

Big data, mercato a +13% nei prossimi anni: "Ma il dato grezzo non basta"

Secondo Forrester Research la crescita sarà costante fino al 2020 e il 70% delle aziende è decisa a investire. Rodolfi (SB Italia): "Esistono però relazioni ignote fra le informazioni. Senza analytics si rischiano inutili costi aziendali e guadagni mancati"

di [Andrea Frollà](#)



I Big Data cresceranno del 12,8% l'anno, ma **rischiano di essere un patrimonio "sprecato" se non opportunamente utilizzato**. Le aziende stanno investendo infatti sempre di più nelle piattaforme per la gestione delle grandi moli di informazioni e, secondo le previsioni di *Forrester Research*, il mercato è destinato a crescere di oltre 10 punti percentuali all'anno da qui al 2020. Gli analisti prevedono che, nel corso del 2016, **circa il 40% delle aziende**

implementerà tecnologie collegate o estenderà le implementazioni già presenti, mentre un altro 30% ha intenzione di adottare soluzioni ad hoc nei prossimi 12 mesi. Tra questi dati esistono però **relazioni non note**, che devono essere comprese e organizzate, perché il dato da "grezzo" si trasformi in "informazione".

"È necessario che i Big Data siano supportati dagli **analytics**, strumenti che elaborano dei modelli per interpretare le informazioni e che sono in grado di fornire indicazioni strategiche per lo sviluppo del business aziendale. Rispetto al passato, registriamo una maggiore consapevolezza non solo dell'importanza dei dati ma anche della necessità di sistemi realmente performanti per elaborarli. **Tutto quello che non viene analizzato è un costo aziendale e un mancato guadagno**", spiega **Luca Rodolfi** responsabile della divisione di business intelligence di **SB Italia**, società specializzata in soluzioni IT per la gestione, l'integrazione e l'ottimizzazione dei processi aziendali.

Anche secondo i dati elaborati dall'*Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence* del Politecnico di Milano, le priorità di investimento per il 44% dei chief information officer riguardano proprio questi temi. "Ci troviamo davanti ad un potenziale davvero significativo: il nostro compito è quello di **sensibilizzare le aziende sulla necessità di utilizzare in modo sempre più appropriato i dati a propria disposizione, a supporto del business**", continua Rodolfi.

Sempre secondo i dati del Politecnico, **banche, industria manifatturiera e telco-media** coprono oltre il 60% della domanda di analytics, mentre il **comparto assicurativo**, attualmente fermo al 5%, segna il più alto tasso di crescita, **oltre il 25%**.

Da un punto di vista di professionalità, i dati dell'Osservatorio sottolineano come, se i cio rappresentano al momento i principali punti di riferimento per il controllo e la gestione degli analytics, le figure del chief data officer e del data scientist, dotati di competenze specifiche, cominciano a comparire nelle aziende. La capacità di applicare gli analytics ai Big Data, è una competenza sempre più desiderata (e richiesta) dalle aziende.