

# YOU MARK!

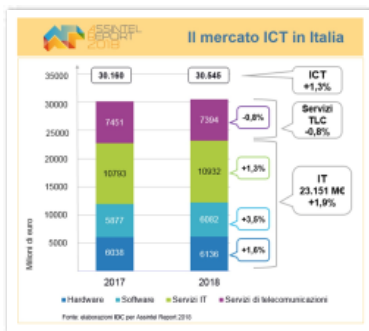


24  
NOV

RUBRICHE / DATI E MERCATO

## ASSINTEL REPORT, L'INFORMATION TECHNOLOGY IN ITALIA CRESCE DEL +3,1%, CONFERME ANCHE PER IL 2018. MA LA TRASFORMAZIONE DIGITALE È UNA FORBICE CHE TAGLIA IL MERCATO IN DUE. SI ALLARGA IL DIVARIO TRA LA TERZA PIATTAFORMA E L'ICT TRADIZIONALE

Pubblicato nel 2017



Trainato dalle nuove tecnologie e da un'economia sempre più digitale, il mercato dell'Information Technology italiano nel 2017 conferma la traiettoria positiva crescendo del +3,1% e continuando la volata anche nel 2018, con una stima del +1,9%. Se allarghiamo l'orizzonte all'intero comparto Ict, che include i servizi di Telecomunicazione, esso genera un valore di oltre 30 miliardi di euro.

Questi i dati che emergono dalla presentazione del **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 Confindustria, 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.

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%.

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.

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.

"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", commenta nella nota Fabio Rizzotto, head of local research & consulting di IDC Italia.

"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", aggiunge 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".