

IL DIGITALE ITALIANO RALLENTA, MA NON SI FERMA

di NICCOLÒ PESCALI

NEL 2022 IL MERCATO HA REGISTRATO UNA CRESCITA INFERIORE (2,4%) RISPETTO AL PIL NAZIONALE (3,7%), MA HA COMUNQUE MOSTRATO SEGNALI INCORAGGIANTI. NEI PROSSIMI ANNI CONTINUERÀ A CRESCERE E SARÀ CONDIZIONATO DAGLI INVESTIMENTI FINANZIATI CON IL PNRR E DALLA DIFFUSIONE DELLE COMPETENZE INFORMATICHE TRA LA POPOLAZIONE

Il mercato digitale italiano continua a crescere, più lentamente delle previsioni, ma non dà segni di cedimento. Nonostante la presenza di fattori esogeni di rallentamento dell'economia come l'instabilità dello scenario internazionale e l'inflazione che stenta a stabilizzarsi e il conseguente rialzo dei tassi d'interesse da parte delle banche centrali, il settore cresce del 2,4% nel 2022, meno del Pil italiano (che registra un'ascesa del 3,7% e in maniera meno intensa rispetto alle stime, ma lanciando ottimi segnali per il futuro).

Questo è quanto emerge dal report **Anitec-Assinform, Il digitale in Italia** in cui si analizzano le dinamiche del mercato tech italiano nel 2022. Rispetto ai dodici mesi precedenti si è registrato un lieve rallentamento del comparto che comunque sale a un valore complessivo di 77,1 miliardi di euro, numeri che sottolineano un trend in crescita, seppur con qualche rallentamento dovuto alla congiuntura economica. La leggera frenata avvenuta nell'ultimo anno è da imputare principalmente alla riduzione della spesa nel segmento consumer, più che compensata però dagli aumenti nel settore business, nel tasso di occupazione e nella spesa digitale per occupato. Lo studio mette in luce le dinamiche che hanno accompagnato l'evoluzione del mercato dell'In-

formation Technology: grazie a una combinazione di fattori che comprendono l'accesso alla connettività, la crescente adozione di dispositivi mobili, l'interesse per l'innovazione e la volontà di abbracciare il cambiamento in atto, il settore sta conquistando fette di mercato sempre più importanti ponendosi come fondamentale per lo sviluppo di qualsiasi società. Nel 2022 è aumentato il numero complessivo delle aziende che hanno effettuato investimenti in tecnologie e macchinari: tre quarti delle aziende italiane hanno raggiunto *un livello base* di digitalizzazione, che sfiora quasi il 100% tra quelle con 250 o più addetti. Il mercato digitale viaggia a gran velocità perché ormai sostenuto dalla convinzione (da parte di istituzioni, imprese, famiglie) che la digitalizzazione rappresenti un motore di inclusione e un acceleratore di opportunità.

I NUMERI DEL MERCATO ITALIANO

Escludendo la piccola contrazione degli ultimi dodici mesi, il mercato digitale sta crescendo a un ritmo costante ma non in modo omogeneo, registrando andamenti differenziati a seconda dei diversi segmenti che lo compongono. L'implementazione più rilevante ha riguardato i sistemi integrati di telecomunicazioni,

ovvero i computer, le tecnologie audio-video e relativi software, che permettono agli utenti di creare, immagazzinare e scambiare informazioni (information and communication technologies) sostenuta principalmente dai servizi di cloud computing e di cyber security, che nell'ultimo anno hanno segnato un balzo dell'8,5%, creando un giro di affari di 14,8 miliardi di euro. Andamenti particolarmente positivi si riscontrano nel segmento dei contenuti e pubblicità digitali (+6,3% e 14,5 miliardi di euro) e dei software e soluzioni Ict (+6,2% e 8,6 miliardi di euro). In calo invece il mercato relativo a dispositivi e sistemi, che ha evidenziato una netta inversione di tendenza dopo la crescita consistente registrata nel 2021, subendo nel corso del 2022 un calo dell'1% (20,9 miliardi di euro) a causa dell'andamento particolarmente negativo dei personal computer, sia desktop che laptop, e delle vendite di apparecchi Tv. Prosegue infine il trend in discesa anche per i servizi di rete Tlc, ovvero sistemi di connessione, ancora in calo del -2,7% per un indotto totale di 18,2 miliardi di euro.

INVESTIMENTI IN TUTTI I SETTORI

La transizione digitale è una colonna portante su cui poggia l'innovazione, un passaggio obbligato per essere competitivi ed efficienti in tutti i settori, tant'è che ben 15,6 miliardi del Recovery Plan italiano sono stati destinati alla digitalizzazione, sinonimo di crescita e dinamismo trasversale in ogni ambito. La crescente digitalizzazione della Pa si è tradotta in un innalzamento delle spese sia per quella centrale (+10,5% e 2,5 miliardi di euro) che locale (+9,6% e 1,5 miliardi di euro). Anche altri ambiti come la sanità (10,1% e 2 miliardi di euro) adottano sempre più soluzioni informatizzate, registrando una crescita in linea con quanto rilevato lo scorso anno. Passando al settore privato troviamo le banche (+7% e 9,2 miliardi di euro) che hanno sostenuto importanti investimenti dedicati alla digitalizzazione della relazione con i clienti e all'evoluzione delle infrastrutture tecnologiche. Nel settore assicurativo (+6,5% e 2,5 miliardi di euro) lo scenario di crisi è stato affrontato con programmi di innovazione, nuove partnership e con progetti tecnologici, investendo sempre più nel modello phygital, alternando

la relazione umana con strumenti tecnologici basati su portali e app. L'industria (+4,4% e 8,9 miliardi di euro), uno dei settori più coinvolti nella digitalizzazione, ha subito un rallentamento della crescita per effetto del conflitto russo-ucraino: a rallentare in particolare l'incremento di metodi produttivi 4.0 sono stati gli aumenti dei prezzi energetici e delle materie prime che hanno congelato molti investimenti. Per quanto riguarda il comparto energy & utility invece prosegue il trend in crescita (+4,9% e 2,2 miliardi di euro), sostenuto dall'adozione di tecnologie abilitanti nell'ottica di un'implementazione di soluzioni intelligenti per l'efficientamento e il risparmio energetico. Positivi sono stati anche gli andamenti dei settori difesa (+6,7% e 1,2 miliardi di euro), distribuzione e servizi (+3% e 4,7 miliardi di euro) e travel & transportation (+3,6% e 2,6 miliardi di euro). Più a rilento, ma sempre col segno positivo, infine, l'andamento di telecomunicazioni & media (+0,9% e 9,4 miliardi di euro).

VERSO UNA CRESCITA ANNUA DEL 4,5%

Le zone in cui il mercato digitale conosce un più rapido sviluppo sono le regioni del Nord Ovest (+3,2% e 27,4 miliardi di euro) e del Centro (+3,3 e 20,1 miliardi di euro). Queste aree sono caratterizzate da una maggiore capacità di spesa in tecnologia, rappresentando quasi il 62% di quella nazionale, ed evidenziano un tasso di crescita superiore rispetto al mercato complessivo. Tre regioni, Lombardia (+4% e 19,6 miliardi di euro), Lazio (+4,4% e 13 miliardi di euro) e Veneto (+1,6% e 6,3 miliardi di euro) si posizionano ai primi tre posti per dimensioni del mercato digitale. Nel periodo 2022-2026 si prevede una crescita annua del mercato digitale del 4,5%, fino a raggiungere un valore complessivo del comparto di quasi 92 miliardi di euro nel 2026.

Queste stime si basano sulla concreta possibilità dell'allentamento della morsa dell'inflazione che, affievolendosi, permetterebbe un maggior uso di fondi, soprattutto del Pnrr, per la digitalizzazione, a oggi una risorsa chiave, ma che non sta ancora portando ai risultati sperati.