

a cura
dell'Osservatorio
del Polo di
Innovazione ICT
Calabria



Scenari

Le previsioni dell'IDC per il 2013: cresce la competizione sulla “Terza piattaforma”.

INDICE

Scenari: Le previsioni dell'IDC per il 2013: cresce la competizione sulla “Terza piattaforma”.

Indagini/1: EIU: il mondo del business sempre più plasmato dai big data

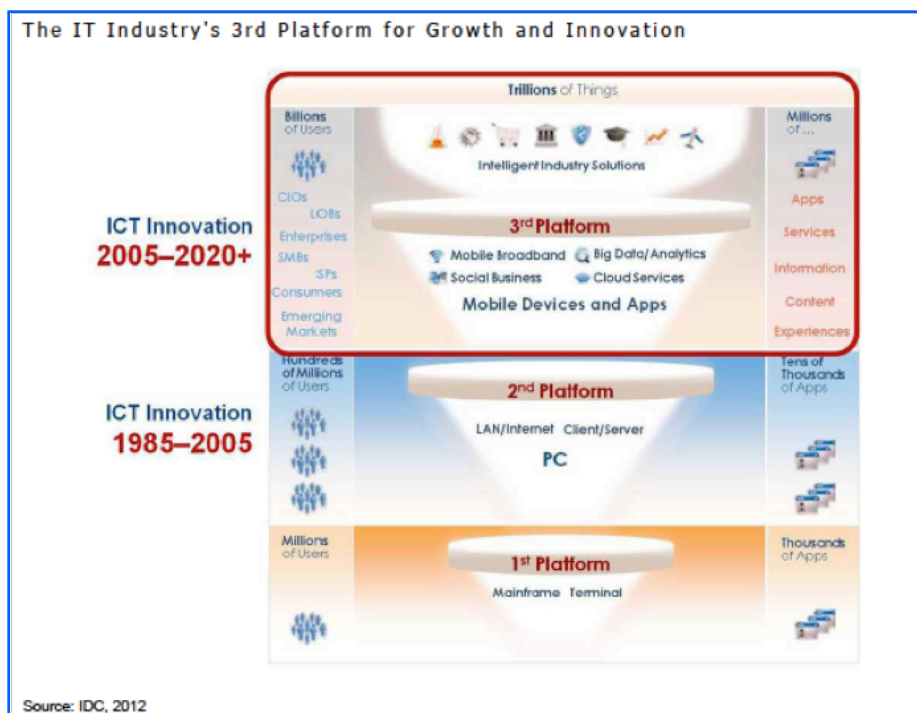
Indagini/2: Le regioni e il loro livello di digitalizzazione nel 2° Rapporto Innovazione nell'Italia delle Regioni.

“L'industria dell'ICT è nel pieno di una trasformazione storica diretta verso una nuova piattaforma tecnologica per la crescita e l'innovazione”. E' quanto sostiene l'*International Data Corporation (IDC)*, società globale di analisi e consulenza per il mercato dell'IT. Questa piattaforma, nominata “Terza Piattaforma”, è basata su dispositivi mobili e applicazioni, servizi *cloud*, reti di banda larga mobile, *big data* e tecnologie sociali. Entro il 2020 circa l'80% della crescita dell'industria dell'ICT sarà guidata dalle tecnologie della “Terza Piattaforma”. Una crescita, sostengono gli analisti dell'IDC, dovuta all'esplosione di nuove soluzioni costruite sulla nuova piattaforma e alla rapida espansione dei consumi nei mercati emergenti.

Assisteremo nel 2013 a trasformazioni più importanti e veloci sul terreno della “Terza Piattaforma”, rispetto l'anno appena trascorso, giacché il mercato sta transitando dalla fase iniziale di esplorazione a quella di vera e propria

competizione serrata. Una fase che riconfigurerà radicalmente il mercato, via via che nuove soluzioni e leader emergeranno sulla nuova piattaforma. Le principali previsioni dell'IDC per l'anno in corso sono racchiuse in 10 punti.

1. **Spesa mondiale nel settore IT:** per il 2013 la spesa supererà i 2.100 miliardi di dollari, pari a un incremento del 5,7% rispetto all'anno precedente, trascinata dalla crescita a doppia cifra delle basi della “Terza Piattaforma”, dispositivi mobili, *cloud*, tecnologie sociali e *big data*, e dall'espansione dei mercati emergenti.
2. **Mercati emergenti:** in tali mercati è previsto un aumento della spesa per il settore IT dell'8,8% (per un totale di oltre 730 miliardi di dollari), il doppio dell'incremento previsto per i mercati sviluppati, il 34% di tutta la spesa IT e il 51% di tutta la crescita stimata per il settore.



3. **Dispositivi mobili:** le vendite di *smartphone* e *tablet* cresceranno del 20% e rappresenteranno un quinto di tutte le vendite IT. Grazie alla vendita dei dispositivi mobili è prevista una crescita del 57% del mercato IT mentre senza questi dispositivi l'industria IT crescerebbe del solo 2,9%.
4. **Ascesa dei mini tablet:** i *mini tablet* rappresenteranno il 60% delle unità messe in commercio - un salto notevole da appena il 33% del 2012. La diffusione di tali dispositivi stimolerà il passaggio dai libri di testo ai *tablet* nei sistemi scolastici. Un'espansione che sarà guidata dalla sempre più ampia diffusione di risorse e programmi per l'apprendimento online.
5. **2013, anno della resa dei conti per i sistemi operativi per dispositivi mobili:** le piattaforme mobili che non riusciranno ad intercettare più del 50% degli sviluppatori saranno destinate ad una graduale scomparsa. Microsoft si attesta ora al 33%, Research in Motion al 9%.
6. **Accelerazione nei processi di fusioni e acquisizioni di imprese nel settore del "Software as a service" (SaaS).** Diventa di cruciale importanza per le imprese IT tradizionali incorporare all'interno delle proprie organizzazioni un "DNA *cloud*" e accelerare la crescita delle proprie piattaforme per l'offerta di servizi sulla nuvola, poiché la competizione sarà sempre più su questi servizi. L'IDC prevede che ci saranno oltre 25 miliardi di dollari in acquisizioni nel corso dei prossimi 20 mesi, contro i 17 miliardi di dollari degli ultimi 20 mesi.
7. **Crescita della "industry platform as a service (PaaS)".** L'IDC prevede che nel 2013 si assisterà ad un'esplosione dell'offerta dell'"*industry platform as a service (PaaS)*", ovvero di piattaforme *cloud* (e di comunità di sviluppatori a contorno) focalizzate

nell'offerta di soluzioni per industrie specifiche. Il numero di queste piattaforme (meno di 100 nel 2012) aumenterà di dieci volte entro il 2016. Un *industry PaaS* riguarda un IT provider o, sempre più di frequente, un rappresentante della stessa industria impegnato a creare un ambiente di servizi condivisi, basati sul *cloud* e modellati sulle necessità specifiche dell'industria, all'interno del quale una comunità di sviluppatori disegna un ampio ventaglio di soluzioni e servizi di alto valore aggiunto. Esempi di tali piattaforme sono già presenti nel settore dei servizi finanziari (*NYSE, Capital Markets Community*

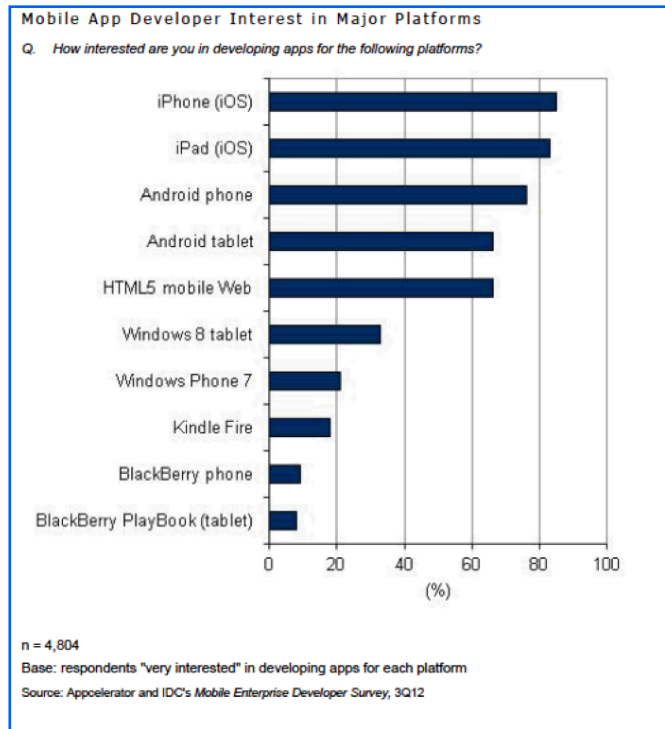
Platform), nel campo della sanità, delle scienze della vita e di molte altre industrie.

8. **Crescente importanza della *line-of-business (LOB) executives*.** Si stima che a livello mondiale le imprese spenderanno 65 miliardi di dollari in soluzioni *industry-specific* nel 2013 (100 miliardi nel 2016), con un numero crescente di aziende che investiranno in servizi *cloud*, dispositivi mobili, big data e altri elementi della "Terza Piattaforma" per creare nuovi prodotti e servizi e ridefinire le relazioni con la clientela. L'esplosione di nuove soluzioni determinerà un cambiamento radicale dei soggetti che decidono all'interno dell'azienda gli acquisti IT. L'IDC sostiene che il 58% dei nuovi investimenti in IT nell'anno in corso coinvolgeranno la partecipazione diretta dei *LOB executives*, in particolare di coloro i quali gestiscono le funzioni di *front-office* e interfaccia con la clientela. Entro il 2016, tale percentuale salirà all'80% del totale dei nuovi investimenti in IT, con i *LOB executives* che prenderanno le decisioni in oltre la metà degli investimenti previsti.

Entro il 2020 circa l'80% della crescita dell'industria dell'ICT sarà guidata dalle tecnologie della "Terza Piattaforma", basate su dispositivi mobili e applicazioni, servizi *cloud*, reti di banda larga mobile, big data e social media.

9. **La “Terza piattaforma” determinerà dei cambiamenti strutturali nelle tecnologie dei data center.** Sistemi integrati (che combinano *server, storage e network*) e *software-defined-networks* guideranno e apriranno la strada a uno sconvolgimento nelle quote di mercato. I maggiori cambiamenti sopraenunciati – incremento di dispositivi e piattaforme mobili, diffusione del SaaS e altri servizi *cloud*, crescente adozione di PaaS – insieme alle tecnologie sociali e ai big data continueranno a guidare le profonde trasformazioni nei data center e nelle imprese IT che supportano le soluzioni della Terza Piattaforma. Sebbene i sistemi integrati rappresentino ancora un mercato nascente nel 2013, l’IDC prevede che tali sistemi – con un tasso di crescita annuale del 54% - ammonteranno a circa un terzo delle installazioni di *cloud* aziendali entro il 2016. Il “Bring your own ID” (BYOID) porterà alla consumerizzazione nella sicurezza aziendale. L’IDC ipotizza che molte più imprese e fornitori di servizi e software per la sicurezza utilizzeranno, nel corso del 2013, i sistemi di identity management di Facebook, Google, Yahoo!, Microsoft e altri *social network*.

10. **Big data – dalla ricerca, alla scoperta e alla previsione:** la spesa relativa a tecnologie e servizi riguardanti i big data raggiungerà i 10 miliardi di dollari nel 2013 (20 miliardi entro il 2016). Previste fusioni e acquisizioni mirate di azienda nei seguenti ambiti: *Visual Data Discovery*, analisi predittiva e analisi dei testi. Fornitori e utenti di prodotti e servizi e IT – ammoniscono gli analisti dell’IDC – non possono più permettersi di restare a guardare, studiare, o esplorare servizi di *cloud*, dispositivi mobili, tecnologie sociali e gli altri elementi della “Terza Piattaforma”. Nel 2013 devono sviluppare competenze in tutte queste tecnologie e adeguarsi il più velocemente alle regole emergenti del mercato della nuova piattaforma.



Scarica [qui](#) il rapporto

EIU: il mondo del business sempre più plasmato dai *big data*

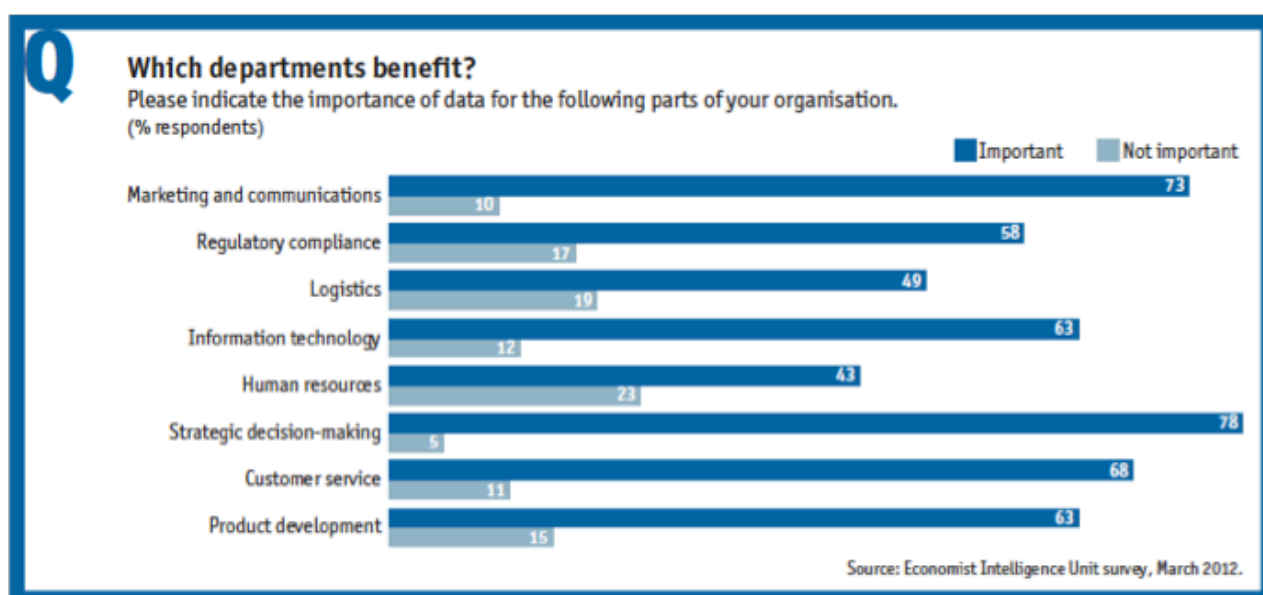
Il potenziale dei *big data* nel fornire alle imprese una comprensione più dettagliata del proprio *business* offre infinite opportunità e sembra destinato a produrre profondi cambiamenti nel modo di fare impresa. La grande disponibilità di dati (secondo Eric Schhmidt, CEO di Google, **5 exabites di dati** sono prodotti ogni due giorni) e tecnologie di analisi stanno oggi consentendo alle imprese, piccole e grandi, di estrarre valore dalla enorme mole di informazioni che esse raccolgono. Grazie alla diffusione di server a basso costo per la memorizzazione dei dati, supercalcolatori sempre più accessibili e algoritmi e strumenti di visualizzazione per il *data mining*, le imprese di tutto il mondo sono maggiormente in grado di individuare e agire sulle nuove tendenze.

Sono diverse le ricerche che confermano la crescente consapevolezza all'interno delle aziende del valore che si può ricavare dai *big data*. In un'indagine condotta nel 2011 dall'*Economist Intelligence Unit*, circa la metà dei 600 CEO intervistati affermava che i *big data* erano diventati un fattore importante per il proprio *business* e circa il 10% dichiarava che essi avevano cambiato completamente il modo di operare della propria impresa. Tuttavia, lo studio evidenziava come molte imprese ancora mostrassero difficoltà con gli aspetti basilari della gestione dei dati e nei loro tentativi di sfruttare i dati in maniera efficace (per un'analisi della rilevanza dei *big data* per le aziende in Italia: "Big data: criticità, aspettative e soluzioni delle aziende in Italia", web survey a cura di ZeroUno). Questo trend è confermato nel recente rapporto **Big data: lessons from the leaders**, in cui l'EIU continua l'esplorazione del processo di diffusione dei *big data* nel

mondo del *business*. I tratti salienti della ricerca, che ha quasi 800 tra *senior executives* di una vasta gamma di settori produttivi e paesi e pionieri dei *big data* (specialisti e consulenti), possono essere riassunti nei seguenti punti.

Presenza di un forte legame tra performance finanziaria e l'utilizzo efficace dei *big data*. Molte aziende sono consapevoli del loro valore, ma non sono ancora in grado di sfruttare appieno le informazioni raccolte. Le aziende più performanti attribuiscono un *premium* ai dati rispetto alle altre aziende e sono in grado di raccogliere più informazioni dall'esterno della propria organizzazione, elaborare i dati, raccogliere i frutti di tale processo e utilizzarli in maniera più diffusa nelle proprie attività.

Concentrare l'attenzione sulle priorità di *business* consente alle imprese di sfruttare i *big data* con maggiore successo. L'approccio alla gestione dei dati rappresenta ancora un punto debole per molte aziende: solo un quinto degli intervistati afferma, infatti, di avere una strategia di gestione delle informazioni ben definita in grado di focalizzare le risorse nella raccolta e analisi dei dati di maggior valore. L'enorme potenziale associato ai *big data* può essere dispiegato appieno solo in presenza di una strategia chiara e ben definita in grado di guidare un'efficace attività di raccolta e analisi delle informazioni. Tale strategia deve essere basata sulle priorità chiave dell'azienda; la componente data è sviluppata in seguito, con l'obiettivo di servire le priorità individuate. Non esiste una soluzione valida per tutte le tipologie di *business*; ciò che gli esperti suggeriscono è che le priorità aziendali, e non la tecnologia in sé, debbano guidare il corso delle azioni da intraprendere.



Il talento è importante al pari della tecnologia. E' facile lasciarsi sedurre dall'alone di magia tecnologica che circonda i big data, tuttavia, mette in guardia lo studio, le persone contano. Anche le più semplici analisi possono rivelarsi molto efficaci se poste nelle mani di esperti con una profonda conoscenza degli obiettivi aziendali. Il cuore della questione è come si utilizzano e interpretano i dati per trovare la risposta adeguata a ciò che si sta cercando. I vertici aziendali devono fare in modo che il pensiero analitico non sia confinato al solo dipartimento IT. I manager collocati nei vari rami dell'organizzazione dovrebbero ragionare su come i dati possano migliorare le prestazioni e, con l'aiuto dei *data expert*, trasformare tali intendimenti in azioni. Ciò richiede maggiori conoscenze nel campo del *computer programming* e della statistica. La ricerca di personale con tali conoscenze non è facile: un problema segnalato da oltre il 40% degli intervistati, che lamenta come la mancanza di personale qualificato ostacoli i tentativi di analizzare i dati più velocemente.

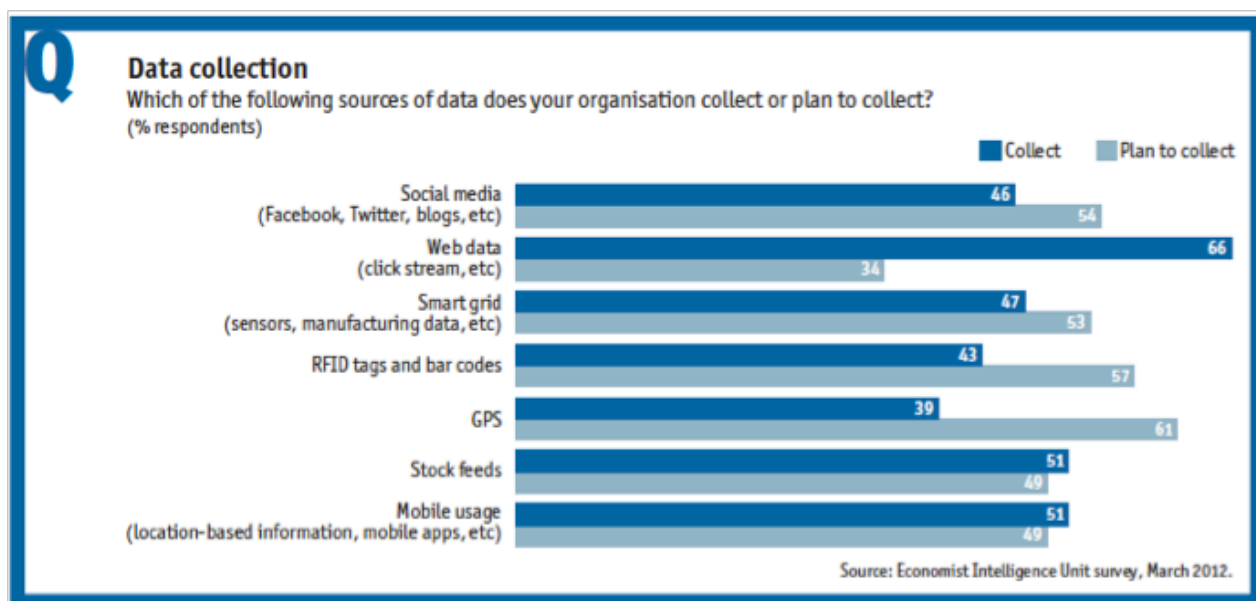
Le tecnologie di *webtracking* e *social media analytics* possono trasformare radicalmente il modo in cui le imprese raccolgono informazioni sui clienti. Secondo gli intervistati, l'impatto maggiore dei big data riguarda le aree aziendali di contatto con la clientela. Le carte fedeltà, ad esempio, hanno già portato a cambiamenti sostanziali nel commercio al dettaglio. I dati raccolti dalle tecnologie *web tracking* e dalle analisi dei contenuti generati dagli utenti sui *social media* stanno diventando altrettanto importanti. Quasi i due terzi delle aziende intervistate (66%), rivela lo studio, stanno già raccogliendo dati dal web. Quando utilizzati in modo efficace le informazioni sulla clientela possono portare a incrementi nel livello di fidelizzazione e all'individuazione di metodi più efficaci per intercettare nuovi clienti. Una migliore comprensione della clientela, suggeriscono alcuni degli esperti interpellati per lo studio, può fornire una valida base di partenza per la sperimentazione di nuove forme di innovazione. Piuttosto che pensare a modalità per acquisire nuovi clienti con l'offerta di nuovi prodotti, le aziende possono utilizzare i dati per stimolare idee innovative sulla

base dell'esperienza del cliente. Ad esempio, un'azienda può usare i dati per accrescere il grado di fidelizzazione. Un negozio al dettaglio potrebbe inviare dei *coupon* per i prodotti regolarmente acquistati dal cliente. O se una organizzazione nota che un particolare negozio attrae volumi elevati di clienti poco prima dell'orario di chiusura, potrebbe decidere di estendere l'orario di apertura per facilitare lo *shopping*. I risultati dell'indagine mostrano che l'abilità nell'utilizzo dei *big data* per creare una migliore conoscenza del cliente è strettamente connessa con una crescita dei profitti per l'impresa.

Big data e democratizzazione dei processi decisionali

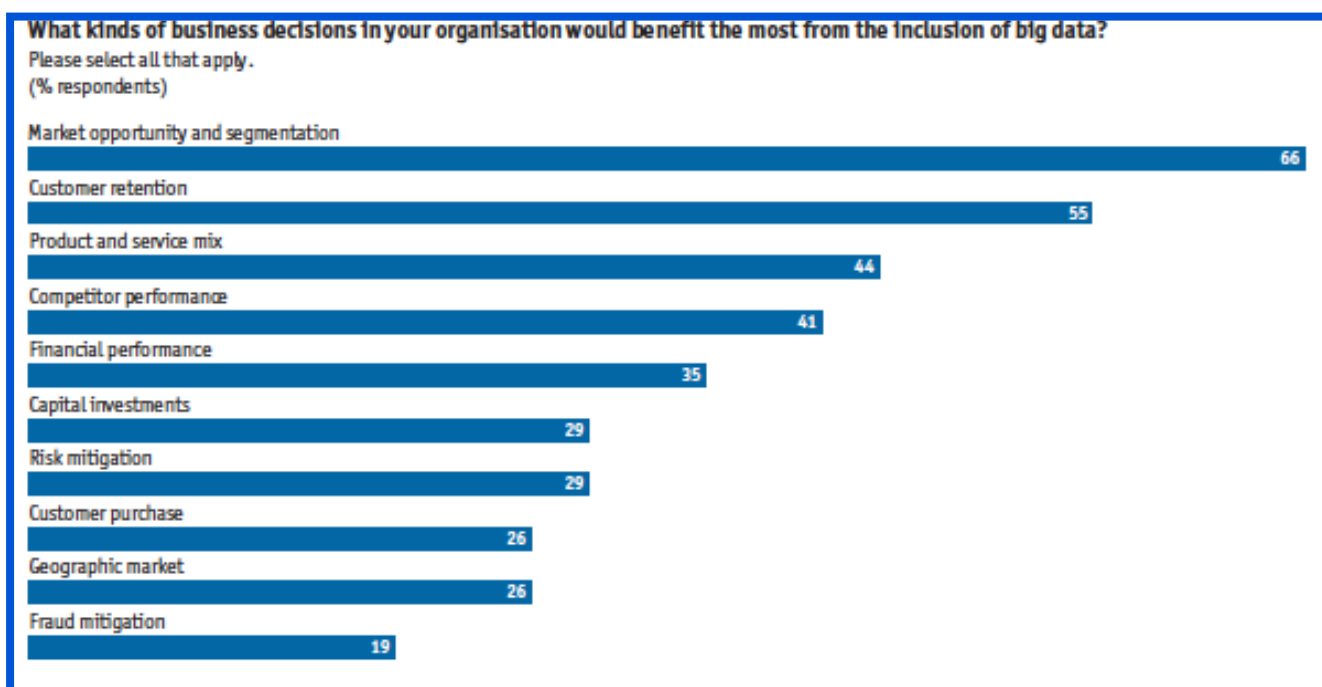
L'ampliamento dell'accesso delle imprese ai *big data* è accompagnato da una timida crescita del numero di *manager* in grado di raccogliere e analizzare informazioni, trarre lezioni e prendere decisioni. I responsabili di differenti reparti aziendali stanno cominciando a sfruttare le informazioni per prendere migliori decisioni su come rispondere alle tendenze emergenti, intercettare nuove opportunità di *business* e mantenere più clienti. L'importanza di questa tendenza, di cui ci si aspetta un'accelerazione giacché le imprese stanno aumentando i propri sforzi per estrarre maggiore valore dalle informazioni che raccolgono, è ben illustrata in un altro studio dell'EIU,

Democratisation of big data decisions. Gli oltre 200 executives intervistati hanno confermato, in tre quarti dei casi, la convinzione che le imprese debbano fare in modo che più impiegati possano accedere e prendere decisioni attraverso l'utilizzo dei *big data*. Il 66% degli intervistati crede che i *big data* possano aiutare il processo di presa di decisione nell'intercettare opportunità di mercato, mantenere l'attuale clientela (55%), competere con le imprese concorrenti in maniera più efficace (41%) e migliorare le *performance* finanziarie (35%). Sono inoltre convinti che dare la possibilità a più lavoratori di accedere ai big data consentirà loro di prendere migliori decisioni e in tempi più rapidi (63%), portare alla luce opportunità di *business* non apparenti in precedenza (45%), identificare e sfruttare opportunità più rapidamente (37%).



Tuttavia, rileva il rapporto, per la maggior parte delle imprese la democratizzazione della presa di decisione guidata dai dati rimane, al momento, un'aspirazione. Il dispiegamento effettivo del potere dei *big data* richiede un cambio di paradigma nella cultura aziendale. Molte imprese prospereranno se porranno i *big data* al centro del proprio *business*, attribuendo alle informazioni l'attenzione strategica che meritano. Le organizzazioni devono inoltre fare in modo che i propri dipendenti abbiano le conoscenze adeguate per fare un buon uso dei dati. Certamente questi non sono obiettivi semplici. Una cosa è però certa: se un'azienda capisce come sfruttarla, l'enorme quantità di informazioni,

che sta plasmando il mondo produttivo, può rappresentare un potente motore di innovazione. Attraverso l'elaborazione di una coerente strategia integrata, disegnata da team interfunzionali ed attuata da *manager* a cui è data facoltà di sperimentare e prendere dei rischi calcolati, le imprese possono scoprire nuove opportunità e assumere decisioni più rapide e sensate in grado di accrescere la competitività e i profitti dell'azienda.



Scarica [qui](#) il rapporto *Big data: lessons from the leaders*

Scarica [qui](#) il rapporto *Democratisation of big data*

Indagini #2

Le regioni e il loro livello di digitalizzazione nel 2° Rapporto Innovazione nell'Italia delle Regioni.

“Nella maggior parte dei casi si assiste al ripetersi della consueta polarizzazione geografica che vede un Nord più avanzato e un Sud più lento, ma in altri casi tale differenza è sfumata in un quadro che vede le Regioni ottenere risultati molto diversi, a prescindere dalla collocazione geografica”. E’ questa la fotografia di sintesi fornita dal 2° Rapporto Innovazione nell’Italia delle Regioni 2012 (RIIR) che illustra il percorso intrapreso da Regioni e Province autonome verso una società pienamente digitale. Il rapporto, realizzato dal CISIS (Centro Interregionale per i Sistemi informatici, geografici e statistici) e pubblicato a gennaio, è strutturato in quattro sezioni: la prima sezione presenta il quadro di contesto relativo alle policy, le risorse e gli attori della società dell’informazione regionale; la seconda parte è dedicata alle infrastrutture e alla sicurezza; la terza sezione affronta i temi dell’e-government, dell’e-health e dell’open data; la quarta, infine, esamina il tema dell’e-inclusion e delle competenze digitali.

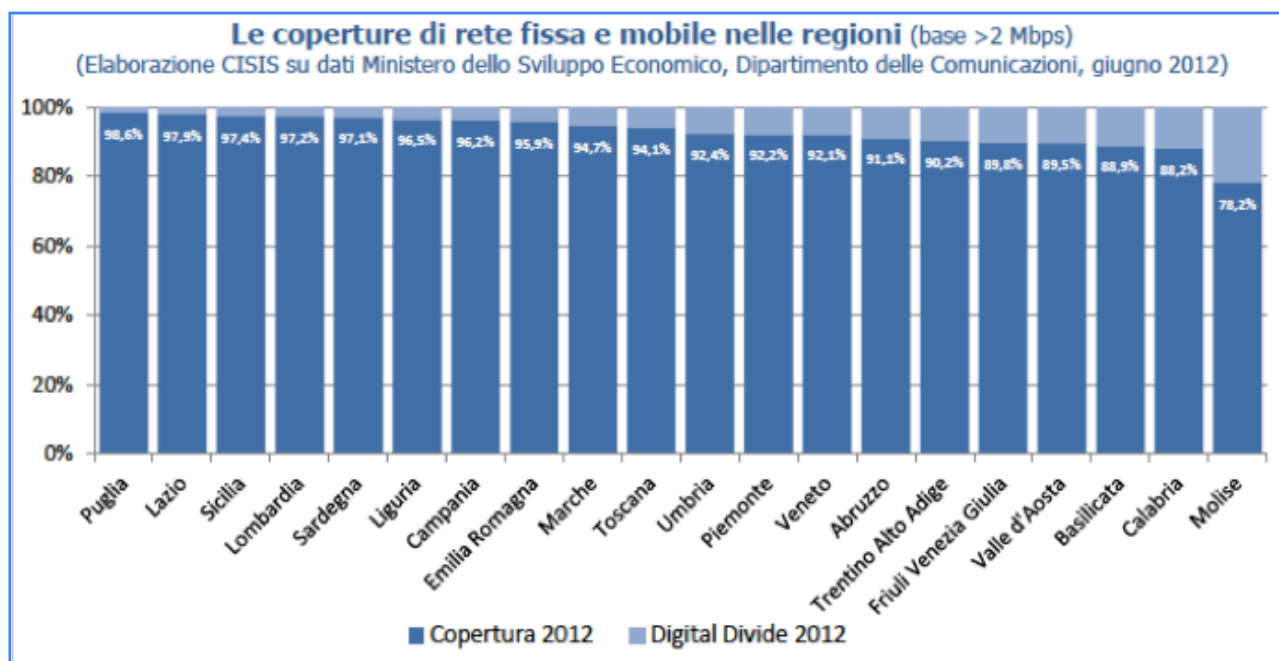
“Osservare la situazione a livello regionale – scrivono gli estensori del rapporto – permette di evidenziare disparità e, soprattutto, individuare con più chiarezza quali siano gli sforzi da compiere nei diversi territori per il raggiungimento dei target che l’Europa ha posto nell’ambito dell’Agenda digitale europea”.

Ma analizziamo in dettaglio alcuni dei contenuti della ricerca, partendo dal quadro regolativo e di policy. Tutte le amministrazioni delle Regioni e delle Province autonome, è scritto nel rapporto, si sono dotate, dai primi anni del 2000, di piani specifici dedicati alla società dell’informazione. Ad eccezione di Calabria, Marche e Campania, le Regioni italiane inquadrano il tema della digitalizzazione in leggi ad hoc. Accanto alle leggi regionali di tipo “generale” che definiscono il contesto regionale e le funzioni attribuite ai diversi soggetti sul territorio, sono nate, in alcune Regioni, nuove leggi riguardanti la sistematizzazione di temi specifici, come il pluralismo informatico, gli open data e la semplificazione amministrativa. Complessivamente, per il periodo 2007-2013, le risorse programmate dalle Regioni per la società dell’informazione ammontano a 5,3 miliardi di euro. Le Regioni con più risorse programmate per singolo abitante sono il Piemonte, la Valle d’Aosta, il Friuli Venezia Giulia e la Basilicata (oltre 150 euro per persona);

mentre la Calabria, insieme alla Campania, è tra le aree del paese con la più bassa quota di risorse finanziarie programmate per abitante (meno di 50 euro per persona). I maggiori investimenti sono concentrati sul settore dell’e-health (559 milioni), degli Enti Locali (459 milioni) e della Ricerca e Innovazione (375 milioni).

Per quanto concerne gli interventi per la modernizzazione e l’efficienza della PA, le Regioni investono complessivamente 113 milioni di euro sull’interoperabilità e circa 85 milioni di euro sulla dematerializzazione: significativo in questo ambito l’impegno delle Regioni del Mezzogiorno, Calabria e Sicilia in particolare, nel tentativo di recuperare i ritardi accumulati.

Gli investimenti sulla banda larga hanno permesso una riduzione negli anni del digital divide di base in Italia. I dati presentati nel 1° Rapporto RIIR indicavano un digital divide complessivo pari al 9%, oggi ridotto di oltre 4 punti percentuali. Tuttavia molto rimane ancor da fare per aumentare la velocità di connessione. Le differenze regionali rispecchiano ampiamente le diversità esistenti nelle caratteristiche orografiche dei territori, che rendono, a seconda dei casi, più o meno agevole la copertura. Per questo tra le Regioni con maggiore digital divide troviamo Molise, Calabria e Basilicata, ma anche Valle D’Aosta, Friuli Venezia Giulia e Trentino.



Gli investimenti attivati dalle Regioni per raggiungere nuovi obiettivi di copertura per la banda larga di base prevedono complessivamente 593 milioni di euro. Di questi, 188,9 milioni di euro riguardano le Regioni del Mezzogiorno per le quali, secondo quanto indicato nel Piano di Azione Coesione, con le risorse aggiuntive definite nel corso di quest'anno (41,9 milioni di euro) dovrebbe essere raggiunto il completo azzeramento del digital divide di base. Alla banda ultra larga sono invece destinati 448 milioni di euro, la gran parte nel Mezzogiorno. La realizzazione di tali interventi consentirà di aumentare la velocità di connessione Internet portandola tra i 30 mbps e i 100 mbps. Le Regioni con il maggior numero di risorse programmate per interventi in questo ambito sono il Friuli Venezia Giulia (125 milioni), la Sicilia (112 milioni) e la Calabria (101 milioni).



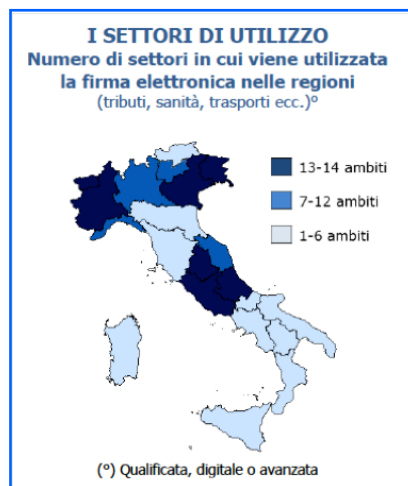
Per quanto riguarda il dato sul grado di interoperabilità delle piattaforme ICT regionali, ovvero della capacità delle amministrazioni di comunicare dal punto di vista dei sistemi informativi, il rapporto RIIR rivela che tutte le Regioni sono dotate di una rete regionale infrastrutturale per l'interconnettività e una porta di dominio in esercizio.

Nel campo della digitalizzazione della Pubblica Amministrazione (e-government, e-health e open data) le Regioni hanno investito nel corso degli ultimi anni risorse ed energie in direzione della sua modernizzazione e semplificazione, ma soprattutto della costruzione di un nuovo rapporto con l'utente. Il prossimo passo, sottolinea il rapporto, è completare la digitalizzazione dei servizi, promuovendone l'accesso più agevole e sicuro, affinché si diffonda la cultura del loro utilizzo e sia più facile

l'integrazione tra servizi di enti diversi. Le Regioni offrono già servizi al cittadino e alle imprese ed abilitano gli enti territoriali ad erogarne. Come per le infrastrutture materiali anche in questo caso la diffusione dei servizi digitali procede a macchia di leopardo, con le regioni del Nord generalmente a fare da apripista nell'offerta di nuovi servizi.

Secondo il rapporto a oggi sono state consegnate oltre 20 milioni di carte regionali per l'accesso ai servizi. Le carte sono state distribuite da 14 Regioni; la Lombardia è stata la regione che ha completato la distribuzione della tessera a tutti i cittadini, tuttavia la carta è stata attivata da solo il 14% dei cittadini. Le Regioni in cui, rispetto al totale della popolazione, sono state attivate il maggior numero di carte sono la Regione Valle d'Aosta (93%), il Friuli Venezia Giulia (47%) e la Toscana (30%). Complessivamente, le carte distribuite consentono l'accesso a 175 servizi diversi, di cui circa un terzo di tipo sanitario. La maggior parte dei servizi è stata attivata in Lombardia (47), seguita dal Friuli Venezia Giulia (38) e dalla Provincia Autonoma di Bolzano (32).

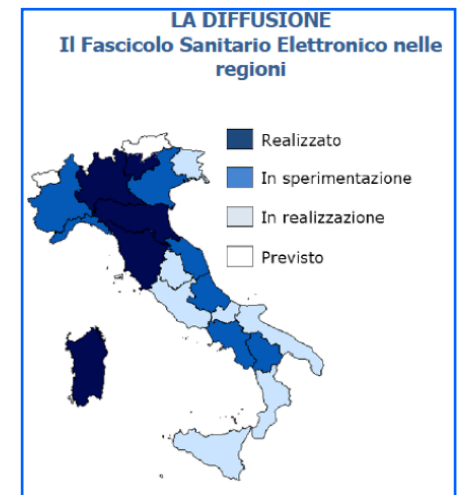
L'utilizzo della firma elettronica è già una prassi per tutte le Regioni, con diversi gradi di utilizzo. Lombardia, Provincia Autonoma di Trento e di Bolzano sono le realtà territoriali che si contraddistinguono per il maggior numero di firme elettroniche. Con riferimento all'uso della firma digitale solo sette Regioni la utilizzano in tutte le attività ordinarie, mentre sono quattro le Regioni per cui l'utilizzo è limitato solo ad alcuni settori di azione, tipicamente la gestione di alcune procedure amministrative interne, il protocollo e la sanità. In Calabria, Molise e Campania il ricorso



alla firma elettronica è confinato alla sola gestione di procedure amministrative interne.

In alcune Regioni sono state attivate piattaforme uniche regionali per i pagamenti on line che consentono di gestire con efficacia le transazioni economiche spettanti al cittadino (non solo della Regione) con modalità di visualizzazione della propria posizione debitoria e pagamento unico anche verso enti diversi, in interoperabilità con i vari soggetti responsabili del pagamento. Nel dettaglio, è possibile compiere pagamenti on-line di prestazioni sanitarie in sei Regioni. Maggiore il numero di Regioni (10) che consentono pagamento on-line di tributi regionali (bollo auto). In otto Regioni è presente una piattaforma integrata per il pagamento on-line. Tutte le Regioni e le Province autonome hanno un Sistema Informativo Territoriale pienamente operativo e consentono un accesso on line al dato territoriale.

Le Regioni stanno muovendo i primi passi nel campo dell'e-health, dove sono state avviate le prime esperienze di Fascicolo Sanitario Elettronico. Oggi



il fascicolo è realizzato in Lombardia, Provincia Autonoma di Trento, Emilia-Romagna, Toscana e Sardegna, è in fase di sperimentazione in Piemonte, Liguria, Marche, Veneto, Abruzzo, Campania, Basilicata, in corso di realizzazione o comunque previsto nelle altre Regioni. Laddove realizzato, il fascicolo è potenzialmente disponibile per tutti i cittadini, ma il numero di fascicoli attivi, cioè i fascicoli dei cittadini che hanno fornito il consenso alla gestione dei loro dati sanitari, è complessivamente piuttosto basso.

Contestualmente le Regioni stanno

lavorando anche all'informatizzazione e modernizzazione dei Sistemi Informativi Sanitari e a iniziative di telemedicina. A tal proposito, si riscontrano prevalentemente iniziative di teleassistenza e telemonitoraggio a distanza dei parametri clinici (esperienze esistenti in Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Provincia di Trento, Veneto, Emilia-Romagna, Sicilia e Sardegna), di teleconsulto tra più operatori sanitari (in Valle d'Aosta, Lombardia, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Abruzzo, Basilicata, Calabria, Sicilia) o telediagnosi che coinvolge medico specialista e paziente (Provincia Autonoma di Bolzano, Provincia Autonoma di Trento, Emilia-Romagna, Marche).

Scarica [qui](#) il rapporto

ICTNOTE

Osservatorio Polo Innovazione ICT Calabria

c/o Centro di Competenza ICT SUD
p.zza Vermicelli, Incubatore TechNest - Università della Calabria - Rende (CS)

Contatti



partner di
Centro di Competenza ICT-SUD



Telefono: 0984.846377

e-mail: staff@contesti.info