

Anitec-Assinform: la domanda digitale limita il calo

SECONDO ANITEC-ASSINFORM LA DOMANDA DIGITALE IN ITALIA, NEL 2020, LIMITERÀ IL CALO AL 2% PER POI CRESCERE DEL 3,4% NEL 2021 E DEL 3,3% NEL 2022.

18/11/2020 Redazione



IL CANALE AL TEMPO DEL COVID-19: PROVE TECNICHE DI RICONNESSIONE



Stop a scalate verso certificazioni facili volte solo allo sconto



Il canale alle prese con il Covid-19. E dopo?

PARTNER ARENA

Acronis

BB Tech Group

Bitdefender

OVHcloud

Tech Data

Venticento

CANALE



Exclusive Networks promuove l'accesso remoto sicuro con Proofpoint



HPE Partner Ready Program: miglioramenti senza stravolgimenti

Nel 2020, in piena emergenza sanitaria, la **domanda digitale in Italia limiterà il calo al 2%**, per poi **creocere del 3,4% nel 2021 e del 3,3% nel 2022.**

Anitec-Assinform, l'**Associazione** di Confindustria che raggruppa le principali aziende dell'ICT, ha presentato le **ultime rilevazioni** sul digitale in Italia e sulle previsioni di mercato ICT al 2022, realizzate con la collaborazione di NetConsulting cube.

Per l'intero 2020 il mercato digitale italiano, secondo lo scenario più probabile e grazie al relativo recupero nella seconda metà dell'anno, è atteso chiudere in calo per non più del 2% rispetto all'anno scorso, a 70,5 miliardi di euro.

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.

È attesa la conferma del perdurare del **calo nei Servizi di Rete (-5,9%)** e della **crescita per i Contenuti e la Pubblicità Digitale (+2,7%)**.

Anche prendendo in conto con la massima prudenza gli effetti del **Recovery Fund**, per il mercato digitale italiano si prevede una crescita complessiva del 3,4%, nel 2021, a circa 73 miliardi di euro, e del 3,3% nel 2022, a più di 75 miliardi, con tutti i comparti tecnologici dell'IT in crescita.



La domanda digitale in Italia limiterà il calo al 2%, per poi crescere del 3,4% nel 2021 e del 3,3% nel 2022. Sono i dati sul digitale in Italia e sulle previsioni di mercato ICT al 2022 di Anitec-Assinform

Più in particolare, per effetto della ripresa dei progetti di modernizzazione infrastrutturale, del riavvio dei progetti applicativi e degli acquisti **consumer**, le crescite stimate sono: per i Dispositivi e Sistemi del 5,5% nel 2021 e del 5,2% nel 2022; per il Software e le Soluzioni ICT del 7,6% nel 2021 e del 6,4% nel 2022; per i Servizi ICT, del 7,8% nel 2021 e del 7,2% nel 2022; per i Contenuti e Pubblicità Digitale, del 6,5% nel 2021 e del 5,4% nel 2022.

Sempre nel biennio 2021-2022, si prevede una dinamica più forte per la componente business (+5,3% nel 2021 a circa 43,2 miliardi di euro, e +4,6% nel 2022, a più di 45,1 miliardi) che per quella consumer (+ 0,9% nel 2021, a circa 29,7 miliardi, e +1,5% nel 2022 (a circa 30,2 miliardi).

In ambito **business**, si riproporrà la centralità di Industria (+7,7% nel 2021 e +5,8% nel 2022) Banche (+4,6% nel 2021 e +3,5% nel 2022), Telecomunicazioni e Media (+4%, nel 2021 e +3,5% nel 2022), Distribuzione e Servizi (+5,4% nel 2021 e + 4,4% nel 2022). Crescite simili sono anche attese da Assicurazioni e Finanza, Utility, Trasporti e Sanità. E si profila anche la conferma del cambio di passo della Pubblica Amministrazione, sia Centrale (+4,3% nel 2021 e +4,1% nel 2022) che Locale (+3,7% nel 2021 e +4,4% nel 2022).

Sono previsioni incoraggianti, soprattutto tenendo conto che in questi mesi il Governo concluderà l'elaborazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, PNRR: dei 209 miliardi di euro resi disponibili dalla UE tra prestiti e contributi a fondo perduto, tra 50 e 60 saranno da destinare agli investimenti per la modernizzazione digitale del Paese.

*"Si tratta di andamenti che, in una fase recessiva, non possono che confermare la strategicità dell'ICT e la maggior consapevolezza in tutti i settori delle sue potenzialità per resistere e ripartire – ha aggiunto **Marco Gay**, presidente di Anitec-Assinform – e che precludono a una buona ripresa del mercato nel prossimo biennio, come rilevano le proiezioni per il 2021 e il 2022. Abbiamo di fronte un'occasione unica, per migliorare quelle previsioni e soprattutto per fare quel cambio di passo che è alla base della fiducia di investire da parte imprese di tutti i settori e nello stesso comparto ICT in Italia. Mai come oggi è urgente dotarsi di una politica industriale per il digitale all'altezza delle sfide e attuarla con un approccio di sistema, con iniziative, obiettivi e risultati condivisi e perseguiti in modo coordinato da tutti i soggetti rilevanti pubblici e privati", conclude Gay.*

A quest'ultimo riguardo, Anitec-Assinform, tenendo conto degli sviluppi in corso al MISE, ha individuato più priorità di intervento, sia sul fronte della domanda digitale che del settore ICT.

Sul fronte della domanda si tratta di dare:

- alle imprese di tutti i settori la capacità finanziaria di proseguire anche in questa fase la trasformazione digitale, rafforzando l'incentivazione ed estendendone l'applicazione;
- alle infrastrutture a banda ultra-larga nuovo impulso realizzativo;
- alla PA la possibilità di contare su gare di minor complessità e durata;
- alla scuola strategie, infrastrutture e competenze specifiche alla didattica in digitale;
- alla sanità spinta alla digitalizzazione delle aree chiave, dalle banche dati per la prevenzione, alla diffusione totale del Fascicolo Sanitario Elettronico, alla telemedicina personalizzata, all'interoperabilità dei sistemi.

Sul fronte dell'offerta, e cioè dello stesso settore ICT, si tratta di:

- dare più consistenza e stabilità agli incentivi alla R&D digitale e concentrarli negli ambiti a maggiore potenzialità di industrializzazione e interazione con i poli scientifici.



Tech Data aiuta Bang & Olufsen nei negozi non a marchio e nel B2B



Con Avaya Cloud Office l'Unified Communications diventa as a service



Giudici di Red Hat: ha vinto il cloud e i partner cambiano la strategia

INTERVISTE



Vicenzi: Serve strategia per il futuro e un ritorno delle emozioni



Sangfor-BB Tech Group, la partita si gioca sul terreno della sicurezza



60 secondi con... Forcepoint: è tutta una questione di perimetro



Bricchi di IBM: partnership 'totale' con il distributore

ULTIMI ARTICOLI



Anitec-Assinform: la domanda digitale limita il calo



Grippaldi di PFU: il canale ha fatto di necessità virtù



Exclusive Networks promuove l'accesso remoto sicuro con Proofpoint



Esprinet incontra il cloud ibrido e lancia il suo Marketplace



HPE Partner Ready Program: miglioramenti senza stravolgimenti

APPROFONDIMENTI



Le Pmi sfruttano l'agilità e non smettono di investire per non soccombere



Deloitte: luci e ombre sulla percezione dell'innovazione



Giudici di Red Hat: ha vinto il cloud e i partner cambiano la strategia



La nuova era

- estendere il supporto alle startup, aggiungendo (a quanto già previsto dal Fondo Innovazione e dal Fondo Centrale di garanzia) strumenti per finanziarne la crescita (scale-up);
- rendere possibile il superamento di un gap di competenze digitali che interessa migliaia di posizioni e che limita le potenzialità del settore ICT, stimolando il sistema formativo pubblico.

Condividi:



Mi piace:

Caricamento...



« PRECEDENTE

Grippaldi di PFU: il canale ha fatto di necessità virtù



dell'ecosistema del canale



OVHcloud Ecosystem Experience, i dati, l'AI e soluzioni per e con i partner

ARTICOLI CORRELATI



Economia circolare, una serie di webinar dedicati alle Pmi



Una data platform che gestisca la crescita dei dati, Arrow sigla con Actifio



Pure Storage conquista il centro sud Italia affrontando la PA