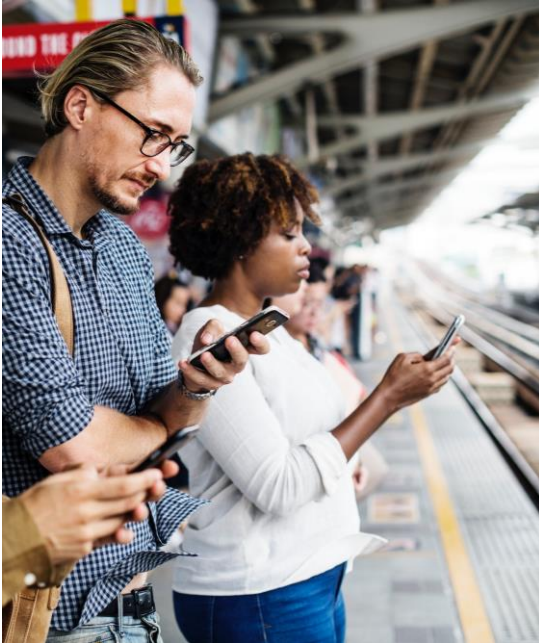


BIG DATA ANALYTICS IN ITALIA

FONTE OSSERVATORI.NET Digital Innovation

Il mercato dei *Big Data Analytics* in Italia continua la sua espansione anche nel 2018, raggiungendo un valore complessivo di 1.393 miliardi di euro, in crescita del 26% rispetto all'anno precedente. Un risultato che conferma il trend positivo degli ultimi tre anni, in cui il settore è cresciuto in media del 21% ogni dodici mesi, anche se rimane molto ampio il divario fra le grandi imprese, che si dividono l'88% della spesa complessiva, e le PMI, che rappresentano il 12% del mercato.

Il 45% della spesa in *Analytics* è dedicata ai software (database e strumenti per acquisire, elaborare, visualizzare e analizzare i dati, applicativi per specifici processi aziendali), il 34% ai servizi (personalizzazione dei software, integrazione con i sistemi informativi aziendali, consulenza di riprogettazione dei processi) e il 21% alle risorse infrastrutturali (capacità di calcolo, server e storage da impiegare nella creazione di servizi di *Analytics*). I software sono anche la categoria con la crescita più elevata (+37%), seguite dai servizi (+23%) e dalle risorse infrastrutturali (+9%).



Le dinamiche di crescita del mercato sono diverse a seconda delle dimensioni aziendali – afferma Alessandro Piva, Responsabile della ricerca dell'**Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence**: mentre le PMI inseguono a fatica, tra le grandi aziende si è diffusa la convinzione che sia giunto il momento dell'azione: le imprese che hanno già avviato progetti ne stanno raccogliendo i benefici e sono spinte a continuare a investire, quelle rimaste indietro percepiscono l'urgenza di attrezzarsi. Parallelamente crescono le organizzazioni che hanno inserito professionalità qualificate per la gestione degli analytics, come *data scientist*, *data engineer*, *data architect*, *data analyst*, e introdotto modelli organizzativi per sfruttarne al meglio le opportunità, uniformando scelte tecnologiche e dando vita a meccanismi di coordinamento strutturati.

Soltanto il 7% delle PMI nel 2018 ha avviato progetti di *Big Data Analytics*, mentre quattro su dieci dichiarano di svolgere analisi tradizionali sui dati aziendali. Se si considera la consapevolezza e la maturità tecnologica delle piccole e medie imprese, dalla ricerca emerge come il 10% continui ad avere una comprensione scarsa o nulla di quali vantaggi i *Big Data* potrebbero apportare e di come abbia un approccio all'analisi dei dati limitato e tradizionale. Poco meno di un terzo delle aziende, il 31%, è invece sulla buona strada sia dal lato della consapevolezza sia dal lato tecnologico. Circa quattro aziende su dieci (42%), inoltre, si sono mosse in una soltanto delle due direzioni o a causa di una visione limitata del fenomeno o a causa della mancanza di risorse per effettuare investimenti tecnologici. Una PMI su dieci, infine, si dimostra pronta per lanciare delle iniziative di *Analytics*.

