



12/05/2017

Assintel Report+, confermate le stime di crescita della spesa It, Italia 2017

Cristina Mazzani

Sono i digital enabler - big data e advanced analytics, IoT, cybersecurity e progetti per il customer journey- i protagonisti dell'incremento degli investimenti in tecnologia da parte delle aziende italiane. L'ottimizzazione della customer experience il principale obiettivo per cui si rivedono modelli e processi organizzativi

Big data e Advanced analytics, IoT, Cybersecurity e progetti di customer journey: sono i digital enabler che - secondo quanto dichiarato da Assintel in occasione dell'aggiornamento semestrale della sezione Market Book dell'Assintel Report+ - **continuano a rivestire un ruolo da protagonisti nella spesa It**. Una spesa It che sempre più non è (e non deve essere) un investimento pensato per il solo dipartimento It, ma che deve alimentare strategie che abilitino nuovi modelli di business in azienda, che non si limitino a far evolvere le divisioni comunicazione, marketing e vendite, ma promuovano la riorganizzazione di tutti i processi. Non solo, ha sottolineato Giorgio Rapari, presidente Assintel: "Non basta essere digitali al proprio interno; la tecnologia consente di entrare in contatto con altri attori in una logica di collaborazione per far evolvere l'intero comparto in cui si è inseriti".



Giorgio Rapari, presidente Assintel

Durante la presentazione dei dati sono intervenuti Geronimo Pirro, direttore marketing di **Amadeus Italia** e Manlio Romanelli, Ceo di **Mcube** che, rispettivamente attivi nella fornitura di servizi digitali per i settori viaggi e retail, hanno testimoniato come nei loro ambiti di competenza si stiano vivendo evoluzioni importanti.

"Ormai l'intera esperienza di viaggio - ha spiegato Pirro - è digitale; i turisti cercano tutte le informazioni online e sono connessi durante l'esperienza stessa del viaggio; ma possiamo andare molto oltre quello cui siamo già abituati. Pensiamo al recente annuncio da parte di Apple dell'acquisto di **Beddit**, l'azienda che ha sviluppato il sistema (costituito da un sensore da posizionare sul materasso e da una app che ne riceve i dati e le combina con le informazioni sull'ambiente rilevate dall'iPhone, ndr) che è in grado di monitorare la qualità del sonno e all'utilità che tutti questi dati

potrebbero avere se anche il livello della qualità del sonno garantita da un hotel andasse ad arricchire le informazioni pubblicate dai noti portali che mettono a confronto le varie strutture".



Geronimo Pirro, direttore marketing di Amadeus Italia



Manlio Romanelli, Ceo di Mcube

"Nel nostro settore - ha aggiunto Romanelli - il fine del punto vendita è creare emozione intorno al prodotto, intercettare il cliente finale nel momento in cui entra nel punto vendita e con lui instaurare un dialogo". E così l'ottimizzazione della customer experience, **a conferma di quanto già rilevato in occasione della presentazione del Rapporto Assintel 2016**, conquista una quota importante degli investimenti in tecnologie digitali: sono gli stessi dati a confermarlo.



I dati di una crescita

Il primo trimestre 2017 ha messo a segno un +3,9% di ricavi generati dal mercato It italiano rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, un risultato che permette a Nextvalue, che ha realizzato il Market Book, di prevedere un andamento molto positivo dell'anno nel suo complesso (+3,7% a fine 2017) e addirittura, come

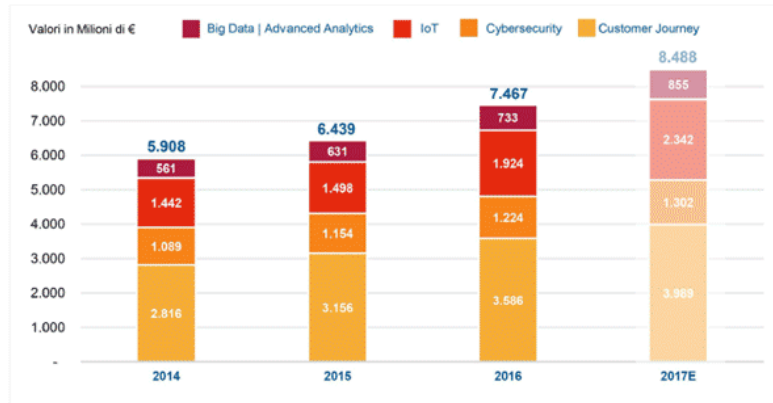
si può notare nel grafico 1, di riportare le stime di incremento in territorio positivo per tutti i comparti, incluso hardware e assistenza tecnica.

In tale contesto di crescita, brillano i numeri

riconducibili al **cloud** e ai digital enabler. Sul primo fronte, si prevede un tasso di incremento annuo pari al 17,6% mentre sul secondo, nel suo complesso, ci si aspetta un +13,7%.

Come si può vedere nel grafico 2 che riguarda i trend dei digital enabler, è il segmento relativo ai progetti di customer journey ad aggiudicarsi, in valore assoluto, la maggior parte degli investimenti, con un aumento a doppia cifra nell'arco del 2017. Si distinguono, inoltre, i risultati attesi in ambito IoT (+21,7%) e Big data analytics (+16,6%), due fattori importanti e complementari al fine dell'offerta di servizi innovativi.

IL MERCATO ITALIANO DEI DIGITAL ENABLER



Fonte: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Maggio 2017

[+Online](#)

Digital Enabler	2014	2015	2016	2017E	Δ 15-14	Δ 16-15	Δ 17E-16
Valori in Milioni di Euro							
Customer Journey	2.816	3.156	3.586	3.989	12,1%	13,6%	11,2%
Cybersecurity	1.089	1.154	1.224	1.302	6,0%	6,1%	6,4%
IoT	1.442	1.498	1.924	2.342	3,9%	28,4%	21,7%
Big Data Advanced Analytics	561	631	733	855	12,5%	16,2%	16,6%
Totale Digital Enabler	5.908	6.439	7.467	8.488	9,0%	16,0%	13,7%

Figura 2 - In questi dati si legge un aumento dell'adozione delle tecnologie digitali utili alla personalizzazione dell'offerta e, in generale, capaci di creare una maggiore integrazione in azienda tra le diverse funzioni incluse marketing, vendite e customer service. - fonte: Assintel Report+