

La crescita e le ottime prospettive dell'Information Technology italiana

Dic 1st, 2017 | Di **Altri** | Categoria: **Imprese e Mercati**



Un anno da +3,1%, e buone nuove anche per il 2018, con una stima del +1,9%. Cresce con ottimi numeri l'Information Technology italiana, trainata dalle nuove tecnologie e da un'economia sempre più moderna e digitale. Tanto che, allargando lo sguardo sull'intero comparto ICT, che include i servizi di telecomunicazione, il segmento genera un valore di oltre 30 miliardi di euro.

A certificarlo è il nuovo Assintel Report, la ricerca sul mercato ICT e Digitale in Italia, realizzato da Assintel, Associazione Nazionale delle Imprese ICT e Digitali, con CFMT insieme alla società di ricerca indipendente IDC Italia. Il progetto, patrocinato dall'Agenzia per l'Italia Digitale e con la partnership di Confcommercio, è stato realizzato con il contributo di 6 aziende associate che credono fortemente nel valore dell'innovazione come driver indispensabile all'evoluzione del nostro sistema: Adfor, Cast, Etna Hitech, Gruppo 36, M-cube, Present.

Tra nuova e vecchia ICT

I macro segmenti

Le aziende hanno fiducia nel 2018

La consapevolezza delle imprese italiane

Una comfort zone pericolosa

Tra nuova e vecchia ICT

Lo spostamento della spesa aziendale verso i progetti di Digital Transformation allarga la forbice tra "nuova" e "vecchia" ICT: l'effetto espansivo delle tecnologie della Terza Piattaforma e degli Acceleratori dell'Innovazione compensa la contrazione dei prodotti e servizi ICT tradizionali o non riconducibili ai nuovi driver di business. I primi in Italia crescono complessivamente del +16,4%, per un totale di oltre 14 miliardi di euro: IoT +16,4%, Cognitive +20,5%, Cloud +27,8%, Big Data & Analytics +20,9%, Realtà Aumentata e Virtuale + 335,6%, Wearable +155,7%.

I macro segmenti

Analizzando le performance 2017 del mercato ICT italiano per macro-segmenti, abbiamo l'Hardware a +6,2%, il Software a +3%, i Servizi IT a +1,5% e infine i Servizi di Telecomunicazione a -1,6%. L'outlook sul 2018 è positivo: il 48% della spesa ICT prevista sarà veicolato dalle grandi imprese, a conferma che l'operazione culturale di sensibilizzazione digitale va fatta soprattutto sui segmenti delle micro e piccole imprese. Quasi un quarto degli investimenti – 7 miliardi di euro – sarà realizzato dal settore Manifatturiero, spinto anche dall'ottica Industry 4.0. Secondo big spender il settore Finance, con 6,2 miliardi.

Le aziende hanno fiducia nel 2018

Dalla survey su oltre 1000 aziende utenti, emerge che la maggior parte delle imprese ha fiducia nel 2018: oltre il 40% delle medie imprese e oltre il 60% delle grandi imprese prevedono una crescita del fatturato. I settori più ottimisti sono il Turismo, il Commercio al Dettaglio, il settore Banche. Ciò si riflette nelle previsioni di spesa ICT: il 49% delle grandi imprese prevede di espandere i propri investimenti ICT (per il 15% di esse con un tasso oltre il 5% annuo), mentre il 20% del segmento micro imprese è in caduta libera. L'area di maggior investimento sarà quella delle Piattaforme di Analytics (11,3% dei rispondenti).

L'altra faccia della medaglia è che non tutte le imprese italiane sono culturalmente pronte a cavalcare la Trasformazione Digitale: una cifra notevole – il 45% di esse – resta infatti ancorata all'efficienza e razionalizzazione delle risorse IT che, nella gestione ordinaria, drena energie e risorse da dedicare ai nuovi paradigmi.

La consapevolezza delle aziende italiane

“Stiamo assistendo alla rapida ascesa di nuovi paradigmi che ridisegnano strategie, valori e assetti competitivi. Le aziende italiane sono consapevoli del salto esponenziale, ma sarà indispensabile un'incessante ricerca di nuovi equilibri, tra continuità e disruption. Insieme ad attori e partner dell'innovazione, in nuovi ambienti, con la riconversione di tecnologie, servizi e competenze”, sottolinea Fabio Rizzotto, head of local research & consulting di IDC Italia.

Una comfort zone pericolosa

“Siamo in un Paese a più velocità in cui ancora ampie sacche di aziende, inclusi alcuni operatori ICT, restano in una zona comfort pericolosa ai margini della trasformazione”, commenta Giorgio Rapari, Presidente Assintel. “Per questo la nostra azione associativa percorre tre binari principali: sensibilizzare e dare supporto concreto alle nostre aziende ICT, fare pressing politico per sostenere la strategia digitale sia nei confronti delle imprese, sia della Pubblica Amministrazione, e infine lavorare a stretto contatto con la Domanda attraverso iniziative di sensibilizzazione culturale”.

Related posts:

1. **[Gli stati uniti si confermano primo mercato mondiale del vino, ottime prospettive per il Prosecco](#)**
2. **[Il report del 2016 di HubSpot sulle prospettive dell'inbound marketing](#)**
3. **[Associazione italiana ricerche di mercato: nello scorso anno il fatturato è cresciuto dell'1,9%](#)**
4. **[Visualized: il futuro dell'information communication sabato 11 marzo c/o spazio Base a Milano](#)**

Tweet



Condividi