

1. IL RUOLO DELLE TECNOLOGIE ICT

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni costituiscono parte integrante del tessuto sociale delle economie avanzate, tanto che sarebbe impensabile una società moderna senza l'uso di tali tecnologie. Esse provocano mutamenti profondi e veloci nelle tipologie di beni e servizi prodotti; nelle modalità e nei sistemi produttivi; nelle sedi delle attività produttive; nelle infrastrutture e nelle organizzazioni aziendali.

I beni e servizi ICT vengono sempre più utilizzati dai cittadini per le esigenze della vita quotidiana (lavoro, studio, comunicazione); dalle pubbliche amministrazioni per l'erogazione di servizi tempestivi ed economici (ad esempio, servizi sanitari, anagrafici, etc.); dalle imprese per le loro attività produttive.

L'ICT rende i processi produttivi più efficienti e offre anche una vasta gamma di innovazioni di prodotto. Nuovi beni e servizi ICT creano nuova domanda, nuovi mercati e nuovi settori produttivi. Le tecnologie ICT sono caratterizzate da un'elevata pervasività e consentono processi produttivi veloci, efficienti e tempestivi, in tal modo costituiscono un motore propulsivo per incentivare lo sviluppo economico. Gli investimenti in ICT aumentano la competitività e la produttività, a livello aziendale e aggregato, soprattutto quando associati a investimenti nella qualificazione dei lavoratori; nei cambiamenti organizzativi e nella ristrutturazione industriale; nell'innovazione e nella creazione di nuove realtà imprenditoriali. Infatti, alcune politiche di promozione di infrastrutture delle comunicazioni o di promozione della domanda ICT si propagano attraverso l'economia, stimolando crescita, occupazione, capitale e risorse imprenditoriali. Si pensi, ad esempio, alle infrastrutture per la diffusione della banda larga che consistono, in gran parte, in attività edilizie e consentono, quindi, la creazione di nuovi posti di lavoro in questo settore.

1.1 GLI OBIETTIVI EUROPEI

Nell'Agenda digitale per l'Europa 2020, la Commissione europea, nel riconoscere alle tecnologie digitali un ruolo chiave per la crescita sostenibile, per l'innovazione e l'occupazione, ha indicato ai Paesi membri, per il 2020, obiettivi di incremento degli investimenti in tecnologie della comunicazione e dell'informazione.

L'obiettivo per l'Italia, sia nel breve che nel medio-lungo periodo, è quello di colmare il gap finora accumulato rispetto alle altre nazioni, sul versante del capitale fisico (infrastrutture di banda larga e digitalizzazione del Paese); del capitale umano (formazione e merito) e del capitale organizzativo (sia nella pubblica amministrazione che in alcuni settori imprenditoriali). A tal fine è importante indirizzare gli investimenti in grado di produrre benefici per l'intero sistema economico: si pensi, per esempio alla diffusione delle connessioni a banda larga tra imprese e cittadini, alla telemedicina, al tele monitoraggio dei pazienti, alla digitalizzazione dei servizi delle PP.AA..

2. I DATI DEL MERCATO ITALIANO¹

Nel 2011 il mercato italiano dell'ICT, nelle sue componenti tradizionali (hardware, software e servizi), ha subito un'ulteriore contrazione dell'ordine di -3,6% rispetto all'anno precedente. Questi dati, a fronte di un aumento medio mondiale della domanda di ICT di +4,4%, mettono in luce in modo drammatico dove si concentrano le difficoltà di ripresa della nostra economia, che fa ancora troppa, estrema fatica ad agganciarsi all'innovazione digitale come motore della crescita.

D'altro canto i numeri parlano chiaro: l'IT italiana è passata dal -1,4% di fine 2010 a chiudere il 2011 con un ulteriore calo di -4,1% (TLC da -3,0% a -3,4%).

Se il confronto con i trend medi mondiali appare impietoso, con l'IT in salita a +2,4% e le TLC a +5,7% nel 2011, entrando in maggior dettaglio, si nota che la crisi ha determinato rilevanti differenze di performance fra paesi. Da una parte, rimangono trainanti gli USA con l'IT a +3,1% (+5,1 nel 2010) e la Germania con +2,3% (+2,6% nel 2010), dall'altra, economie confrontabili alla nostra appaiono in affanno, con la Francia a +0,3%, l'UK -0,7%, peggio di noi la Spagna con -5,3%, per una media europea che nel 2011 non è andata oltre il +0,5%.

¹ Da ["Rapportom Assinform 2012"](#).

Il risultato, tuttavia, è che la distanza sull'innovazione fra l'Italia e i principali paesi si va allargando, se consideriamo che, sempre nel 2011, il rapporto Spesa IT/PIL per gli USA è stato del 4,2%, per la Francia 3,4%, per la Germania e l'UK 3,3%, mentre l'Italia, come la Spagna, si ferma all'1,8%.

C'è, tuttavia, una buona notizia. Al calo della domanda ICT tradizionale, si sta contrapponendo l'emersione di un nuovo perimetro del mercato digitale, che tende ad ampliarsi in virtù della crescita delle componenti più innovative, legate alla penetrazione del web, allo sviluppo del cloud, all'Internet delle cose, all'uso di tablet, e-reader e smartphone.

In questa nuova dimensione, frutto della convergenza sempre più stretta fra tecnologie informatiche e di telecomunicazione, il volume d'affari raggiunto nel 2011 è stato di 69.313 milioni di euro, con un trend negativo più attenuato, dell'ordine di -2,2 % rispetto al 2010.

In realtà, mentre recessione, credit crunch e necessità di risanamento di bilancio stanno penalizzando, in modo sempre più grave, gli investimenti in innovazione, l'ICT italiano si trova alle soglie di un cambiamento di natura strutturale, in linea con le tendenze mondiali, che sta trasformando e diversificando il settore moltiplicandone le potenzialità.

Così, se il 2012 vedrà un trend delle componenti tradizionali dell'ICT ancora in discesa, anche se con velocità attenuata, dell'ordine di -2,5%, con le TLC a 3,1% e l'IT a -2,1%, si prevede comunque che tale trend risulterà in attenuazione a -1,0%, con le componenti innovative in crescita di +6,7%.

Ciò significa che nella crisi si stanno manifestando anche importanti nuove opportunità, già in grado di raddrizzare verso l'alto i trend negativi.

Nasce da qui il senso dell'urgenza e dell'improrogabilità di mettere in campo una strategia a doppio binario che, da una parte valorizzi le potenzialità emergenti nell'ICT, riportando il settore sulla via della crescita, dall'altra crei un quadro istituzionale favorevole all'innovazione.

In questa fase le imprese dell'ICT, in primis, devono fare la loro parte per promuovere l'evoluzione del settore all'altezza. Ciò significa rifocalizzarsi sugli asset innovativi e rimodellarsi in maniera efficiente su quelli tradizionali; crescere dimensionalmente sfruttando tutti gli strumenti a disposizione, innanzitutto capitale di rischio e reti d'impresa; investire massicciamente in Ricerca&Sviluppo.

3. FOCUS SULLE TECNOLOGIE

3.1 L'information technology

Nel 2011 tutte le componenti tradizionali del mercato italiano dell'IT hanno continuato ad essere in affanno, in particolare l'hardware (4.559 milioni di euro, -9%). Nubi anche sui servizi (8.212, -2,6%), mentre il software ha dato prova di maggior tenuta (4.226, -1%), grazie al ruolo da esso assunto nella valorizzazione e nell'ammodernamento delle dotazioni tecnologiche esistenti.

Sul calo dell'hardware (-9%) ha pesato anche il calo dei pc (6.370.000 pezzi, -16,2%), non compensato dal boom dei tablet (858.000, +100,2%). Nel settore dei servizi IT (-2,6%) hanno tenuto relativamente meglio i servizi di outsourcing (-1,4%), mentre tutti gli altri, dallo sviluppo e manutenzione delle applicazioni alla systems integration, alla consulenza, si sono mossi in linea con il comparto o peggio, a conferma di un approccio complessivo dell'utenza orientato al contenimento dei costi.

3.2 Le telecomunicazioni

Sempre nel 2011, il mercato italiano delle telecomunicazioni (apparati, terminali e servizi per reti fisse e mobili) si è ancora contratto, a 40.385 milioni (-3,4%). Hanno pesato gli andamenti di entrambe le componenti: di rete fissa (18.160, -2,2%) e di rete mobile (22.225, -4,4%), che già l'anno prima aveva interrotto una crescita incessante. Anche la ripartizione dell'intero mercato per macrocomparti (servizi: 31.735, -4%; apparati: 8650, -0,9%) evidenzia i tratti di un mercato maturo, ove prevale il downpricing competitivo sul fronte dei servizi. I servizi su rete mobile (17.735), l'aggregato più importante del mercato, sono fra quelli calati di più: -4,7%. Il dato sarebbe risultato più riflessivo, se la componente Vas (5.925, comprensivi di sms, mms, servizi mobili di connessione Web, etc.) non fosse cresciuta del 5,5%, a fronte di una componente voce in forte calo (11.450, -9,2%) e se non fosse cresciuto ancora il numero delle linee (97,2 milioni, +2,3%) e il numero di utenti effettivi (46,9, +0,6%), pari a poco più della metà delle linee e oramai sostanzialmente stabile.

4. VERSO IL GLOBAL DIGITAL MARKET

L'emersione di un nuovo perimetro del mercato digitale, che tende ad ampliarsi in virtù della crescita delle componenti più innovative:

1. Porta il business digitale italiano a 69.313 milioni (11.200 in più rispetto al perimetro di prima) nel 2011 e a una stima di 68.609 per il 2012 (-1%, con solo un lieve calo rispetto all'anno prima, ampiamente giustificato dalle condizioni congiunturali);
2. Mostra, in uno schema che non fa più distinzione netta tra componenti IT e TLC, il diverso passo che già nel 2011 hanno avuto i principali capitoli di spesa/investimento, comprendendo da un lato, i dispositivi e sistemi (17.234 milioni di euro, -2,6%) e i servizi ancora in calo (40.176, -3,8%), e dall'altro, software e soluzioni ICT (5.205, +1,1%), componenti di e-content e advertising on-line (6.698 +7.1%) in netta crescita. E questo secondo dinamiche che appaiono in fermento anche per il 2012, ove si stima un business in calo solo per i servizi ICT (38.899, -3,2%), a fronte di crescite per il software e le soluzioni ICT (5.333, +2.5%), per il segmento e-content e adv on-line (7.118, +6,3%), con i dispositivi e sistemi non più in calo (17.259, +0,1%);
3. Indica che con l'avvento di nuovi prodotti (dalle smart TV ai tablet, dagli e-reader a sistemi digitali di controllo in rete applicabili ai più diversi contesti, etc.) c'è sì sofferenza per pc, laptop e cellulari, ma anche che si aprono mercati nuovi e soprattutto si alimenta una progressione delle soluzioni e dei servizi legati al Web (software applicativo di nuova generazione, internet delle cose, cloud computing), che è concreta e consistente e che si aggiunge alle spinte già esistenti sull'e-commerce e gli e-payments, dando conto di potenzialità di mercato tutte da cogliere.