

Un modello multidimensionale per fotografare la maturità innovativa della compagnia, individuare le aree di intervento e trasformare l'innovazione in un percorso misurabile e continuo.

ITA Airways misura l'innovazione con il programma INNOVITA

L'azienda

ITA Airways è la Compagnia aerea italiana di riferimento. Partecipata al 59% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze e al 41% da Deutsche Lufthansa AG, opera servizi di trasporto aereo passeggeri e merci e garantisce all'Italia una connettività di qualità sia con destinazioni internazionali, a sostegno del turismo e del commercio con l'estero, sia all'interno del Paese, sfruttando anche la mobilità integrata.

La Compagnia attraverso una forte digitalizzazione di processi che assicurino la migliore esperienza possibile e servizi personalizzati, pone al centro della propria strategia il servizio ai clienti coniugato alla sostenibilità, declinata nel suo aspetto ambientale (flotta giovane, tecnologicamente avanzata per ridurre l'impatto ambientale), sociale (attenzione alle proprie persone e alle collettività nei territori in cui opera) e di governance (integrazione della sostenibilità nelle strategie e nei processi interni).

ITA Airways opera con una flotta omogenea composta da 99 aeromobili (di cui 22 wide body e 77 narrow body) di cui per oltre il 60% di nuova generazione, per ottimizzare efficienza e qualità dell'offerta con tecnologie all'avanguardia e connessione Wi-Fi a bordo. La Compagnia ha come obiettivo quello di raggiungere, entro la fine del Piano Strategico 23-27, il 90% del totale della flotta di nuova generazione per puntare a diventare il vettore più giovane d'Europa, ridurre i consumi di carburante tra il 20 e il 25% e le conseguenti emissioni di CO₂.

La fotografia della maturità innovativa

INNOVITA nasce per dare a ITA Airways uno strumento strutturato per fotografare il proprio livello di maturità innovativa e capire su quali leve intervenire. Il progetto, sviluppato insieme a EY, è in fase di completamento, con la presentazione prevista entro fine ottobre. Al centro del modello c'è l'Innovation Index, un indicatore multidimensionale che rende misurabile un ambito spesso valutato solo qualitativamente. Il modello considera cinque pilastri: tecnologie a supporto della scalabilità (AI, cloud, ecc.), tool, persone e competenze interne, ecosistema esterno (incontri di confronto con personale esterno alla società) e sponsorship. L'obiettivo non è dare un giudizio, ma

costruire una baseline confrontabile nel tempo, utile a definire priorità e azioni. INNOVITA misura così il percorso della compagnia dalla nascita nel 2021, quando è stata avviata la funzione Innovation insieme ai primi progetti trasformativi. Il progetto punta inoltre a diffondere l'innovazione oltre la funzione dedicata.

Cosa si misura: assessment, KPI e azioni

L'Innovation Index parte da un maturity assessment ovvero un processo di analisi con cui la società misura il proprio livello di preparazione, efficienza e sviluppo sia qualitativo sia quantitativo. Sono state realizzate interviste preliminari con i responsabili delle aree, affiancate da un sondaggio anonimo a un campione ampio di persone, per raccogliere percezioni, idee e valutazioni. Le evidenze sono state tradotte in KPI pesate e organizzate nei cinque pilastri determinati. Il risultato è un posizionamento su livelli di maturità, da embrionale a evoluto, utile a individuare gli interventi.

Misurare significa trasformare attività e percezioni in elementi concreti, creando una base oggettiva da cui partire, definire le priorità e verificare nel tempo se le azioni intraprese producono un'evoluzione reale. Da questo contesto nasce anche l'Innovative Operating Framework, una "cassetta degli attrezzi" con principi e linee guida per aiutare le funzioni a realizzare iniziative innovative. Il modello è ciclico: misurare, agire e verificare l'evoluzione.

Dall'Innovation Index a un cambiamento concreto

Il principale vantaggio di INNOVITA è rendere l'innovazione misurabile e governabile, collegando la maturità alle decisioni successive. Per il management, l'Innovation Index offre una base per individuare priorità, indirizzare risorse e investimenti e monitorare gli effetti, superando la logica dei progetti isolati. Per le funzioni, il modello offre criteri condivisi e favorisce l'integrazione tra business e innovazione. Un secondo beneficio riguarda la cultura aziendale: interviste e survey portano il tema oltre la funzione dedicata e rafforzano la consapevolezza su bisogni e opportunità. La metodologia si integra con le attività già avviate, dalla formazione sull'AI all'impiego di strumenti innovativi fino a soluzioni verticali per specifiche aree.

Avere un modello significa dare all'innovazione una direzione, un linguaggio comune e soprattutto la possibilità di misurarne l'evoluzione: è questa la base per trasformare il cambiamento in una risorsa stabile dell'azienda.