



Contatti

Barbara Tagliaferri
Ufficio Stampa Deloitte
Tel: +39 02 83326141
Email: btagliaferri@deloitte.it

Dario Esposito
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 380 7360733
Email: d.esposito@barabino.it

Rossana Garavaglia
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 333 63 09 139
Email: r.garavaglia@barabino.it

Deloitte TMT Predictions 2015

- *Si venderanno più smartphone che tv, tablet, pc e videogiochi messi insieme, con ricavi per oltre 300 miliardi di dollari*
- *I presupposti per i pagamenti online ci sono tutti: Mastercard e Visa si sono preparate ai pagamenti via smartphone, che per Apple è già realtà*
- *Scuole, parcheggi, banche e stazioni della metropolitana: si moltiplicano i luoghi in cui sarà possibile ritirare i propri acquisti online*
- *Saranno connessi a internet un miliardo di nuovi oggetti, con una crescita del 60%*
- *La banda larga raggiungerà 725 milioni di case ma la vera rivoluzione sarà nelle performance e nella varietà dell'offerta*
- *Il paradosso della carta: i libri stravincono sugli e-book, mentre le librerie sono messe KO dall'e-commerce*
- *Il libro cartaceo resisterà all'e-book, generando l'80% dei ricavi*

Roma, 21 gennaio 2015 – Anche quest'anno Deloitte ha messo a fattor comune le esperienze maturate presso le aziende leader nel settore Technology, Media & Telecommunications individuando le principali tecnologie e innovazioni che caratterizzeranno il mercato nei prossimi 12 - 18 mesi.

“Le Predictions di Deloitte per il 2015 anticipano una rivoluzione nelle vendite al dettaglio paragonabile all'avvento dell'e-commerce – commenta **Alberto Donato, Partner Deloitte e responsabile italiano Technology, Media & Telecommunication (TMT)** – Saranno rivoluzionate

le modalità di consegna degli acquisti online, ritirati quando e dove il cliente desidera, e i pagamenti in negozio, sempre più spesso effettuati con il cellulare.”

“Nell’ambito delle Telecomunicazioni, lo smartphone rappresenterà il dispositivo più venduto nel 2015 superando per la prima volta i 2 miliardi di possessori. Se i cellulari sono sempre più smart, lo stesso non può dirsi per le loro batterie che, nonostante i notevoli investimenti, vedranno la propria capacità incrementata solo del 5%.”

“Nel 2015 la banda larga servirà 725 milioni di case nel mondo registrando un incremento del 20% nella velocità di connessione. La vera novità è che a connettersi non saranno soltanto le persone ma anche le “cose” come sveglie, contatori ed elettrodomestici. Dalla connessione ad Internet degli oggetti trarranno vantaggio soprattutto le aziende operanti nei settori dell’energia, degli elettrodomestici e delle automobili.”

“In un mondo in cui il digitale ha permeato tutti gli aspetti della nostra vita, il libro cartaceo resta l’unico oggetto tradizionale a cui non rinunciamo: nonostante l’e-book sia stato lanciato ormai da un decennio, ancora non riesce a conquistare i lettori.”

Queste le “TMT Predictions 2015” che assumeranno particolare rilevanza nel mercato italiano:

La corsa all'ultimo smartphone coinvolgerà 1,4 miliardi di persone nel 2015

Si venderanno più smartphone che tv, tablet, pc e videogiochi messi insieme con ricavi per oltre 300 miliardi di dollari.

Lo smartphone sarà l'oggetto tecnologico più desiderato dal grande pubblico nel 2015. Si stima infatti che saranno venduti circa 1,4 miliardi di nuovi smartphone in tutto il mondo, di cui un miliardo sarà acquistato dopo soli 18 mesi dall’acquisto dello smartphone precedente. Gli acquisti di nuovi smartphone nel 2015 porteranno, per la prima volta, il numero di possessori oltre la soglia dei 2 miliardi. I principali fattori che spingeranno alla scelta di un modello piuttosto che un altro saranno la varietà di nuove funzionalità offerte (come il riconoscimento con impronte digitali), le capacità della fotocamera ed il look accattivante.

La batteria dello Smartphone continua a essere insufficiente

I telefoni sono smart... le batterie no! Gli investimenti nella ricerca non produrranno i risultati sperati: nel 2015 la carica durerà in media solo il 5% in più del 2014.

La difficoltà consiste nel trovare un sostituto al litio, materiale attualmente utilizzato, che oltre a durare di più abbia anche le stesse caratteristiche di sicurezza, economicità e adattabilità. In Italia, la necessità dilagante di disporre di uno smartphone sempre carico ha dato vita al mercato molto diffuso delle batterie esterne.

Negozi ai nastri di partenza per il pagamento via smartphone

I presupposti ci sono tutti: Mastercard e Visa si sono preparate ai pagamenti in negozio con gli smartphone mentre per Apple è già realtà.

La fine del 2015 segnerà il punto di svolta per l'uso dei telefoni cellulari come alternativa agli strumenti di pagamento tradizionali, avviando di fatto il processo per il quale lo smartphone diventerà un vero e proprio portafogli. Nel 2015, circa il 5% degli smartphone in tutto il mondo verrà utilizzato per effettuare un pagamento in un negozio, almeno una volta al mese. Percentuale oggi ferma allo 0,5%.

Compri Online e ritiri dove vuoi

Scuole, parcheggi, banche e stazioni della metropolitana: i luoghi in cui il consumatore online potrà scegliere di ritirare i propri acquisti.

Un cittadino europeo su due effettua acquisti online, richiedendo miliardi di consegne ogni anno di cui non è soddisfatto. Perché aspettare ore a casa l'arrivo del corriere quando è possibile scegliere dove e quando ritirare il proprio acquisto? Il 2015 vedrà il boom del "click & collect", cioè la diffusione degli acquisti online consegnati in armadietti, stazioni ferroviarie e negozi, dove saranno gli utenti stessi a ritirare la merce. Si raggiungerà il mezzo milione di location ad hoc in Europa, con un aumento del 20% rispetto al 2014. Con il 67% delle preferenze, i luoghi più gettonati per la consegna saranno gli armadietti (dislocati in Italia per lo più vicino a scuole, banche e parcheggi), seguiti dalle stazioni e dai negozi. Proprio per i negozi le nuove modalità di spedizione potranno rappresentare un'opportunità ma anche un onere: se da una parte il cliente che entra a ritirare il pacco può essere invogliato ad effettuare acquisti tradizionali, dall'altra sarà necessario progettare negozi predisposti ad accogliere la merce da ritirare e a gestire i resi.

Gli oggetti connessi ad Internet: un affare per le aziende

La sveglia suona prima in caso di traffico, la lavatrice preannuncia un guasto, l'automobile richiede assistenza stradale. Sono solo alcuni esempi degli oggetti intelligenti connessi ad Internet che faciliteranno la vita dei consumatori, con grande profitto per le aziende.

Non solo smartphone e tablet, nel 2015 saranno connessi a internet un miliardo di nuovi oggetti come elettrodomestici e automobili, con una crescita del 60% rispetto al 2014. Nonostante l'attenzione dei media sia concentrata sui benefici per i consumatori finali, gli oggetti connessi alla rete faranno guadagnare soprattutto le aziende, con ricavi fino a 10 volte superiori ai risparmi per i consumatori. Quali i settori per primi renderanno i loro oggetti "intelligenti"? In primo luogo quello energetico: i nuovi contatori saranno capaci non solo di rilevare cortocircuiti o disservizi, ma anche di abilitare un'analisi della domanda di energia nei periodi di picco evitando la costruzione di nuove centrali. Anche gli elettrodomestici intelligenti porteranno grandi vantaggi, fornendo in tempo reale

dati mai raccolti prima sia sullo stato di usura che sulle modalità di utilizzo. Internet rappresenta il futuro anche del settore automobilistico: si stima che nel 2015 verranno vendute in tutto il mondo circa 16 milioni di automobili intelligenti (pari alle previsioni di vendita 2015 di tutto il mercato USA), con enormi ritorni economici per le compagnie di assicurazione.

Aumenta la velocità di navigazione del 20%

725 milioni di case saranno connesse alla banda larga, ma la vera rivoluzione sarà nelle performance e nella varietà dell'offerta.

A livello globale, nel 2015 le case con una connessione a banda larga aumenteranno del 2% rispetto al 2014, raggiungendo 725 milioni. La rivoluzione non sarà nel numero di nuovi utenti ma nella crescita delle performance della connessione disponibile nelle case, con un aumento della velocità media di navigazione del 20%. Il mercato offrirà sempre maggiori tipologie di banda larga, diverse per prezzo e performance, facendo crescere il divario tra coloro che hanno accesso ad una connessione super veloce e quelli che preferiscono una connessione standard. Il divario sarà particolarmente evidente per chi usa funzionalità che consumano molta banda come lo streaming dei video.

Libro VS e-book: vince la carta

Il paradosso della carta: i libri stendono gli e-book mentre le librerie sono messe KO dall' e-commerce.

CD, DVD e giornali sono stati ormai largamente sostituiti dai loro cugini digitali mentre il buon vecchio libro resisterà saldamente alla diffusione dell'e-book, generando l'80% dei ricavi del settore nel 2015. Lettori di tutte le età dichiarano di preferire libri stampati a quelli elettronici. Il libro cartaceo resta il preferito dall'60% degli intervistati non solo per l'innegabile fascino legato al tatto, alla vista e all'olfatto della carta stampata, ma anche perché facilita la memorizzazione dei contenuti. È apprezzata, inoltre, la copertina del libro tradizionale che trasmette una serie di informazioni impossibili da veicolare tramite un libro elettronico. Se nella lettura la tradizione prevale sui libri digitali, la stessa cosa non si può dire per le modalità di acquisto: dal 2009 le librerie continuano a chiudere battenti perché i libri, ormai, si comprano online.

Per approfondire questi e altri temi sul futuro sviluppo del mercato TMT, vi rimandiamo alla lettura completa del report, disponibile sul sito Deloitte: <http://www.deloitte.com/predictions2015>

Questo oggi conta 3.600 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale.

Grazie ad un network di società presenti in 150 Paesi, Deloitte porta i propri clienti al successo grazie al suo know how di alta qualità e a una profonda conoscenza dei singoli mercati in cui è presente. Obiettivo dei circa 200.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi professionali forniti.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited