



Mercato digitale italiano: da qui al 2021 ruolo trainante della distribuzione

FashionUnited | Giovedì, 14 Novembre 2019

Il mercato digitale italiano è in crescita ma al di sotto delle sue potenzialità. Dati alla mano, il mercato digitale italiano (informatica, telecomunicazioni, contenuti digitali ed elettronica di consumo) crescerà nel triennio 2019-2021 a un tasso medio annuo del 2,8 per cento, risultante da incrementi del 2,5 per cento a 72.223 milioni di euro nel 2019, del 2,8 per cento a 74.254 milioni nel 2020 e del 3,1 per cento a 76.536 milioni nel 2021.

Questi i dati contenuti nell'edizione 2019 del rapporto Il Digitale in Italia, presentato ieri da Anitec-Assinform, l'Associazione delle imprese dell'Ict aderente a Confindustria in collaborazione con NetConsulting cube. "I trend di mercato sono in crescita e confermano che la digitalizzazione avanza. Ma siamo ancora al di sotto delle potenzialità. La politica economica ancora sottovaluta la portata della trasformazione digitale e non affronta il problema di un sistema a due velocità, con imprese impegnate

a innovare e ancora troppe entità, di piccole dimensioni, in netto ritardo e che frenano. È importante ripartire da lì, rafforzando le misure già varate e finanziandone di nuove già in Legge di bilancio E dando operatività al Fondo per l'Innovazione, che può dare una marcia in più anche al settore Ict, oggi più che mai strategico per spingere l'innovazione in tutti i settori e territori", ha detto, in una nota, Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform.

La proiezione segue a un 2018 già chiuso in crescita del 2,5 per cento e già quarto anno consecutivo di ripresa del mercato.

Da qui al 2021 il mobile business crescerà a tassi medi del 9,1 per cento

"Si è innescato un processo virtuoso. La spinta delle componenti più innovative si autoalimenta sulla base di risultati concreti e si trasmette all'intero mercato, a partire dal software ai servizi. In tutti i settori le medie e grandi imprese investono nel digitale, visto non più solo come fattore di efficienza, ma come leva strategica per innovare prodotti, servizi, modelli di business. E i dati presentati lo confermano", ha aggiunto Gay.

In particolare, da qui al 2021, cresceranno a tassi medi del 9,1 per cento il mobile business, dell'11,8 per cento i prodotti e le applicazioni Wearable. In fortissima crescita anche Intelligenza artificiale e Blockchain, pur con valori di partenza contenuti. " Chiunque, da tutto il mondo può vendere sul nostro mercato generando valore aggiunto e occupazione nel proprio paese. E chiunque dall'Italia, può entrare nelle filiere di produzione globali dove i processi digitalizzati contano moltissimo per far sì che creatività, qualità ed esperienza operativa del made in Italy continuino a fare la differenza", prosegue Gay.

Guardando ai settori d'utenza, sempre in termini di crescita medie annue da qui al 2021, si conferma il ruolo trainante di banche (+4,8 per cento), industria (+5,2 per cento), distribuzione (+5,1 per cento) e utility 5,1 per cento, cui si aggiungono anche assicurazioni (+5,1 per cento) e Trasporti (+3,9 per cento).

Sul fronte dell'innovazione diffusa molto resta però da fare. Fatto 100 il solo mercato business, il 2018 ha visto le grandi imprese (oltre 250 addetti) esprimere ben il 58,7 per cento degli investimenti Ict, contro il 18,7 per cento delle medie (50-249 addetti) e solo il 22,6 per cento delle piccole (1-49 addetti), che hanno un peso in termini di occupazione e Pil proporzionalmente più elevato.