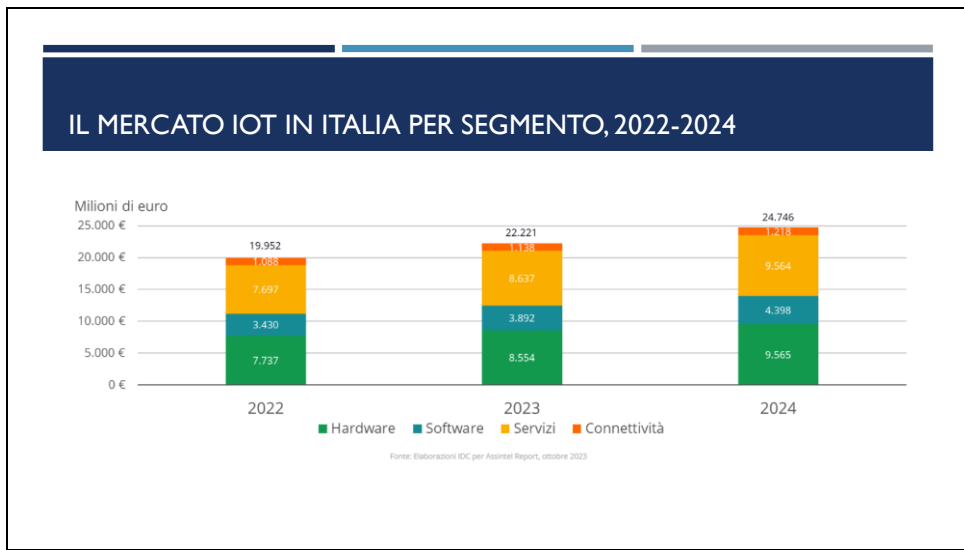




SCENARI DI INNOVAZIONE E TECNOLOGIE EMERGENTI

- Sempre più di aziende adottano strategie e tecnologie digitali, dando priorità agli investimenti tecnologici che promuovono l'innovazione o consentono di differenziarsi dalla concorrenza.
- Negli ultimi anni le aziende si sono evolute verso la quarta rivoluzione industriale (Industria 4.0) attraverso l'uso dell'automazione industriale e della digitalizzazione. La pandemia ha accelerato gli investimenti in tecnologia, mostrando quanto la digitalizzazione sia un asset strategico per affrontare le situazioni di mercato più complesse.
- L'intelligenza artificiale, le applicazioni accessibili ovunque, dispositivi, robot, droni e processori hanno reso possibili nuove interazioni tra uomo, computer e ambiente e spingeranno le aziende italiane a investire di più in un insieme diversificato di tecnologie emergenti.
- Le tecnologie emergenti aiutano le imprese a raccogliere, analizzare e utilizzare i dati con l'obiettivo di ottimizzare i processi, migliorare i prodotti e servizi o crearne di nuovi e potenziare la relazione con i clienti. Le imprese stanno adattando sempre di più modelli di business data-driven avvalendosi di nuove opportunità offerte da tecnologie emergenti ed acceleratori digitali.

Diapositiva 3

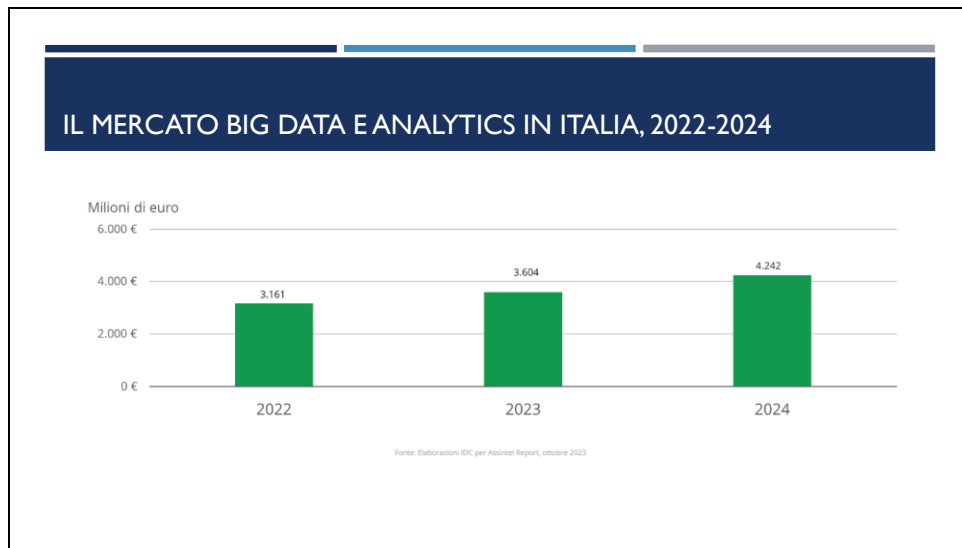


IL MERCATO IOT IN ITALIA PER SEGMENTO, 2022-2024 - EVIDENZE

- La spesa complessiva per l'Internet of Things (IoT) in Italia dovrebbe raggiungere 2,2 miliardi di euro nel 2023, con un aumento dell'11,4% rispetto al 2022. Gli investimenti nell'IoT hanno continuato a crescere nonostante il rallentamento dell'economia. L'IoT supporta molte tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale, l'edge computing o la realtà aumentata e virtuale, dunque è una parte fondamentale delle strategie di digitalizzazione delle aziende.
- Nel 2023, la maggior parte della spesa rimarrà concentrata nella categoria dei Servizi, rappresentando circa il 40% della spesa complessiva per l'IoT in Italia. Ciò è dovuto alla complessità delle tecnologie IoT e alle esigenze di implementazione che in molti casi comportano un'ampia personalizzazione e integrazione. Il mercato dell'Hardware per l'IoT sarà il secondo gruppo tecnologico per importanza nel 2023, rappresentando anch'esso circa il 40%, guidato principalmente dall'acquisto di moduli e sensori.

IL MERCATO CLOUD IN ITALIA PER SEGMENTO, 2022-2024 EVIDENZE

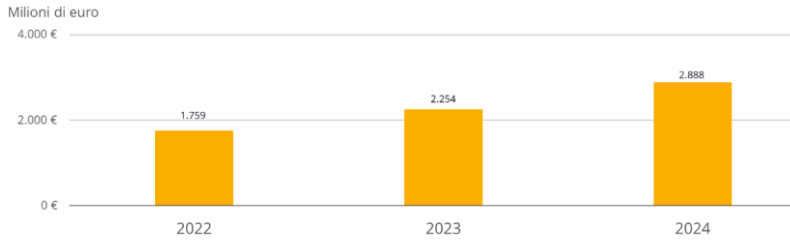
- La spesa per i servizi Public Cloud in Italia ammonta a oltre 6,9 miliardi di euro nel 2023 e raggiungerà i 8,5 miliardi di euro nel 2024, registrando una crescita annua del 22,2%. Le aziende italiane adottano sempre più spesso soluzioni cloud per migliorare la capacità dell'IT di supportare modelli di business moderni, rafforzare la sicurezza dei dati e promuovere l'automazione basata sull'intelligenza artificiale, che sta accelerando grazie anche al fenomeno dell'intelligenza artificiale generativa (GenAI).
- Il software-as-a-service (SaaS) continuerà a guidare la maggior parte della spesa. La componente SaaS - Applicazioni sarà la categoria più grande in termini di spesa per il cloud computing, con circa il 48% della spesa complessiva. Il platform-as-a-service (PaaS) rimarrà la tecnologia in più rapida crescita, registrando una crescita del 35% nel 2023.



IL MERCATO BIG DATA E ANALYTICS IN ITALIA, 2022-2024 - EVIDENZE

- La spesa per le soluzioni Big Data and Analytics (BdA) in Italia raggiungerà i 3,6 miliardi di euro nel 2023, con una crescita del 14,0% rispetto al 2022. Gli investimenti in soluzioni di data intelligence stanno registrato una crescita significativa. Nel 2024, la spesa crescerà ulteriormente del 17,7% attestandosi a 4,2 miliardi di euro.
- Gli investimenti in BdA continuano a crescere grazie alla crescente domanda delle aziende di strutturare processi decisionali basati sui dati, migliorare l'esperienza dei clienti e accelerare i processi di innovazione aziendale. La sovranità dei dati sta emergendo come uno dei fattori essenziali che contribuiscono alla crescita degli investimenti legati alla BdA. Ciò può essere attribuito alla crescente necessità delle organizzazioni di migliorare le misure di privacy e di potenziare il processo di gestione del rischio. Le interruzioni della catena di approvvigionamento causate da conflitti geopolitici hanno ulteriormente aumentato la necessità di adottare pratiche di sovranità dei dati per garantire la resilienza operativa e aziendale.

IL MERCATO ARTIFICIAL INTELLIGENCE SYSTEMS IN ITALIA, 2022-2024



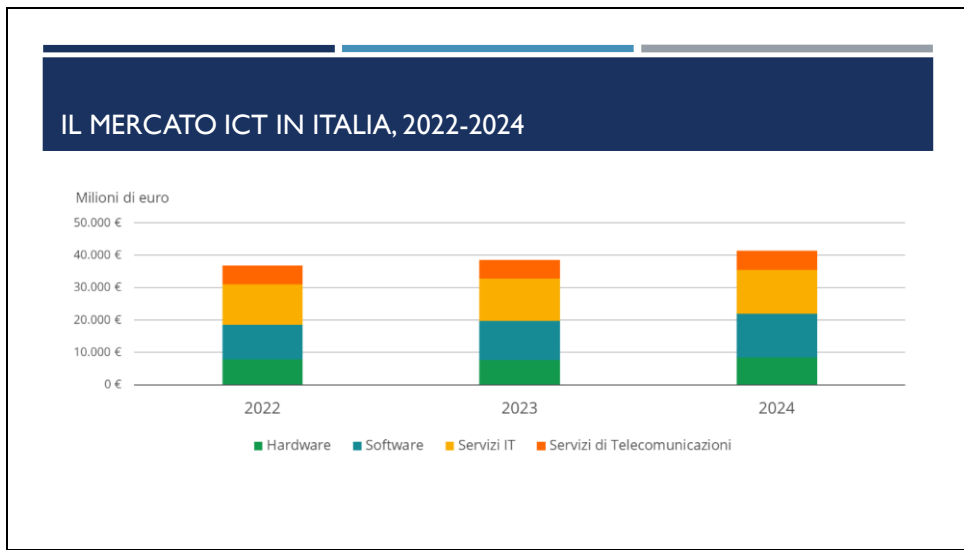
Fonte: Elaborazioni IDC per Assintel Report, ottobre 2023

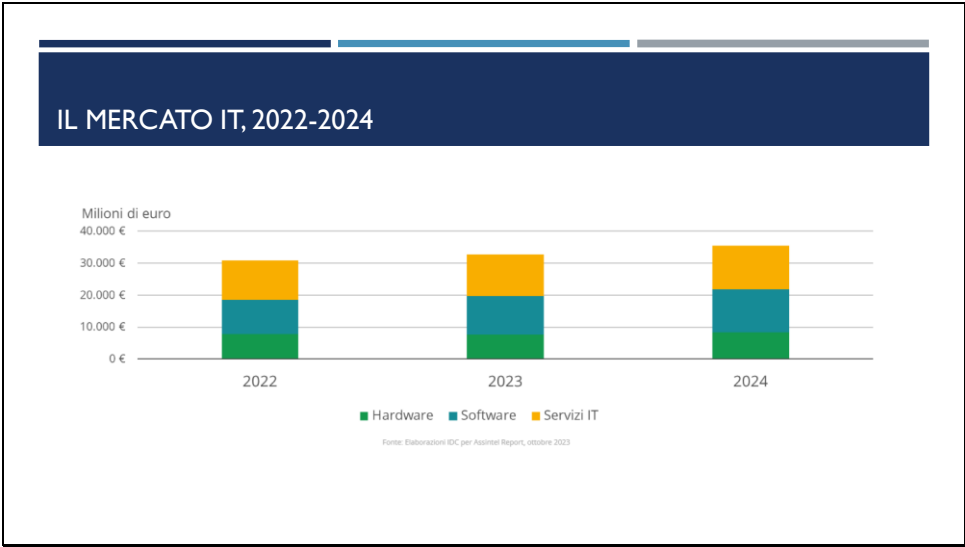
IL MERCATO ARTIFICIAL INTELLIGENCE SYSTEMS IN ITALIA, 2022-2024 - EVIDENZE

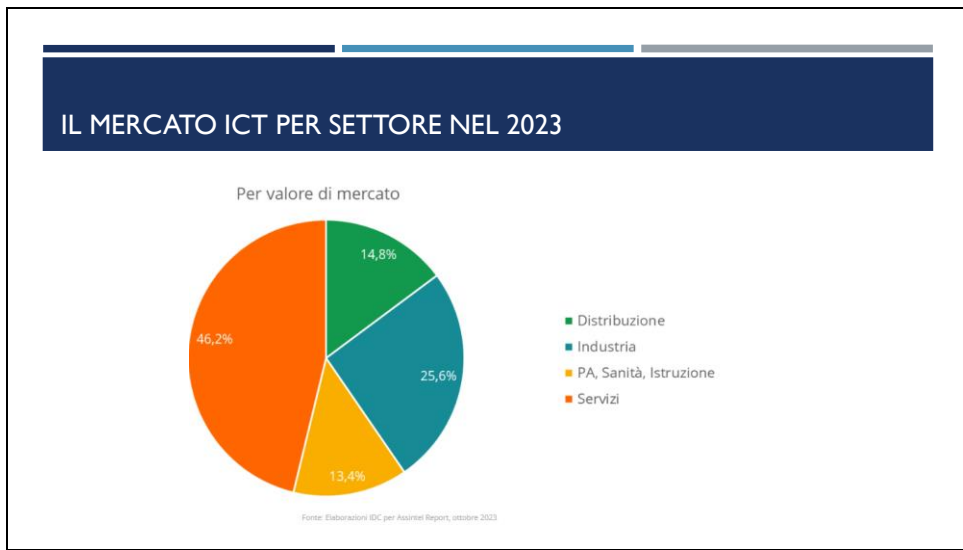
- La spesa in Italia per soluzioni e sistemi di Intelligenza Artificiale (AI) raggiungerà quasi 2,3 miliardi di euro nel 2023, con un tasso di crescita del 28,1% rispetto al 2022. Nel 2024, la spesa per gli investimenti AI aumenterà ulteriormente del 28,1% attestandosi a 2,9 miliardi di euro.
- In un contesto economico incerto, la domanda delle aziende italiane per le soluzioni AI continua a crescere velocemente, sostenuta anche dalla domanda di tecnologie di AI generativa (GenAI). L'intelligenza artificiale migliora in modo significativo l'esperienza dei clienti e dei dipendenti e aiuta a mitigare la carenza di talenti e il gap di competenze; ciò spingerà ulteriormente gli investimenti legati all'intelligenza artificiale, che saranno una delle aree di investimento tecnologico a più rapida crescita.

L'EVOLUZIONE DEL MERCATO ICT IN ITALIA

- La pandemia ha accelerato la trasformazione digitale e gli investimenti in ICT continuano a crescere sull'onda del paradigma digital-first.
- Secondo le stime IDC, nel 2023 il valore del mercato ICT in Italia raggiungerà quasi 39 miliardi di euro. Un mercato, quello ICT business, che continua a presentare come negli ultimi anni due velocità: da una parte il settore IT con un 5,8% nel 2023, dall'altro il segmento Telecomunicazioni atteso il leggera flessione (-0,8%).
- Nel 2024, la spesa IT in Italia crescerà dell'8,4% e raggiungerà i 41,4 miliardi di euro di valore. Il mercato dei Servizi di Telecomunicazioni rimarrà stabile nel 2024.
- Le dinamiche del mercato ICT risentono di molteplici fattori e possono essere osservate da diverse angolazioni. In termini di incidenza complessiva alla spesa 2023, le grandi società con oltre 500 addetti rappresentano la principale fonte di spesa ICT in Italia, assorbendo oltre il 56,0%. Significativo comunque il contributo dell'intero tessuto PMI (44%).
- Continuano a crescere gli investimenti in soluzioni di automazione dei processi. Questo trascina in alto il segmento Software, sostenuto anche da soluzioni di intelligenza artificiale per incrementare agilità, ridurre i costi operativi e aumentare la produttività. La trasformazione digitale, l'intelligenza artificiale, le applicazioni accessibili ovunque, dispositivi, robot, droni e processori hanno reso possibili nuove interazioni tra uomo, computer e ambiente e stanno spingendo le imprese a investire di più in un insieme diversificato di tecnologie. Il mercato dell'AI in Italia raggiungerà 3,6 miliardi nel 2023 mentre il mercato dell'Internet of Things raggiungerà 2,2 miliardi.
- La necessità di nuovi modelli architetturali più modulari e flessibili in grado di sostenere la trasformazione digitale ha cominciato a guidare gli investimenti di imprese verso le soluzioni as-a-service. Il mercato cloud varrà 6,9 miliardi di euro nel 2023.







EVIDENZE

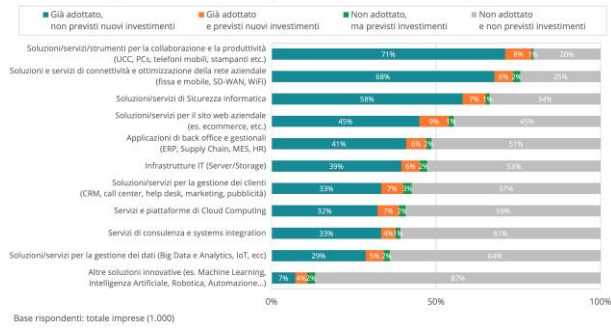
- Nel 2023, la spesa ICT in Italia raggiungerà un valore complessivo di 38,6 miliardi di euro. Le grandi società con oltre 500 addetti rimarranno la principale fonte di spesa ICT in Italia, assorbendo oltre il 56,0% della spesa.
- Con una spesa pari a 7,7 miliardi di euro, le imprese con 100-499 addetti si posizionano al secondo posto in termini di spesa ICT assorbendo il 19,8% degli investimenti.
- La spesa delle piccole e medie imprese raggiungerà 9,3 miliardi di euro, di cui 4,0 miliardi di euro vengono assorbiti da imprese con 1-9 addetti e 5,3 da imprese con 10-99 addetti.
- Il settore dei Servizi (Servizi Finanziari, Telecomunicazioni, Servizi Professionali ed altri servizi) rimarrà la principale fonte di spesa ICT in Italia. Nel 2023 raggiungerà il 17,8 miliardi di euro (46,2% della spesa ICT).
- Con 9,9 miliardi di euro di investimenti, il settore dell'Industria (settore Manifatturiero, Costruzioni ed altri) si posiziona al secondo posto in termini di spesa per ICT nel 2023. Il settore della Distribuzione ed il settore pubblico (PA, Sanità e Istruzione) producono rispettivamente il 14,8% e 13,4% degli investimenti ICT in Italia

LA DOMANDA DI SERVIZI ICT

- I livelli di digitalizzazione delle imprese sono piuttosto differenziati, con un'ampissima diffusione di alcune strumentazioni di base, quali computer, smartphone e connessioni di rete, rispetto alle quali solo una quota residuale può (ancora) permettersi di rimanere sguarnita, e strumentazioni più evolute che necessariamente presentano livelli di penetrazione più selettivi.
- Si conferma, in particolare, una diffusione ancora contenuta per le tecnologie emergenti, rispetto alle quali solo quote relativamente ridotte di imprese stanno sviluppando progetti. Se la Realtà Virtuale/Aumentata, la Robotica e l'Intelligenza Artificiale cominciano a diffondersi in un nucleo di poco meno di un decimo delle imprese, le tecnologie Blockchain e NFT sono trattate solo da piccolissime avanguardie di aziende, mentre una familiarità leggermente più elevata contraddistingue progetti di Internet of Things.
- Le spinte innovative delle imprese sono principalmente guidate dalla necessità di potenziare le attività di comunicazione e marketing, quindi dal miglioramento della gestione dei clienti, seguito dagli aspetti collegati alla sostenibilità e dalla riorganizzazione aziendale. Chiaramente le necessità sono molto differenziate in base alle tipologie di imprese, ma comunque si concentrano in prima battuta sugli aspetti più direttamente connessi con lo sviluppo del business ed il miglioramento delle performance aziendali. Anche i temi della sostenibilità e della riduzione dell'impatto ambientale rappresentano aree di innovazione piuttosto rilevanti, in particolare per le grandi imprese che dedicano a questi aspetti una grande attenzione.
- Sotto tali spinte, le imprese tendono a mantenere gli investimenti, prevalentemente confermando i budget destinati alle tecnologie e servizi ICT o, addirittura, come si registra per almeno un quarto delle imprese, aumentandoli.

DINAMICHE ED INVESTIMENTI IN AMBITO ICT

D: Quali tecnologie e servizi ICT avete adottato o potenziato in questi ultimi 12 mesi? E in quali prevedete di investire?



IL QUADRO ATTUALE DELLE DOTAZIONI DIGITALI

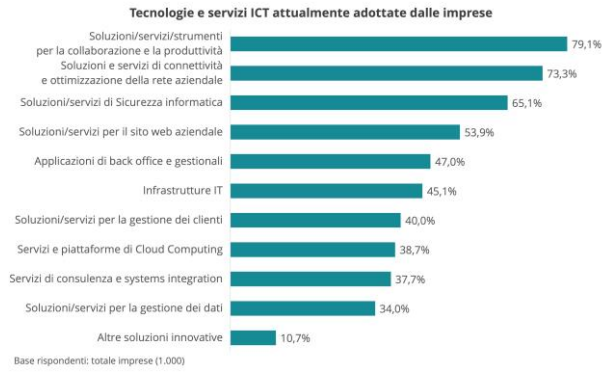
Numero di tecnologie e servizi ICT attualmente adottate dalle imprese

N. Medio di tecnologie per impresa:
5,3



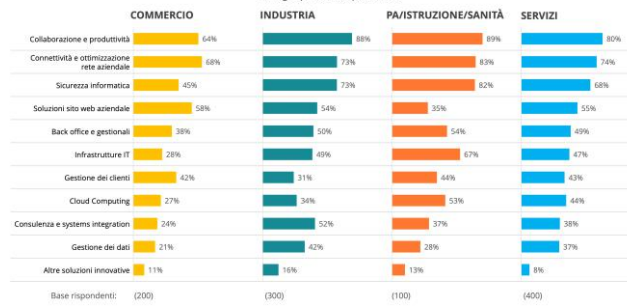
Base rispondenti: totale imprese (1.000)

IN DETTAGLIO...

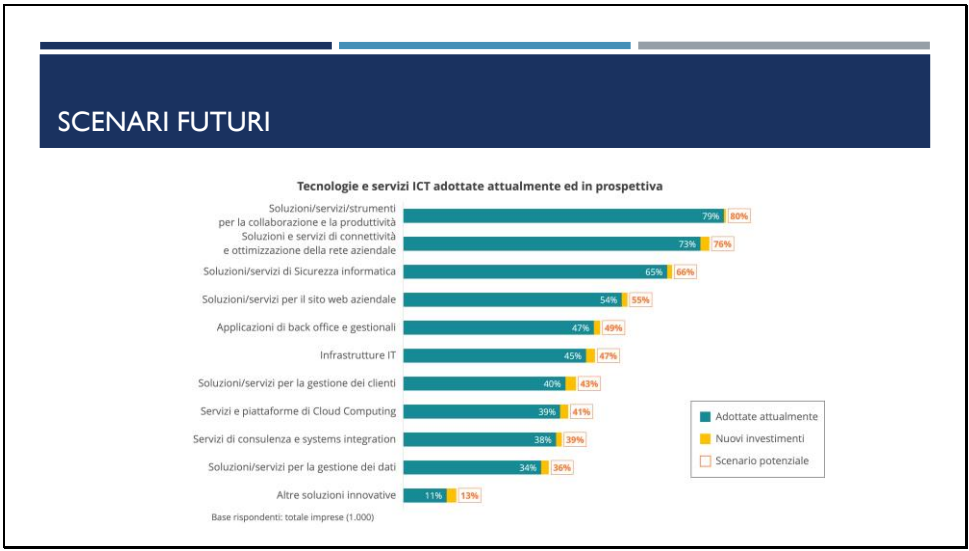


PER SETTORE PRODUTTIVO

Tecnologie e servizi ICT attualmente adottate dalle imprese
 Dettaglio per Settore produttivo

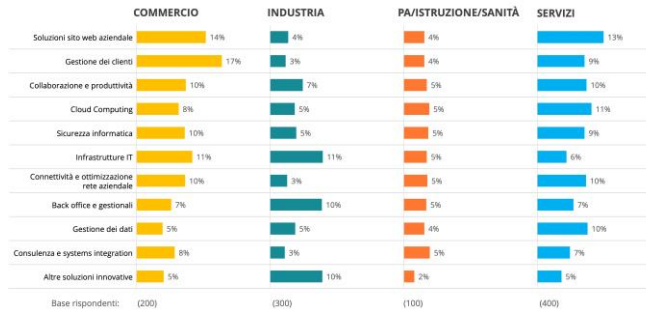






PER SETTORE

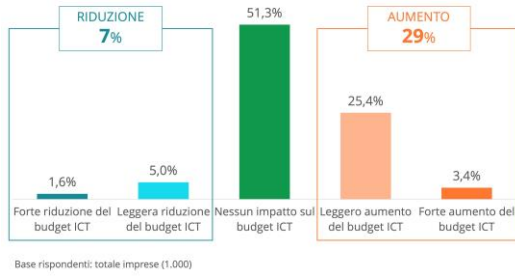
Tecnologie e servizi ICT su cui le imprese prevedono di investire
 Dettaglio per Settore produttivo



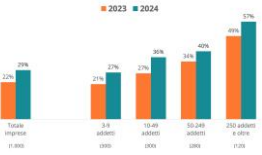


ALLOCAZIONE BUDGET

D: In riferimento alle voci elencate in precedenza, quale sarà la dinamica del vostro budget ICT per il 2024 sul 2023?

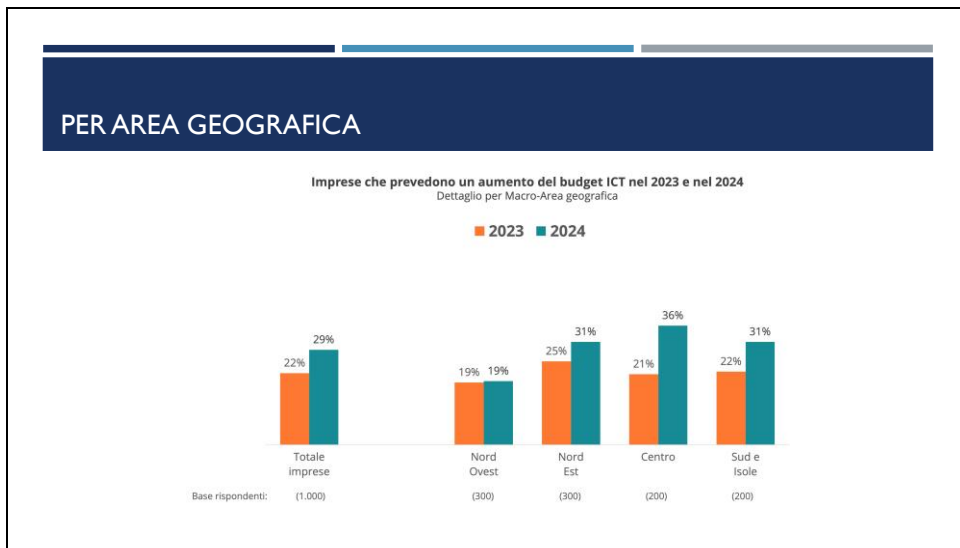


Imprese che prevedono un aumento del budget ICT nel 2023 e nel 2024



Imprese che prevedono un aumento del budget ICT nel 2022 e nel 2024



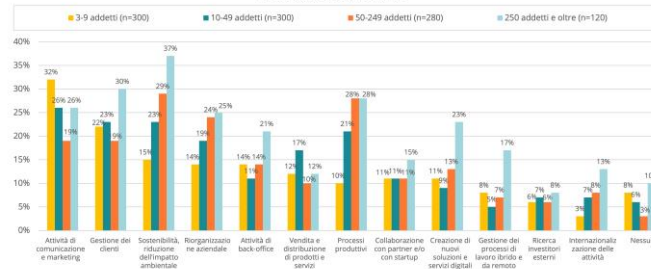


DETTAGLI

- Concentrando l'analisi sulle principali aree su cui le aziende avvertono l'esigenza di innovare, ad emergere, a livello complessivo, è innanzitutto la necessità di volgere l'attenzione agli aspetti che riguardano le attività di comunicazione e marketing, sentite come aree di intervento prioritario da parte del 31% dei rispondenti. In linea con questa esigenza, segue a relativa distanza la necessità di potenziare la gestione dei clienti, indicata dal 22% circa del campione. I dati pongono quindi in luce da parte delle aziende intervistate l'urgenza di concentrare i primi e massimi sforzi negli aspetti che più di tutti sono direttamente connessi allo sviluppo del business, prioritari per il miglioramento delle performance aziendali.
- Sebbene con qualche punto percentuale di scarto, emerge come ulteriore ambito di miglioramento il tema della sostenibilità e della riduzione dell'impatto ambientale, indicato come importante area di innovazione da quasi 1 impresa su 6. Complici le azioni politico-normative poste in essere negli ultimi anni, il tema della sostenibilità sembra acquisire progressivamente rilevanza, divenendo un vero e proprio KPI che precede per importanza anche aspetti come la riorganizzazione aziendale (14,8%) o le attività di back office (13,4%).
- In coda alla classifica si collocano esigenze più circoscritte, come la ricerca di investitori esterni (6% circa) e l'orientamento all'internazionalizzazione delle attività aziendali (3,4%).

PER CLASSE DIMENSIONALE

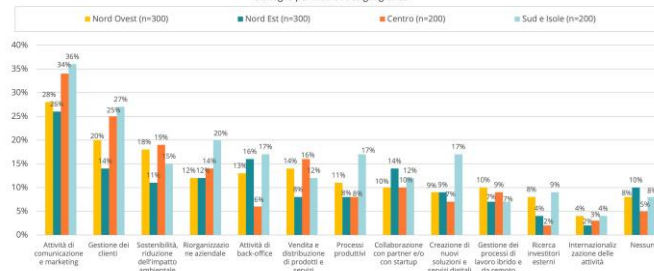
D: In quali, tra le seguenti aree, emergono le principali esigenze di miglioramento nella sua azienda per innovare e sviluppare il business?
 Dettaglio per Classe dimensionale*



*Per una migliore leggibilità dei dati, nel grafico non sono riportate le percentuali delle voci "altres" e "Non sa/hon risponde"

PER AREA GEOGRAFICA

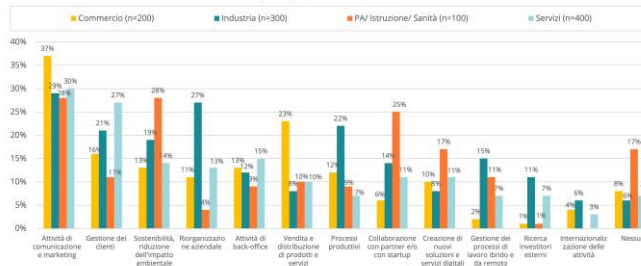
D: In quali, tra le seguenti aree, emergono le principali esigenze di miglioramento nella sua azienda per innovare e sviluppare il business?
 Dettaglio per Macro-Area geografica*



*Per una migliore leggibilità dei dati, nel grafico non sono riportate le percentuali delle voci "altrove" e "Non so/non risponde"

PER SETTORE

D: In quali, tra le seguenti aree, emergono le principali esigenze di miglioramento nella sua azienda per innovare e sviluppare il business?
 Dettaglio per Settore produttivo*

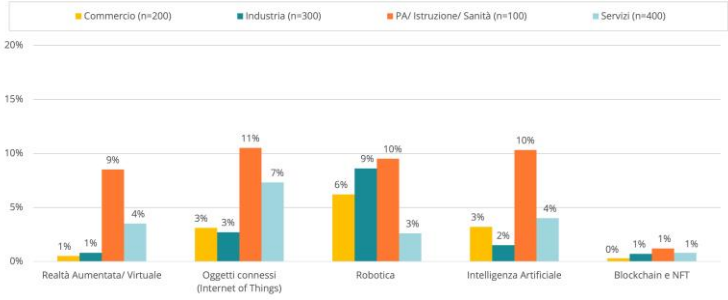


*Per una migliore leggibilità dei dati, nel grafico non sono riportate le percentuali delle voci «altro» e «non sa/non risponde».

TECNOLOGIE EMERGENTI

Tecnologie emergenti applicate dalle imprese (in sperimentazione, progetti pilota, progetti estesi)

Dettaglio per Settore produttivo

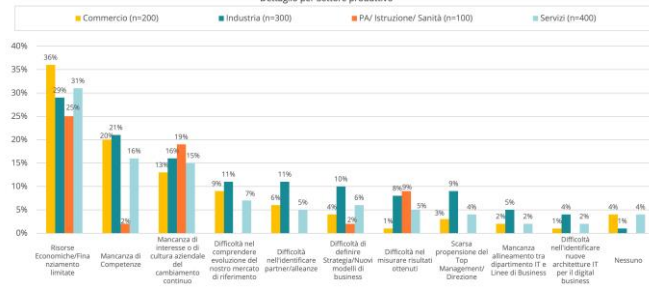


DOTAZIONE DI COMPETENZE

- Aumenta la presenza all'interno dell'organizzazione di figure professionali deputate a gestire l'innovazione. Il 74% delle grandi aziende ha adottato azioni di Corporate Entrepreneurship, tra cui formazione su competenze digitali e imprenditoriali (55%), adottando stili di leadership volti al Change Management (52%), adibendo spazi di action learning (35%) e organizzando contest per raccogliere idee (32%). Tutte queste azioni mirano a stimolare approcci imprenditoriali nei dipendenti.
- Inoltre, il 41% delle grandi aziende ha dato vita a una Direzione Innovazione e il 51% ha assegnato ruoli di Innovation Champion, figure che si occupano di favorire la diffusione dell'innovazione e il coordinamento con le funzioni di business.

PER SETTORE

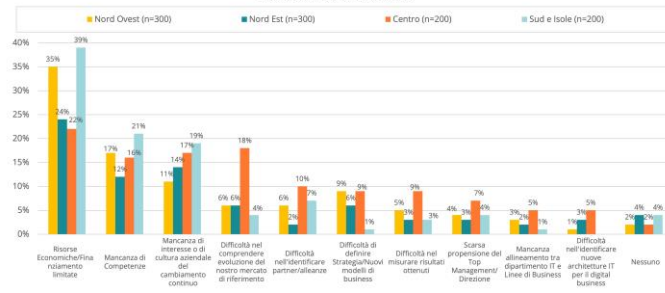
D: Quali sono i principali ostacoli alla digitalizzazione della vostra azienda?
 Dettaglio per Settore produttivo*



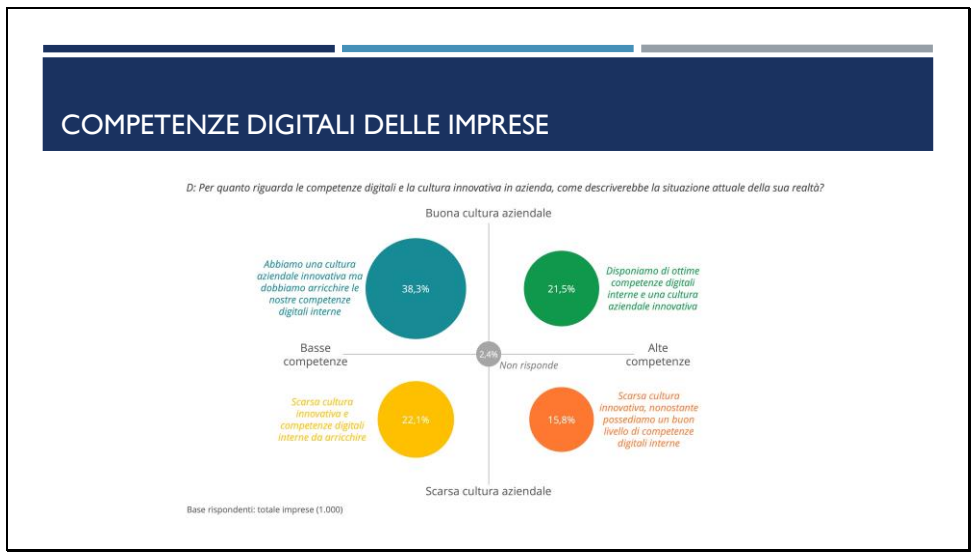
*Per una migliore leggibilità dei dati, nel grafico non sono riportate le percentuali delle voci "altrove" e "Non risponde"

PER AREA GEOGRAFICA

D: Quali sono i principali ostacoli alla digitalizzazione della vostra azienda?
 Dettaglio per Macro-Area geografica*

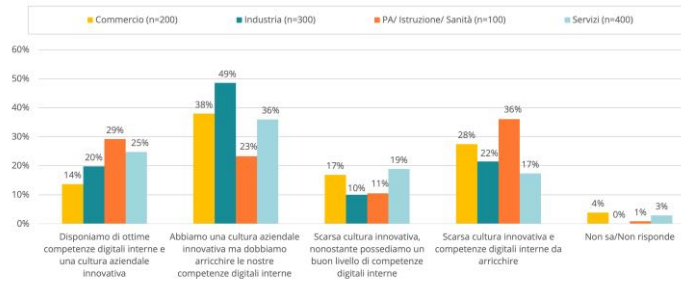


*Per una migliore leggibilità dei dati, nel grafico non sono riportate le percentuali delle voci «altro» e «Non sa/Non risponde»



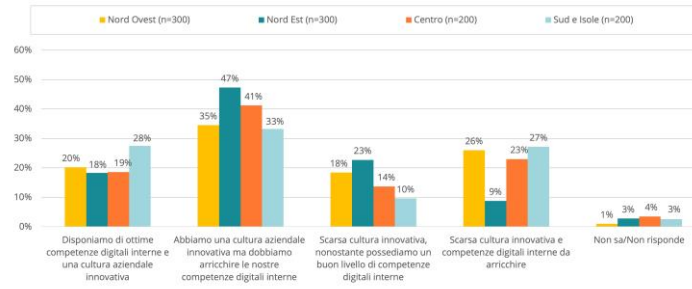
PER SETTORE

D: Per quanto riguarda le competenze digitali e la cultura innovativa in azienda, come descriverebbe la situazione attuale della sua realtà?
 Dettaglio per Settore produttivo



PER AREA GEOGRAFICA

D: Per quanto riguarda le competenze digitali e la cultura innovativa in azienda, come descriverebbe la situazione attuale della sua realtà?
 Dettaglio per Macro-Area geografica





UNICORNI DIGITALI

- Gli "unicorni digitali" sono aziende start-up di tecnologia che hanno raggiunto una valutazione di mercato di almeno 1 miliardo di dollari.
 - Il termine "unicorno" è stato coniato nel mondo finanziario per indicare la rarità di tali imprese emergenti e il loro valore significativo, simboleggiando la loro unicità nel panorama imprenditoriale.
- Queste aziende sono spesso caratterizzate da un rapido tasso di crescita, innovazione tecnologica e potenziale per influenzare in modo significativo il mercato e l'economia.
- Paesi come il Regno Unito, la Germania, la Francia, la Svezia e l'Olanda hanno ospitato la maggior parte degli unicorni digitali europei.
- Gli unicorni digitali europei sono attivi in una vasta gamma di settori, tra cui la tecnologia finanziaria (fintech), l'e-commerce, la salute digitale, la mobilità e l'intelligenza artificiale.

EVIDENZE: I RISULTATI DI DEALROOM

- Dealroom è una piattaforma online che fornisce dati e analisi sulle startup, sulle imprese ad alto potenziale (come i "unicorni") e sulle attività di investimento nel settore tecnologico. Offre informazioni dettagliate su aziende emergenti, inclusi dettagli finanziari, round di finanziamento, valutazioni, e altro ancora
- Secondo Dealroom, fino a marzo 2022 c'erano 2.282 unicorni nel mondo. L'UE ne conta solo 222 (aumento da 143 nell'estate del 2021), rispetto a 1.243 negli Stati Uniti, 530 in Asia (di cui 306 in Cina) e 119 nel Regno Unito. Ciò indica un ampio margine di miglioramento nell'UE.
- I paesi principali dell'UE per il numero di unicorni sono Germania (58), Francia (35), Svezia (30) e Paesi Bassi (24). Tuttavia, ci sono otto Stati membri dell'UE senza un singolo unicorno.
- Alcuni paesi dell'UE hanno fatto progressi significativi. La Polonia ha aumentato il suo conteggio di unicorni di più di cinque volte (da 2 a 11), mentre la Repubblica Ceca ha ora quattro unicorni, partendo da zero nel 2021.

I PRINCIPALI UNICORNI

	Name	Market	Type	Valuation (bilioni USD)	Location
	Google	B2C	Deep tech Artificial intelligence	9.900	Mountain View United States
	Amazon	B2C	Home living Transportation Logistics & Delivery	3.700	Seattle United States
	Tesla Motors	B2C	Artificial intelligence Energy Transportation Autonomous & sensor tech Deep tech Selling own inventory Clean energy Energy Storage	808.6	Palo Alto United States
	Nvidia	B2B, B2C	Gaming Console & PC gaming Artificial intelligence Deep tech Hardware	601.9	Santa Clara United States

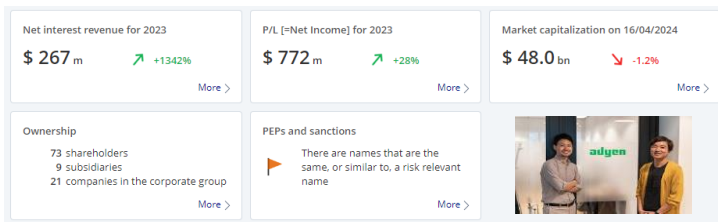
Nell'UE, Adyen (con sede in Olanda) è seguita da Spotify e Klarna (entrambe con sede a Stoccolma).

	Meta (Facebook)	B2C	Media Social Media	Big data Advertising	510.2	Menlo Park United States
	ByteDance	B2C	Media Telecom	Natural language processing Big data Content production Deep tech Subscription	400.0	Beijing China
	Meituan	B2C	Telecom Marketing	Artificial intelligence Commission Marketplace & Commerce E-commerce solutions	360.3	Beijing China
	Alibaba	B2B	Enterprise software	Marketplace & Commerce Sales	283.0	Huangzhou China
	Kuaishou	B2C	Media Enterprise software	Content production Machine learning Artificial intelligence Advertising	234.0	Beijing China
	Salesforce	B2B	Marketing Enterprise software	Artificial intelligence Subscription Sales CRM & sales	202.2	San Francisco United States
	Netflix	B2C	Media Streaming	Machine learning Artificial intelligence Subscription	182.0	Los Gatos United States
	BYD Company	B2C	Energy Transportation	Hardware Selling own inventory Manufacturing Energy storage Maintenance	155.9	Shenzhen China

Source: Statista

ADYEN

Adyen è una società olandese che fornisce servizi di pagamento online a imprese di tutto il mondo. Fondata nel 2006, Adyen offre una piattaforma di pagamento integrata che consente alle aziende di accettare pagamenti online, in-app e in negozio, oltre a fornire servizi di elaborazione delle transazioni e gestione dei pagamenti. La società è diventata nota per la sua tecnologia all'avanguardia e per il suo modello di business che mira a semplificare e migliorare l'esperienza di pagamento per i commercianti e i consumatori



SPOTIFY

Spotify è una piattaforma di streaming musicale che consente agli utenti di ascoltare una vasta gamma di brani musicali, podcast e altro ancora su richiesta tramite Internet. La piattaforma offre un catalogo enorme di musica proveniente da artisti di tutto il mondo, consentendo agli utenti di scoprire nuovi artisti, generi musicali e playlist personalizzate in base ai loro gusti e preferenze. Spotify offre sia un servizio gratuito supportato da annunci che un servizio premium a pagamento che offre funzionalità aggiuntive, come l'ascolto offline e la rimozione degli annunci. La piattaforma è disponibile su diverse piattaforme, tra cui dispositivi mobili, desktop e dispositivi intelligenti, ed è diventata una delle più popolari e influenti nel settore dello streaming musicale.



Operating revenue (Turnover) for 2023	P/L [-Net Income] for 2023	Market capitalization on 16/04/2024
\$ 14.6 bn ▲ +17.0%	\$ -588 m ▼ -28%	\$ 59.1 bn ▲ +2.6%
More >	More >	More >

KLARNA

Klarna è una società svedese che fornisce servizi di pagamento online e soluzioni finanziarie ai consumatori e ai commercianti. La sua principale offerta è il "buy now, pay later" (compra ora, paga dopo), che consente ai consumatori di effettuare acquisti online e di pagare in rate a breve termine o posticipare il pagamento senza interessi. Klarna gestisce anche piattaforme di pagamento per commercianti, consentendo loro di accettare pagamenti online in modo sicuro e conveniente. La società è diventata particolarmente popolare per le sue soluzioni di pagamento semplici e convenienti, che offrono agli utenti una maggiore flessibilità e comodità durante gli acquisti online.

OBIETTIVI UNICORNI DIGITALI

- Gli unicorni digitali europei hanno attirato un considerevole interesse dagli investitori, sia locali che internazionali, che hanno contribuito alla loro crescita e alla loro espansione.
- Nonostante la crescita, l'Europa deve ancora affrontare una concorrenza significativa da parte di altre regioni, come gli Stati Uniti e l'Asia, che hanno un maggior numero di unicorni digitali e un ecosistema tecnologico più sviluppato.
- L'obiettivo dell'Unione Europea (UE) riguardo agli "unicorni digitali" è quello di raddoppiarne il numero entro il 2030. Poiché l'obiettivo degli "Unicorni" è stabilito a livello dell'UE, non è incluso nell'indice DESI, che confronta le prestazioni a livello di Stato membro. Tuttavia, una sezione separata è dedicata agli "Unicorni" nel rapporto.
