

Le tlc zavorrano il mercato dell'Ict in Italia: calo del 4,4% rispetto al 2012

di [Andrea Biondi](#) 2 aprile 2014

Un mercato sceso ancora più che nel 2012, e in controtendenza con il trend mondiale. E a trainare in basso è l'andamento del settore Tlc, zavorrato da guerre dei prezzi e scelte regolatorie come il taglio delle terminazioni mobili. La fotografia scattata da [Assinform](#) nelle [anticipazioni del suo rapporto annuale](#), redatto insieme con NetConsulting, mettono in evidenza quello che [Elio Catania](#) - presidente uscente [Assinform](#) e fresco di nomina alla guida di [Confindustria Digitale](#) per i prossimi due anni - ritiene essere il segno più evidente della «mancanza di cognizione di quanto la leva dell'Ict sia un fattore prioritario in periodo di crisi».

Il confronto con i Paesi. Su una slide in particolare il presidente [Assinform](#) Catania indugia: quella in cui si mostra, per i vari Paesi, la differente incidenza degli investimenti digitali sul Pil. La media Ue28 è al 6,5%; in Italia lo stesso dato non va oltre il 4,8%, a fronte del 6,8% della Germania, del 7% della Francia; del 9,6% del Regno Unito. «Quei due punti percentuali di gap con la media europea - precisa Catania - vogliono dire un gap di investimenti attorno ai 25 miliardi di euro. Lascio immaginare cosa si possa fare con un quantum aggiuntivo di investimenti di questa misura. Se l'Italia si allineasse ai livelli europei, il Pil italiano potrebbe crescere di un punto all'anno e anche di più. Serve più consapevolezza del fatto che l'Ict è una leva strategica per il sistema Paese». La conclusione del ragionamento è conseguente: occorre spostare l'attenzione sul programma per l'Italia digitale. Catania si dice «soddisfatto delle azioni intraprese dagli ultimi tre governi e dell'istituzione dell'Agenda digitale. A questo punto è però necessario passare ai fatti; dall'agenda all'attuazione, potenziando anche il più possibile il partenariato pubblico-privato sul fronte degli investimenti infrastrutturali».

La flessione del mercato. Stando ai dati, il mercato digitale in Italia è sceso a 65,162 miliardi di euro, in calo del 4,4% rispetto al 2012. Una flessione in controtendenza rispetto al +3,8% del mercato digitale nel mondo (per un valore di 4,379 miliardi di dollari) e che segue il -1,8% registrato fra 2011 e 2012 e che sconta la perdita, forte (-10,2%, pari a circa 3 miliardi di euro in meno) nei servizi di rete Tlc. Il mercato digitale in Europa è risultato in calo: -0,9% a 1.082,9 miliardi di dollari.

Segmenti in flessione. Facendo un conto per singole macroaree a perdere quota nel 2013 sono stati i "dispositivi e sistemi" (-2,3%, a quota 16.889 milioni); i servizi Ict (-2,7% a 10.245 milioni) e soprattutto i servizi di rete Tlc (-10,2%, a 24.490 milioni). Nel primo caso si è trattato di un calo che la crescita del business delle infrastrutture (+2,2% a 5.133 milioni) non è riuscito a compensare. Stessa sorte per il Cloud, la cui crescita (+3,2% a 753,3 milioni) non ha scongiurato la discesa del business per i servizi Ict. Per i servizi di rete Tlc, si legge nella nota [Assinform](#)-Netconsulting «a fronte di un calo ormai fisiologico dei servizi su rete fissa, il fatto nuovo è l'accentuarsi del trend negativo per quelli su rete mobile, scesi del 13,8% a 14.270 euro». In questo caso i servizi a valore aggiunto (1.120 milioni; +25,1%) non hanno potuto compensare il calo dei servizi di fonia (-23,2% a 7,9 miliardi) e di dati e messaggistica (-2,2% a 5.240 milioni).

Segmenti in crescita. Rispetto al 2012 la variazione è stata positiva per Software e soluzioni Ict (+2,7%) ed E-content e digital advertising (+5,6%). Nel primo caso a farla da padrone sono state la crescita del software applicativo (+3,7% a 3.775 milioni) e quella dell'Internet of things (+13,8% a 1.070 milioni). Dinamica positiva per il comparto e-Content e Digital Advertising (7.613 milioni), in cui sono cresciute tutte le componenti a eccezione di quella video (-1,8% a 3025 milioni). Più in dettaglio hanno subito incrementi importanti i contenuti per e-book (+79,2% a 43 milioni); la musica (+17,6% a 120 milioni), il mobile entertainment (+20% a 1.054 milioni), il gaming (+11,9% a 1.605 milioni), l'editoria online (+9,2% a 213 milioni) e il digital advertising (+3,7% a 1.553 milioni).

©RIPRODUZIONE RISERVATA