

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il digitale italiano in cerca di sbocchi

Alberto Magnani ▶ pagina 18

Internazionalizzazione. Le nostre aziende dell'Ict al CeBit di Hannover per accelerare sull'export

Il digitale italiano cerca sbocchi

Buone opportunità nei mercati emergenti per e-commerce e cloud

TERRENO FERTILE

In Italia ci sono tante buone idee e ottime startup, ma ancora manca una capacità sistemata di entrare nei mercati esteri

Alberto Magnani

■ L'export decolla online. Anzi: sul "cloud", le nuvole informatiche che contengono e trasmettono la memoria digitale. Una delegazione di 24 aziende italiane capitanata dall'Ice è sbarcata ad Hannover per il CeBit 2015, la fiera sulle «nuove prospettive del business IT» che si è svolta nei giorni scorsi. Temi caldi dell'evento: big data e cloud, trasformazione digitale, l'Internet delle cose (Iot), i sistemi mobile, di sicurezza informatica e social business. Una vetrina in più per il made in Italy nell'high tech, quello plasmato dalle imprese ad alto tasso di innovazione? Per ora, stando all'ultimo rapporto [Assinform](#), il mercato Ict è valso un giro d'affari interno pari a 64,2 miliardi di euro nel 2014. In attivo per poco più di un miliardo di dollari anche la bilancia tecnologica di pagamenti del 2013, l'indicatore che registra gli scambi internazionali delle tecnologie "non incorporate in beni fisici": cioè i diritti di proprietà intellettuale come brevetti, royalties e licenze che compongono il cuore (invisibile) del commercio in tecnologia.

Gianpaolo Bruno, Direttore Pianificazione Strategica, Studi e Rete Estera dell'Ice, registra numeri «in controtendenza» rispetto agli anni precedenti. Ma invita alla prudenza: la strada è lunga, i ritardi ci sono e l'Italia deve colmare il suo deficit in «creazione e diffusione della tecnologia» prima di parlare di volumi di export (vedi l'articolo a fianco). «In Italia ci sono ottime idee e ottime

start up, ma manca ancora una capacità di entrare sistematicamente sui mercati internazionali» spiega Bruno. I settori più in espansione? «Le componenti più innovative del mercato, dove si concentrano le principali opportunità per le imprese italiane, sono quelle legate ad un uso diffuso e avanzato del web, tecnologie cloud, servizi mobili, pagamenti elettronici, e-commerce, sicurezza, Internet delle cose, soluzioni di integrazione estesa in rete, piattaforme di gestione avanzate».

Esempi non casuali: le categorie elencate da Bruno sono le stesse che domineranno la "digital transformation" del mercato italiano 2015, secondo la ricostruzione fatta da [Assinform](#). Qualche numero? Solo nel 2014 gli smartphone sono cresciuti del 9,5%, a quasi 2,9 miliardi, contro il crollo del 56,2% dei cellulari tradizionali; il mercato del cloud computing è volato del 37,4%, sfondando il tetto di 1,035 miliardi di euro; la macrocategoria di software e soluzioni Ict si è spinta all'insù del 4,2%, a 5,7 miliardi di euro, dopo il 2,7% già messo a segno nel 2013. Il cosiddetto Iot - l'Internet of things - cavalca l'era dell'iperconnessione con 80 milioni di oggetti collegati alla rete per via fissa o mobile (+14,3%) e un valore complessivo di 1,6 miliardi (+13,3%). A chiudere il cerchio, la crescita di e-content e digital advertising: su dell'8,5%, a 8,2 miliardi di euro, dai più prevedibili exploit di e-book e musica (rispettivamente +23% e 20%) alle news online (+9,4%) e alla «forte ripresa» della pubblicità digitale (+13,7%, pari oltre a 1,7 miliardi di euro).

Numeri che non passano inosservati, ma il canale per l'export è già pronto? «Di sicuro, sono moltissime le imprese che si stanno affermando in

questi segmenti ad elevato valore aggiunto. Lo dico perché pochi giorni fa abbiamo portato 25 start up innovative al Mobile World Congress di Barcellona, uno tra i palcoscenici più prestigiosi del settore, e hanno avuto una serie impressionante di B2B con altre realtà industriali», dice Bruno. Tra le destinazioni resistono alcuni dei ponti privilegiati per il Made in Italy, dall'Europa in là. È il caso di vecchi partner come la Germania (per le sole telecomunicazioni export a quota 551,8 milioni di euro nel 2013, contro 515,4 milioni di euro in importazioni) o degli Stati Uniti: 2,5 miliardi di euro dalle sole tecnologie avanzate nei primi nove mesi del 2014, dominati da un 45% nell'aerospazio, dal 21,38% nell'infoscienza e da poco più del 9% in automazione flessibile e hardware. Mail made in Italy in veste high tech può fare breccia su nuove frontiere. Mentre il mercato digitale cresce dello 0,6% in Europa e del 3,5% in Nord America, l'Asia Pacifico vola +6% e l'America Latina incalza i cugini di Stati Uniti e Canada con una percentuale - in proporzione - simile: +3,3%. «Negli ultimi anni sta progressivamente crescendo l'importanza della domanda proveniente da molte economie emergenti e di nuova industrializzazione - dice Bruno - I paesi Bric in particolare, insieme a Polonia e Turchia».

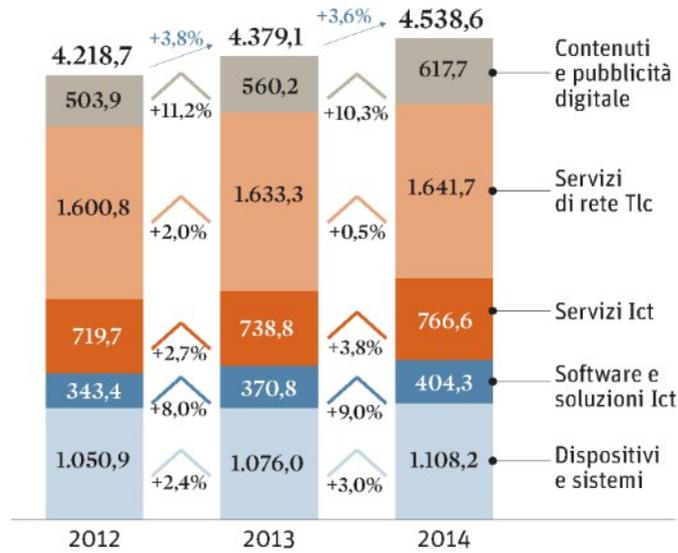
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il settore del futuro

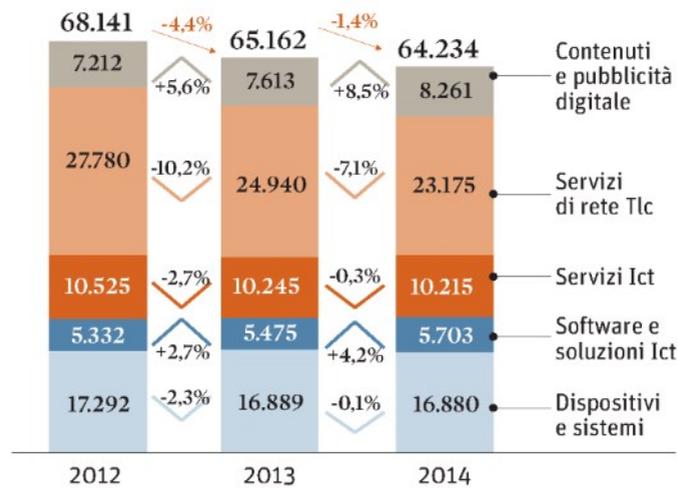
IL MERCATO DIGITALE NEL MONDO...

Valori in miliardi di dollari e in %



... E IN ITALIA

Valori in milioni di euro e in %



Fonte: [Assinform](#)