



## Assintel Report 2012: perdita netta di quasi 3 miliardi di euro per il mercato IT italiano dal 2008 a oggi

**Il mercato italiano dell'Information Technology concluderà il 2012 a quota 19.006 milioni di euro, in decrescita del 3,2% rispetto all'anno precedente. Confermata, tuttavia, accanto a un IT tradizionale in recessione, l'esistenza di una nuova IT, in controtendenza, legata al mondo del Web, del social, del mobile e del cloud in piena crescita.**

Lorenza Peschiera

Publicato il: 15/10/2012 nella categoria **Attualità**.

**Il mercato italiano dell'Information Technology chiuderà il 2012 a quota 19.006 milioni di euro, in decrescita del 3,2% rispetto all'anno precedente.** Di conseguenza, la **perdita netta**, dal 2008 (anno in cui la spesa IT complessiva ammontava a 21.855 milioni di euro) a oggi è stata di **quasi tre miliardi**. Sono queste alcune tendenze che emergono dall'**Assintel Report 2012**, realizzato da [Nextvalue](#) per conto di [Assintel](#) e presentato a Milano. **Il tasso di decrescita italiano è peggiore rispetto a quello di altri Paesi europei**; la media Ue è del -0,9%, mentre la Germania è in crescita del 4,1. Lo scenario è poco incoraggiante anche se si esce dall'area europea; gli Stati Uniti sono a quota +2,8% mentre la Cina è a +16%.

Ma, come era già stato evidenziato nello scorso aprile, nel corso della presentazione delle [anticipazioni dell'Assintel Report 2012](#), mentre l'IT tradizionale sta



seguendo il trend recessivo, **esiste una nuova IT, in controtendenza, legata al mondo del Web, del social, del mobile e del cloud che sta crescendo e contribuendo allo sviluppo dell'economia del digitale.** Espressione di questa nuova IT sono il forte **aumento della vendita del tablet (+52,1%) e la crescita del cloud computing (+57,8%)**. A fronte di questo scenario, mancano, però, nuove professionalità, che il sistema formativo italiano non è ancora stato capace di preparare.

Come ha sottolineato **Giorgio Rapari, presidente di Assintel e della Commissione Innovazione e Servizi di Confcommercio** Internet e il Web sono ancora i mattoni su cui basare i nuovi sviluppi. È in atto una rivoluzione socio-culturale, ma esistono ancora una serie di problemi che appesantiscono lo sviluppo del sistema Italia.

“La pubblica amministrazione non investe, la politica non incentiva l'innovazione, la burocrazia vessa le aziende mentre il sistema bancario non dà credito alle imprese virtuose”, ha detto Rapari.

**Il Decreto per lo sviluppo digitale** muove alcuni passi

innovativi, altri più conservativi, a volte manca la concretezza di cui le aziende hanno bisogno. “La sfida – ha continuato il presidente di Assintel – sarà legata alle norme di attuazione, al coordinamento tra i vari attori istituzionali, alla ripresa degli investimenti nella Pubblica Amministrazione e alla reale disponibilità di incentivi per chi innova”.

Come ha spiegato Rapari, nella Pubblica amministrazione il concetto di digitalizzazione è difficile da applicare, ma quello della digitalizzazione della PA è un processo che si deve, nel tempo, perseguire per migliorare il rapporto tra cittadini, imprese e istituzioni. Importante è anche sbloccare gli aspetti burocratici ancora legati alla banda larga, mentre un elemento positivo è rappresentato dagli incentivi alle start up, anche se è fondamentale fare un'azione di monitoraggio perché questi incentivi giungano dove hanno davvero senso; in certi casi potrebbe essere vincente anche incentivare le imprese.

“**Dobbiamo continuare la nostra guerra di trincea** – ha commentato Rapari -, suddivisi in due gruppi: da una parte **quanti devono lottare per la propria sopravvivenza**, dall'altra i nuovi **'capitani coraggiosi'**, che, 'con l'elmetto in testa e il coraggio di chi innova' sono in grado di guardare l'orizzonte, pronti a innovare, a rischiare e a dirigersi verso un futuro migliore rispetto agli ultimi 5 anni”.

## Il mercato con un po' di numeri

Scendiamo, a questo punto, nei dettagli, per poter comprendere ancora meglio il mercato IT di oggi. Nel 2012 prosegue la discesa dell'**hardware** verso quota -9,4%, dopo un -0,8% del 2011 e il 19,1% del 2010. Quest'anno il valore di questo segmento si attesterà a 5.240 milioni di euro, con una perdita di 500 milioni. **Crolla la vendita dei netbook (-59,2%), dei pc desktop (-33,6%), dei server di fascia alta, Mainframe e Unix (-14,7%).**

I **Servizi IT** tornano il rosso, a -3,8%, dopo il leggero recupero del 2011 (+2,4%), a causa del crollo delle tariffe professionali. Questo segmento vale 8.863 milioni di euro, quasi la metà dell'intero mercato. Tra essi rientrano: consulenza (-4,4%), system integration (-3,3%), servizi di sviluppo e manutenzione software

(-4,7%). Anche la formazione, in crisi da tempo, è a quota -4,2%.

Il **software** prosegue in lievissima crescita (+0,8%), attestandosi sui 4.283 milioni di euro; positivo, in particolare, è l'andamento delle aree legate alla 'nuova IT', come la **Business intelligence di nuova generazione** (+3,7%) e il **Process & content management** (+4,1%). In stagnazione sono, invece, i package gestionali (0,0%) e le applicazioni verticali di industry (-0,7%).

Considerando l'andamento della spesa IT nei **mercati verticali** emerge che segnali positivi giungono da aree quali il consumer (+1,8%), il segmento Tlc/media (+1,3%) e le assicurazioni (+1,2%). I peggiori performer sono invece quelli falciati dallo Spending Review: PA (-10,8%), enti locali (-8%), sanità (-5,8%), che dovrebbero invece avere un ruolo anticiclico di stimolo alla domanda. Risultati poco confortanti provengono anche da industria (-5,1%), commercio (-4,5%), trasporti e logistica (-5,8%). Le banche si attestano su un -1,9%, dopo un incoraggiante +2,9% ottenuto lo scorso anno.

La spesa IT nelle microimprese scende a -6,4%, mentre nelle piccole aziende arriva a -11,4%; nel business di queste realtà non c'è spazio per investimenti in innovazione, l'obiettivo è quello di ottimizzare i costi per poter sopravvivere.

## Evolgere per rimanere competitivi

Analizzando un panel di **500 aziende della domanda** è emerso, inoltre, che nonostante l'ottimizzazione dei costi sia ancora al vertice delle priorità strategiche dell'88% delle imprese coinvolte, si intravede un'evoluzione lenta ma costante della percezione del ruolo strategico dell'IT nella gestione dell'attività aziendale, cresciuto dal 28% del 2009 al 57% attuale. I budget per l'IT nei prossimi 12 mesi saranno stazionari per il 33% delle aziende utenti (lo erano nel 63% dei casi nell'indagine dello scorso anno) e in contrazione nel 42% dei casi (erano il 19% un anno fa), con punte di tagli di oltre il 10% per il 17% di esse. L'allocazione delle risorse è destinata, per il 64% delle situazioni, alla gestione dell'esistente e all'adeguamento tecnologico programmato, mentre il restante 36% a nuovi progetti e allo sviluppo e

trasformazione dell'esistente. **Virtualizzazione, document management, mobile & wireless, Information security management e Web content management** sono state viste come aree a elevato potenziale. Ma, in base allo scenario delineato, che futuro si prospetta per le aziende dell'IT ? Secondo **Alfredo Gatti, managing partner di Nextvalue**, un futuro migliore per le imprese IT è possibile se le aziende, nonostante la crisi, sapranno trasformarsi e anticipare le esigenze dei loro clienti.

Esistono almeno **tra processi di trasformazione** che le società di software e servizi stanno cercando di mettere in pratica. Il primo percorso fa leva sulla **creazione di competenze e strutture organizzative integrate che ingaggino i clienti per supportarli in percorsi online**. Le principali aree del Web sono le favorite, iniziando dal Web marketing, dai Web analytics e quanto ha relazione col contenuto. Il punto di forza consiste nel conoscere quanto il cliente sta cercando di fare, per precederlo sulla strada della trasformazione.

Il secondo percorso privilegia la **proposizione di valore attraverso un'offerta di prodotti/servizi e contenuti che fanno leva direttamente sui moltiplicatori di Internet**; l'offerta esistente è arricchita con linee non tradizionali, originali, spesso a basso costo, in grado di creare una customer experience diversa. Nel terzo percorso **proposizione di valore e modello operativo che fa leva sui moltiplicatori di Internet nascono integrati**. Quest'ultimo è un percorso nuovo, che implica anche rischi, la capacità di navigare a vista e di saper trasformare le proprie decisioni in corso d'opera.