

MERCATO ■ ENTRO L'ANNO CI SARANNO 45 MLN DI SMARTPHONE E 12 DI TABLET

Italiani sempre più... **mobile** le aziende adesso esultano E' nata così la "Mobile & App Economy"

■ FABIO TRAVERSA

Entro la fine di quest'anno gli italiani che navigano mensilmente via smartphone e tablet saranno più di 30 milioni. Un Mobile Surfer su tre ha scaricato applicazioni a pagamento sul proprio smartphone e 1 su 5 ha acquistato almeno un prodotto o servizio, 4 su 5 interagiscono con la pubblicità da questo device e 1 su 2 vorrebbe utilizzarlo anche come strumento di pagamento al posto della carta di credito.

Sono i dati più significativi che emergono dall'Osservatorio Mobile & App Economy del Politecnico di Milano.

In particolare sono 37 milioni gli smartphone e 7,5 milioni i tablet diffusi in Italia e diventeranno rispettivamente 45 e 12

milioni a fine 2014. Le reti mobili a banda larga LTE a fine anno raggiungeranno circa il 60% della popolazione. Si sono moltiplicate nel corso del 2013 offerte bundle (voce, messaggistica, connettività) a prezzi molto contenuti. Le applicazioni disponibili negli store hanno toccato quota 2,5 milioni e aumentano le soluzioni Mobile sviluppate all'interno delle imprese o delle pubbliche amministrazioni.

La risposta degli utenti è già molto alta. Circa l'85% dei navigatori Internet da smartphone vede annunci pubblicitari all'interno di siti o applicazioni e la metà ci clicca. Tre quarti dei Mobile Surfer sono interessati al Mobile Couponing ossia vorrebbero ricevere i buoni sconto sullo smartphone e, inoltre, più della metà sono propensi all'utilizzo

dello smartphone come sostituto della carta di credito per i pagamenti nei punti vendita fisici.

L'impatto economico generato ha dato origine alla cosiddetta Mobile & App Economy, che nel 2013 vale già 25,4 miliardi di euro: rapportato al Pil rappresenta l'1,6%. Oltre l'80% proviene dai consumi diretti di consumatori e imprese, che complessivamente hanno speso oltre 20 miliardi di euro. La restante parte fa riferimento agli investimenti delle imprese in reti mobili, nello sviluppo di soluzioni software Mobile rivolte ai consumatori o ai propri dipendenti, in soluzioni che sfruttano gli "oggetti intelligenti" per migliorare i processi aziendali o offrire nuovi prodotti e servizi e in attività di marketing tramite device mobili.

HI-TECH

I canali informativi dei moderni telefonini e gli effetti positivi sul "digital divide"

Marta Valsecchi, responsabile della ricerca dell'Osservatorio Mobile & App Economy del Politecnico di Milano, delinea i futuri scenari come "l'aumento di produttività dei Mobile worker (stimabile nel 2013 nell'ordine di grandezza dei 10 miliardi di euro sulla forza lavoro italiana), l'impatto positivo dell'utilizzo dei canali informativi Mobile sulle vendite offline, l'effetto benefico del Mobile nell'allargare la base di utenti Internet, cioè nel ridurre il digital divide italiano". Una rivoluzione positiva, dunque.

Meno tempo per il “vecchio” pc e i siti web ora vincono applicazioni e i nuovi device

“Tra gli effetti generati sul consumatore dalla maturità dell’ecosistema Mobile è stato riscontrato anzitutto un incremento del tempo trascorso dagli italiani su Internet dai Mobile device, che sottrae quote alla navigazione da pc: stiamo parlando di 75 minuti medi giornalieri per lo smartphone e 66 per il tablet contro i 106 minuti (-14% sull’anno precedente) del pc portatile” afferma Guido Argieri, Telco & Media Director Doxa.

“La maggior parte delle attività (circa la metà nel caso dei tablet e addirittura due terzi nel caso degli smartphone) è svolta tramite applicazioni piuttosto che siti web. Oltre a social, gaming, meteo e mappe,

tra le applicazioni scaricate dagli utenti ci sono anche quelle delle imprese di cui loro sono consumatori: al primo posto troviamo le applicazioni legate a trasporti e viaggi, seguite - termina Guido Argieri - da quelle del settore finanziario e da quelle dei retailer dell’elettronica di consumo”.

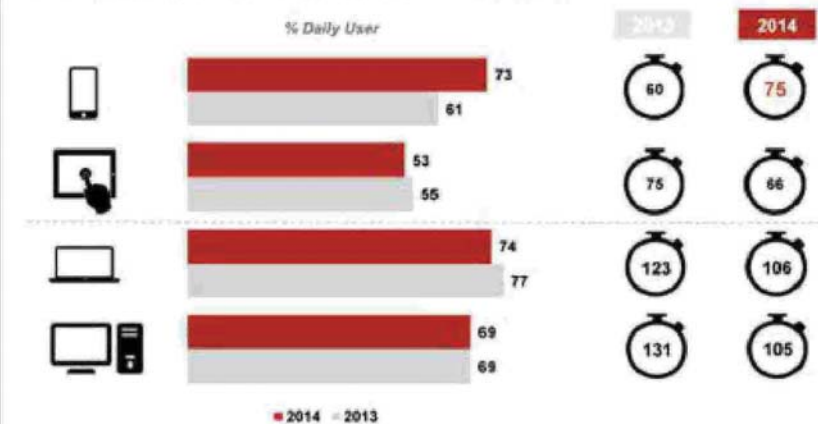
Un ruolo importante sarà giocato dalle startup, in grado sia di creare nuovi modelli di business rivolti direttamente al consumatore finale, sia di supportare le imprese nel loro processo di trasformazione digitale e Mobile. Dunque, tutto un nuovo mondo che si sta per aprire e che, inevitabilmente, porterà a ulteriori trasformazioni. (f.t.)

OSSERVATORI.NET
Digital Innovation

I mercati della Mobile & App Economy



Sempre più tempo su Internet



Con che frequenza ti capita di accedere a Internet con i diversi device? Pensando ad un giorno in cui navighi sul Web o utilizzi Applicazioni connesse a Internet con i vari device che hai nelle vicinanze, in che modo preferisci spendere il tempo trascorso in ciascuna connessione della giornata? Quali usi del device per accedere a Internet?

Un mercato sempre più vasto che arriverà al 2,5% del PIL

Andrea Rangone, coordinatore Osservatori ICT del Politecnico di Milano, afferma: "Questo mercato è destinato a crescere significativamente nei prossimi anni arrivando a raggiungere i 40 miliardi di euro, pari al 2,5% del PIL, grazie soprattutto alla spinta generata dall'utilizzo crescente di soluzioni di Mobile Commerce e Mobile Payment".

HI-TECH

PREVISIONI ■ ENTRO TRE ANNI IL BOOM DEL M-PAYMENT

"Oggetti intelligenti" sarà questa la nuova sfida smart

All'interno del segmento dei consumi la componente principale è ancora rappresentata dai servizi "tradizionali" delle Telco (cioè voce e sms), che sono però in forte contrazione. Seguono i ricavi da vendita di device mobili (poco più di un quinto) e la connettività dati (13%). Valgono solo pochi punti percentuali, invece, le vendite di contenuti e di beni e servizi ed è praticamente nullo il mercato del Mobile Payment. Ma da qui al 2016 le cose cambieranno in maniera significativa.

Continuerà la fortissima crescita del mercato del Mobile Commerce: dagli attuali 1,2 miliardi si arriverà nel 2016 a oltre 7 miliardi di euro, con un peso relativo sull'e-Commerce che, se oggi è pari al 12%, tra 3 anni potrebbe superare il 40%.

Si svilupperà, poi, il mercato del Mobile Proximity Payment, ossia dei pagamenti in prossimità fatti con lo smartphone: se ad oggi esistono solo poche sperimentazioni, questo mercato nel 2016 potrebbe valere circa 4 miliardi di euro. A questo si aggiunge il mercato dei Mobile POS, ovvero le transazioni legate a beni e servizi che verranno accettate da dispositivi Mobile (smartphone e tablet), che potrebbero valere circa 2 miliardi di euro.

Continueranno a crescere anche le vendite di conte-

nuti fruiti tramite Mobile, che andranno vicini al raddoppio nei prossimi 3 anni, con un ruolo sempre maggiore giocato da giochi e video.

Non sarà da meno la spesa delle imprese in attività di marketing tramite i nuovi device (smartphone e tablet), trainati in particolare dalla pubblicità, ma anche dalla nascita dei servizi di Mobile Couponing. Molta

attenzione sarà dedicata dalle imprese anche

allo sviluppo di soluzioni software Mobile volte, da un lato, a gestire la relazione con i propri consumatori

e dall'altro, a migliorare la produttività e l'efficacia del lavoro dei propri dipendenti, soprattutto quelli in mobilità. Complessivamente per queste variegate tipologie di investimenti le imprese nel 2016 spenderanno il doppio di quanto speso nel 2013.

Infine, la grande scommessa è sul mercato abilitato dagli "oggetti intelligenti": alcuni ambiti già avviati proseguiranno il loro cammino, in particolare le auto connesse (smart car), portando il valore di questo mercato nel 2016 a 1,6 miliardi di euro (+80% in 3 anni). Ma a questi ambiti applicativi se ne potrebbero affiancare molti altri, sfruttando, ad esempio, la nascita degli oggetti indossabili e lo sviluppo di soluzioni nuove in ambiente cittadino e sanitario, come mostrano alcune interessanti sperimentazioni internazionali. (f.t.)



INVESTIMENTI / IL SETTORE HA CHIUSO IL 2013 CON UN CALO DEL 4,4%

Il digitale e l'Italia perdono terreno

Calo netto del mercato digitale in Italia nel 2013, che ha chiuso l'anno con una perdita del 4,4% rispetto al 2012, scendendo a quota 65.2 miliardi di euro.

Si accentua così la tendenza negativa che il settore Ict registra nel nostro Paese ormai da diversi anni - praticamente gli anni della grande crisi economica e sociale - (nel periodo 2009/2012 il calo medio annuo è stato dell'1,8%), mentre aumenta il distacco con i trend internazionali. È questa, in sintesi, la fotografia che emerge dalle anticipazioni del Rapporto **Assinform** 2014.

Nello stesso periodo l'Ict mondiale ha continuato a

crescere alla media annua del 3,8%. Il mercato digitale italiano appare purtroppo in affanno anche rispetto a quello europeo, che pure ha registrato una decrescita dello -0,9% di media. Ma il dato più significativo lo offre il peso raggiunto dagli investimenti Ict sul Pil che nel nostro Paese si attesta al 4,8% a fronte di una media Ue28 già al 6,5%. Peso che per la Germania sale al 6,8%, per la Francia al 7%, mentre per il Regno Unito vola al 9,6%. Stiamo parlando di un gap di 25 miliardi di euro all'anno di investimenti per essere in linea con la media europea.

(f.t.)

