

BROADBAND CIO CLOUD MIDDLEWARE MOBILITY NETWORK OUTSOURCING
PROGETTI PUBBLICA AMMINISTRAZIONE SOFTWARE



Assinform: positivo il 2015 dell'ICT italiana, ora però occorre accelerare

Francesco Pignatelli, 16 marzo 2016, 12:15



0 0 0 Nessun commento

Il mercato digitale del 2015 chiude in crescita, ma Assinform avverte: per favorirne lo sviluppo bisogna comprenderne le dinamiche andando oltre le cifre di consuntivo

“Siamo in una fase in cui le dinamiche del mercato vanno interpretate”: è così che **Giancarlo Capitani**, Presidente di NetConsulting3, inizia a commentare i dati **Assinform** sull'andamento del mercato digitale italiano nel 2015 e il senso è quello di **andare oltre la superficie dei numeri** per capire cosa sta davvero succedendo nelle aziende e tra i consumatori italiani. Ma dai numeri si deve partire e questi sono finalmente positivi: il mercato ha mosso nel 2015 circa **64,9 miliardi di euro con una crescita dell'1 per cento** rispetto al 2014. Dopo anni quindi il mercato **torna a crescere** ed è allineato alla media dei Paesi europei.



La positività sta anche nel fatto che **tutti i macro-segmenti del mercato digitale migliorano**: quelli che perdevano ora guadagnano o perdono meno e i pochi che crescevano lo fanno con maggiore intensità. L'unico segmento che mantiene un segno negativo è il più corposo, quello dei **servizi di rete TLC** (-2,4 per cento per 22,6 miliardi), mentre crescono i contenuti digitali (+8,6 per cento per 9 miliardi), i servizi ICT (+1,5 per cento per 10,4 miliardi), il software (+4,7 per cento per 6 miliardi) e i dispositivi (+0,6 per cento per 17 miliardi).

Andamenti diversi

Il primo comparto in cui andare oltre i numeri è proprio quello dei dispositivi, la cui crescita nasconde un **andamento molto negativo** delle **componenti tradizionali dell'hardware**: prevedibilmente i **desktop** (-10,9 per cento tra 2014 e 2015 per 1,35 milioni di unità) ma anche i **notebook** (-14,9 per cento per 2,98 milioni) e i **tablet** (-15,1 per cento per 2,65 milioni). I PC pagano il picco di vendite nel 2014, legato a un refresh del parco tecnologico rimandato per anni, mentre i tablet seguono un trend negativo iniziato nel 2014. Tre le ragioni, secondo Assinform e NetConsulting cube: il mercato consumer è in una fase di relativa saturazione, non c'è un rinnovamento tecnologico significativo, i tablet hanno ancora **poca presenza nel mondo business** e nella PA.

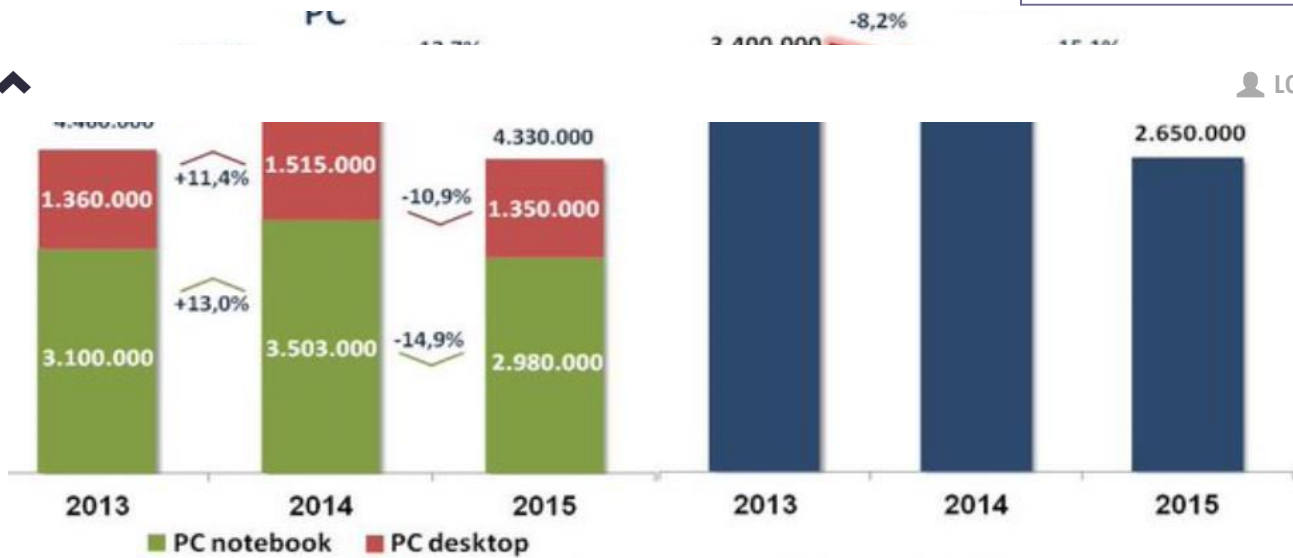
Ma questo non vuol dire che gli italiani siano meno informatizzati. A **compensare il declino dei PC** e parzialmente dei tablet ci pensano gli **smartphone**, che diventano il mezzo preferenziale per accedere a contenuti e servizi, specie in ambito consumer. Aumentano le vendite di smartphone (+9,9 per cento per 15,5 milioni di pezzi) e crescono gli utenti a larga banda mobili (+8,8 per cento per 34,5 milioni) anche se cala il numero delle linee, segno che è diventato inutile avere più SIM per sfruttare le differenze di prezzo tra carrier, dato che queste ormai non ci sono

Menu

Cerca ...



LOGIN



In generale nelle telecomunicazioni c'è una **minore concorrenza tariffaria** che ha un lato positivo. Dietro la flessione del mercato TLC c'era anche una flessione dei prezzi legata alla competizione che ha ridotto il valore del comparto. Ora invece c'è un **utilizzo molto più intenso e "a valore"** dei servizi. Tra l'altro **crescono gli accessi a larga banda** di rete fissa per la richiesta di contenuti digitali, il che favorisce una crescita importante delle infrastrutture di rete. Importante perché queste **rappresentano una base su cui costruire** altri aspetti dell'Italia digitale.

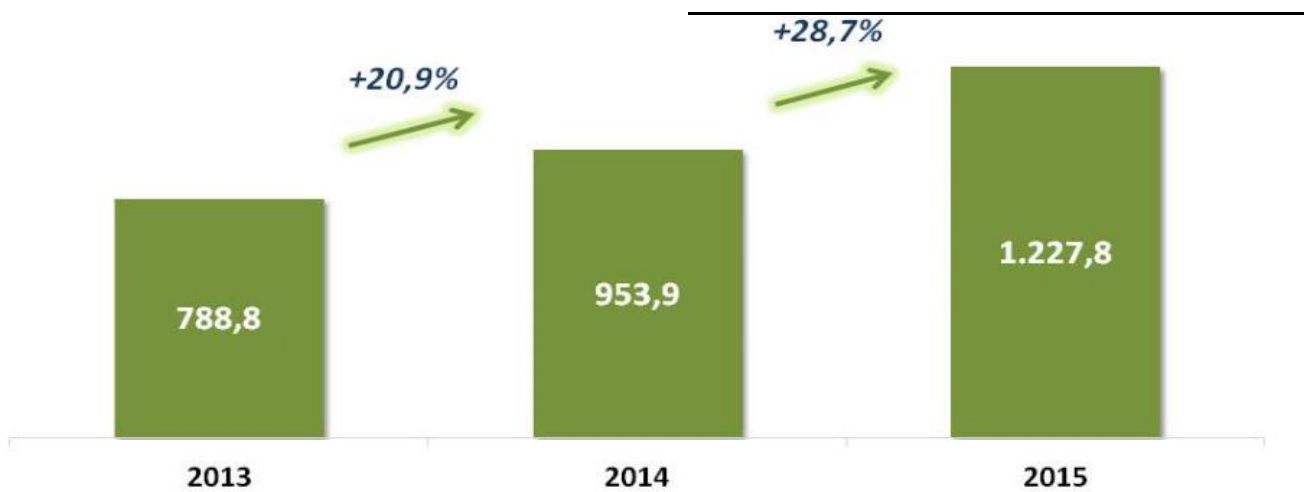
Il **software** sta diventando il nuovo protagonista del mercato, dato che registra le maggiori crescite percentuali già da tempo. Se il software di sistema, in calo (-0,5 per cento), riflette l'andamento del mercato PC, il middleware è in crescita (+2,8 per cento) perché è lo strumento per i **progetti di consolidamento e virtualizzazione** ma soprattutto come mezzo per portare le applicazioni agli standard di mercato rispetto a un eccesso di personalizzazione che si è avuto in passato. Sono in atto **interventi importanti sul mondo legacy** per "agganciarlo" al processo di digitalizzazione e le aziende, secondo Assinform, hanno capito che non basta introdurre nuovi software ma occorre anche **operare sulla parte di backend**.

In questo campo gioca la sua partita il **cloud**, che però si presenta anche come piattaforma di sviluppo e quindi rientra nella parte servizi. Complessivamente il mercato dei servizi cloud è stato nel 2015 di 1,2 miliardi di euro, con una crescita del **28,7 per cento** anno su anno.

NEWSLETTER SICUREZZA



Iscriviti alla
newsletter sulla
sicurezza di
TechWeekEurope



Il mercato del cloud computing in Italia (Assinform 2016)

Il mercato genericamente dei servizi ICT ha anch'esso sofferto per una competizione sui prezzi che ormai **si sono allineati verso il basso**, il che penalizza la parte più debole del mercato. I system integrator trovano meno grandi progetti applicativi tradizionali e più progetti pilota legati al mondo digitale, che però hanno un valore economico significativamente minore. Chi fa **outsourcing** affronta una **continua rinegoziazione dei contratti** da parte delle grandi aziende, mentre i clienti più piccoli aumentano di numero ma hanno contratti più ridotti. Tutto questo insieme, spiega Capitani *"è fortemente eroso da una tendenza inesorabile al cloud computing, stiamo passando dal paradigma progetto al paradigma servizio"*.

Le dinamiche delle imprese

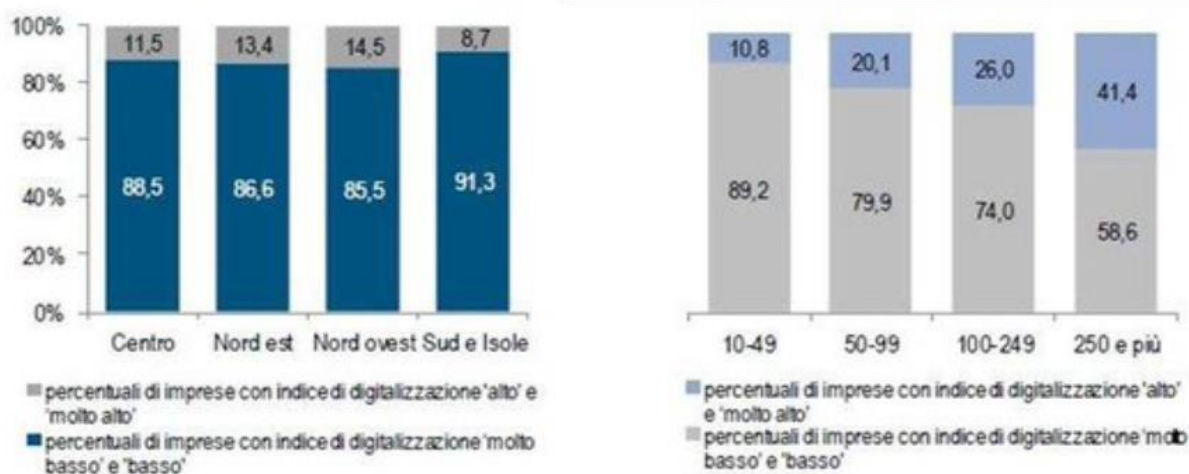
È proprio l'evoluzione delle aziende italiane a **dettare le linee guida del mercato**. Rispetto al 2014 è aumentata notevolmente la propensione all'investimento nelle aree chiave della digitalizzazione: mobile, cloud, Big Data, social media, IoT. È un fenomeno che **riguarda le grandi aziende**, ma queste possono comunque agire come "attivatori" di ecosistemi che vanno anche oltre l'indotto diretto tradizionale. Il punto chiave evidenziatosi nel 2015 è che le aree di investimento delle aziende hanno a che fare con processi "core", quindi **la digitalizzazione riguarda parti strategiche**.

Il cloud può essere preso a esempio di questa evoluzione. Sta passando anche in Italia da una maggioranza di servizi infrastrutturali (IaaS) a **quelli più strategici di natura applicativa** (SaaS) e quindi non è più considerato solo una risposta a situazioni di emergenza, non è un elemento solo tecnologico ma di business. Il concetto si estende e le aziende italiane comprendono che il paradigma digitale consente di fare cose nuove, passando da un modello in cui l'ICT serve a rendere efficienti i processi a uno in cui all'opposto **è il digitale che traina l'evoluzione del business**. *"Questa – spiega Capitani – è la vera rivoluzione e in tal senso cominciamo a vedere una chiarezza di visione anche nelle grandi aziende italiane"*.

Previsioni per il 2016

Il consuntivo del 2015 è che l'Italia è un Paese in ritardo che in qualche modo sta digitalizzandosi **sulla spinta soprattutto delle aziende più grandi e in parte della PA**. Questa dinamica in prospettiva può portare il nostro mercato digitale a chiudere il 2016 con una **crescita del 1,5 per cento**, secondo Assinform, sempre che la crescita prevista per il PIL nazionale non venga ridotta. Ma ci sono questioni aperte che devono accompagnare la crescita e su cui **Assinform richiama decisamente l'attenzione** delle parti in causa: il divario tra regioni del Paese, il gap tra aziende di dimensioni diverse e **la mancanza di competenze digitali**.

FIGURA 6. INDICATORE DI DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI, PER RIPARTIZIONE GEOGRAFICA E CLASSE DI ADDETTI. Anno 2015, composizione percentuale



Dal punto di vista della spesa ICT **l'Italia è una nazione tutt'altro che omogenea** e questa diversità è una delle cause della bassa crescita complessiva. Le Regioni considerate "virtuose" per spesa business e consumer **sono solo cinque** (Lazio, Lombardia, Friuli, Piemonte, Emilia Romagna) e secondo Assinform la creazione delle aree metropolitane accentuerà il divario tra aree urbane e non urbane. C'è poi un divario netto, noto da tempo, tra le aziende di dimensioni diverse e come ha sottolineato **Agostino Santoni**, presidente di Assinform, parlando delle piccole imprese *"non è pensabile che una fascia che occupa la gran parte dei lavoratori ed esprime più del 50 per cento del PIL rimanga ai margini dell'evoluzione digitale"*.

Le competenze digitali mancano sul mercato perché **il sistema formativo non è in grado di produrle**, quindi solo le grandi aziende in grado di investire in formazione **possono dotarsene** e le piccole imprese ampliano il loro ritardo. Il sistema formativo pubblico deve secondo Assinform riorganizzarsi di fronte a una domanda crescente del Paese. Un Paese dove peraltro **l'età media dei professionisti IT è elevata** e l'evoluzione tecnologica renderà superflue alcune figure mentre la flessibilità è un tabù.

Il **messaggio di Assinform** è che una nazione in ritardo deve avere un piano di sistema per

intervenire su tutti gli aspetti contestualmente, cosa che oggi non viene fatta. Le **politiche pubbliche** hanno un effetto molto importante anche se a volte devono forzare la mano delle aziende, come è accaduto per la fatturazione digitale obbligatoria che ha fatto sì che molte piccole imprese si siano digitalizzate. *"Mai come oggi – ha aggiunto Santoni – appare importante accelerare i grandi progetti di evoluzione digitale"*, sulla scia di iniziative giudicate efficaci come il piano banda ultralarga, SPID o i lavori per l'Anagrafe Unica.

 0   0  0  Nessun commento



Francesco Pignatelli

Giornalista e collaboratore di TechWeekEurope, si occupa professionalmente di IT e nuove tecnologie da oltre vent'anni e ha collaborato con le principali testate italiane di settore

Seguici



ARGOMENTI CORRELATI

Assinform ➤

Mercato 2015 ➤

Netconsulting ➤

News ➤

Nome *

Email *

Commento