

Il mercato digitale sta tenendo: business a 70 miliardi nel 2020

ICT

Marco Gay: «Capacità di reazione molto forte, calo stimato attorno al 2%»

Al via il Piano Nazionale Transizione 4.0 con doti di 24 miliardi in cinque anni

Andrea Biondi

«Il digitale in Italia ha dimostrato una capacità di reazione molto forte: perderà meno del previsto, e meno di molti altri settori, con un calo stimato attorno al 2% rispetto allo scorso anno». **Marco Gay**, presidente di **Anitec-Assinform**, l'associazione che raggruppa le principali aziende dell'Ict, ha commentato così i dati su un mercato digitale che in Italia ha dimostrato di saper tenere botta nel momento peggiore della pandemia, per prepararsi ora a due anni di crescita.

Secondo le ultime rilevazioni sul digitale in Italia e sulle previsioni di mercato al 2022, realizzate con NetConsulting cube, la domanda digitale in Italia crescerà del 3,4% nel 2021 (a 73 miliardi) e del 3,3% nel 2022 (a più di 75 miliardi). Tutto questo, come detto, dopo un 2020 caratterizzato da una flessione del 2% su base annua, per un valore sceso a 70,5 miliardi.

A pesare è stata soprattutto la prima metà dell'anno, quando nel pieno dell'iniziale ondata pandemica il mer-

cato digitale italiano è calato del 2,9% rispetto al primo semestre del 2019. A ben guardare è comunque andata meglio del previsto, considerando che a luglio le previsioni si attestavano su una flessione ben superiore al 3 per cento. «Mi auguro spesso che i numeri siano smentiti dalla realtà. In questo caso spero invece in una conferma» ha commentato **Cesare Avenia**, presidente di **Confindustria Digitale** durante il suo breve intervento in occasione della presentazione dei dati.

«I prossimi due anni saranno decisivi per far sì che la crisi pandemica non venga ricordata solo per il grave dramma sanitario, ma anche per aver impresso una forte accelerazione al processo di digitalizzazione del nostro Paese» ha aggiunto Gay chiedendo a Governo, Parlamento e istituzioni di «passare dalle parole ai fatti. Chiediamo che il digitale sia una componente importante della politica e della visione industriale del Paese, e che abbia una traiettoria di medio e lungo periodo. Non si può continuare a procedere con operazioni e misure della durata di due o tre anni».

Per ora di due anni è la durata del Piano Nazionale Transizione 4.0 che, come anticipato dal **Sole 24 Ore** del 14 novembre, avrà una doti di 24 miliardi in cinque anni con decorrenza della misura anticipata al 16 novembre 2021. «È il primo mattone su cui si fonda il Recovery Fund italiano. Stiamo parlando di un investimento di circa 24 miliardi. Abbiamo sempre detto che quei finanziamenti andava-

no investiti e non spesi ed esattamente in questa direzione va il potenziamento di Transizione 4.0, che ora diventa strutturale», ha commentato ieri il ministro dello Sviluppo Economico, Stefano Patuanelli, nell'annunciare il varo della misura.

In questo scenario in cui «lo smartworking si rivela la killer application», sottolinea Giancarlo Capitani, presidente di Netconsulting Cube, nel 2020 sono attese flessioni moderate per dispositivi e Sistemi (-1,9% sul 2019) e Software e Soluzioni Ict (-1,6%), per effetto delle esigenze emerse nel lockdown e per lo sviluppo della sicurezza e di nuove piattaforme di servizio online in tutti i settori. I Servizi Ict dovrebbero addirittura tenere (-0,1%), grazie alla continua crescita a due cifre dei servizi Cloud (+16%), che a sua volta interseca la crescita di tutti i «Digital Enabler», vale a dire le tecnologie trasversali a tutti i settori d'offerta. Tutti quelli di maggior peso sono stimati in crescita: il mobile business del 4,4% a 4,326 milioni; l'Internet delle cose (IoT) del 3,5% a 3,625 milioni; il cloud del 16% a 3,284 milioni; la cybersecurity del 9% a 1,239 milioni; le tecnologie big data dell'8,7% a 1,152 milioni; le piattaforme per il web del 5,8% a 507 milioni. In miglioramento anche quelli emergenti come wearable (+3,1%); intelligenza artificiale (+14%) e blockchain (+18,2%). Sono infine attesi il perdurare del calo nei servizi di rete (-5,9%) e la crescita per «contenuti e pubblicità digitale» (+2,7%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ADOBESTOCK



Industria 4.0. La tenuta del mercato digitale in Italia anche durante l'emergenza Covid-19

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DI ASSINFORM