

Comunicato stampa

**DIGITAL360, PER L'88% DEI LAVORATORI CON LO SMART WORKING
L'EFFICACIA LAVORATIVA E' ANALOGA O MIGLIORATA**

Indagine interna sui risultati del lavoro da remoto: per il 90% delle persone l'interazione con responsabili e colleghi è invariata o migliore.

Migliorano responsabilizzazione, autonomia e percezione delle opportunità dello smart working

Milano, 16 aprile 2020 – Digital360 S.p.A., società quotata sul mercato AIM Italia – Mercato Alternativo del Capitale, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., per far fronte al cambiamento di scenario economico ed organizzativo causato dall'emergenza Coronavirus, è passata al completo utilizzo dello Smart Working per tutti i suoi dipendenti e i collaboratori, sfruttando al massimo gli strumenti di eCollaboration e virtual meeting per lo svolgimento del lavoro quotidiano. Per verificare l'andamento delle attività dopo le prime settimane di esperienza "forzata" di lavoro da remoto, ha realizzato una survey interna da cui non emerge un rallentamento, ma addirittura segnali di miglioramento della produttività. Grazie a strumenti digitali di collaboration, le persone di Digital360 non riscontrano problemi di interazione con colleghi e clienti, mentre percepiscono nuovi vantaggi dall'esperienza di smart working: più responsabilizzazione e autonomia, orientamento per obiettivi, migliore capacità di concentrazione e ottimizzazione dei tempi. Con i soli limiti, lavorando da casa, di non poter realizzare quel "confronto informale" degli incontri di persona utile a sviluppare nuove idee e, per chi ha figli, delle complessità di conciliazione degli impegni familiari.

Secondo i risultati della ricerca, ben l'88% delle persone ritiene che la propria efficacia lavorativa sia invariata o migliorata in queste settimane di Smart Working "forzato" rispetto a prima (per il 48% è praticamente analoga, per il 40% migliorata). Ma anche l'interazione con il proprio responsabile e i colleghi è analoga o migliorata per il 90% dei lavoratori (analoga per il 57%, migliorata per il 33%).

Mediamente, in queste settimane le persone di Digital360 hanno svolto ogni giorno 4 meeting virtuali con colleghi interni, giudicati di "buona o ottima efficacia" nel 90% dei casi, e 2 al giorno con interlocutori esterni (clienti in primis), positivi nell'80% dei casi. I meeting virtuali funzionano meglio di quelli fisici perché garantiscono migliori puntualità, rispetto dei tempi e pragmaticità, con la possibilità di collaborazione sui documenti, mentre si diffonde una maggiore consapevolezza sulle opportunità di questi strumenti.

Analizzando i singoli aspetti che caratterizzano l'esperienza di lavorato da remoto, le persone di Digital360 ritengono particolarmente positivi: l'accesso a documenti e applicativi (92%), la responsabilizzazione su obiettivi e risultati (91%), il livello di autonomia raggiunto (90%) e la percezione di fiducia da parte del proprio responsabile (l'85%). L'aspetto più complesso è la conciliazione tra vita privata e lavoro, giudicata "buona o ottima" dal 45% dei lavoratori.

“In Digital360 lo smart working era un’abitudine da tempo, eravamo già preparati dal punto di vista sia culturale-organizzativo che tecnologico, ma siamo sorpresi dai risultati dell’indagine che rivela addirittura un miglioramento dell’efficacia lavorativa per buona parte delle nostre persone - commenta **Andrea Rangone**, CEO del Gruppo Digital360 -. I nostri collaboratori sono convinti che, una volta tornati alla normalità, l’esperienza di queste settimane possa essere preziosa per migliorare le modalità di lavoro e di organizzarsi, soprattutto a livello di autonomia, fiducia, responsabilizzazione e più maturo utilizzo degli strumenti di eCollaboration. L’emergenza che stiamo vivendo, nonostante le indubie complessità, può rappresentare un’opportunità per molte organizzazioni di sperimentare nuovi metodi di lavoro più efficaci e produttivi abilitati dagli strumenti digitali”.

DIGITAL360

DIGITAL360, società quotata sul Mercato AIM di Borsa Italiana, si pone l’obiettivo di accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni nella comprensione e nell’attuazione della trasformazione digitale e favorirne l’incontro con i migliori fornitori tecnologici. DIGITAL360 persegue questo obiettivo attraverso due business units: una, denominata “Demand Generation” supporta le imprese tecnologiche (vendor, software house, system integrator, startup, ecc.) nelle attività di comunicazione, storytelling, gestione eventi e generazione di opportunità di business; l’altra, denominata “Advisory & Coaching” si rivolge a tutte le imprese e a tutte le pubbliche amministrazioni che vogliono intraprendere un qualsiasi percorso di trasformazione digitale. NetworkDIGITAL360, trasversale a entrambe le Business Unit, è il più grande network di testate online dedicate a tutti i temi dell’Innovazione Digitale. DIGITAL360 integra un mix multidisciplinare e multiculturale di professionalità e competenze grazie ad analisti, giornalisti, consulenti ed esperti del mondo digitale, accumulati da una grande passione e missione: l’innovazione digitale come motore della crescita e dell’ammodernamento del nostro Paese. Per altre informazioni: www.digital360.it

Investor relation:

Emilio Adinolfi emilio.adinolfi@digital360.it telefono +39 0292852801

Ufficio stampa DIGITAL360: **d'I** comunicazione

Piero Orlando po@dicomunicazione.it mobile +39 3351753472

Nominated Adviser e Specialist: CFO SIM S.p.A. ecm@cfosim.com, telefono +39 02303431

Il presente comunicato stampa è redatto a soli fini informativi e non costituisce un’offerta al pubblico o un invito a sottoscrivere o acquistare strumenti finanziari in Italia né in qualsiasi altro Paese in cui tale offerta o sollecitazione sarebbe soggetta a restrizioni o all’autorizzazione da parte di autorità locali o comunque vietata ai sensi di legge. Questo comunicato stampa non può essere pubblicato, distribuito o trasmesso negli Stati Uniti, Canada, Australia o Giappone. Le azioni menzionate in questo comunicato stampa non possono essere offerte o vendute né in Italia, né negli Stati Uniti né in qualsiasi altra giurisdizione senza registrazione ai sensi delle disposizioni applicabili o una esenzione dall’obbligo di registrazione ai sensi delle disposizioni applicabili. Le azioni menzionate in questo comunicato stampa non sono state e non saranno registrate ai sensi dello US Securities Act of 1933 né ai sensi delle applicabili disposizioni in Italia, Australia, Canada, Giappone né in qualsiasi altra giurisdizione. Non vi sarà alcuna offerta al pubblico delle azioni della Società né in Italia, né negli Stati Uniti, Australia, Canada o Giappone né altrove.