

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Digital Identity

CON IL COVID BOOM DELLE IDENTITÀ DIGITALI: 13 MLN UTENTI SPID NEL 2020 (+140%)

MA MANCA UNA STRATEGIA COMUNE PER COGLIERNE TUTTO IL POTENZIALE

Nel 2020 In Italia è più che raddoppiato il numero di identità SPID, 22% della popolazione. Ma siamo lontani dai Paesi europei più avanzati, come Olanda (79%), Svezia (78%), Norvegia (74%) e Finlandia (55%).

Mercato in crescita ma ancora modesto: a fine 2019 spesi dalla PA 7,5 milioni per l'adesione a SPID, il 76% destinato a solo dieci operatori. Solo 5.300 PA e 12 aziende private consentono l'accesso ai servizi con SPID

173 startup a livello internazionale offrono soluzioni di identità digitale, 721 milioni di dollari di finanziamenti raccolti

Milano, 27 novembre 2020 - Nel 2020 sono arrivate a oltre 13 milioni le identità SPID attive, con una crescita del 140% rispetto al 2019, trainata dagli interventi normativi per agevolare l'adozione e dall'obbligo per l'accesso a bonus e indennità erogate durante la pandemia. È stata rilasciata un'applicazione mobile per digitalizzare completamente la carta d'identità elettronica, oggi in possesso di quasi 18 milioni di italiani. E sono nate diverse iniziative private per gestire l'ingresso di nuovi clienti da remoto, l'accesso a servizi e l'autorizzazione a effettuare transazioni digitali su diversi canali. L'emergenza sanitaria, con l'imposizione del lockdown e le norme di distanziamento sociale, ha segnato una vera e propria svolta nella diffusione di sistemi di identità digitale in Italia, ma manca ancora una cultura strutturata sul tema, con una condivisione delle strategie e una direzione comune che permettano di sfruttarne a pieno il potenziale. È quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio **Digital Identity della School Management del Politecnico di Milano** (www.osservatori.net)* presentata questa mattina durante il convegno online "Alla ricerca dell'identità... digitale".

"Nel 2020 il numero di identità SPID attive è più che raddoppiato, con circa 7,7 milioni di nuovi utenti in più rispetto ai 5,5 milioni censiti a fine 2019, e gli accessi mensili sono passati dai 6,3 milioni di gennaio ai 16,7 milioni di ottobre - sottolinea **Giorgia Dragoni**, Direttore dell'Osservatorio Digital Identity -. Nonostante l'aumento, SPID copre appena il 22% della popolazione (e il 26% degli italiani maggiorenni), lontano dai livelli dei paesi europei più avanzati, come Olanda (79%), Svezia (78%), Norvegia (74%) e Finlandia (55%). Nel panorama europeo ci sono poi tanti altri sistemi molto diffusi, per esempio in Germania o Francia, che si basano però su smart card ed è quindi difficile stimarne l'effettivo utilizzo per l'accesso a servizi digitali".

Il mercato in Italia è ancora modesto e molto concentrato: a partire dal 2016 fino a fine 2019 sono stati spesi dalle Pubbliche Amministrazioni poco più di 7,5 milioni di euro per l'adesione al sistema SPID, di cui 5,7 milioni (il 76%) destinati a soli dieci fornitori. E sono 5.300 su oltre 22.000 le PA che consentono ai cittadini di usare SPID per accedere ad almeno un servizio digitale.

Ma il crescente interesse attorno all'identità digitale attira nuovi attori innovativi sul mercato: sono state censite 173 startup a livello internazionale che offrono soluzioni per semplificare il riconoscimento dell'utente, sfruttano tecnologie come intelligenza artificiale, machine learning o blockchain per l'autenticazione o gestiscono l'integrazione di diversi applicativi, per un totale di finanziamenti raccolti pari a 721 milioni di dollari.

"La pandemia ha dato una forte accelerazione allo sviluppo dell'identità digitale, evidenziando l'urgenza di un sistema di riconoscimento sicuro - afferma **Valeria Portale**, Direttore dell'Osservatorio Digital Identity -. Gli attori chiave del mercato stanno costruendo importanti opportunità di business, creando ecosistemi e stringendo partnership, con l'obiettivo di valorizzare l'identità digitale degli utenti in diversi ambiti. Ma gli sforzi compiuti finora sono solo il punto di partenza di un percorso più complesso: per sfruttare tutto il potenziale dei sistemi di ID è necessario dotarsi di una strategia organica di gestione delle iniziative nate in ambito pubblico e privato, sviluppare servizi accessori associati all'identità digitale, rafforzare la collaborazione fra pubblico e imprese, sperimentare nuove tecnologie che rendano i sistemi più sicuri e certificati".

"L'identità digitale sta assumendo un ruolo sempre più centrale nelle interazioni online e offline, abilitando la possibilità per l'utente di accedere a servizi da remoto - afferma **Luca Gastaldi**, Direttore dell'Osservatorio Digital Identity -. Nel 2020 abbiamo assistito a un vero e proprio boom di SPID, ma il suo vero potenziale è ancora poco sfruttato. Sono ancora troppo pochi i servizi accessibili, sia in ambito pubblico sia in ambito privato, e le risorse stanziolate dalla PA per rendere i loro servizi accessibili tramite SPID sono limitate e nelle mani di pochi operatori. Così SPID rischia di essere una chiave universale che apre poche porte, utilizzata solo

all'occorrenza per accedere a bonus e iniziative spot, e non per l'accesso abituale a servizi pubblici e privati di frequente utilizzo".

I modelli di identità digitale - L'identità digitale è un insieme di dati che consentono di identificare univocamente una persona, un'azienda o un oggetto e che vengono raccolti, memorizzati e condivisi digitalmente all'interno di un ecosistema di attori e attraverso tecnologie abilitanti, e che permette l'accesso a servizi digitali a valore aggiunto. L'Osservatorio ha individuato 5 modelli di identità digitale. Il *Social ID*, ovvero l'insieme di dati dichiarati dall'utente quando si iscrive a una piattaforma social, come le identità di Facebook o Google, è caratterizzato da minimo livello di verifica e alta frequenza di aggiornamento e può essere valorizzato anche per l'accesso ad altri servizi digitali. L'*eCommerce ID* ha caratteristiche simili ma è basato su piattaforme di eCommerce o marketplace, come Amazon o Shopify. L'*eGov ID* raccoglie i sistemi di identità digitale sviluppati e distribuiti da enti governativi che riconoscono in modo univoco i propri cittadini e permettono loro di utilizzare i servizi pubblici, ad esempio CIE. Il *Financial ID* è il profilo di dati identificativi raccolti da un istituto bancario per riconoscere il proprio cliente, successivamente valorizzati per l'accesso anche presso altri service provider; è il caso di PayPal. Il *Mobile ID*, infine, è basato sull'uso della SIM Card come elemento di sicurezza per i dati sull'identità dell'utente, raccolti e verificati con livelli di garanzia medio-alti.

"Social ID e eCommerce ID sono molto usati ma presentano problemi legati alla privacy degli utenti e al trattamento dei loro dati, mentre eGov ID sono sistemi trusted, caratterizzati da alta affidabilità, ma in molti casi la frequenza di utilizzo è molto minore - afferma **Giorgia Dragoni** -. Il potenziale inespresso delle eGov è molto elevato, perché potrebbero essere adottati da tutti i cittadini, ma in molti paesi europei, fra cui l'Italia, stentano a diffondersi. Mobile ID e Financial ID, anch'essi sistemi trusted, offrono grandi opportunità per la ricchezza dei dati e per l'attenzione all'esperienza dell'utente, caratteristiche che ne aiutano la diffusione e le rendono attraenti sia per l'utente sia per il service provider".

Potenziare l'identità digitale - La prima strada individuata dall'Osservatorio per potenziare l'identità digitale in Italia è la *valorizzazione dei modelli esistenti*, arricchendo i dati, integrando il profilo base dell'ID con altre informazioni, coinvolgendo nuovi attori nell'ecosistema dell'identità digitale in diversi ruoli e diffondendo una maggiore consapevolezza dell'utilità e della sicurezza di questi sistemi.

Un'altra chiave è l'*integrazione dei sistemi di ID con servizi accessori*: la gestione dell'intero ciclo di vita della transazione digitale in sicurezza porta vantaggi sia per chi gestisce i dati dell'utente sia per chi offre il servizio, come la possibilità di firmare documenti e contratti dopo un riconoscimento certo dell'utente che consente all'identity provider di valorizzare l'ID associata e al service provider di gestire tutte le fasi della transazione.

La terza direzione è l'*interoperabilità con altri sistemi di ID* attivi in Italia e all'estero, indispensabile per consentire transazioni e interazioni fra paesi europei e moltiplicare le opportunità di utilizzo dell'ID per l'utente; per i service provider, invece, stringere delle partnership tra attori di ecosistemi diversi permetterebbe la creazione congiunta di nuovi servizi a completamento dell'offerta e la condivisione di asset e tecnologie abilitanti.

La quarta strada è *sperimentare nuove tecnologie*, aumentando il valore dell'identità digitale: integrare innovazioni tecnologiche in sistemi esistenti e sviluppare dei progetti pilota per comprendere benefici e applicazioni può rivelarsi l'elemento chiave per rimodulare le dinamiche del mercato dell'identità digitale.

Le startup - L'ecosistema delle startup che offrono soluzioni nell'ambito dell'identità digitale è ancora giovane e di piccole dimensioni, ma presenta trend che stanno attirando l'interesse di grandi aziende e investitori internazionali. L'Osservatorio ha censito 173 startup a livello internazionale, di cui 130 finanziate con un totale di 721 milioni di dollari, pari a circa 5,6 milioni a startup. Quasi la metà degli investimenti (48%) è stata raccolta da appena 20 startup (il 15% del totale).

Una startup su due propone di semplificare il riconoscimento dell'utente, garantendo al tempo stesso elevati standard di sicurezza attraverso il riconoscimento biometrico, e riceve mediamente 5,3 milioni di dollari. Il 31% offre soluzioni per l'autenticazione basate su Artificial Intelligence e Machine Learning ed è il gruppo di startup più finanziato, con in media 8,9 milioni di dollari. Circa un terzo basa il proprio modello di business su infrastrutture decentralizzate, come la blockchain, raccogliendo in media 4,3 milioni di dollari di investimenti. Il 34%, infine, si occupa della gestione di API (interfacce grafiche che consentono la comunicazione e la trasmissione di dati tra applicativi diversi) e dell'integrazione delle interfacce di diversi applicativi, ottenendo un finanziamento medio di 6,8 milioni di dollari.

*L'edizione 2020 dell'Osservatorio Digital Identity è realizzata in collaborazione con Aruba Enterprise, Ernst & Young, Fabrick, Intesa (Gruppo IBM), Inventia, Mastercard, Movenda, Namirial, nCipher Security, Poste Italiane, SIA, Telecom Italia Trust Technologies.

**Ufficio stampa School of Management del
Politecnico di Milano**

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9545
email barbara.balabio@osservatori.net
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/people/barbara.balabio)
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

Piero Orlando
po@dicomunicazione.it
Mob.: 335 1753472

Marco Puelli
mp@dicomunicazione.it
Mob.: 320 1144691

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di Innovazione Digitale in Italia. Le attività sono svolte da un team di oltre 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su più di 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: 5G & Beyond, Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data & Business Analytics, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Climate Finance, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Connected Car & Mobility, Contract Logistics "Gino Marchet", Cybersecurity & Data Protection, Design Thinking for Business, Digital B2b, Digital Content, Digital Identity, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Innovative Payments, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart AgriFood, Smart Working, Space Economy, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Sustainable & Digital Beauty, Tech Company - Innovazione del Canale ICT.