

Tecnologia. Rapporto Assinform 2013

Per l'Ict italiano previsioni in calo

Andrea Biondi
MILANO

Un motore di crescita nel mondo (+5,2%), ma non in Italia (-1,8%). E senza interventi il 2013 andrà anche peggio.

Il mercato italiano dell'Ict chiude un altro anno con il segno meno. La fotografia scattata da **Assinform** nel suo rapporto annuale, redatto insieme con NetConsulting, lascia poco spazio all'ottimismo perché anche quest'anno il consuntivo del giro d'affari complessivo racchiuso nel "Global digital market" sarà preceduto dal segno negativo. Molto dipenderà da quanto in questi mesi si riuscirà a mutare il quadro di riferimento, portando avanti l'Agenda digitale, mettendo fine ai ritardi nei pagamenti della Pa, dando incentivi e crediti d'imposta per l'innovazione. Con questi interventi il 2013 potrebbe chiudersi con un business in calo dell'1,5%; senza, la flessione sarà del 3,6 per cento.

In cifre, a ballare sono 2 miliardi con un mercato digitale che nella sua versione "global" - con ambiti prima esclusi dal perimetro Ict come contenuti digitali, apparecchiature home-office connettabili in rete, Internet delle cose - sfiorerebbe i 65,7 miliardi di euro nello scenario "statico" e i 67,1 in quello "dinamico". Per il 2012 il valore si è attestato sui 68,14 miliardi: il 4,9% del Pil. «Gli ultimi anni - afferma il presidente di **Assinform**, **Paolo Angelucci** - non sono stati buoni quanto ad andamento del Pil e dei consumi. Nell'ultimo anno in particolare è aumentata di molto la forbice fra spese e reddito disponibile».

Guardando ai numeri della realtà italiana, quel che risulta chiaro è comunque una polarizzazione, con la flessione delle componenti tradizionali e la spinta di quelle "nuove". Ad esempio, le vendite di Pc sono calate (-13,8%) a 5,34 milioni di

unità, a fronte del +139,2% dei tablet: a più di 2 milioni di pezzi. Anche Internet key e cellulari hanno frenato (-13,2%) mentre gli smartphone sono cresciuti del 62% così come sono cresciute smart tv (+31,9%), Internet delle cose (+18%) ed eReader (+16,5%).

In generale sono cresciuti tutti i segmenti legati al web e al mobile, a fronte della crisi dei servizi Ict tradizionali (-4,7%) - che in valore rappresentano oltre la metà del mercato - cui si oppone la crescita di contenuti e pubblicità digitale (7,2 miliardi di euro, +7,2%) e software e soluzioni Ict (2,4%).

In questo quadro, precisa il presidente dell'associazione delle imprese italiane dell'Ict, ser-

MERCATO IN CADUTA

Le imprese del digitale hanno chiuso il 2012 con un giro d'affari di 68,14 miliardi di euro in flessione dell'1,8%

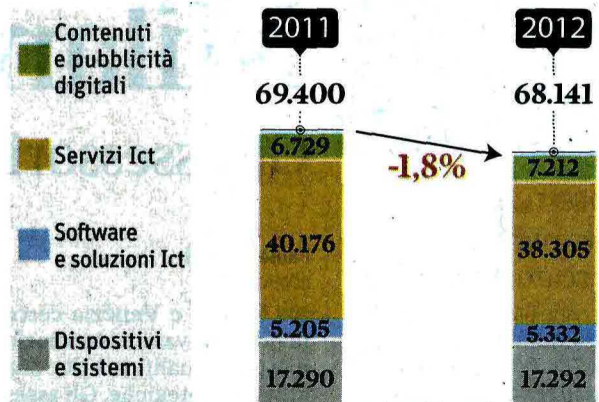
ve un salto di qualità, «visto che sono evidenti la sfida, ma anche le opportunità di crescita, per quei Paesi, settori, imprese che accettano la sfida del cambiamento attraverso l'innovazione digitale». Così dovrebbe essere anche in Italia. Ma qui entra in gioco la politica con un prossimo governo che «dovrà essere sensibile, prevedendo un sottosegretariato alla Presidenza del consiglio dei ministri con delega all'innovazione digitale». Una sensibilità che andrà accompagnata anche con strumenti. «Per esempio - precisa Angelucci - una Tecno-Sabatini per agevolare investimenti in beni e servizi innovativi da parte delle Pmi. Sarebbe uno strumento molto importante».

@An_Bion

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il «Global digital market» in Italia

L'andamento delle imprese dell'Ict. Valori in milioni di euro



Fonte: Assinform / NetConsulting

