

ASSINTEL
REPORT+

LA RICERCA SUL MERCATO IT IN ITALIA

2016

TREND DELLA DOMANDA IT | MARKET BOOK



ASSINTEL
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
IMPRESE ICT



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

IN COLLABORAZIONE CON



IDEATO E REALIZZATO DA



ASSINTEL
REPORT+

LA RICERCA SUL MERCATO IT IN ITALIA

2016

TREND DELLA DOMANDA IT | MARKET BOOK



ASSINTEL
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
IMPRESE ICT



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

IN COLLABORAZIONE CON

 cfmt
managers and knowledge community

IDEATO E REALIZZATO DA

 NEXTVALUE
INSIGHTS FOR YOUR BUSINESS

Finito di stampare a Ottobre 2016

Tutti i marchi depositati e i marchi di fabbrica citati nel presente documento sono dei rispettivi titolari.



Il presente volume è distribuito con licenza Creative Commons - Attribuzione 3.0 Italia (CCBY 3.0 IT).

Tu sei libero di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare quest'opera, di modificare quest'opera, di usare quest'opera per fini commerciali alle condizioni riportate a questo link:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>

©2016 NEXTVALUE

All Rights Reserved. The information contained herein has been obtained from sources believed to be reliable. NEXTVALUE disclaims all warranties as to the accuracy, completeness or adequacy of such information. Although NEXTVALUE's research may discuss legal issues related to the information technology business, NEXTVALUE does not provide legal advice or services and its research should not be construed or used as such. NEXTVALUE shall have no liability for errors, omissions or inadequacies in the information contained herein or for interpretations thereof. The opinions expressed herein are subject to change without notice.

SI RINGRAZIA

adfor

amadeus

asystel

ehc
etnahitech

 **GRUPPO 36**
sartoria digitale

 **Mcube**
DIGITAL MEDIA SOLUTIONS

 **MOBILE PEOPLE**

 **QiBit**

PROGETTO DI

IN COLLABORAZIONE CON

 **ASSINTEL**
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
IMPRESE ICT

 **cfmt**
managers and knowledge community

IDEATO E REALIZZATO DA

 **NEXTVALUE**
INSIGHTS FOR YOUR BUSINESS

PARTNER ISTITUZIONALI

 **CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA

smau 

CON IL PATROCINIO DI

 **Agenzia per l'Italia Digitale**
Presidenza del Consiglio dei Ministri

PREFAZIONE

Oggi più che mai stiamo percorrendo un continente nuovo dalle frontiere inimmaginabili, che giornalmente ci sorprende con applicazioni che pervadono ogni aspetto della vita quotidiana e del business: la Trasformazione Digitale non è solo uno slogan ma un vero e proprio salto quantico, che ci proietta in un cambiamento di paradigma. Questo impatta anche sullo stesso Assintel Report, di cui abbiamo festeggiato lo scorso anno il decennale, che pure ne descrive le dinamiche e ne precorre gli sviluppi: lo strumento non solo deve parlare dei contenuti di questa Trasformazione ma deve essere, a sua volta, digitale nella forma e nelle logiche di User Experience, altrimenti incapperebbe in un paradosso di obsolescenza.

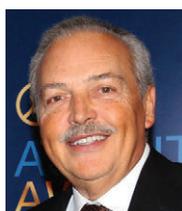
Ecco perché inauguriamo l'undicesima edizione con una rivoluzione: Assintel Report diventa + e si trasforma nella piattaforma digitale dell'IT in Italia. I contenuti vivranno sia - come estratti - in forma cartacea, sia continuamente online, con la possibilità di costruire la propria esperienza di navigazione sui temi di proprio interesse.

Per Assintel questo è solo l'inizio di una sfida, che vuole portare l'associazione e il rapporto con le aziende associate ad essere una best practice, che ci dimostri come il digitale possa davvero migliorare la vita e il lavoro. E da qui portarne il seme all'interno dell'ecosistema imprenditoriale di Confcommercio e poi a tutti gli attori privati e pubblici.

Il lavoro dovrà essere a tutti gli effetti virale: per questa ragione il nostro leit motive è quello degli Stakeholder+, un allargamento a tutti i soggetti, vecchi e nuovi, che giocano un ruolo nella diffusione dell'Innovazione. In questo contesto, la nuova collaborazione con CFMT, Centro di Formazione del Management del Terziario, costituisce un'importante apertura verso quella vasta community di dirigenti e manager che rappresenta un interlocutore privilegiato di questa trasformazione.

Noi ci crediamo e siamo sicuri che questi siano i passi necessari per riattivare il sistema economico, fluidificarlo, migliorarlo, e tornare da qui finalmente a crescere.

Buona lettura e buona navigazione!



Giorgio Rapari
Presidente Assintel

IN BREVE

Qualcuno ha detto che la Trasformazione Digitale è come la macchina dei pop corn. Ad un certo punto, improvvisamente, il grano esplose e si trasforma in pop corn, ma nessuno sa dire il momento esatto in cui accade. Lo stesso vale per i business che divengono “digitali”: è difficile capire quando realmente ciò avvenga.

Una parafrasi suggestiva, peccato che il fattore “digital” produce un nuovo sistema economico basato su consumatori e cittadini online, trasforma il loro comportamento ed il rapporto tra domanda e offerta in tutti i mercati, modifica le relazioni sociali e gli stessi modelli di business delle imprese. Anche il ruolo dell’Information Technology cambia, non è più solo motore di trasformazione, ma parte consistente ed integrata del processo di Innovazione, non solo “fattore abilitante”, ma essa stessa trasformazione.

L’Assintel Report ha sempre esplorato i temi “emergenti”, spesso anticipandoli, attraverso l’attenta lettura dei segnali provenienti dal mercato. Tra gli obiettivi fondanti vi è quello di contribuire a dirimere l’intricata matassa del mercato, di “fornire i numeri”, mettere a confronto ciò che dichiarano CIO e Responsabili dell’IT aziendale su investimenti, priorità, progetti previsti nei successivi 12 mesi ed è per questo che abbiamo duplicato il numero delle interviste della nostra survey che è unica nel mercato, portandole a 1000.

Il fulcro della sua trasformazione è la sua migrazione a piattaforma digitale online – www.assintelreport.it - responsive e navigabile anche da App, iOS e Android, che permette di far vivere 365 giorni l’anno il Report come osservatorio permanente del mercato e dei suoi trend, diffondendo spunti e analisi anche attraverso l’azione pervasiva dei canali social.

Ma il nocciolo duro del Report continua ad essere la Survey sulla Domanda IT in Italia e ciò che chiamiamo nel nostro slang Market Book, ovvero il quadro sinottico della Spesa IT in Italia aggiornato periodicamente, entrambi all’interno di questo volume, in due sezioni separate.

Quando Assintel ci ha incaricato di sviluppare e realizzare chiavi in mano l’ASSINTEL REPORT+ la nostra attenzione è andata alla nuova piattaforma, al contenuto ma anche e soprattutto alla piacevole User Experience che avremmo prodotto. Ci siamo riusciti? Pls, fateci avere i vostri suggerimenti partecipando alla conversazione sui social.

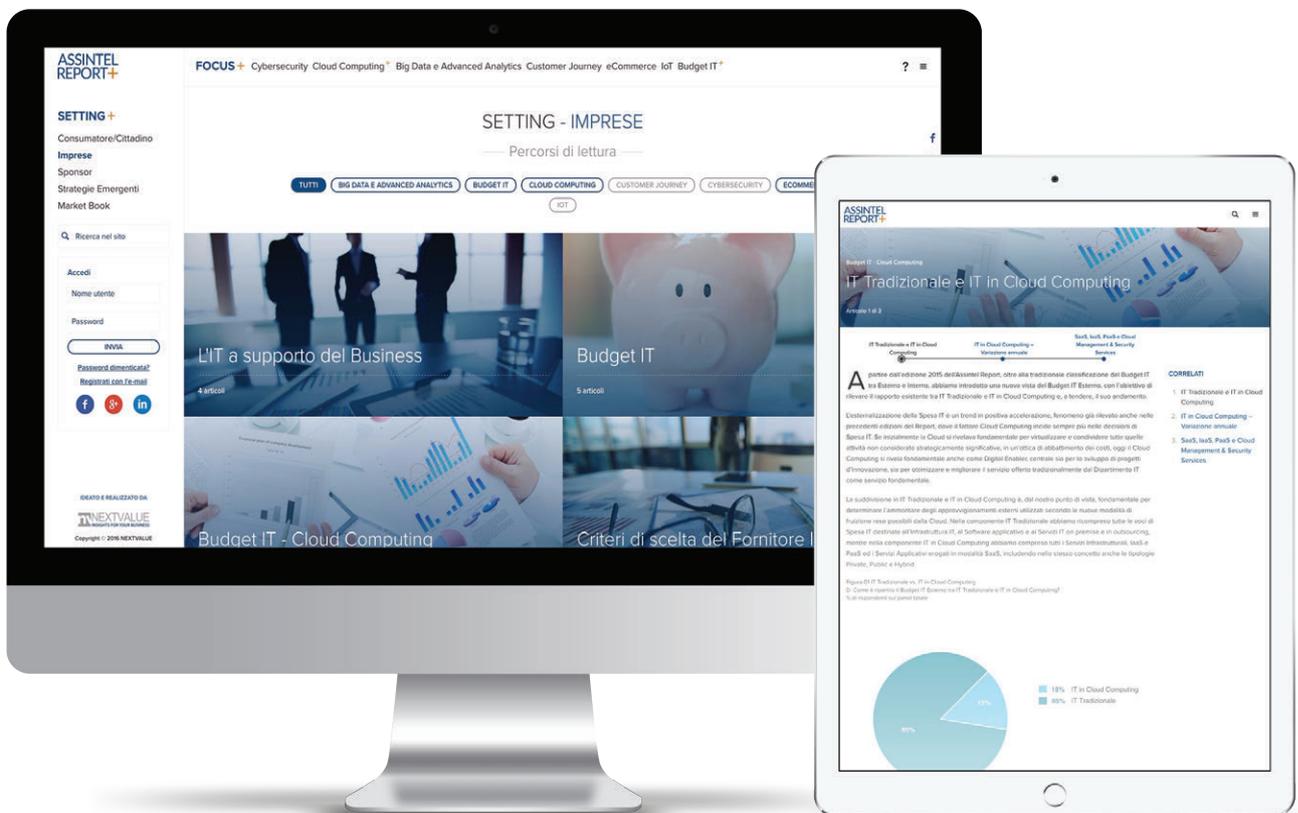
Grazie. Buon lavoro.



Alfredo Gatti
Managing Partner NEXVALUE
Managing Director CIONET Italia



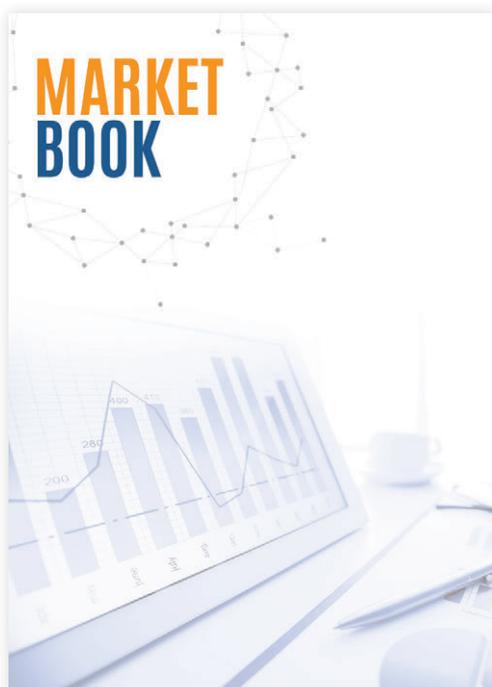
Vai su www.assintelreport.it tramite il QR Code





In questa sezione presentiamo i risultati di sintesi della ricerca indipendente condotta da NEXTVALUE su un panel di 1000 Decisori IT, rappresentativi dell'universo delle imprese end-user che fruiscono di Information Technology, distribuite geograficamente in Italia e nei diversi settori produttivi. Gli argomenti oggetto di approfondimento riguardano le principali aree d'investimento, il rapporto con l'evoluzione delle tecnologie, i fornitori e i principali attori della struttura organizzativa di riferimento ed un drill down sui principali progetti d'Innovazione in azienda per il biennio 2016-2017.

PAGINA 11



In questa sezione proponiamo l'outlook della Spesa IT in Italia e delle sue principali componenti traluardata a fine 2016, secondo la metodologia di valutazione e previsione propria di NEXTVALUE, che privilegia in modo particolare la vista Business a quella Consumer e riserva un'attenzione particolare ai Digital Enabler.

All'interno del Market Book, ogni comparto relativo alla Spesa IT viene declinato nei suoi dati di sintesi in una tabella, corredata da una semplice ed esaustiva rappresentazione grafica e da un breve commento a supporto della consultazione.

PAGINA 75

LA RICERCA SULLA DOMANDA IT IN ITALIA

Scopri di più su www.assintelreport.it



SOMMARIO

Executive Summary	15
La Ricerca sulla Domanda IT in Italia	17
└ Obiettivi e metodologia	17
L'IT a supporto del Business	21
└ Priorità della Funzione IT	21
└ Priorità d'investimento nei prossimi 12 mesi	23
└ Innovazione e IT	27
Budget IT	29
└ Budget IT e Innovazione	29
└ Budget IT e Fatturato	30
└ Budget IT per capitoli di Spesa	33
└ Budget IT: CapEx e OpEx	36
└ IT Tradizionale e IT in Cloud Computing	39
└ Fornitori Tradizionali vs. New Comer	43
Key Relationship	44
└ Il ruolo dell'IT	44
└ Il ruolo del CIO	47
Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled	54
└ Portfolio Progetti IT a supporto del Business 2016-2017	58
└ Numero di progetti di investimento	62
└ Percorsi di Trasformazione Digitale	62

INDICE DELLE FIGURE

TABELLA 01	Panel: classi dimensionali d'impresa	18
FIGURA 00	Composizione del panel per classe dimensionale	19
FIGURA 01	Composizione del panel per settore produttivo	19
FIGURA 02	Priorità della Funzione IT 2016-2017	22
FIGURA 03	Matrice di Attrattività: Priorità d'investimento a 12 mesi - Business	24
FIGURA 04	Matrice di Attrattività: Priorità d'investimento a 12 mesi - IT	25
FIGURA 05	Progetti e Investimenti d'Innovazione	27
FIGURA 06	Budget IT Complessivo: ripartizione per macro-capitolo di Spesa	29
FIGURA 07	Variazione delle componenti di Spesa IT rispetto allo scorso anno	30
FIGURA 08	Budget IT Complessivo: incidenza percentuale media sul Fatturato	31
FIGURA 09	Budget IT Complessivo: variazione percentuale su base annuale	31
FIGURA 10	Budget IT Complessivo: ripartizione per componenti di Spesa	33
FIGURA 11	Budget IT Esterno: ripartizione per componenti di Spesa	34
FIGURA 12	Budget IT Esterno: variazione percentuale delle componenti su base annuale	34
FIGURA 13	Security Management: variazione percentuale su base annuale	36
FIGURA 14	Budget IT Complessivo: ripartizione tra CapEx e OpEx	37
FIGURA 15	IT Tradizionale vs. IT in Cloud Computing	38
FIGURA 16	IT in Cloud Computing: variazione percentuale su base annuale	38
FIGURA 17	IT in Cloud Computing: SaaS, IaaS, PaaS e Cloud Management & Security Services	40
FIGURA 18	Scelta del Fornitore dei progetti di investimento IT dei prossimi 12 mesi	42
FIGURA 19	Criteri di scelta del Fornitore dei progetti di investimento IT nei prossimi 12 mesi	42
FIGURA 20	Come l'IT percepisce l'IT	50
FIGURA 21	Come le LoB percepiscono l'IT	50
FIGURA 22	Spesa IT dell'IT vs. Spesa IT delle LoB	51
FIGURA 23	A chi riporta il Responsabile IT	51
FIGURA 24	Ruolo del Responsabile IT nelle attività strategiche e operative	50

FIGURA 25	Chi incontra chi e quando	51
FIGURA 26	Relazioni tra peer	50
FIGURA 27	Investimenti IT a supporto del Business: Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled	55
FIGURA 28	Progetti IT a supporto del Business: intenzioni e priorità di investimento	56
FIGURA 29	Progetti IT a supporto del Business con priorità medio-alta	57
FIGURA 30	Progetti IT a supporto del Business con priorità bassa	57
FIGURA 31	Investimenti IT a supporto del Business: portfolio progetti Digital Enabler con priorità medio-alta	59
FIGURA 32	Investimenti IT a supporto del Business: portfolio Innovation Accelerator con priorità medio-alta	61
FIGURA 33	Investimenti IT a supporto del Business: portfolio Servizi IT-enabled con priorità medio-alta	61
FIGURA 34	Investimenti IT a supporto del Business: progetti con priorità medio-alta e bassa	62
FIGURA 35	Portfolio progetti Digital Enabler con priorità alta	64
FIGURA 36	Progetti di Big Data e Advanced Analytics con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	71
FIGURA 37	Progetti di Mobile Enterprise con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	71
FIGURA 38	Progetti di Cloud Computing SaaS con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	71
FIGURA 39	Progetti di Cloud Computing IaaS o PaaS con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	71
FIGURA 40	Progetti di Cybersecurity con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	72
FIGURA 41	Progetti di Software Defined Datacenter con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	72
FIGURA 42	Progetti di IoT con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	72
FIGURA 43	Progetti di Customer Journey con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler	72

EXECUTIVE SUMMARY

Da sempre, l'obiettivo dell'Assintel Report è di proporre una vista attuale e moderna dell'Information Technology nel nostro Paese in un formato essenziale, di dare la possibilità di riconnettere i numeri "macro" con alcuni risultati più granulari e, soprattutto, di fornire l'occasione di un confronto sull'interpretazione dello scenario e dei trend di mercato. Da quest'edizione 2016, la Ricerca sulla Domanda IT in Italia segue i trend della Trasformazione Digitale e diventa, a sua volta, digitale.

La versione cartacea della Ricerca presenta gli andamenti della Spesa IT in Italia, illustrando i risultati complessivi emersi dalla parte comune del lavoro del panel, quest'anno esteso ad un totale di ben 1000 Decisori, quasi equamente distribuiti in 509 imprese Top e Medio Grandi e 491 imprese appartenenti alle categorie d'inferiore classe dimensionale.

Sulla piattaforma digitale dell'IT in Italia, www.assintelreport.it, sarà possibile consultare sotto forma di articoli e "percorsi" dedicati, sia l'intera analisi presente in questo capitolo, sia il dettaglio d'impresе Top e Medio Grandi e imprese Medie e Medio piccole.

Gli argomenti oggetto di approfondimento hanno riguardato le aree d'investimento, il rapporto con l'evoluzione delle tecnologie, i fornitori e i principali attori della struttura organizzativa di riferimento. La Ricerca si apre con una vista sulla propensione dell'azienda all'Innovazione e ad un uso strategico dell'Information Technology, con un focus sulle priorità della Funzione IT per il biennio 2016-2017.

Come da tradizione dell'Assintel Report, il deployment di una strategia e l'allocazione del Budget IT sono presentati in dettaglio, dalla quota destinata all'Innovazione all'incidenza percentuale della Spesa IT sul fatturato aziendale, alla suddivisione tra Budget IT Esterno e Budget IT interno. Già dal 2015, inoltre, abbiamo introdotto una nuova vista del Budget IT Esterno, con l'obiettivo di rilevare il rapporto esistente e, a tendere, l'andamento tra IT Tradizionale e IT in Cloud Computing.

Da quest'anno, approfondiamo l'analisi del Budget dedicato al Cloud Computing, vero e proprio abilitatore di nuovi business digitali, nella "classica" suddivisione di SaaS, IaaS, PaaS e, in aggiunta, Cloud Management and Security Services, e introduciamo una nuova suddivisione del Budget IT Complessivo, tra CapEx e OpEx.

Una sezione notevole della Ricerca viene inoltre dedicata alle relazioni del CIO e/o Responsabile IT con il sistema d'Offerta IT, e le dinamiche di scelta del Fornitore tra Tradizionali e New Comer e/o Specializzati di nicchia, ma soprattutto tra Funzione IT e Business aziendale.

Dalla quota del Budget IT sotto il diretto controllo del Direttore dei Sistemi Informativi, al divario percepito tra servizio offerto e servizio richiesto dagli utenti, fino ai ruoli e alle relazioni dei CIO o dei Responsabili IT, all'interno della propria organizzazione, e all'esterno, con i propri peer, questo capitolo della Ricerca approfondisce in dettaglio l'importanza strategica del Decisore IT in azienda.

L'ultima sezione della Ricerca presenta, in maniera completamente inedita, i principali progetti d'Innovazione a budget in azienda nei prossimi 12 mesi con alta priorità, come indicati dai nostri rispondenti. Sono i **Digital Enabler**, iniziative di Cloud Computing, Mobile Enterprise, Cybersecurity, Big Data e Advanced Analytics, IoT, Software Defined Datacenter e Customer Journey; gli **Innovation Accelerator**, ovvero i progetti di Robotics, Additive Manufacturing e 3D Printing, Augmented Reality, Gamification e Blockchain; i **Servizi IT-enabled**, come System Availability, Resilience e Legacy Modernization, dal dettaglio del portfolio progetti d'investimento a budget, al numero di progetti d'Innovazione.

L'analisi che ne consegue fornisce un quadro di sintesi degli investimenti in tecnologie abilitanti, del presente e del futuro, dove il panel, pur con le dovute cautele, funge per la sua rappresentatività da metro di paragone per il mercato italiano.

Il quadro che emerge, nonostante le difficoltà legate anche all'incertezza del contesto economico, è decisamente positivo: anche se con differenti livelli di maturità, le aziende del panel sono impegnate in una roadmap di Trasformazione Digitale, un percorso destinato a creare nuovo valore per il business, grazie a tecnologie e practice digitali.

LA RICERCA SULLA DOMANDA IT IN ITALIA

Come sempre, l'obiettivo dell'Assintel Report è di interpretare i segni del cambiamento ed i trend allo stato nascente e lungo la loro evoluzione, attraverso la puntuale osservazione delle dinamiche di mercato dell'Information Technology. Il nocciolo duro e la parte più importante è, come sempre, il programma di ricerca, che rimane parte anche del nuovo format ed è orientato all'approfondimento della Domanda, mediante il rilevamento delle propensioni agli investimenti delle imprese end-user.

Le informazioni così ricavate e contestualizzate nel quadro economico attuale ed evolutivo delle tecnologie, ci consentono di ricavare lo scenario di tendenza e di descriverlo nelle sue articolate componenti in modo approfondito e di misurarne cause ed effetti, nonché velocità dei trend.

In questo modo consegniamo ai decisori e agli addetti ai lavori non solo feedback atti a confermare e formare il loro *sentiment* sulla situazione di mercato, ma anche indicatori puntuali e di dettaglio che possono facilitare il processo decisionale.

Ai risultati della ricerca dedichiamo quest'anno la presente sezione, che presenta i risultati complessivi del panel di Decisori di 1000 imprese Top, Medie, Medio Piccole e Piccole in Italia, quasi equamente distribuite in **509** imprese Top e Medio Grandi e **491** imprese appartenenti alle categorie d'inferiore classe dimensionale.

Per ulteriori approfondimenti e analisi di dettaglio, rimandiamo i lettori al sito www.assintelreport.it, la nuova piattaforma digitale dell'IT in Italia.

Obiettivi e metodologia

Come nelle precedenti edizioni, la Ricerca sulla Domanda IT in Italia è stata condotta da NEXTVALUE nei mesi di giugno e luglio di questo 2016 e, per la prima volta, ha interessato un panel di 1000 Decisori, che con estrema proattività ha accettato di rispondere a un questionario standard proposto online, ma ha anche rafforzato il proprio contributo lasciando sul Web commenti, opinioni e valutazioni personali. A tutti loro va il nostro sentito Grazie, non solo per il tempo che ci hanno dedicato, ma anche per gli incoraggiamenti ed i preziosi suggerimenti.

Come si è detto, il panel è stratificato anzitutto per dimensione d'impresa, in modo da rappresentare l'universo delle imprese end-user che fruiscono d'Information Technology con capacità di Spesa sufficientemente rilevante, distribuite geograficamente e nei diversi settori produttivi.

Nella selezione del panel e nella sua composizione abbiamo cercato di mantenere una corrispondenza tra mercati e profili con quelli tipicamente di interesse per le imprese associate ad Assintel; dovendo fare necessariamente delle rinunce, abbiamo escluso dal panel le Micro imprese con meno di 10 dipendenti e 2 milioni di Euro di fatturato e la Pubblica Amministrazione Centrale.

CIO e IT manager

sono i nostri interlocutori

La loro inclusione avrebbe sottratto omogeneità al panel stesso e, oltretutto, queste categorie sono normalmente oggetto di ulteriori e specifiche iniziative organizzate da Assintel sul territorio, per cui rimandiamo volentieri ad esse per gli approfondimenti del caso.

L'interlocutore prescelto è il Chief Information Officer (CIO) nel caso di imprese Top e Medio Grandi e l'IT Manager per le imprese sottostanti del panel. La scelta è sulla Figura chiave che può fornire feedback coerenti con gli argomenti proposti e che, normalmente, ha un ruolo "cross" a tutti i settori dell'azienda, quindi in grado di rispondere con maggiore puntualità anche sugli investimenti ed i progetti IT realizzati da altre Funzioni.

Gli argomenti oggetto di approfondimento hanno riguardato le principali aree di investimento, il rapporto con l'evoluzione delle tecnologie, con l'organizzazione aziendale e con i fornitori di riferimento.

Vedremo meglio durante la presentazione dei risultati lo sviluppo dei singoli punti. Teniamo a precisare che le distribuzioni percentuali riportate nel presente rapporto sono di tipo descrittivo, si riferiscono esclusivamente al comportamento degli intervistati e sarebbe arbitrario estendere le rilevazioni dei fenomeni osservati all'intero universo di riferimento. In ogni caso, il panel garantisce una elevata ed autorevole rappresentatività del mercato, sia per i ruoli sia per le imprese che vi fanno parte.

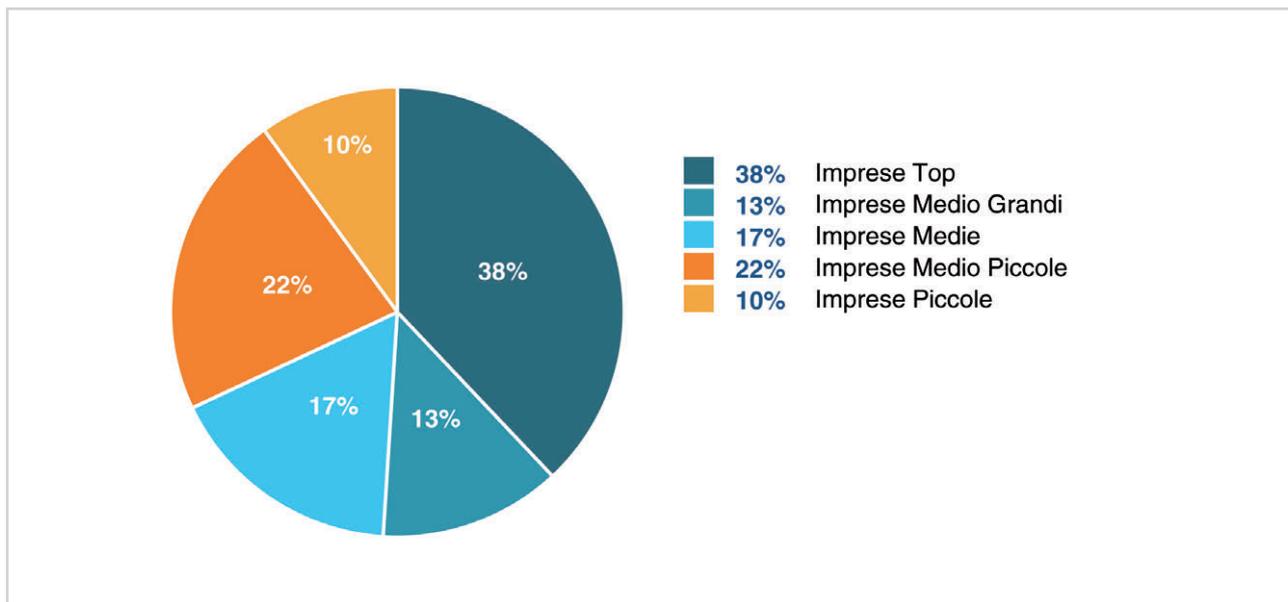
Nel segmentare il panel per dimensione di impresa, facciamo riferimento alla disciplina comunitaria e ai criteri da essi indicati come convenzionali, riportati succintamente in **Tabella 01**. Le **Figure 00** e **01** mostrano rispettivamente la definitiva composizione del panel per dimensione di impresa e la segmentazione per segmento di mercato.

Tabella 01 Panel: classi dimensionali d'impresa

Classe	Range	
Imprese Top	>500 Dipendenti	>250 Milioni di Euro di Fatturato
Imprese Medio Grandi	250-500 Dipendenti	100-250 Milioni di Euro di Fatturato
Imprese Medie	100-250 Dipendenti	50-100 Milioni di Euro di Fatturato
Imprese Medio Piccole	50-100 Dipendenti	10-50 Milioni di Euro di Fatturato
Imprese Piccole	10-50 Dipendenti	2-10 Milioni di Euro di Fatturato
Imprese Micro	<10 Dipendenti	<2 Milioni di Fatturato

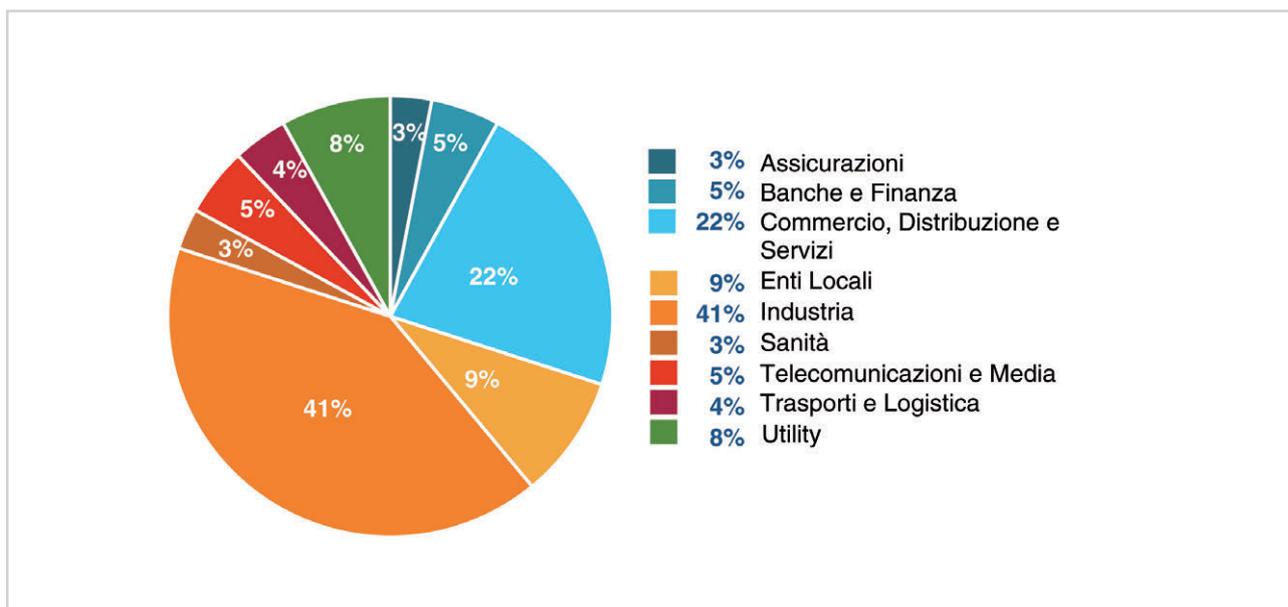
Fonte: NEXTVALUE© - Ottobre 2016

Figura 00 Composizione del panel per classe dimensionale
%, N. imprese del panel totale = 1000



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 01 Composizione del panel per settore produttivo
%, N. imprese del panel totale = 1000



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Come già anticipato il numero complessivo delle imprese Top (**38%**) e delle Imprese Medio Grandi (**13%**) è di poco superiore a quello delle imprese Medio Grandi (**17%**), Medio Piccole (**22%**) e Piccole (**10%**).

Questa rimodulazione rispetto agli anni passati, in cui il numero complessivo delle imprese coinvolte era pari a 500, ci permette di disporre di un panel di Decisori ancora più rappresentativo dello scenario in Italia e di mettere a fuoco i gruppi di imprese su cui gli operatori dell'Offerta IT, sia locali sia globali, concentrano oggi i loro maggiori sforzi.

Nella scelta dei nominativi specifici di coloro che poi hanno partecipato al panel è stata posta una specifica cura per includere, da un lato, i big spender, soprattutto rappresentati dai best in class delle singole Industry di appartenenza e, dall'altro, tra le aziende a minore dimensione, quelle segnalatesi in anni recenti per capacità di crescita e di Innovazione, insomma i big spender del futuro.

L'IT A SUPPORTO DEL BUSINESS

La tecnologia è la moneta con cui la Funzione IT crea valore per il Business. Con gli effetti disruptive indotti dalla Trasformazione Digitale, obiettivi e priorità dell'Information Technology mutano con le necessità di mercati ed ecosistemi di business in cui il digitale diventa protagonista. In questa sezione analizziamo nel dettaglio come e dove l'IT contribuisce ad apportare Innovazione nel processo di digitalizzazione delle imprese, insieme con la fornitura di servizi core per il Business aziendale.

Priorità della Funzione IT

In **Figura 02** presentiamo le principali priorità della Funzione per le 1000 imprese che compongono il nostro panel, per l'anno in corso e per il 2017. Per il **50%** dei rispondenti, resta prioritario nel 2016 concentrarsi sul miglioramento delle performance, per acquisire ancora maggiore "agilità" nei processi di business. La stessa risposta perde invece importanza con riguardo al 2017, dove rimane elemento prioritario solo per il 40% dei rispondenti.

Semplificare e standardizzare i sistemi informativi esistenti costituisce le fondamenta anche per innovare e ottimizzare i processi di business esistenti (**49%**), sempre nell'ottica di fornire al Business aziendale il supporto necessario per l'Innovazione, eliminando in primis le ridondanze del passato, priorità che rimane stabile anche per il 2017, con una decrescita di un solo punto percentuale (**48%**). Proprio allineare l'Information Technology alle necessità del Business per supportarne la strategia viene indicato dal **45%** dei rispondenti come la terza priorità in ordine di frequenza per l'anno in corso, sempre indicato come elemento prioritario anche per i dodici mesi a seguire (**48%**).

Da un punto di vista puramente tecnologico, è la Cybersecurity (**38%**) a costituire uno dei principali punti d'interesse dell'agenda dei Responsabili IT, a dimostrazione che il rischio informatico è sempre più rilevante nella gestione quotidiana della Funzione IT. Il presidio della sicurezza delle informazioni cresce di un punto percentuale (**39%**) anche per il 2017.

Se il **37%** del panel vede ancora come prioritario per quest'anno la riduzione dei costi legati all'IT, sempre in ottica di ottimizzazione ed efficientamento, s'intravedono comunque segnali positivi da qui a 12 mesi: abbassare i costi legati all'IT sarà ancora una priorità solo per il **31%** dei rispondenti, facendo ben sperare in una diminuzione dei tagli all'Information Technology, fenomeno aggravato dalla crisi economica del 2008 che ormai perdura da troppi anni. La compliance a norme e regolamenti, sempre imprescindibile, riveste un ruolo prioritario per circa un quarto dei rispondenti (**24%**), stabile anche per il 2017 (**23%**).

Anche se occupano i posti più bassi nella scala delle priorità del nostro panel, vogliamo segnalare come l'introduzione di nuove revenue stream connesse alla Trasformazione Digitale (12%) e l'Internet of Things (8%) presentino il più alto tasso di crescita a 12 mesi, in entrambi i casi pari all'8%, elemento che, nel caso dell'IoT porta persino a raddoppiarne il valore percentuale.

In conclusione, mentre molte priorità rimangono ovviamente invariate per l'IT, crescono invece in previsione gli elementi legati all'Innovazione strategica della propria impresa, tramite l'uso della tecnologia.

Figura 02 Priorità della Funzione IT 2016-2017

% di rispondenti sul panel totale, Risposte multiple

D: Quali sono le tre priorità della Funzione IT per l'anno in corso? Quali prevede saranno il prossimo anno?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Priorità d'investimento nei prossimi 12 mesi

Prendiamo ora in esame tutti gli investimenti che le imprese intendono mettere a portfolio per il prossimo anno, tramite la Matrice di Attrattività a 12 mesi delle 1000 imprese del panel. Coloro che ci seguono da tempo conoscono il significato della Matrice di Attrattività, da sempre una delle caratteristiche distintive dell'Assintel Report. Tuttavia, quest'anno introduciamo un elemento differenziante nella suddivisione delle priorità d'investimento IT a supporto della strategia di Business dalle priorità d'investimento del singolo Dipartimento IT, per meglio evidenziare quali tecnologie sono trasversali e fondamentali per l'intera struttura organizzativa, e quali sono invece in primis legate alla gestione del Dipartimento IT stesso.

Cominciamo quindi la nostra analisi dalla Matrice di Attrattività che descrive gli investimenti tecnologici indicati come prioritari per la strategia aziendale [Figura 03]. Come sempre, iniziamo dall'area di **Enigma**, dove si posizionano investimenti che, per loro natura, non sono applicabili a tutte le tipologie d'impresa, o fanno parte di aree emergenti di cui è ancora difficile valutare rilevanza e velocità di sviluppo.

In questo quadrante possiamo identificare investimenti specifici in tecnologie digitali di seconda generazione, come l'Augmented Reality, che rappresentano la base per la realizzazione di nuove applicazioni che mettono al centro la User Experience. Il successo quasi maniacale dell'applicazione Pokèmon Go di Nintendo fa comunque presagire le potenzialità degli sviluppi di questa tecnologia a livello mass-market, anche senza dover ricorrere a visori per la realtà aumentata, come quelli in via di sviluppo in casa Facebook e Google.

Con intenzioni e priorità decisamente basse, individuiamo le tecnologie Robotics, il cui interesse risulta ancora decisamente marginale, insieme a Additive Manufacturing e 3D Printing, un cluster di tecnologie che comprende diversi livelli di complessità attraverso anche diverse industrie, dalla prototipazione alla piccola produzione di prodotti personalizzati. I progetti legati al Cognitive Computing, l'evoluzione dei sistemi computazionali verso le reti neurali, il pensiero umano e l'aumento della capacità di calcolo, si collocano in questo quadrante, così come i progetti di Gamification, per la realizzazione di esperienze user-centriche.

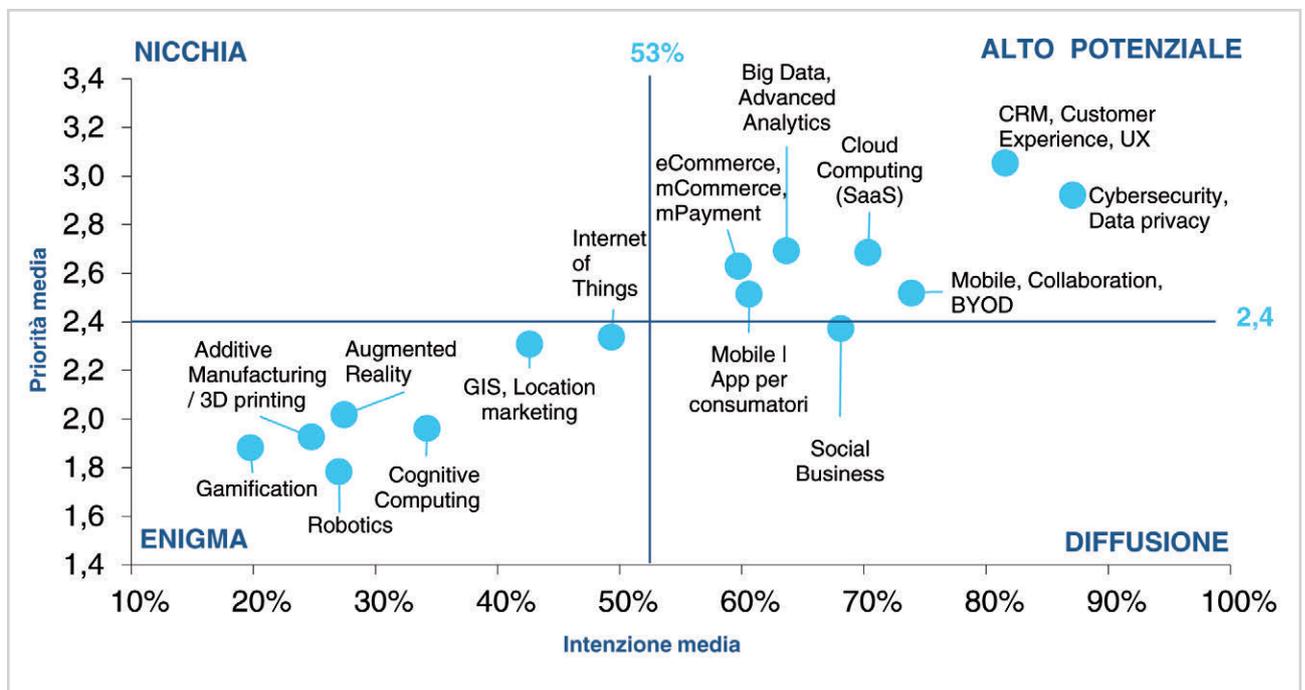
Anche l'Internet of Things si trova in Enigma, ancora in fase di early adoption da parte delle imprese del nostro panel, pur distinguendosi dagli altri elementi del quadrante per livello di Priorità e Intenzione. Ci aspettiamo che l'IoT acquisti sia maggiore priorità, sia maggiore intenzione nei prossimi 24 mesi, come dimostrato anche dal fatto che, prendendo in esame solo il panel composto dalle imprese Top e Medio grandi, l'Internet delle Cose si posiziona addirittura in Alto Potenziale.

I Sistemi Informativi Geografici, GIS e di Location Marketing si posizionano sempre nel quadrante di Enigma: l'ampliamento della disponibilità di dati e la loro correlazione geografica, nonché la rapida evoluzione delle tecnologie geospaziali, rendono questo segmento particolarmente interessante per il business dell'azienda, in particolare per quanto riguarda il Location Marketing, per presentare offerte personalizzate al consumatore finale e tracciarne posizione e attività.

Quasi a cavallo tra il quadrante di **Nicchia** ed il quadrante Alto Potenziale si posizionano gli investimenti relativi a tecnologie di eCommerce, mCommerce e mPayment. Il canale online si configura sia come canale aggiuntivo per approcciare il Cliente, sia come business aggiuntivo a tutti gli effetti, e mantiene il suo interesse per molte imprese italiane che, specialmente nel caso siano di piccole e medie dimensioni, spesso non colgono appieno le potenzialità offerte dal commercio elettronico per il Made in Italy.

Per il resto, il quadrante di Nicchia rimane sostanzialmente spopolato per questo 2016, mentre particolarmente abitato risulta invece il quadrante **Alto Potenziale**, che racchiude i progetti di maggiore interesse e rilevanza per le aziende del panel. A tal riguardo, le tecnologie di Customer Relationship Management e di User e Customer Experience occupano una posizione elevata per Intenzione e Priorità, a segnalare la centralità che il cliente assume nell'era digitale in termini d'incremento della relazione e della fiducia nei confronti del brand: un cliente soddisfatto della sua esperienza è anche una garanzia del mantenimento di un determinato flusso di ricavi.

Figura 03 Matrice di Attrattività: Priorità d'investimento a 12 mesi - Business



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

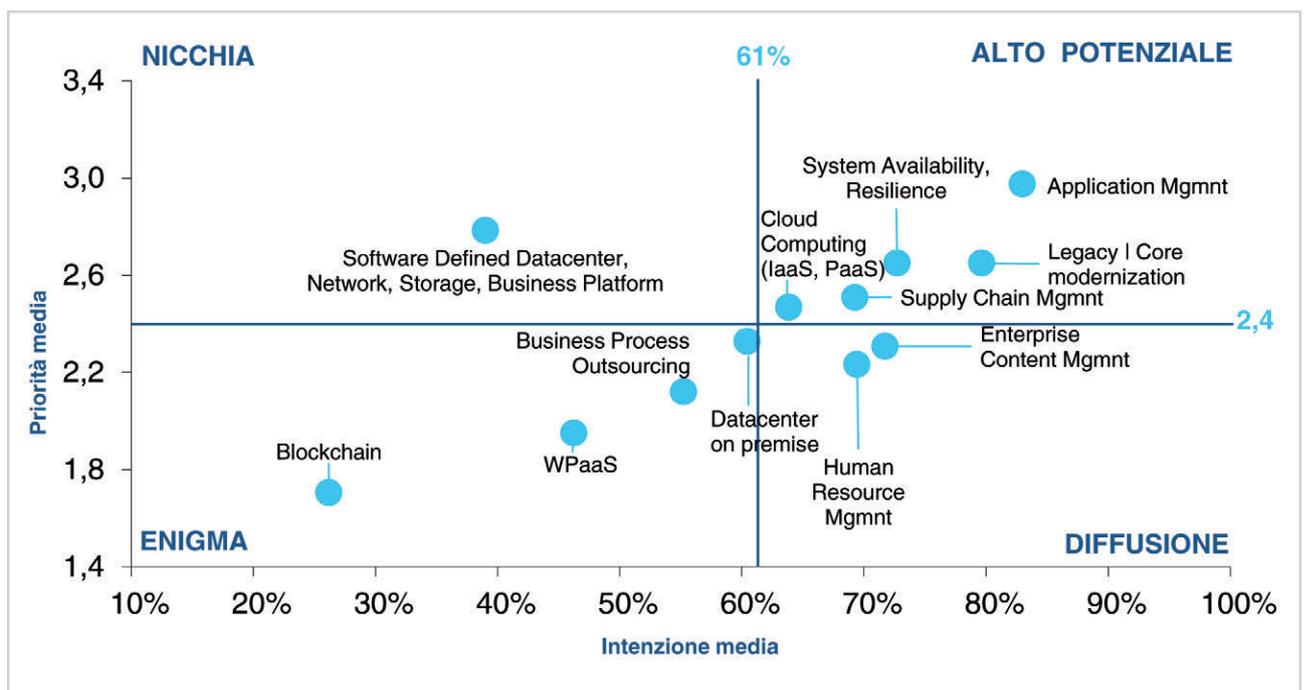
Proprio la grande quantità di dati, molti relativi alla propria clientela, ormai presenti in azienda, così come la nuova normativa vigente dell'UE in tema di protezione dei dati, esprimono sempre più la necessità di dotarsi di strumenti di Cybersecurity e Data privacy, sempre in Alto Potenziale, e di tecnologie di Big Data e Advanced Analytics, per l'individuazione di pattern rilevanti per il Business. Importante anche a fini operativi il Cloud Computing SaaS, per la virtualizzazione di servizi applicativi.

Il Mobile, sia sul versante Enterprise, sia per quanto riguarda lo sviluppo di App rivolte al consumatore finale, rimane sempre un investimento chiave per le imprese del panel, così come nel quadrante **Diffusione**, i progetti legati al Social Business (Digital Marketing, Multicanalità e Social Media), fondamentali per accrescere il coinvolgimento di importanti stakeholder, come partner, dipendenti e, non certo in ultima istanza, consumatori finali.

In questa edizione 2016, in **Figura 04** abbiamo inoltre voluto approfondire specificamente le priorità d'investimento del Dipartimento IT aziendale con destinazione d'uso riservata allo stesso Dipartimento IT, identificando strumenti e tecnologie ritenuti prioritari per fornire alle Linee di Business un servizio rilevante per le necessità dettate dal mercato di riferimento.

Nel quadrante di **Nicchia**, con bassa intenzione ma alta priorità, si posizionano i Software Defined Datacenter, Network Storage, IaaS e PaaS e Business Platform.

Figura 04 Matrice di Attrattività: Priorità d'investimento a 12 mesi – IT



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

La virtualizzazione dell'hardware aziendale, erogato invece da remoto in modalità as a service che comprende server, storage, network, CPU e security, acquista sempre maggiore priorità per offrire più flessibilità alla struttura aziendale.

Nel quadrante **Enigma**, con bassa priorità e bassa intenzione, sono posizionate le tecnologie emergenti come Blockchain, una tipologia di distributed database nata all'interno dell'universo Bitcoin, ma le cui potenzialità sembrano andare ben al di là del settore finanziario, tra cui la gestione dei Big Data generati tramite dispositivi interconnessi.

Anche il Workplace as a Service ed altri progetti legati più in generale alla standardizzazione degli end-point, si collocano in questo quadrante. Il Business Process Outsourcing abita il quadrante di Enigma: l'esternalizzazione di processi legati all'IT, vista la natura chiave di alcuni dei servizi forniti per il corretto svolgimento delle attività di Business, non trova una diffusione particolarmente estesa all'interno delle risposte del nostro panel. Progetti di Human Resource Management si collocano invece nel quadrante di **Diffusione**, con un livello di Priorità vicino alla media della nostra Matrice di Attrattività, a indicare come l'importanza di dotarsi di strumenti e metodologie di gestione delle risorse umane e dei processi collegati sia ampiamente diffusa e ormai considerata necessaria all'interno della Funzione IT.

Anche Datacenter on Premise e strumenti di Enterprise Content Management sono indicati dai nostri rispondenti come ormai stabilmente collocati nel quadrante Diffusione. Non stupisce invece che a popolare il quadrante di **Alto Potenziale** siano invece progetti di efficienza operativa, una delle funzioni chiave del Dipartimento IT. Sempre maggiore importanza viene ricoperta da investimenti in strumenti e applicativi di Supply Chain Management, per fornire un alto livello di servizio al maggior numero di clienti. I progetti infrastrutturali legati a Cloud Computing IaaS e PaaS permettono inoltre alle organizzazioni di sviluppare applicativi con maggiore flessibilità. In questo quadrante si posizionano anche progetti per la gestione dei sistemi informativi fondamentali per garantire al Business un servizio più vicino alla dinamicità di un mercato digitale, preservando ovviamente anche stabilità e sicurezza: System Availability e Resilience, Legacy e Core Modernization.

Pivotale alle attività del Dipartimento IT, i progetti di Application Management per la gestione e la manutenzione esternalizzata delle applicazioni, si collocano nel punto più alto del quadrante di Alto Potenziale, con intenzione e priorità d'investimento elevata.

In conclusione, le priorità d'investimento del Dipartimento IT per il Business aziendale si concentrano primariamente in progetti afferenti alla Trasformazione Digitale ed a tecnologie innovative, mentre fondamentali per la stessa Funzione rimangono le iniziative volte a migliorare l'efficienza operativa, anche tramite la ricerca di maggiore flessibilità e scalabilità tramite progetti di virtualizzazione ed esternalizzazione.

Innovazione e IT

Fino ad ora, nelle nostre Matrici di Attrattività, abbiamo evidenziato i progetti ritenuti prioritari dal nostro panel di 1000 aziende. Per approfondire la nostra analisi, evidenziamo ora quali tra gli investimenti tecnologici sviluppati trasversalmente per la digitalizzazione delle Linee di Business sono considerati come progetti d'Innovazione dall'organizzazione.

Come mostrato in **Figura 05**, il nostro panel indica tra i primi sei progetti d'Innovazione alcuni tra i principali fattori componenti l'insieme dei Digital Enabler, elementi IT abilitanti la Trasformazione Digitale: Customer Journey, Big Data e Advanced Analytics, Cloud Computing, Internet of Things, Mobile Enterprise.

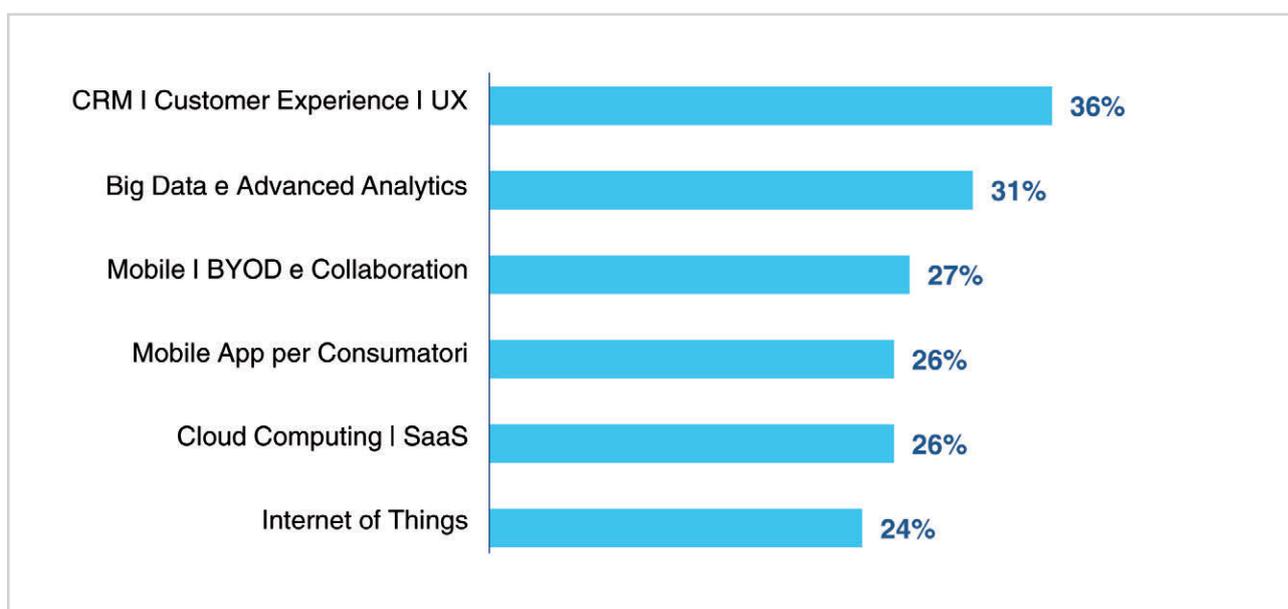
Al primo posto, figurano le tecnologie di CRM e per la creazione di Customer e User Experience (**36%**): potrà anche sembrare scontato, ma in un mercato affollato da numerosi concorrenti e incumbent, la centralità e l'attenzione al cliente diventano fondamentali come mai in precedenza. Tecnologie e practice di Customer Relationship Management abilitano quindi una maggiore comprensione del cliente e un miglior presidio delle conversazioni e dei punti di contatto con la clientela target.

Migliorare la Customer Experience permette al cliente finale di godere di migliori esperienze di acquisto, fruizione e navigazione, anche tramite dinamiche di personalizzazione, mentre, in un gioco quasi a somma zero, permette all'impresa di ottenere maggiori informazioni aggregate sui propri segmenti di clientela.

Figura 05 Progetti e Investimenti d'Innovazione

% di rispondenti sul panel totale, Risposte multiple

D: Quali tra i seguenti progetti IT vengono considerati Progetti d'Innovazione dalla sua azienda?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Proprio la necessità di trarre informazioni rilevanti da grandi quantità di dati “non strutturati” viene evidenziata dalla crescente adozione di tecnologie e strumenti di Big Data e Advanced Analytics, come dichiarato dal **31%** dei rispondenti. L'utilizzo di strumenti avanzati di Analytics è un progetto che nasce implementato dall'IT ma, come nel caso del CRM, viene utilizzato in maniera trasversale da numerose Funzioni aziendali, dal Marketing, alle Vendite, fino alla Produzione ed alla Logistica. Il Mobile continua a rivestire un ruolo chiave tra i progetti IT a supporto del Business aziendale: vengono considerati come innovativi dal **27%** del panel tutte le iniziative legate al Mobile Enterprise, dal BYOD ai sistemi di Collaboration interni, fino alle Applicazioni core su mobile. Un buon sistema di collaborazione aziendale, abilitato da una corretta strategia mobile, consente a ciascun collaboratore d'interagire virtualmente con i propri colleghi e condividere conoscenze, idee e informazioni, fattori che sempre più frequentemente contribuiscono a formare una visione univoca dell'organizzazione anche agli occhi del cliente finale, con benefici anche dal punto di vista della produttività e della flessibilità aziendale.

Consapevoli di questi vantaggi lo sono sempre più anche le Piccole e Medie imprese, dove ragionevolmente l'adozione di queste soluzioni viene indicata come “Progetto d'Innovazione”. L'altro versante della Mobility aziendale, Mobile e App per consumatori (che includiamo nel macro-cluster Customer Journey), segue con un distacco di un punto percentuale (**26%**). Il Mobile viene sempre più identificato dalle aziende come punto di contatto fondamentale con la clientela finale, difficilmente ignorabile sia per numero e tempi di utilizzo dei dispositivi mobili da parte del mercato consumer, sia per le caratteristiche che lo differenziano da altri touchpoint, come ubiquità e semplicità d'utilizzo per l'utente finale.

Sempre con il **26%**, il Cloud Computing SaaS ricopre il ruolo di Enabler di altri importanti progetti d'Innovazione, garantendo la flessibilità e la rapidità necessari all'organizzazione.

All'interno dei primi sei progetti d'Innovazione entra a pieno titolo anche l'Internet of Things (**24%**), in particolare presso il cluster di imprese Top e Medio Grandi dei nostri 1000 rispondenti. Un trend decisamente interessante, che conferma la graduale ascesa dell'IoT e dell'Industria 4.0, perlomeno in progetti pilota in differenti Funzioni aziendali.

Ovviamente, il nostro panel è composto da un insieme disomogeneo di aziende rispondenti, anche se quasi equamente divise tra imprese Top e Medio Grandi e imprese Medie e Piccole, facendo sì che la distribuzione dei progetti d'Innovazione spazi da tecnologie più o meno mature, ma ancora scarsamente diffuse nelle organizzazioni di minori dimensioni, fino all'utilizzo di tecnologie maggiormente innovative e progetti che richiedono lo stanziamento di budget IT consistenti per le aziende di maggiori dimensioni. Rimandiamo quindi agli articoli sulla nuova piattaforma digitale dell'IT www.assintelreport.it per ulteriori approfondimenti per classe dimensionale d'impresa.

BUDGET IT

Budget IT e Innovazione

Ovviamente, non è possibile “fare Innovazione” in azienda senza un budget specificamente dedicato alla crescita ed al mantenimento della stessa. L’obiettivo che ci proponiamo ora, come da tradizione dell’Assintel Report, è di valutare la propensione delle imprese del panel rispetto all’investimento IT e di dedurre una proiezione nei prossimi 12 mesi. Il Budget IT Complessivo, ovvero tutto ciò che l’organizzazione IT spende al suo interno per infrastruttura, addetti e canoni, investimenti e acquisto di servizi esterni è il nostro principale metro di analisi.

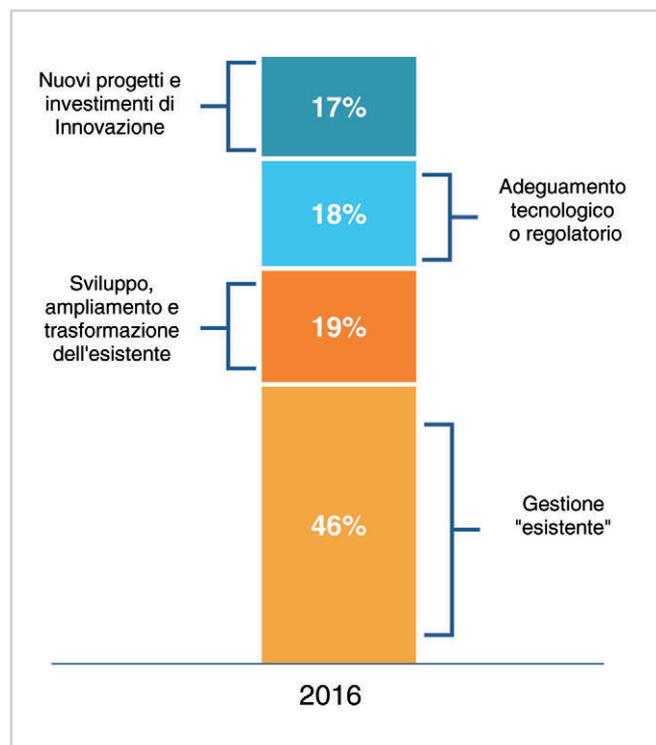
Il primo dato molto significativo è la destinazione del Budget per quattro finalità: Gestione dell’IT esistente, che comprende il funzionamento e la manutenzione dell’attuale Infrastruttura Tecnologica e dei Servizi attuali, Adeguamento tecnologico o regolatorio, per tenere aggiornati e adeguare Infrastruttura e Servizi ai cambiamenti regolatori e di legge, lo Sviluppo, l’ampliamento e la trasformazione dell’esistente, per ampliare, potenziare

e modernizzare ciò che già esiste e, infine, i Nuovi progetti e investimenti d’Innovazione. La ripartizione percentuale delle risposte è riportata in **Figura 06**.

Figura 06 Budget IT Complessivo: ripartizione per macro-capitolo di Spesa

% media di investimento, panel totale

D: Qual è la ripartizione percentuale del Budget IT Esterno per componenti di Spesa?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

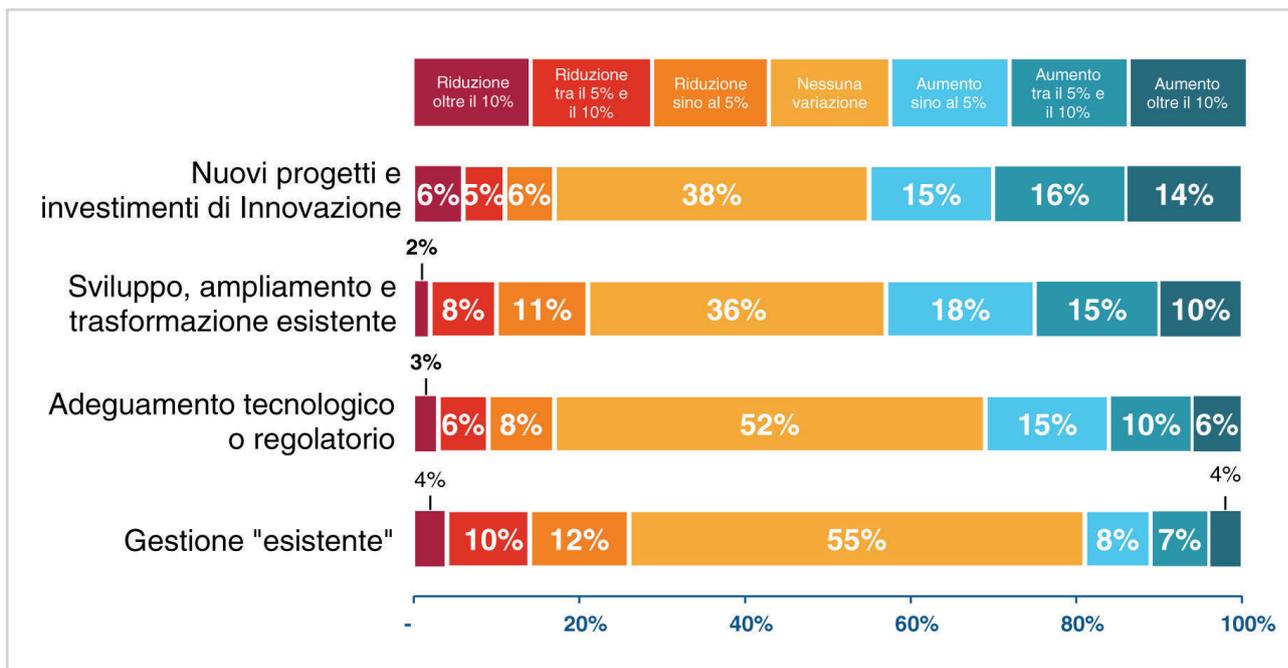
Com'è ragionevole immaginarsi, la maggioranza degli investimenti si concentra obbligatoriamente nelle voci di Spesa IT considerati “non discrezionali”, Gestione dell’esistente (**46%**) e Adeguamento tecnologico o regolatorio (**18%**), che complessivamente costituisce quindi il **64%** dello stanziamento complessivo.

Il restante **36%** rappresenta la quota di Spesa IT “discrezionale” a disposizione dei Responsabili IT del panel per lo sviluppo e l’Innovazione, in cui spicca proprio il valore medio del **17%** legato a Nuovi progetti e investimenti d’Innovazione, positivo anche per dare continuità allo sviluppo del ruolo strategico ricoperto dal Dipartimento IT nella propria organizzazione.

Inoltre, il 45% dei rispondenti dichiara un aumento anno su anno, di cui il 14% oltre la quota del 10%, contro solo un 17% costretto alla riduzione, come mostrato in **Figura 07**, che propone nel dettaglio i dati di variazione su base annua relativamente agli ultimi 12 mesi.

Figura 07 Variazione delle componenti di Spesa IT rispetto allo scorso anno

% di rispondenti sul panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Un ulteriore **43%** rafforza i Budget per lo Sviluppo, l'ampliamento e la trasformazione, anche se il 21% dei rispondenti dichiara riduzione in questa quota. Se l'Adeguaemento tecnologico o regolatorio vede un aumento complessivo del **31%** ed una contrazione solo pari al 17%, a registrare la minor crescita annua è invece la quota di budget destinata alla Gestione dell'esistente.

La crescita della quota d'Innovazione, secondo quanto dichiarato dal panel, delinea comunque uno scenario positivo anche per il sistema di Offerta, ma consiste anche in un *must have* per rimanere competitivi nella "Nuova" Era Digitale.

Budget IT e Fatturato

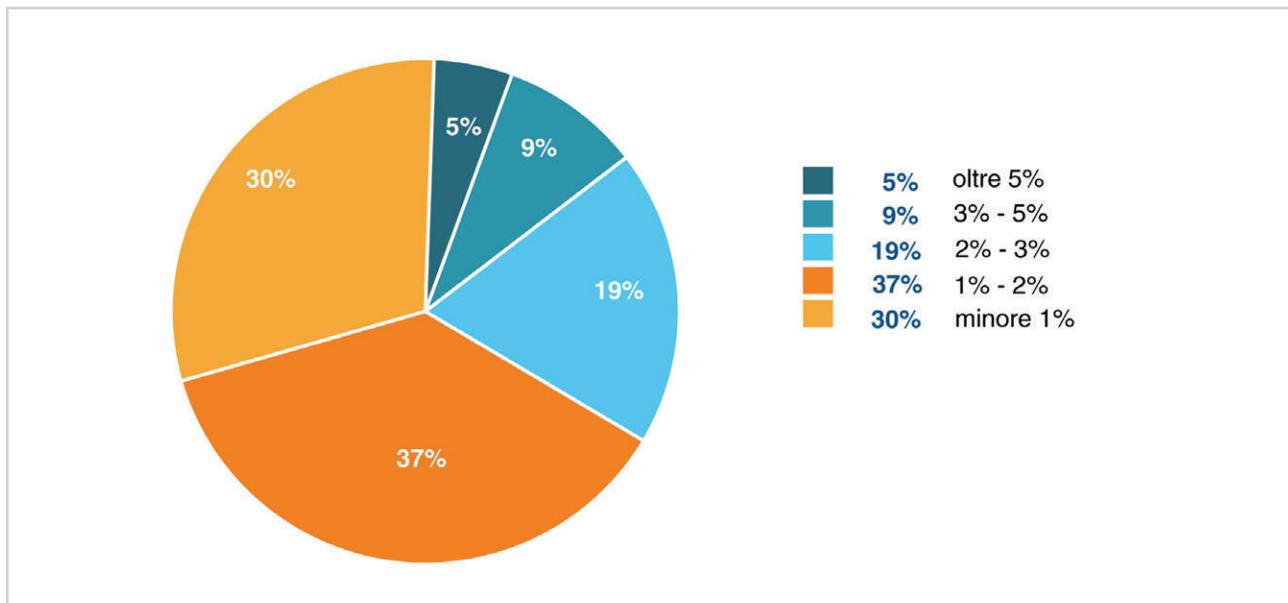
L'analisi del Budget IT allocato dalle imprese end-user è da sempre uno degli elementi distintivi dell'Assintel Report, e rimane focus fondamentale anche per questa nuova edizione "+", con qualche vista aggiuntiva.

Abbiamo introdotto l'analisi del Budget IT Complessivo per analizzarne la ripartizione per finalità di Spesa nel precedente paragrafo, elemento che ora riportiamo invece con il turnover d'impresa, KPI universalmente riconosciuto per verificare l'incidenza percentuale media, e quindi l'importanza dell'Information Technology nell'intera organizzazione.

Figura 08 Budget IT Complessivo: incidenza percentuale media sul Fatturato

% di rispondenti sul panel totale

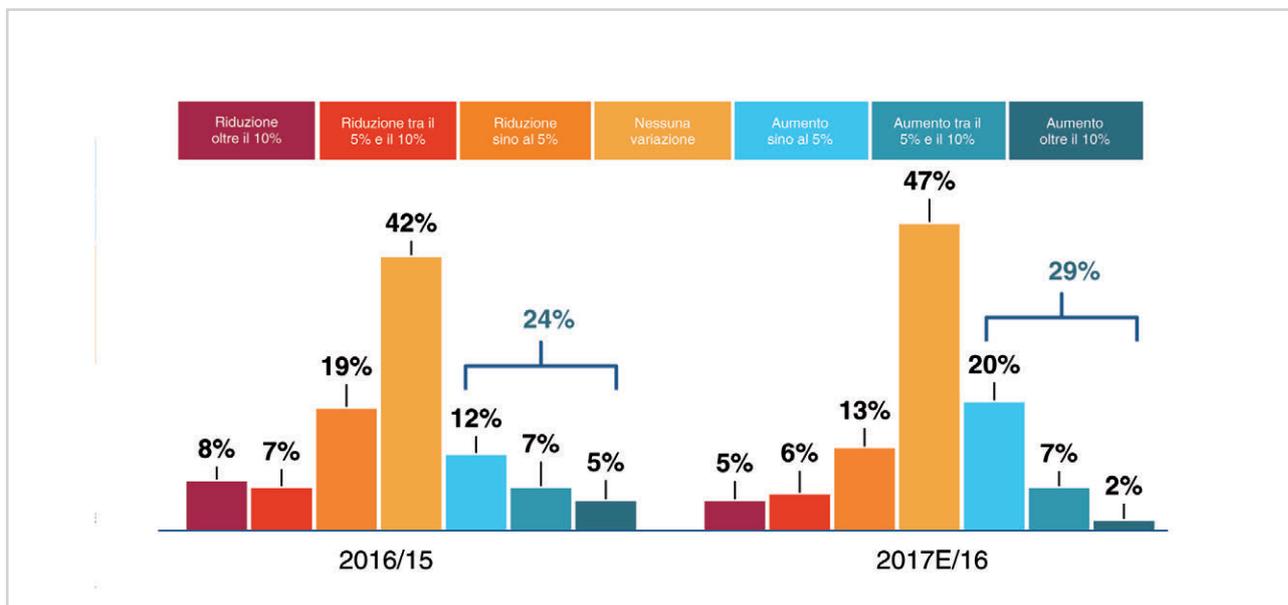
D: Qual è l'incidenza media attuale del Budget IT Complessivo sul Fatturato dell'azienda?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 09 Budget IT Complessivo: variazione percentuale su base annuale

%, N. imprese del panel totale = 1000



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Dal Budget IT Complessivo sfuggono alcune iniziative controllate dalle LoB

Le imprese considerate *best in class*, ovvero in cui il Budget IT Complessivo supera il 3% del fatturato, costituiscono ben il **14%** del nostro panel di 1000 imprese, e ben il 5% dei rispondenti valuta la Spesa IT della propria organizzazione superiore al 5% del fatturato [Figura 08].

A queste valutazioni positive dobbiamo evidenziare che il **30%** del panel indica un valore che non raggiunge l'1% del fatturato, risultato decisamente carente nell'attuale contesto competitivo, in cui la tecnologia diventa fattore abilitante fondamentale, per tutte quelle aziende in cui il core business non si limita alla produzione di commodity. A questo cluster si somma un folto gruppo (**37%**), in cui il Budget oscilla in valori mediamente bassi, compresi tra l'1% ed il 2% del fatturato aziendale, anche se un 19% di rispondenti si posiziona in una situazione di maggiore respiro, con Budget compresi tra il 2% ed il 3% del giro d'affari.

In **Figura 09** abbiamo inoltre chiesto ai 1000 Responsabili IT del panel il grado di variazione del Budget IT Complessivo 2016 rispetto alla dimensione 2015, e il grado di variazione atteso in prospettiva per il 2017. Dalle risposte forniteci possiamo evidenziare una sostanziale situazione di "stasi" rispetto all'anno precedente, in cui il Budget IT rimane nel **42%** dei casi invariato rispetto al 2015. Tuttavia, il **34%** dei rispondenti indica un decremento della quota di Spesa disponibile, anche se per lo più limitata ad una riduzione fino al 5%, mentre è stato registrato un incremento delle voci di Spesa IT complessivamente pari al **24%**.

I Responsabili IT intravedono un quadro maggiormente positivo per il 2017, con una sostanziale diminuzione del 10% delle quote di Budget in decrescita, ed al contempo prevedono che il Budget IT Complessivo, dal 5% ad oltre il 10%, crescerà in maniera aggregata dal 24% al 29%.

I dati relativi al 2016 sembrano delineare uno scenario di "autoconservazione" delle voci di Spesa dedicate all'IT, e possono quindi far pensare ad una battuta di arresto nel processo d'Innovazione delle imprese italiane.

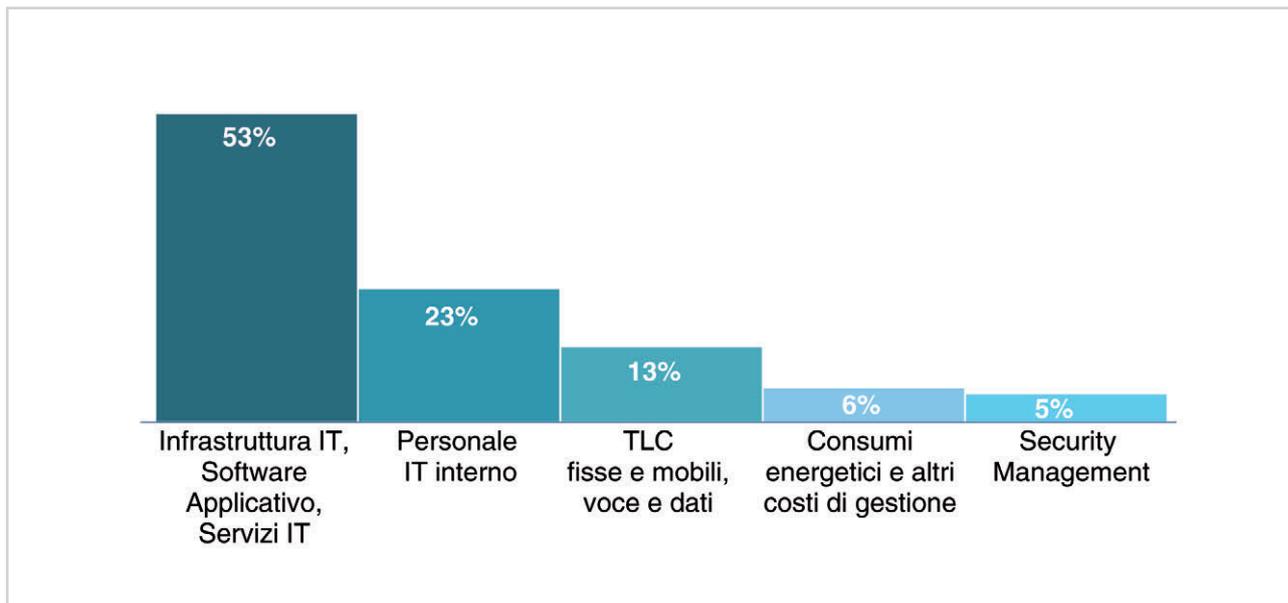
Nel corso degli ultimi anni, la pervasività del digitale all'interno delle strutture aziendali ha fatto sì che gli investimenti in Tecnologia e Innovazione si siano diffusi trasversalmente all'interno della struttura organizzativa facendo sì che, come vedremo in seguito, gli stessi Direttori IT ammettono di non avere completa ownership di tutti i progetti tecnologici in atto nella propria organizzazione. Il Budget IT Complessivo dichiarato quindi dal Direttore IT può ragionevolmente escludere altre iniziative sotto il diretto controllo di altre Figure aziendali.

Questo a ulteriore dimostrazione di come l'IT in azienda non possa costituire una Funzione accessoria, ma debba consistere in un insieme di Servizi abilitanti processi, azioni e comportamenti aziendali, pena il rischio di "malfunzionamenti" nell'intero business aziendale.

Figura 10 Budget IT Complessivo: ripartizione per componenti di Spesa

% media di investimento, panel totale

D: Fatto 100 il Budget IT Complessivo del 2016, come è suddiviso tra le seguenti componenti?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Ovviamente, questa analisi si riferisce all'intero panel di 1000 imprese, senza distinzione per classe dimensionale. Vogliamo quindi evidenziare come la dimensione aziendale influenzi in maniera notevole sulle modalità con cui vengono prese le decisioni in merito all'IT, dove ci aspettiamo che in imprese Top e Medio Grandi, per inerenti complessità organizzative, si associ una maggiore concentrazione verso le fasce superiori d'incidenza media sul fatturato.

Rimandiamo comunque alla piattaforma www.assintelreport.it per l'analisi di dettaglio relativa alle differenti categorie d'impresa.

Budget IT per capitoli di Spesa

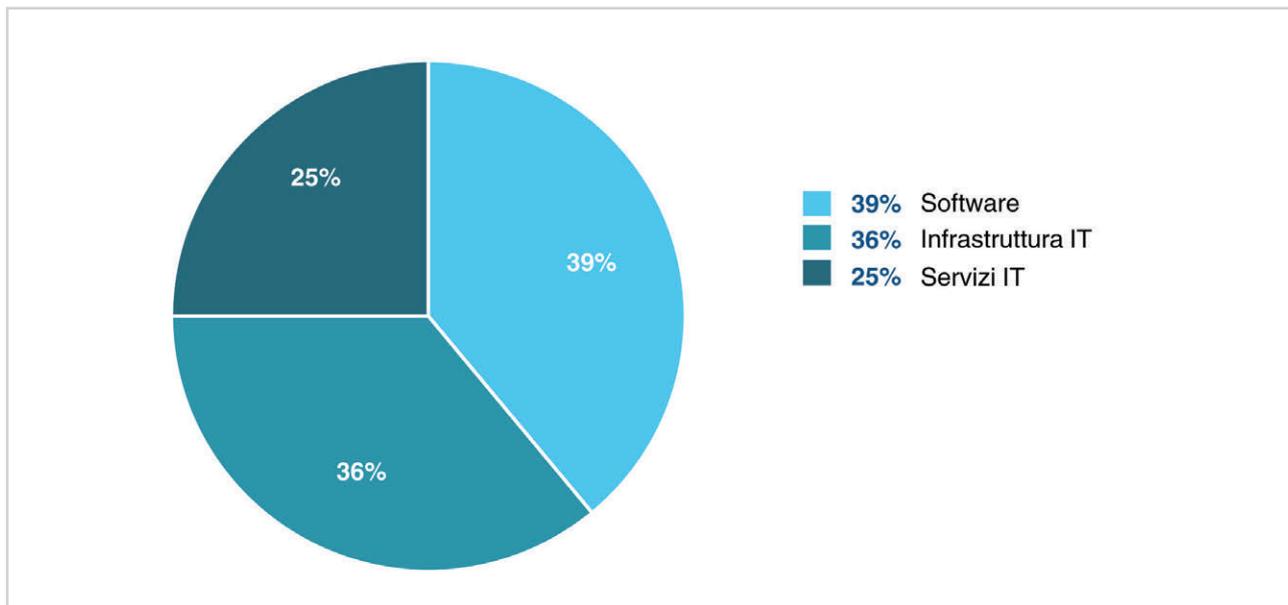
In questo paragrafo ci concentriamo su un'analisi più approfondita dei capitoli di Spesa IT, tramite un opportuno drill down delle voci di Spesa correlate e, successivamente, delle voci di Spesa di Capitale (CapEx) e di Spesa Operativa (OpEx). Il primo riscontro del nostro panel è relativo alla suddivisione percentuale per macro-voce, ovvero quanto del Budget IT Complessivo è dedicato ai Costi Interni e Costi Esterni (Hardware, Infrastrutture, Software e Servizi) [Figura 10], includendo a latere anche l'ormai imprescindibile capitolo dedicato a Security Management e Cybersecurity.

I Costi Interni all'organizzazione sono mediamente pari al **42%** del Budget IT Complessivo, rappresentati nella maggior parte dei casi dalla componente di Spesa legata al Personale IT Interno (**23%**), dai costi delle Comunicazioni fisse e mobile, dati e Internet (**13%**) e dai Costi di Consumo Energetico del Datacenter aziendale, qualora allocati sull'IT, e altri costi marginali di gestione (**6%**).

Figura 11 Budget IT Esterno: ripartizione per componenti di Spesa

% Media di investimento, panel totale

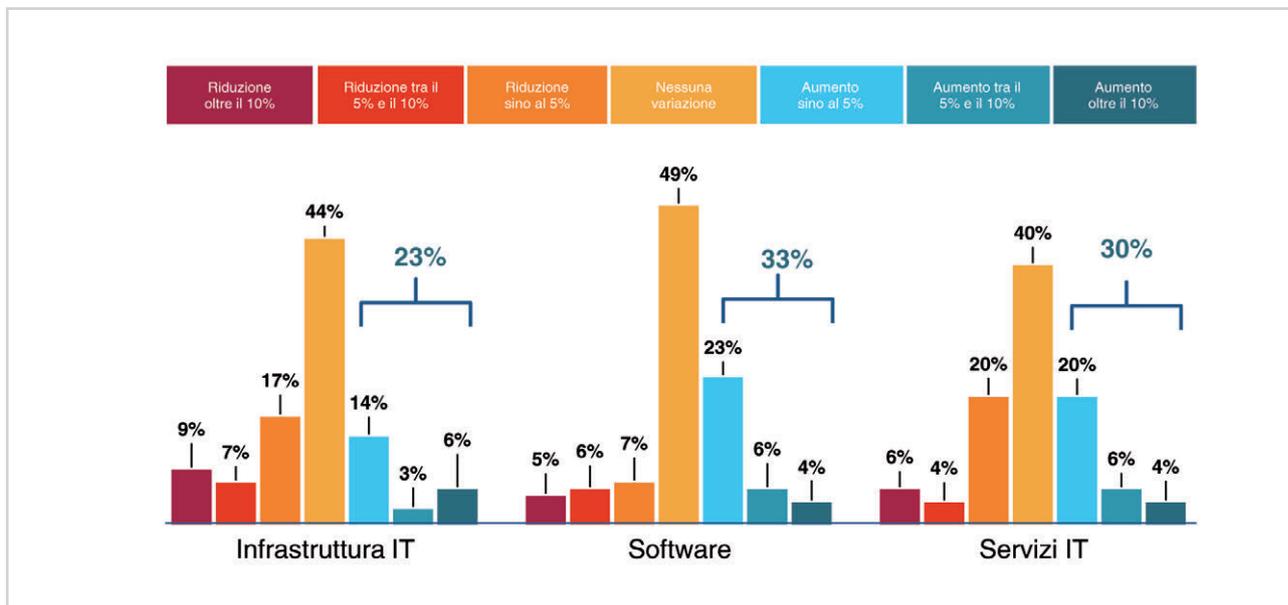
D: Fatto 100 il Budget IT Esterno del 2016, come è suddiviso tra le seguenti componenti?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 12 Budget IT Esterno: variazione percentuale delle componenti su base annuale

% di rispondenti sul Panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

I costi IT esterni
assorbono
il 53% del
budget IT
Complessivo

I Costi Esterni sono invece indicati dal panel come pari al **53%** del Budget IT Complessivo. È interessante notare come la macro-quota dedicata al Software e comprendente le voci di Software di Sistema, Middleware, Software Applicativo on premise, Sistemi operazionali e verticali di Industry e soluzioni SaaS, corrispondente al **39%** del totale del Budget IT Esterno, superi ormai di tre punti percentuali la macro-quota dedicata invece all'Hardware e alle Infrastrutture IT, pari invece al **36%** e che include Datacenter on premise, infrastrutture on premise e sistemi, le Appliances, i servizi IaaS e PaaS e l'assistenza tecnica e la manutenzione [Figura 11].

I Servizi IT, per lo sviluppo, la system integration, la consulenza e la formazione si attestano invece intorno al **25%** del Budget IT Esterno.

Ciò che invece non deve stupire è il **5%** del Budget IT Complessivo destinato alle iniziative di Security Management, Cybersecurity inclusa, una percentuale considerevole, se rapportata alla Spesa dichiarata per i Consumi Energetici, superiore di un solo punto percentuale. La gestione della Sicurezza dell'Informazione è infatti fondamentale in un mondo digitale esposto al "rischio cyber" per assicurare la continuity del Business aziendale.

Come i CIO, CSO e CISO da noi intervistati ripetono frequentemente, nessuna organizzazione può ritenersi 100% al sicuro da aggressioni, per cui è normale che la maggioranza delle imprese del panel investa in modo significativo risorse e tempo per accrescere la propria capacità di prevenzione, identificazione e risposta agli attacchi.

La nostra analisi prosegue con le dinamiche di crescita anno su anno dei soli Costi Esterni del Budget IT Complessivo e, scorporato da questi, del Costo legato all'Information Security Management, sulla base delle indicazioni fornite dai Responsabili IT del nostro panel e come indicato in **Figura 12**. Mediamente il nostro panel non segnala particolari differenze nell'allocazione di Budget IT Esterno tuttavia, si segnalano comunque variazioni positive per quanto riguarda alcuni capitoli di Spesa. Ad esempio, la voce a più alto tasso di crescita cumulativo per questo 2016 è data dalla macro-categoria del Software, pari al **33%** dei rispondenti, anche se il maggior numero d'incrementi viene registrato nel range fino al 5% (23%). Sul fronte opposto, solo il 18% dei Responsabili IT registra una riduzione di questa componente di Spesa IT rispetto al 2015.

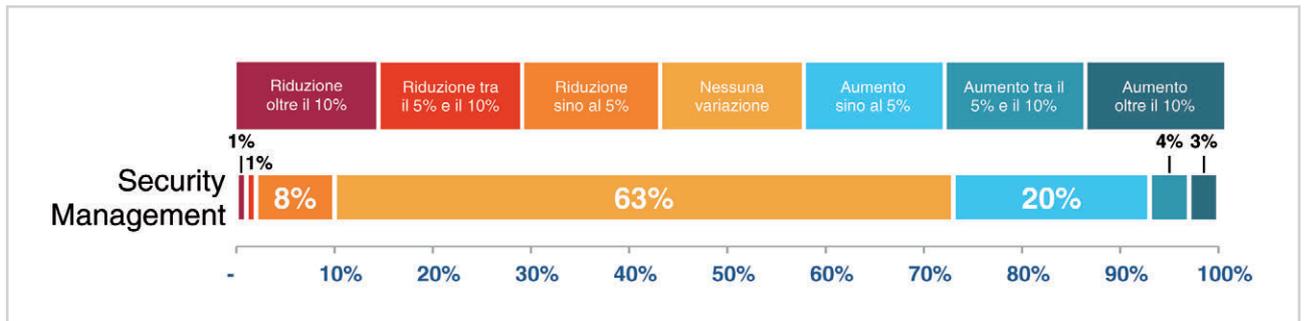
Parzialmente all'opposto, la Spesa relativa ad Hardware e Infrastruttura IT registra complessivamente segnali di decrescita rispetto all'anno passato, secondo il **33%** del panel, mentre solo il **23%** dichiara maggiori stanziamenti rispetto al 2015. Le oscillazioni principali si registrano in un range di aumento e decremento pari al +/- 5%.

Interessante invece, la dinamica relativa ai Servizi IT Esterni: ciò che in passato doveva essere acquistato come bene fisico può ora essere ottenuto *as a service*, e questo spiega la crescita indicata dal **30%** del panel di questa componente di Spesa.

Tuttavia, la possibilità di usufruire di un servizio a canone mensile, invece che di strumenti e dispositivi presenti in azienda in conto capitale, consente anche di adattare la quota di Spesa con maggiore flessibilità e in base alle esigenze dell'organizzazione, ragione per cui i rispondenti segnalano in un altro 30% dei casi una contrazione del budget relativo.

La Spesa relativa al Security Management invece, secondo quanto dichiarato dai Responsabili IT del nostro panel, rimane invariata rispetto al 2015 nel **63%** dei casi [Figura 13].

Figura 13 Security Management: variazione percentuale su base annuale
% di rispondenti sul panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

La quota rimanente si distingue invece per un **27%** dei rispondenti che segnala una dinamica di crescita: il 20% ha evidenziato aumenti di Spesa fino al +5%, il 4% aumenti compresi tra il +5% e il +10%, il 3% aumenti superiori al 10%. Il restante **10%** del panel dichiara una riduzione relativa alla componente di sicurezza informatica, limitata comunque nell'8% dei casi ad un modesto decremento non superiore al -5%. Dati che ci confermano, ancora una volta, la notevole importanza della tutela e diminuzione del rischio informatico tramite strumenti e policy di Cybersecurity Management, uno tra i principali Digital Enabler indicati dal nostro panel.

Budget IT: CapEx e OpEx

Introduciamo nell'edizione di quest'anno una nuova vista del Budget IT Complessivo, tramite una suddivisione tra CapEx, Capital Expenditure ovvero Spese per Capitale, e OpEx, Operating Expenditure, ovvero Spesa Operativa.

In **Figura 14** evidenziamo quindi le risposte dei nostri 1000 Responsabili IT in merito alla suddivisione del Budget IT Complessivo tra CapEx e OpEx nell'anno in corso. Il costo legato agli investimenti in Conto Capitale è in rapporto **58:42** con i Costi Operativi di gestione.

Il dato, oltre a confermare l'analisi precedente, relativa alla Ripartizione del Budget per Componenti di Spesa, mostra sempre più il graduale spostamento degli investimenti IT da una dimensione tradizionale, legata al possesso dello strumento e della soluzione, ad una dimensione di fornitura *as a service*, spesso tramite Cloud SaaS, come potremo analizzare in seguito.

Per il fenomeno ormai particolarmente diffuso della sostituzione di un bene fisico, per cui è richiesto un cospicuo investimento iniziale, con un servizio dietro corrispettivo mensile, viene coniato il termine “digital service twin”, per indicare come per quasi tutte le soluzioni IT esista un corrispettivo “gemello” as a service. Non per niente, i nostri Direttori IT indicano in prospettiva al 2017 un’ulteriore diminuzione di un punto percentuale della quota CapEx del Budget IT Complessivo, a favore quindi di un **59%** in OpEx.

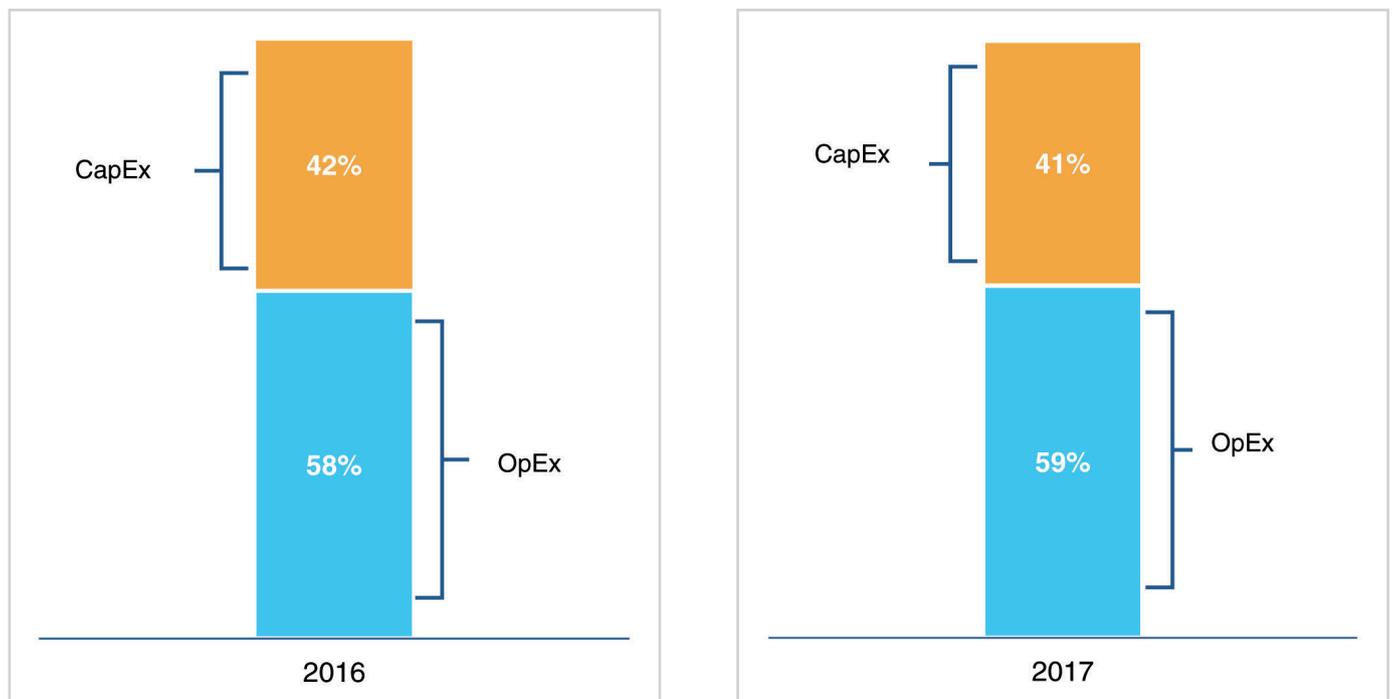
Le dinamiche dietro questa scelta sono di varia natura, ma in primo luogo, le incertezze economiche sui mercati favoriscono una generale prudenza negli investimenti, a cui fa però seguito la necessità di garantire la crescita aziendale tramite l’utilizzo di tecnologie innovative. Per sostenere il Business digitale, è in corso in molte organizzazioni una graduale trasformazione dell’allocazione di Spesa, in ottica di ottimizzare costi in alcune aree, per meglio finanziare l’Innovazione. La dinamica as a service fornisce spesso una soluzione per mantenere stabile tasso d’Innovazione e variabili di costo associate.

Vogliamo comunque fare un piccolo appunto: un investimento in pura ottica di riduzione dei costi e non di efficienza non può che ridurre lo sviluppo delle aziende. Ci auguriamo quindi che, in particolare per le imprese Piccole e Medio Piccole del nostro panel totale, in cui spesso l’IT rientra tra le prime voci di “Spesa” ad essere tagliata in caso di necessità, l’allocazione del Budget IT Complessivo rifletta anche queste considerazioni.

Figura 14 Budget IT Complessivo: ripartizione tra CapEx e OpEx

% Media di investimento, panel totale

D: Fatto 100 il Budget IT Complessivo relativo all’anno 2016, come è stato suddiviso tra CapEx e OpEx? Come sarà suddiviso nel 2017?

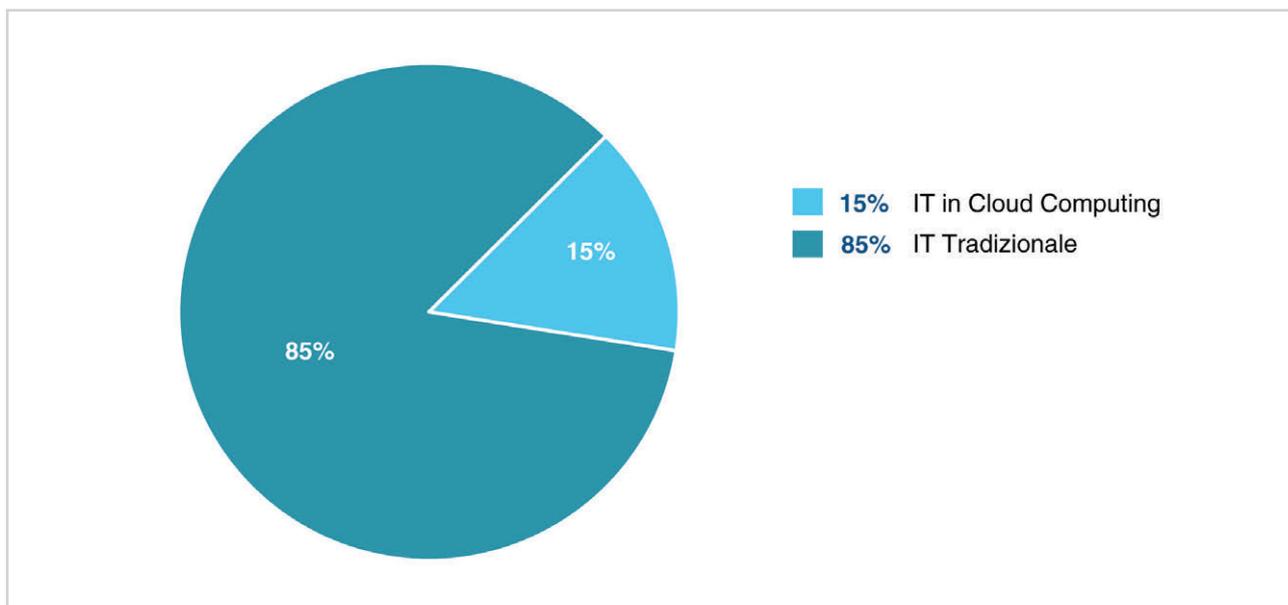


Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 15 IT Tradizionale vs. IT in Cloud Computing

% di rispondenti sul panel totale

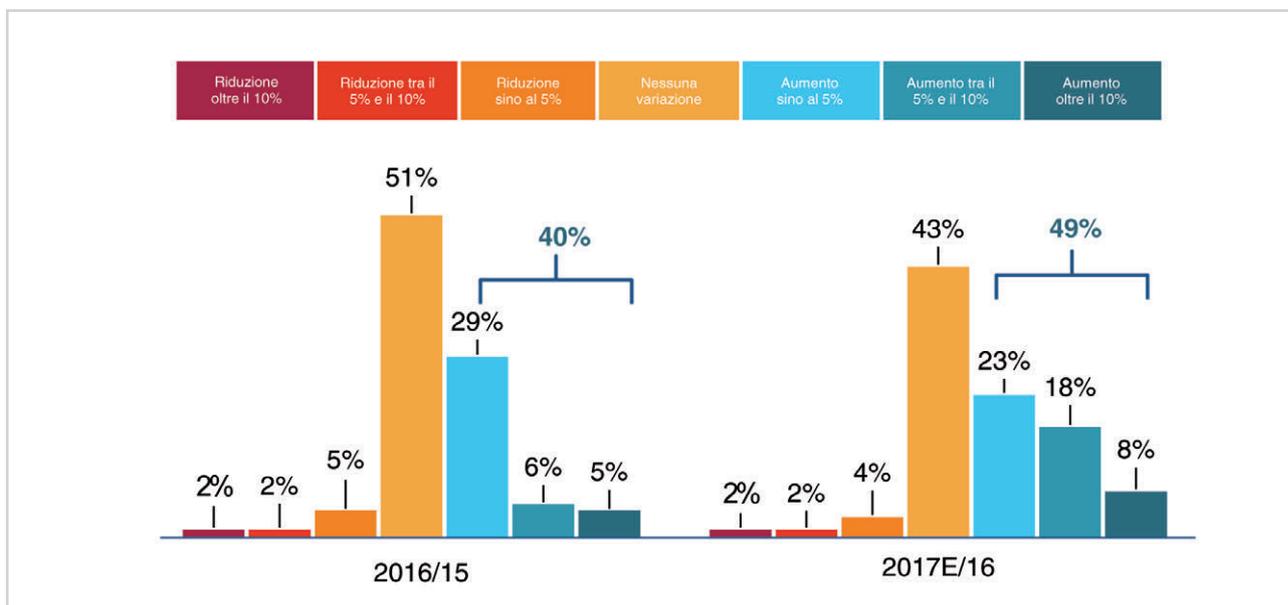
D: Come è ripartito il Budget IT Esterno tra IT Tradizionale e IT in Cloud Computing?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 16 IT in Cloud Computing: variazione percentuale su base annuale

% di rispondenti sul panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Il fattore Cloud Computing incide sempre più nelle decisioni di Spesa IT

IT Tradizionale e IT in Cloud Computing

A partire dall'edizione 2015 dell'Assintel Report, oltre alla tradizionale classificazione del Budget IT tra Esterno e Interno, abbiamo introdotto una nuova vista del Budget IT Esterno, con l'obiettivo di rilevare il rapporto esistente tra IT Tradizionale e IT in Cloud Computing e, a tendere, il suo andamento.

Come esemplificato nei paragrafi precedenti, l'esternalizzazione della Spesa IT è un trend in positiva accelerazione, fenomeno già rilevato anche nelle precedenti edizioni del Report, dove il fattore Cloud Computing incide sempre più nelle decisioni di Spesa IT. Se inizialmente la Cloud si rivelava fondamentale per virtualizzare e condividere tutte quelle attività non considerate strategicamente significative, in un'ottica di abbattimento dei costi, oggi il Cloud Computing si rivela fondamentale anche come Digital Enabler, centrale sia per lo sviluppo di progetti d'Innovazione, sia per ottimizzare e migliorare il servizio offerto tradizionalmente dal Dipartimento IT come servizio fondamentale.

Quest'anno introduciamo anche un drill down sull'allocazione della quota di Budget IT dedicata al Cloud Computing, nelle tre suddivisioni principali: Software as a Service (SaaS), Infrastructure as a Service (IaaS) e Platform as a Service (PaaS) e, in aggiunta, le soluzioni di Cloud Management e Security Services.

La suddivisione in IT Tradizionale e IT in Cloud Computing è, dal nostro punto di vista, fondamentale per determinare l'ammontare degli approvvigionamenti esterni utilizzati secondo le nuove modalità di fruizione rese possibili dalla Cloud. Nella componente IT Tradizionale abbiamo ricompreso tutte le voci di Spesa IT destinate all'Infrastruttura IT, al Software applicativo e ai Servizi IT on premise e in outsourcing, mentre nella componente IT in Cloud Computing abbiamo compreso tutti i Servizi Infrastrutturali, IaaS e PaaS ed i Servizi Applicativi erogati in modalità SaaS, includendo nello stesso concetto anche le tipologie Private, Public e Hybrid.

Il rapporto che emerge in **Figura 15**, grazie alle risposte dei 1000 Responsabili IT del nostro panel, è pari a 85:15; in altre parole, l'**85%** del Budget IT Esterno è attualmente on premise e/o in outsourcing e gestito in modalità tradizionale, mentre il restante **15%** della Spesa IT corrisponde invece alla quota nella "Nuvola". Il risultato, pur se rappresentativo di un panel composto da 1000 Responsabili IT, oltre a essere pressoché congruente con i risultati del 2015, mette in piena evidenza lo scenario di trasformazione dell'IT aziendale, e del mercato stesso, in Italia.

Questa prospettiva trova ulteriore conferma nelle risposte fornite alla domanda successiva, in cui abbiamo chiesto d'indicare se, e in che misura, fosse variata la quota di IT in Cloud Computing nel 2016 rispetto al 2015, e quali fossero le variazioni attese per il 2017 [**Figura 16**].

Per il **40%** dei nostri rispondenti, la variazione 2016 su 2015 è stata positiva, con un 29% che dichiara moderati aumenti del +5%, anno su anno. Il trend trova ulteriore conferma nelle prospettive al 2017, dove ben il **49%** del panel prevede aumenti della quota di IT in Cloud Computing, con punte dell'8% che dichiarano un aumento superiore al 10%. Se il **51%** ritiene che nel 2016 il Budget relativo alla Cloud sia rimasto stabile rispetto al 2015, la stessa situazione di "stasi" viene prospettata per il 2017 da un 8% in meno di rispondenti, a conferma della necessità di accelerare il passo sul fronte della Trasformazione Digitale.

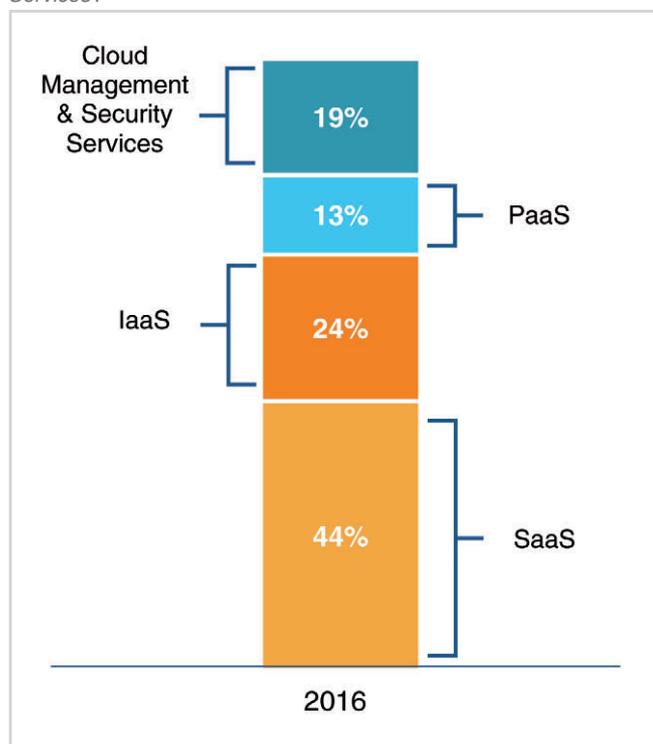
Per converso, anche sul fronte opposto troviamo ulteriori conferme dell'adozione del Cloud Computing da parte delle imprese italiane. Infatti, il **9%** del panel dichiara una riduzione della percentuale di Spesa nella Nuvola rispetto allo scorso anno e questa percentuale relativamente scende di un ulteriore 1% nell'ottica del prossimo anno.

In **Figura 17** presentiamo la suddivisione della quota di Budget IT dedicata al Cloud Computing nelle tre tradizionali componenti di IaaS, SaaS e PaaS, più i servizi legati alla gestione della Security. All'interno della categoria Infrastructure as a Service comprendiamo tutti i modelli self-service per l'accesso, il monitoraggio e la gestione di infrastrutture, datacenter, storage, networking e altri servizi di virtualizzazione dell'hardware aziendale.

Figura 17 IT in Cloud Computing: SaaS, IaaS, PaaS e Cloud Management & Security Services

% di rispondenti sul panel totale

D: Fatto 100 la sola quota di IT in Cloud Computing, come è suddivisa nelle componenti IaaS, PaaS, SaaS e Cloud Management & Security Services?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Il nostro panel destina mediamente una quota del **24%** del Budget IT in Cloud Computing proprio in IaaS, un fenomeno in crescita dovuto anche alle iniziative di modernizzazione dei sistemi legacy, con conseguente passaggio nella Cloud prima delle infrastrutture core, per poi sviluppare su tipo di "fondamenta" il disegno e l'implementazione di progetti PaaS e IaaS.

La componente di Platform as a Service comprende invece il servizio di messa a disposizione di piattaforme di elaborazione e di soluzioni stack, per sviluppare, testare, implementare e gestire le applicazioni aziendali. La quota di Cloud Computing PaaS indicata dai nostri rispondenti è pari al **13%** del totale.

Mentre la modalità di erogazione tramite IT Tradizionale rimane spesso la prima scelta del Direttore IT per la gestione di applicativi critici per il funzionamento dell'organizzazione, la crescente maturazione delle infrastrutture applicative nella Cloud, in grado di offrire maggiore agilità, scalabilità ed efficienza rispetto all'on premise,

Cloud
Management &
Security
Services
assorbono il 19%
dell'IT in Cloud

spinge le organizzazioni di maggiori dimensioni ad adottare queste ultime in favore di progetti innovativi che richiedono queste caratteristiche, come i Big Data e Advanced Analytics o l'IoT.

Il Software as a Service, l'insieme delle applicazioni direttamente fornite in Cloud, rappresenta, senza sorprese, la componente maggioritaria di IT in Cloud Computing (**44%**) per le imprese del panel. Il modello SaaS si è imposto sin dalle prime iniziative Cloud all'interno delle organizzazioni per ragioni di costo-opportunità, tra cui scalabilità e deployment delle risorse IT, legato alle necessità mutevoli, mese per mese, della struttura organizzativa stessa. In sostanza, il Cloud Computing SaaS è coinvolto dai primi sviluppi nei progetti di ottimizzazione dei costi legati all'IT, e come tale ha già raggiunto un buon livello di maturità e adozione anche in organizzazioni di piccola e media dimensione che possono così non occuparsi direttamente delle attività di gestione, implementazione e aggiornamento delle soluzioni. Non va comunque dimenticato che il Cloud Computing SaaS può essere anche e soprattutto un ulteriore fattore abilitante di altri Digital Enabler per il business aziendale.

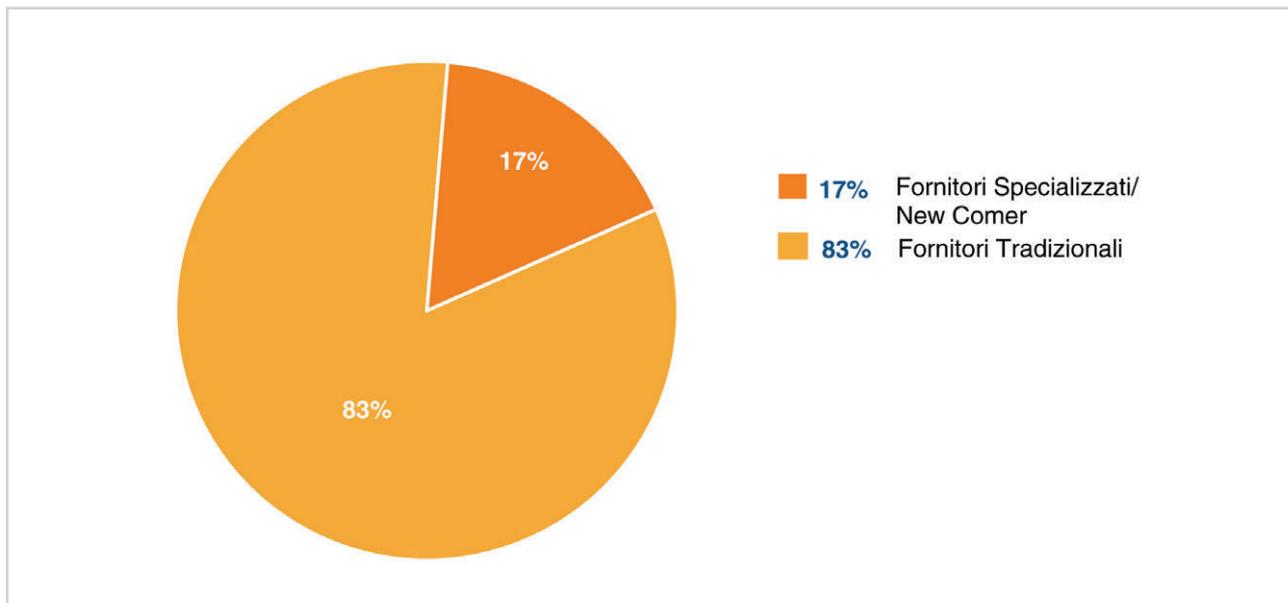
Abbiamo invece scorporato il Cloud Management and Security Services dalla tradizionale tripartizione per dare maggiore evidenza alla componente dedicata alla gestione ed alla messa in sicurezza dell'IT in Cloud Computing. Uno dei principali ostacoli all'adozione della Cloud è, da sempre, il timore legato alla sicurezza degli asset e delle informazioni virtualizzate, rispetto all'almeno presunto maggiore controllo dell'affidare le proprie informazioni ai tradizionali sistemi on premise. In questo ambito, il panel dichiara di destinare il **19%** della quota totale dell'IT in Cloud Computing. Con la sempre maggiore diffusione della Cloud, i Direttori IT indicano quindi anche una crescita esponenziale dei servizi per proteggere dati, applicazioni e infrastrutture nella Nuvola, dall'encryption all'eventuale recovery dei dati.

Dalle risposte del nostro panel, sembra che l'issue non sia certo sottovalutata, e ci sembra un segnale decisamente indicativo e concreto per superare eventuali diffidenze verso l'adozione della Cloud. L'esperienza delle Grandi Aziende dimostra infatti che i vantaggi che derivano dal Cloud Computing in prospettiva di flessibilità e Innovazione possono superare, con le dovute cautele e policy di sicurezza, i rischi associati alla sua introduzione. La Cloud è sì parte di quel fenomeno denominato consumerizzazione dell'IT e driver principale della Trasformazione Digitale, ma anche sinonimo di originali strategie di business e, nel processo di trasformazione dell'IT in senso stretto, sinonimo della realizzazione di progetti per l'evoluzione di processi, modelli e organizzazione delle maggiori imprese. La svolta non può quindi che estendersi anche a organizzazioni di minori dimensioni, che grazie al Cloud Computing stanno affrontando una nuova "informatizzazione di massa". Per approfondire ulteriormente lo stato di maturità e la dimensione del mercato in Italia del Cloud Computing, consigliamo di fare riferimento alla sezione dedicata del Market Book.

Figura 18 Scelta del Fornitore dei progetti di investimento IT dei prossimi 12 mesi

% di rispondenti sul panel totale

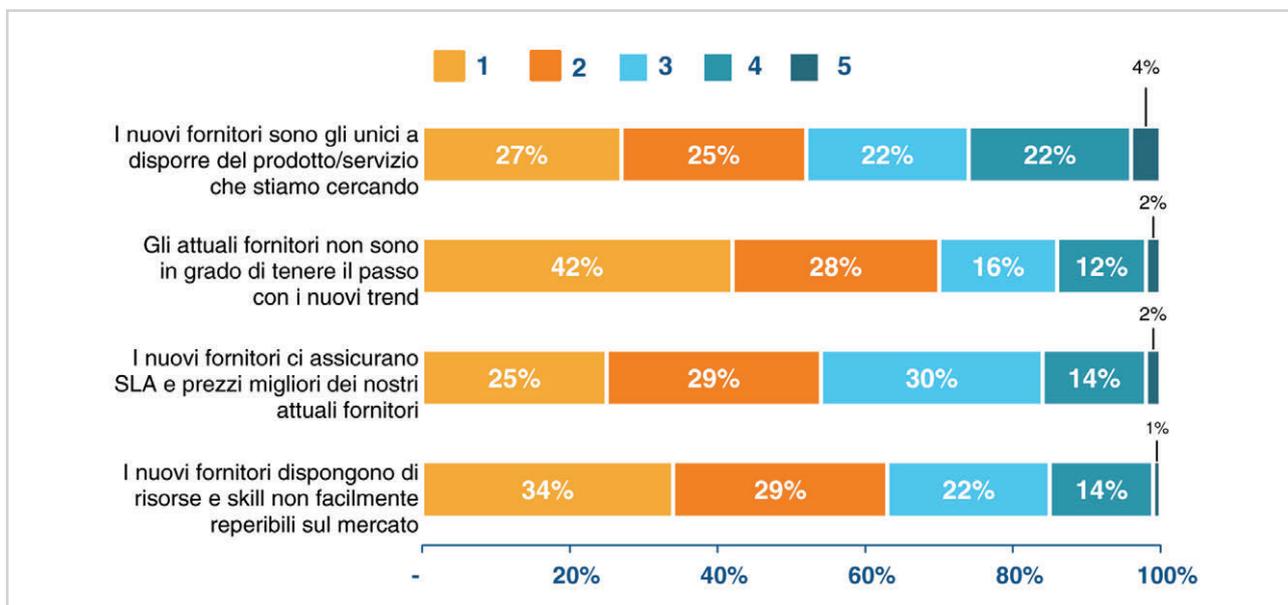
D: Fatto 100 il totale dei progetti d'investimento IT dei prossimi 12 mesi, a quali Fornitori pensa di affidare tali progetti?



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 19 Criteri di scelta del Fornitore dei progetti di investimento IT nei prossimi 12 mesi

Composizione % delle risposte per rank da 1 a 5 (1=non d'accordo; 5=completamente d'accordo), panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Le imprese end-user sono aperte alla collaborazione con nuovi fornitori

Fornitori Tradizionali vs. New Comer

La Trasformazione Digitale genera numerosi cambiamenti non solo all'interno del sistema della Domanda di Software e Servizi ma, ovviamente, anche ad un sistema di Offerta abituato ad una condizione di sostanziale status quo: la portata della trasformazione ha in parte scompaginato la concentrazione dei grandi player, offrendo anche a piccoli provider di nicchia la possibilità di fornire soluzioni verticali innovative, in grado d'interessare anche imprese Top e Medio Grandi. Al contempo, molte imprese dell'Offerta si sono trovate nella difficile posizione di dover accompagnare la trasformazione delle imprese clienti, affrontando a loro volta il difficile percorso verso il cambiamento digitale. Tuttavia, ciò che differenzia realmente e rende distintivi Nuovi Fornitori e Fornitori di Nicchia è il fattore "Persone", in particolare la capacità di offrire ai propri clienti risorse e competenze difficilmente reperibili sul mercato (**37%**); ne è convinto il **26%** del panel, in particolare per quanto riguarda nuove tecnologie o strumenti, soluzioni e servizi in cui spesso i fornitori di nicchia si rivelano *best of breed* proprio per la loro particolare focalizzazione su segmenti di mercato specifici.

Che si tratti di progetti d'Innovazione o di nuovi modelli di fruizione di Servizi IT, le imprese end-user sono quindi disposte a prendere in considerazione fornitori alternativi a quelli tradizionalmente presenti in azienda, anche grazie all'accelerazione del processo di commodizzazione di prodotti e servizi del settore informatico, che agevola la comparazione di offerte e quindi la possibilità di cambiare provider con maggiore semplicità. Una dinamica che trasforma il mercato italiano, aumentando parzialmente la pressione competitiva anche per le imprese del settore IT.

Nella prospettiva temporale dei prossimi 12 mesi, abbiamo chiesto al nostro panel d'indicare, in percentuale, quali nuovi progetti d'investimento prevedono di affidare a Fornitori Tradizionali, e quali invece a provider New Comer e/o Specializzati di nicchia [Figura 18]. I nostri rispondenti dichiarano che nell'**83%** dei casi i progetti IT implementati in azienda saranno affidati a fornitori tradizionali, con il restante **17%** dedicato invece ad incumbent. In sostanza, poco meno di un progetto su quattro sarà affidato dal panel a nuovi vendor. I provider di lunga data sembrano quindi mantenere una discreta fetta del mercato dei progetti IT, molto probabilmente grazie a fattori come maggiore stabilità finanziaria (o almeno presunta) e garanzia di prospettive tecnologiche e d'Innovazione, o maggiore conoscenza delle esigenze del cliente grazie a rapporti già in essere. Inoltre, solo il **14%** dei rispondenti ritiene che i fornitori attuali non siano davvero in grado di reggere il passo del cambiamento e l'affermazione di nuovi trend, mentre i provider Tradizionali non sono in grado di offrire condizioni contrattuali e livelli di servizio competitivi in confronto ai New Comer solo secondo il **16%** del panel [Figura 19].

KEY RELATIONSHIP

L'efficienza operativa e la conseguente ottimizzazione dei costi è una costante nelle priorità delle imprese ed incide anche sulla scelta degli uomini chiamati a guidare l'IT. L'alta attenzione ai Budget e alle pratiche di allocazione razionale delle risorse e degli investimenti è ormai ben presente nella sensibilità di tutti i manager. In uno scenario globale di elevata pressione competitiva, anche l'IT diviene elemento differenziante e necessariamente viene anche rivalutata l'abilità del suo leader di condurre il cambiamento con la necessaria velocità. Per tale motivo, in questa edizione dell'Assintel Report, dedichiamo un "percorso" tematico al ruolo che il CIO o, se si preferisce, del Direttore dei Sistemi Informativi, ricopre oggi nella propria organizzazione, in un momento in cui le tecnologie divengono sempre meno prerogativa dell'IT e sono meglio comprese e assimilate anche da manager al di fuori del Dipartimento IT.

Il ruolo dell'IT

Andremo quindi ad approfondire come i Direttori dei Sistemi Informativi del nostro panel percepiscono il divario tra ciò che l'IT offre in azienda e il bisogno percepito dall'utente finale, il ruolo principale attribuito all'IT dalle linee di Business (mero servizio e centro di costo, o funzione strategica), quanta parte della Spesa IT sfugge al controllo del Dipartimento IT all'interno dell'organizzazione. Effettueremo inoltre uno specifico drill down sulla Figura del CIO o Responsabile IT, evidenziando qual è il suo coinvolgimento all'interno dell'organizzazione e quali relazioni "chiave" intrattiene all'interno e all'esterno dei confini organizzativi.

Il divario tra un IT lento ad adattarsi ai cambiamenti richiesti dal Business in tema di competitività, e ciò che la Funzione stessa offre realmente come servizio alla propria organizzazione è un annoso dibattito ma, dal momento che è in grado di dare i natali a nuovi modelli di gestione dell'Information Technology come l'IT Bimodale, o "a due velocità", molto probabilmente in esso vi è un fondo di verità. In **Figura 20** sono visualizzati i risultati del self assessment che abbiamo chiesto al nostro panel, ovvero l'ampiezza percepita del divario tra ciò che l'IT offre in termini di servizi e ciò che gli utenti, interni od eventualmente esterni alla struttura organizzativa, si aspettano di ricevere dall'IT stessa, in una scala da 1 a 5, dove ad 1 corrisponde l'assenza di un gap percepito tra domanda e offerta, e a 5 un divario incolmabile. Le risposte dei membri del nostro panel ci appaiono particolarmente pertinenti, dato che un consistente **46%** indica la presenza di una bassa differenza tra servizio erogato e servizio atteso dagli utenti. Nessuno dei rispondenti percepisce un divario incolmabile tra domanda e offerta IT all'interno dell'organizzazione, tuttavia un **9%** indica la presenza di una discrepanza notevole tra ciò che l'utente finale desidera in termini di servizio e ciò che il Dipartimento IT fornisce realmente. All'estremo opposto, solo il **5%** del panel è confidente della totale congruenza tra l'operato dell'IT nella propria impresa ed i desideri degli utenti finali.

Per il 51% del panel, l'IT è considerata una Funzione Leader dalle LoB

Non stupisce che un prudente **45%** si collochi a metà della scala fornita, probabilmente per non prendere una posizione. Tuttavia, nulla ci vieta d'inferire che nella maggior parte delle organizzazioni di una certa dimensione l'IT forse non si avvicini all'ideale richiesto dall'utente finale, ma al contempo fornisca un servizio efficiente, stabile e aggiornato.

La distanza tra IT e Linee di Business, oltre a essere disfunzionale alla continuity aziendale, deriva spesso dalla "differenza di vedute" che contraddistingue le diverse funzioni aziendali. Il Business spesso accusa l'IT di non comprendere le esigenze del mercato, di essere lenta nella delivery dei progetti e di frenare l'Innovazione stessa. Al contempo, l'IT può lamentare al Business che nonostante l'accresciuta presenza della tecnologia in quasi tutti gli aspetti aziendali, non sempre la Funzione occupa una posizione di rilievo nelle decisioni strategiche dell'organizzazione, o delle difficoltà in cui la stessa opera in condizione di budget ristretti.

La **Figura 21** riflette le opinioni del panel rispetto alla percezione che le Linee di Business hanno dell'IT stessa: si tratta di un mero Centro di Costo da ottimizzare compatibilmente con le esigenze d'impresa, o di una Funzione Leader per la definizione e l'implementazione della strategia aziendale? Di quest'ultima affermazione è convinto il **51%** dei rispondenti, a dimostrazione sia di un rapporto di mutua fiducia e collaborazione con il Business della propria impresa, sia di un'accresciuta rilevanza strategica ottenuta grazie alla pervasività della tecnologia. Se effettivamente in passato il Dipartimento IT impensieriva molti Executive a causa dell'alto costo dei progetti da implementare, ora grazie alla Trasformazione Digitale e a fattori come il Cloud Computing, l'IT può diventare, agli occhi degli stessi Executive, anche un Centro di Ricavo, indirettamente, grazie all'implementazione di progetti d'Innovazione, o direttamente, fornendo servizi IT sviluppati internamente, anche all'esterno.

L'altra metà dei rispondenti (**49%**) non è invece così ottimista al riguardo, asserendo che le proprie Linee di Business percepiscono l'IT più come Service Provider tout court, responsabile dell'implementazione di progetti a volte anche di portata strategica, ma non certo membro attivo del Board nella definizione della strategia stessa. Una dicotomia che dipinge quindi un mondo a due velocità: da una parte, una visione dell'IT come protagonista attivo della trasformazione aziendale, dall'altra un IT focalizzato solo sulla continuità delle operation aziendali. Sembra così davvero esistere un IT a doppio binario, non solo nella sua accezione tradizionale, nella stessa organizzazione, ma tra diverse organizzazioni a confronto.

In parallelo con la crescente standardizzazione delle soluzioni IT, l'ownership di alcuni investimenti in tecnologia è spesso collocato all'interno di diverse unità di Business, e non dell'IT.

Il Budget destinato all'Innovazione è superiore al Budget della Funzione IT

Nell'accezione più negativa stiamo parlando dell'ormai famigerata IT "ombra", potenzialmente rischiosa poiché potrebbe non rispettare gli stessi parametri di sicurezza e compliance implementabili dalla Funzione IT. Al contempo, altri reparti come il Marketing vedono notevoli vantaggi competitivi nell'implementazione di nuove tecnologie, e spesso accusano l'IT di non avere familiarità con nuovi processi o d'ignorare da sempre la dimensione del cliente finale [Figura 22].

I Responsabili IT che compongono il panel affermano che l'**80%** della Spesa IT Totale della propria organizzazione, comprendente Hardware, Software e Servizi, è sotto il loro diretto controllo o dell'intera Funzione IT. Mediamente, risulta quindi che un quinto del Budget destinato alla tecnologia nella propria organizzazione non è di diretta competenza del dipartimento preposto alla sua gestione ed implementazione.

Questo dato sembra in realtà inevitabile: con la diffusione di applicativi in Cloud Computing e la proliferazione di dispositivi mobili (spesso anche non di proprietà aziendale), per le Linee di Business è diventato sempre più semplice ideare progetti in autonomia dalla Funzione IT, trasformazione che ha spesso implicato la necessità di dover diventare più flessibili ed abituarsi a intervenire in corso d'opera in progetti inizialmente promossi e sviluppati da altri dipartimenti, per garantirne l'integrazione a livello organizzativo.

Non vogliamo esporci in merito alla positività o negatività di una maggiore dispersione della Spesa tecnologica all'interno delle imprese del nostro panel, mentre vogliamo evidenziare come il cambiamento in atto si rifletta notevolmente anche sugli attori del sistema d'Offerta che, oltre al CIO o Responsabile IT come interlocutore privilegiato, devono considerare nelle proprie proposte commerciali l'importanza sempre crescente di ottenere contatti con altre Figure: dai CMO/CDO ai CFO e Direttori delle Risorse Umane. Inoltre, è evidente che la portata del Budget destinato all'Innovazione Tecnologica è comunque superiore al Budget dichiarato solo dalla Funzione IT.

Non per questo la figura del CIO risulta in realtà meno empowered rispetto al passato, poiché la posizione stessa spesso assume nuove sfaccettature oltre il ruolo d'implementatore di stack tecnologici.

Le prossime domande rivolte al panel sono focalizzate sull'analisi del ruolo ricoperto dal Direttore dei Sistemi Informativi e sulle sue relazioni all'interno della struttura gerarchica della propria organizzazione.

In primo luogo, abbiamo chiesto al panel d'indicare a chi riporta gerarchicamente la Funzione IT nella struttura organizzativa della propria impresa. Come mostrato in **Figura 23**, la metà dei rispondenti indica nel Chief Executive Officer, o in figure equivalenti come Amministratore Delegato o General Manager territoriale, come diretto superiore del Dipartimento IT. Nel **51%** dei casi l'IT ricopre un ruolo paritario con altre Funzioni, dalle Risorse Umane all'Amministrazione, Finanza e Controllo.

Il 73% del panel è coinvolto nel processo di Trasformazione Digitale

Negli altri casi, la Funzione riporta ad altre Figure Executive, in particolare con una discreta distribuzione di frequenza nei confronti del Chief Financial Officer (CFO, **13%**) o del Chief Operating Officer (COO, **6%**). Nel **14%** dei casi, la Funzione IT in Italia risponde ad un CIO o ad una Funzione IT di Gruppo, in questi casi generalmente situata all'estero.

Spicca anche, con il **7%** dei rispondenti, il Board o Executive Committee come riporto gerarchico del Direttore IT, mentre il Direttore delle Risorse Umane ricopre un ruolo di leadership nei confronti dell'IT solo per il **3%** del panel. Infine, con la dicitura Altro (**6%**) includiamo Figure specifiche indicate da alcune categorie settoriali del nostro panel, come ad esempio il Direttore di Zona per gli Enti Locali.

Il ruolo del CIO

Presentiamo ora le distribuzioni percentuali per ruolo attribuite a diverse attività decisionali, di ordine strategico e operativo. I rispondenti hanno potuto selezionare il proprio ruolo sulla base di una scala decrescente, a partire da **Advisor**, nel caso in cui il ruolo ricoperto sia di esperto in materia e dotato di potere decisionale; **Co-leader**, quando la sua Funzione è di decisore insieme con altre Figure Executive; **Implementatore**, in caso il ruolo sia di rendere operative attività approvate da altre Figure decisionali; **Non coinvolto**, nel caso in cui il Direttore IT non abbia alcun ruolo al riguardo.

All'interno del panel delle nostre 1000 imprese, i membri confermano la loro importanza come Advisor e Co-leader, nei processi di Merger & Acquisition (**37%**) e, ovviamente nella definizione della Trasformazione Digitale d'impresa (**73%**). Al contempo, rimane ovviamente alta la frequenza con cui ricoprono ruoli di Advisor e Co-leader in attività core per la Funzione IT, dalle decisioni di acquisto di stack tecnologici per l'IT (**82%**), al processo di Vendor Selection (**81%**), alle decisioni strategiche di acquisto di stack tecnologici per l'intera organizzazione (**78%**) [Figura 24].

I rispondenti sembrano definirsi estranei alle dinamiche di sviluppo della strategia di business nel 35% dei casi, o al più Implementatori per un altro 26%. Nelle operazioni di Merger & Acquisition, i rispondenti dichiarano di non essere coinvolti nel 39% dei casi, tuttavia affermano anche di rivestire il ruolo di Co-leader nel 24% dei casi, seconda distribuzione percentuale più diffusa. Nelle Grandi Imprese in particolare, va infatti considerato come fusioni e acquisizioni implicino importanti attività d'integrazione dei sistemi, fattore abilitante anche la reale sinergia delle differenti entità organizzative, attività strategica di cui il CIO è comunque Implementatore nel 19% dei casi.

Solo il 65% del panel è coinvolto nell'acquisto di stack tecnologici per altre LoB

Per il **73%** dei rispondenti, il CIO è coinvolto nel processo di definizione della Trasformazione Digitale, nel 50% dei casi come Co-leader, se non addirittura nel ruolo di Advisor (23%). Già nel report di NEXTVALUE “Digital Transformation in Italy. What’s next”, a cui rimandiamo per eventuali approfondimenti per relazioni e ownership del CIO nella digitalizzazione d’impresa, emerge come nella fascia d’imprese Top e Medio Grandi il CIO è secondo solo al CEO nel ruolo di owner della strategia di Trasformazione Digitale, o spesso è parte di Steering Committee interfunzionali dedicati. I nostri panel presentano quindi diverse conferme sull’IT come Figura di fondamentale importanza per l’Innovazione tecnologica in azienda.

CIO e IT Manager si occupano di Business Process Management nel **49%** dei casi, partecipando anche al disegno dei processi come Co-leader (33%) o meno frequentemente solo come Implementatori della soluzione. Trattandosi di un panel di 1000 imprese diversificato per dimensione, il rimanente 51% che dichiara di non essere coinvolto in attività di BPM comprende quelle porzioni d’imprese Medio Piccole in cui la gestione dei processi non trova piena formalizzazione e applicazione.

Passiamo ora ad analizzare le attività più squisitamente di competenza del Dipartimento IT, dalle decisioni di acquisto di stack tecnologici alla selezione dei fornitori IT [Figura 24]. Il **78%** dei rispondenti partecipa al processo decisionale per l’acquisto di stack tecnologici IT e non IT considerati strategici per l’organizzazione. In questo caso, i rispondenti dichiarano di ricoprire, come ci si aspetta, il ruolo di Co-leader (46%) e Advisor (32%).

Com’è naturale, i nostri rispondenti dichiarano di partecipare alle decisioni di acquisto di stack tecnologici per il Dipartimento IT nell’**82%** dei casi, nel 41% come Advisor, sia come Co-leader con altri Executive (41%).

Riflette invece il rapporto **80:20** della ripartizione della Spesa IT sotto il controllo della Funzione IT e di altri comparti, il processo decisionale di acquisto di stack tecnologici per altre Linee di Business. I Direttori IT dichiarano in una percentuale pari al 18% il loro mancato coinvolgimento, mentre nel restante **65%** dei casi sono frequentemente Co-leader o Advisor, lasciando solo al 17% il ruolo di semplice Implementatore.

Il processo di IT Vendor Selection è appannaggio del Direttore dei Sistemi Informativi secondo l’**81%** dei rispondenti: il 38% di questi si dichiara consigliere e decisore chiave dei processi di selezione, mentre il 43% è co-owner delle attività insieme ad altri Executive. Possiamo dedurre, invece, che il **19%** del panel che si dichiara estraneo alla scelta dei Fornitori IT rappresenti quella categoria di Responsabili IT e IT Manager che nelle proprie organizzazioni, spesso appartenenti al piccolo tessuto di imprese Medie e Medio Piccole diffuse sul territorio nazionale, non hanno voce in merito alle allocazioni di Spesa IT.

Il 29% del panel non si relaziona con CMO, CDO, COO

Si dice spesso che ruoli e relazioni costruiscano la credibilità di una Figura Executive, affermazione che richiude una verità sottostante anche per il CIO. I nostri rispondenti stabiliscono relazioni durature con colleghi dipendenti, partner, ma soprattutto con altre Figure Executive.

Ad esempio, incontri giornalieri e settimanali sono frequenti con Business Leader (**74%**), Partner e Fornitori (**69%**) e CFO (**59%**). Con cadenza mensile e trimestrale avvengono invece incontri con il Direttore delle Risorse Umane (**64%**) ed il Chief Executive Officer della propria organizzazione (**52%**) [Figura 25].

Vediamo quindi di analizzare più in dettaglio se e con quale frequenza relativa i nostri rispondenti intrattengono rapporti con altri ruoli organizzativi. Complessivamente, i Direttori IT del nostro panel intrattengono stretti rapporti con maggior frequenza con i propri fornitori (94%), Chief Executive Officer (93%), Direttori delle Risorse Umane (92%) e Business Leader di diverse divisioni (92%). Com'è prevedibile per una Figura a capo di una Funzione di staff al business aziendale, i rispondenti intrattengono un qualche tipo di relazione con i consumatori finali della propria impresa solo nel 61% dei casi, anche se un dato positivo da considerare è come di questa percentuale un buon 25% abbia l'occasione di comunicare direttamente e quotidianamente con i propri clienti.

Il **30%** del panel non ha rapporti con CSO o CISO, un dato che molto probabilmente si riferisce invece a quelle imprese di piccole e medie dimensioni in cui la Figura non è presente, ed è lo stesso Responsabile dei Sistemi Informativi ad occuparsi di tutte quelle attività necessarie a salvaguardare le informazioni aziendali. Nel 70% indicato, in cui invece CIO e CISO intrattengono rapporti, gli incontri tendono a essere molto stretti, da settimanali (23%) a quotidiani (25%).

Stupisce, invece, la totale mancanza d'interazione indicata nel **29%** dei casi con Chief Marketing Officer/Chief Digital Officer e Chief Operating Officer. Se in passato queste Funzioni tendevano ad avere minori punti di contatto per il core business aziendale, la digitalizzazione ha reso le attività delle diverse Funzioni sempre più congruenti e, la mancanza d'interazione tra le Figure Executive assegnate non può che incentivare il divario tra i servizi offerti dall'IT e le necessità espresse dal Business.

In entrambi i casi tuttavia, IT e Marketing ed IT e Operation intrattengono rapporti settimanali al vertice (29%), quando questi intercorrono (71%). Dall'altro lato, come anticipato in precedenza, l'**81%** del panel si relaziona con i propri Vendor di tecnologia con una frequenza decisamente notevole: nel **30%** dei casi quotidianamente, nel **39%** con cadenza settimanale. Lasciamo al sistema d'Offerta l'interpretazione di questo dato, il dialogo tra cliente e fornitore è certamente fondamentale, ma ci auguriamo comunque che non sia dovuto a problemi o malfunzionamenti.

SELF ASSESSMENT

Figura 20 Come l'IT percepisce l'IT

% di rispondenti sul panel totale

D: Dal suo punto di vista, qual è il divario tra ciò che l'IT offre e ciò che l'organizzazione si attende dalla Funzione IT?

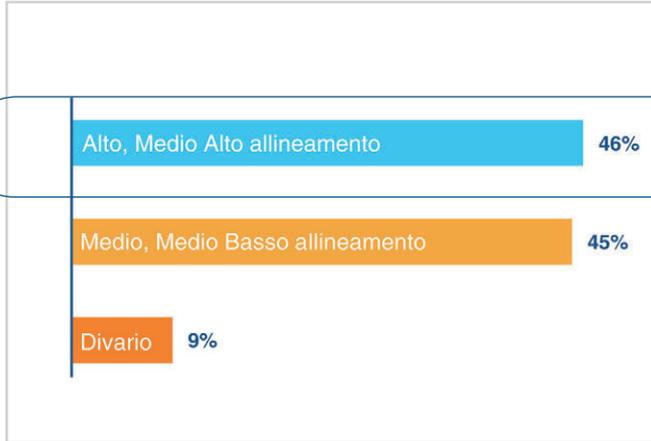


Figura 21 Come le LoB percepiscono l'IT

% di rispondenti sul panel totale

D: Come è percepita la Funzione IT dalle Linee di Business della sua organizzazione?

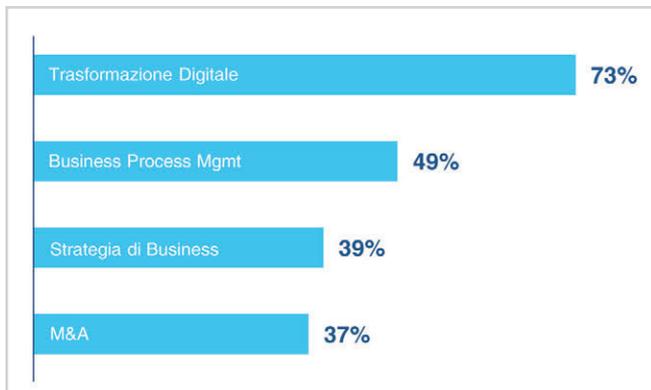


ATTIVITÀ DEL CIO

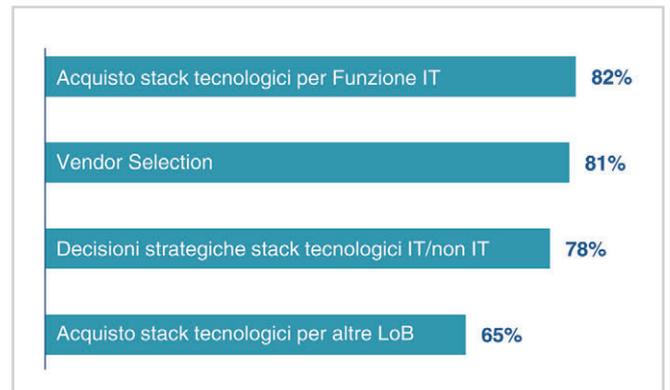
Figura 24 Ruolo del Responsabile IT nelle attività strategiche e operative

% di rispondenti sul panel totale

D: In che misura partecipa alle attività e alle decisioni della sua organizzazione?



attività strategiche



attività operative

SISTEMA DI RELAZIONI ESTERNO

Figura 26 Relazioni tra peer

% di rispondenti sul panel totale

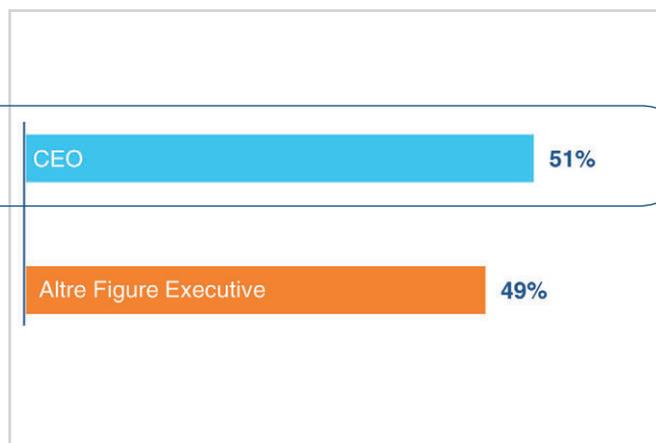
D: Con quale frequenza interagisce con i suoi peer per condividere problematiche di business e best practice?



KEY RELATIONSHIP

Figura 23 A chi riporta il Responsabile IT

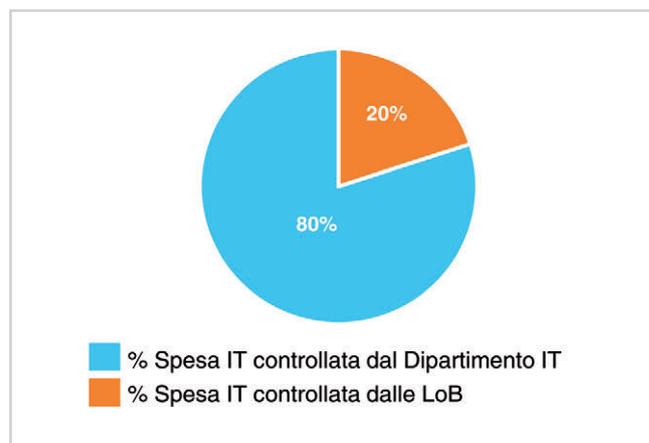
% di rispondenti sul panel totale
D: A chi riporta la sua Funzione?



OWNER DELLA SPESA IT

Figura 22 Spesa IT dell'IT vs. Spesa IT delle LoB

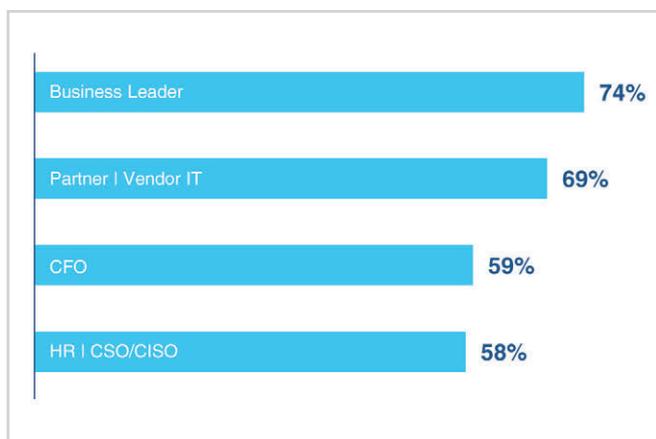
% di rispondenti sul panel totale
D: Quanta parte della Spesa totale IT è controllata direttamente dall'IT e quanta parte da altre LoB?



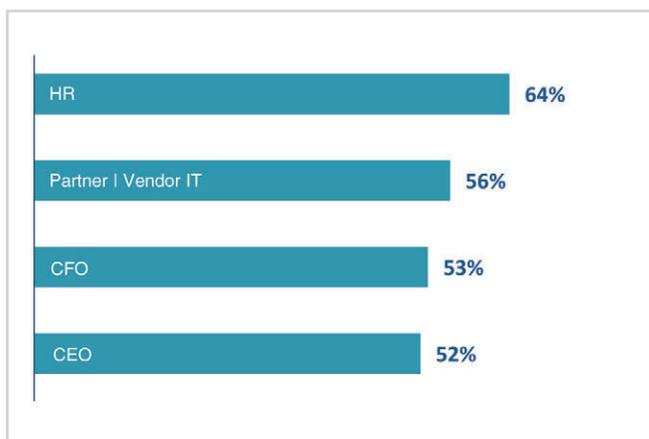
SISTEMA DI RELAZIONI INTERNO

Figura 25 Chi incontra chi e quando

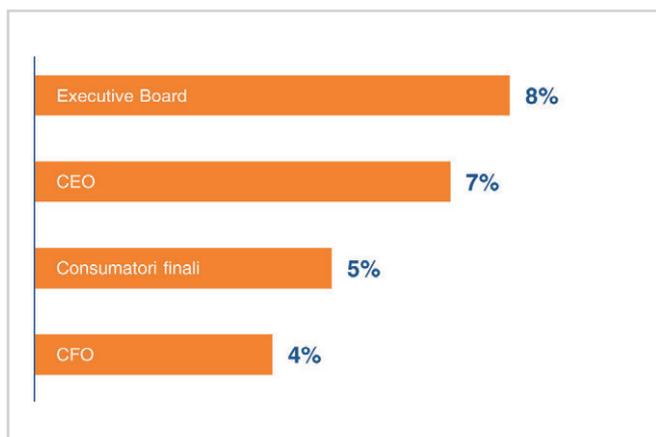
% di rispondenti sul panel totale
D: Con quale frequenza interagisce con le seguenti Figure?



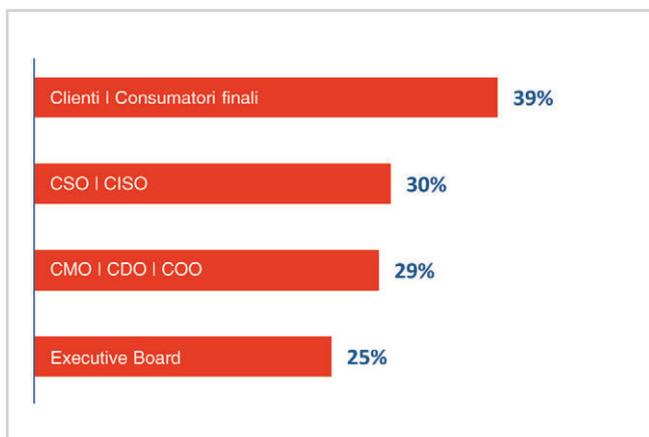
giornaliera / settimanale



mensile / trimestrale



annuale



mai

CIO e Business Leader interagiscono quotidianamente per il 74% del panel

Decisamente positivo è invece il rapporto di frequenza complessivo con Chief Executive Officer e Amministratori Delegati. Ci possiamo aspettare che sia proprio quel **51%** di rispondenti che afferma di dipendere direttamente dal CEO a partecipare ad incontri o comunicazioni quotidiane (23%) o, più frequentemente, mensili (29%), ma d'altronde anche un ulteriore 23% incontra almeno trimestralmente il vertice della propria organizzazione.

Anche se con frequenza settimanale o mensile, complessivamente i nostri rispondenti indicano un rapporto stretto tra Direttore IT e Direttore delle Risorse Umane (**58%**). Persone e tecnologia sono sempre più vicine, in particolare per quanto riguarda processi e strumenti di talent e performance management, fino all'ormai tradizionale ERP.

CIO e Business Leader, Figure Executive a diretto contatto con l'azienda finale, interagiscono quotidianamente nel 74% dei casi, il dato di frequenza più elevato per questa cadenza temporale, segnalato dal nostro panel, o comunque una volta a settimana. Il Business Leader funge da "anello di congiunzione" tra le esigenze del mercato ed il servizio offerto dall'IT: la comunicazione tra le Figure di riferimento diventa quindi fondamentale per assecondare le esigenze di Business dell'organizzazione.

Sempre a stretto giro, anche la frequenza d'interazione con il Chief Financial Officer, sia poiché rimane una delle principali figure a cui il CIO può fare riferimento, sia per il ruolo che l'Amministrazione e Finanza ricopre nell'allocatione dei budget, tecnologie comprese. Il nostro panel afferma d'incontrare o comunicare con il proprio CFO con cadenza settimanale (**38%**) o giornaliera (**21%**).

In ultima analisi, ma non certo per ordine d'importanza, il nostro panel comunica con l'Executive Board, più frequentemente ogni mese (25%) o addirittura con cadenza settimanale (20%), molto probabilmente in accordo con la frequenza d'incontro del Board stesso.

Dalle risposte fornite dal nostro panel, possiamo affermare con sicurezza che nella maggior parte dei casi IT e Business comunicano ed anche con cadenza frequente e regolare. Insomma, da questo quadro il nostro CIO o Responsabile IT non appare come una Figura periferica ai vertici dell'organizzazione, anzi, una buona componente del panel presiede anche ad attività strategicamente rilevanti per l'impresa, come descritto in precedenza.

Da dove deriva dunque il grande divario percepito tra IT e Business? Spesso, a essere fondamentale non è solo la frequenza con cui ci si relaziona con il resto del vertice aziendale o altri importanti stakeholder, ma anche la qualità del tempo che vi viene dedicato. Molti CIO aderenti alla Community di CIONET spesso ci segnalano che il tempo a disposizione con il proprio CEO è comunque troppo poco. Dall'altro lato, diverse Funzioni aziendali parlano un "linguaggio" diverso, diminuendo il grado di valore percepito durante gli incontri condivisi ed aumentando le incomprensioni. Ma quanto CIO e IT Manager di diverse organizzazioni comunicano tra di loro?

Se è pur vero che “i panni sporchi si lavano in casa”, condividere idee e problemi è da sempre una leva fondamentale per la crescita del progresso e dell’Innovazione, e ancor di più in tempi di Trasformazione Digitale dove il fattore “tempo” riveste un ruolo cruciale. Se confrontiamo quanto dichiarato dal panel, i Responsabili IT sono decisamente propensi a condividere esperienze, problematiche e soluzioni [Figura 26]. Più della metà dei rispondenti afferma infatti di comunicare con pari Figure di riferimento “ogni volta che si verifica un problema” (54%). Esiste quindi una rete di “pronto soccorso” e di collaboration interorganizzativa composta da peer con cui intercorre un rapporto di fiducia per tematiche che possono spaziare dal problema informatico alla soluzione di tematiche di business. Inoltre, il 40% del panel figura in particolare come punto di riferimento per la discussione di problematiche e best practice con altri colleghi. Solamente un 5% dei rispondenti afferma di non relazionarsi abitualmente con altri CIO e IT Manager, anche se riconosce il valore potenziale che potrebbe derivare da una prassi di questo tipo. L’unica voce fuori dal coro è un 1% di rispondenti che si dichiara decisamente contrario alla condivisione d’informazioni tra pari esterni all’organizzazione.

Una buona porzione del panel già oggi condivide quindi con assiduità problemi e consigli, in un mutuo scambio d’informazioni che potenzialmente può creare un bacino di conoscenza condiviso tra Figure paritarie. Vogliamo comunque concludere mostrando come, anche in base all’analisi delle risposte forniteci dal nostro panel in merito alla sezione Key Relationship, emerga un chiaro quadro in cui vi sono due differenti tipologie di Direttori dei Sistemi Informativi: la prima in cui il ruolo ricoperto è più vicino ad una Figura Executive partecipe di attività strategiche all’interno della propria struttura organizzativa e, la seconda che ricopre ruoli operativi e tipicamente rappresentativi di una funzione di Staff che fornisce un servizio sì fondamentale per la continuità aziendale, ma comunque sempre ancillare al business core in senso stretto. La distribuzione tra le due tipologie di CIO/Direttore dei Sistemi Informativi non sembra avere una correlazione diretta con la dimensione aziendale, non sempre infatti in un’impresa Top o Medio Grande l’IT viene coinvolto in processi decisionali di ordine strategico, tuttavia in imprese di classi dimensionali inferiori è comunque più frequente che l’IT Manager o il suo corrispettivo, pur avendo un rapporto più diretto con i vertici aziendali a causa della ridotta struttura organizzativa, raramente partecipi alla definizione della strategia aziendale.

Quanto questa dicotomia tra i due ruoli possa influenzare il grado d’Innovazione e la performance organizzativa di un’impresa nel suo complesso esula dall’obiettivo di questa Ricerca. Ciò nonostante ci teniamo a segnalare alcuni punti di debolezza nelle relazioni del panel: lo scarso rapporto con la Funzione Marketing e, ove presente, con il Chief Digital Officer, ormai fondamentale in un mondo in cui i tassi di conversione si combattono su Internet e sulle App degli smartphone e, il basso coinvolgimento del CIO nei processi di definizione della strategia aziendale, quando la Trasformazione Digitale ha ormai fatto della tecnologia una vera e propria strategia di business.

DIGITAL ENABLER, INNOVATION ACCELERATOR E SERVIZI IT-ENABLED

Che cosa ci riserva il futuro? La Trasformazione Digitale sta cambiando la competizione in molti settori: ad esempio, consente a nuovi entranti di farsi strada rapidamente, così, in un mondo popolato da hyperscale, nemmeno il concorrente di riferimento sarà più quello di sempre. Se è pur vero che le imprese usano da anni le tecnologie IT per crescere e innovare, molte cose sembrano comunque essere cambiate, tra cui proprio la rapidità di adozione delle tecnologie. Storicamente un processo complesso e oneroso richiedeva mesi, oggi l'intero insieme di attività può richiedere solo settimane o giorni. Il mondo digitale permette di unire servizi diversi, in modo più rapido ed economico, e di unirli in modalità plug and play.

Ciò che impariamo, invece, dai leader digitali è che non si può essere "vincitori" se non si effettuano investimenti in larga scala in tecnologie e se le infrastrutture IT non sono agili e flessibili. Sono infatti gli investimenti in tecnologie digitali a breve e medio termine a supportare l'Innovazione del futuro, sempre coadiuvati da un processo di ottimizzazione e modernizzazione degli attuali sistemi infrastrutturali.

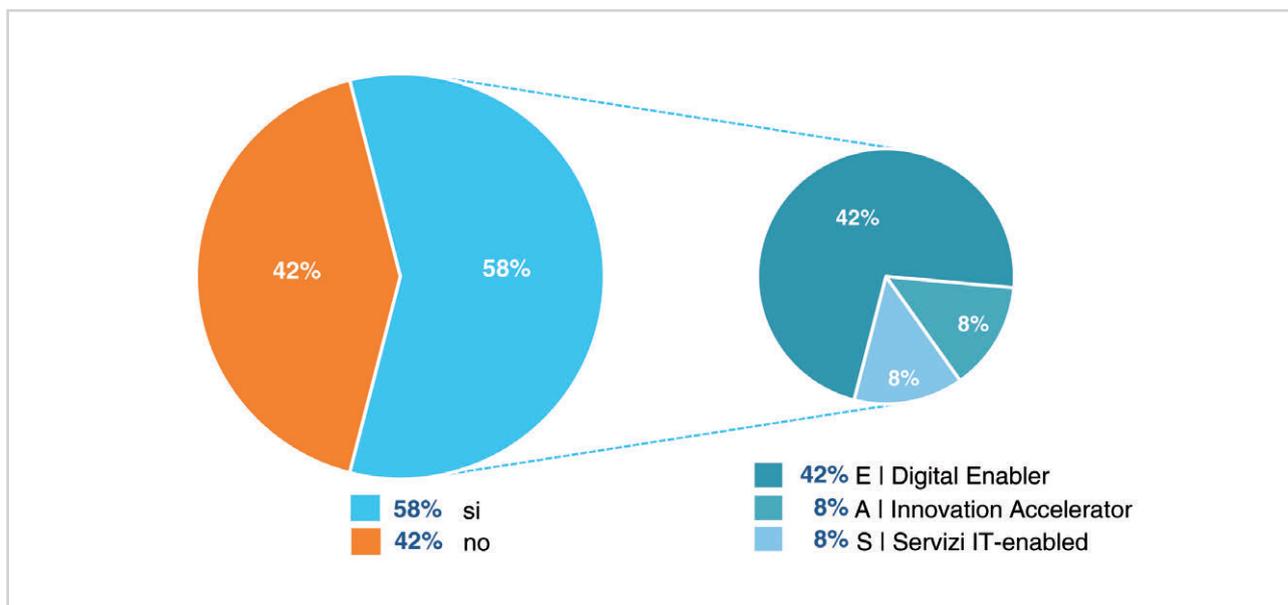
In questo capitolo proponiamo un drill down sui progetti di investimento dei prossimi 12 mesi specificamente connessi ai **Digital Enabler**, agli **Innovation Accelerator**, ovvero quelle tecnologie che non sono ancora mainstream nell'adozione delle imprese e delle organizzazioni e a quelli che abbiamo definito i **Servizi IT-enabled**.

Tra i Digital Enabler comprendiamo le iniziative di Cloud Computing, Mobile Enterprise, Cybersecurity, Big Data e Advanced Analytics, IoT, Customer Journey e Software Defined Datacenter, tra gli Innovation Accelerator i progetti di Robotics, Cognitive Computing, Additive Manufacturing e 3D Printing, Augmented Reality, Gamification e Blockchain e tra i Servizi IT-enabled quelli che contribuiscono ad accelerare la distribuzione delle applicazioni sull'infrastruttura IT esistente, con particolare riferimento ai progetti di System Availability, Resilience e modernizzazione dell'infrastruttura Legacy.

Il quadro che emerge è assolutamente positivo e rileva come, nei prossimi 12 mesi, le aziende del nostro panel abbiano intenzione di avviare, ciascuna secondo una propria roadmap di Trasformazione Digitale, un percorso destinato a creare nuovo valore per il business, attraverso le tecnologie e le practice digitali, dimostrando così di voler acquisire una propria maturità digitale.

Come primo punto della nostra analisi, abbiamo analizzato se e come i rispondenti del nostro panel, per abilitare e sostenere la strategia di business delle rispettive aziende, intendano adottare progetti di Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled entro i prossimi 12 mesi.

Figura 27 Investimenti IT a supporto del Business: Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled
% di rispondenti sul panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

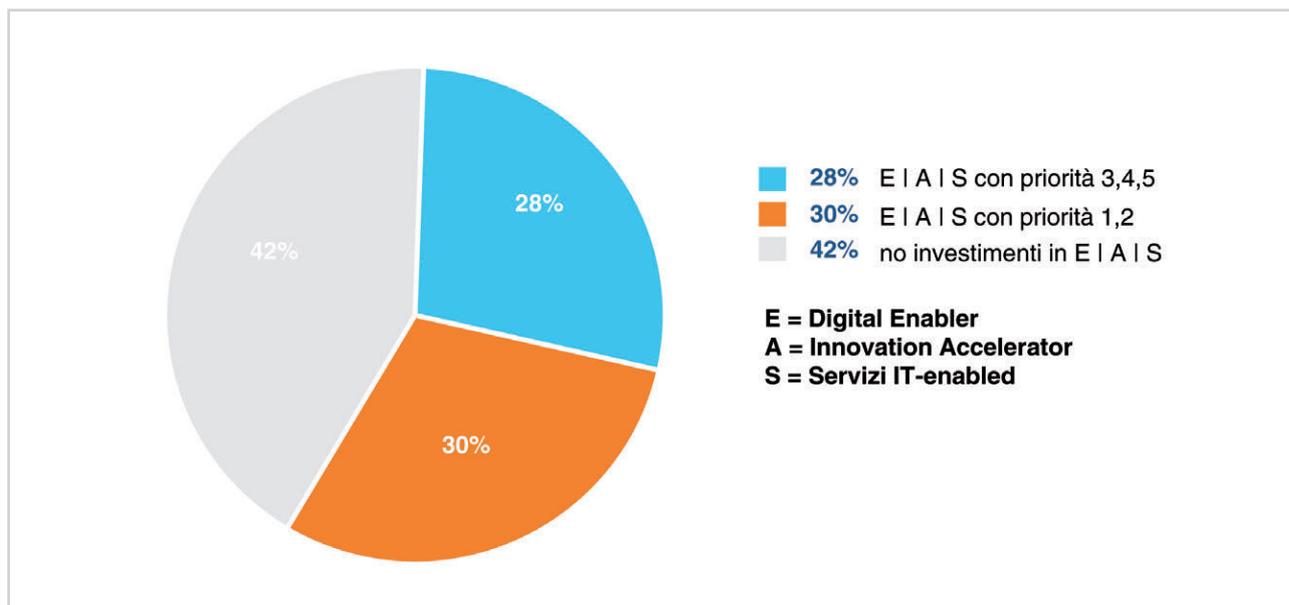
Abbiamo per questo chiesto al nostro panel di 1000 rispondenti di indicare in una scala di valori compresa tra 0 e 5, dove 0 corrisponde a nessun investimento previsto per i prossimi 12 mesi e 5 corrisponde a un progetto già approvato e assolutamente prioritario del portfolio 2016/17, il peso relativo di ciascun progetto nel contesto di tutti gli investimenti previsti a supporto del business. In corrispondenza di ogni selezione, i nostri rispondenti hanno fornito una sola risposta [Figura 27].

Il **58%** delle aziende del nostro panel dichiara progetti di investimento a supporto del business entro i prossimi 12 mesi, con un peso relativo compreso tra 1 e 5, in almeno uno dei tre ambiti: Digital Enabler con il **42%** delle risposte, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled, rispettivamente con un **8%** del totale risposte.

Il restante **42%** del panel non ci ha fornito alcuna risposta in corrispondenza di uno specifico progetto, oppure ha indicato “nessun investimento”: interpretiamo queste informazioni come nessun interesse nei confronti dei tre ambiti, almeno con riferimento ai prossimi 12 mesi.

Come ulteriore step di analisi, abbiamo preso in considerazione i progetti con intenzione d’investimento compresa tra 3 e 5, già a budget con priorità medio-alta, separatamente dai progetti a priorità più bassa, compresa tra 1 e 2, ovvero i cosiddetti *nice to have* o le iniziative da realizzare solo con extra budget.

Figura 28 Progetti IT a supporto del Business: intenzioni e priorità di investimento
% di rispondenti sul panel totale



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Se per il **28%** del nostro panel totale i progetti di Innovazione a supporto del business in almeno uno dei tre ambiti, Digital Enabler, Innovation Accelerator, Servizi IT-enabled, sono già inseriti a budget con priorità medio alta, per il **30%** dei nostri rispondenti questi progetti sono ancora a bassa priorità, hanno un peso relativo compreso tra 1 e 2, e con molta probabilità non entreranno a far parte del portfolio progetti dei prossimi 12 mesi [Figura 28].

Mantenendo separati i progetti ad alta priorità da quelli a bassa priorità, abbiamo verificato la rilevanza di ciascun ambito d'Innovazione, Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled, rispetto al totale dei progetti, rispettivamente ad alta priorità e a bassa priorità dichiarati dal nostro panel. La fotografia che emerge è sicuramente molto interessante. Il **78%** dei progetti di investimento a supporto del Business ad alta priorità, quelli a cui i nostri rispondenti hanno attribuito un valore compreso tra 3 e 5, è legato ad iniziative di Digital Enabler, il **7%** a iniziative di Innovation Accelerator e il **15%** a progetti legati ai Servizi IT-enabled [Figura 29].

Passando all'analisi delle iniziative a bassa priorità, nice to have o i progetti da realizzare con extra budget, rileviamo uno scenario sostanzialmente diverso ma altrettanto interessante. Le iniziative legate ai Digital Enabler raccolgono il **67%** dei consensi contro un **20%** attribuito agli Innovation Accelerator e un **13%** ai Servizi IT-enabled [Figura 30].

Non senza sorpresa rileviamo un consistente spostamento dei pesi all'interno dei tre ambiti di investimento. Nelle intenzioni dei nostri rispondenti, in presenza di extra budget o capacità di spesa illimitata, si sarebbe portati a

Figura 29 Progetti IT a supporto del Business con priorità medio-alta

% di rispondenti, panel ristretto di coloro che dichiarano investimenti E | A | S con priorità 3,4,5

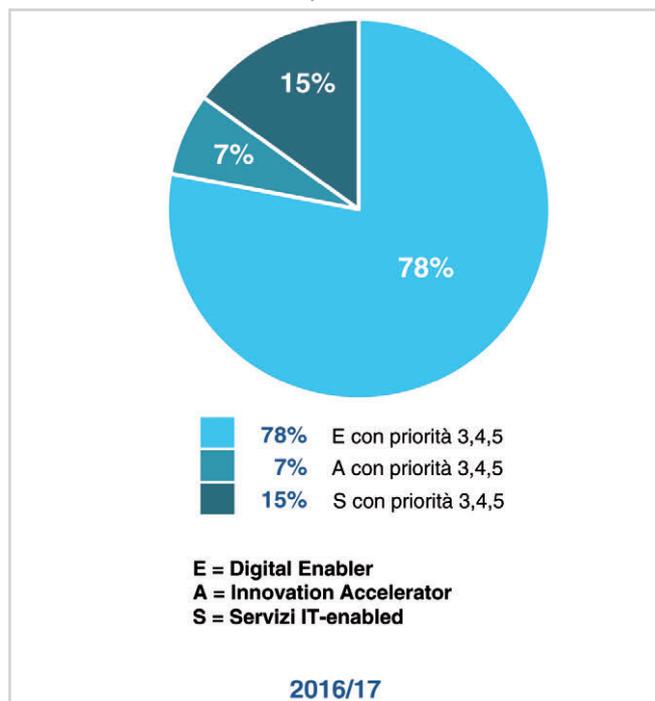
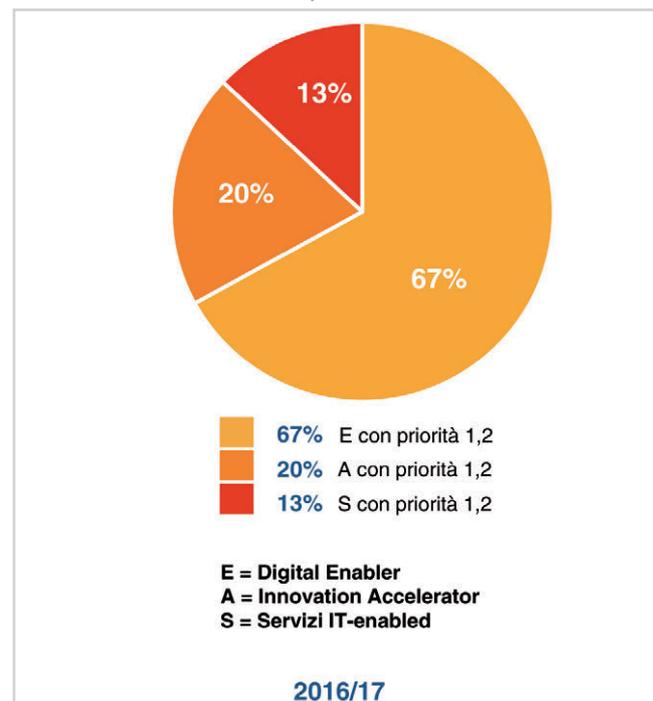


Figura 30 Progetti IT a supporto del Business con priorità bassa

% di rispondenti, panel ristretto di coloro che dichiarano investimenti E | A | S con priorità 1,2



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

triplicare i progetti di Innovation Accelerator, dal 7% al 20%, diminuire quelli di Digital Enabler dal 78% al 67% e mantenere pressoché stabili i Servizi IT-enabled, comunque essenziali e prioritari per accelerare la distribuzione delle applicazioni sull'infrastruttura IT esistente.

Non solo l'IT ma tutti i mercati si trovano di fronte al cambiamento del passaggio al digitale e spesso non vi sono punti di riferimento certi, metodi certi, modelli semplici o sofisticati algoritmi a cui far riferimento. Spesso vi è solo una realtà diversa, complessa e incerta, che siamo in grado di sbloccare con soluzioni di grande creatività che richiedono molto coraggio.

La Trasformazione Digitale apre un'immensa "nuvola" di nuove opportunità. Come coglierle è una sfida complessa ed incerta e cercare una strategia originale e adeguata alla propria posizione, ovvero alla propria portata è la scelta più opportuna da fare.

Adottare quanto di meglio esiste in fatto di tecnologie è assolutamente cruciale, ma ancor più fondamentale è la capacità di allineare le strutture organizzative, di sviluppare le competenze ed i talenti necessari, di sostenere il percorso con adeguati meccanismi d'investimento e di misurare accuratamente le performance attraverso nuovi set di KPI.

Tecnologie e applicazioni di Customer Journey attraggono il 36% dei progetti IT

La nostra analisi continua con un approfondimento sulle singole voci d'investimento che abbiamo considerato parte di ciascuno dei tre ambiti di analisi, rispettivamente Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled. In positivo, i dati confermano che l'IT, oltre ad essere una funzione di supporto, è una funzione autonoma a cui viene riconosciuta una propria leadership e un ruolo primario nel processo decisionale sui temi dell'innovazione.

Portfolio Progetti IT a supporto del Business 2016-2017

A questo punto della nostra analisi, abbiamo fatto un drill down all'interno di ciascun ambito d'investimento, Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled e misurato il peso relativo e la composizione del portfolio IT dei prossimi 12 mesi, all'interno di ogni singolo ambito. Prima di analizzare le risposte fornite dal nostro panel di 1000 rispondenti, introduciamo una breve nota metodologica.

La voce **Digital Enabler** comprende le iniziative di Cloud Computing, Mobile Enterprise, Cybersecurity, Big Data e Advanced Analytics, IoT, Customer Journey e Software Defined Datacenter. La componente Customer Journey, a sua volta, è una voce di sintesi all'interno della quale confluiscono tutte le iniziative di eCommerce, CRM, Social Media, Digital Marketing, Multicanalità e Mobile App. Tra Web Content management, Digital Marketing e Tecnologie per l'eCommerce e l'Omnicanalità infatti non esiste una vera e propria linea di demarcazione.

Più in generale, nel proseguo della nostra analisi, quando facciamo riferimento al segmento Customer Journey ci riferiamo alle tecnologie e alle applicazioni che abilitano pratiche di Digital Marketing, eCommerce e Omnicanalità, direttamente connesse alle strategie di Trasformazione Digitale delle imprese.

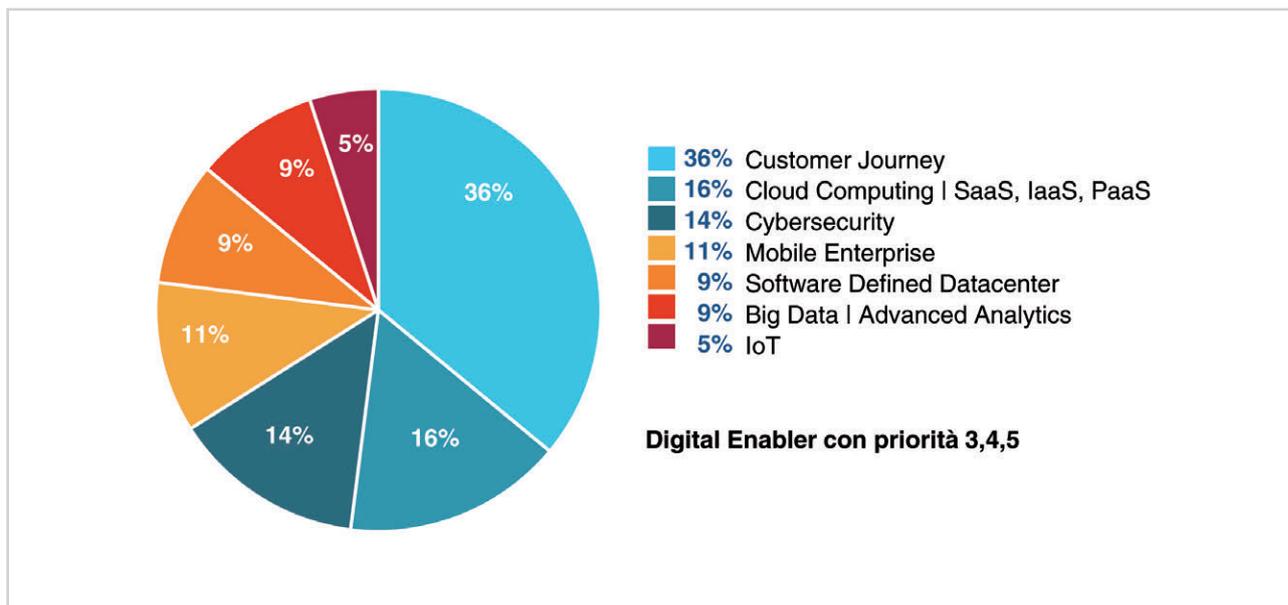
Tra gli **Innovation Accelerator** abbiamo incluso le iniziative di Robotics, Cognitive Computing, Additive Manufacturing, Augmented Reality, Gamification e Blockchain, un cluster di tecnologie non ancora mainstream nell'adozione delle imprese e delle organizzazioni.

Nell'ambito dei **Servizi IT-enabled** abbiamo inserito le iniziative che contribuiscono ad accelerare e garantire la distribuzione delle applicazioni sull'infrastruttura IT esistente, con particolare riferimento ai progetti di System Availability, Resilience e modernizzazione dell'infrastruttura Legacy.

Iniziamo con i Digital Enabler a priorità medio-alta, i progetti a cui il nostro panel ha attribuito un valore compreso tra 3 e 5. La distribuzione percentuale delle singole componenti del portfolio progetti è articolata come mostra la **Figura 31**.

Al primo posto, troviamo le tecnologie e le applicazioni di Customer Journey, che attraggono il **36%** dei progetti già a budget e con priorità alta dei prossimi 12 mesi.

Figura 31 Investimenti IT a supporto del Business: portfolio progetti Digital Enabler con priorità medio-alta % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 3,4,5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Il dato è indubbiamente consistente e mostra chiaramente come più di un progetto di Innovazione ad alta priorità, compresa tra 3 e 5, da qui al prossimo anno, abbia a che fare con il Customer Journey; i risultati mostrano uno scenario in rapida trasformazione sostenuto dall'intera gamma degli strumenti in veloce evoluzione, dalle regole del bidding che cambiano l'online advertising, dai video che dominano la scena del Web, dai principali social media che mettono a disposizione dati di profilo dei potenziali clienti.

La Customer Experience diviene il vantaggio competitivo più importante per ogni impresa, un vero e proprio cambiamento di paradigma, che sfrutta il binomio contenuto-contesto per seguire e fidelizzare il cliente attraverso tutte le modalità in cui egli si manifesta e per offrirgli un'esperienza digitale unica e memorabile.

Al secondo posto, con il 16% dei consensi, troviamo i progetti di Cloud Computing, rispettivamente con il 7% delle preferenze nella modalità SaaS e il 9% in quella IaaS e PaaS. Il Cloud Computing inizia a mostrare i suoi reali benefici e la sua vera efficacia come fondamentale Digital Enabler dell'intero sistema produttivo italiano. Un numero crescente di organizzazioni prende in considerazione i servizi in Cloud Computing, più flessibili ai fini del processo di ammodernamento e di adeguamento dell'IT alle trasformazioni in corso, come alternativa ai tradizionali. La scelta del Cloud diviene una regola in presenza di progetti d'Innovazione, un abilitatore chiave nella modernizzazione del Datacenter e la sua evoluzione verso modelli realmente Software Defined, una scelta ormai ricorrente di adozione dei servizi applicativi di Digital Marketing, Social CRM, eCommerce in modalità Software as a Service.

Sono sempre più le imprese che puntano sull'IoT per rilanciare il business

Con il **14%** delle preferenze, al terzo posto troviamo la Cybersecurity. La sicurezza è anch'essa un elemento strategico per il Business e un punto prioritario nell'agenda di molte imprese impegnate nel proprio percorso di Trasformazione Digitale. La Cybersecurity diventa una practice aziendale di fronte alla presumibile crescita di minacce lungo la roadmap di digitalizzazione dell'impresa, con una migliore pianificazione degli interventi e degli investimenti sulla base di scenari di priorità.

Nella classifica stilata dai nostri rispondenti, in quarta posizione troviamo con l'**11%** di preferenze i progetti di Mobile Enterprise. I grandi vantaggi in termini di produttività e flessibilità delle soluzioni Mobile non sono certamente sfuggiti alle imprese, soprattutto di grandi dimensioni. La consapevolezza di questi vantaggi si sta diffondendo anche nei settori delle Medie e Piccole imprese. Il vero trend di diffusione è nello sviluppo di App e servizi volti a creare una miglior Customer Experience e nuovi modelli e processi di business grazie alle tecnologie mobile.

Ex-aequo con il **9%** di preferenze dei nostri rispondenti per i progetti di Big Data e Advanced Analytics e Software Defined Datacenter.

Divenire Data Driven è un obiettivo prioritario della Trasformazione Digitale delle imprese e delle organizzazioni che puntano a generare valore attraverso nuovi processi decisionali. La grande opportunità offerta dai Big Data e dagli Advanced Analytics è di agire meglio e prima dei concorrenti. I modelli Software Defined sono il punto di arrivo dell'evoluzione del datacenter, da anni al centro di un ampio e profondo processo di revisione e trasformazione, non solo utilizzando nuove tecnologie, ma soprattutto adottando modelli di approvvigionamento a costo variabile, secondo una visione end-to-end dell'intera infrastruttura.

L'IoT chiude con il **5%** delle scelte dei nostri rispondenti il portfolio dei progetti d'Innovazione dei prossimi 12 mesi. Sono sempre più numerose le imprese che puntano sull'IoT per rilanciare e diversificare il proprio business. Uno degli aspetti chiave per lo sviluppo futuro dell'IoT è la valorizzazione dei dati raccolti e la messa a punto di strategie per il loro sfruttamento nei processi interni all'azienda, al fine di ridurre i costi e migliorare la relazione con il cliente. Gli stessi dati possono diventare un asset che può generare valore attraverso la vendita a terzi e cogliendo nuove opportunità di business.

Continuiamo la nostra analisi, con gli Innovation Accelerator a priorità medio-alta, i progetti in aree emergenti a cui il nostro panel ha attribuito un valore compreso tra 3 e 5 e che ha inserito nel portfolio progetti dei prossimi 12 mesi, pur se allo stato attuale è ancora difficile valutare rilevanza e velocità di sviluppo. La distribuzione percentuale delle singole componenti è mostrata in **Figura 32**. Un corredo di piattaforme, soluzioni e servizi in rapida evoluzione destinato ad alimentare una nuova fase di adozione di nuove tecnologie, che amplieranno ulteriormente le applicazioni e le capacità delle Business Platform, sempre più core nei processi di Trasformazione Digitale delle imprese.

Figura 32 Investimenti IT a supporto del Business: portfolio Innovation Accelerator con priorità medio-alta % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Innovation Accelerator con priorità 3,4,5

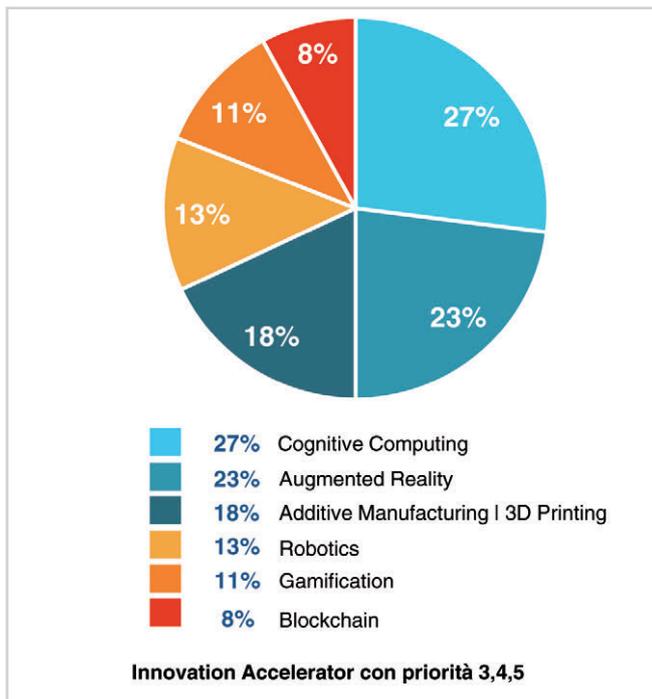
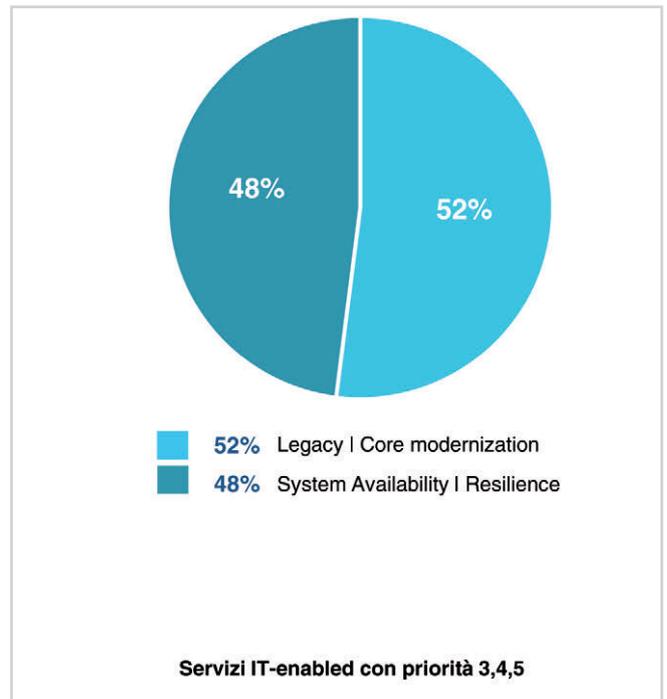


Figura 33 Investimenti IT a supporto del Business: portfolio Servizi IT-Enabled con priorità medio-alta % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti in Servizi IT-enabled con priorità 3,4,5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

I progetti legati al Cognitive Computing, l'evoluzione dei sistemi computazionali verso le reti neurali, il pensiero umano e l'aumento della capacità di calcolo, si collocano al primo posto con il **27%** delle preferenze, seguiti con il **23%** dei consensi dai progetti di Augmented Reality, che rappresentano la base per la realizzazione di nuove applicazioni che mettono al centro la User Experience.

Al terzo posto le tecnologie di Additive Manufacturing e 3D Printing indicato dal **18%** del nostro panel, un cluster di tecnologie che comprende diversi livelli di complessità attraverso anche diverse industrie, dalla prototipazione alla piccola produzione di prodotti personalizzati. Interesse decisamente marginale nel periodo 2016/17 per i progetti IT in tecnologie di Robotics (**13%**) e Gamification (**11%**).

Le iniziative di Blockchain, invece, pur non superando l'**8%** delle preferenze, meritano una particolare attenzione, per le loro enormi potenzialità di sviluppo, tra cui la gestione dei Big Data generati tramite dispositivi interconnessi, che sembrano andare ben al di là del settore finanziario e dell'universo Bitcoin da cui hanno avuto origine.

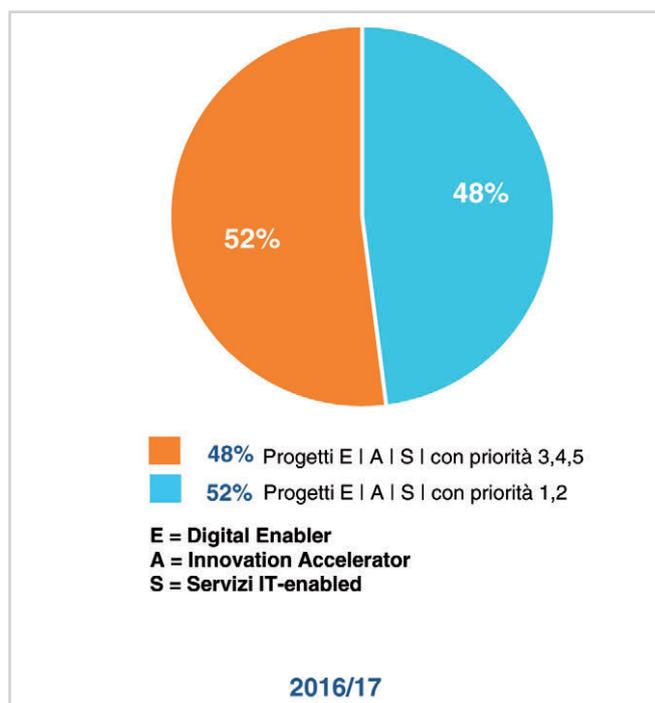
Concludiamo la nostra disamina con i Servizi IT-enabled, che contribuiscono ad accelerare la distribuzione delle applicazioni sull'infrastruttura IT esistente. Ci riferiamo in particolare ai progetti di System Availability, Resilience e modernizzazione dell'infrastruttura Legacy a cui i nostri rispondenti hanno attribuito una priorità medio-alta con riferimento ai prossimi 12 mesi [**Figura 33**].

Entrambi core per la gestione dei sistemi informativi, diventano essenziali per garantire al Business un servizio più vicino alla dinamicità di un mercato digitale, preservando ovviamente anche stabilità e sicurezza, System Availability e Resilience con il **48%**, Legacy e Core Modernization con il **52%**.

Numero di progetti di investimento

Come ulteriore punto della nostra analisi, abbiamo preso in considerazione il numero effettivo di progetti di investimento inserito nel portfolio progetti riferito a quanto rimane del 2016 ed alla prossima annualità.

Figura 34 Investimenti IT a supporto del Business: progetti con priorità medio-alta e bassa
% di rispondenti, panel ristretto che dichiara investimenti con priorità da 1 a 5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Fatto 100 il totale dei progetti indicati dal nostro panel, con una scala di valori compresa tra 1 e 5, con riferimento ai prossimi 12 mesi in almeno un ambito tra Digital Enabler, Innovation Accelerator, Servizi IT-enabled, il numero complessivo di progetti che i nostri rispondenti dichiarano di valutare all'interno delle loro organizzazioni è pari a **10.904**.

Il **48%** di questi progetti è già inserito a budget con priorità medio-alta compresa tra 3 e 5. Al restante **52%** dei progetti, i nostri rispondenti hanno assegnato un valore compreso tra 1 e 2, ovvero una bassa priorità con riferimento ai prossimi 12 mesi, da fare solo con extra-budget, o più semplicemente come iniziativa *nice to have* [Figura 34].

Possiamo sicuramente concludere che le aziende del nostro panel che prevedono progetti nei prossimi 12 mesi, in almeno un ambito tra **Digital Enabler, Innovation Accelerator, Servizi IT-enabled**, stanno valutando complessivamente 11.000 progetti ma daranno seguito solo alla metà degli stessi, in media 5,2 iniziative IT a supporto del business tra Digital Enabler, Innovation Accelerator e Servizi IT-enabled per ciascuna azienda del nostro panel.

Percorsi di Trasformazione Digitale

Mentre la digitalizzazione modifica dalle fondamenta la natura stessa dello scenario competitivo, anche le imprese italiane, come ci ha mostrato il nostro panel, cercano di definire la propria strada "vincente" nel nuovo scenario digitale. La Trasformazione Digitale ha già dato vita a una nuova generazione di consumatori che vogliono prodotti, esperienze e servizi sempre più personalizzati, accessibili, flessibili, senza soluzioni di continuità. Dal nostro Insight dedicato alla Trasformazione Digitale, non emerge chiaro un approccio unico per assicurare il successo della Trasformazione Digitale, ma vi sono comunque best practice che leader in tale ambito suggeriscono.

Si può eccellere solo in alcune aree della Trasformazione Digitale

Innanzitutto, è necessario comprendere le ragioni per cui è tempo di cambiare in relazione allo scenario competitivo che si va configurando, capire le minacce e le opportunità che la Trasformazione Digitale rappresenta per la propria organizzazione, capire quale sia lo stato attuale di maturità digitale dell'impresa e la propria capacità di guidare la trasformazione.

Molto dipenderà non solo dall'adozione di nuove tecnologie, ma dalla cultura stessa dell'impresa: i conservatori avranno in qualche modo bisogno di modificare più profondamente il DNA stesso dell'organizzazione, mentre aziende più digitalmente "attive" possono comunque trovarsi a dover razionalizzare una miriade d'iniziative digitali già lanciate e a dover unire tra loro i diversi silos funzionali sotto un'unica visione e strategia. Altro take away importante dai "primi della classe" è che si eccelle in poche aree della Trasformazione Digitale, da un miglior presidio del Customer Journey tramite Customer Experience, l'uso dei social media, l'analisi dei clienti, alla digitalizzazione dei processi interni o alla collaborazione ma raramente si eccelle in più di una contemporaneamente.

Questo non solo per ragioni di strategia, ma anche poiché i Budget destinati all'Innovazione sono, ovviamente, limitati.

È di competenza della prima linea dell'organizzazione, i Numeri Uno, identificare dove l'impresa può e deve eccellere in base alle proprie capacità e asset. Per questa ragione, è ragionevole aspettarsi una correlazione tra diversi progetti d'investimento in Innovazione affrontati da ogni impresa.

Mondi fisici e virtuali tendono a confondersi e l'adozione di tutte le tecnologie digitali presentate in questa sezione, dai Digital Enabler come Cloud Computing e Big Data e Advanced Analytics, alle soluzioni Mobile all'interno e all'esterno dell'organizzazione, sostengono la trasformazione delle imprese e creano numerose opportunità per generare valore in modo diverso dal passato.

Le tecnologie Innovation Accelerator, come Cognitive Computing e Augmented Reality, contribuiranno ancor di più a ridefinire i confini del business principale delle imprese. I Servizi IT-enabled costituiscono i naturali elementi abilitanti l'Innovazione tecnologica, razionalizzando e modernizzando le infrastrutture esistenti. Un portfolio di progetti in più di uno di questi ambiti digitali definisce il percorso di Trasformazione Digitale di ogni impresa.

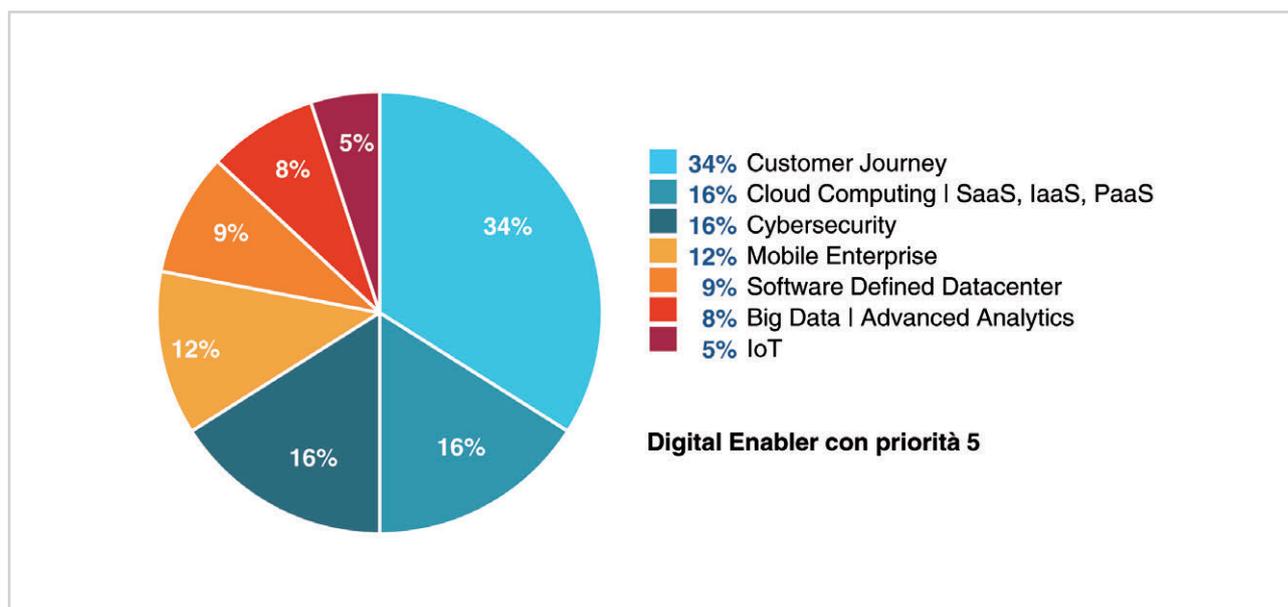
Concludiamo quindi la nostra analisi sui progetti di investimento dei prossimi 12 mesi connessi ai Digital Enabler, agli Innovation Accelerator e ai Servizi IT-enabled proponendo un excursus sui percorsi di Trasformazione Digitale che le aziende del nostro panel hanno intenzione di avviare per acquisire una propria maturità digitale.

L'obiettivo della nostra analisi è individuare se esiste un nesso e sia possibile, quindi, individuare una relazione diretta, tra un'iniziativa Digital Enabler indicata con priorità 5, e un bouquet di altri investimenti appartenenti sempre alla categoria dei Digital Enabler. Così facendo, siamo in grado di stabilire quali siano i progetti che ragionevolmente vengono condotti in azienda in presenza di un progetto Digital Enabler dichiarato con priorità 5.

Per prima cosa abbiamo filtrato le risposte dei nostri rispondenti in base al livello di priorità attribuito ai progetti Digital Enabler dei prossimi 12 mesi. Abbiamo quindi preso in considerazione tutti i progetti Digital Enabler con priorità pari a 5, ovvero tutti gli investimenti prioritari con progetti già approvati, dichiarati dal nostro panel.

Sulla base delle risposte fornite dai nostri rispondenti, i progetti Digital Enabler con priorità pari a 5 assumono la distribuzione mostrata in **Figura 35**.

Figura 35 Portfolio progetti Digital Enabler con priorità alta
% di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Rispetto alla Figura 31 in cui vengono rappresentati tutti i progetti indicati dal nostro panel con priorità compresa tra 3 e 5, il risultato che emerge osservando la Figura 35, che come indicato accoglie solo i progetti Digital Enabler con priorità 5, è un aumento del peso relativo dei progetti di Cybersecurity e Big Data e Advanced Analytics a fronte di una minore incidenza dei progetti di Customer Journey e Mobile Enterprise sul portfolio progetti dei prossimi 12 mesi.

Cybersecurity,
Big Data,
Analytics,
Mobile, sono i
progetti a
maggiore
frequenza

A partire da questi dati, abbiamo ulteriormente filtrato, uno alla volta, le risposte dei nostri rispondenti in base a una tecnologia Digital Enabler e osservato quali altri progetti Digital Enabler a cui è stata assegnata una priorità, compresa tra 3 e 5, entrano nel portfolio progetti dei prossimi 12 mesi. Lasciamo al lettore l'osservazione delle diverse distribuzioni ottenute [Figure da 36 a 43].

A noi preme sottolineare tre aspetti particolarmente interessanti. Cybersecurity, Big Data e Advanced Analytics e Mobile Enterprise sono i progetti che trovano spazio con i valori di frequenza più alti, all'interno del portfolio progetti dei prossimi 12 mesi.

In particolare, i progetti di Cybersecurity sono sempre presenti con un'incidenza compresa tra il 13% e il 17%, laddove ci troviamo in presenza di progetti di Customer Journey, Mobile Enterprise, SaaS e IoT indicati dal nostro panel di rispondenti con priorità pari a 5.

Se da un lato i progetti d'Innovazione tecnologica permettono alle imprese di modificare il proprio business per adattarsi ai cambiamenti del mercato, dall'altro si moltiplicano le minacce provenienti dal cyber spazio: la sempre maggiore quantità di dati e informazioni di valore vengono dematerializzati ed esposti al rischio di furti, frodi, attacchi mirati.

Dai Big Data e Advanced Analytics, dal Cloud Computing alle grandi potenzialità dell'Internet of Things, la quantità e il valore di business delle informazioni che le organizzazioni si trovano ormai a dover gestire e proteggere è enorme, in continua crescita e frequentemente "cross-dipartimentale". L'utilizzo della tecnologia come elemento strategico per il business trasforma il rischio informatico in rischio strategico.

Ad esempio, strumenti tecnologici abilitanti lo Smart Working, proprio come la mobilità o il Cloud Computing, permettono di aumentare la flessibilità e la produttività del lavoro.

Al contempo, l'estensione dei confini "virtuali" di un'impresa implica anche un aumento delle probabilità di incorrere in azioni di criminalità informatica. La crescente commistione tra vita pubblica e vita privata degli utenti e la consumerization delle tecnologie esistenti possono creare rilevanti punti di vulnerabilità per la salvaguardia delle informazioni, sia a causa di vulnerabilità strettamente tecniche, sia a causa di vulnerabilità derivanti dal fattore umano.

Proprio smartphone ed altri dispositivi mobili, in particolare con piattaforme open come Android, sono diventati il nuovo target di attacchi informatici, sfruttando quelle "debolezze" che possono nascere anche dall'utilizzo di device personali per fare breccia nei network aziendali.

Il pericolo maggiore per le organizzazioni riguarda principalmente la gestione dei dispositivi mobili da parte degli utenti finali, un fenomeno non certo nuovo, ma sempre particolarmente delicato nella sua attuazione. Da un lato, la larga diffusione della consumerization delle tecnologie spinge gli utenti a voler replicare la stessa “esperienza” vissuta nel privato anche sul mondo del lavoro, dall'altra le organizzazioni vedono crescere le complessità derivanti dal proteggere e monitorare l'accesso e la disponibilità dei dati aziendali. In molte imprese, nell'ambito del Mobile Enterprise l'adozione di soluzioni di Bring Your Own Device ha significato il dover disegnare strategie di Mobile Application Management e Mobile Device Management.

Il rischio primario per il futuro risiede però nel furto delle enormi quantità di dati generati dagli oggetti e sensori dotati di connessione, dati personali degli utenti che le aziende creatrici dei dispositivi dovranno inoltre immagazzinare e proteggere. Il valore dei dati sensibili generati può variare da informazioni riguardanti la salute personale, fino alle abitudini ed allo stile di vita di migliaia di persone. Non è quindi difficile immaginare come il furto di questi dati possa consistere in un “discreto” valore monetario per i criminali informatici che vorranno perpetrare tali attacchi.

Un punto principale, sempre all'ordine del giorno, è come far sì che la sicurezza non sia solo parte integrante dell'IT, ma assuma la conformazione di practice aziendale di fronte alla presumibile crescita di minacce lungo tutto il percorso della Trasformazione Digitale dell'impresa. Per fare un esempio, è probabile che la spinta verso la gestione dell'omnicanalità all'interno del Customer Journey migliori significativamente l'esperienza del cliente, ma essa può esporre a molti punti di contatto anche con intrusi.

Allo stesso modo anche la più stretta collaborazione con i partner commerciali, i clienti, i consulenti e le altre terze parti arricchiscono le competenze per lo sviluppo di prodotti e servizi, ma introducono gestioni più complesse della catena del valore, nuovi flussi informativi, modelli ibridi di delivery, spesso processi svolti nella Cloud da fornitori esterni, che rendono difficile o impossibile parlare di sicurezza perimetrale e costringono ad aumentare considerevolmente le attività e i dati da monitorare per prevenire eventuali attacchi.

La Trasformazione Digitale predispone indubbiamente più aperture ad hacker e ad altri come loro e l'aumento del valore dei dati espone maggiormente l'organizzazione ad esserne un target. Ragionevolmente, una banca può giovare dell'uso di Big Data e di Advanced Analytics per aumentare considerevolmente la capacità di cross-selling dei propri servizi. In questo caso il valore dei dati aumenta quanto più si riferiscono a clienti e le informazioni vengono aggregate ed incrociate, sia pure nel rispetto della privacy. La violazione di questi dati può però esporre la banca e i suoi clienti a un danno finanziario e di reputazione epocale.

Il Mobile è ormai un canale autonomo dal desktop tradizionale

Il successo di qualsiasi organizzazione continuerà a dipendere dalla sua capacità di mantenere e rinsaldare la fiducia dei suoi consumatori e clienti, i quali, per prima cosa, pretendono la piena garanzia sul rispetto della loro privacy e sul fatto che i loro dati sensibili vengano “messi al sicuro” in sistemi informativi opportunamente protetti, anche se necessariamente iperconnessi nel nuovo mondo digitale.

La digitalizzazione di contenuti, prodotti e processi moltiplica le probabilità di vulnerabilità, l’omnicanalità lavora con interfacce attraverso cui possono avvenire intrusioni, i modelli ibridi di delivery, quando alcuni servizi e processi sono in Cloud e/o gestiti da provider esterni, ampliano esponenzialmente il teorico perimetro degli asset da proteggere e costringe ad una più vasta azione di monitoraggio e controllo, l’uso di Advanced Analytics e di Big Data richiede una elevata capacità di proteggere il valore di dati che vengono automaticamente aggregati e incrociati.

Una breccia in questi ambiti minerebbe dalle fondamenta la reputazione dell’impresa e, a questo punto, sono le organizzazioni IT a dover erigere i baluardi che permettono al business di operare.

Continuando con la nostra analisi, anche i progetti Mobile Enterprise hanno una frequenza relativa più alta in presenza di progetti di Big Data e Advanced Analytics, Cybersecurity e Customer Journey, indicati dal nostro panel con priorità pari a 5.

La diffusione del Mobile come canale autonomo e indipendente dal desktop tradizionale è una realtà ormai diffusa. La diffusione mainstream di dispositivi mobili offre alle aziende ulteriori possibilità per meglio conoscere e segmentare la propria clientela.

In primo luogo, le possibilità offerte dall’always on “in mobilità”: essere sempre connessi crea un collegamento potenzialmente sempre “aperto” tra azienda e cliente, fornendo ai merchant un flusso costante di dati riguardanti i propri prodotti ed aiutando così le aziende a modificare e aggiornare la propria offerta in base alle reali esigenze dei propri consumatori.

Le nuove abitudini di collegamento degli italiani costituiscono una buona base per lo sviluppo di dinamiche di Mobile Commerce, un fattore a cui le imprese stanno già prestando attenzione per lo sviluppo di siti ottimizzati per il mobile o di App specificamente disegnate per l’acquisto di prodotti e servizi tramite i propri dispositivi mobili. Non sorprende quindi che molti dei trend futuri riguardino l’integrazione crescente tra mobile e altre tecnologie per un migliore presidio dei Customer Journey, come indicato dal nostro panel. Inoltre, nuovi strumenti per l’analisi e la gestione dei Journey consentono di “seguire” i propri clienti tra i diversi touchpoint, sia online sia offline.

Mobility e BYOD
rappresentano
un'opportunità e
un rischio

Dalle piattaforme per l'analisi di dati non strutturati (la maggior parte dei quali proveniente dal web), a software Cognitive e Machine Learning per analizzare grandi dati relativi, le soluzioni di Mobile Advanced Analytics per predire i comportamenti futuri dei consumatori sono molteplici.

All'interno dei confini dell'organizzazione, invece, non stupisce come la Mobility e le iniziative di BYOD rappresentino per i Direttori IT del panel al tempo stesso un'opportunità e un rischio: una forza lavoro che possa accedere alle informazioni e alle applicazioni vitali dell'impresa in ogni momento e da ogni luogo e attraverso più strumenti, senza esporre informazioni e applicazioni ai rischi di sicurezza e compliance è un risultato importantissimo per l'IT e per tutta l'organizzazione.

Difficile districarsi tra i rischi quando un volume crescente di dati e di applicazioni risiede su strumenti di proprietà degli stessi collaboratori e una banale assenza di regole può causare danni immediati e rilevanti per il business. Ad esempio, l'utente mobile è sempre più incline a utilizzare tecnologie di sincronizzazione di file basate su servizi SaaS, per superare i limiti di memoria e di capacità di storage di strumenti come gli smartphone e i tablet. Tipicamente la maggior parte di chi fa uso di queste tecniche ripone e sincronizza file, dati e informazioni che fanno parte della proprietà intellettuale dell'impresa, ancora in ambienti non gestiti, che possono essere carenti sotto il profilo della sicurezza e della governance.

Se l'impresa definisce una propria roadmap improntata alla maggiore produttività, molto probabilmente cercherà di ottenere più valore proprio dall'adozione di modalità e strumenti che in sé racchiudono dei rischi e, quindi, dalle caratteristiche potenzialmente più distruttive del Mobile Enterprise.

Ad ogni modo la roadmap sarà a lungo termine, contemplerà la piena realizzazione della Mobility aziendale e la completa gestione della sicurezza, prevederà un ambiente flessibile che incoraggi l'utilizzo di strumenti e di tecnologie di ogni tipo.

Se questo è l'approccio, in ogni caso deve essere salvaguardato l'investimento effettuato in precedenza in strumenti e ambienti legacy, devono essere modificate le modalità con cui gli utenti accedono in modo sicuro agli ambienti applicativi dai loro nuovi molteplici ed eterogenei strumenti, devono progressivamente essere introdotte policy che possano evolvere con il progredire stesso degli ambienti operativi.

Anche le iniziative di Big Data e Advanced Analytics dominano la scena e diventano progetti prioritari con il valore di frequenza più alta, in presenza di investimenti in Cloud Computing SaaS, Software Defined Datacenter e Customer Journey con priorità pari a 5, secondo le risposte fornite dai rispondenti del nostro panel.

Trasformare i **Big Data** in dati di valore

L'utilizzo di tecnologie di analisi e di competenze di data science divengono fondamentali per trasformare i Big Data, in dati di valore, o smart data. Il momento è propizio grazie ad alcuni importanti fattori abilitanti.

Il crescere della diffusione della tecnologia Cloud ha permesso di diminuire i costi di data storage e di aumentare sensibilmente la potenza di calcolo disponibile, e questo giustifica quindi la presenza di investimenti in Cloud Computing con alta priorità per i membri del panel che effettuano progetti in ambito Big Data e Advanced Analytics. Le piattaforme software odierne consentono infatti di immagazzinare e salvare dati su larga scala e con costi relativamente bassi.

La virtualizzazione dei Datacenter Software Defined consente di ottenere capacità di memoria flessibile e proporzionale con la mole di dati presenti in azienda e crea un ambiente di sviluppo ulteriore in fase di testing e sviluppo delle nuove applicazioni.

Inoltre, tecnologie Accelerator Cognitive Computing e Machine Learning permettono di sviluppare strumenti di analisi per il riconoscimento del linguaggio umano, ed in particolare consentono lo sviluppo di software in grado di apprendere dai dati analizzati e applicare la conoscenza ottenuta in futuro. Inoltre, da un punto di vista statistico, disporre di un maggior volume di dati corrisponde a ideare modelli predittivi di correlazione tra variabili maggiormente accurati ed affidabili: oggi gli analisti utilizzano i processi euristici per codificare e recuperare correttamente le connessioni fra gli eventi e verificare quali siano maggiormente profittevoli, attraverso osservazioni e test che permettono di migliorare costantemente i modelli.

Gli strumenti di Intelligence ed Analytics diventano quindi sempre più sofisticati: da strumenti descrittivi (Business Intelligence I visualizzazione), che forniscono un'analisi qualitativa del dato, a strumenti predittivi (Advanced I Predictive Analytics), che permettono di generare previsioni per il futuro tramite l'analisi e l'interazione di dati in passato, sino a strumenti prescrittivi, che forniscono raccomandazioni in maniera automatica sulle azioni da intraprendere in determinati scenari. In ottica Customer Journey, i Customer Insight Analytics permettono di tracciare e analizzare i comportamenti del consumatore e sono in grado di fornire con rapidità al Top Management informazioni di valore, dalla gestione delle campagne, alle strategie di riduzione del tasso di abbandono.

Se l'adozione diffusa di strumenti di analisi prescrittiva sembra ancora lontana, soluzioni di analisi predittiva sono già implementate in molte aziende, specialmente in ambito online, per definire i differenti pattern comportamentali dei diversi segmenti di clientela.

L'analisi dei Big Data si rivela quindi molto utile nel seguire il percorso di ogni cliente attraverso il proprio Journey.

Come indicato da alcuni pionieri del panel, con l'ormai graduale avvento di Internet of Things e Internet of Industrial alle porte, la necessità di analizzare e correlare una grande quantità di dati in real time diventa fondamentale per il successo di modelli di business che integrano sempre più sensori, Machine Learning e sistemi di data modelling, strumenti di analisi semantica e graph databases. Un'intera gamma di nuovi modelli di business, compreso il Manufacturing as-a-service, sembra ora possibile, in particolare grazie alla combinazione di smart machines che pongono le proprie basi su algoritmi di calcolo, e piattaforme IoT in Cloud.

Ma, proprio oltre alla tecnologia in Cloud ed alla propria piattaforma di riferimento, questi business nati da algoritmi avranno sempre più bisogno del contributo di strumenti per l'analisi e la tassonomia di dati non strutturati.

Non stupisce certo che Cybersecurity, Mobile Enterprise e Big Data e Advanced Analytics siano così strettamente correlati nell'analisi delle risposte del panel: il canale Mobile apre grandi opportunità per incrementare produttività e collaborazione all'interno dell'azienda, nonché per meglio conoscere e coinvolgere la propria base clienti, all'esterno dell'azienda, ma apre anche le porte al rischio d'incorrere in attacchi informatici. Tutti i dati generati in azienda, tra cui la grande mole generata anche tramite dispositivi mobili, oltre alla necessità di dover essere analizzati, devono essere anche tenuti al sicuro da intrusioni esterne, pena la perdita di valore della reputazione aziendale, e le conseguenti ricadute nelle vendite o nel prezzo delle azioni per le grandi aziende, fino alle sanzioni normative. Da qui, la sempre crescente importanza della Cybersecurity.

La conclusione che traiamo è che le aziende del nostro panel hanno già avviato, ciascuna secondo una propria roadmap di Trasformazione Digitale, un percorso destinato a creare nuovo valore per il Business, attraverso progetti di miglioramento dell'esperienza dei clienti durante il loro Customer Journey, di Big Data per generare valore attraverso nuovi processi decisionali e di Advanced Analytics, in cui risiede la grande opportunità di agire meglio e prima dei concorrenti. La Sicurezza poi diviene un elemento strategico per il Business e un punto di riferimento di molte imprese del nostro panel, che con le loro risposte dimostrano di voler trasformare la Sicurezza da practice dell'IT a practice aziendale.

Mentre l'efficienza era stata fino a ieri l'obiettivo più importante, sempre di più il *time to market* prende il sopravvento ai fini della competitività dell'impresa ed esso è direttamente proporzionale alla velocità con cui le innovazioni arrivano ai clienti finali. Quindi anche l'affidabilità e così anche la Sicurezza.

Figura 36 Progetti di Big Data e Advanced Analytics con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5

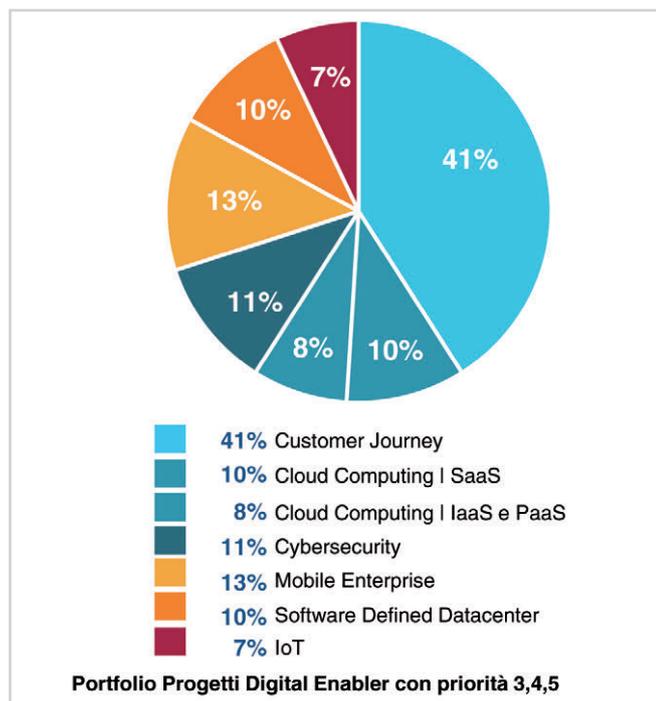
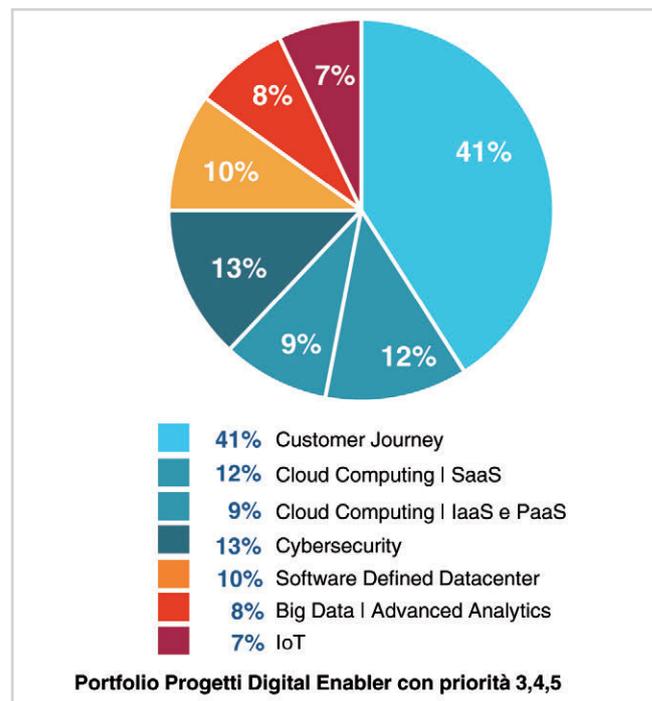


Figura 37 Progetti di Mobile Enterprise con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 38 Progetti di Cloud Computing SaaS con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5

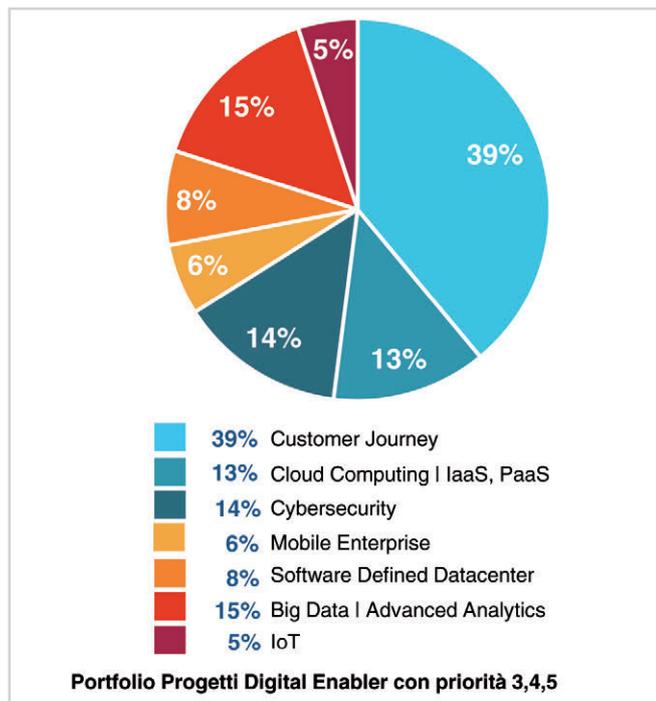
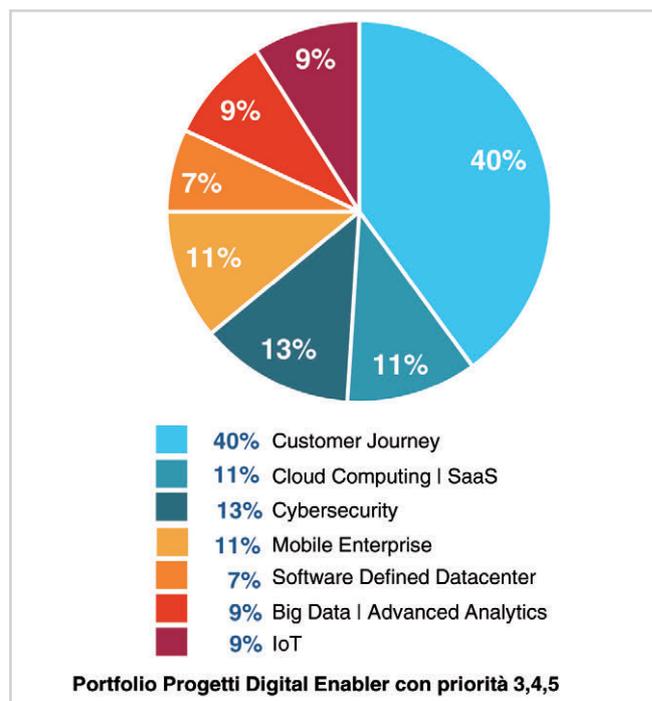


Figura 39 Progetti di Cloud Computing IaaS o PaaS con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler % di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 40 Progetti di Cybersecurity con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler
% di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5

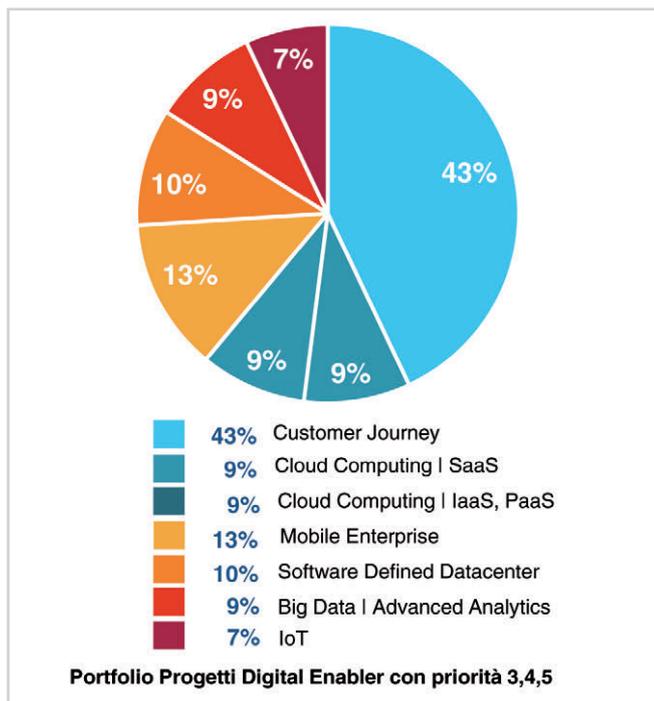
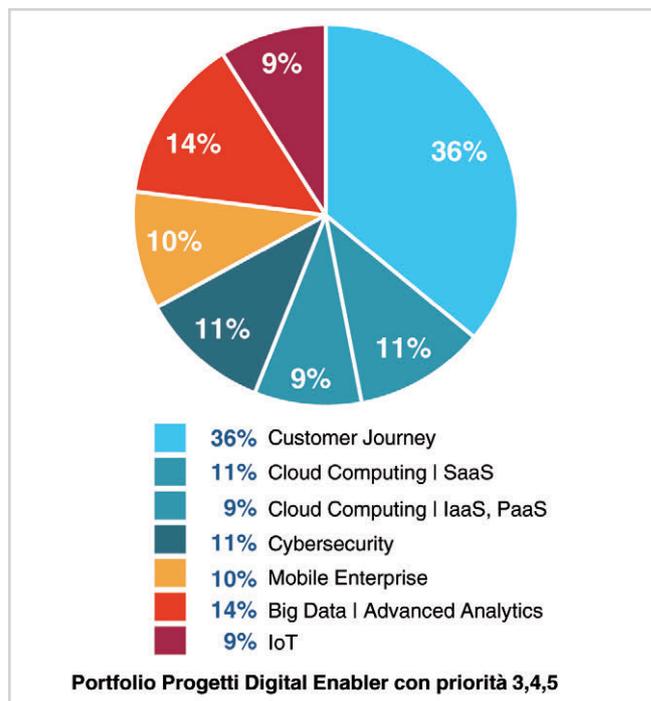


Figura 41 Progetti di Software Defined Datacenter con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler
% di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

Figura 42 Progetti di IoT con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler
% di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5

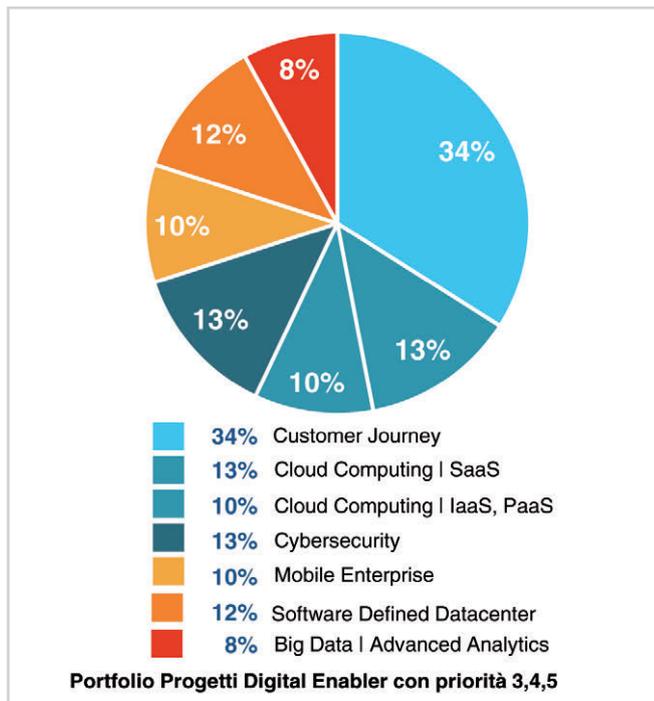
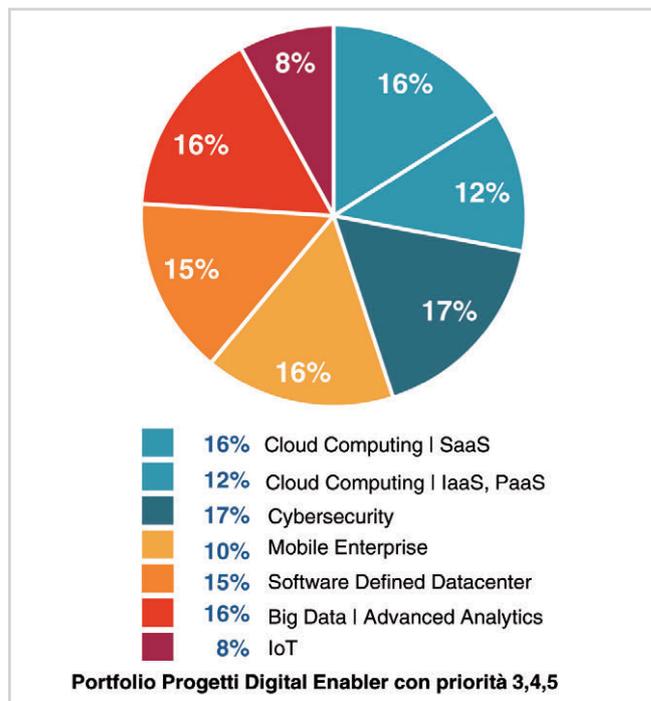


Figura 43 Progetti di Customer Journey con priorità 5: composizione portfolio Digital Enabler
% di rispondenti, panel ristretto che dichiara progetti Digital Enabler con priorità 5



Fonte: NEXTVALUE© | Ricerca sulla Domanda IT in Italia, 2016

La tecnologia diventa abilitante solo quando supportata da una strategia chiara

Come già accennato in precedenza a proposito dell'Insight "Digital Transformation in Italy. What's next", il percorso di Trasformazione Digitale dell'impresa dipende in particolar modo da tre condizioni di partenza, che riguardano la readiness delle tecnologie, delle competenze e delle skill, dei processi e dell'organizzazione. Processi, persone e tecnologie rappresentano "solo" le condizioni necessarie per l'avvio di un processo di trasformazione verso il digitale.

Lo scopo dell'analisi dell'ultima sezione della Ricerca è stato principalmente d'identificare quali investimenti in tecnologie digitali sono in portfolio nei prossimi dodici mesi. Tuttavia, la tecnologia diventa abilitante per accrescere la maturità digitale di un'organizzazione solo quando supportata da una strategia chiara definita a livello executive, dalla presenza di risorse in grado di comprendere e supportare il cambiamento e da una ridefinizione dei processi di business in accordo con l'Innovazione stessa.

Ad esempio, un progetto di Big Data e Advanced Analytics non comprende, ovviamente, solo l'adozione di strumenti e soluzioni tecnologiche all'interno del contesto organizzativo. A differenza di aziende native digitali, le imprese end-user tradizionali, come la maggioranza delle organizzazioni che costituiscono il nostro panel, non dispongono di processi e strutture organizzative disegnati fin dal principio con lo scopo di trarre il massimo dalle informazioni fornite tramite l'analisi di dati strutturati, per quanto riguarda pricing, campagne marketing e pubblicitarie e gestione della supply-chain. In imprese con percorso storico più lungo, anche a livello internazionale, raramente la struttura organizzativa e decisionale ha seguito il modificarsi della tecnologia di analisi dei dati. Iniziative in cui si introducono strumenti per la ridefinizione del pricing di un prodotto tramite l'analisi di dati in tempo reale possono non fornire il loro pieno contributo all'organizzazione, se i processi decisionali in azienda non sono altrettanto veloci ed allineati con le informazioni ottenute.

Inoltre, se i dati non costituiscono più una risorsa scarsa, lo stesso non si può dire delle figure chiave per la loro interpretazione. In Italia, le risorse che ricoprono il ruolo di data scientist sono decisamente ridotte, così come altre risorse in grado di gestire grandi quantità d'informazioni. Non stupisce insomma che sia particolarmente difficile trovare le persone con le giuste skill, o come sia necessario fornire un training adeguato in tale ambito alle risorse interne all'organizzazione.

Infatti, anche modificare la cultura aziendale verso un percorso data-driven e fare in modo che questa sia diffusa a tutti i livelli dell'organizzazione è fondamentale per favorire l'esito positivo di iniziative di Big Data.

L'IT si trova nel cuore della tempesta

Anche se il pilot si è rivelato un successo, nell'era dei Big Data raramente le informazioni di valore si concentrano nel dipartimento in cui sono state create, ragione per cui la struttura organizzativa deve essere dotata della flessibilità necessaria per massimizzare la cooperazione e la circolazione di dati, informazioni ed idee tra diversi dipartimenti, combattendo quelle resistenze al cambiamento legate alla protezione “del proprio patrimonio informativo” caratteristico delle organizzazioni strutturate “a silos”.

L'esempio applicato alla dimensione dei Big Data e degli Advanced Analytics risulta adeguatamente valido anche per gli altri membri del cluster dei Digital Enabler e degli Innovation Accelerator. Ad ogni Innovazione tecnologica, corrisponde la necessità di innovare e modificare processi spesso consolidati e ridefinire processi e competenze delle persone.

L'Information Technology si trova nel cuore della tempesta: sia che occupi un ruolo maggiormente “operativo” all'interno dell'organizzazione, sia che sia parte attiva nella definizione della strategia di business, la Trasformazione Digitale modifica ampiamente ruoli, relazioni, processi chiave e tecnologie adottate, all'interno e all'esterno della Funzione IT.

In questo “estratto” cartaceo dell'Assintel Report+, abbiamo voluto mettere l'accento sul mutevole ruolo dell'IT in azienda in tempi di Trasformazione Digitale, dall'Innovazione al supporto strategico e operativo al Business, ai Budget dedicati, grazie alla “viva voce” dei diretti protagonisti, le principali 1000 aziende end-user italiane del panel.

Per ulteriori approfondimenti sui pilastri della Trasformazione Digitale vi rimandiamo alla piattaforma www.assintelreport.it.

Per l'analisi e le stime del Mercato Italiano dell'IT, vi invitiamo invece a proseguire la lettura nella sezione Market Book di questo libro o, anche in questo caso, di proseguire online per un maggiore dettaglio.

MARKET BOOK

Scopri di più su www.assintelreport.it



INDICE DELLE FIGURE

FOGLIO 01	Il mercato italiano dell'IT	79
FOGLIO 02	Il mercato italiano dell'Hardware	80
FOGLIO 03	Il mercato italiano del Software	81
FOGLIO 04	Il mercato italiano del Software Applicativo	82
FOGLIO 05	Il mercato italiano dei Servizi IT	83
FOGLIO 06	Il mercato italiano dei Servizi di Cloud Computing	84
FOGLIO 07	Il mercato italiano dei Servizi "Classici" di Cloud Computing	85
FOGLIO 08	Il mercato italiano del Mobile Enterprise	86
FOGLIO 09	Il mercato italiano dell'eCommerce B2C	87
FOGLIO 10	Il mercato italiano dei Digital Enabler	88
FOGLIO 11	La Spesa IT per classe dimensionale d'impresa	89
FOGLIO 12	La crescita del mercato IT per classe dimensionale d'impresa	90
FOGLIO 13	La Spesa IT per segmenti di mercato	91

EXECUTIVE SUMMARY

Il Market Book propone l'outlook della Spesa IT in Italia e delle sue principali componenti, tralasciata a fine anno in corso e/o a fine semestre.

Il Market Book rende possibile riconnettere i risultati di settori, segmenti e specifiche nicchie di mercato ai valori "macro" di stima e, attraverso il corredo di opportune chiavi, d'interpretare ogni singolo dato.

Le stime sono tutte contestualizzate e "proiettate in avanti", secondo la nostra metodologia di valutazione e previsione del mercato - qualsiasi outlook deve tralasciare il futuro, in questo caso a breve, ed è compito dell'analista conferire il massimo livello di "confidenza" possibile alle previsioni proposte.

L'outlook del Market Book è necessariamente "condensato". Gli Stakeholder+ dell'Assintel Report ci esprimono la necessità di trovare rapidi ed esaurienti takeaway e stime quantitative congruenti di cui fidarsi, anche nel caso di fenomeni complessi in fase di avvio o che maturano e s'impongono con velocità a volte sconcertanti. Ogni comparto relativo alla Spesa IT in questo Market Book viene declinato nei suoi dati di sintesi in una tabella, corredata da una semplice ed esauriente rappresentazione grafica e da un breve commento a supporto della consultazione.

Per articoli d'approfondimento e un'analisi di dettaglio delle singole voci di Spesa, rimandiamo infatti alla piattaforma www.assintelreport.it, dove sarà possibile consultare una versione "ipertestuale" della versione cartacea di questo Market Book.

Alla base del Market Book vi è la raccolta puntuale e continua di input e segnalazioni da parte dei CxO che aderiscono alle nostre business community. Oltre 10.000 interviste online e dirette effettuate durante l'anno ci consentono di rilevare i processi di adozione delle tecnologie, di monitorare budget e priorità di investimento, di misurare il grado di maturità raggiunto dalle organizzazioni rispetto ad un particolare fenomeno, di tener conto di ostacoli e fattori critici di successo. Tutto questo lavoro svolto in back-end conferisce autorevolezza ai dati di sintesi che vengono poi espressi in funzione delle necessità dei nostri Clienti.

La trasformazione in atto modifica costantemente in valore e in significato le varie componenti del mercato e frequentemente provoca l'inclusione nel perimetro della Spesa IT di voci appena emerse o che divengono rilevanti per i budget IT delle organizzazioni. Il Market Book assume spesso un assetto "a perimetro variabile" delle voci di Spesa considerate. Ciò nonostante nel nostro percorso di analisi mostriamo sempre, per comodità d'interpretazione, la situazione e il trend a "parità di perimetro" con l'analisi precedente e, solo successivamente proponiamo un nuovo outlook impostato su un nuovo perimetro di spesa, in modo da favorire la massima chiarezza nell'interpretazione. In generale il nuovo perimetro "si allarga" prevedendo voci di Spesa aggiuntive, ma non è raro il caso opposto di accorpamento di voci divenute nel frattempo di secondaria importanza.

La combinazione tra effetti recessivi nell'IT esistente ed investimenti in Innovazione produce un risultato positivo, ovvero il significativo incremento della Spesa IT complessiva nel nostro mercato rispetto all'anno scorso e a parità di perimetro. Quel piccolo ma significativo incremento del +1,7% che nel 2015 confermava un flesso positivo della Spesa IT rispetto agli anni precedenti, è atteso a fine 2016 con un incremento ancor più significativo che si attesta al +3,1%.

I Digital Enabler apportano all'interno del perimetro IT intere linee di prodotto, come gli smartphone o le Appliances IoT nel comparto delle Appliances e un rimarchevole insieme di soluzioni e servizi IT, a cominciare dai Managed Services.

Un ulteriore apporto al perimetro IT è fornito dagli Innovation Accelerator, ovvero da quelle tecnologie che non sono ancora mainstream nell'adozione delle imprese e delle organizzazioni, ma che sono già oggetto di early adoption, di sperimentazione e prototyping.

Volutamente abbiamo lasciato ai margini del perimetro IT le voci che, pur essenziali nei programmi di Trasformazione Digitale, non danno però luogo a budget di Spesa direttamente gestiti dall'IT o particolarmente rilevanti per essa, a cominciare dai Contenuti Digitali, dalla Pubblicità online, da tutto ciò che, prodotto e servizio, più o meno commodity, rientra nel comparto delle Comunicazioni.

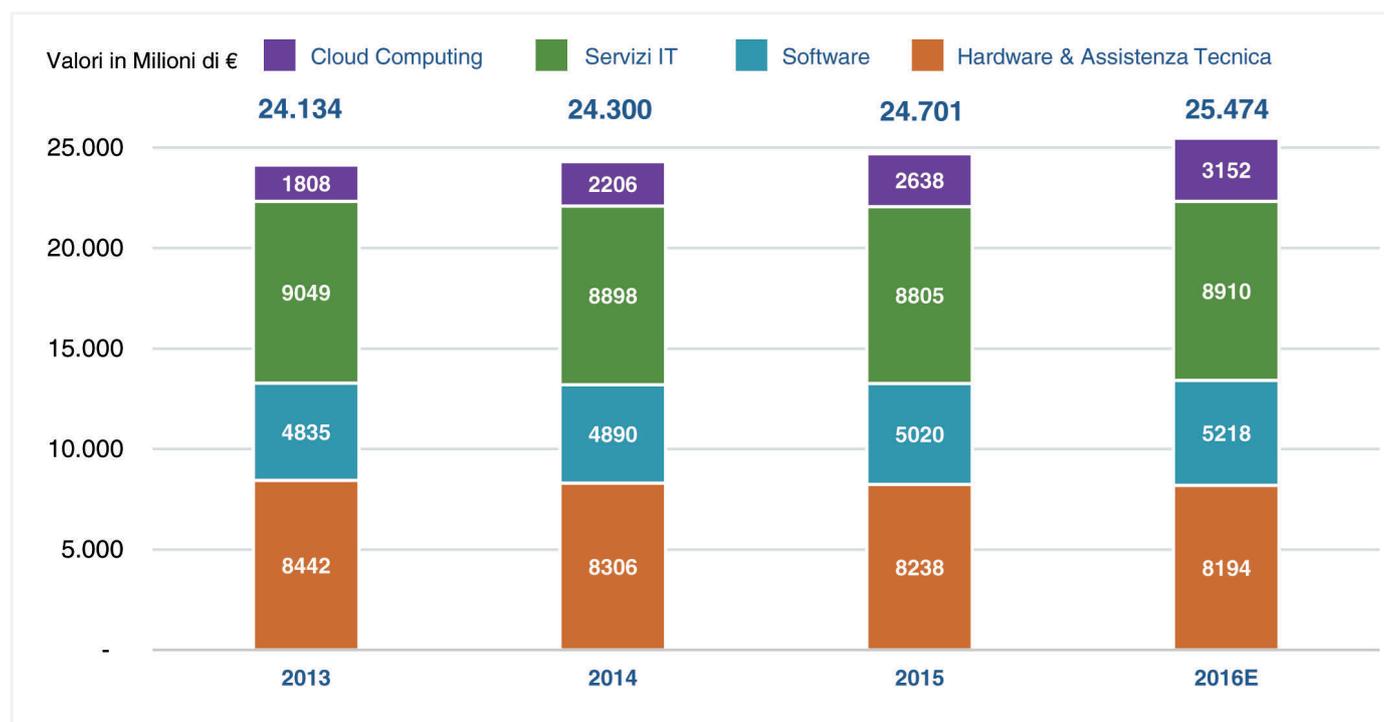
Necessità e desiderio dei nostri Stakeholder+, la nostra analisi mette a fuoco quelle Digital Technology che rientrano ormai nelle definizioni dell'IT e, come nostro imprinting, privilegiamo in modo particolare la vista business rispetto alla consumer. Il nostro perimetro però include i vari end-point, quali smartphone e tablet, ormai entrati di diritto nelle dotazioni aziendali anche grazie a pratiche di BYOD, così come anche la sensoristica dell'IoT. Ci interessiamo in modo particolare alle piattaforme di Business e a tutto ciò che si estende oltre l'IT tradizionale e comprende tutti i servizi erogabili via Cloud.

Digital Enabler

Come i nostri follower sanno bene, dal 2013 proponiamo un perimetro di Spesa IT che, comprende oltre alla IT classica, il contributo ai budget di voci specificatamente connesse ai Digital Enabler, ovvero di iniziative di **Cloud Computing, Mobile Enterprise, Cybersecurity, Big Data e Advanced Analytics, IoT e Customer Journey**, nelle componenti Mobile e Social Media, Digital CRM e tecnologie per l'eCommerce, da questa versione anche in tabelle di dettaglio dedicate.

Il contributo dei Digital Enabler è infatti essenziale: la Spesa IT a loro relativa è in una crescita composta proiettata nel triennio del +9,4%, contro una virtuale decrescita, sempre nel triennio, del -2,6% per il comparto della IT esistente.

IL MERCATO ITALIANO DELL'IT



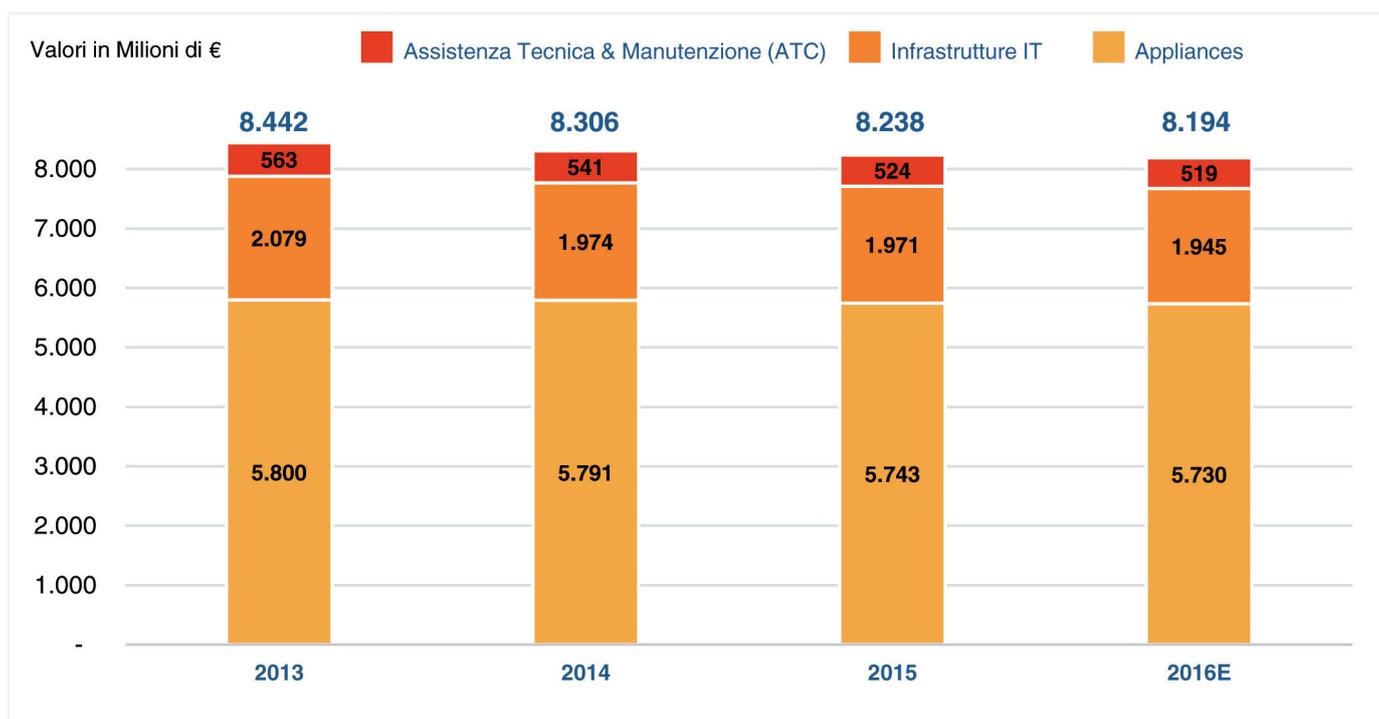
FONTE: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

Spesa IT	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Hardware & Assistenza Tecnica	8.442	8.306	8.238	8.194	-1,6%	-0,8%	-0,5%
Software	4.835	4.890	5.020	5.218	1,1%	2,7%	3,9%
Servizi IT	9.049	8.898	8.805	8.910	-1,7%	-1,0%	1,2%
Cloud Computing	1.808	2.206	2.638	3.152	22,0%	19,6%	19,5%
Spesa Totale	24.134	24.300	24.701	25.474	0,7%	1,7%	3,1%

La combinazione tra effetti recessivi nell'IT esistente ed investimenti in Innovazione produce un risultato positivo, ovvero il significativo incremento della Spesa IT complessiva nel nostro mercato rispetto all'anno scorso e a parità di perimetro. Quel piccolo ma significativo incremento del +1,7% che nel 2015 confermava un flessò positivo della Spesa IT rispetto agli anni precedenti, è atteso a **fine 2016** con un incremento ancor più significativo che si attesta al **+3,1%**. Infatti, grazie ad un segno "+" in tutti i comparti fondamentali, ad eccezione di quello dell'Hardware e dei Servizi di Assistenza Tecnica e Manutenzione che rimangono in una situazione di stallo, **la Spesa IT** quest'anno si attesta complessivamente a **25.474 milioni di Euro**. Anche se l'economia italiana rimane ancorata a una profonda situazione di stagnazione non risolvibile in tempi brevi e, sebbene sembri aggravarsi il rischio-Paese connesso alla fragilità del sistema bancario e a fattori esterni come Brexit, così come dal permanere di embarghi verso alcuni mercati di sbocco delle nostre imprese, sia i consumi che gli investimenti stanno lentamente riposizionandosi in terreno positivo. Da almeno due anni questa inversione di tendenza attiene anche all'IT e sono almeno due i fattori macro che la determinano: la ripresa, sia pure molto timida, della Spesa Consumer e l'impatto che i **Digital Enabler** hanno sui processi di digitalizzazione delle imprese. Se nel primo caso la Spesa IT Consumer è conseguenza diretta del diffondersi di un digital life style anche nel nostro Paese, nel secondo la Spesa IT nel business è direttamente connessa all'impatto che la Trasformazione Digitale determina nelle imprese e nelle organizzazioni, con la conseguente rivitalizzazione dell'IT in chiave strategica e di Innovazione dei modelli di business, oltre che in chiave di miglioramento di produttività e flessibilità.

IL MERCATO ITALIANO DELL'HARDWARE



FORNITORE: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

Hardware	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Appliances	5.800	5.791	5.743	5.730	-0,2%	-0,8%	-0,2%
Infrastrutture IT	2.079	1.974	1.971	1.945	-5,1%	-0,2%	-1,3%
Assistenza Tecnica e Manutenzione (ATC)	563	541	524	519	-3,8%	-3,2%	-1,0%
Totale Hardware e ATC	8.442	8.306	8.238	8.194	-1,6%	-0,8%	-0,5%

Nel 2016 il comparto dell'Hardware e dell'Assistenza Tecnica e Manutenzione raggiunge **8.194 milioni di Euro**, con una variazione annuale pressoché nulla del **-0,5%**.

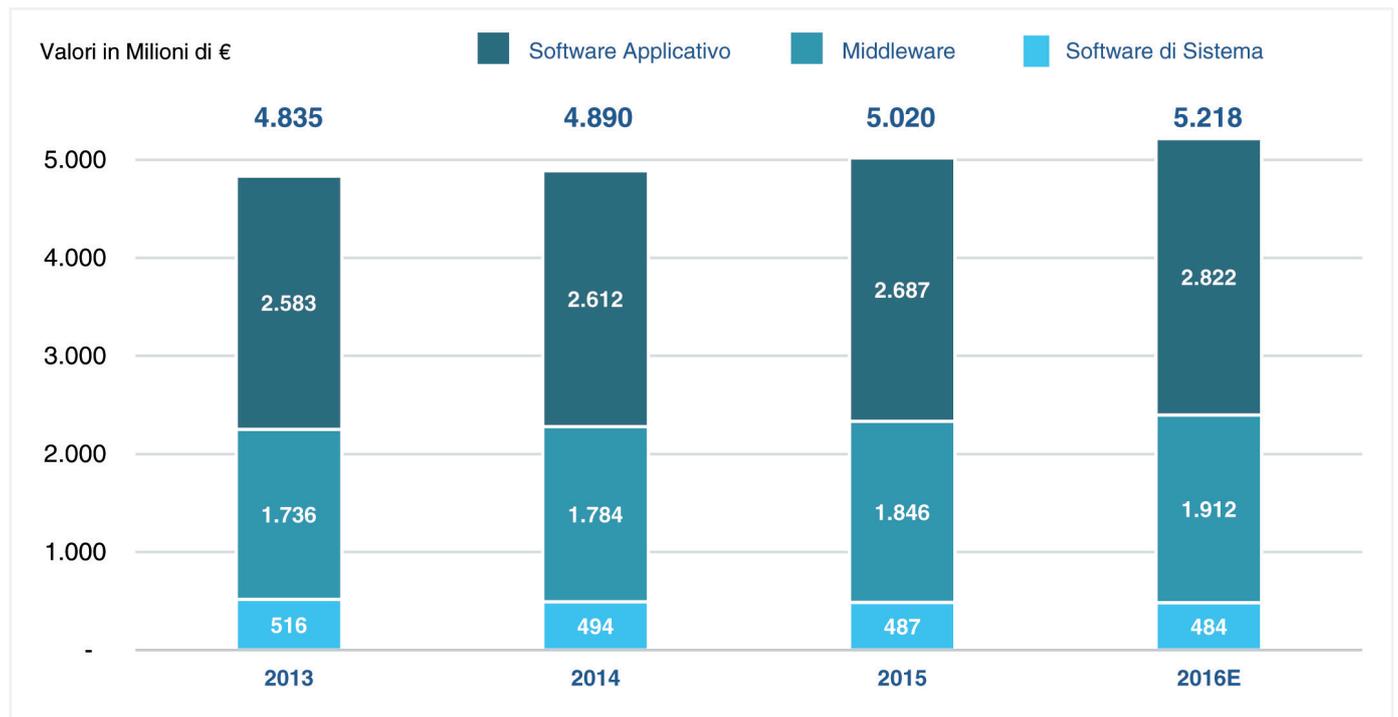
A livello macro l'intero comparto dell'**Hardware** è costituito dalla Spesa per Infrastrutture IT "on premises" e i Sistemi, ovvero per le piattaforme da cui vengono erogati applicazioni e servizi e dalla Spesa per le Appliances, tutti gli end-point utilizzati per fruire di essi o generare dati per essi. Il quadro generale è completato dai Servizi di Assistenza Tecnica e Manutenzione che, per continuità di trattazione, consideriamo parte di questo comparto, anziché di quello dei Servizi IT.

Le **Infrastrutture IT** "on premises" e Sistemi non superano nel 2016 i **1.945 milioni di Euro**, con un decremento complessivo del -1,3% su base annua. Come è noto gli investimenti in Infrastrutture "on premises" soffrono del decremento destinato alla parte legacy ed esistente dell'IT, ma soprattutto ad essi si contrappongono servizi infrastrutturali e di piattaforma ormai comunemente offerti in modalità Cloud.

La Spesa complessiva per le **Appliances** raggiunge **5.730 milioni di Euro**. Nel perimetro non abbiamo incluso la variegata offerta di sensori e attuatori per l'IoT e, per questo motivo, il risultato rimane pressoché analogo a quello di un anno fa, con una lievissima diminuzione su base annua pari al **-0,2%**.

In chiusura del 2016 il volume dei servizi di **Assistenza Tecnica e Manutenzione** si attesta sui **519 milioni di Euro**, in calo del **-1%** su base annua. Ormai da tempo questo tipo di servizi sconta gli effetti combinati dell'allungamento dei cicli di vita e di adozione dei sistemi, della loro migliore affidabilità, dell'estensione dei periodi di garanzia, del deprezzamento delle tariffe professionali, della minore necessità di interventi on-site da parte di personale specializzato.

IL MERCATO ITALIANO DEL SOFTWARE



FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

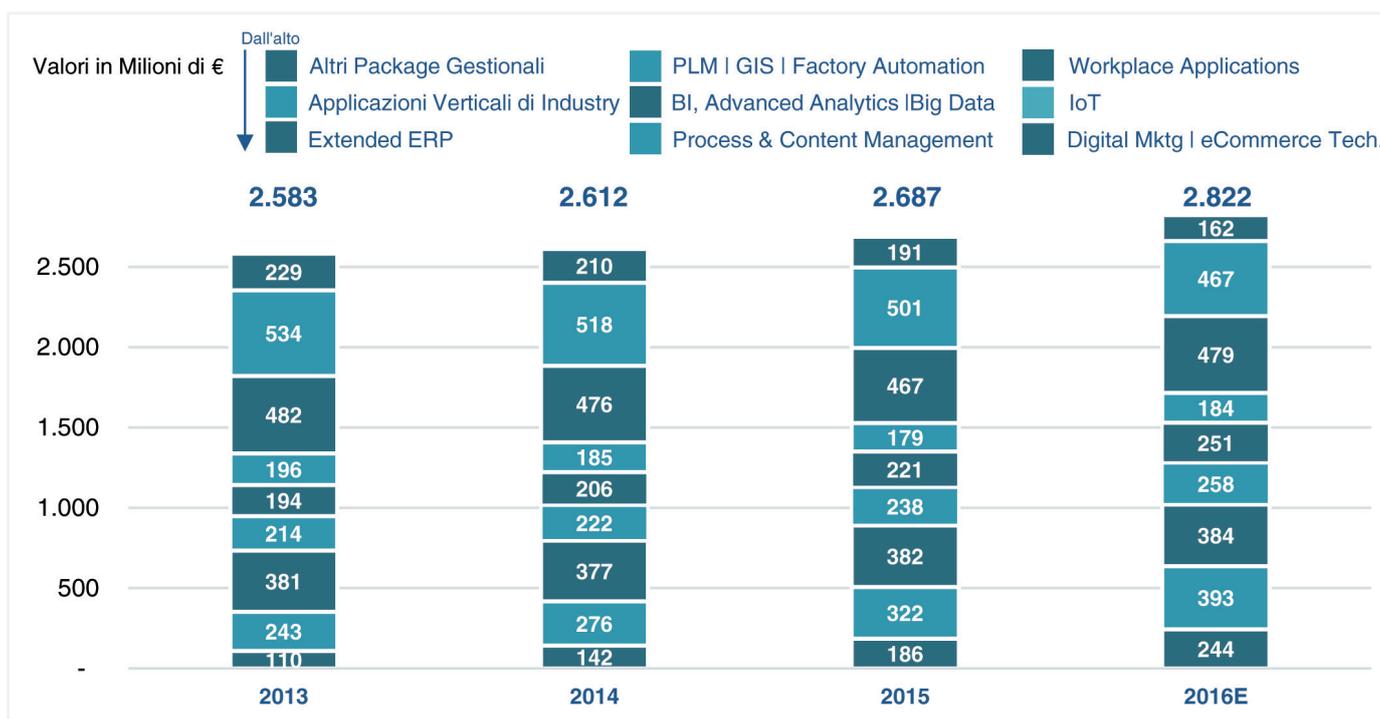
[+Online](#)

Software	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Software di Sistema	516	494	487	484	-4,3%	-1,4%	-0,6%
Middleware	1.736	1.784	1.846	1.912	2,8%	3,5%	3,6%
Software Applicativo	2.583	2.612	2.687	2.822	1,1%	2,9%	5,0%
Totale Software	4.835	4.890	5.020	5.218	1,1%	2,7%	3,9%

Nel corso del 2016 l'intero comparto del **Software** ha ancor più incrementato il proprio ritmo di crescita, con un tasso annuale che raggiunge il **+3,9%** e un valore complessivo di **5.218 milioni di Euro**. È infatti con l'adozione di nuovi software che le imprese e le organizzazioni finali sostengono i propri processi d'innovazione e le iniziative di ammodernamento dell'IT. Solo la componente **Software di Sistema**, in leggera controtendenza con un **-0,6%** di decrescita annua, risulta penalizzata dalla contrazione degli investimenti in hardware "on premises" e soprattutto dal fatto che ormai tutti i sistemi e le appliances prevedono una preinstallazione del relativo software di base all'atto dell'installazione.

Un apporto sensibile alla crescita è storicamente fornito dal segmento **Middleware**, che sostiene l'evoluzione delle infrastrutture IT e dagli strumenti e dalle piattaforme di gestione dei dati, di sicurezza dell'informazione e di abilitazione alle aree applicative. Significativamente, il Middleware cresce del **+3,6%**, raggiungendo **1.912 milioni di Euro** a conferma che la corsa al Software Defined Datacenter è ben avviata anche nel nostro mercato, soprattutto nelle organizzazioni più grandi. Il grande balzo è compiuto quest'anno dal variegato segmento del **Software Applicativo** che, beneficia sia di un risveglio della domanda di soluzioni in ambiti tradizionali come l'ERP, sia soprattutto di un vero e proprio boost fornito dai Digital Enabler. L'intero comparto cresce al ritmo del **+5%**.

IL MERCATO ITALIANO DEL SOFTWARE APPLICATIVO



FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

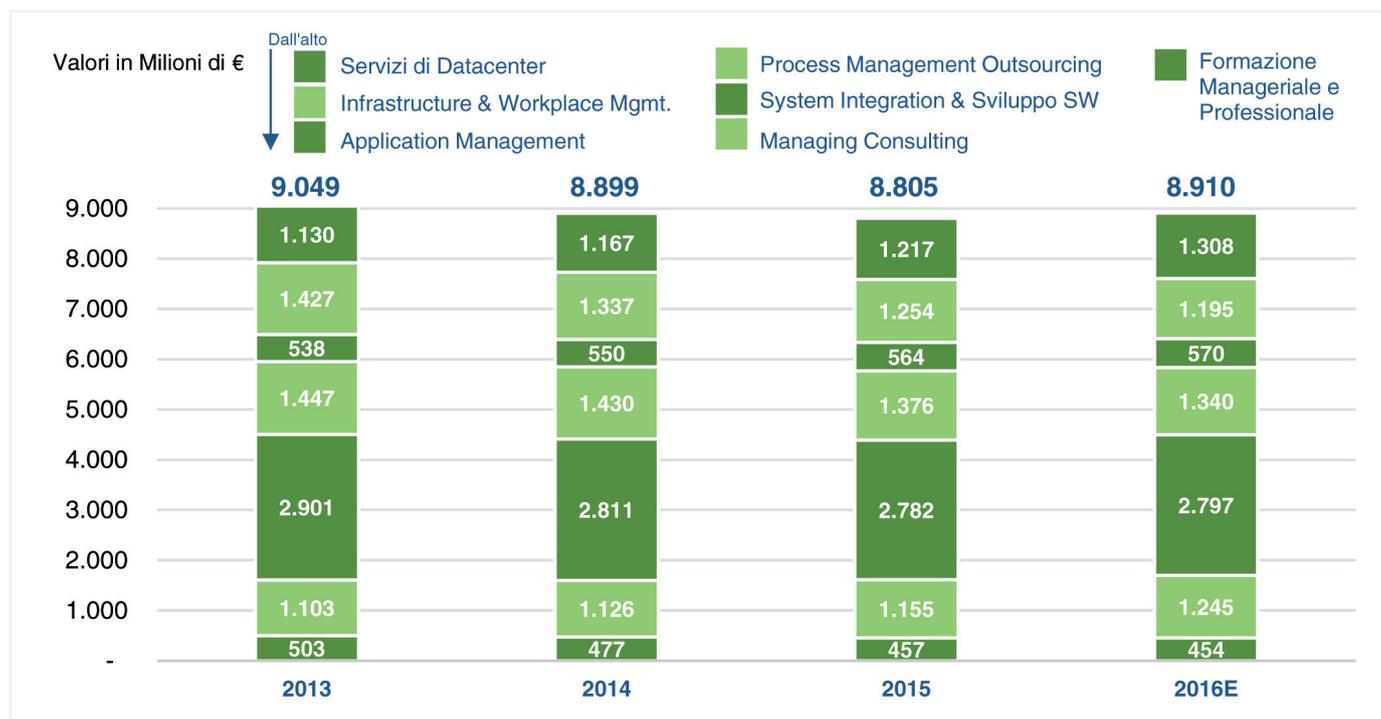
Software Applicativo	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Digital Marketing eCommerce Tech.	110	142	186	244	29,1%	31,0%	31,2%
Internet of Things	243	276	322	393	13,6%	16,7%	22,0%
Workplace Applications	381	377	382	384	-1,0%	1,3%	0,5%
Process & Content Management	214	222	238	258	3,7%	7,2%	8,4%
Business Intelligence Advanced Analytics Big data	194	206	221	251	6,2%	7,3%	13,6%
PLM GIS Factory Automation	196	185	179	184	-5,6%	-3,2%	2,8%
Extended ERP	482	476	467	479	-1,2%	-1,9%	2,6%
Applicazioni Verticali di Industry	534	518	501	467	-3,0%	-3,3%	-6,8%
Altri Package Gestionali	229	210	191	162	-8,3%	-9,0%	-15,2%
Totale Software Applicativo	2.583	2.612	2.687	2.822	1,1%	2,9%	5,0%

Quest'anno la Spesa per **Software Applicativo** nel suo complesso si attesta a **2.822 milioni di Euro**, con un tasso annuo di crescita del **+5%**. Le soluzioni applicative, così come i servizi in SaaS, sono una parte preminente degli investimenti IT a completamento degli investimenti in Middleware e in Infrastrutture.

Negli anni scorsi abbiamo osservato andamenti oscillanti di crescita e decrescita in varie linee di soluzioni applicative caratterizzate da applicazioni ormai diffuse e mature, dove erano i canoni di aggiornamento e manutenzione evolutiva, gli add-on, piuttosto che gli upgrade a costituire la componente maggioritaria della Spesa rispetto all'acquisizione di nuovi package. Quest'anno incominciamo a rilevare i risultati di un continuo progresso di rinnovamento che ha riguardato intere aree e package.

A questo trend si sovrappone il deciso ingresso di nuove soluzioni connesse ai Digital Enabler, il cui apporto è ormai nell'ordine del 55% del totale, con crescite medie del **+10,5%**.

IL MERCATO ITALIANO DEI SERVIZI IT



Fonte: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

[+Online](#)

Servizi IT	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Formazione Manageriale e Professionale	503	477	457	454	-5,1%	-4,2%	-0,6%
Managing Consulting	1.103	1.126	1.155	1.245	2,0%	2,6%	7,8%
System Integration & Sviluppo Software	2.901	2.811	2.782	2.797	-3,1%	-1,0%	0,6%
Process Management Outsourcing	1.447	1.430	1.376	1.340	-1,2%	-3,8%	-2,6%
Application Management	538	550	564	570	2,2%	2,5%	1,0%
Infrastructure & Workplace Management	1.427	1.337	1.254	1.195	-6,3%	-6,2%	-4,7%
Servizi di Datacenter	1.130	1.167	1.217	1.308	3,3%	4,3%	7,5%
Totale Servizi IT	9.049	8.899	8.805	8.910	-1,7%	-1,1%	1,2%

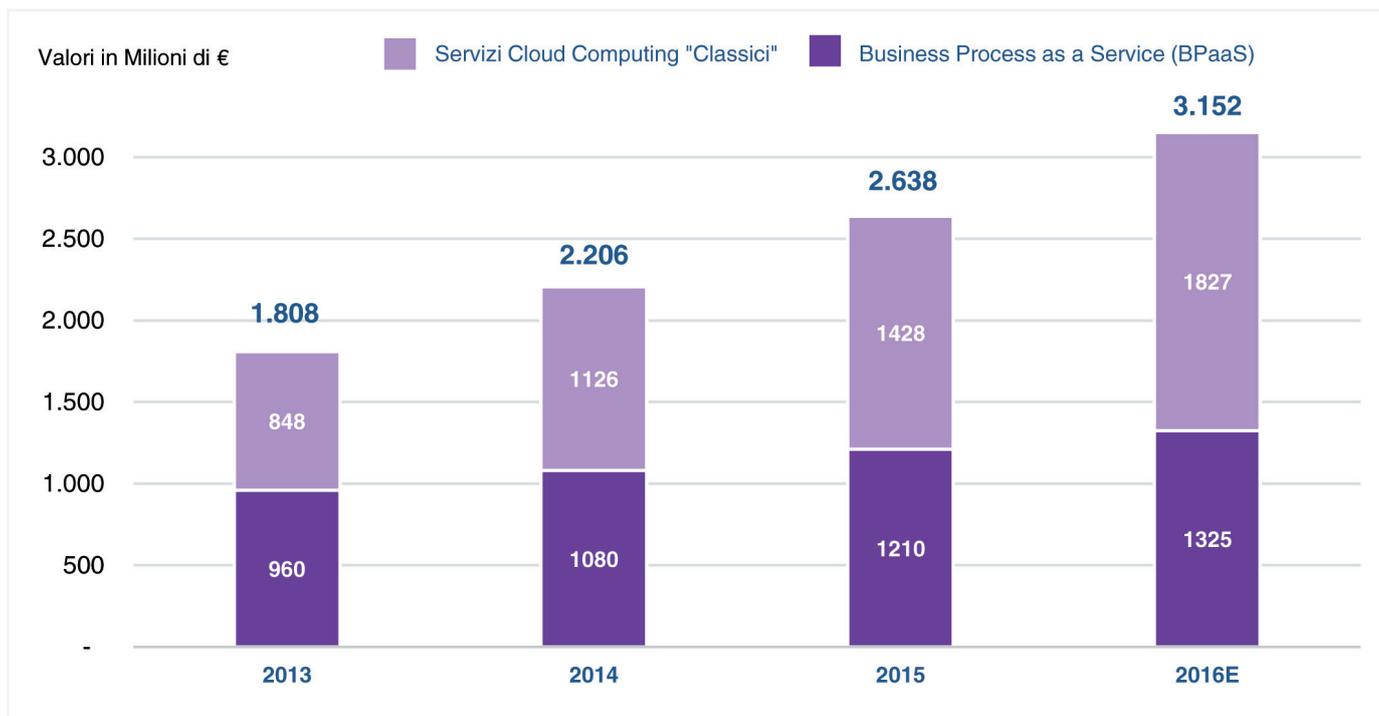
A seguito di un trend positivo, già evidenziatosi nei due anni passati, anche i **Servizi IT** tornano in terreno positivo facendo registrare un volume complessivo di Spesa pari a **8.910 milioni di Euro** ed un tasso di crescita annuo del **+1,2%**.

Fattore trainante dei Servizi IT sono i Digital Enabler e l'avvio e lo sviluppo dei progetti di digitalizzazione delle imprese.

Rimangono in terreno molto negativo, invece, tutti quei servizi con tipologie di commodity, per i quali spesso la differenza è rappresentata dalle tariffe a cui sono proposti, tendenzialmente volte all'eccessivo ribasso.

Nella nostra classificazione dei Servizi IT escludiamo i servizi di Assistenza Tecnica compresi nel comparto dell'Hardware e i servizi di Cloud Computing oggetto di trattazione separata nelle prossime pagine.

IL MERCATO ITALIANO DEI SERVIZI CLOUD COMPUTING



FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

Servizi Cloud Computing	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Business Process as a Service (BPaaS)	960	1.080	1.210	1.325	12,5%	12,0%	9,5%
Servizi Cloud "Classici"	848	1.126	1.428	1.827	32,8%	26,8%	27,9%
Totale Servizi Cloud Computing	1.808	2.206	2.638	3.152	22,0%	19,6%	19,5%

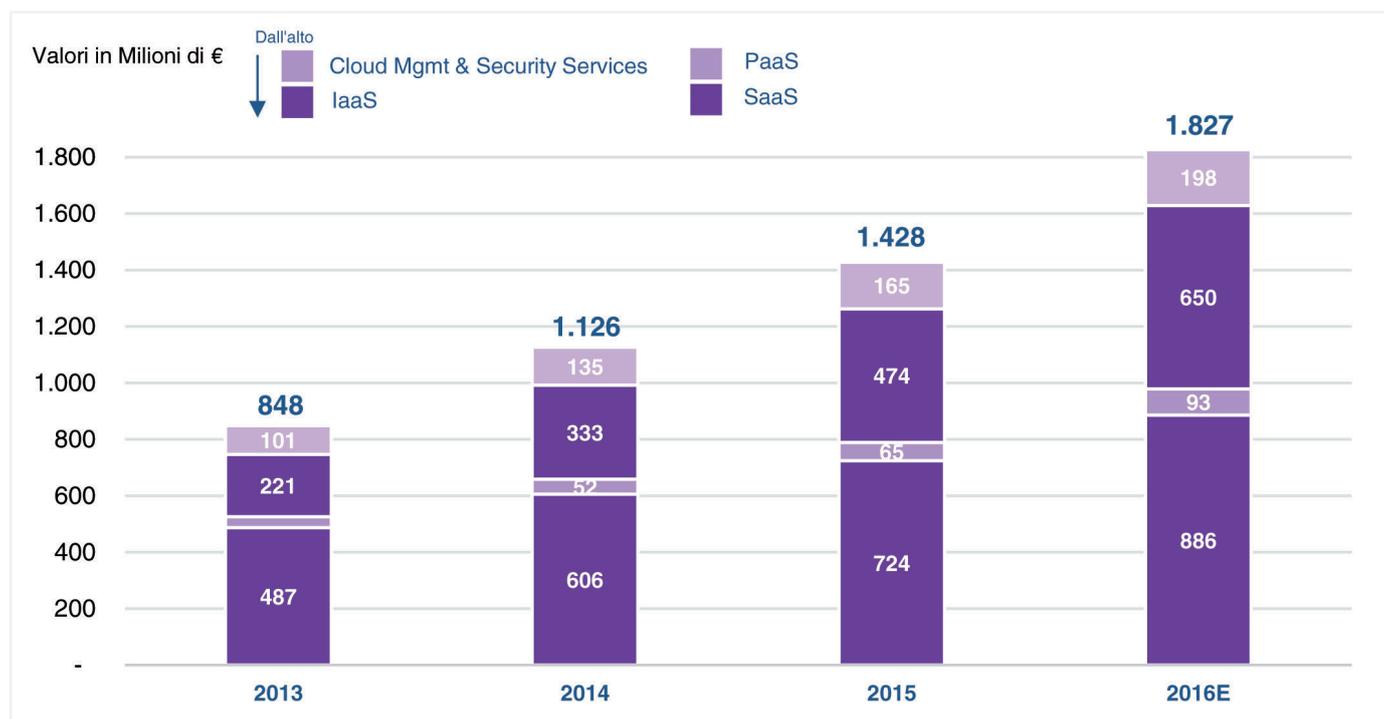
Negli ultimi tre anni il Cloud Computing è uscito dalla fase di early adoption per divenire l'opzione principale o comunque, l'ipotesi da prendere sempre in seria considerazione da parte delle imprese e delle organizzazioni.

Il volume di Spesa complessiva raggiunta a fine 2016 da questi servizi nel nostro mercato è di **3.152 milioni di Euro**, con un tasso di crescita annuo che rimane molto sostenuto e pari al **+19,5%**.

Il **Business Process as a Service (BPaaS)** raggiunge a fine 2016 **1.325 milioni di Euro**, con una crescita annua del **+9,5%**. In questo segmento è compresa l'erogazione di processi sia di tipo "orizzontale", per esempio il servizio di pagamenti online erogato in Cloud per conto di clienti, sia "verticale" e specifico di una industry.

L'insieme di tutti i servizi tecnologici e applicativi di Cloud Computing, escluso quindi il BPaaS, costituisce l'insieme dei Servizi di Cloud Computing "Classici", il cui volume attuale di Spesa è pari a **1.827 milioni di Euro**, con un tasso di crescita annuo del **+27,9%**. Il loro andamento complessivo continua ad essere molto positivo in ragione della velocità di espansione del trend di sostituzione di infrastrutture e soluzioni tradizionali nel nostro mercato e dell'uso di questi servizi ormai come affermati Digital Enabler.

IL MERCATO ITALIANO DEI SERVIZI “CLASSICI” DI CLOUD COMPUTING



FONTI: NEXTVALUE© | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

Servizi “Classici” di Cloud Computing	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
SaaS	487	606	724	886	24,4%	19,5%	22,4%
PaaS	39	52	65	93	33,3%	25,0%	43,1%
IaaS	221	333	474	650	50,7%	42,3%	37,1%
Cloud Management & Security Services	101	135	165	198	33,7%	22,2%	20,0%
Totale Servizi Cloud “Classici”	848	1.126	1.428	1.827	32,8%	26,8%	27,9%

La classificazione di Servizi di Cloud Computing che proponiamo è coerente con quella usata dai principali analisti internazionali: raggruppiamo i Servizi di Cloud Computing in macro-voci che fanno riferimento ai servizi “classici” di Infrastructure as a Service (IaaS), di Platform as a Service (PaaS) e di Software as a Service (SaaS).

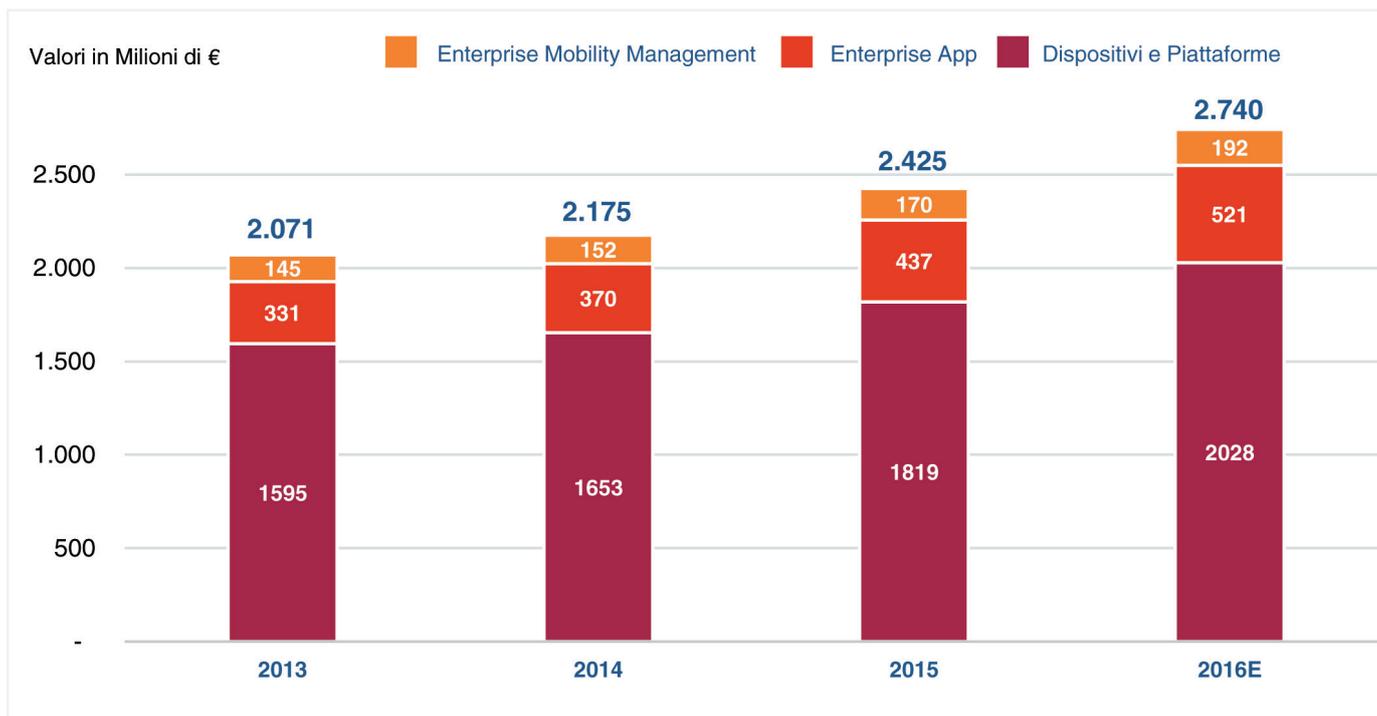
I servizi di **Infrastructure as a Service (IaaS)**, tipicamente di computing, di Software Defined Storage e di Software Defined Networking, alla fine di quest’anno raggiungono **650 milioni di Euro**, con una crescita annua di **+37,1%**.

I servizi di **Platform as a Service (PaaS)**, che fanno riferimento all’offerta di servizi corrispondenti a interi layer di middlewa-re tradizionale e di database management a supporto dei servizi applicativi e di Business Process Management, raggiungono quest’anno **93 milioni di Euro**, con una crescita del **+43,1%**.

Infine il segmento dei servizi di **Software as a Service (SaaS)**, che fa riferimento alle varie forme di erogazione di servizi applicativi e di gestione e accesso agli eventuali dati dei clienti, raggiunge quest’anno **886 milioni di Euro**, con un tasso di crescita annua del **+22,4%**.

Per finire, per la loro importanza, specificità e massa critica raggiunta, abbiamo scorporato dai segmenti precedenti la componente inerente ai servizi di Cloud Management & Security Services. Questo segmento è fondamentale per la gestione delle componenti Cloud delle IT Operations e dell’Information Security Management. Nel 2016 l’insieme di questi servizi raggiunge un volume di Spesa pari a **198 milioni di Euro**, con una crescita del **+20%**.

IL MERCATO ITALIANO DEL MOBILE ENTERPRISE



FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

Mobile Enterprise	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Dispositivi e Piattaforme	1.595	1.653	1.819	2.028	3,7%	10,0%	11,5%
Enterprise App	331	370	437	521	11,6%	18,1%	19,3%
Enterprise Mobility Management	145	152	170	192	5,0%	11,5%	13,0%
Totale Mobile Enterprise	2.071	2.175	2.425	2.740	5,0%	11,5%	13,0%

Nel 2016 la diffusione delle tecnologie e soluzioni Mobile nel mondo delle imprese e della Pubblica Amministrazione in Italia corrisponde ad una Spesa IT pari a **2.740 milioni di Euro**, in crescita del **+13%** rispetto all'anno scorso.

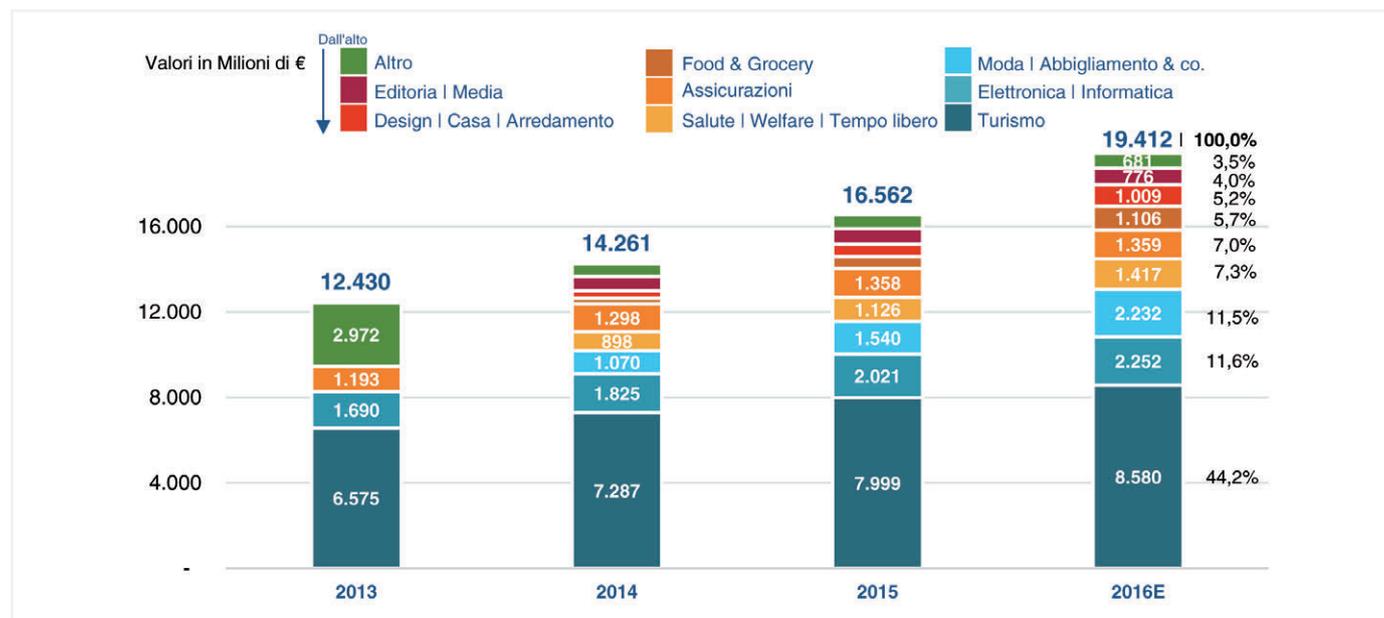
La gran parte degli investimenti dedicati alla Mobility è ancor oggi legata alle infrastrutture, in particolare all'acquisto di appliances. Infatti il 74% della Spesa è relativo all'acquisto di Smartphone, Tablet, Notebook e altri dispositivi industriali.

Il 19% è legato allo sviluppo e fruizione di Enterprise App, ossia le applicazioni software che consentono di sfruttare al meglio il patrimonio applicativo aziendale ed i servizi esterni in mobilità.

Il rimanente 7% è relativo all'Enterprise Mobility Management, ovvero le piattaforme di gestione dell'ecosistema Mobile aziendale, per la fruizione delle App, il loro aggiornamento e la gestione in sicurezza dell'informazione sui vari dispositivi.

Ma il vero trend di diffusione è nello sviluppo di App e servizi rivolti a creare una miglior Customer Experience, così come di nuovi modelli e processi di business grazie alle tecnologie Mobile. In questi casi approcci omni-channel sottendono a progetti e realizzazioni di customer engagement e loyalty, di proximity marketing, di fruizione di contenuti.

IL MERCATO ITALIANO DELL'ECOMMERCE B2C



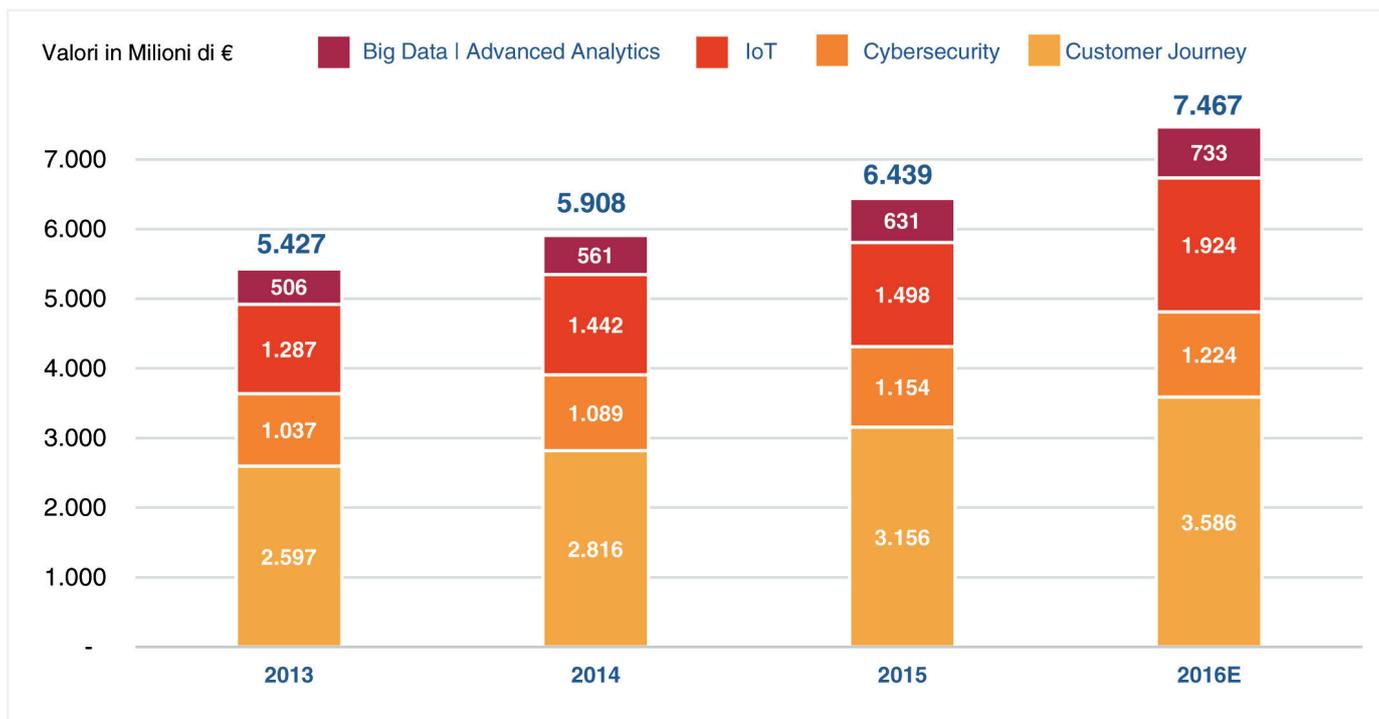
FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

[+Online](#)

Valori in Milioni di Euro	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Spesa eCommerce (B2C) in Italia (A+ B)	12.430	14.261	16.562	19.412	14,7%	16,1%	17,2%
A - Import - Valore Acquisti da Siti Esteri di Clienti Italiani	2.989	3.565	4.803	5.629	19,5%	34,7%	17,2%
B - Domestic - Valore Acquisti da Siti Italiani di Clienti Italiani	9.447	10.696	11.759	13.783	13,2%	9,9%	17,2%
C - Export - Valore Acquisti da Siti Italiani di Clienti Esteri	1.870	2.334	2.930	3.615	24,8%	25,5%	23,4%
Valore Acquisti da Siti Italiani (B + C)	11.317	13.030	14.689	17.398	15,1%	12,7%	18,4%
Valore Acquisti per comparto							
Turismo	6.575	7.287	7.999	8.580	10,8%	9,8%	7,3%
Elettronica, Informatica	1.690	1.825	2.021	2.252	8,0%	10,7%	11,4%
Moda, Abbigliamento e Accessori	758	1.070	1.540	2.232	41,1%	44,0%	44,9%
Salute, Welfare e Tempo libero	721	898	1.126	1.417	24,6%	25,4%	25,8%
Assicurazioni	1.193	1.298	1.358	1.359	8,8%	4,6%	0,1%
Food e Grocery	137	271	547	1.106	98,2%	101,7%	102,5%
Design, Casa e Arredamento	224	342	580	1.009	53,0%	69,4%	74,1%
Editoria e Media	609	670	729	776	10,0%	8,7%	6,6%
Altro	523	600	662	681	14,7%	10,6%	2,6%

Il mercato B2C dell'eCommerce in Italia vale **19.412 milioni di Euro**, con una crescita di poco superiore al **17%** anno su anno. Gli acquisti online degli Italiani si concentrano per il **71%** nel **mercato interno**, ma cresce anche il valore degli acquisti da siti italiani di clienti dall'estero, che costituisce il **20,8%** del mercato totale. Il Turismo online costituisce ancora una volta il principale segmento dell'eCommerce in Italia, costituendo il **44,2%** degli acquisti su Internet, con una crescita annua di sette punti percentuali. Moda, abbigliamento e accessori, quasi a pari merito con il settore dell'Elettronica, continua a rappresentare uno dei settori di punta dell'eCommerce per valore sul totale, con una crescita sostenuta rispetto al 2015.

IL MERCATO ITALIANO DEI DIGITAL ENABLER



Fonte: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

[+Online](#)

Digital Enabler	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Customer Journey	2.597	2.816	3.156	3.586	8,4%	12,1%	13,6%
Cybersecurity	1.037	1.089	1.154	1.224	5,0%	6,0%	6,1%
IoT	1.287	1.442	1.498	1.924	12,0%	3,9%	28,4%
Big Data Advanced Analytics	506	561	631	733	10,9%	12,5%	16,2%
Totale Digital Enabler	5.427	5.908	6.439	7.467	8,9%	9,0%	16,0%

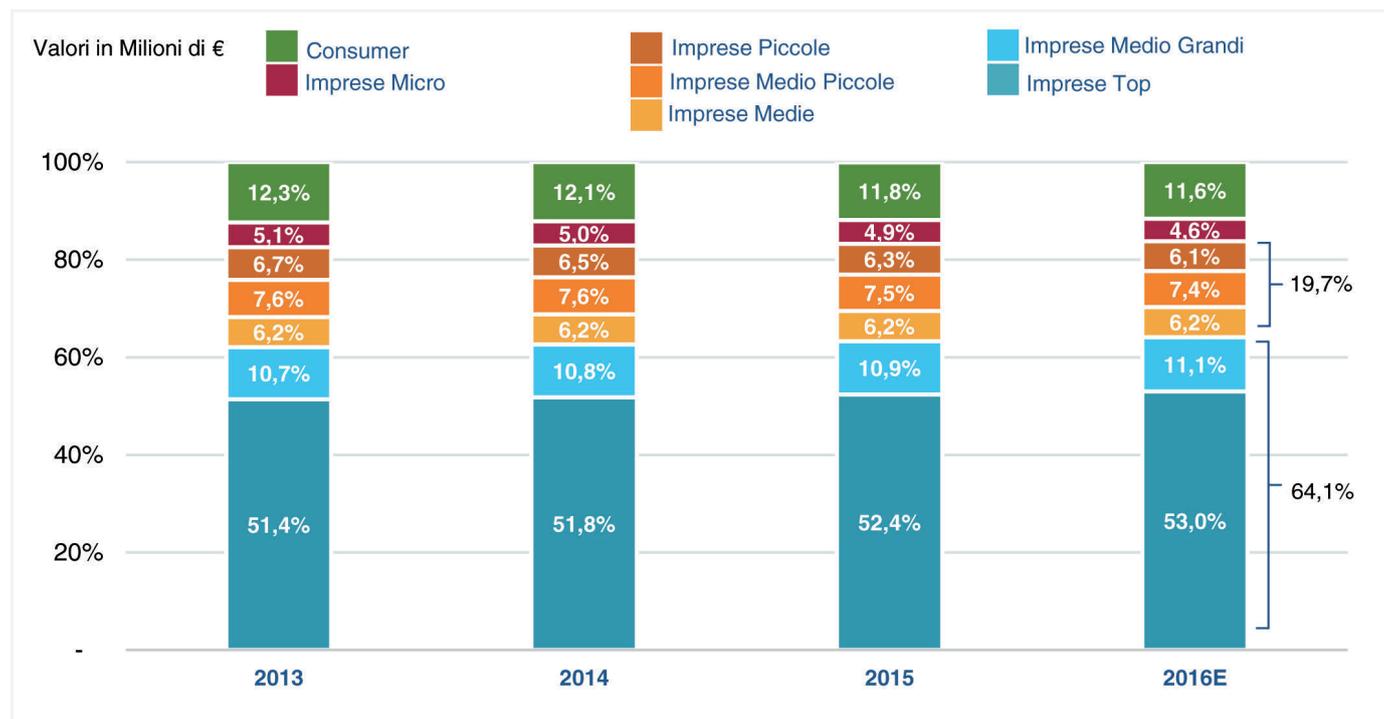
A fine 2016 la Spesa IT per il mercato dell'Internet of Things in Italia raggiunge **1.924 milioni di Euro**, con una crescita del **+28,4%** rispetto al 2015. L'IoT apre uno scenario sconfinato di applicazioni emergenti. Finora il mercato italiano è stato trainato da segmenti che, ancorché crescenti, si approssimano alla maturità, come quello delle Smart Grid, con le soluzioni di Smart Metering, o quello degli Smart Asset Management. Per il futuro, creano maggiore attesa i programmi di Industrial Internet del comparto manifatturiero e nell'ambito della Smart Car.

Divenire realmente Data Driven è un obiettivo prioritario della Trasformazione Digitale d'impresa e organizzazioni, un trend che in Italia è ben recepito: quest'anno la Spesa IT per Big Data & Advanced Analytics si attesta a **733 milioni di Euro**, con una crescita annua del **+16,2%**.

L'utilizzo delle tecnologie come risposta al rischio di attacchi ha portato l'investimento in **Cybersecurity** delle organizzazioni italiane a **1.224 milioni di Euro**, in crescita del **+6,1%** rispetto al 2015. La sicurezza diviene un elemento strategico per il business e un punto prioritario nell'agenda di Banche e Imprese è trasformare la sicurezza da practice dell'IT a practice aziendale.

L'adozione di tecnologie digitali funzionali rivolte al Cliente (Customer Journey), con una maggiore integrazione delle Funzioni di Marketing, Vendite e Customer Service e personalizzazione dell'offerta, vale un investimento di **3.586 milioni di Euro** nel 2016, con una crescita annua del **+13,6%**.

LA SPESA IT PER CLASSE DIMENSIONALE D'IMPRESA



FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

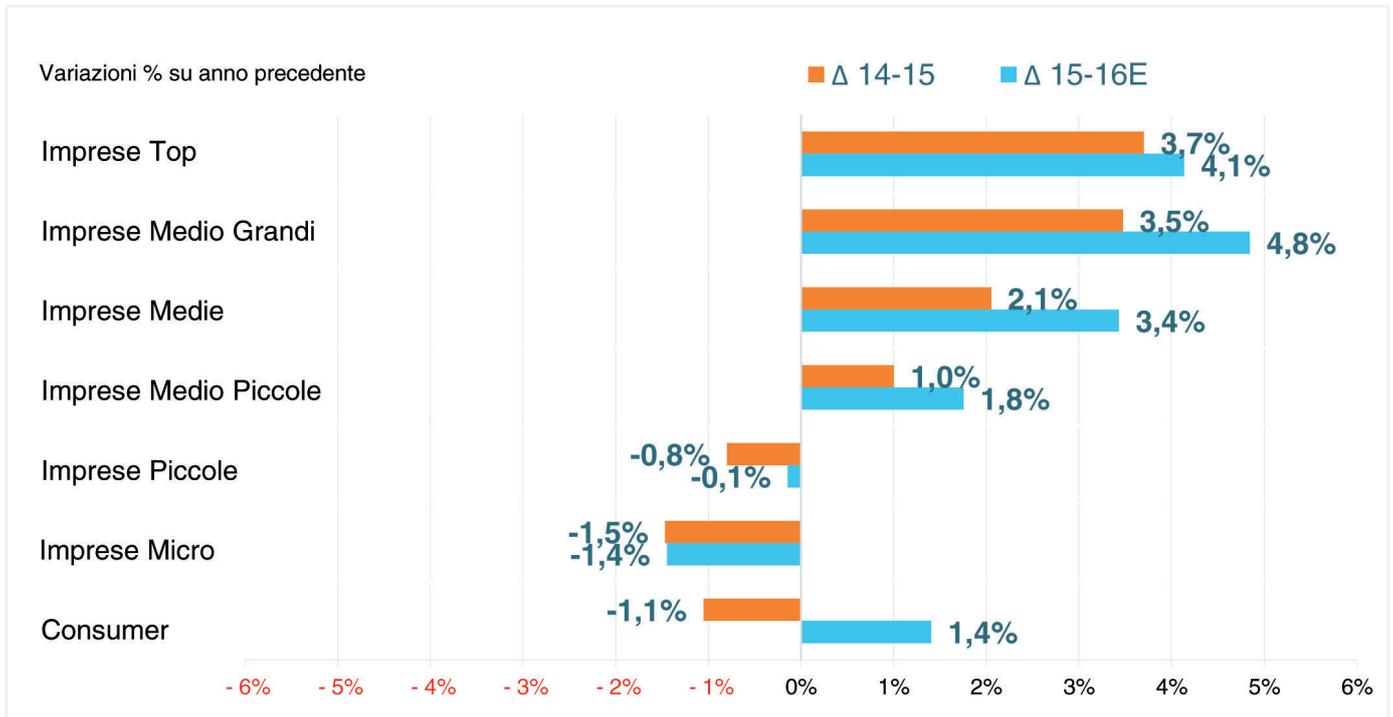
% Spesa IT per classe dimensionale	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Imprese Top	51,4%	51,8%	52,4%	53,0%	0,8%	3,7%	4,1%
Imprese Medio Grandi	10,7%	10,8%	10,9%	11,1%	0,8%	3,5%	4,8%
Imprese Medie	6,2%	6,2%	6,2%	6,2%	0,6%	2,1%	3,4%
Imprese Medio Piccole	7,6%	7,6%	7,5%	7,4%	0,2%	1,0%	1,8%
Imprese Piccole	6,7%	6,5%	6,3%	6,1%	-3,4%	-0,8%	-0,1%
Imprese Micro	5,1%	5,0%	4,9%	4,6%	-2,3%	-1,5%	-1,4%
Consumer	12,3%	12,1%	11,8%	11,6%	-1,0%	-1,1%	1,4%

Come consuetudine dell'Assintel Report facciamo sempre riferimento alle classificazioni d'impresa per classe dimensionale predisposte dalla Comunità Europea, secondo cui la struttura di un mercato è rappresentata dai settori delle Imprese Top, delle Imprese Medio Grandi, delle Imprese Medie, delle Imprese Medio Piccole, delle Imprese Piccole, e infine, delle Imprese Micro. Il segmento Consumer completa il quadro.

Il trend della Spesa IT per classe dimensionale d'impresa continua nella direzione già osservata in anni recenti, per cui si rafforza il primato dei **Grandi Spender** che da soli assorbono ben il **64,1%** dei volumi complessivi. Questo volume di Spesa è generato da circa 1.060 Imprese Top e da enti o ministeri della Pubblica Amministrazione, insieme a poche migliaia di Medio Grandi Imprese.

Il resto della Spesa IT si frammenta su centinaia di migliaia di Imprese Medie, Medio Piccole e Piccole e su quasi quattro milioni di Micro. Il peso specifico della Spesa IT generata da questo elevatissimo numero di organizzazioni vale nel suo insieme il **24,3%** del totale, con una concentrazione che continua anno su anno. Il rimanente **11,6%** è rappresentato dal settore **Consumer**.

LA CRESCITA DEL MERCATO IT PER CLASSE DIMENSIONALE D'IMPRESA



FONTI: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

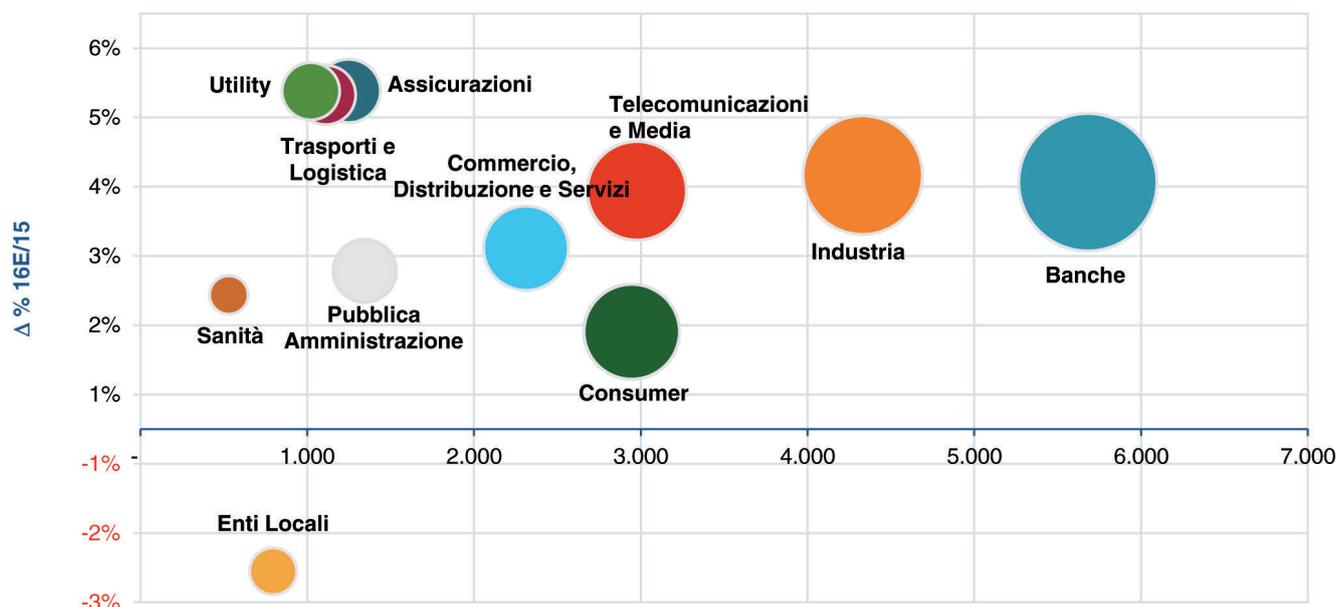
[+Online](#)

Crescita del mercato IT	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Imprese Top	12.400	12.501	12.964	13.500	0,8%	3,7%	4,1%
Imprese Medio Grandi	2.585	2.606	2.697	2.828	0,8%	3,5%	4,8%
Imprese Medie	1.487	1.496	1.527	1.579	0,6%	2,1%	3,4%
Imprese Medio Piccole	1.830	1.834	1.853	1.885	0,2%	1,0%	1,8%
Imprese Piccole	1.624	1.569	1.556	1.554	-3,4%	-0,8%	-0,1%
Imprese Micro	1.235	1.207	1.189	1.172	-2,3%	-1,5%	-1,4%
Consumer	2.976	2.946	2.915	2.956	-1,0%	-1,1%	1,4%
Totale Spesa IT	24.134	24.300	24.701	25.474	0,7%	1,7%	3,1%

L'outlook per settore mostra una crescita del **+4,1%** della Spesa IT delle imprese Top e del **4,8%** di quella delle Medio Grandi. In tutti i settori la situazione di crescita è positiva, se si escludono le Piccole e le Micro Imprese che rimangono a crescita negativa. Vogliamo comunque segnalare cautela intorno a queste stime, poiché esse sono la risultante di numerose medie tra i risultati osservati nei numerosissimi segmenti, nicchie e filiere di mercato che costituiscono la morfologia del nostro mercato e che differiscono notevolmente tra di loro sotto il profilo dell'IT.

LA SPESA IT PER SEGMENTI DI MERCATO

Crescita 2016E/2015 e valore del mercato 2016 in Milioni di Euro



FONTE: NEXTVALUE® | MARKET BOOK | Ottobre 2016

+Online

Spesa IT per Segmenti di mercato	2013	2014	2015	2016E	Δ 14-13	Δ 15-14	Δ 16E-15
Valori in Milioni di Euro							
Assicurazioni	1.210	1.248	1.290	1.353	3,1%	3,4%	4,9%
Banche	5.502	5.681	5.890	6.100	3,2%	3,7%	3,6%
Commercio, Distribuzione e Servizi	2.350	2.312	2.296	2.356	-1,6%	-0,7%	2,6%
Enti Locali	828	796	780	764	-3,9%	-2,0%	-2,1%
Industria	4.340	4.331	4.416	4.578	-0,2%	2,0%	3,7%
Pubblica Amministrazione	1.402	1.345	1.312	1.342	-4,1%	-2,5%	2,3%
Sanità	547	530	516	526	-3,1%	-2,6%	1,9%
Telecomunicazioni e Media	2.883	2.977	3.080	3.186	3,3%	3,5%	3,4%
Trasporti e Logistica	1.116	1.112	1.140	1.195	-0,4%	2,5%	4,8%
Utility	979	1.022	1.066	1.118	4,4%	4,3%	4,9%
Consumer	2.976	2.946	2.915	2.956	-1,0%	-1,1%	1,4%
Totale Spesa IT	24.134	24.300	24.701	25.474	0,7%	1,7%	3,1%

Nella tabella proponiamo la dinamica degli investimenti in IT del comparto Business in relazione ai macro-segmenti di mercato e, separatamente, quella del mercato Consumer. Come si può notare, il maggiore contributo a sostegno della crescita della Spesa IT nel nostro mercato proviene anche quest'anno dai **Segmenti Business**, con un tasso di crescita che s'innalza al **+3,4%**, il che conferma il trend positivo degli investimenti delle imprese del triennio in corso. A beneficiare di buone crescite sono per lo più quelle industry dove è più forte l'esigenza d'innovazione e l'effetto dei Digital Enabler. Ovviamente anche la numerosità relativa dei Big Spender presenti nell'industry costituisce un fattore importante.

Anche il **Segmento Consumer** fa rilevare quest'anno una crescita del **+1,4%**, dopo due anni consecutivi di arretramento. Pur con il perdurare della contrazione dei consumi nel nostro Paese, i consumi in informatica ritornano al positivo soprattutto grazie agli acquisti di smartphone.



Assintel è l'associazione nazionale di riferimento delle imprese ICT e rappresenta le aziende che lavorano nell'ecosistema tecnologico e digitale.

Aderisce a Confcommercio – Imprese per l'Italia, entro cui è punto di riferimento per tutti i temi e le iniziative che mirano a diffondere la cultura dell'Innovazione nel tessuto imprenditoriale locale e nazionale, mettendo in contatto Domanda e Offerta e stimolando un approccio empatico al mercato. Da qui l'orizzonte si estende all'insieme di stakeholder, pubblici e privati, verso i quali si fa promotrice di politiche, strategie e azioni che incidano sullo sviluppo del Sistema Paese.

L'associazione interpreta, traduce e comunica le esigenze dell'ecosistema di partnership composto da operatori globali e locali che operano su tutto il territorio nazionale e nei diversi segmenti del mercato ICT: è un vero business network, capace di creare relazioni, sinergie e opportunità concrete per le aziende socie.

L'associato è al centro del programma di Assintel: dalle sue esigenze nascono le strategie, i servizi e gli eventi. Far parte di un'associazione di categoria è strumento fondamentale per consentire all'azienda di entrare in un network di imprese che condividono esigenze e approcci al mercato, di avere una posizione più forte sul mercato, di usufruire di canali privilegiati di accesso alle risorse e ai finanziamenti, di far sentire la propria voce sui tavoli di discussione politici regionali e nazionali.

Cuore dell'offerta di Assintel è la gamma di servizi per l'azienda - attraverso la collaborazione delle strutture territoriali - e soprattutto lo sviluppo di iniziative strategiche per il mercato ICT. L'intensa attività eventistica, le ricerche e le analisi di scenario, gli incontri territoriali di networking, la presenza istituzionale a prestigiosi eventi e fiere di settore, i progetti in collaborazione con le Istituzioni, la formazione finanziata, le convenzioni, i gruppi di lavoro settoriali sono solo alcune delle iniziative che Assintel sviluppa per i propri associati.

ASSINTEL – Associazione Nazionale delle Imprese ICT

www.assintel.it

Email: info@assintel.it

Telefono: +39 02.7750231



I nostri Clienti sono Operatori e Investitori del mercato delle Tecnologie Digitali e dei New Media. Essi si trovano ad affrontare decisioni sempre più complesse nello sviluppo delle loro imprese, dei presidi di mercato o quando valutano opportunità e ci riconoscono il valore aggiunto di programmi, contenuti e risorse online indispensabili per definire e percorrere la loro roadmap.

Noi facciamo del nostro meglio per condividere i loro obiettivi, per fornire loro risorse e supporto per comprendere come i loro clienti cambiano, per creare occasioni di relazione basate sulla fiducia, per mettere a punto strumenti e contenuti originali da utilizzare nel giusto contesto e al momento giusto. Nulla di tutto ciò sarebbe possibile se non ci venissero riconosciuti indipendenza di giudizio, esperienza in tema di innovazione, capacità di fare, rigorosa trasparenza, elevato standard qualitativo, piena adesione ai valori etici che sono l'imprinting della nostra cultura d'impresa.

La nostra practice di ricerca, il crowdsourcing e la messa a punto di contenuti originali, l'affiancamento manageriale si fondano sull'asset fondamentale delle nostre esclusive business community di CIO, CMO, CSO e CISO, Head of Digital, Head of eCommerce, Head of CRM di imprese Top e Grandi.

Questo ecosistema di Decisori, unico in Italia, alimenta relazioni, contenuti, servizi e risorse online e ci garantisce un ROI inimitabile in reputazione, credibilità, qualità ed efficacia dei nostri programmi, quali gli INSIGHTS ed i WORKSHOP, i COMPANIES TO WATCH e in tutti i servizi e contenuti personalizzati: tutti vantaggi che sono a disposizione dei nostri Clienti.

Alle business community di NEXTVALUE aderiscono i Decisori di imprese Top e Medio Grandi che rappresentano il 64,1% degli investimenti IT nel nostro Paese.

NEXTVALUE srl

www.nextvalue.it

Email: info@nextvalue.it

Telefono: +39 02.89763767

