

SERVIZI



di **Enrico Sacchi**

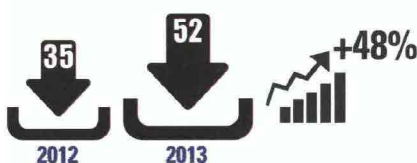
L'economia digitale va bene nel mondo ma non in Italia. Crescono e-content, digital adv, software-soluzioni ICT

L'economia digitale si conferma motore della crescita a livello mondiale, ma non in Italia. Questa l'amara constatazione che si ricava dalla lettura dei dati sul mercato ICT del rapporto **Assinform** 2013. A fronte di un'economia reale che a livello mondiale è cresciuta nel 2012 del 3,2% rispetto all'anno precedente, l'economia digitale, definita come Global Digital Market, ha marciato alla velocità di +5,2%, giungendo a coprire quasi il 6%

del Pil mondiale. In Europa il tasso medio di crescita del GDM si è attestato a +0,6%, ma il peso dell'economia digitale è giunto al 6,8% del Pil europeo. Nello stesso periodo, in Italia l'economia reale è calata del -2,4%, mentre il Global Digital Market, che rappresenta il 4,9% del Pil nazionale con un valore di 68.141 milioni di euro, ha registrato una dinamica del -1,8%. Tale trend, pur essendo in attenuazione rispetto all'anno precedente (-2,1% nel 2011/10), segnala la crisi dei

Apps, un vero universo

Numero di Apps scaricate (mld)



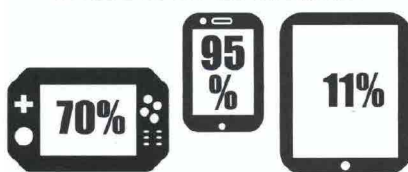
Ore spese in media al giorno



Mercato Apps mondiale (mld)



Device a cui si rivolgono



Tasso di refresh



Numero medio di app usate

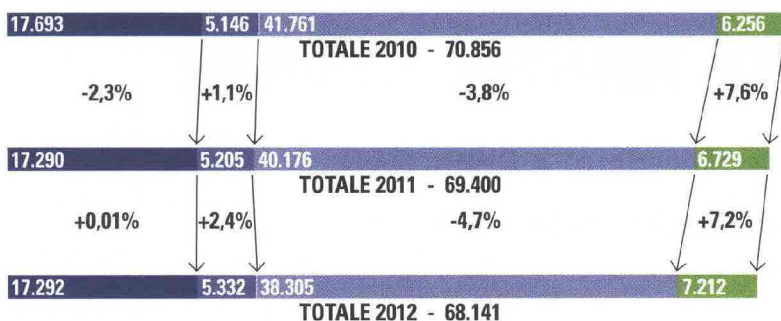


Categorie più sviluppate



IL GLOBAL DIGITAL MARKET IN ITALIA

Valori in milioni di euro e in %



- dispositivi e sistemi
- software e soluzioni ICT
- servizi ICT
- contenuti e pubblicità digitali

Una visione più adeguata ai tempi

La vecchia visione del mercato ICT, come somma di informatica e telecomunicazioni nelle accezioni più tradizionali, mostrerebbe risultati più sofferiti (-4,0% per l'IT e -3,5% per le TLC) ma appunto escludendo ambiti ormai inscindibili dalla "base storica", sia in ambito business che consumer.

Fonte: elaborazione Assinform NetConsulting

servizi ICT tradizionali (-4,7%), che rappresentano in valore oltre la metà del mercato. A ciò si oppone la crescita dei contenuti e pubblicità digitale (+7,2%) e del software e soluzioni ICT (+2,4%), il boom di smartphone, e-reader e tablet e dei servizi innovativi ad essi associati. "Ma questo sta avvenendo in un contesto nazionale ancora poco sensibile all'innovazione, in cui per un'impresa ogni nuovo investimento rappresenta un vero e proprio azzardo, così che le

best practice rimangono fenomeni isolati e non acquisiscono la dimensione necessaria a incidere sui trend negativi e a compensare la crisi dell'IT tradizionale -commenta **Paolo Angelucci**, presidente dell'Associazione nazionale delle imprese IT-.

IT tradizionale in caduta libera

"In assenza di interventi specifici tesi a cambiare questi trend -prosegue Angelucci- le stime per il 2013 non possono essere segnate da un profondo pessimismo: ci attendiamo, infatti, un'ulteriore discesa del Global Digital Market del -3,6%, con l'IT tradizionale in caduta libera a -5,8%, fatto che avrà pesanti ricadute soprattutto sull'occupazione essendo un settore labour intensive che attualmente impiega circa 400 mila addetti. Se, al contrario, si darà avvio a un vero cambiamento del quadro di riferimento, introducendo elementi di correzione degli assetti attuali, fra i quali una forte accelerazione per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda Digitale, portando il suo braccio operativo, l'Agenzia per l'Italia Digitale sotto la massima responsabilità politica, ovvero Palazzo Chigi; rendere il credito di imposta per la ricerca e l'innovazione

una misura strutturale; dare una rapida ed equa soluzione al grave problema dei debiti della PA verso le imprese; aprire linee di finanziamento alle aziende che investono in innovazione, allora si potrà iniziare a vedere una luce in fondo al tunnel della crisi e l'inizio di un'inversione di tendenza del GDM, che stimiamo potrà attestarsi a -1,5%".

L'avanzata dei tablet

Ritornando alle cifre del Global Digital Market in Italia, si nota l'evidente polarizzazione del mercato, con il calo delle componenti tradizionali e la spinta di quelle nuove. Sul fronte dispositivi e sistemi (business da 17.292 milioni di euro, invariato), le vendite di PC calano a 5,34 milioni di unità (-13,8%, con un calo più vistoso nei portatili), mentre quelle dei tablet crescono del 139,2% a più di 2 milioni di pezzi.

Cresce il software applicativo

Nella macrocategoria del software e soluzioni ICT (5.332 milioni, +2,4%), il software applicativo cresce del 3,4%, il middleware segna un +1,6% mentre cala il software di sistema dell'1,9%. Nell'area dei Servizi ICT (38.305 milioni, -4,7%) calano sia i servizi di rete (-5,5%) sia i servizi ICT (-2,4%). Calano anche i servizi di outsourcing e di sviluppo/system integration (rispettivamente del 3,9% e del 3,3%), mentre crescono i servizi di cloud computing (+48,6% a 260 milioni) e di data center (+3,1% a 1.071 milioni).

Contenuti digitali: trend ok

Nell'area e-content e digital advertising (7.212 milioni, +7,2%) crescono tutte le componenti ad eccezione di quella video (-2,6% a 3.081 milioni). In particolare, crescono i contenuti per e-book (+84,6% a 24 milioni), la musica (+29,1% a 102 milioni), il mobile entertainment (+25,1% a 878 milioni), il gaming (+13,4% a 1.434 milioni), i servizi di editoria online (+13,4% a 195 milioni). Cresce anche il digital adv (+12% a 1.498 milioni). ●

Top utenti App



11 milioni

Mix tra canale mobile e social

È di 8 il numero medio delle App usate da un singolo utente, a fronte di un numero medio di 3,78 account per utente social.

Fonte: elaborazione NetConsulting su Gartner e Gigaom Pro