



Anitec-Assinform, mercato dei contenuti e della pubblicità digitale crescerà del 7% l'anno fino al 2020

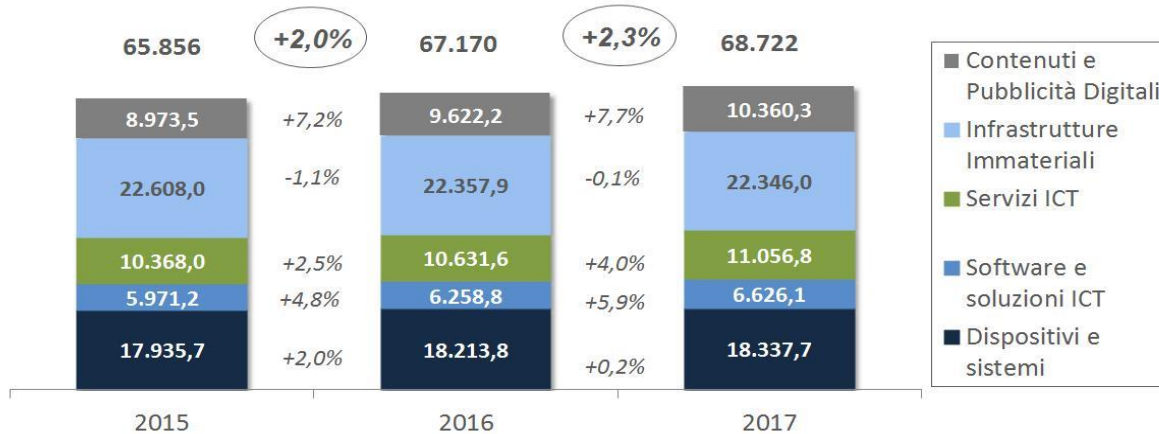
28/06/2018 | 16:39

Le previsioni di Anitec-Assinform per i prossimi tre anni sono di crescita, con anche una lieve accelerazione. Il mercato digitale italiano nel suo insieme crescerà nel 2018 del 2,6% a 70.524 milioni, nel 2019 del 2,8% a 72.524 milioni e nel 2020 del 3,1% a 74.792 milioni, con andamenti delle diverse componenti che confermeranno le tendenze attuali, con benefici però anche per i dispositivi e sistemi. Più in dettaglio, fra il 2018 e il 2020 si assisterà a un lieve e pur sempre fisiologico decremento delle Infrastrutture Immateriali (fra -0,5 e -0,9% l'anno), più che compensato dal costante incremento dei Contenuti e del Digital Advertising (fra il 7,3 e il 7,8% l'anno), dei Servizi ICT (fra il 4,7 e il 5,4% l'anno), del Software e delle Soluzioni ICT (fra il 6,5 al 6,9% l'anno) e dei dispositivi e sistemi (fra lo 0,8% e l'1,9% l'anno).

IL MERCATO DIGITALE IN ITALIA 2015-2017

Il Mercato Digitale in Italia, 2015-2017

Valori in mln di Euro e in %

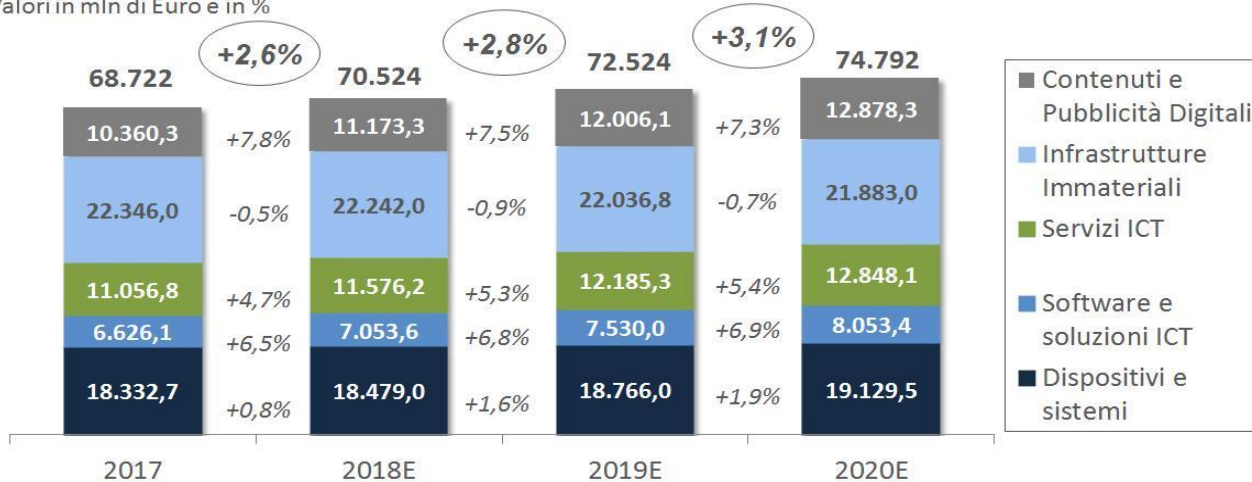


Fonte: Anitec-Assinform / NetConsulting cube, Marzo 2018

PREVISIONI DI MERCATO DIGITALE IN ITALIA 2017-2020

Il Mercato Digitale in Italia, 2017-2020E

Valori in mln di Euro e in %



Il Digitale in Italia 2018 – 28 giugno 2018

Fonte: Anitec-Assinform / NetConsulting cube, Marzo 2018

15



[Leggi o scarica il documento 'Il digitale in Italia 2018' \(pdf\)](#)

Le principali evidenze delle rilevazioni di Anitec-Assinform – l'Associazione di Confindustria che raggruppa le principali aziende del settore – condotte in collaborazione con NetConsulting cube.

Si rafforzano i segnali positivi sulla digitalizzazione del Paese. Nel 2017, il mercato digitale italiano è cresciuto del 2,3% 68.722 milioni di euro e lascia intravedere ancora crescita per i prossimi anni: 2,6% per il 2018, 2,8% per il 2019, 3,1% per il 2020. Il trend discendente degli anni più bui della crisi appare oramai alle spalle sull'onda delle componenti più legate all'innovazione. Ma non ci si può accontentare. Il gap digitale accumulato in passato obbliga a un passo ancora più sostenuto, centrato sull'accelerazione delle politiche per l'innovazione già avviate, per l'ammodernamento della pubblica amministrazione, l'inclusione digitale delle piccole imprese e dei territori, lo sviluppo diffuso delle competenze.

“I numeri confermano la ripresa degli investimenti digitali in Italia. È positivo, non solo per il nostro settore. Investire nel digitale è la risposta più efficace per consolidare la ripresa. È un modo concreto per affrontare in modo strutturale la sfida della competitività, innalzando la produttività del nostro sistema-Paese attraverso l'innovazione. I segnali sono buoni, ma bisogna dare ad essi continuità, guardando al futuro e ai ritardi da recuperare, con una programmazione tempestiva, incoraggiando le spinte più innovative verso la piena adozione delle soluzioni digitali abilitanti” – così ha commentato Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform. E infatti, crescono non solo i contenuti e pubblicità digitale (+7,7%) ma i servizi ICT (+4%), il software e le soluzioni (+5,9%), mentre i dispositivi e sistemi e le infrastrutture immateriali mostrano tenuta pur fronte di un calo costante dei prezzi unitari. E se si attraversano i diversi comparti per pesare le dinamiche delle componenti più innovative in assoluto (digital enabler) si nota come il cloud cresca a tassi del 23,3%, l'IoT del 17,4%, il mobile business dell'11,9%, le soluzioni per la sicurezza del 10,8%.

– [Leggi o scarica il documento 'Il digitale in Italia 2018' \(pdf\)](#)

“La crescita delle componenti più innovative va sostenuta, per la consistenza raggiunta e per il loro effetto moltiplicatore. – ha aggiunto Gay – L'IoT trasforma gli oggetti delle nostre manifatture in componenti di sistemi in rete con nuove funzionalità, innovandoli profondamente e accrescendone il valore. Cloud e piattaforme collaborative consentono di rimodellare intere filiere in chiave digitale e di fare evolvere le relazioni cliente-fornitore. Big Data e cognitive computing sono alla base di nuove attività fondate sulla conoscenza. Le piattaforme per la sicurezza digitale sono alla base di tutte le novità, soprattutto in ambito mobile e di

pagamento, E questo mentre già i servizi cloud ICT abbattano la soglia d'accesso alle applicazioni e ai servizi più evoluti, rendendoli disponibili anche alle piccole imprese”.

Sul fronte della piccola impresa, molto resta da fare. E così anche sul fronte della strategia digitale nazionale e dell'ammodernamento della pubblica amministrazione che, a partire da SpID e dell'Anagrafe Nazionale della Popolazione Residente, appare in netto ritardo. Il Piano Triennale per l'informatica nella PA si è fatto attendere e non dà ancora gli impulsi che si sono visti su altri fronti, come quelli riguardanti la Sanità, l'Istruzione e soprattutto l'Industria 4.0, che da sola ha generato un mercato di 2184 milioni di euro (per il 56% fatto da sistemi ICT e per il 44% da sistemi industriali) e che a parità di condizioni normative promette di tenere la progressione almeno sino al 2020.

“Le previsioni non devono illuderci. Scontano la continuità delle politiche già avviate per l'innovazione, e su questo fronte serve una marcia in più se si vuole recuperare quell'efficienza che è condizione di successo per qualsiasi iniziativa a favore della crescita, dell'occupazione di qualità e della sostenibilità del welfare. L'auspicio è che nell'attuale fase di costruzione dell'azione legislativa e di governo la moderata enfasi sul digitale sia la conseguenza del fatto che si dia per scontata la sua centralità, e che si voglia passare direttamente ai fatti. – ha sottolineato Gay – Non solo dando continuità a quella che oramai si chiama Impresa 4.0, ma dando una scossa, anche con nuove risorse e indirizzi, a una digitalizzazione della PA che procede troppo a rilento e che ancora non si fa moltiplicatore di innovazione. E lanciando nuovi programmi nel territorio per colmare il gap di competenze digitali che rallenta le imprese più innovative, dar forza alle start-up tecnologiche e, favorire l'inclusione digitale delle pmi, per fare in modo che esse, con tutto il loro peso occupazionale e produttivo, siano parte di filiere sempre più solide e competitive.

- – [Leggi o scarica il documento 'Il digitale in Italia 2018' \(pdf\)](#)

I DATI DI MERCATO 2017 PIÙ DA VICINO

Guardando i dati più in dettaglio e alla luce dell'adeguamento del perimetro osservato, il mercato digitale complessivo è cresciuto dell'2,3% a 68.722 milioni di euro. Alla crescita del 2017 hanno concorso tutti i macrocomparti, fatta eccezione per le infrastrutture immateriali, che però hanno tenuto a 22.346 milioni (-0,1%), arrestando un calo che durava da anni. I servizi ICT hanno raggiunto 11.056,8 milioni (+4%), il software e le soluzioni ICT 6.626,1 milioni (+5,9%), i dispositivi e sistemi 18.332,7 milioni (+0,2%), i contenuti digitali e digital advertising 10.360,3 milioni (+7,7%). Ovunque gli andamenti dei diversi segmenti hanno una volta di più confermato il rallentamento delle componenti più tradizionali e il dinamismo di quelli più legati alla trasformazione digitale dei modelli produttivi e di servizio. I macrocomparti del Software e Soluzioni ICT e dei servizi ICT sono quelli che più hanno animato la trasformazione in atto, beneficiandone.

Dispositivi e sistemi + 0,2%

Il macrocomparto dei dispositivi e sistemi ha visto ancora emergere la componente personal & mobile device, cresciuta del 2,2% a 6.382 milioni di euro, spinta dai dispositivi indossabili (wearable, +17,9% a 488,3 milioni) e dagli smartphone (+3,1% a 3710 milioni), che hanno più che compensato il calo dei PC laptop (-1,3%) a 883 milioni), dei tablet (-0,2% a 782 milioni) e degli altri dispositivi mobili. La componente home e office device è invece scesa del 6% a 2.643 milioni, con andamenti al ribasso di quasi tutte le componenti, a partire dagli apparecchi TV (-7,3% a 1.655,6 milioni) e dai PC desktop (-7% a 436 milioni) con la sola eccezione delle console fisse e di altri dispositivi consumer (+3,7% a 260,5 milioni). Ancora nel mercato dei dispositivi e sistemi, sono calati i sistemi enterprise (-1,9% a 3.600 milioni), anche in ragione della crescente fruibilità di capacità in service: l'incremento dei sistemi specializzati (+0,7% a 1390 milioni) non è bastato a compensare il calo dei sistemi di comunicazione (-2,5% a 1523 milioni) e degli altri sistemi, dai server X86 ai sistemi di fascia alta, mentre lo storage ha tutto sommato tenuto.

Software e soluzioni ICT + 5,9%

Software e soluzioni ICT, già in ripresa da tre anni, hanno ulteriormente accelerato, raggiungendo 6.626 milioni di euro (+5,9%). È cresciuto molto il software applicativo (4.892 milioni, +8,8%), spinto dal rinnovo e dalle componenti più innovative (piattaforme per la gestione web, IoT, e così via), con una progressione che non si vedeva da un decennio e che ha messo in ombra il calo del software di sistema (-5% a 518,1 milioni). Il middleware (1.216 milioni, +0,1%) ha rallentato la crescita, non per carenza di domanda, ma perché una quota crescente di essa tende ad essere soddisfatta in modalità Cloud e di Outsourcing infrastrutturale.

Servizi ICT + 4%

In netto progresso anche i servizi ICT. La crescita rilevata, del 4% a 11.057 milioni di euro, ribadisce e accentua una netta e positiva inversione di tendenza, che perdura da oramai tre anni e che conferma la consistenza dei nuovi e più evoluti trend di spesa. Il comparto è trainato dai servizi di data center e cloud computing, che nell'insieme crescono del 16,7% a 2.641,8 milioni, con la componente cloud a 1861,8 milioni, in crescita del 23,3%. Segno positivo, comunque – fatta eccezione per la sola assistenza tecnica (-1,5% a 707milioni) – anche per gli altri segmenti, a partire dall' outsourcing ICT (+0,1% a 3.693 milioni) e dalla formazione (+1,9% a 328 milioni). Buone anche le performance della consulenza (+ 1,5% a 797 milioni) e delle attività di sviluppo e systems integration (+1,3% a 2890 milioni), strettamente correlate all'ammodernamento di applicazioni e infrastrutture e al ricorso a nuovi modelli di fruizione dell'ICT, a partire dal cloud e da tutto quanto reso possibile dai digital enabler, e cioè dalle piattaforme e dalle tecnologie digitali di nuova generazione che permettono di innovare i processi e servizi, sviluppare nuovi modelli di business, moltiplicare le potenzialità dell'ICT.

Digital enabler in crescita a doppia cifra

I digital enabler, per la loro articolazione, si distribuiscono in vario modo nei comparti appena visti, e quindi sono già inclusi in essi, ma meritano evidenza specifica per la loro consistenza e dinamica: IoT a 2483 milioni di euro (+17,4%), sicurezza digitale a 896,5 (+10,8%), cloud a 1861,8 (+23,3%), big data a 773 (+20,1%), piattaforme gestione web a 372 (+14,2%), mobile business a 3523,4 (+11,9%), wearable a 488,3 (+17,9%); ancora di peso limitato, ma in rapida crescita invece l' intelligenza artificiale / cognitive computing a 79,8 (+58,7%), e le blockchain 16 (+88,2%).

Industria 4.0 + 19,3%

Altre letture dei dati trasversali a tutti i comparti mostrano l'impatto di due realtà di assoluto rilievo: Industria 4.0 e ambiente digitale diffuso, inteso sia come cittadinanza digitale (digital citizenship), sia come nuovo ambiente di lavoro digitale (digital workplace).

Il fenomeno Industria 4.0 ha espresso nel 2017 un mercato complessivo (esteso a tutte le componenti) in crescita del 19,3% a 2184 milioni, ripartiti per il 56% in sistemi ICT (1219,2 milioni, +18,1%) e per il 44% in sistemi industriali (965 milioni, +20,7%), e che a parità di contesto promette di tenere la progressione almeno sino al 2020. Il fenomeno digital workplace, legato alla possibilità di lavorare da qualsiasi luogo e in modo flessibile, ha originato nel 2017 un volume d'affari di 2496 milioni, ancora progressione (+16,5%), grazie al contributo delle applicazioni e dei device mobili, delle piattaforme collaborative e dei servizi Saas. L'ambito della digital citizenship che comprende quanto viene fruito dal cittadino/consumatore in termini di dispositivi, servizi, IoT, ecc..., ha contribuito per quasi un quarto alla domanda digitale, crescendo dell'11,5%.