricerca Avanade emerge **che i business leader a livello mondiale ritengono che in futuro le tecnologie intelligenti saranno in grado di gestire da sole l'esperienza dei clienti** (54% per i decision maker italiani, il 61% nella media globale), **analizzare gli indici di vendita** (60% a livello globale, 67% per gli italiani intervistati) e **individuare i clienti a rischio** (49% nella media globale, ma appena il 38% per i business leader italiani).

I top manager coinvolti nella ricerca concordano in maniera quasi unanime sul fatto che le aziende per cui lavorano sono ancora indietro nello sviluppo di strategie adeguate ad affrontare le sfide poste dall'etica digitale.

A tal proposito **l'83% dei manager italiani** (78% nella media globale) che hanno preso parte alla ricerca confessa che la propria azienda non ha posto ancora abbastanza attenzione ai problemi etici creati dall'utilizzo progressivo delle *smart technologies*. **Meno della metà degli intervistati nella media globale afferma di aver già stabilito nuove linee guida relative all'impatto generato dell'uso delle smart technologies sul lavoro o sviluppato nuovi ruoli professionali in quest'area.**

In futuro potremo avere un nuovo CEO, il Chief Ethics Officer

Dalla ricerca Avanade emerge che sarà necessario un maggiore impegno relativo all'etica digitale e alla creazione di nuovi ruoli per la gestione ottimale dei processi aziendali. A tal proposito, **la totalità (il 100%) dei dirigenti italiani (il 92% nella media globale) pensa che le aziende, per avere successo, dovranno stabilire e rispettare nuove "linee guida etiche digitali", mentre il 52% degli stessi dirigenti in Italia (il 43% a livello globale) afferma che si stanno già sviluppando in azienda nuovi ruoli specificatamente dedicati alle tematiche di etica digitale.**

Il 100% dei manager italiani (84% nella media globale) conferma che investiranno più risorse economiche nei prossimi 5 anni per risolvere i problemi etici creati dal maggiore uso di tecnologie intelligenti nei luoghi di lavoro, e la maggioranza dei dirigenti delle imprese coinvolte nella ricerca prevede che fino al 10% del budget IT, in media, sarà dedicato all'etica digitale.

Affrontare le sfide poste dell'etica digitale richiede attenzione e investimenti

Il messaggio di fondo che rimane è che ogni azienda e organizzazione deve essere pronta a valutare continuamente come le tecnologie intelligenti e gli esseri umani possano lavorare insieme al meglio, con il fine di incrementare la produttività e i livelli di innovazione. Per mantenere la fiducia da parte dei dipendenti, partner e clienti, è necessario dedicare la giusta attenzione e investimenti adeguati per affrontare il tema dell'introduzione delle *smart technologies* sul posto di lavoro.

Le considerazioni di Avanade sul tema dei Digital Ethics

Con un maggiore uso di tecnologie intelligenti nel mondo del business, è comprensibile presupporre che i dilemmi morali e le questioni etiche possano crescere in termini di frequenza e complessità. Gli esseri umani, non le macchine, dovranno essere capaci di applicare nelle diverse situazioni lavorative la giusta empatia e un sano buon senso, per far fronte alle diverse questioni legate all'etica digitale.

Anche con linee guida stabilite e applicate, i dirigenti aziendali e i responsabili IT devono riconoscere che non esiste un unico approccio che si adatti a tutte le situazioni.

Informazioni sulla ricerca globale

La ricerca di Avanade è stata condotta tra dicembre 2015 e gennaio 2016 da Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com), una società di ricerca indipendente. Sono stati intervistati 500 top manager (C-level), responsabili di business unit aziendali e decision makers nel settore IT, dei seguenti paesi: Italia, Australia, Canada, Francia Germania, Giappone, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti.

Per maggiori informazioni è possibile scaricare la ricerca completa al seguente link www.avanade.com/smarttech e seguire la conversazione su Twitter con l'hashtag #makeworkdigital



Avanade

Avanade è leader nella fornitura di servizi digitali innovativi, soluzioni di business ed esperienze incentrate sul design, che fanno leva sul potenziale umano dei dipendenti e sull'ecosistema Microsoft. Il nostro team unisce alle competenze in ambito tecnologico una profonda conoscenza del mercato, per poter offrire ai clienti, e alla loro stessa clientela, vantaggi competitivi in termini di business. Avanade conta 27.000 professionisti connessi tra loro in 23 Paesi del mondo, che mettono a disposizione dei clienti le migliori soluzioni attraverso una cultura aziendale collaborativa che rispetta la diversità e la società nella quale operiamo. Avanade, di cui Accenture è l'azionista di maggioranza, è stata fondata nell'anno 2000 da Accenture LLP e Microsoft Corporation. Per maggiori informazioni: www.avanade.com

©2016 Avanade Inc. Avanade e il logo Avanade sono marchi registrati di Avanade Inc. Altri prodotti, servizi o nomi di aziende qui citati sono marchi registrati dei rispettivi proprietari.