

Assinform, il manifesto per la crescita digitale Digitale il fattore di crescita Ma la vera svolta verrà dalla PA

Internet of Things, cloud e mobile stanno spostando il baricentro di ripresa sul mondo hi-tech: gli effetti saranno visibili già da quest'anno con la prima inversione del ciclo negativo

Giancarlo Capitani*

Il 2014 è stato un anno caratterizzato non soltanto da un'ulteriore accelerazione della diffusione delle tecnologie digitali nel mondo ma, soprattutto, dall'impatto che il loro utilizzo sempre più intensivo sta determinando sul cambiamento nelle strategie delle imprese, nei modelli di consumo e nei rapporti tra Pubbliche amministrazioni e cittadini. Il mercato digitale è cresciuto a livello mondiale del 3,6% nel 2014 raggiungendo il valore di 4,5 miliardi di dollari, pari al 5,8% del Pil mondiale, con forti divari, tuttavia, tra grandi aree e tra Paesi al loro interno.

È ulteriormente aumentato il livello di digitalizzazione della popolazione mondiale, con 2,9 miliardi di utenti Internet, 1,7 miliardi di utenti di Social Media e 1,1 miliardi di acquirenti digitali a fine 2014. Ma più ancora delle crescite di questi che potremmo definire indicatori di diffusione relativi allo stock digitale mondiale, risultano rilevanti i segnali di crescita dell'utilizzo rappresentati emblematicamente dall'aumento di quasi il 22% nel 2014 dell'e-commerce e dall'aumento degli accessi a Internet e dall'uso intensivo dei social media.

In Europa e in Italia il perdurare di criticità nelle rispettive economie ed una ancora scarsa propensione all'innovazione attraverso tecnologie e servizi digitali da parte di imprese e Pubbliche Amministrazioni, il mercato ha registrato andamenti

più contenuti e molto differenziati tra Paesi.

Il mercato è cresciuto in Europa dello 0,6%, in Germania del 2,6%, nel Regno Unito dell'1,4%, mentre in Francia e in Italia l'andamento è stato negativo.

Nel nostro Paese il mercato digitale ha registrato nel 2014 un -1,4% che, tuttavia, segnala un notevole miglioramento rispetto agli andamenti degli altri anni ed a quello, in particolare, del 2013 che è stato del -4,4%.

Le ragioni di questa continuità negativa fanno riferimento a cause congiunturali e strutturali e la lunga crisi che il nostro Paese ha attraversato ha indotto imprese, PA e famiglie a ridurre investimenti e spese in Ict. Permane la scarsa propensione delle Pmi ad investire in misura significativa in Ict con -2,2% nel 2014, mentre le imprese medie (+0,4%) e grandi (+0,8%) sono ritornate al segno positivo. La stessa dinamica negativa è stata registrata (-3,1%) nel segmento consumer a causa della combinazione tra una diminuzione del potere d'acquisto delle famiglie ed una riduzione dei prezzi dei device e delle tariffe dei servizi destinati al target consumer.

Rispetto a questi fattori di freno nel 2014 il processo di digitalizzazione in atto anche nel nostro Paese ha cominciato a rappresentare un fattore di contrasto a questi fenomeni con effetti positivi sul mercato.

Risulta significativo in proposito il livello di penetrazione del digitale raggiunto sul totale della popolazione. Con più di 36 milioni di utenti Internet attivi, di cui quasi 20 milioni in mobilità, 28 milioni di account attivi sui social media, di cui 22 in mobilità a fine 2014, l'Italia si sta allineando ai livelli medi europei, anche se i gap da colmare sono ancora molti.

Ma ancora più rilevanti sono le crescite degli utilizzi di queste tecnologie che dimostrano come l'individuo stia passando dall'essere semplicemente digitale

all'essere digitalmente interattivo nelle sue diverse funzioni, di lavoratore, di consumatore e di cittadino inducendo anche le imprese ad accelerare il loro processo di digitalizzazione.

Gli strumenti più importanti che abilitano questa trasformazione digitale delle aziende italiane, oltre al processo di dematerializzazione accelerato dalla introduzione "by law" dell'obbligo della fatturazione elettronica nelle forniture alla Pubblica amministrazione centrale e locale, sono tre e rappresentano i veri driver attuali e prospettici del mercato: il cloud computing (cresciuto del 37% nel 2014 superando il valore di 1 miliardo), che rappresenta un modo nuovo di accedere alle risorse tecnologiche e applicative sia sul lato della domanda che dell'offerta; le applicazioni per la gestione dell'accesso a servizi in mobilità sia dell'individuo che del lavoratore che del cittadino con impatti sui modelli di organizzazione del lavoro, di pagamento e di relazione interpersonale creando nuovi ecosistemi relazionali tra individui, imprese, finanza e PA; l'Internet of Things (IoT), la cui importanza non si esaurisce nella dimensione di mercato ormai raggiunta (1,6 miliardi di Euro nel 2014) e nella crescita del 13% realizzata lo scorso anno ma per i numerosi progetti in aree verticali ancora poco integrate tra loro: mobilità urbana, trasporti, sicurezza, smart grid, edifici intelligenti.

Questi nuovi strumenti di trasformazione stanno rapidamente spostando il baricentro di crescita del mercato sul nuovo mondo digitale e secondo le previsioni contenute nel Rapporto gli effetti cominceranno a vedersi già da quest'anno con un ritorno alla crescita positiva del mercato (+1,1%), modesta come dimensione ma rilevante come inversione del ciclo negativo e come trend.

Questo tuttavia non può e non deve farci dimenticare il gap che abbiamo accumulato

rispetto ai maggiori Paesi relativo a tutte le variabili costitutive di un Paese digitale, dalle reti a banda ultralarga alle competenze, alla digitalizzazione del settore pubblico. E proprio da quest'ultima azione occorre partire. Il Governo si è dato in proposito un piano strutturato, sintetizzato nel documento Strategia per la banda ultralarga e la crescita digitale. Si tratta ora di dare concretezza a questo piano.

** Presidente di NetConsulting*

