



Il mercato dei Geo-Dati in Europa

- Il dibattito intorno al tema su cui è focalizzata questa nota è sempre molto attivo, soprattutto a livello europeo e anche in Italia tra gli operatori del settore, soprattutto nell'era di quella che ancora viene definita *new economy*. Per quanto ci riguarda il discorso risulta sicuramente interessante, ciò sia per il ruolo che una testata editoriale di settore può rappresentare, ma sia e soprattutto in riferimento ad un mercato anche in Italia in forte attesa. Abbiamo quindi deciso di aprire il dibattito intorno al mercato dei Geo-Dati presentando un primo lavoro, che anche se realizzato nello specifico di un lander tedesco, rappresenta pur sempre un riferimento, sia metodologico che di condivisione di problemi e soluzioni che a poco a poco ci uniranno al resto dell'Europa.

“IL POTENZIALE DI MARKETING DEI PRODOTTI GEO-INFORMATIVI RIMANE AMPIAMENTE NON SFRUTTATO” – UNA RICERCA SUL RUOLO DEI FORNITORI DI INFORMAZIONI GEOGRAFICHE DEL SETTORE PUBBLICO

Un'analisi del mercato tedesco in campo GI ha rivelato che ad oggi il mercato reale rappresenta soltanto una piccola parte del mercato potenziale. Nella regione Nordrhein-Westfalen (Germania ovest) tale mercato può essere valutato intorno al 15% di quello potenziale, e che attuando adeguate strategie tale valore potrebbe clamorosamente migliorare già alla fine dell'anno 2003. Questa la sintesi di uno studio del mercato realizzato dalla MICUS Management Consulting GmbH per conto della Cancelleria Regionale di NRW, ed ora pubblicato da “media NRW” sul sito web all'URL www.media.nrw.de, ovviamente in lingua tedesca.

Fino ad ora molti dei potenziali clienti erano inconsapevoli delle potenzialità e delle opportunità che possono svilupparsi attraverso l'uso di dati geo-spaziali. Fino ad ora inoltre la maggior parte dei dati era di natura tecnica, e non sorprende che negli anni recenti si sia potuto osservare lo sviluppo di un mercato molto specializzato, nonostante lo stesso sia caratterizzato da numerose barriere di entrata come: un'offerta non uniforme, un mercato poco trasparente, un uso costoso delle informazioni geografiche sia in termini tecnici e di risorse che in termini finanziari.

La ricerca MICUS distingue quattro differenti segmenti di mercato. Il più grande di tutti è quello delle applicazioni GIS (Geographic Information Systems). Il secondo segmento di mercato legato ai geo-dati è quello dei sistemi di navigazione. Nei sistemi di navigazione delle autovetture il GIS ha avuto infatti la sua più grande diffusione, e tali applicazioni sono le sole che hanno permesso ai dati

geo-spaziali di diventare popolari nel mercato di massa.

Il geomarketing come terzo segmento è ancora moderatamente sviluppato. Questo settore raccoglie le applicazioni map-based per il marketing, il controllo e l'analisi del mercato basati sull'impiego delle informazioni geografiche. Le soluzioni specifiche per questo settore sono ancora largamente poco diffuse.

Infine il quarto segmento di mercato è rappresentato dal così detto *Emerging Market*, che coincide con lo sviluppo delle nuove tecnologie della Wireless communication, ovvero i *Location Based Services*, che con lo sviluppo dei servizi orientati alla multimedialità distribuita via cellulare, per esempio, diventeranno una realtà attraverso l'UMTS.

Con l'obiettivo di una notevole apertura del mercato entro i prossimi due anni, sarà necessario sostenere significanti cambiamenti strutturali nel settore. I prezzi e le tasse dovranno essere ridotti e i diritti d'uso dovranno essere ridisegnati in un modo più conveniente (marketable way). Sotto queste condizioni specialmente piccole e medie imprese avranno l'opportunità di entrare nel gioco del mercato dei geo-dati. Il vasto uso di internet come canale di marketing deve essere visto quindi come fattore chiave per il successo in questo contesto.

Il punto più significativo, secondo lo studio, sono i fornitori d'informazione del settore pubblico che stanno affrontando nuove sfide nel mercato dei geo-dati. Se riusciranno a fornire informazioni geo-informatiche in maniera estensiva, a livello interregionale e aggiornate, potranno rientrare loro stessi nel ruolo dei *Content Provider*, quindi sul podio dei vincitori con una promettente prospettiva nel *geoinformation-based marketing*.

In conseguenza a ciò le raccomandazioni della ricerca sono precise e specifici

che: se il NRW sarà abile nel creare un adatto clima di business, la crescita del mercato potrà tenersi al di sopra della media abbastanza facilmente, e la creazione di un clima di questo genere potrebbe sostenere un nuovo settore economico con forti ricadute sul mercato del lavoro di tecnici specializzati.

Concludiamo questo report pubblicando l'indice dello studio, così da dare una traccia a chi volesse affrontare il tema nello specifico, inoltre lo studio presentato è completamente disponibile in lingua tedesca all'url <http://www.media.nrw.de/library/publikationen>.

Indice dello studio

I. Analisi del mercato

1. Introduzione
2. Analisi d'offerta
 - 2.1. Fornitori pubblici di geodati
 - 2.1.1. Uffici del catasto e uffici rilevamenti
 - 2.1.2. Uffici rilevamenti regionali
 - 2.1.3. Altri fornitori di geodati della regione
 - 2.1.4. Ministeri della federazione e altre pubbliche amministrazioni
 - 2.2. Fornitori privati
 - 2.2.1. Categorie di fornitori
 - 2.2.2. Ambiti di applicazione per prodotti di geo-dati
3. Piattaforme esistenti
4. Analisi dei clienti
 - 4.1. Settori
 - 4.2. Clienti di fornitori pubblici di dati
 - 4.3. Clienti di fornitori privati di dati
 - 4.4. Esigenze dei clienti

II. Il Concetto di mercato

1. Concetto di cliente
 - 1.1. Mercati
 - 1.2. Clienti
2. Prodotti
 - 2.1. Applicazioni GIS
 - 2.2. Navigazione
 - 2.3. Geomarketing
 - 2.4. Mercati emergenti
 - 2.5. Le esigenze nel mercato dei geo-dati
3. La distribuzione e il marketing
4. Prezzi e diritti d'uso
 - 4.1. Modello di prezzo - Variante I
 - 4.2. Modello di prezzo - Variante II
 - 4.3. Regolamento sui diritti d'uso
5. Fatturato del mercato dei geo-dati
 - 5.1. Fatturato regionale
 - 5.2. Fatturato in relazione ai prodotti
6. Consigli sul procedimento politico

A cura di Bianca Scappatura

La 4ª conferenza ESRI all'insegna della net-economy

Nello scenario delle informazioni geografiche in Italia uno dei maggiori appuntamenti è quello della Conferenza degli Utenti ESRI. L'evento, tenutosi lo scorso 3 Aprile, è ormai al suo quarto anno, e dimostra come il mercato del GIS in Italia sia in piena salute e anzi in piena crescita. La conferenza, che ha visto la presenza di oltre 1500 operatori del settore, è ormai diventata un appuntamento fisso nello scenario dei convegni e degli incontri annuali. Le oltre 15 sessioni in cui sono state presentate circa 70 relazioni, rappresentano il più ampio spettro possibile di applicazioni che fanno ben capire quale sia il livello di diffusione e di potenzialità del GIS. Questa 4ª conferenza ha poi ampiamente rappresentato la convergenza tra tecnologie ICT e soluzioni GIS, infatti una delle sessioni forse più interessanti è stata quella sulle telecomunicazioni. Anche le applicazioni orientate al geomarketing incominciano a farsi presenti, ed è infatti durante la conferenza ESRI che si è tenuta la prima assemblea pubblica di una neonata Associazione per il Geomarketing, promossa da alcuni operatori del settore, che insieme alla Bocconi di Mi-

lano, si prefiggono lo scopo di promuovere la cultura del geomarketing, tecnica che anche in Italia incomincia a dare i suoi frutti e nuove prospettive di impiego, dal marketing territoriale a quello più propriamente orientato al mercato business.

Lo spazio limitato non ci permette di raccontarvi lo scenario completo rappresentato in queste 2 giornate, cosa cui sopperiscono in maniera più che ottima gli atti della conferenza, distribuiti ai partecipanti e disponibili sul sito web all'URL www.esriitalia.it. Tuttavia pur dedicando poco spazio alla conferenza nello specifico, vi presentiamo un estratto significativo del discorso di apertura dal presidente di ESRI Inc. Jack Dangermond, tenuto in differita attraverso un personale messaggio videoregistrato, parole che abbiamo ascoltato con piacere da uno dei pionieri del GIS, e cogliamo l'occasione per ringraziare l'intera squadra di ESRI Italia, a cominciare dal Presidente Bruno Ratti, per la piacevole ospitalità e per il lavoro insostituibile di promozione e sostegno della cultura del GIS in Italia.

A cura della redazione



economici, e sono onnipresenti, essendo molto piccoli, e tale fenomeno continuerà ad espandersi per dieci, quindici anni.

Si dice anche che Internet e la rete che collega tutti questi diversi computer crescerà e collegherà tutti i nostri computer in un'unica grande macchina virtuale. Questo ci offre la possibilità di considerare l'idea di un GIS distribuito e di un geoprocessing su Internet, condividendo i dati, le applicazioni, il modo di pensare: e la geografia, come strumento per realizzare l'integrazione verticale di questa conoscenza, è un'idea molto forte.

Cosa stiamo facendo nel settore del software per cogliere i vantaggi di questo concetto? Innanzi tutto, stiamo costruendo strumenti per la gestione dei dati su server e per fornire anche applicazioni su Internet, tramite un'architettura basata su server.

Ciò non accade solo per le elaborazioni geografiche, naturalmente, ma anche in tutti gli altri campi, e siamo in grado di capitalizzare su quel tipo di architettura generale, ed in genere sull'evoluzione dell'informatica, adottando gli standard che stanno emergendo, con un prodotto chiamato ArcIMS e con un altro chiamato ArcSDE. Si tratta, rispettivamente, di tecnologie per applicazioni Internet per distribuire mappe, per geoprocessing e per quelli che ora chiamiamo geoservices, ed inoltre di tecnologie per la gestione dei dati, che ci permette di inserire tutti i dati spaziali raster, vettoriali e tutti i dati

Intervento d'apertura in differita di Jack Dangermond

Sono molto lieto di avere quest'opportunità di parlare con voi, per qualche minuto, del GIS, di dove sta andando e della visione dell'ESRI. La visione dell'ESRI e lo sviluppo della tecnologia su cui stiamo lavorando vanno di pari passo.

Noi lavoriamo su tecnologie che ci permettono di avere una diversa visione della realtà e la visione del mondo reale incide a sua volta sulle tecnologie che stiamo sviluppando. Si tratta quindi di una specie di relazione ciclica tra visione e tecnologia.



Oggi, quello che accade nel contesto tecnologico generale in cui tutti stiamo vivendo è che i computer stanno diventando più veloci, più



“con modello ad oggetti” in un unico Data Base relazionale per la loro gestione.

Dal lato client, abbiamo inventato un client html, gratuito, un client Java, chiamato ArcExplorer, anch'esso gratuito, ArcView, e un nuovo prodotto, ArcEditor, ed anche Arc-Info, che sono i nostri prodotti di “fascia alta” basati su architettura COM, e che ora saranno distribuiti nella versione Arc 8.1.

Noi chiamiamo questo ambiente generale costituito da server e da un insieme di client, il sistema ArcGIS. Si tratta di una generazione completamente nuova di architettura per noi, architettura per il cui concepimento e sviluppo abbiamo speso oltre cento milioni di dollari.

Il lancio dell'ambiente Arc 8.1 avrà luogo questa primavera, ed è molto importante per noi, non soltanto per ottimizzare, mediante un'architettura ed una tecnologia maggiormente basate su standard e infrastrutture IT, tutto quanto abbiamo fatto in passato, ma anche perché questa nuova tecnologia è molto più divertente e molto più facile da utilizzare ed applicare, e possiede un'interoperabilità superiore a quella avuta in passato.

Ciò significa una migliore cartografia, significa un sistema più aperto, una migliore gestione dei dati, strumenti più potenti sia per l'analisi sia per l'elaborazione di modelli di dati. Significa anche che ora abbiamo una piattaforma che ci permette di pubblicare le nostre informazioni per i consumatori per l'accesso Internet ai dati spaziali.

E vedremo e stiamo vedendo i nostri utenti pubblicare in quel modo i loro dati, rendendoli disponibili così ai cittadini ed ai consumatori, una specie di relazione diretta aziende-consumatore (b-to-c) o, nel caso dei governi, governo-consumatore/cittadino (g-to-c).

Inoltre grazie a questi prodotti di “fascia alta”, tale architettura permette ad un ente di pubblicare i propri dati e ve-

colarli attraverso Internet in modo che un altro ente possa utilizzarli. Prendiamo ad esempio il catasto, se io pubblico i dati del catasto su Internet, e lo faccio tramite map servers o data-stream servers, altre organizzazioni che hanno ArcView o ArcInfo possono integrare quei map servers o data-stream servers nelle proprie applicazioni e con i dati residenti sul proprio disco utilizzando il tutto come se fosse disponibile localmente.

Pertanto, il server remoto aggiorna i dati, ed io li utilizzo a livello locale come se fossero miei. Ciò significa che emergerà una specie d'infrastruttura di cooperazione per i dati spaziali. Ora, la tecnologia sta iniziando a raggiungere questa visione di un'infrastruttura per i dati spaziali.

La visione era importante, ma anche la tecnologia concepita per permettere di realizzare questa visione è importante. Per questo spesso andiamo avanti e indietro, e mi piace quest'idea.

Voi utenti, siete molto potenti, perché siete veramente coloro che mettono in pratica questo modo di pensare, di ragionare e questa evoluzione della tecnologia. Abbiamo bi-

sogno di voi e del vostro aiuto, abbiamo bisogno che ci suggeriate la strada da seguire, e dove sono le lacune della nostra visione e della nostra tecnologia.

Ecco perché questo tipo d'incontro, il riunirci, è così importante per noi, perché ci offre dei suggerimenti: “questo o quest'altro non va bene, abbiamo bisogno di performance in questo caso”.

Del GIS, io posso soltanto dire che sono tecnologie estremamente complesse, che riguardano la gestione dei dati, la visualizzazione, gli strumenti di analisi. Non avevo mai visto una tecnologia di software che fosse così complessa, e così, diciamo, così impegnativa da un punto di vista tecnico. E' molto più difficile scrivere un sistema GIS che non un sistema DBMS.

I nostri colleghi in Oracle, in IBM, in Microsoft sono tutti straordinari artigiani tecnologici, e noi dipendiamo da loro per un certo aspetto del nostro sistema generale, uno strumento DBMS per gestire i nostri dati. Tuttavia, concepire questo tipo di strumenti affinché funzionino con questo tipo di tecnologia è impegnativo. E poi, realizzare una visualizzazione rapida, una veloce visualizzazione del raster, ad esempio, o una proiezione on-the-fly, o una sovrapposizione di poligoni sono tecnologie difficili e complesse a livello di algoritmi, e riunirle tutti in uno strumento che ha del miracoloso, è stata veramente un'impresa.

Tutto ciò è possibile solo con il vostro aiuto, e, pertanto, voglio nuovamente invitarvi a collaborare qui con ESRI ITALIA, ed anche con la corporate della nostra società; siamo pronti a ricevere le vostre osservazioni in qualsiasi momento, e saranno sempre le benvenute. Grazie per quest'opportunità di condividere in parte con voi la visione ArcGIS e spero che possiate trascorrere momenti interessanti e piacevoli in queste giornate. Grazie.



Un premio alla più giovane presenza nella 4a conferenza degli Utenti ESRI

A cura di ESRI Italia