

# QUADERNI ASSINTEL



➔ Scenari evolutivi  
del mercato italiano  
del **Software e Servizi**



**assintel**

Associazione Nazionale delle Imprese ICT



## **Ardency Srl**

Via Falcone, 7 - 20123 Milano

Telefono: +39 02 86391443

ax: +39 02 86391407

E-mail: [info@ardency.it](mailto:info@ardency.it)

Sito web: [www.ardency.it](http://www.ardency.it)

Il progetto **Ardency** nasce nel 2001, catalizzando le esperienze dei fondatori nello sviluppo di grandi progetti di **Information & Communication Technology** finalizzati a dare slancio competitivo alle imprese attraverso un utilizzo intelligente del proprio patrimonio informativo. Animata da senso di concretezza, competenza e capacità propositiva, Ardency si propone da subito come **System Integrator** innovativo e totalmente dedicato **all'Ingegneria dell'Informazione**.

**La Mission:** uno scouting continuo su tecnologie innovative e performanti, oltre che formazione e aggiornamento continui dei propri consulenti, fanno di Ardency il **System Integrator** delle imprese orientate a incrementare il proprio vantaggio competitivo estraendo valore dal proprio patrimonio informativo.

**La Vision:** diventare il System Integrator di riferimento per le aziende che competono da leader nella **'Information Society'**.

Coerente con la sua visione, Ardency si è specializzata su due precise linee di offerta:

- **Business Intelligence;**
- **Document Management.**

# SOMMARIO

([clic per navigare](#))

5	<b>Lettera del Presidente e del Direttore di Assintel</b>
	<b>SCENARI EVOLUTIVI DEL MERCATO ITALIANO DEL SOFTWARE E SERVIZI</b>
6	<b>Più spinta e più coraggio per una Information Technology che ha ripreso a crescere</b>
9	Le tendenze del mercato italiano dell'IT nel primo semestre del 2007
10	Consumer
11	Banche e servizi finanziari
14	Assicurazioni
15	Industria
17	Commercio, GDO e Servizi
18	Pubblica Amministrazione
22	Sanità
23	Enti Locali
24	Telecomunicazioni e Media
26	Utility
27	Logistica e Trasporti
29	<b>La Domanda di Software e Servizi</b>
30	Obiettivi e metodologia
32	Strategia dell'impresa
32	Strategia dell'Information System e Budget IT
36	Intenzione e Priorità di Investimento
40	Software Applicativo — Totale Panel
42	Software Applicativo – Risultati per Classe Dimensionale
44	Infrastruttura Tecnologica – Totale Panel
48	Infrastruttura Tecnologica – Risultati per Classe Dimensionale
52	Servizi – Totale Panel
54	Servizi – Risultati per Classe Dimensionale
57	Grado di Customer Satisfaction



Assintel, l'associazione nazionale di riferimento delle imprese ICT della Confcommercio, è portavoce delle esigenze delle diverse tipologie di aziende che operano nel mercato, ne rappresenta e tutela gli interessi presso autorità, enti ed istituzioni nazionali ed internazionali.

Assintel rappresenta l'ICT sull'intero territorio nazionale attraverso accordi diretti con le associazioni locali di Confcommercio (Ascom), in collaborazione con le quali organizza iniziative, servizi e road show a favore delle migliaia di piccole e medie aziende che operano nel settore. A livello confederale il suo ruolo nella Confcommercio si è recentemente rafforzato fino a ottenere nel primo trimestre del 2006 la presidenza della Commissione Innovazione Tecnologica e Sviluppo d'Impresa.

Assintel 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, ed è impegnata a mettere in contatto concretamente domanda e offerta, stimolando un approccio empatico alle esigenze del mercato e sollecitando una comunicazione adeguata al target di riferimento.

I programmi e i servizi di Assintel nascono e si aggiornano dal continuo confronto con le esigenze degli associati.

Fare parte di una associazione di categoria è strumento fondamentale per consentire all'azienda di entrare in un network di imprese con gli stessi obiettivi ed esigenze, 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 più importanti del settore.

Cuore dell'offerta di Assintel sono la gamma di servizi per la gestione aziendale e, soprattutto, lo sviluppo di iniziative strategiche per il mercato ICT: l'intensa attività convegnistica, le ricerche di mercato (Assintel Report, Indagine retributiva, ecc.), l'organizzazione di workshop, la presenza istituzionale a prestigiosi eventi e fiere di settore, i progetti in collaborazione con le Istituzioni, la formazione finanziata, i gruppi di lavoro settoriali sono solo alcune delle iniziative che Assintel sviluppa per i propri associati.

Cari lettori,

*nella prospettiva di creare un ponte stabile e fruttuoso tra domanda e offerta di ICT, Assintel è costantemente impegnata nella ricerca di nuovi modi di interazione tra la nostra industry e il mercato. La pubblicazione dei **Quaderni di Assintel** tende proprio a raggiungere questo ambizioso traguardo, che oggi costituisce uno fra gli elementi strategici di maggiore importanza per lo sviluppo del comparto ICT.*

*Questo primo **Quaderno** costituisce un approfondimento e un aggiornamento delle tematiche dell'**Assintel Report**, la ricerca annuale sul **mercato del software e dei servizi in Italia**, che dallo scorso anno è diventata il più autorevole osservatorio sull'andamento di questo spaccato di mercato, oltre che una guida operativa sulle strategie di investimento per gli Operatori ICT.*

*La scelta di una forma di diffusione più ampia, attraverso la collaborazione con Computer Business Review, si inserisce nell'obiettivo di creare una cultura dell'innovazione tecnologica condivisa, fruibile ad un pubblico più vasto, costituito da tutto l'ecosistema produttivo Domanda-Offerta, per favorire la presa di coscienza del valore che l'information technology può portare all'interno delle aziende per lo sviluppo della competitività.*

Buona lettura,

Giorgio Rapari  
Presidente Assintel

Andrea Ardizzone  
Direttore Assintel



# PIÙ SPINTA E PIÙ CORAGGIO PER UNA INFORMATION TECHNOLOGY CHE HA RIPRESO A CRESCERE

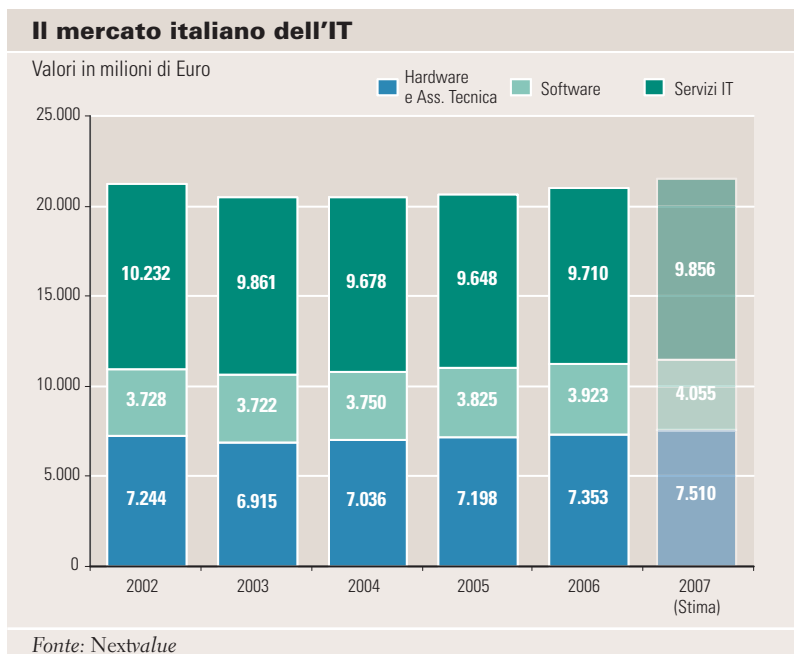
Gli ampi segnali di ripresa del mercato IT in Italia, già rilevati nel corso del 2006, stanno trovando conferma anche in questo scorcio di 2007: dopo Hardware e Software anche il comparto dei Servizi IT è ritornato ad essere positivo nel suo complesso, sia pure, con risultati altalenanti per le singole linee di attività.

Insomma notizie positive da tutte le componenti di un business, quello IT, ormai maturo e necessariamente con dinamiche di crescita di tipo incrementale e tendenzialmente conservative.

Un mercato, quello dell'IT italiana, che è pur sempre il quarto nell'Europa dei 25 Paesi: la sua caparbia crescita, spesso oggetto di critiche poco obiettive e ingenerose da parte di alcuni analisti, è tutta per linee endogene e nonostante una struttura in stragrande maggioranza composta come è noto da PMI, cioè da aziende che per dimensione e natura non sono certo grandi spender di IT.

Da sempre riteniamo sia ingeneroso classificare tout court come *laggard* della innovazione tecnologica o latitanti sotto il profilo degli investimenti strategici tutte queste aziende e, finalmente, in questi ultimi anni abbiamo osservato una crescente considerazione dell'importanza di questo mercato delle PMI se non altro sotto il profilo dello sviluppo

FIGURA 1



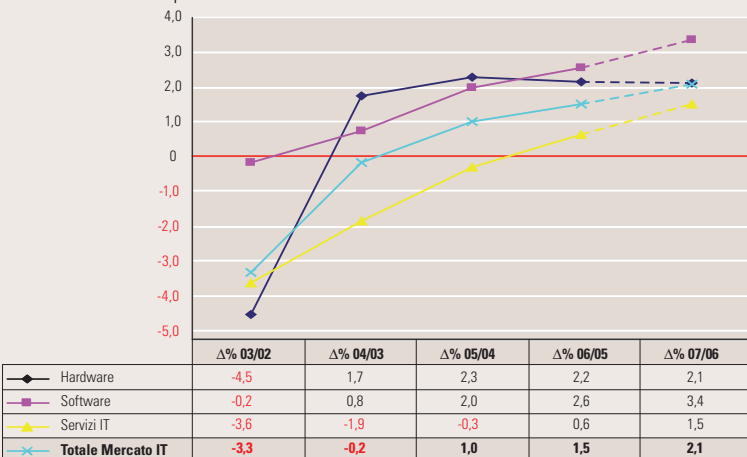
di molti programmi di operatori globali (quelli che chiamano questo business SMB - Small & Medium Business); costoro hanno certamente più compreso l'importanza di questo settore anche a livello globale e hanno ben chiaro che per fare business nel nostro Paese occorra una marcata localizzazione dell'offerta e della value proposition e programmi che facciano decisamente leva sugli operatori locali.

Il nostro mercato, al pari di quelli di tutti i Paesi Occidentali, non regge il confronto in termini di attrattività con le realtà dei Paesi Emergenti; ciò che ci penalizza ulteriormente con i principali Paesi europei è poi un cronico gap nel confronto con i tassi di crescita dell'IT. Noi proponiamo una lettura diversa di tutto ciò, quella di un potenziale ancora inespresso e sempre latente che, se sfruttato opportunamente, potrebbe costituire per l'intero sistema-paese e per tutti coloro che di IT si occupano una opportunità storica.

FIGURA 2

**Il mercato italiano dell'IT: dinamiche di crescita**

Variazioni % su anno precedente



Fonte: Nextvalue

Il comparto IT rappresenta nel nostro Paese pur sempre un 1,8% del PIL nazionale, con oltre 25.000 aziende di capitale e 360.000 addetti. Nonostante ciò rappresenta ancora un sistema scarsamente aggregato ed omogeneo e poco rappresentato in temini politici e sindacali, anche se è scontato annettervi una importanza economica e strategica senza pari. Ciò che fundamentalmente manca è la possibilità di un salto quantico, di un programma di investimenti legati ad interventi infrastrutturali tesi a creare e rinnovare nuovi cicli di innovazione, insomma, qualcosa di simile alle 'grandi opere' che intravediamo nelle infrastrutture di trasporto. Così l'attesa è sempre per programmi surrettizi o per crescita endogena che, chissà come, riesca a colmare i tre punti medi di gap che ci portiamo dietro negli ultimi quindici anni rispetto alle crescite medie europee, che imprenditori della domanda e decisori dell'offerta superino i divari accumulati con gli omologhi europei.

Non crediamo che gli imprenditori dell'IT italiana amino mettersi in gioco per il solo gusto di raccogliere premi o medaglie o per spirito

nazionale. Piuttosto ci piace pensare che hanno maturato la convinzione di competere in un mercato più difficile di altri, le cui regole non sono sempre scritte e, soprattutto seguite, in cui il peso della pressione fiscale e della finanza spesso mortifica i risultati operativi, in cui, soprattutto, molte situazioni sono cambiate in questi anni e tuttora cambiano in modo veloce, non più solo per la spinta delle innovazioni tecnologiche e della loro pervasività, ma per i forti cambiamenti di atteggiamento e di comportamento dei clienti di fronte all'offerta di Information Technology.

Questo è l'ambito che ci sembra più consono anche per inserire questa breve analisi di mezz'estate del mercato IT in Italia, motivo in più per cogliere alcuni trend in atto e la conferma di altri in questa prima parte del 2007.

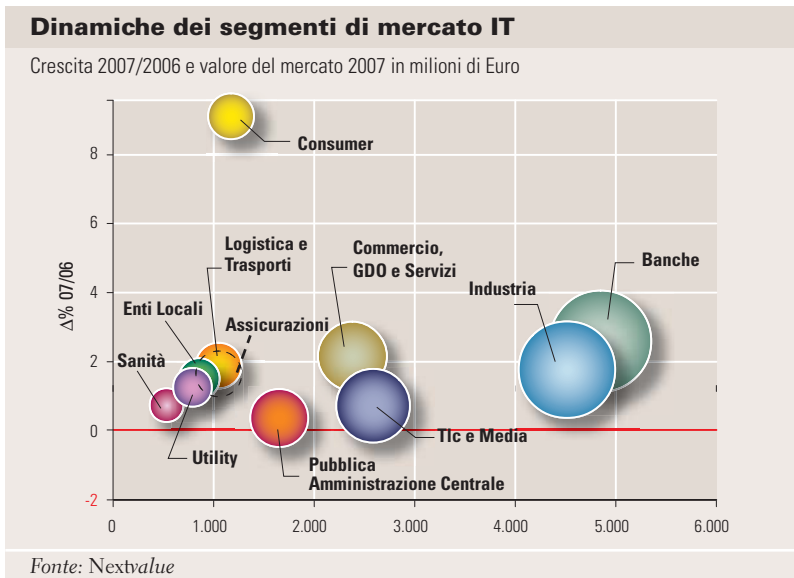
### **Le tendenze del mercato italiano dell'IT nel primo semestre del 2007**

Come è noto gli investimenti IT hanno un caratteristico andamento ciclico, rapportabile all'andamento del PIL ed è proprio per le differenti velocità di crescita delle economie che negli ultimi tre anni si è accentuato il divario della diffusione dell'IT dei principali Paesi Europei rispetto agli Stati Uniti. Nel contesto Europeo Italia e Spagna rappresentano i due principali mercati inseguitori rispetto a UK, Germania e Francia.

Anche nel nostro mercato è costantemente in crescita la consapevolezza da parte delle imprese che l'IT rappresenti una risorsa fondamentale per recuperare efficienza e aumentare il livello di competitività, ovvero che l'IT sia alla base dell'innovazione di prodotto e di processo, assunta sempre più una valenza strategica. Insomma a parità di dimensione e di perimetro le Imprese italiane si comportano in modo abbastanza simile alle loro pari europee: il problema è che spesso sono molto più piccole.

Le rilevazioni effettuate confermano quanto già appurato a fine 2006, ovvero una crescita sia pure contenuta in tutti e tre i comparti

FIGURA 3



fondamentali dell'Hardware, del Software e dei Servizi, con un tasso complessivo di crescita del settore IT attualmente intorno al 2,1%.

Anche l'analisi della domanda IT rispetto ai principali segmenti di mercato ci porta una conferma dei trend alquanto differenziati già osservati a fine 2006.

## Consumer

Pur in rapporto alla propria ancora ridotta dimensione, il segmento Consumer continua il proprio trend decisamente positivo con un tasso di crescita che supera il 9% (nel 2006 era del +8,3%). È un fatto importante, tenuto conto dei fattori che ancora incidono negativamente sulla capacità di spesa delle famiglie. In ogni caso poter accedere a servizi e contenuti on-line, comunicare, scambiare dati e informazioni è sempre meno un fenomeno d'élite, ma coinvolge a macchia d'olio sempre più consumatori, sempre con meno differenze fra ambito lavorativo e privato.

La crescita del consumer è largamente spronata da una sempre disponibilità di servizi e offerte commerciali e, soprattutto, dalla possibilità di disporre di contenuti digitali (MP3 etc.) creati appositamente.

Continua ad essere sostenuta la corsa all'acquisto di PC (+12% in unità nel primo trimestre dell'anno), con una vivace domanda di notebook (+20) e in attesa che anche in Italia il nuovo sistema operativo Windows Vista abbia un impatto maggiormente significativo, così come è tutto ciò che è a corredo del PC, dalle periferiche ai vari software.

Performance ancor più significative sono quindi attese nella seconda metà dell'anno, non solo sotto la spinta del rapido passaggio alle tecnologie digitali ma anche per il ritmo di diffusione degli acquisti con il ricorso al credito al consumo.

### **Banche e servizi finanziari**

Sei grandi acquisizioni fra banche italiane e due importanti acquisizioni da parte di gruppi stranieri. Tutto negli ultimi diciassette mesi. Quelli trascorsi da quando Mario Draghi ha assunto la guida della Banca d'Italia. UniCredit e Capitalia e la fusione tra le Banche Popolari di Milano e dell'Emilia-Romagna hanno seguito la fusione Intesa SanPaolo (che sta per rilevare Carifirenze), Ubi Banca e Banco Popolare. Sono sbarcate in Italia Bpn con Bnl e Abn Amro con Anton Veneta, ma anche Credit Agricole che ha rilevato gli sportelli in eccesso di SanPaolo Intesa e Santander che potrebbe fare lo stesso con quelli UniCredit Capitalia. L'appello di Draghi a rafforzare il sistema aumentando le dimensioni medie attraverso aggregazioni è stato più che superato. Risulta chiaro che tutto ciò ha importanti ripercussioni sulle strutture e sui sistemi IT.

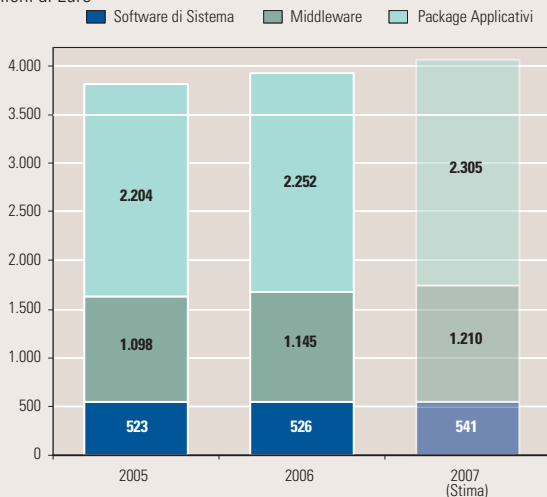
Oltre a ciò il piano d'azione volto a creare un unico mercato europeo per i servizi finanziari ha mobilitato un gran numero di iniziative e progetti.

Il segmento Banche si conferma il maggior spender di IT, con una spesa che nel 2006 ha raggiunto i 4.715 milioni di Euro, muovendosi al rialzo dopo anni di stasi (+0,8% sull'anno precedente). Il trend al rialzo si conferma dopo i primi mesi dell'anno attestandosi oltre il 2%.

FIGURA 4

### Il mercato italiano del Software

Valori in milioni di Euro

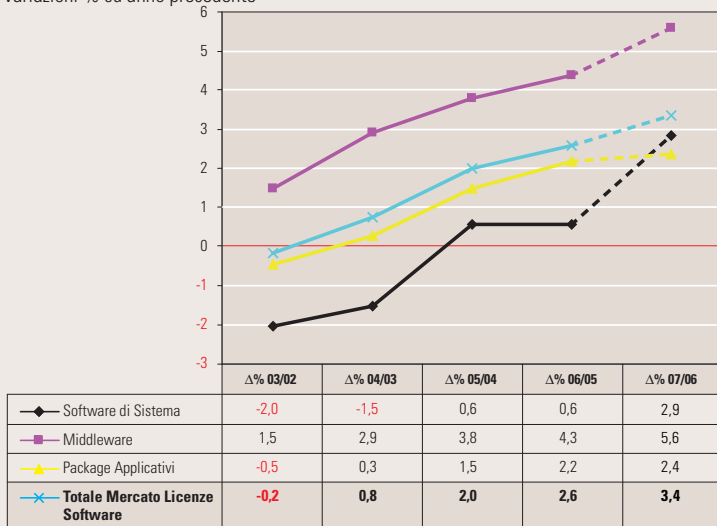


Fonte: Nextvalue

FIGURA 5

### Il mercato italiano del Software: dinamiche di crescita

Variazioni % su anno precedente



Fonte: Nextvalue

Al di là dei Gruppi interessati ai grandi accorpamenti ed alle strategie di espansione sul mercato europeo, per molte banche il rafforzamento passerà da strategie di nicchia prodotto/mercato, dalla gestione efficace della leva dei costi e da una radicata e diffusa presenza territoriale. Strettamente legati all'obiettivo precedente l'ottimizzazione della relazione con il cliente e un migliore supporto delle attività commerciali, nonché la compliance con l'evoluzione delle normative di tutela della trasparenza e della sicurezza.

Come è noto le Banche italiane continuano a mantenere un'elevata propensione alla realizzazione e gestione in proprio o attraverso società di servizi appositamente create di un enorme patrimonio infrastrutturale, applicativo e legacy. Negli scorsi anni esse hanno perseguito una serrata politica di riduzione di costi e tariffe nelle spese di gestione delle infrastrutture informatiche, culminata anche con una sostanziale riduzione dei fornitori e della incidenza dei costi IT sui costi di gestione. Questa tendenza tuttora in corso, dovrebbe liberare risorse da destinare sia alla reingegnerizzazione dei processi, sia allo sviluppo di nuovi progetti in relazione ai nuovi prodotti/servizi offerti alla clientela.

Per le banche interessate dal consolidamento europeo è in corso un vasto processo che le porterà da realtà domestiche multi-prodotto ad evolvere verso modelli di gruppo, con strategie di business specializzate e schemi organizzativi e produttivi complessi. La realizzazione pratica di questo concetto ha delle ricadute tecnologiche e di processo molto complesse, come l'insourcing o l'outsourcing selettivo e, comunque, impone una seria riflessione sull'adeguatezza delle attuali architetture informatiche. A questo proposito molta rilevanza hanno l'introduzione di architetture Service Oriented (SOA). Fondamentale sembra essere anche l'area del Content Management e dell'arricchimento dei sistemi commerciali attraverso i portali. Praticamente tutte le banche già prevedono l'utilizzo di canali alternativi allo sportello nella gestione del rapporto con la clientela.

## Assicurazioni

La spesa IT nel segmento delle Assicurazioni si è attestata nel 2006 sui 1.023 milioni di Euro, con un tasso di crescita annua di +0,7%. Tasso che al momento attuale sembra ulteriormente migliorare avvicinandosi allo 1,7% su base annua 2007. L'assicurazione, in tutte le sue componenti - vita, danni, auto, responsabilità civile - è parte del sistema di welfare: il nostro Paese vive una situazione di divario con le maggiori realtà europee: imprese e famiglie si assicurano da noi di meno e l'incidenza sul PIL dei premi danni è pari a poco più dell'1,3%, un valore di gran lunga inferiore a quello degli altri grandi paesi europei (Spagna: 2,0%, Francia: 2,6%, Germania: 4,3%, UK: 5,3%).

L'assicurazione sulla vita continua a riscuotere il favore dei risparmiatori italiani, in quanto strumento di gestione del risparmio.

In realtà l'evoluzione del mercato ha fatto sì che non vi siano più ragioni di contrapposizioni tra banche e assicurazioni, così come non ha più senso una contrapposizione fra assicurazioni, banche e società di gestione del risparmio.

Il sistema italiano è alle prese con problemi di competitività sul piano europeo e sta facendo passi avanti sulla via di una maggiore comparabilità internazionale e di una migliore trasparenza nei confronti del mercato. Di fatto l'area del Risk Management rappresenta per l'impresa di assicurazioni un'area decisamente strategica con un notevole impatto sugli investimenti e le tecnologie IT. L'impatto sui sistemi informativi delle compagnie è forte anche per la necessità di adeguamento di sistemi preesistenti, sia nell'implementazione di sistemi di gestione di nuova generazione.

Ulteriore elemento di focalizzazione è il sistema di distribuzione dei prodotti assicurativi, che conta oltre 200.000 addetti e sta superando una fase di intenso cambiamento. Di fatto per soddisfare il proprio bisogno di protezione assicurativa e confrontare le offerte, il consumatore può oggi scegliere tra una pluralità di alternative: agenti con marchio esclusivo, agenti plurimarca, broker, sportelli bancari e postali, promotori finanziari, vendita diretta, per telefono e via Internet. La di-

versificazione dei modelli distributivi, già forte nei rami vita, si afferma anche nelle assicurazioni danni.

L'adeguamento alle normative ed il canale di distribuzione non rappresentano gli unici driver all'innovazione del settore assicurativo: essa è legata anche alle innovazioni di prodotto, allo sviluppo servizi innovativi atti a fidelizzare maggiormente i clienti. Sono queste le linee guida che sottendono tuttora agli investimenti informatici, mentre si concretizzano finalmente alcuni nuovi progetti, soprattutto nelle aree 'vita' e 'danni' e nell'area del Corporate Performance Management (CPM). Una buona parte degli investimenti riguardano anche il front-end e l'integrazione della rete e delle agenzie, con la condivisione in tempo reale delle informazioni, il rafforzamento della sicurezza, l'arricchimento dei contenuti disponibili attraverso i portali.

## **Industria**

Secondo segmento per rilevanza della spesa IT, il settore industria ha fatto segnare nel 2006 una spesa IT di 4.431 milioni di Euro, con un tasso di crescita annuo di +0,6% sull'anno precedente. Il positivo andamento fatto registrare nei primi mesi dell'anno dalla produzione industriale, soprattutto nei settori legati all'esportazione, migliora il tasso di crescita previsto per la spesa IT 2007 fino a fargli raggiungere un valore dell'1,8%.

Il rafforzamento della crescita della spesa deriva in gran parte dalla ripartenza dei programmi di innovazione di prodotto e di processo e dalla necessità di sviluppare strategie per migliorare il time-to-market e di delocalizzazione e presenza sui mercati internazionali. Ciò determina un ritorno di attenzione sul ruolo strategico dell'IT, mentre l'atteggiamento generalizzato rimane quello di estrema attenzione alla riduzione dei costi e al consolidamento dei sistemi informativi.

Questi fenomeni, rilevati dapprima principalmente nei segmenti della grande e media azienda, oggi si estendono gradualmente verso le PMI.

Una estrema prudenza polarizza l'attenzione su due aree percepite di gran lunga prioritarie: l'infrastruttura IT e l'area dei Sistemi Opera-

zionali. I progetti infrastrutturali riguardano la standardizzazione ed il consolidamento che si rendono necessari per ottimizzare le dotazioni IT, a cominciare dall'aggiornamento delle piattaforme hardware ormai giunte alla fine di lunghi cicli di ammortamento e onerose in termini di manutenzione. Un'ulteriore considerazione riguarda i costi di gestione delle infrastrutture stesse, con uno spiccato tentativo di variabilizzare ulteriormente i costi e di ridurre la spesa IT corrente.

Allo stesso modo la focalizzazione sui Sistemi Operazionali, siano essi rappresentati da sistemi di Erp esteso o semplici package gestionali, dà la misura dell'obiettivo di incrementare al massimo l'efficienza dei processi fondamentali di business piuttosto che incrementarne l'efficacia. Si potrebbe concludere che le ancor modeste proporzioni dei budget e delle risorse liberate dal consolidamento e dalla virtualizzazione delle infrastrutture e dal rinnovamento tecnologico delle architetture sottostanti le soluzioni operazionali, siano in gran parte impiegate nell'estendere progressivamente la copertura funzionale delle stesse. Nella maggioranza dei casi non si tratta quindi di un business di sostituzione di package applicativi, ma di estensione degli stessi. Viceversa nei casi di presenza di software custom o di ambienti fondamentalmente proprietari il processo di adozione di package standard e di loro verticalizzazioni è molto più vivace.

In questo percorso di estensione la direttrice fondamentale è la caratterizzazione e la specializzazione di industry della soluzione e delle competenze del fornitore. Nella software selection è sempre meno ammissibile la presentazione di package orizzontali, arricchiti successivamente di personalizzazioni e sviluppi ad hoc per calzarli sulle esigenze del cliente. Come ormai conoscono bene i maggiori produttori di software Erp è importantissimo disporre di soluzioni già preconfigurate per le esigenze di un mercato verticale e ulteriormente ritagliabili sulle esigenze della specifica azienda cliente. In questo senso l'offerta si è radicalmente trasformata rispetto al passato: maggiori sono le sinergie tra gli ISV, soprattutto globali ed i loro operatori locali, mentre vi è molto meno spazio e budget da parte del cliente per sviluppi e servizi in corso d'opera.

Anche nell'industria un ruolo importante è assunto dalle tecnologie e soluzioni per lo sviluppo di Portali e la Gestione di Contenuti (ECM), per la Gestione Documentale, il Workflow. Un ruolo a se cominciano ad averlo i sistemi di Business Process Management, per la progettazione e gestione di processi di business non ancora automatizzati, e in generale tutti i sistemi di Business Intelligence e di Corporate Performance Management, soprattutto nelle loro versioni integrate con i sistemi operazionali.

### **Commercio, GDO e Servizi**

Un tasso di crescita del +2.1% continua a caratterizzare la domanda IT delle aziende appartenenti al settore Commercio, Grande Distribuzione Organizzata e altri Servizi in questo primo scorcio del 2007. Impegnate, ciascuna con proprie peculiarità, a sostenere nuovi cicli di espansione, di innovazione di processo e di miglioramento dell'efficienza complessiva le imprese del settore sono tipicamente influenzate da un altalenante andamento dei consumi: le vendite nel settore Distribuzione crescono moderatamente lungo la direttrice della grande distribuzione e dei centri specializzati, degli hard discount e degli ipermercati, mentre è in trasformazione il giro di affari delle imprese operanti su piccola scala, con ancora rilevanti differenze tra le zone geografiche del Nord e del Centro rispetto al Sud.

L'IT nel settore assume particolare valenza nelle aree della logistica, della gestione del cliente e della trasformazione tecnologica del punto vendita. Gli investimenti in area logistica rappresentano la priorità per le aziende della Distribuzione, anche per l'effetto delle normative relative alla tracciabilità delle merci e della pressione sui costi. Da sempre il settore fa della profilazione del cliente il fondamento per le campagne promozionali e di fidelizzazione, con l'evidente necessità di utilizzare soluzioni di Business Intelligence, di Corporate Performance Management e di Customer Relationship analitico, che valorizzino l'ingente patrimonio di informazioni disponibile.

Accanto a queste aree permane un forte interesse per il rinnovamento delle infrastrutture e dei sistemi operazionali, in genere soggetti a cicli di vita più lunghi rispetto alla media del mercato.

Un'area di particolare interesse è la trasformazione tecnologica del punto vendita, che ha profonde motivazioni nel cambiamento del comportamento d'acquisto dei consumatori. L'innovazione persegue due traiettorie: da un lato si ottimizzano i processi e le procedure interne con una forte attenzione alla logistica, all'introduzione di nuove tecnologie abilitanti, dall'altro si cerca di conoscere più approfonditamente il comportamento dei consumatori e di stimolarne le esigenze di acquisto. È fondamentale che i produttori non solo si interfaccino ma si integrino con i punti vendita, al punto che dati ed analisi siano condivisi praticamente in tempo reale, la gestione degli scaffali sia ottimale, così come l'assortimento (non più di quattro mesi per l'introduzione di un nuovo prodotto).

La trasformazione più appariscente del punto vendita riguarda l'introduzione di nuove tecnologie quali lo scontrino intelligente, l'RFID applicabile ai carrelli, per controllare lo storico del prodotto, le scadenze, prevenire i furti e verificare gli stock in tempo reale, il Voice Picking che permette all'operatore di comunicare direttamente con il gestionale senza essere distolto dall'operazione di cui si sta occupando. Altre importanti tecnologie sono di utilizzo ormai comune e riguardano, ad esempio, la gestione delle carte fedeltà, anziché l'utilizzo di Internet ma anche di SMS per le campagne di promozione, i totem, le bilance e le barriere di cassa di ultima generazione.

## **Pubblica Amministrazione**

Il piano di modernizzazione tecnologica della Pubblica Amministrazione si sta sviluppando secondo direttrici strategiche indicate nel Codice dell'Amministrazione Digitale, che sancisce i diritti dei cittadini nella moderna società della conoscenza e richiede alle amministrazioni di adoperarsi per introdurre modalità operative snelle e l'utilizzo di tecnologie. Il Codice è entrato in vigore il 1 gennaio 2006

e non ha ancora avuto effetti diretti, anche se costituirà il principale riferimento per le amministrazioni nell'immediato futuro.

Le misure per la razionalizzazione in merito all'uso delle applicazioni informatiche e dei servizi hanno individuato le aree in cui si rendono necessarie razionalizzazioni ed eliminazioni di duplicazioni e sovrapposizioni e gli interventi per razionalizzare le infrastrutture IT al fine di migliorare l'efficienza operativa. L'avvio del Sistema Pubblico di Connettività e Cooperazione (SPC) e della Rete Internazionale della Pubblica Amministrazione (RIPA) prevede l'erogazione di servizi da parte di più fornitori interconnessi tra di loro tramite un sistema denominato QXN.

Il 15 novembre 2005 è stato pubblicato il DM contenente le regole tecniche per la formazione, la trasmissione e la validazione, anche temporale, della posta elettronica certificata ed il CNIPA ha provveduto a definire le modalità di accreditamento e a pubblicare l'elenco dei primi fornitori autorizzati.

Secondo le rilevazioni del CNIPA rese pubbliche a giugno 2006, negli uffici pubblici ormai quasi tutti i pc sono in rete, mentre nelle amministrazioni e negli enti centrali il rapporto tra caselle di posta elettronica e dipendenti informatizzabili negli ultimi tre anni è quasi raddoppiato (dal 48% del 2002 all'86% del 2005). Lo scorso anno sono state avviate 30 iniziative di applicazione di posta elettronica in 300 procedimenti amministrativi, con un investimento di 50 milioni di Euro e un risparmio, a regime, di 150 milioni l'anno. In un anno il numero dei messaggi scambiati all'interno della PA è passato da 280 a 335 milioni; quelli scambiati con l'esterno della PA da 170 a 240 milioni.

Posta elettronica certificata (PEC), firma digitale e televisione digitale terrestre sono i tre fiori all'occhiello dell'Italia, che la pongono in prima linea in Europa. Sono già 15 le amministrazioni che mandano in onda i nuovi servizi e al secondo bando, chiuso in maggio, hanno risposto 22 amministrazioni. L'Italia è il Paese europeo con più smart card per la firma digitale: 2,3 milioni. Con 10 gestori certificati, che contano di rilasciare oltre mezzo milioni di caselle nel corso del 2006, siamo anche in posizione avanzata nella PEC.

Il Portale Nazionale delle Imprese è attivo da più di un anno e rappresenta la prima esperienza europea di piattaforma trasversale di cooperazione applicativa. Ai 19 servizi già fruibili on-line se ne stanno per aggiungere altri 80. Nonostante i molti progressi fatti, risulta carente o mancante la fase finale del pagamento on-line, per la quale sono stati auspicati una maggiore collaborazione e un impegno chiaro dal mondo bancario.

Infine, per misurare la soddisfazione degli utenti, è stato costituito un Centro di Competenza, “vera innovazione organizzativa nella PA italiana”.

Il monitoraggio del CNIPA sui 18 certificatori accreditati attivi ha rilevato che sono oltre 2,6 milioni le smart card con firma digitale in circolazione in Italia. Il 75% è stato rilasciato a imprenditori e la parte restante a professionisti ed alla Pubblica Amministrazione.

Solo l'anno scorso - sottolinea il CNIPA - sono stati più di 35 milioni i documenti firmati e trasmessi in modo digitale. La diffusione di queste tecnologie ha portato, secondo Unioncamere, un risparmio superiore a 260 milioni di Euro solo nei rapporti tra il Registro delle Imprese e le aziende nazionali.

Non ci sono comunque solo aspetti positivi: l'attività ispettiva del CNIPA ha ad esempio rilevato attribuzioni non legali della funzione di certificatore, versioni non corrette del software per il rinnovo dei certificati nella smart card, apposizioni o diffusioni di informazioni inesatte o ambigue. Molti gli interventi per verificare la conformità alle norme dei documenti sottoscritti digitalmente: in questo campo CNIPA sottolinea la collaborazione, nei casi dubbi, con il Garante per la protezione dei dati personali.

Secondo le nostre previsioni la spesa IT per il 2006 della Pubblica Amministrazione scenderà a 1.645 milioni di Euro, includendo anche tutto ciò che dipende dal settore della Difesa e dal Ministero degli Interni e gli Enti centrali, con un tasso negativo di -1,8%.

La spesa si concentra per il 66,5% su sei amministrazioni (Economia e Finanze, Giustizia, Interno, Difesa, INPS e INAIL).

La maggior parte delle iniziative sono rivolte ad offrire al cittadino ed alle imprese uno sportello pubblico unico e virtuale. La ricaduta in termini di sistemi informatizzati è una forte spinta verso l'integrazione delle infrastrutture tecnologiche, applicative ed informative delle strutture amministrative, la revisione dei processi e delle organizzazioni, l'unificazione di molti sistemi di amministrazione, la gestione normalizzata e centralizzata di dati e applicazioni, la possibilità di accedere ai servizi con sistemi multicanale.

Per tutto il 2005 ed il 2006 è cresciuto il numero di servizi disponibili on-line (953 il numero di siti Web delle amministrazioni a inizio 2006), mentre prosegue lo sviluppo di altri canali d'accesso e l'istituzione di servizi di contact center (28 a fine 2008) e dei chioschi telematici per le operazioni self-service.

Per quanto riguarda le modalità di informatizzazione del back-office, molte amministrazioni stanno ricorrendo a sistemi Erp, soprattutto per la contabilità analitica e finanziaria; meno diffuse le applicazioni dedicate al controllo di gestione. Nell'area delle Human Resources sono molto presenti applicazioni di gestione amministrativa e di rilevazione presenze, ma ancora limitato è il numero di soluzioni dedicate alla gestione giuridica e ed al governo delle risorse stesse. Infine i sistemi di protocollo informatico hanno trovato una rapida diffusione presso un po' tutte le amministrazioni, integrando procedure di gestione documentale e di workflow management.

In tutte le aree è in crescita la domanda di erogazione di servizi in modalità ASP. Al fine di evitare duplicazioni e sovrapposizioni nella finanziaria 2005 si prevede che le amministrazioni, anche quelle a minor massa critica, possano disporre a prezzi vantaggiosi di servizi a supporto dei propri processi interni da erogarsi in modalità ASP, condividendo infrastrutture, servizi di hosting e servizi applicativi con amministrazioni più grandi o centri servizi predisposti ad hoc.

Sempre allo scopo di ridurre i costi ed aumentare l'efficienza, ben 31 amministrazioni sono ricorse a prodotti opensource, principalmente nell'area dei sistemi operativi e del middleware e molto meno in quella degli applicativi.

Altro elemento di rilievo è l'aspetto sicurezza, un'area di oggettivo miglioramento per quasi tutte le amministrazioni, con la definizione di strutture e ruoli formali, policy e modalità di audit e di strumenti di autenticazione forte.

Un settore a parte è costituito dagli investimenti della Difesa. La profonda riorganizzazione dell'apparato militare italiano e il fondamentale cambiamento di missione stanno producendo una profonda trasformazione del quadro normativo e dell'assetto dell'intero settore. Pur in presenza di un deciso obiettivo di ridimensionamento complessivo dei costi IT, è in atto un riammodernamento dell'intero parco informatico della Difesa, mentre continua l'adeguamento del Centro elaborazione Dati della Difesa e lo sviluppo del SIGE (Sistema Informativo Gestionale dell'Esercito), in particolare per ciò che concerne i sistemi per la logistica e la gestione del personale e per l'adozione di sistemi di gestione documentale e di workflow.

## **Sanità**

La spesa IT della Sanità in Italia, intesa come quella di Regioni, ASL, Aziende Ospedaliere e Case di Cura pubbliche e private, laboratori e farmacie, ha raggiunto i 544 milioni di Euro nel 2006, con un tasso di crescita di +0,6%.

Le nostre prospezioni più recenti confermano una sostanziale stabilità della crescita che si dovrebbe attestare sul medesimo valore anche nel 2007.

Tra i principali driver di investimento vi sono la ricerca di una migliore efficienza di gestione e di erogazione dei servizi e delle prestazioni e il controllo dei costi per rispondere in maniera più puntuale agli indirizzi dettati sia a livello nazionale sia regionale. Dal punto di vista dell'IT ciò significa una forte spinta a progetti di integrazione e di razionalizzazione dei sistemi esistenti, spesso risultato di investimenti passati effettuati in modo frammentario in cui convivono aree di automazione spinta spesso a se stanti.

In termini di investimenti le aree cliniche rappresentano la priorità la Cartella Clinica Elettronica rappresenta lo standard di comunica-

zione e degli interventi organizzativi per la realizzazione dei percorsi assistenziali del paziente supportati da soluzioni informatiche. In ogni caso la diffusione di tale strumento è ancora relativamente limitata, mentre è molto rilevante l'orientamento all'adozione in tempi brevi.

Le prospettive di evoluzione della sanità locale sono di un lento ma costante progresso nella integrazione territoriale, il cui fulcro è il CUP, quale centro di accesso multicanale ai servizi sanitari e della filiera del settore, che comprende anche medici, farmacie e le stesse famiglie. Le tecnologie informatiche quindi avanzano sia nella direzione della telemedicina e a supporto delle più innovative modalità di diagnosi e cura basate sulla conoscenza di ogni singolo paziente.

Risulta chiaro l'ostacolo della limitatezza dei budget, peraltro in oltre l'85% dei casi destinati a mantenere l'esistente e a servizi di application management.

## **Enti Locali**

La spesa IT degli Enti Locali (Regioni, Province, Comuni e Comunità Montane) ha raggiunto un valore 816 milioni di Euro nel 2006. Il tasso di crescita previsto per quest'anno è di un positivo +1,3% .

Tra i principali driver che trainano gli investimenti vi sono le politiche di innovazione dettate negli ultimi anni dal governo e l'allineamento ai dettami stabiliti dal programma e-Europe dell'Unione Europea, diretto ad orientare con obiettivi comuni le politiche per la Società dell'Informazione da attuare a livello europeo, nazionale e regionale.

Le principali priorità definite in questo piano riguardano la creazione di un unico spazio europeo dell'informazione che consenta di sviluppare un mercato aperto e competitivo per la società dell'informazione ed i media, la spinta all'innovazione ed agli investimenti per promuovere la crescita e la creazione di posti di lavoro di migliore qualità, riducendo il divario con i paesi extra-EU, la costruzione di una società europea dell'informazione basata su uno sviluppo sostenibile che dia priorità al miglioramento dei servizi pubblici ed alla qualità della vita.

Proprio la focalizzazione sullo sviluppo di servizi pubblici per i cittadini ha inaugurato una nuova fase dell'e-Government e lanciato una nuova sfida per la creazione di servizi migliori, più accessibili e più efficaci.

La strategia europea della Società dell'Informazione è stato il punto di partenza per nuove linee strategiche di e-Government tracciate dal governo italiano a fine 2006 e in cui si evidenzia la criticità della riorganizzazione dei processi, attuale punto debole del sistema della Pubblica Amministrazione. In realtà la spesa IT sostenuta dagli Enti Locali sembra molto contenuta rispetto a questi obiettivi e, soprattutto, continua a mascherare una situazione molto disomogenea in termini di dotazioni infrastrutturali e applicative fra i vari enti.

Inoltre l'aumento della spesa IT negli Enti Locali è interamente da attribuire alle Regioni, in parte per progetti di tipo infrastrutturale e di razionalizzazione dei data center, in parte per progetti legati alla fase due dell'e-Government ed alla realizzazione del protocollo informatico.

Per quanto riguarda gli altri enti il calo più accentuato riguarda i comuni di piccole dimensioni e le comunità montane, seguiti dalle province.

Nello sviluppo del modello a tendere, cioè quello dello sportello unico per imprese e cittadini non mancano i casi di eccellenza, grazie agli sforzi fatti per adeguare i sistemi informativi regionali e locali e garantire una sufficiente interoperabilità degli applicativi.

## **Telecomunicazioni e Media**

La spesa IT del comparto Telecomunicazioni e Media si è attestata nel 2006 su un valore di 2.550 milioni di Euro, con un tasso di crescita annuo di +3,4%, a conferma del buon andamento dell'intero comparto dei servizi di comunicazione e dei contenuti, e della robusta ripresa degli investimenti pubblicitari per ciò che concerne i media. Questo tasso di crescita appare al momento attenuato (+ 0,7) anche se sempre positivo, visto anche l'andare a regime degli investimenti che hanno riguardato il settore Tlc nell'ultimo anno.

I driver degli investimenti IT del comparto Tlc fanno riferimento alla necessità di introdurre sul mercato sempre nuovi servizi derivanti dalla convergenza fisso-mobile, all'adozione massiccia di tecnologie Voip, alla proposta da parte di operatori Tlc di servizi IT, quali quelli di outsourcing di infrastrutture e reti, di gestione della sicurezza, di data center avanzato.

Le aziende di Tlc si troveranno sempre più spesso a cercare nuove strade per incrementare il volume di business e la profittabilità. A questo si è affiancato un sostanziale cambiamento dei modelli di acquisto delle aziende clienti. Queste infatti si orientano sempre più verso l'acquisto di servizi integrati e soluzioni end-to-end, la semplificazione della gestione dei contratti e dei fornitori, l'ottimizzazione della gestione dell'infrastruttura tecnologica, la riduzione dei costi operativi.

Dal lato dei Media hanno rivestito una specifica importanza l'introduzione e la gestione di piattaforme per il Digitale Terrestre (DTT) e di IPTV e la forte ripresa degli investimenti IT per l'aggiornamento delle piattaforme tecnologiche ed applicative, in conseguenza anche del positivo ciclo di raccolta pubblicitaria, in particolare per ciò che riguarda i nuovi canali digitali ed on-line.

In generale cresce velocemente l'interesse dei consumatori e delle aziende nei confronti dei contenuti proposti in forme multimediali e tutti gli operatori del settore moltiplicano gli sforzi per la loro produzione attraverso l'introduzione di sistemi che ne permettono la fruizione. In questo caso le piattaforme di delivery devono integrarsi perfettamente con quelle di fruizione da parte dei clienti e consentire una fatturazione in tempo reale. Si configura così una nuova ed attrattiva nicchia di mercato, molto interessante per crescita ed evoluzione attesa, in cui queste soluzioni e sistemi si innestano in architetture SOA e preludono a nuovi sistemi di gestione.

In parallelo sono in espansione aree applicative come il CRM, i sistemi specializzati di Billing e di Enterprise Performance Management e si affermano i servizi di Business Process Outsourcing, di gestione della documentazione e, ovviamente, di produzione e gestione dei contenuti stessi (ECM).

## Utility

Tra i segmenti più dinamici degli ultimi anni, le Utility continuano il loro processo di trasformazione, sia pure con tempi e modi diversi, nei vari comparti dell'energia, del gas, dell'acqua e dell'ambiente, esaudivendo però in qualche modo la spinta iniziale dovuta alla liberalizzazione del mercato e all' unbundling tra produzione e distribuzione. Anche se non può dirsi concluso il passaggio dai modelli e dalle logiche del sistema pubblico e monopolistico a quelli delle aziende private che operano in regime di aperta concorrenza, le aziende del segmento hanno in gran parte perso le rendite di posizioni tipiche del passato e, oggi più che mai dovrebbero misurarsi sul piano degli obiettivi di business. In questo modo la necessità di dotarsi di adeguate tecnologie informatiche non è minore che nel recente passato.

Il segmento si è ricompattato, con circa quattrocento aziende di dimensioni significative e rappresentative, spesso in logiche di aziende multi-servizio; molte aggiungono anche servizi accessori ad alto ritorno reddituale, quali, ad esempio, alcuni servizi finanziari.

Negli ultimi mesi abbiamo anche assistito a molteplici movimenti intorno al tema della super-utility, ovvero della creazione di aziende che per massa critica possono concorrere a livello europeo, partendo dall'aggregazione orizzontale di business a forte caratterizzazione locale. I movimenti in corso creano alleanze e consorzi, fusioni ed acquisizioni, in cui l'IT diviene patrimonio di scambio ma anche asset strategico da mettere a fattor comune.

L'insieme di questi fattori ha fatto sì che nel 2006 la spesa IT delle Utility si attestasse sui 788 milioni di Euro. L'attuale tasso di crescita stimato per il 2007 è sceso ad un pur sempre solido +1,3%.

Gli investimenti delle Utility nelle infrastrutture IT sono spesso di vero rafforzamento e di ampliamento, oltre che di evoluzione verso i più affermati ed innovativi modelli architetturali e non è infrequente il caso di progetti di insourcing di infrastrutture e servizi IT, attraverso propri centri servizi o quelli di entità collegate; questa fase spesso prelude ad un nuovo ciclo di esternalizzazione dei servizi stessi e di outsourcing

selettivo, per ragioni di omogeneità dei servizi, di massa critica e di ottimizzazione dei costi.

Dal punto di vista degli applicativi si riducono gli investimenti in sistemi Erp, con la progressiva realizzazione di sistemi di Finanza e Controllo e di gestione delle Risorse Umane, mentre il fuoco è sui sistemi specifici di produzione e di supporto al core business, ovvero i sistemi di Metering, di Billing e di CRM, intesi ormai come applicazioni verticali e specifiche dell'industry.

D'altra parte per il loro funzionamento ottimale le Utility necessitano di risolvere problemi specifici, che hanno a che vedere con l'introduzione di tariffe e prezzi flessibili e personalizzabili sulle esigenze di clienti individuali, con le problematiche di manutenzione e di gestione delle squadre d'intervento, con l'acquisizione di dati e il controllo in tempo reale, con la pianificazione e l'erogazione del servizio sul territorio.

Questo tipo di esigenze, sempre più sofisticate e specifiche del segmento o della nicchia in cui si muove l'azienda, aprono spazi enormi di opportunità per i fornitori specializzati, ad esempio nei sistemi informativi e soluzioni geospaziali per l'ambiente, il territorio e le reti tecnologiche (Geographical Information Systems – GIS e Computer Aided Design – CAD), nei sistemi di Telecontrollo, in quelli per l'integrazione tra dati di Vendita e di Distribuzione, nei sistemi di Energy Trading fino a quelli di Risk Management.

## **Logistica e Trasporti**

Il comparto del trasporto passeggeri, ma, soprattutto quello della logistica delle merci vive un momento di particolare espansione, in concomitanza con l'attuale fase di buon andamento delle esportazioni e dei flussi a livello intercontinentale ed europeo. Come è noto la logistica è l'efficiente trasferimento dei prodotti finiti, a partire dall'uscita delle linee di produzione fino al consumatore finale e il trasferimento delle materie prime dalle fonti di approvvigionamento all'ingresso delle linee di produzione. Queste attività comprendono il trasporto, il magazzinaggio, la movimentazione dei materiali, l'imballaggio di prote-

zione, la gestione delle scorte, l'ubicazione dei fabbricati e dei depositi, la gestione degli ordini, le previsioni di marketing e l'assistenza alla clientela. Spesso queste attività sono terziarizzate dalle aziende produttrici e affidate alle aziende di un'industria strategica che sta assumendo un ruolo chiave per il futuro del Paese.

Anche il trasporto passeggeri è soggetto a forti trasformazioni, incalzato dall'aumento delle esigenze di mobilità e dalle problematiche conseguenti di mobilità sostenibile e di salvaguardia dell'ambiente.

Obiettivo delle aziende della filiera logistica è di soddisfare e di fidelizzare il cliente, attraverso una maggiore velocità di esecuzione delle attività logistiche, dai tempi di consegna e di evasione dell'ordine, alla regolarità e affidabilità delle consegne, alla flessibilità. Le singole macro-attività si possono declinare in altre molteplici e specializzate (ad esempio la logistica specializzate nel freddo, piuttosto che le aziende di trasporti specializzate nell'intermodale o nel multimodale, ecc.). Alle aziende private, sia multinazionali che nazionali, si affiancano anche realtà sempre più in crescita, gli interporti.

L'IT nel settore ha una forte connotazione strategica; infatti la rapida evoluzione dei servizi verso l'integrazione ed il rafforzamento non potrebbe avvenire senza il tramite di sistemi informativi avanzati ed Internet attraverso cui è possibile, ad esempio, fornire in modo puntuale ed in tempo reale tutte le informazioni relative alle merci in carico. Le applicazioni di punta riguardano la gestione operativa del magazzino, il trasporto, il controllo economico dei costi, l'ottimizzazione del routing.

Dal punto di vista del trasporto passeggeri, il comparto che negli scorsi anni ha subito invece cospicue contrazioni dei budget IT attribuibili alle difficoltà in cui hanno versato alcuni grandi operatori del settore, la necessità per nuovi investimenti è soprattutto concentrata nelle aree dei servizi informativi offerti ai passeggeri e della bigliettazione, dei sistemi di telecontrollo e di telesorveglianza e soprattutto dei sistemi avanzati per la sicurezza.

La spesa IT dell'intero comparto della Logistica e dei Trasporti ha toccato nel 2006 i 1.057 milioni di Euro complessivi, mentre l'attuale tasso di crescita annuo si attesta su +1,8%.

# LA DOMANDA DI SOFTWARE E SERVIZI

Interpretare i segnali del cambiamento è l'obiettivo di questo studio. Identificare, cioè, i trend futuri allo stadio nascente e distinguere i segnali deboli del cambiamento attraverso la puntuale osservazione delle dinamiche di mercato del settore Software e Servizi. Il nocciolo duro di questo programma di ricerca è costituito dalla comprensione della domanda; dal rilevamento, cioè, della propensione delle aziende end-user all'investimento in ICT; il dato ricavato, contestualizzato in un più ampio teatro competitivo, consente di descrivere uno scenario di tendenza, robusto e documentato, da cui dedurre i trend emergenti, argomentati in questo capitolo. La fotografia del 2006 che qui riproporriamo, con il prossimo appuntamento della nuova edizione dell'Assintel Report prevista per i primi di ottobre, si arricchirà della profondità derivata dalla stratificazione dei dati, dall'osservazione sistematica delle evoluzioni e dai confronti storici. Con la presente ricerca del 2006, tuttora valida sotto il profilo delle indicazioni rilevate, abbiamo inaugurato un osservatorio permanente del mercato del Software e Servizi, finalizzato a sintonizzare le imprese ICT con gli end-user, offrendo loro un pratico sistema di riferimento in cui inquadrare l'attuale posizionamento e le strategie di sviluppo e configurazione dell'offerta.

## Obiettivi e metodologia

L'indagine relativa alla Domanda di Software e Servizi in Italia è stata condotta con il metodo del "Panelling". Il Panel selezionato è stratificato per Industry e Dimensione, ma la sua composizione rispecchia l'obiettivo di mettere a fuoco soprattutto due specifici settori, quello della Media e della Piccola Impresa, di grande interesse per gli operatori e le aziende che appartengono al contesto di Assintel.

Il Panel è stato selezionato per rappresentare approssimativamente l'universo medio dei clienti business di informatica con capacità di spesa sufficientemente rilevante, distribuiti nei diversi settori produttivi. L'obiettivo è stato di approssimare la composizione del Panel al profilo medio dei clienti — ovvero ai mercati target — delle aziende associate Assintel. Dal Panel sono escluse le microimprese (< 10 dipendenti e < 2 milioni di Euro di fatturato) e la PAC (Pubblica Amministrazione Centrale), perché sottraggono omogeneità al Panel sotto il profilo della propensione all'investimento. Questi settori andrebbero investigati con una specifica indagine.

La ricerca si è svolta nel periodo aprile-giugno 2006 mediante intervista telefonica a 500 Responsabili IT di altrettante aziende che compongono il Panel.

L'intervista, realizzata con il sistema CATI, prevede un questionario strutturato articolato per tematiche, con l'obiettivo di rilevare le informazioni relative a:

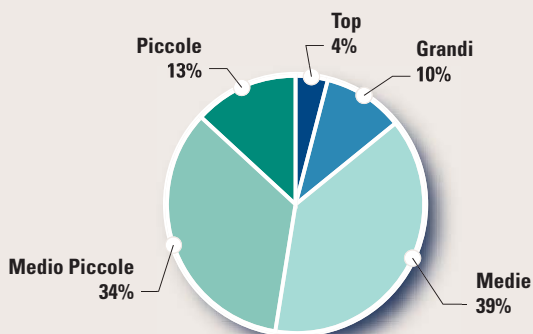
- :: Strategie e Budget IT Attuale e Previsto;
- :: Intenzione e Priorità di Investimento in alcune selezionate Aree di Software Applicativo, Infrastrutture Tecnologiche, Servizi;
- :: Grado di Soddisfazione dell'attuale fornitore di Software e Servizi e Criteri adottati nella scelta.

Le informazioni raccolte sono state opportunamente codificate ed elaborate ricavando distribuzioni di frequenza e misure di sintesi. Particolare attenzione è stata rivolta all'area "Investimenti" mediante l'analisi incrociata di Intenzione e Priorità, ottenendo le Matrici di Attrattività, grafici a diagramma che forniscono una visualizzazione im-

FIGURA 6

**Composizione del Panel per dimensione dell'impresa**

%, N. totale imprese del Panel = 500



Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

<b>Imprese Top</b>	> 500 dipendenti e > 200 M€ di fatturato
<b>Grandi Imprese</b>	< 500 dipendenti e < 200 M€ di fatturato
<b>Medie Imprese</b>	< 250 dipendenti e < 50 M€ di fatturato
<b>Imprese Medio Piccole</b>	< 100 dipendenti e < 20 M€ di fatturato
<b>Piccole Imprese</b>	< 50 dipendenti e < 10 M€ di fatturato

mediata della Intenzione media di acquisto rispetto alla Priorità media attribuita a ciascuna area rilevata.

Le distribuzioni percentuali riportate nel presente rapporto sono di tipo descrittivo, si riferiscono esclusivamente al comportamento degli intervistati e non implicano l'estensione della misura dei fenomeni osservati all'intero universo di riferimento.

Il peso specifico prevalente delle PMI (86%) nella composizione del Panel è anch'esso il frutto di una scelta di focalizzazione sui mercati dove le imprese ICT, sia globali sia locali, concentrano oggi gli sforzi maggiori. La segmentazione ulteriore, rispetto agli standard di classificazione, delle classi dimensionali delle imprese è effetto dell'osserva-

zione ex-post di significativi scostamenti nei risultati della ricerca che ci hanno suggerito di evidenziare il fenomeno. La classificazione adottata è la seguente:

Un'ultima nota riguarda la funzione aziendale degli intervistati. Tutte le interviste sono state realizzate con i Responsabili IT (CIO, IT Manager, ecc.) o i loro capi, in quanto "entry point" naturali delle aziende. In taluni casi, le scelte del Responsabile IT possono essere soggette a decisioni e restrizioni imposte dalla Direzione Aziendale o dalla Proprietà, tuttavia le risposte riflettono l'opinione di chi in azienda guida le sorti dell'IT ed è, oltre che "decision maker", anche "opinion maker" fondamentale nel contesto del management aziendale.

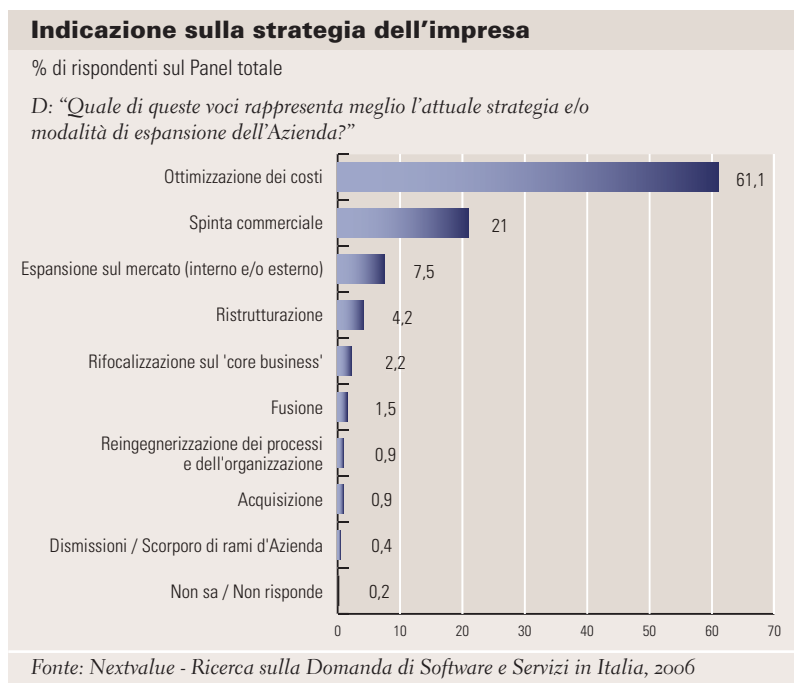
### **Strategia dell'impresa**

Nella prima fase dell'intervista, abbiamo chiesto agli IT manager di selezionare da un elenco di voci quale rappresentasse meglio l'attuale strategia aziendale nel suo complesso. Le risposte sono indicate in Figura 7. Pur tenendo in considerazione l'influenza esercitata dalla funzione svolta nel contesto aziendale sulla percezione degli indirizzi strategici, tuttavia il ruolo di decisore d'acquisto accredita il rilievo dei risultati. Da notare l'uniformità delle risposte, con il 61% totalizzato dall'item "Ottimizzazione dei costi", senza scostamenti di rilievo tra le categorie dimensionali. L'eccezione da registrare è l'indicazione "Reingegnerizzazione dei processi e dell'organizzazione" nel 17% dei casi, tra le imprese Top. "Spinta commerciale" e "Espansione sul mercato" seguono nel rank relativo di indicazioni: un confortante scorcio di "brillantezza", nel panorama che continua ad essere un po' "opaco" del risparmio come parola d'ordine "top of mind". Emerge chiaramente un quadro che sottolinea e conferma le attuali priorità delle imprese: contenimento dei costi e recupero di efficienza.

### **Strategia dell'Information System e Budget IT**

Un primo set di domande del questionario è indirizzato a conoscere le prospettive degli investimenti IT e l'allocatione delle risorse messe a budget dalle imprese. In particolare l'obiettivo è stato di cercare di ca-

FIGURA 7



pire se, e a quale ritmo, possa continuare il recupero degli investimenti tecnologici evidenziato dai numeri di fatturato del settore IT.

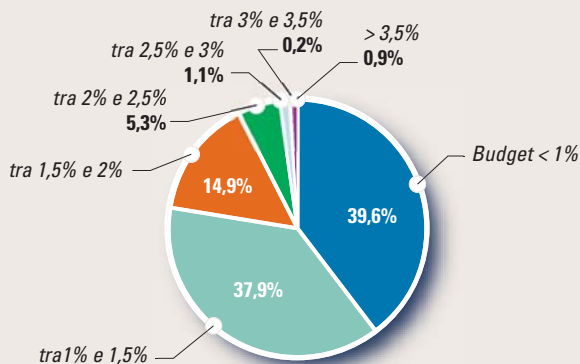
Come la spesa IT attuale — secondo le informazioni rilasciate dal nostro Panel — incide sul fatturato delle imprese è esposto nella Figura 8. Il 93% dei rispondenti dichiara un budget disponibile inferiore al 2% del fatturato. Si segnala, tra le piccole imprese, un 4% di rispondenti che dichiara una spesa superiore al 2,5%, indice dell'appartenenza a settori ad alta intensità tecnologica. Il dato conferma una realtà ancora molto lontana dal considerare l'IT una leva strategica capace di influenzare i risultati economici. Se paragonato ad un macro-indicatore come il rapporto spesa IT sul Pil, che per l'Italia è l'1,8%, vediamo una consonanza con quanto dichiarato dal nostro Panel; ricordiamo, per inciso, il 4% della spesa IT sul Pil nel Regno Unito e il 5,5% degli USA.

FIGURA 8

### Incidenza percentuale media attuale del budget IT sul fatturato

% di rispondenti sul Panel totale

D: Qual è l'incidenza percentuale media ATTUALE del budget IT (gestione e investimenti, escluse le spese di tlc) sul fatturato dell'azienda?



Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

Secondo un notevole articolo pubblicato nell'ottobre 2005 sulla Harvard Business Review, il livello della spesa tipico di un'impresa nel centro di una trasformazione strategica che implica l'IT, conta per oltre il 50% degli investimenti in conto capitale e più del 15% del totale dei costi (un calcolo approssimativo quota l'investimento intorno al 10% del fatturato), per poi assestarsi a livelli più bassi fino alla successiva ristrutturazione del business.

Per quanto riguarda l'allocazione di risorse per i prossimi 12 mesi, abbiamo chiesto al Panel di precisare la variazione di budget prevista. L'indicazione, pressoché unanime, è "nessuna variazione" nel 94,3% dei casi. Solo le imprese Top e Grandi si differenziano, segnalando nel 36% dei casi un incremento fino al 5% sullo stanziamento attuale, e nel 7% dei casi aumenti tra il 5% e il 10%.

Possiamo definire ancora "anemica" la propensione all'incremento degli investimenti, ma cogliere anche l'aspetto positivo dell'assenza di

decisioni di taglio dei budget IT. Il tasso di crescita del mercato IT è ritornato al segno positivo solo nel 2005, e per il 2006 l'incremento da noi stimato è dell'1,5%; sulla base dei nostri indicatori, prevediamo anche per il 2007 un progresso intorno ai due punti percentuali, che potrebbe essere influenzato positivamente dal perdurare di un andamento favorevole dell'economia, fattore che attiverebbe nuovi progetti e budget più sostanziosi. Non siamo più realisti del re. La nostra affermazione è fondata sull'attesa che, nel medio periodo, la spesa complessiva IT dovrebbe ritornare ai livelli del 2001, per poi crescere ulteriormente ed attestarsi intorno a quote che fisiologicamente consentono lo sviluppo e la competitività del sistema economico italiano. Questa convinzione positiva è temperata da una relativa incertezza sugli effetti di due componenti che contribuiranno in misura determinante al trend previsto:

- :: per cogliere a fondo l'opportunità del ciclo economico positivo è necessaria un'azione risoluta di governance e misure strutturali che creino un clima di fiducia;
- :: l'industria IT nel suo complesso deve a sua volta condurre un'efficace iniziativa di pressione sulla domanda.

La Figura 9 riporta la distribuzione per voci di costo del budget IT previsto. Sono evidenti le differenze nella ripartizione di risorse tra le diverse classi dimensionali delle imprese del Panel. Le Top dedicheranno più dell'80% al software e ai servizi IT, quota che decresce al diminuire delle dimensioni dell'impresa. Le piccole imprese rompono la simmetria, destinando la stessa quota delle medie, intorno al 70% degli investimenti, al software e servizi IT.

Infine, per chiudere questo primo set di domande, abbiamo chiesto al Panel di indicare, su una serie di formulazioni predeterminate, quali rappresentassero meglio l'attuale indirizzo aziendale. Le risposte potevano essere multiple. La Figura 10 illustra i risultati, riportando la percentuale di rispondenti che hanno indicato le diverse formulazioni per ciascuna classe dimensionale.

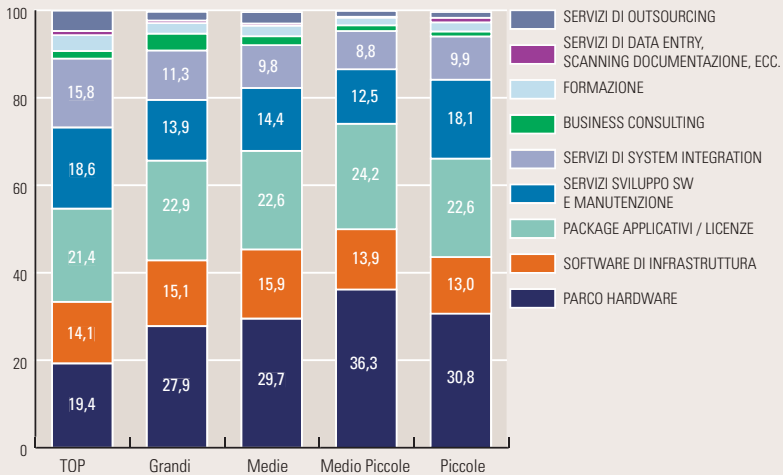
Le aree di ottimizzazione sono le più gettonate, con punte plebiscitarie per le applicazioni (cosa che si presta a più di uno spunto di ri-

FIGURA 9

### Ripartizione del budget IT previsto per classe dimensionale dell'impresa

%

D: Come prevede siano ripartiti in percentuale gli investimenti IT?



Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

flessione, in particolare sull'integrazione e sulla semplificazione), seguite dall'automazione dei processi, tematica molto sentita nelle Top e nelle Medio Piccole. La questione dell'IT Governance comincia a farsi spazio, anche se non ancora in modo rilevante, nell'agenda degli IT manager, mentre il rapporto con i fornitori appare estremamente solido per tutte le tipologie d'impresa — concetto che, come vedremo più avanti, sarà rafforzato anche da risposte specifiche del Panel. L'adozione di strategie di outsourcing raccoglie scarsi consensi, perché crediamo sia una scelta guardata con scetticismo (e qualche diffidenza) dagli IT manager.

### Intenzione e Priorità di Investimento

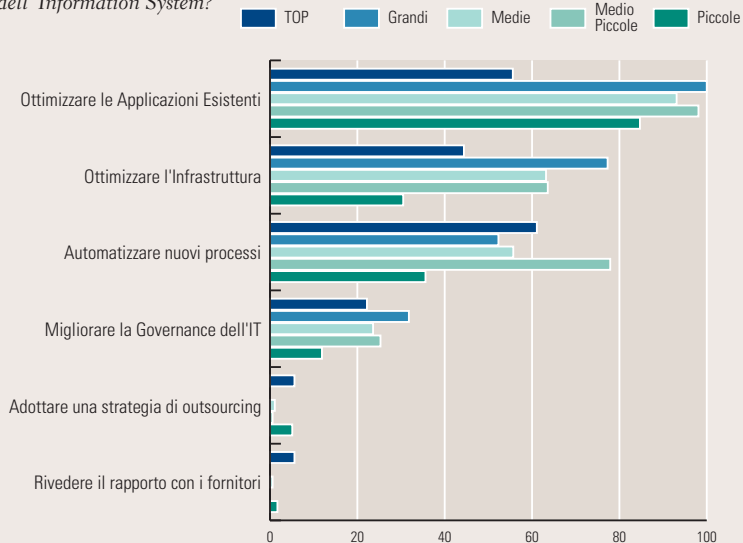
In merito alla destinazione dei budget, abbiamo chiesto agli IT manager del nostro Panel di fornirci informazioni di dettaglio sulle aree

FIGURA 10

### Indirizzi prevalenti delle imprese nella gestione delle risorse IT

% di rispondenti per classe dimensionale - Risposte multiple

D: *Quale di queste voci rappresenta meglio l'attuale linea di condotta dell'Information System?*



Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

IT dove, nei prossimi dodici mesi (ovvero per un periodo che riguarda tutto il 2007, nei termini di decisioni sui budget), sono previsti investimenti. Il questionario è stato strutturato su tre diverse tipologie di investimento: *Software Applicativo*, *Infrastruttura Tecnologica* e *Servizi*, ciascuno articolato su diverse aree. Per il Software Applicativo sono prese in esame 15 aree; per l'Infrastruttura Tecnologica 12 aree; per i Servizi 9 aree. Nella Tabella 4.1 (posta alla fine del capitolo), riportiamo una breve descrizione delle categorie utilizzate e delle relative abbreviazioni di cui faremo uso da qui in avanti.

La domanda che abbiamo rivolto agli IT manager è stata: *“Indichi quali sono le Priorità di Investimento della sua azienda nelle seguenti aree (si segnalava qui lo specifico item, Software Applicativo, Infra-*

struttura Tecnologica e Servizi, secondo le aree elencate) *nei prossimi 12 mesi. Se intendete investire (o fosse già previsto), ci indichi un valore di Priorità di Investimento in una scala da 1 a 5. Se non intendete investire in quell'area indichi "No Investimento"*.

La domanda implica quindi una prima scelta binaria (sì/no) che registra l'Intenzione di Investimento per ciascuna area. I risultati delle Intenzioni saranno rappresentati con un diagramma che fornisce una classifica delle percentuali di rispondenti che hanno indicato la singola area dichiarando l'intenzione di investire.

La Priorità di Investimento determina il peso relativo nel contesto del budget IT dell'area considerata. La scala 1-5 era così esemplificata ai rispondenti:

- 1 = Bassa priorità, 'nice to have';
- 2 = Bassa priorità, eventualmente da fare con extra-budget;
- 3 = Media importanza, a budget;
- 4 = Medio-alta importanza, sicuramente prioritario nel budget;
- 5 = Prioritario e con budget già approvato.

Incrociando il dato di Intenzione (percentuale di risposte affermative) con le Priorità di Investimento, ricaviamo una mappa che abbiamo definito *Matrice di Attrattività*. Sull'asse delle ascisse abbiamo proiettato le percentuali di rispondenti che hanno dichiarato l'intenzione di investire in una determinata area (*Intenzione di Investimento*), mentre sull'asse delle ordinate è rappresentato il valor medio ottenuto dalle dichiarazioni di priorità (*Priorità di Investimento*) per ciascuna categoria.

La suddivisione in quadranti delle matrici è ottenuta ricavando la media per ciascun asse, in modo da visualizzare immediatamente un posizionamento relativo delle singole aree. Le Matrici di Attrattività costituiscono un efficace strumento di interpretazione del *clima* della domanda verso le differenti aree tecnologiche.

Il quadrante in alto a destra (*Star*) è dove si posizionano le aree che riscuotono un largo interesse e un'alta priorità di investimento. La nostra interpretazione è che queste aree siano quelle con il più alto potenziale di vendita presso una tipologia trasversale di industry, di diverse dimensioni, specializzazioni e modelli di business. In generale sono

aree che hanno dimostrato un impatto a breve termine sul business corrente e generato il ROI (*Return on Investment*) atteso. All'interno dei processi di budgeting lo stanziamento per queste aree sarà approvato più agevolmente.

Le aree che si posizionano nel quadrante in alto a sinistra (*Niche*) non hanno un mercato disponibile ampio, ma un'alta priorità di budget. Tipicamente sono aree che interessano solo segmenti verticali di industry e più spesso di grandi dimensioni, hanno un tempo di recupero dell'investimento breve e un ROI credibile, sono aree cruciali per l'organizzazione.

Le aree che compaiono nel quadrante in basso a destra (*Hi Potential*) registrano un'alta Intenzione e bassa Priorità. Anche qui abbiamo aree che riscuotono interesse trasversale, ma che non impattano in modo decisivo sull'IT e sulle operazioni dell'organizzazione, o risentono di un ciclo di implementazione lungo e complesso, o introducono un processo di business ritenuto secondario, o che, infine, potrebbero incontrare resistenze interne rispetto all'adozione. Su queste aree si avranno in produzione un alto numero di trattative con tempi lunghi di decisione.

Il quadrante in basso a sinistra (*Enigma*) esprime bassa Intenzione e bassa Priorità. Le aree che ricadono in questo posizionamento sono generalmente nuove o poco note agli IT manager, oppure sono specifiche di mercati verticali o percepite come poco critiche ai fini del business. Per uscire dal quadrante e migrare verso posizioni più favorevoli, i fornitori delle aree tecnologiche o dei servizi qui posizionati devono estenderne la base potenziale di utenti e il valore d'uso (cercando di portare le soluzioni/servizi nel quadrante Hi Potential), o dimostrare il loro valore di business al mercato offrendo performance e benefici pari alle attese.

È da sottolineare il significato fondamentale delle medie complessive, rappresentate dalle linee che delimitano i quadranti. Nella ricerca di quest'anno, come vedremo, abbiamo valori medi delle Intenzioni molto elevati contro basse medie di Priorità. Dobbiamo leggere il dato come un evidente sintomo di ripresa degli investimenti in *early stage*,

di una fase, cioè, in cui le aziende dichiarano il loro interesse ed esplorano le opportunità offerte dall'IT (alta Intenzione di Investimento), dopo un periodo di rallentamento nel quale la tendenza è stata a conservare più che ad innovare. Lo scenario di ripresa in early stage è pienamente confermato dalla bassa Priorità media, che rivela una variabilità nella configurazione dei budget, piuttosto che nel dimensionamento, proprio in ragione di una fase di selezione delle tecnologie e dei servizi ancora in corso. Le dichiarazioni "prudenti" degli IT manager in questo senso sono una spia di budget formalizzati, ma non ancora "chiusi".

### Software Applicativo — Totale Panel

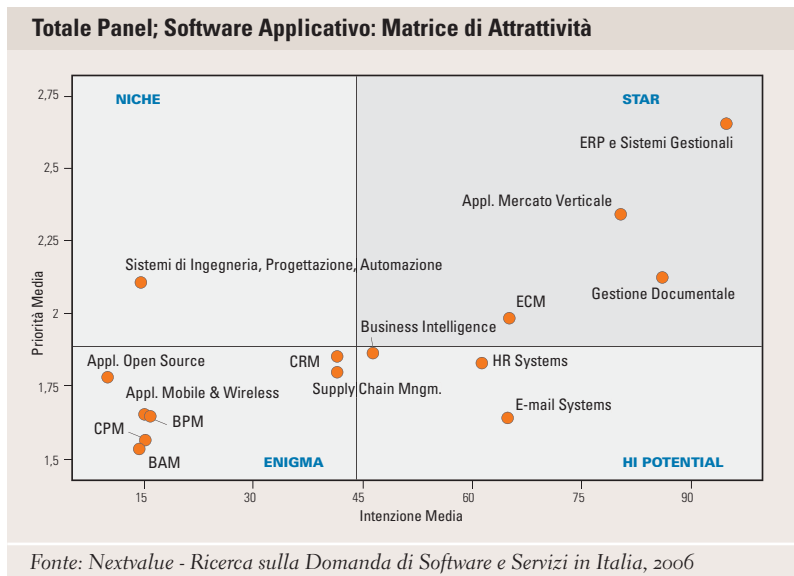
Prendiamo ora in esame la propensione all'investimento per i prossimi 12 mesi delle imprese del Panel sul Software Applicativo e le relative 15 aree.

Nelle prime posizioni del rank di Intenzioni di Investimento si collocano le categorie applicative elencate sotto; il numero riporta la percentuale di rispondenti che ha indicato l'intenzione.

Enterprise Resource Planning (ERP) e Sistemi Gestionali	94,7
Gestione Documentale	85,8
Applicazioni Mercato Verticale	80,1
Enterprise Content Management (ECM)	65,0
E-mail Systems	64,8
Human Resource Systems	61,3

Da questo primo dato possiamo rilevare la grandissima attenzione riservata dagli IT manager alla razionalizzazione dei processi interni e all'aggiornamento dei sistemi informativi (a conferma di quanto dichiarato sugli indirizzi strategici dell'IT, come riportato in Figura 10). Un atteggiamento razionale e pragmatico che evidenzia la necessità di procedere, nella stragrande maggioranza dei casi, ad una ristrutturazione dell'IT a partire dai sistemi operazionali, dai fondamentali dell'automazione, rivisti alla luce delle attuali piattaforme, evolute, integrate e dalle prestazioni eccellenti. Altro tema di rilievo è la Gestione Documentale, anch'esso trascinato dall'idea forte di benefici in

FIGURA 11



termini di ottimizzazione dei processi e conformità alle normative; mentre, in continuità con la tematica dell'informazione come asset dell'impresa, le soluzioni Enterprise Content Management (ECM) rappresentano la centralità della rete come sistema di interazione con l'ecosistema degli stakeholders dell'impresa.

Notevole, anche se in posizioni di rincalzo, il grado di intenzione espresso per Business Intelligence (BI), Customer Relationship Management (CRM) e Supply Chain Management (SCM). Tiepida la propensione verso le tecnologie di più recente ingresso sul mercato, che avevamo preventivamente catalogato come “*emergenti*”:

- :: Corporate Performance Management (CPM);
- :: Business Process Management (BPM);
- :: Business Activity Monitoring (BAM);
- :: Applicazioni Mobile & Wireless;
- :: Software Applicativo Open Source.

La straordinaria convergenza dei risultati a tutti i livelli di segmentazione del Panel, segnala una circostanza fondamentale. Abbiamo

l'evidenza di un *cambiamento culturale* delle imprese, nella fattispecie delle PMI, che hanno accolto l'istanza dell'ICT come motore dello sviluppo e della competitività. Questo fenomeno non si traduce automaticamente in un rilancio degli investimenti ICT sufficiente a stimolare la crescita, — come abbiamo visto la dimensione dei budget è ancora limitata — ma sposta l'attenzione verso altre variabili influenti. Ad esempio il ricorso a fonti di finanziamento dei progetti ICT esterne ai mezzi propri dell'impresa è ancora molto limitato, anche se alcuni istituti di credito hanno reso disponibili prodotti specifici; un comportamento spiegabile solo con la scarsa informazione sulle iniziative di finanziamento e le conseguenti oggettive difficoltà di accesso, unite ad un'eccessiva complessità delle procedure. Le imprese hanno tutta la volontà di innovare, ma il contesto ambientale e quello dell'offerta deve incoraggiare questo cambiamento con misure concrete.

Per una corretta interpretazione della Matrice di Attrattività valgono le considerazioni generali svolte sopra.

Considerando la totalità del Panel spicca una media di Priorità relativamente bassa (1,9) contro una media di Intenzione elevata (44%). L'ERP ha un posizionamento che innalza le soglie relative dei quadranti. A cavallo dei quadranti, in posizioni intermedie, CRM, SCM e BI, lasciano intravedere sviluppi futuri. Forte e diffusa la propensione per le Applicazioni verticali.

## **Software Applicativo – Risultati per Classe Dimensionale**

### **Software Applicativo – Imprese Top**

Nel segmento Top le variazioni sono significative, ma non dissonanti rispetto agli esiti osservati sul Panel totale. Le medie di Intenzione (48,5%) e Priorità (2,7) si alzano evidenziando minori incertezze nelle decisioni. Il quadrante “Star” della Matrice di Attrattività vede l'ingresso di CRM e BI, denotando quale sia il mercato target attualmente più naturale per queste soluzioni; restano tra le “Star” anche ERP, Gestione Documentale e ECM. SCM migra verso “Hi Potential”, guadagnando

FIGURA 12

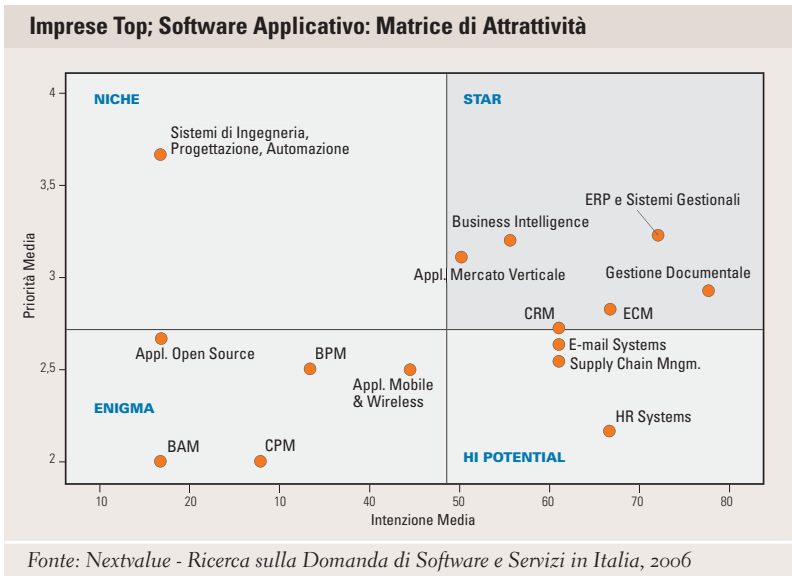
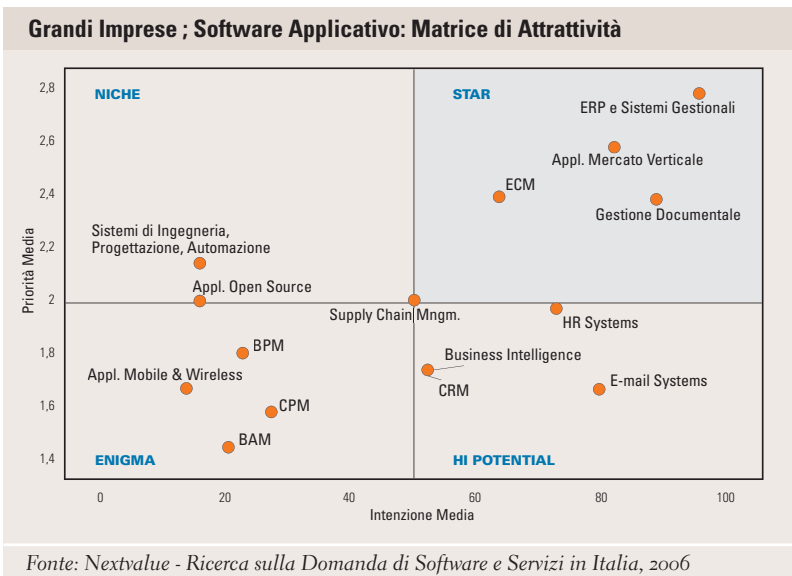


FIGURA 13



maggior attenzione nei budget delle Top. I Sistemi di Ingegneria si collocano in una nicchia dove il budget allocato è sicuro, in quanto soluzioni per il core business delle imprese che esprimono una intenzione d'acquisto.

### **Software Applicativo – Grandi Imprese**

ERP di nuovo primo nelle Intenzioni di Investimento. Medie di Intenzione (50,2%) e Priorità (2) sempre più alte. Notevoli le posizioni di ECM, Gestione Documentale e Applicazioni verticali, sempre tra le “Star”.

### **Software Applicativo – Medie Imprese**

ERP star assoluta. Media di Intenzione (47,3%) alta e Priorità (1,8) leggermente inferiore alla media.

### **Software Applicativo – Imprese Medio Piccole**

Nel segmento Medio Piccole la situazione si fa più netta e alcuni quadranti quasi scompaiono. Le medie di Intenzione (41%) e di Priorità (1,7) si abbassano. Degno di nota, le posizioni del quadrante “Star” non cambiano rispetto alle imprese di dimensioni maggiori.

### **Software Applicativo – Piccole Imprese**

Variano i risultati, ma l'ERP resta nei budget. Scendono le medie di Intenzione (39,3%) e sale la Priorità media (2). Nel quadrante “Star”, accanto a ERP, restano solo le Applicazioni verticali. Il Documentale conserva un buon potenziale, mentre CRM e ECM entrano in “Niche”. Il CRM in particolare gode di una priorità elevata rispetto alle medie del Panel.

### **Infrastruttura Tecnologica – Totale Panel**

L'infrastruttura tecnologica è una tematica che occupa un posto centrale nel portafoglio dei progetti ICT. L'orientamento generale del nostro Panel denota un'attenta sensibilità all'argomento, come è confermato dalle alte medie di Intenzione (52%) e di Priorità (2,1),

FIGURA 14

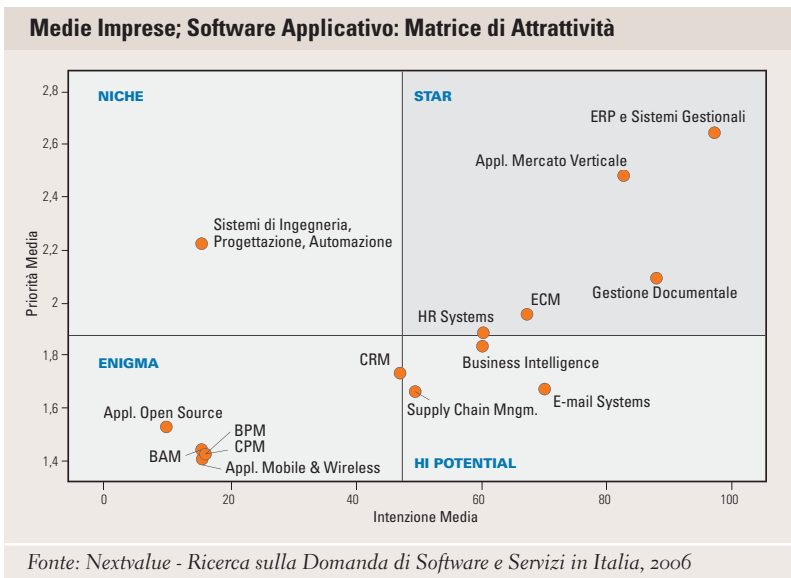


FIGURA 15

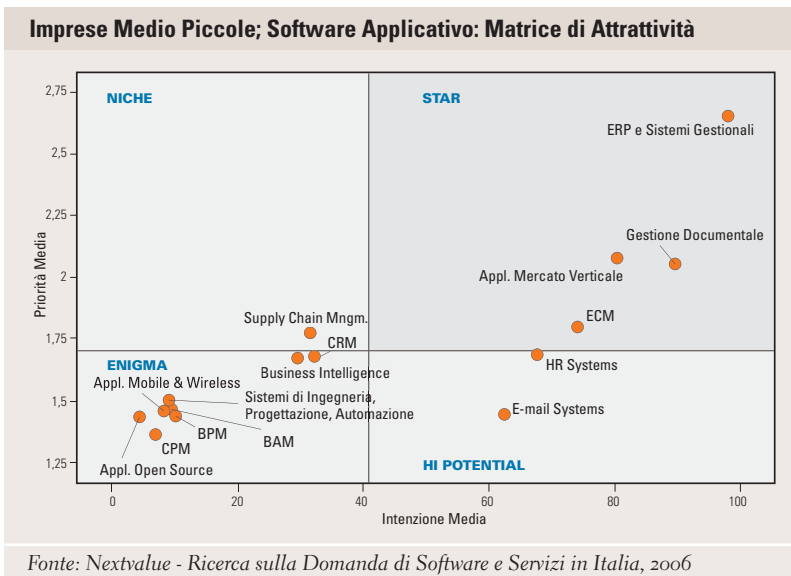
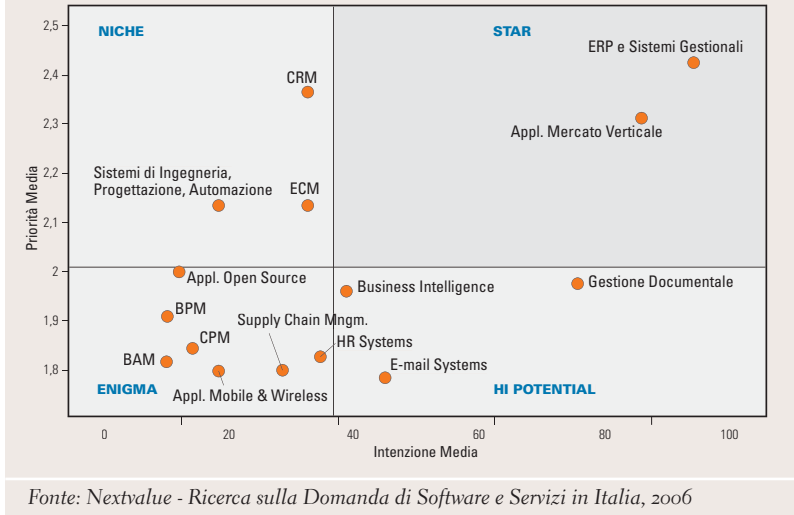


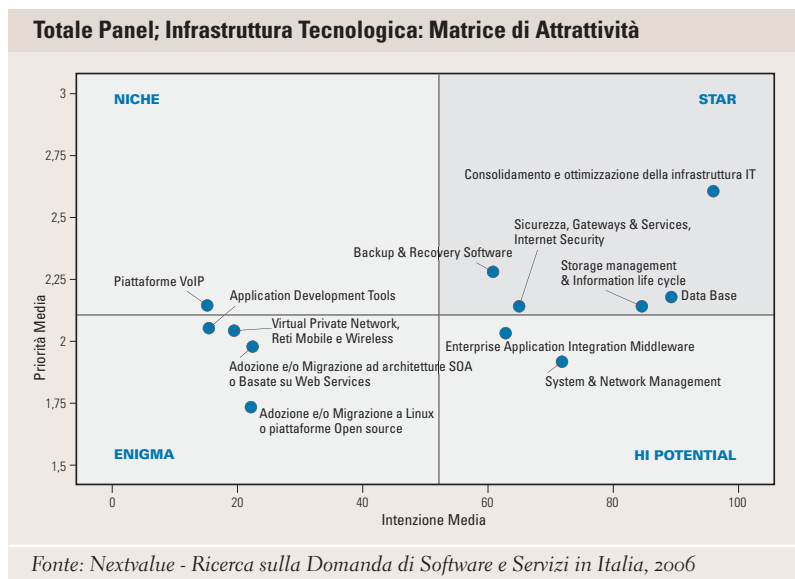
FIGURA 16

**Piccole Imprese; Software Applicativo: Matrice di Attrattività**

medie che rivelano una propensione più alta rispetto al Software Applicativo. La razionalizzazione delle infrastrutture (e le conseguenti economie di scala realizzabili) sono l'obiettivo attuale delle imprese, ma sembra all'orizzonte il prossimo gradino evolutivo, che conduce alla virtualizzazione e all'automazione basata su policy dell'infrastruttura, quella Real Time Infrastructure che aggiungerà duttilità e valore alle operazioni di business. Aspettando il futuro, osserviamo nel presente una grande attenzione degli IT manager al miglioramento delle prestazioni e alla gestione razionale degli asset tecnologici. Naturalmente anche in chiave sicurezza, un'area critica che non ha perso il dovuto appeal. Ma il fenomeno che vogliamo sottolineare è la straordinaria adesione a questa issue delle imprese di ogni tipo, che indirizzano risorse e impegno in questa direzione.

I risultati della nostra ricerca non lasciano spazio a dubbi. Su 12 aree tecnologiche proposte, se si escludono le "emergenti" (nell'accezione di tecnologie poco diffuse) e i Tool di sviluppo, abbiamo una media di

FIGURA 17



Intenzioni di Investimento rilevate sul Panel totale del 75%. Questo il rank delle prime posizioni:

Consolidamento e ottimizzazione della infrastruttura IT	95,8
Data Base	89,2
Storage management & Information life cycle	84,5
System & Network Management	71,7
Sicurezza, Gateways & Services, Internet Security	64,8
Enterprise Application Integration Middleware	62,8
Backup & Recovery Software	60,6

Nel quadrante “Star” della Matrice di Attrattività si posizionano Consolidamento, Storage, Data Base, Backup e Sicurezza. Interessante la posizione del middleware di integrazione delle applicazioni, nel quadrante “Hi Potential” con System & Network Management. Il VoIP è mappato su “Niche” con una prevalenza di indicazioni rilevate soprat-

tutto nelle imprese Top. Le altre aree coincidono con la classificazione di “emergenti” che avevamo disposto prima dell’esecuzione della ricerca, segnatamente:

- :: Adozione e/o Migrazione a Linux o piattaforme Opensource;
- :: Adozione e/o Migrazione ad architetture SOA o Basate su Web Services;
- :: Virtual Private Network, Reti Mobile e Wireless;
- :: Piattaforme VOIP .

La natura stessa delle soluzioni infrastrutturali le rende cross-industry, meno sensibili, rispetto alle applicazioni, a variazioni considerevoli di segmenti di mercato target. Di conseguenza gli scostamenti del dato, tra le classi e i settori considerati, saranno più deboli, anche se con qualche eccezione. Come per le applicazioni, dobbiamo rilevare anche qui una grande uniformità nelle indicazioni del Panel verso le tecnologie più mature, segno di estrema attenzione agli sviluppi tecnologici e ricettività verso i messaggi dell’industria ICT.

La nostra interpretazione complessiva del dato sulle Infrastrutture Tecnologiche è che gli investimenti indirizzati su queste aree siano tuttora una quota cospicua dei budget IT e che siano destinati con un alto grado di certezza. In altri termini, nel prossimo periodo sia le applicazioni sia le infrastrutture godranno di seria considerazione nella spesa delle imprese, ma le infrastrutture avranno una certa precedenza. Aggiungiamo che le finalità tipiche degli investimenti infrastrutturali, di aumento di efficienza dei sistemi informativi, protezione degli asset e riduzione dei costi, incontrano sicuramente un grande favore nell’attuale congiuntura economica.

## **Infrastruttura Tecnologica – Risultati per Classe Dimensionale**

### **Infrastruttura Tecnologica – Imprese Top**

Opensource ancora fuori dalle priorità delle Top. Ricordiamo che il nostro Panel non comprende la Pubblica Amministrazione Centrale. Il VoIP, caso unico, entra nelle “Star”, denotando quale sia ad oggi il suo reale mercato.

FIGURA 18

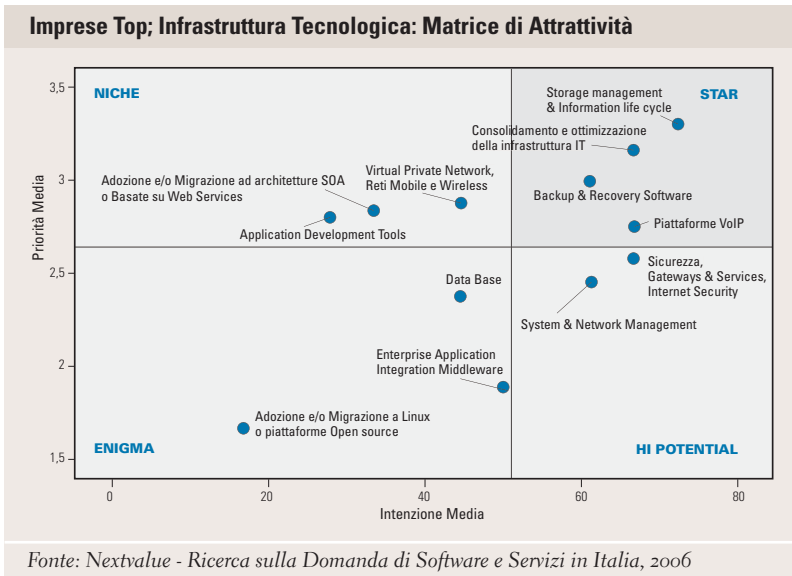


FIGURA 19

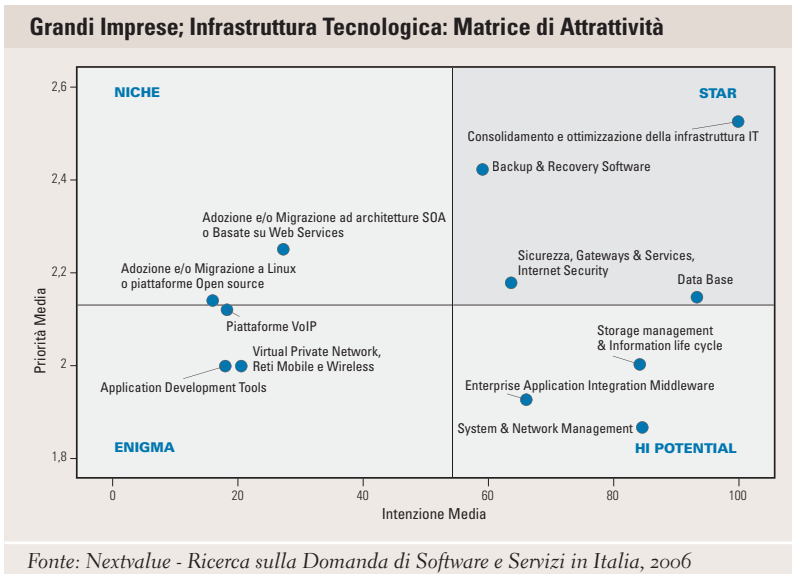


FIGURA 2 0

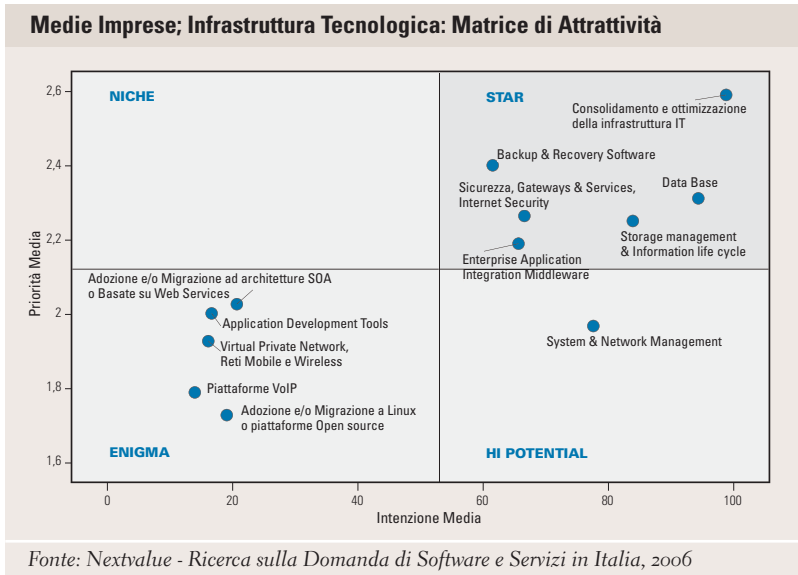


FIGURA 2 1

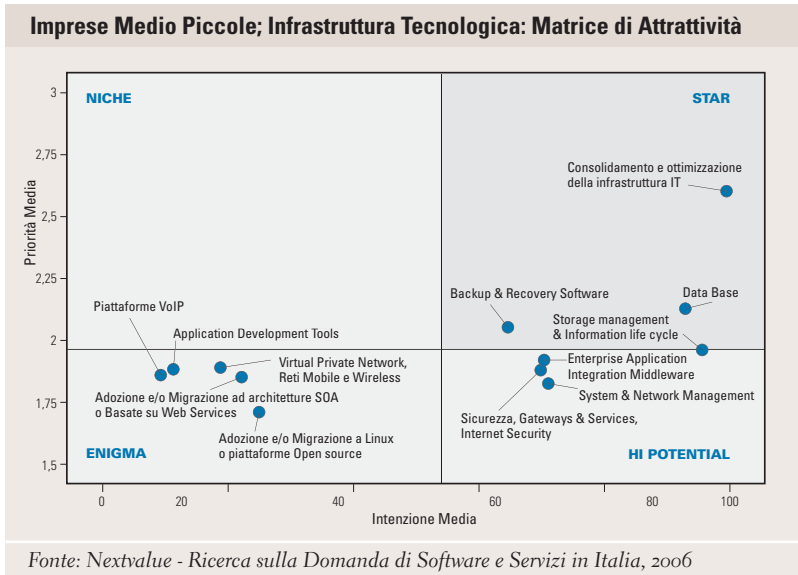
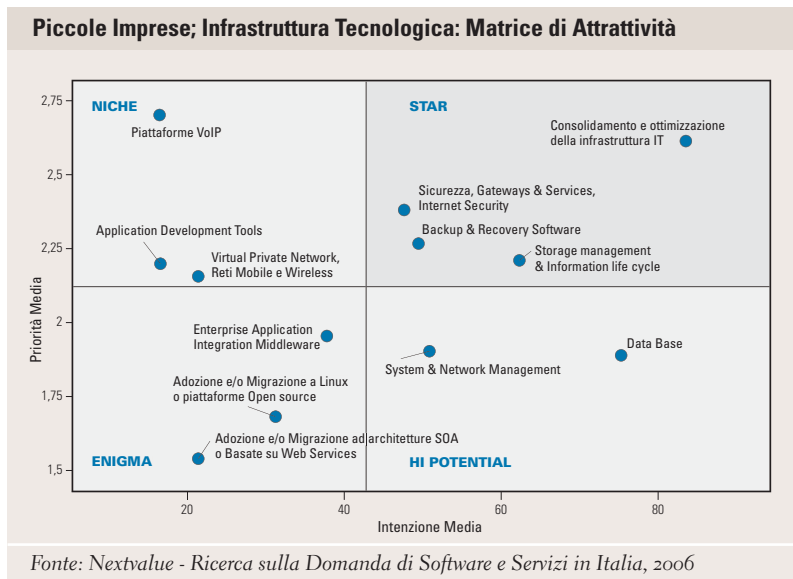


FIGURA 22



### Infrastruttura Tecnologica – Grandi Imprese

SOA e Opensource traslano nel quadrante “Niche” con VoIP sul confine. Soluzioni di Consolidamento a budget certo. Grande rilevanza assegnata al tema della Sicurezza.

### Infrastruttura Tecnologica – Medie Imprese

Scompaiono le nicchie per le Medie Imprese. Budget focalizzati su soluzioni conosciute che non implicano eccessivi cambiamenti.

### Infrastruttura Tecnologica – Imprese Medio Piccole

Risultati simili alle medie, con qualche incertezza in più sulle priorità di budget.

### Infrastruttura Tecnologica – Piccole Imprese

Le Piccole Imprese mostrano una Intenzione media inferiore alle altre classi, ma con budget orientati sulle stesse soluzioni tecnologiche. Si conferma il dato di una propensione complessiva all’investimento sulle infrastrutture più elevata rispetto al Software Applicativo.

## Servizi – Totale Panel

Negli ultimi anni i Servizi sono stati la componente dei budget IT che ha più sofferto di tagli. Il mercato italiano dei Servizi IT nel 2006 presenta una variazione del -8,9% rispetto al 2001, anche se, con un sano recupero (+0,6%) sull'anno precedente, si prospetta un'inversione di tendenza. Il futuro dei Servizi si snoda attraverso due direttrici principali: una strada di alta qualità delle competenze distintive, connotata da requisiti di tipo consulenziale, ed una più commodity caratterizzata dal sourcing esterno e da SLA flessibili. A tracciare questo percorso è la stessa evoluzione delle tecnologie e delle architetture di business; l'intuizione conseguente è che la componente Servizi sia destinata ad avere un peso specifico crescente. Questa direzione strategica è stata recepita da alcuni grandi Operatori globali che hanno modificato il loro business model conformandolo alla nuova vision.

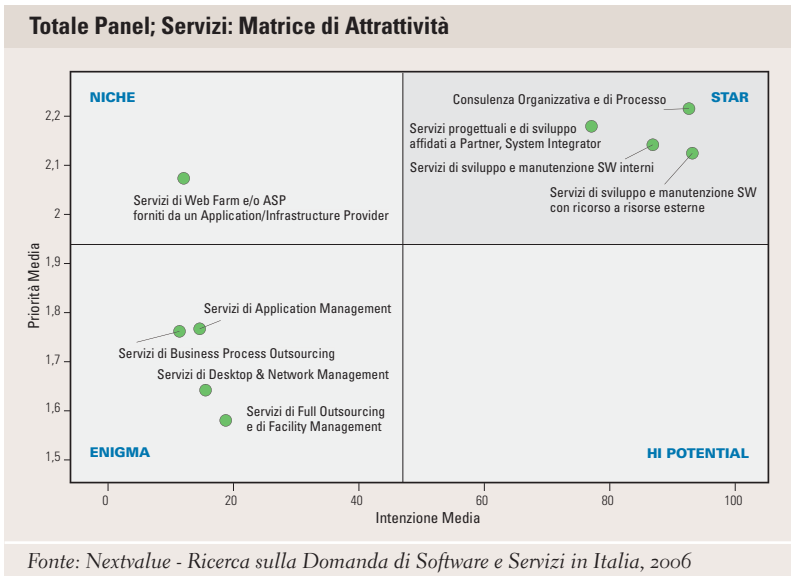
Osservando l'attuale orientamento delle imprese verso gli investimenti sui Servizi IT, dedotto dalle indicazioni del Panel oggetto del nostro studio, si evidenzia una macroscopica scissione tra un primo gruppo di servizi verso i quali è manifestata un'Intenzione di Investimento altissima, segnatamente:

Servizi di sviluppo e manutenzione SW con ricorso a risorse esterne	93,1
Consulenza Organizzativa e di Processo	92,7
Servizi di sviluppo e manutenzione SW con risorse interne	86,9
Servizi progettuali e di sviluppo affidati a Partner, System Integrator	77,0

ed un secondo gruppo con valori decisamente più bassi:

Servizi di Full Outsourcing e di Facility Management	18,6
Servizi di Desktop & Network Management	15,5
Servizi di Application Management	14,4
Servizi di Web Farm e/o ASP forniti da un Application/Infrastructure Provider	11,9
Servizi di Business Process Outsourcing	11,3

FIGURA 23



Questo dato si conferma sostanzialmente anche analizzando i risultati per classe dimensionale, rivelando una decisa ed esclusiva propensione verso una distinta gamma di Servizi IT.

La Matrice di Attrattività ricalca queste evidenze, vedendo nel quadrante “Star” il gruppo dei primi quattro Servizi elencati sopra. Solo i servizi di Web Farm/ASP stanno in “Niche”, gli altri si dispongono tutti sul quadrante “Enigma”, anche per le caratteristiche del nostro Panel.

Il gruppo di Servizi “Star” ha un mercato disponibile di grande estensione e cross-industry; inoltre beneficia di sicure prospettive di allocazione di budget presso gli end-user. Pertanto i prossimi dodici mesi saranno favorevoli per le imprese che erogano Servizi IT in queste aree.

Vogliamo sottolineare come i servizi avanzati di Data Center e Web Farm rappresentino il vero breakthrough in prospettiva, sebbene siano qui posizionati diversamente: l’offerta di infrastrutture gestite, sicure e affidabili anche sotto il profilo della recovery, è destinata a crescere ed è una soluzione di efficienza per le aziende più avanzate.

## **Servizi – Risultati per Classe Dimensionale**

### **Servizi – Imprese Top**

Nelle Imprese Top l'Intenzione è più bassa della media, ma con alta Priorità destinata alle aree selezionate. Servizi di Sviluppo e Consulenza nelle posizioni più attrattive. Nel prossimo anno i budget delle Top daranno maggiore rilievo all'Infrastruttura e alle Applicazioni.

I Servizi di Web Farm in “Niche”, con la priorità più alta registrata, si segnalano come i prossimi possibili protagonisti.

### **Servizi – Grandi Imprese**

Nel segmento Grandi Imprese gli investimenti sono mirati e ben definiti. Chiarissime le indicazioni sulle aree. Anche qui conferma di nicchia per i Servizi di Web Farm.

### **Servizi – Medie Imprese**

Intenzioni di Investimento molto elevate per le Medie Imprese verso le aree indicate da tutto il Panel come primarie. Nessuno scostamento rilevante rispetto agli altri segmenti.

### **Servizi – Imprese Medio Piccole**

Anche in questo segmento si conferma il fenomeno osservato sull'intero Panel, senza variazioni. È da sottolineare come al decrescere delle dimensioni delle imprese non diminuisca l'indicazione di Intenzione di Investimento sui Servizi IT selezionati.

### **Servizi – Piccole Imprese**

Anche per le Piccole Imprese le evidenze si conformano alla media del Panel. Non ne siamo eccessivamente sorpresi; anche le aziende di dimensioni inferiori sono esposte alla competizione, e hanno le stesse esigenze di sviluppo.

FIGURA 2 4

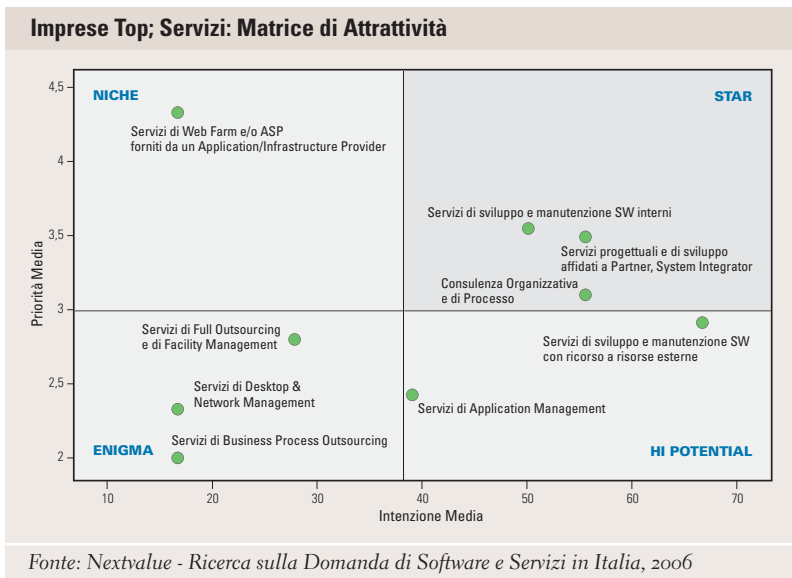


FIGURA 2 5

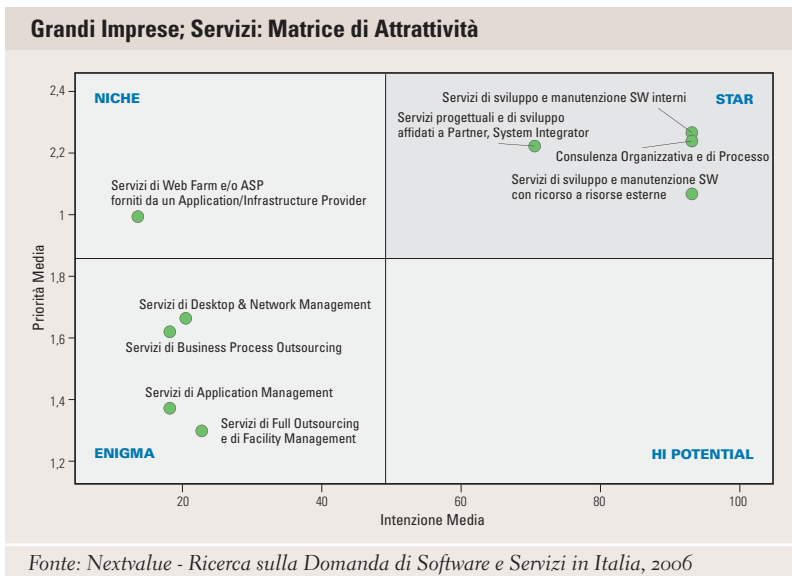


FIGURA 2 6

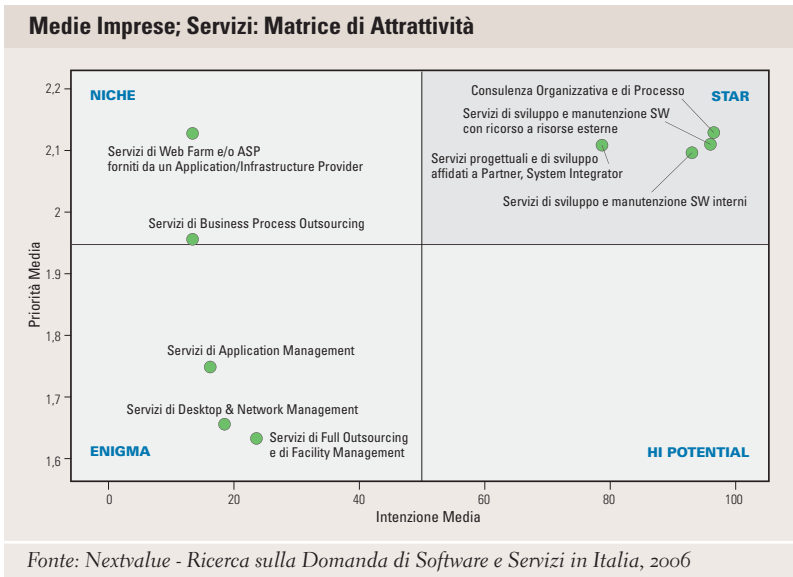


FIGURA 2 7

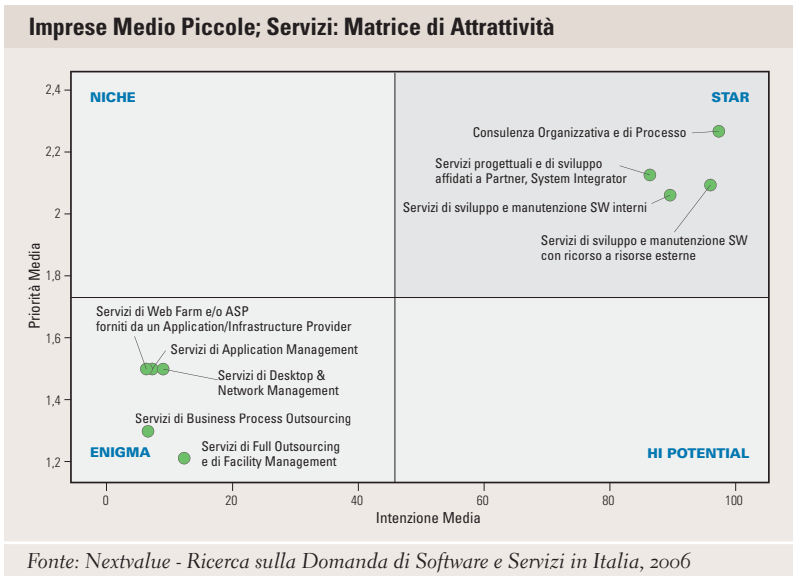
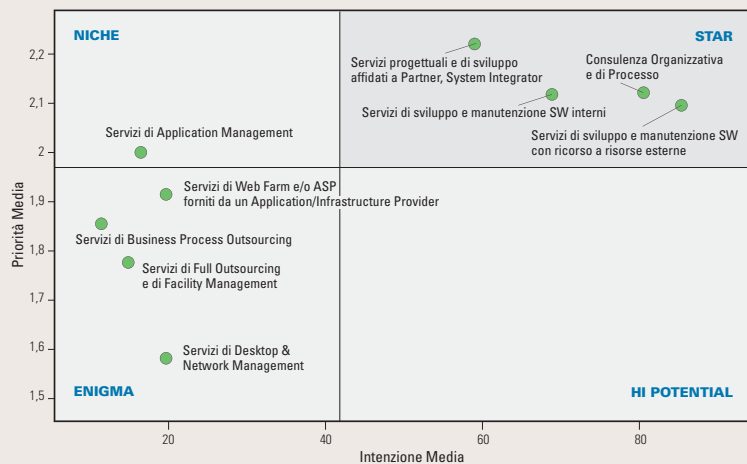


FIGURA 28

**Piccole Imprese; Servizi: Matrice di Attrattività**

Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

## Grado di Customer Satisfaction

L'ultimo set di domande che abbiamo posto ai 500 Responsabili IT del Panel era rivolto a misurarne il grado di soddisfazione procurato dall'attuale fornitore. Il risultato è inequivocabile e disegna un panorama sul quale è utile riflettere.

Una prima considerazione riguarda il giudizio estremamente lusinghiero espresso dai Responsabili IT intervistati nei confronti dei loro fornitori. La media del livello di soddisfazione rilevata sul totale del Panel è un clamoroso 8, su una scala da 1 a 10; ed è degno di nota che non ci siano scostamenti di rilievo tra le classi dimensionali o le tipologie di industry. È doveroso complimentarsi con tutti gli Operatori, promossi a pieni voti, per il loro eccellente lavoro, eseguito, evidentemente, con grande impegno e competenza. Ma questo indizio rivela altresì una realtà di scenario che vede un efficace presidio del mercato messo in atto dagli attuali player, una barriera a maglie strettissime dove un potenziale nuovo entrante troverebbe difficoltà a penetrare. Il mer-

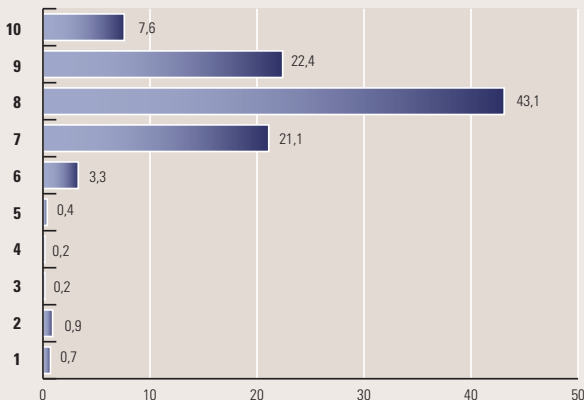
FIGURA 29

**Grado di Customer Satisfaction**

% di Rispondenti sul grado da 1 a 10

*D: Qual è il grado di soddisfazione rispetto al vostro principale Fornitore attuale di Software e Servizi?*

*(Indicare con una valutazione da 1 a 10 il grado di soddisfazione – 1 bassa, 10 ottima)*



Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

cato ICT ha una morfologia che vede posizionati sul territorio dei veri e propri “gatekeeper”, che condizionano l’accesso all’end-user. Questo sposta sulla strategia di Canale un peso specifico enorme, assegnandole il ruolo di leva critica nel mix dei fattori che influenzano il successo nell’industria ICT. Allo stato attuale è certamente così; e se osserviamo i big player, e l’impegno profuso sui programmi per i partner, ne troviamo conferma.

Passando ad analizzare i motivi su cui si fonda la scelta del fornitore, troviamo un’altra piccola sorpresa. Come evidenziato nella Figura 4.91, abbiamo due aggregati che emergono dalle risposte, ordinate per livello d’importanza: un primo grappolo che per fattore comune pone una precisa richiesta nei confronti del fornitore, mentre la seconda serie riguarda più le caratteristiche intrinseche del fornitore, la sua “immagine”. Ebbene, senza esitazioni il Panel indica, anche qui unanimemente, gli attributi di qualità del servizio e il grado di competenza come

FIGURA 30

**Criteria per la Scelta del Fornitore di ICT**

Valutazione media sui Criteri; rank 1-10; Risposte multiple

*D: Quali sono i criteri che utilizzate per la scelta del Fornitore? Indicare con una valutazione da 1 a 10 l'importanza del criterio: 1 poco rilevante, 10 massima*

Fonte: Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2006

rilevanti ai fini della scelta del partner tecnologico, a scapito di caratteri endogeni al fornitore stesso (e, se vogliamo, di natura narcisistica) come la “solidità” e le “certificazioni”. È questa una caratteristica dei mercati evoluti e maturi, dove i comportamenti sono sempre più guidati da logiche di razionalità e sempre meno da scelte “emotive”. Tanto più in un mercato business con prodotti di elevata complessità. La nostra tesi è che le strategie di interazione (di comunicazione, di relazione, di organizzazione e di esecuzione) con l’ecosistema degli stakeholders devono privilegiare la produzione e lo scambio di cultura specialistica sulle tecnologie e aprire l’orizzonte alla cultura d’impresa, finanziaria e d’ingegneria organizzativa, per essere efficaci e contribuire a costruire relazioni solide fondate sulla creazione di valore.



**assintel**

Associazione Nazionale delle Imprese ICT

Assintel è l'Associazione Nazionale di riferimento del settore ICT per le aziende di Commercio e aderisce all'Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano.

Scopo di Assintel è rappresentare le imprese associate presso autorità, enti e istituzioni nazionali e internazionali, tutelarne gli interessi e farsi portavoce delle esigenze delle diverse tipologie di aziende che operano nel mercato ICT.

Assintel rappresenta infatti il luogo di incontro tra le piccole, le medie e le grandi aziende ICT, interpretando le esigenze dell'intera filiera di partnership, dagli operatori globali a quelli locali.

© 2007 Nextvalue e Assintel

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta senza l'autorizzazione scritta di Nextvalue e di Assintel.

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

**PUBBLICAZIONE ALLEGATA ALLA RIVISTA COMPUTER BUSINESS REVIEW**