

Gay (Anitec-Assinform): Digitale volano della ripresa

inno3.it/2021/05/25/gay-anitec-assinform-digitale-volano-della-ripresa

25.05.2021



Contro ogni previsione, la **situazione emergenziale scoppiata nel 2020** non ha portato ad un blocco totale degli investimenti in tecnologia. Al contrario, **ha determinato l'accelerazione della spesa** in relazione a tutte quelle **soluzioni digitali che potessero sostenere la continuità operativa** delle aziende così come la **remotizzazione** di un'ampia serie di attività quotidiane. Questo è, in sintesi, ciò che ha sostenuto il mercato digitale italiano che, infatti, ha chiuso il 2020 con un andamento sostanzialmente stabile, anche se lievemente orientato al calo. **Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform**, approfondisce le caratteristiche di questo andamento soffermandosi sulle tecnologie più dinamiche e sui razionali di investimento nei diversi settori. E sottolinea l'**importanza delle iniziative di Governo** a supporto degli investimenti in **digitale** e della ripresa del Paese.

Nel 2020 il mercato digitale ha fatto registrare performance ben superiori a quelle dell'economia nel suo complesso: quali sono, al di là dei trend di dettaglio, i razionali che hanno sostenuto la dinamica sostanzialmente flat del mercato digitale? Come spiega i trend dei segmenti in crescita?

*Il mercato digitale ha chiuso il 2020 meglio del previsto, quasi flat (-0,6%), in un contesto di calo generalizzato dell'intera economia causato dall'**emergenza sanitaria**. L'ultimo trimestre del 2020 ha inoltre lasciato intravedere l'inizio di un recupero progressivo che ci attendiamo nel 2021.*

Si tratta di andamenti che, in una fase recessiva, non possono che confermare la

strategicità dell'Ict e la maggior consapevolezza in tutti i settori delle sue **potenzialità per resistere e ripartire** che preludono a una buona ripresa del mercato nel 2021.

Le componenti più innovative, o **digital enabler**, hanno confermato il loro ruolo trainante anche nel 2020, soprattutto **intelligenza artificiale, cloud, blockchain, cybersecurity, piattaforme per la gestione Web**, ovvero le componenti utilizzate in modo più diffuso per la gestione dell'emergenza.

Queste dinamiche confermano la **centralità delle tecnologie digitali** nell'anno dell'emergenza sanitaria ed economica. Ma oggi non basta accontentarsi della capacità del digitale di fornire soluzioni in un momento difficile. **Bisogna farlo diventare il vero cardine della ripartenza**: generatore e propagatore di innovazione diffusa. L'agenda, le priorità di investimento e i finanziamenti ci sono, ora bisogna dare concreta esecuzione agli interventi, con competenza e garantendo tempi rapidi.

Quanto la situazione emergenziale ha agito accelerando la digitalizzazione del sistema imprenditoriale e della società?

Con la pandemia c'è stato un cambio di passo anche culturale: le **imprese, i cittadini, la PA** stessa hanno ormai fatto proprio il valore della digitalizzazione per migliorare performance e qualità della vita, offrire e accedere a nuovi servizi, nuovi prodotti. Un incontro che è stato sicuramente reso complesso dai vincoli della pandemia, ma nonostante tutto capace di accelerare una trasformazione che era già in corso.



Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform

L'emergenza ha imposto alle aziende il ricorso allo **smart working**, che, seppur più simile all'**home working**, ci ha mostrato che conciliare vita e lavoro è possibile con lo sguardo sempre alla **produttività**. Una **trasformazione digitale** che si nutre di **intelligenza artificiale**, di **big data**, di **cloud**, di **Internet of Things** e **machine learning**. La **business continuity** e la **resilienza** sono diventate priorità fondamentali per **Cio** e top manager. Questo si è tradotto in un'**accelerazione dei progetti di modernizzazione** applicativa e infrastrutturale, di migrazione al cloud conseguente alla necessità di garantire l'accesso ai software aziendali in remoto e in particolare alle piattaforme di collaborazione, e a una maggiore adozione dei servizi gestiti (*managed services*).

L'**incertezza è diventata più certa**, affidandoci per lo più alle nuove tecnologie digitali: **smart working**, **scuola a distanza**, **e-commerce**, **dematerializzazione** dei processi, eventi in **streaming**, **remotizzazione** dei processi produttivi, solo per citare alcune applicazioni concrete. È una fase che abbiamo affrontato per lo più in maniera casuale, ma talvolta anche sulla base di una più efficace pianificazione delle attività.

Guardando al mondo business, in quali settori è stata maggiore questa accelerazione? Come hanno reagito le aziende di diversa dimensione? E gli enti pubblici?

*Il calo del mercato digitale nel 2020 è risultato meno marcato per la componente consumer rispetto a quella business, che ha registrato andamenti differenziati sia per dimensione (con le **dinamiche negative concentrate soprattutto tra le Pmi**) che nei diversi settori. Per alcuni settori, gli effetti della **crisi sanitaria** si sono tradotti in un'**accelerazione degli investimenti in Ict** per potere gestire e garantire la continuità di processi e servizi in remoto, la **resilienza** e la **sicurezza** delle infrastrutture critiche, o anche per rendere possibili nuove procedure associate alla gestione dell'emergenza: parliamo soprattutto di **pubblica amministrazione**, **scuola**, **sanità oltre a banche e utility**. In altri invece si è tradotta in una forte contrazione degli investimenti digitali.*

Entro la fine di quest'anno, Istat prevede un rimbalzo significativamente positivo del trend del Pil italiano: Quale posto occupa il digitale in questa ripresa? Quale il suo giudizio sulle iniziative avviate a livello governativo a supporto degli investimenti in digitale?

*Il 2020 ci ha consegnato un Paese molto più digitale, in continuo progresso e con una dotazione di sistemi, reti e servizi in grado di **attenuare gli effetti del lockdown**. Ora è importante **accelerare e costruire su questi progressi**, passando da un'ottica emergenziale a un'ottica strutturale, con gli investimenti contenuti nel **Pnrr** e le importanti riforme previste, per fare ripartire il Paese e diventare più competitivi.*

*La ripartenza sarà possibile solo con una politica di ricostruzione fondata sull'investimento in eccellenze produttive e di servizio, capaci di creare valore attraverso il digitale, sia nel settore privato che pubblico. **“Avere il digitale” non basta. Per***

garantire la ripartenza bisogna anche e soprattutto ‘sapere creare valore attraverso il digitale.

Il Pnrr pone il digitale al centro della vita del Paese, con un piano di riforme e un ammontare di risorse che per entità e obiettivi non abbiamo mai avuto nella nostra storia. Forse qualcosa di simile lo si è avuto con il Piano Marshall, ma il contesto era diverso. Per questo abbiamo non solo l'**opportunità ma anche il dovere di essere all'altezza dei tempi**, impegnandoci ad avviare quanto prima i progetti, impiegando tempestivamente tutte le risorse che il **Pnrr** ci metterà a disposizione e a realizzare quelle riforme che ottimizzino i benefici dei progetti stessi. **L'obiettivo è cambiare passo, dare impulso alla digitalizzazione della PA e della sanità, accelerare lo sviluppo delle infrastrutture a banda ultralarga, sostenere le startup innovative e colmare il gap di competenze digitali, anche riconvertendo lavori in phase out.** Mai come oggi la sfida è complessa ma possibile.

Cosa si auspica l'Associazione affinché lo sviluppo del mercato digitale possa essere duraturo?

Con il digitale si potrà creare valore a tutti i livelli: con una migliore **qualità di beni e servizi vecchi e nuovi**, con la **sburocratizzazione** dei processi amministrativi, con l'adeguamento o il **ripensamento della legislazione** (creata per il mondo fisico e non per quello online), **augmentando la sostenibilità** e garantendo maggiore **inclusione sociale**. **Il digitale** non riguarda solo le **tecnologie e l'interoperabilità** (assolutamente necessarie, ma non sufficienti), ma anche la **cultura** e le **competenze** di chi lo fa, di chi lo gestisce e di chi lo usa. Per questo il digitale **bisogna saperlo pianificare, scegliere, utilizzare e ottimizzare**, facendolo diventare la nostra normalità, non solo tecnologica ma anche culturale, con tutti i suoi limiti e le sue sfide, ma anche con tutti i suoi grandi benefici.

Il futuro scommette esattamente sulla nostra capacità di **abbracciare la trasformazione digitale**, di cogliere l'importanza di **innovare per crescere**, di affrontare in maniera strutturale il nodo delle competenze, a ogni livello di età – **generazione Z, millennials e boomers** – in una logica di **life long learning** per far sì che l'alfabetizzazione digitale sia in grado di generare valore e nuova capacità produttiva.

Leggi tutti gli approfondimenti dello Speciale Digitale per l'Italia 2020-2021

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Condividi l'articolo: