



di Mariagrazia Santaniello,
Consulente Area Marketing e Presidente UFC-Unione Fornitori Cancelleria

L'Information Technology in un mondo in piena rivoluzione: da un lato cloud, web, mobile e nuovi stili di business, dall'altro "vecchi" servizi consolidati. Quali sono le nuove linee di sviluppo che si affermeranno nei prossimi anni, e quali sono quelle più importanti? Quali saranno strategiche per il business del futuro?

INNOVAZIONE OBBLIGATORIA

Dietro le trasformazioni che riguardano gli stili di vita e di lavoro in tutto il mondo, non più solo quello Occidentale, c'è l'information Technology (IT), ormai fondamento del nostro mondo in tutte le sue manifestazioni quotidiane, dalle più semplici alle più sofisticate. Il quadro della situazione lo offre il Rapporto annuale di **Assintel**, l'Associazione di riferimento delle imprese italiane ICT e digitali che da otto anni "fotografa" autorevolmente il mercato dell'IT, del software e dei servizi informatici in Italia.

Economia Digitale e Agenda Digitale

L'insieme dell'economia digitale dei Paesi del G20, spiega Assintel, contribuisce alla loro economia complessiva per il 4,7% del loro PIL nominale; il che corrisponde a 2,7 trilioni di dollari nel 2013 (*Chart 1*). In generale, in tutti Paesi l'economia digitale è in crescita ed è destinata a guadagnare percentuali sul PIL ben maggiori di quelle attuali; la maggior parte dei Governi è molto sensibile a questa crescita e l'Agenda Digitale della Commissione Europea (*Chart 2*) ha indicato l'economia digitale quale leva per la crescita delle economie e dell'occupazione, specie giovanile. La *Chart 2* proposta dal MIP, Politecnico di Milano, che

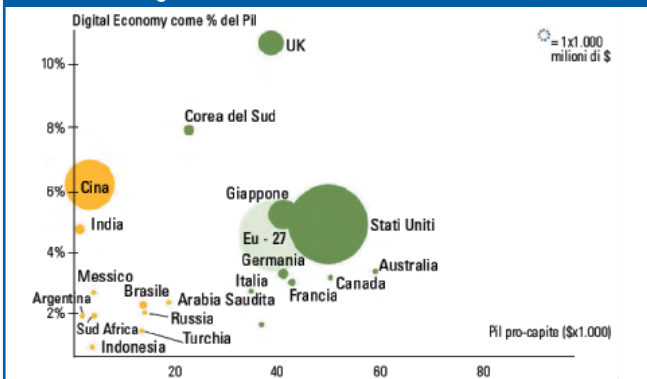
monitora gli sviluppi dell'Agenda Digitale italiana attraverso un "Osservatorio" dedicato, illustra bene gli effetti voluti dall'Agenda Digitale nei diversi ambiti: sia nel Privato, sia nel Pubblico, le possibilità offerte dall'ammodernamento del modo di lavorare possono essere ragione di rilancio all'insegna dell'efficienza. L'adozione dei nuovi strumenti di gestione messi a disposizione dalle nuove tecnologie permette infatti alle Aziende di comunicare e competere con il resto del sistema e a livello globale: un requisito imprescindibile in quanto nel medio periodo l'alternativa potrebbe essere trovarsi tagliati fuori dalla competizione e uscire dal mercato.

Nel caso della Pubblica Amministrazione, inoltre, sempre secondo lo studio del Politecnico, si tratta di procedere, grazie alla tecnologia, a una vera e propria "ristrutturazione" organizzativa della PA non solo al fine di contenerne i costi, ma anche di trasformarla da freno allo sviluppo in volano del medesimo.

Chi fattura?

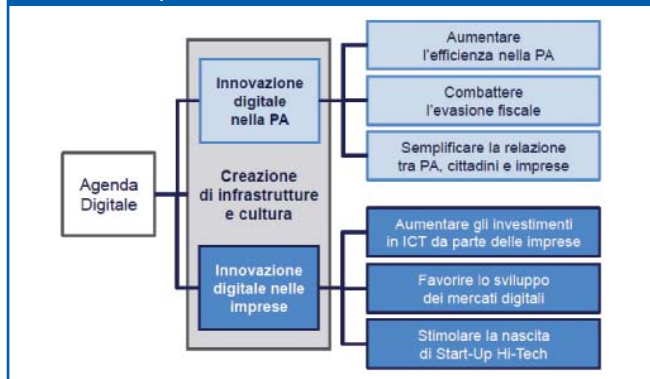
L'insieme delle nuove tecnologie è per l'Italia una grossa opportunità che si dovrebbe cogliere rapidamente – come in altri settori – per non scivolare nella condizione un Paese fatto di

L'Economia Digitale nei Paesi del G20 (*Chart 1*)



Fonte: NEXTVLUE® - Ottobre 2013 - da fonti OCSE, MGI, BDG, Economist BU e INSEAD

Ambiti Principali (*Chart 2*)



Osservatorio ICT & Management | School of Management del Politecnico di Milano

I MAGGIORI TREND NEL 2013

1. MOBILE INTERNET

Due miliardi e duecento milioni il numero di persone nel mondo che si collegano quotidianamente a internet per mezzo di smartphone e tablet; altri tre miliardi si aggiungeranno probabilmente nei prossimi 10 anni grazie alla crescita esponenziale delle App, ovvero delle funzionalità messe gratuitamente a disposizione da Aziende, Enti, Provider di Servizi etc. Non c'è quasi più servizio, informazione, documento o intrattenimento che non si possa ottenere attraverso un dispositivo mobile. Non siamo lontani da una nuova generazione di oggetti collegati fra loro che, basandosi sul web e la rintracciabilità, ci permetteranno di utilizzarli in modo sincronizzato mentre noi siamo in movimento. Immaginiamo, dice Assintel, un giornale che cominceremo a leggere dallo specchio del bagno, continueremo ad ascoltare dal navigatore dell'auto e finiremo di leggere nell'ascensore dell'ufficio, proiettato sui nostri occhiali.

2. SOCIAL MEDIA

Non tutti conoscono le funzionalità dei social che ci si aspetta siano per esplodere, utilità per i privati, e opportunità per il business. Una di questi è il passaggio "from likes to buys", ovvero il passo successivo: "hai appena detto che ti piace, clicca e compralo!!"

3. BIG DATA

Lo sviluppo dei social, la moltiplicazione dei blog e, in generale, la crescita della Rete, hanno dato luogo alla necessità di raccogliere questo oceano di dati, molto spesso per niente strutturati, da raccogliere e registrare per lo più in tempo reale. È un'attività difficile, con crescita di fatturato considerevoli per i "colossi" (a cominciare dai motori di ricerca) che trattano questo business, ma che necessita di fruitori specializzati, di uffici marketing con una sufficiente preparazione per "leggerli" prima e farne tesoro poi, personalizzando al massimo la comunicazione che le Aziende producono verso il mercato.

4. INTERNET DELLE COSE

Si prevede un enorme sviluppo di oggetti che potranno essere "in Rete" fra loro e con il web; oggetti che, per esempio, comunichino le rilevazioni che sono in gra-

do di effettuare grazie a sensori e attuatori miniaturizzati, capaci di registrare le informazioni più disparate, dai parametri vitali di un essere umano da far pervenire in tempo reale al suo medico curante che si trova in un'altra parte del mondo, fino alle condizioni del traffico per regolare automaticamente i semafori. Un giro d'affari stimato in oltre 6 trilioni di dollari nei prossimi 10 anni, che si allarga rapidamente anche grazie ai costi in discesa.

5. CLOUD COMPUTING

Non molti anni fa in Azienda si valutava l'opzione se comprare o creare in proprio (make or buy); oggi la domanda è se "affittare" servizi dematerializzati, non con la logica del leasing, ma con l'intento di affittare quello che serve, per il tempo in cui serve (un tempo anche brevissimo) con ampiezza di servizio e costi che possono essere variati più volte in corso d'opera, secondo le esigenze del cliente (pays as you go). In sintesi, flessibilità ed efficienza offerte a costi molto bassi. Per le Aziende, a cominciare dalle applicazioni e dai servizi IT si prospettano grandi risparmi, ma si pongono anche diversi dubbi sulla privacy, la sicurezza e sulla proprietà dei dati. Questi problemi si sono già presentati anche agli utenti privati: solo pochi mesi fa ci fu una enorme polemica sulla dichiarazione di Facebook di ritenere di sua proprietà ogni immagine e ogni informazione caricata dagli utenti sui loro profili.

6. AUTOMAZIONE DELLA CONOSCENZA

Dall'automazione del lavoro fisico, all'automazione del lavoro intellettuale; attività non strutturate che i computer più evoluti possono svolgere avendo acquisito la capacità di discernere, interpretare, suggerire, elaborando una quantità di dati e informazioni che la mente umana non potrebbe gestire con la stessa velocità.

7. ROBOTICA

Il trend in questo caso va dalla produzione industriale, dove il robot sostituisce l'uomo in situazioni pesanti, pericolose o ripetitive, fino alle applicazioni più sofisticate dove le capacità umane vengono amplificate in settori delicatissimi, come la chirurgia ad esempio. Anche qui i costi scendono e la diffusione di queste macchine aumenta; come è avvenuto per le macchine adottate nella produzione industriale, questa nuova frontiera è destinata a sottrarre posti di lavoro,

mentre gli esseri umani dovrebbero riconvertirsi e orientarsi ad attività qualitativamente più evolute ed "elevate".

8. 3D PRINTING

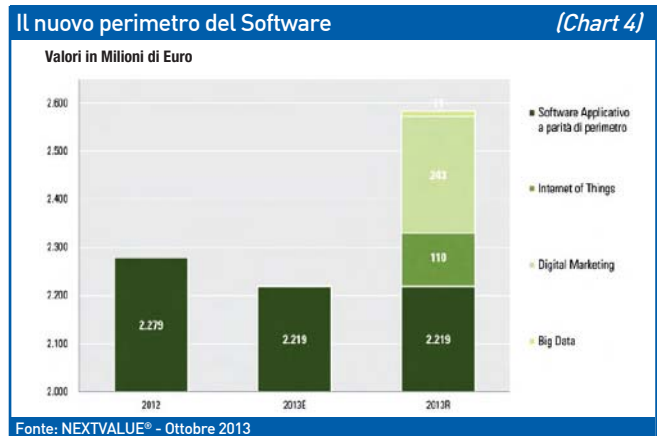
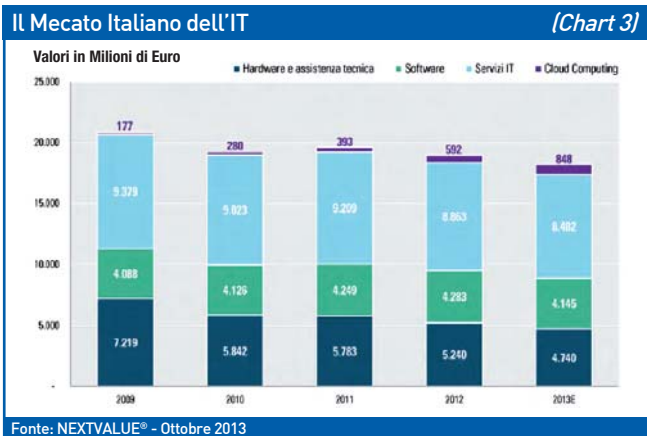
Se si immagina una stampante che stampando una parola depositasse sul foglio più volte il toner negli stessi spazi, strato di toner su strato di toner fino a far diventare la parola tridimensionale, si ha un'idea abbastanza vicina al funzionamento di una stampante 3D. Queste stampanti, di cui si sono visti i primi esemplari quasi vent'anni fa, stanno ora avendo una diffusione significativa e possono impiegare i materiali più disparati: vetro, plastica, metallo... e persino materiali biologici. Sono quindi in grado di "creare", letteralmente, repliche esatte di oggetti di ogni tipo. Anche in questo caso i prezzi stanno scendendo e se immaginiamo che in futuro ciascuno di noi possa avere in casa una macchina di questo genere - esattamente come oggi abbiamo tutti una stampante accanto al PC - possiamo cominciare a prefigurare un mondo produttivo e distributivo molto, molto diverso da quello attuale.

9. DIGITAL MARKETING

Internet, il wi-fi, la tracciabilità, la connettività h24, l'identità digitale di ciascuno di noi, sono solo alcuni ingredienti della crescente personalizzazione dei messaggi che i consumatori stanno ricevendo dalle Aziende che procedono nel territorio del Digital Marketing. Qui diventano centrali gli orientamenti basati sulla customer experience e su altri parametri ancora sconosciuti alla maggior parte delle Aziende e di cui i consumatori stessi sono per lo più ancora del tutto ignari pur essendone protagonisti.

10. E-COMMERCE

Cresce e crescerà. On line si può ormai acquistare quasi tutto, e ogni acquisto contribuisce alla profilazione del Cliente con informazioni su gusti, preferenze, capacità di spesa ed altri dati che possono finire in Rete a disposizione di sconosciuti. Comprare on line permette di risparmiare tempo, di confrontare più facilmente i prezzi, di comprare nel proprio Paese o dall'estero, di vagliare una maggior varietà di articoli fra cui scegliere, e fa risparmiare benzina, code, attese, etc.



semplici consumatori che nei settori strategici dipendono da altri Paesi. Internet è per definizione senza confini; molti servizi (business e non, come i cloud), molti siti di e-commerce, giochi on line etc., sono dislocati all'estero e dall'estero fatturano agli italiani che li usano. Il più delle volte i nostri dati possono essere "esportati" letteralmente fuori dal nostro Paese e dalla Unione Europea, in Paesi dove le legislazioni e le tutele potrebbero essere diverse dalle nostre: a questo si pensa perché i dati sensibili richiedono privacy. Ma ciò di cui quasi nessuno è consapevole è che acquistando servizi che transitano via web, e che pure parlano perfettamente italiano, è sempre più implicata anche la nostra bilancia dei pagamenti nazionale.

Le cifre in italia: HDW e SFW

Il mercato dell'IT in Italia rilevato da Assintel nel 2013 è stimato 18.215 milioni di euro, con una flessione del -4% rispetto al 2012, un trend negativo iniziato già da alcuni anni (Chart 3). Infatti è in discesa la spesa per Hardware e Assistenza Tecnica o Manutenzione. Tuttavia, includendo nella voce "hardware" anche gli smartphone, il panorama cambia: gli smartphone, che sono sempre più l'alternativa ai PC e che sono presenti in Italia nel 2013 in 28 milioni di esemplari secondo la stima di Assintel, fanno salire il totale della spesa IT nel mercato italiano a 24.134 milioni di euro. Sempre secondo Assintel, calano anche i valo-

ri per Software e Servizi IT tradizionali (-3,2% sul 2012). Ma anche in questo caso ci sono nuove aree di netta crescita, non censite dalle precedenti rilevazioni, che sono riassumibili nei nomi di Internet of Things, Digital Marketing, BigData (Chart 4). La crescita del fatturato del Digital Marketing è sotto gli occhi di tutti, perché Digital significa Social, significa E-commerce e significa App. La velocità con cui le crescite si registrano in questi ambiti sono impressionanti; la quantità di dati prodotta worldwide attualmente raddoppia ogni 20 mesi, mentre i pagamenti effettuati da postazioni wi-fi (tipicamente gli smartphone) già oggi superano il trilione di dollari.

Chi sono i consumatori di IT?

Ma chi sono in Italia gli utilizzatori di tecnologie che principalmente concorrono ai fatturati che abbiamo citato? La rilevazione di Assintel mostra le Aziende Top (con dipendenti oltre le 500 unità e/o con fatturato sopra i 250 ml di euro, secondo la classificazione della Comunità Europea) come le principali fruitrici di questo settore, al cui giro d'affari contribuiscono per il 51%. Risultato meno scontato però, anche se non più così sorprendente alla luce della diffusione di smartphone e tablet, è invece la seconda posizione nella classifica, occupata dal Consumer: gli acquisti di tutti gli utenti finali contribuiscono a questi fatturati per il 12%.

Seguono poi tutte le altre categorie di Aziende con percentuali decrescenti coerentemente con le dimensioni del business. Qui le più penalizzate sono le piccolissime Aziende, anche perché alle prese con una congiuntura che lascia poco spazio agli investimenti. Dal punto di vista dei settori a cui appartengono i consumatori di IT, qualche incremento si registra proprio presso i Consumer e presso le Aziende del settore delle Telecomunicazioni. Al contrario, tutti gli altri settori contribuiscono negativamente a quel -4% citato all'inizio: Banche, Assicurazioni, Commercio, Industria, Trasporti e - molto negativamente - la Pubblica Amministrazione, gli Enti Locali e la Sanità. Proprio queste aree del nostro Paese sono quelle dove gli effetti delle Spending Review si sono fatti sentire in modo nettissimo negli ultimi anni: ciò ha prodotto decrementi a due cifre nella spesa per l'IT, decrementi che rischiano purtroppo di comportare una mancata modernizzazione, ovvero penalizzazione in termini di costi ed efficienza (Chart 5).

