

DIGITAL TRANSFORMATION

Assintel: cresce il mercato IT 2017 che traina l'Italia digitale verso la ripresa

f

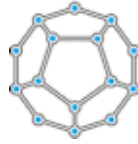
t

G+

in

Da **Valeria Leuti**
 Inviato il
12/05/2017


La Digital Transformation permea positivamente le imprese italiane e favorisce il mercato dell'IT con una crescita del 3,9% nel primo


**DIGITAL
TRANSFORMATION
INSTITUTE**

Il canale **Digital Transformation** nasce dalla collaborazione di Tech Economy con il **Digital Transformation Institute**: istituto di ricerca nato nel 2016 da un gruppo di docenti universitari, esperti e imprenditori. Tra i Founding partner del Digital Transformation Institute si trovano aziende come Cisco Italia, Facebook Italia, Eni e Google Italia. Nel canale Digital Transformation con Tech Economy racconteremo la trasformazione digitale in Italia nei diversi aspetti che ne determinano le caratteristiche dal punto di vista tecnologico, economico e sociale.

SEGUICI SU FACEBOOK E GOOGLE+


TechEconomy

Liked 18K likes

You and 17 other friends like this



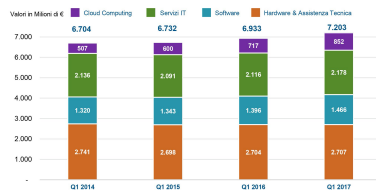
TechEconomy

G+ Segui

+ 2.462

LE ULTIME VISION

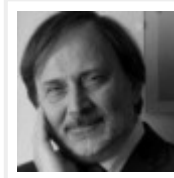
trimestre 2017, secondo i dati dell'**Assintel Report+** presentati oggi a Milano.



L'outlook della spesa IT in Italia presentato da Assintel mostra un trend positivo per il 2017, grazie all'implementazione dei progetti di Digital Transformation messi a budget nel 2016 dalle imprese italiane. Un risultato incoraggiante che pone l'attenzione sui **Digital Enabler** che trainano gli investimenti in tecnologie innovative.

A guidare la crescita della spesa IT è il **Cloud Computing**, con un + **18,9%** nel primo trimestre 2017 pari a 852 milioni di euro, ormai percepito non più come early adopter ma come scelta primaria per le aziende.

Negli ultimi 3 anni il cloud è cresciuto a doppia cifra anno dopo anno, divenendo la "nuova normalità" delle imprese italiane, favorendo la digital transformation in senso non solo tecnologico ma anche strategico e culturale.



La Bella Terra
di Alfonso Fuggetta
Perché serve studiare,
sempre

15 maggio 2017



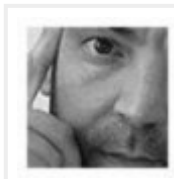
Open 4 Business
di Giovanni Longo
Ubuntu e l'importanza del
fallimento

12 maggio 2017



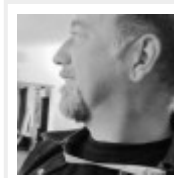
Open 4 Business
di Simone Aliprandi
Non abusate del termine
Open Access!

11 maggio 2017



Script generation
di Davide Pellegrini
Advert killed the Youtube
Stars

10 maggio 2017



Market
di Paolo Giardini
Home banking: di chi è la
responsabilità in caso di
truffa?

9 maggio 2017



#EpicFail
di Valentina Spotti
IndiGo: l'ultima vittima dei
bot su Twitter

8 maggio 2017

...tutti gli autori

Iscriviti alla Newsletter

L'indirizzo email è obbligatorio



INIZIO



In questo allargamento della spesa rientrano i programmi per la razionalizzazione dei data center nella Pubblica Amministrazione e la crescita dell'utilizzo di servizi cloud anche nel grande bacino potenziale costituito dalle Piccole e Medie aziende che costituiscono il panorama italiano.



Il mercato dei Digital Enabler (Big Data - Advanced Analytics, IoT, Cybersecurity, Customer Journey) ha una portata più ampia rispetto alla sola connotazione componentistica della spesa IT, permeando la vita dei consumatori in senso più pervasivo. Dalle messaging app all'automotive, dalla casa al lavoro, ogni ambito della vita viene sempre più automatizzato dalle nuove tecnologie trainate dall'IoT, cambiando radicalmente l'ecosistema di riferimento.

Tale cambiamento non sarebbe possibile senza l'IT, poiché come sosteneva Alfredo Gatti, fondatore di Netconsulting prematuramente scomparso pochi mesi fa, **"i Digital Enabler sono un**

ULTIMI TWEET

Segui @techecon 17500 follower

Tweet su @techecon



Assembly Data System

@ADS_Italia

Assintel: cresce il mercato #IT 2017 che traina l'Italia digitale verso la ripresa.

@TechEcon buff.ly/2qmJ9dD



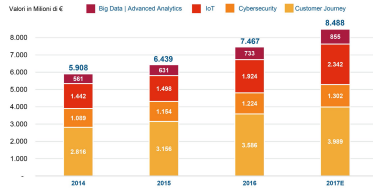
Incorpora

Visualizza su Twitter



INIZIO

regalo che di tanto in tanto l'IT ci fa.”



INIZIO



“Leggere i dati trimestrali della spesa IT ci permette di valutare cosa accadrà nel mercato italiano prima che le cose avvengano; è fondamentale analizzare l'andamento di un settore che cambia così velocemente” sostiene **Stefano Epifani**, moderatore della tavola rotonda della mattinata.

Molti gli spunti emersi dagli speakers, con un focus comune sulla necessità ormai impellente di lavorare sinergicamente alla formazione delle risorse professionali destinate a guidare e sostenere la digital transformation tanto in senso tecnologico quanto progettuale e strategico.

Dal Data Scientist al Project Manager, le competenze specifiche sono elemento cardine ed abilitante della trasformazione digitale, senza le quali l'Italia rischia di rallentare il passo nei confronti degli altri Paesi Europei, già più avanti.



Rino Cannizzaro, AD di Adfor, sottolinea che *“al di fuori del settore IT le aziende italiane ancora faticano a riconoscere l'IT come abilitatore del business, qualunque esso sia, e pertanto non spingono come dovrebbero nella richiesta formativa di figure professionali in questo ambito.”* Ma il trend in crescita della spesa IT mostra sempre più l'esigenza di competenze abilitanti che permettano alle imprese di attuare la digital transformation.



Altro ambito in forte crescita è il rapporto con il cliente, valorizzato attraverso la **Customer Journey, che cresce del 11,2%** con una spesa di quasi 4 miliardi di euro.

“Il turismo è un settore altamente digitalizzato. Nel nostro Customer Journey il mobile è presente in ogni tappa, accompagnando il viaggiatore dalla scelta del viaggio alla sua realizzazione”, racconta **Geronimo Pirro** di Amadeus Italia. Il 55% delle prenotazioni viene fatta online e buoni margini di crescita ci sono anche per i viaggi aziendali, notoriamente più lenti

nella scelta di soluzioni
online.

Il viaggiatore sembra
quindi essere più
digitalizzato dell'host che
lo accoglie, spingendo il
settore ad un salto
concreto e contingente
verso la trasformazione
digitale a 360°.



f

🐦

G+

in

*“Muta radicalmente
l'esperienza utente grazie
all'IoT che cambia luoghi e
oggetti”*, sottolinea Stefano
Epifani, evidenziando come
la crescita dell'Internet of
Things rappresenti una
leva imprescindibile verso
la trasformazione digitale
non solo delle aziende ma
anche e primariamente
degli utenti.

L'esperienza diventa
centrale nella
progettazione di
trasformazioni digitali in
ogni settore industriale.

Manlio Romanelli, CEO di
MCube, ribadisce come *“la
Customer Experience guida
gli investimenti dei Retailer,
perché online e offline sono
una realtà contigua per il
consumatore. Il prodotto
deve parlare al consumatore,
creando un'emozione che
spinga ad un acquisto
soddisfacente.”* Il proximity
e il mobile sono due
frontiere molto

interessanti per i retailer, perché il punto vendita diviene luogo interattivo per l'esperienza cliente.



MA L'ITALIA È PRONTA ALLA DIGITAL TRANSFORMATION, DA NORD A SUD?

Emanuele Spampinato,
Presidente di Etna Hitech,
ricorda come *"in Italia
l'innovazione nell'IT non si
sviluppa in egual misura in
tutte le Regioni.*

*Necessitiamo di risorse
messe a disposizione in modo
strategico. Il Piano Industria
4.0 è una rivoluzione non
solo industriale ma anche
sociale e culturale e prevede
molte iniziative per innovare
il Paese. È fondamentale che
le PMI ne colgano le
opportunità per non
rimanere escluse dal
cambiamento".* Servono
Enabler culturali, insomma,
soprattutto per le PMI.

*"Fare sistema per offrire agli
utenti la miglior esperienza
possibile in ogni ambito è
cruciale. I territori devono
lavorare in modo sinergico
per far sì che la Customer
Experience sia fluida e
congruente lungo tutto il
percorso, senza
idiosincrasie",* secondo
Giorgio Rapari, Presidente
Assintel.



“La tecnologia deve uscire dalla tecnologia: servono contenuti, competenze, storytelling. Oggi tutta l'economia si basa su strumenti digitali”, chiude Stefano Epifani.



Il trend positivo dimostrato dai dati dell'Assintel Report+ rappresenta quindi la conferma di un cambiamento in atto, il cui passo dipende in gran parte da un cambiamento non tanto tecnologico, quanto culturale.



Valeria Leuti
Social Media e Digital Project Manager, ha lavorato nel campo della formazioni universitarie e aziendale, per poi concentrarsi sulla gestione e lo studio



dei
social
media
in
ottica
business.
Si
occupa
di
Tecnologi.
e
Digital
Transform
IoT e
IoT,
Cloud,
Big
Data
e
tutto
ciò
che
riguarda
i
processi
di
innovazione
nel
business.



**ARTICOLI
CORRELATI: ASSINTEL, CLOUD
COMPUTING, ICT, IN EVIDENZA,
IT**

SUGGERITI PER TE:



Impatto Chi (e Rassegn
 ICT sul come) senza
 lavoro: gestisce ICT non
 una la c'è
 monogra: tecnologi trasform
 individu: in digitale
 rischi e azienda di
 opportu: successc



CLICCA PER
 COMMENTARE



COMMENTI E REAZIONI
 SU:



 **Facebook**



 **WordPress**



 **Google+**

 **Trackbacks**

0 Comments

Sort by



Add a
 comment...



[CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#)

[GLI AUTORI DI TECHECONOMY](#)

[PUBBLICITÀ](#) [NOTE LEGALI](#) [PRIVACY](#)