

Comunicato stampa

**IL SETTORE DELLE AZIENDE TECNOLOGICHE ITALIANE:  
CRESCITA E INNOVAZIONE**

**+9% LA CRESCITA MEDIA DEI RICAVI DELLE TECH COMPANY NEGLI ULTIMI 5 ANNI,  
GRANDE SPINTA DALLE STARTUP (+60%)  
OTTIMI ANCHE I VALORI DI MARGINALITA', CHE SUPERANO IL 10% NEL 2018**

All'evento Digital360 dedicato alle aziende ICT presentati i risultati dell'Osservatorio Tech Company del Politecnico di Milano

*Milano, 29 ottobre 2019* – La compravendita di soluzioni e servizi digitali rappresenta in Italia un mercato enorme, di oltre 30 miliardi di euro, che impiega circa 600.000 occupati<sup>1</sup>. Ma quale è lo stato di salute delle “tech company” italiane (software house, distributori, system integrator, value added reseller, start up, ecc.) che operano al suo interno?

Per rispondere a questa domanda l'Osservatorio Tech Company del Politecnico di Milano ha analizzato i bilanci di oltre 10.000 società di capitali di imprese operanti nel settore. I risultati emersi sono decisamente positivi: l'incremento medio annuo dei ricavi dal 2013 al 2018 è stato pari al 9% con un forte traino da parte delle startup (nate dopo il 2013) che crescono in media del 60% nello stesso periodo. Anche la marginalità registra una crescita costante nel corso degli anni e supera il 10% nel 2018.

Nonostante i dati di crescita e di marginalità positivi, da un'analisi condotta su oltre 270 imprese dall'Osservatorio, emerge come gli strumenti di marketing utilizzati siano ancora “tradizionali”: sono poche le tech company che stanno sfruttando al meglio i nuovi strumenti di marketing digitale a supporto della comunicazione e della generazione di opportunità di business.

Sono alcuni risultati della ricerca dell'**Osservatorio Tech Company** della School of Management Politecnico di Milano, presentati in occasione di **TechCompaniesLab**, l'evento per gli imprenditori e i manager delle aziende ICT organizzato da **Digital360**: una giornata di dibattito con occasioni di confronto, networking e academy di formazione sui temi del marketing digitale.

“Alcune tech company italiane stanno cavalcando con successo la dinamica a doppia cifra di alcuni segmenti del mercato digitale, anche attraverso percorsi di crescita esterna (merger & acquisition), dimostrando grande visione e capacità imprenditoriale. - commenta **Andrea Rangone**, Amministratore Delegato del Gruppo Digital360 -. Nel pieno della quarta rivoluzione industriale, che si contraddistingue per la pervasività del digitale in ogni business, le tech company italiane svolgono un ruolo cruciale nella trasformazione e nell'innovazione delle imprese e delle pubbliche amministrazioni”.

---

<sup>1</sup> Fonte: Assinform

L'Osservatorio Tech Company del Politecnico di Milano ha analizzato oltre 10mila bilanci di società di capitali del Canale ICT italiano con fatturato superiore a 500mila euro, da cui emerge una crescita dei ricavi tra il 2013 e il 2018 più accentuata tra le imprese di taglia media (+11,6% per quelle con fatturato tra i 5 e i 10 milioni di euro, +12,7% per quelle con fatturato 10 e i 50 mln di euro). Sono migliori poi le performance di imprese "top partner" dei 10 grandi vendor globali (+10,9%) e quelle che hanno in portafoglio soluzioni innovative come Cloud, IoT, Big Data e AI (+9,9%). "Mediamente, le tech company italiane mostrano buoni risultati, con una crescita significativa dei ricavi, pari al 9% medio annuo e marginalità superiori al 10%, in un settore in profonda trasformazione – commenta **Raffaello Balocco**, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Tech Company del Politecnico di Milano –. Da un lato, diminuiscono, a seguito dell'uscita dal mercato di alcuni player storici, le imprese focalizzate solo sul 'volume', dall'altro mostrano risultati sopra la media alcuni nuovi player con soluzioni 'verticali'. Ma la spinta più forte arriva dalle startup, capaci di portare innovazione dirompente in alcuni ambiti".

L'analisi dell'Osservatorio sulle strategie di marketing – basata su una survey che ha coinvolto oltre 270 imprese - rivela come il budget investito in attività di marketing nel 2019 si attesti all'1% del fatturato complessivo, ma sia destinato a aumentare in oltre il 60% delle imprese. Le attività di marketing più diffuse sono l'organizzazione di eventi "fisici" (nel 77% delle imprese) e l'utilizzo dei social in modalità "gratuita" (79%), ma il livello di soddisfazione di questi canali è spesso al di sotto delle aspettative. "I tech buyer cercano sempre più online informazioni su prodotti e servizi, ma molte imprese del settore sono guidate da un approccio orientato più alla vendita che al marketing – prosegue **Balocco** –. Oggi si utilizzano soprattutto canali di marketing "tradizionali" che generano poca soddisfazione, mentre è ancora poco percepita l'importanza degli strumenti online, utilizzati solitamente con iniziative 'spot' non integrate in un piano complessivo. Un quadro da cui emerge la grande opportunità di un utilizzo dei diversi strumenti di marketing online, all'interno di una chiara strategia complessiva per generare opportunità di business".

## DIGITAL360

DIGITAL360, società quotata sul Mercato AIM di Borsa Italiana, si pone l'obiettivo di accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni nella comprensione e nell'attuazione della trasformazione digitale e favorirne l'incontro con i migliori fornitori tecnologici. DIGITAL360 persegue questo obiettivo attraverso due business units: una, denominata "Demand Generation" supporta le imprese tecnologiche (vendor, software house, system integrator, startup, ecc.) nelle attività di comunicazione, storytelling, gestione eventi e generazione di opportunità di business; l'altra, denominata "Advisory & Coaching" si rivolge a tutte le imprese e a tutte le pubbliche amministrazioni che vogliono intraprendere un qualsiasi percorso di trasformazione digitale. NetworkDIGITAL360, trasversale a entrambe le Business Unit, è il più grande network di testate online dedicate a tutti i temi dell'Innovazione Digitale. DIGITAL360 integra un mix multidisciplinare e multiculturale di professionalità e competenze grazie ad analisti, giornalisti, consulenti ed esperti del mondo digitale, accumulati da una grande passione e missione: l'innovazione digitale come motore della crescita e dell'ammodernamento del nostro Paese. Per altre informazioni: [www.digital360.it](http://www.digital360.it)

Ufficio stampa Digital360: **d'I** comunicazione

Piero Orlando, [po@dicomunicazione.it](mailto:po@dicomunicazione.it) mobile +39 3351753472

Marco Puelli, [mp@dicomunicazione.it](mailto:mp@dicomunicazione.it), mobile +39 3201144691