



LONG WAVE

La nuova impresa digitale

Potenzialità | Esigenze | Prospettive

Comunicato stampa

DIAMO I NUMERI PER CONTARE DI PIU' **ASSINTELDigitale disegna l'identikit del Made in Italy digitale: l'onda lunga che cresce e cerca un'identità**

Possono diventare un motore dell'innovazione nel Paese, sono giovani PMI sorte nell'86% dei casi dopo il 2000, preparatissime con oltre i 58% di laureati e il 18% di dottorati, con organizzazioni flessibili, "liquide". Cubano il 3,9% del PIL pari a 54 miliardi all'anno e crescono nonostante la crisi: come numero d'impresе (+9,3% nel triennio nero 2009/12), come addetti totali (+13,7%) e soprattutto come previsioni di fatturato 2013 (in crescita per il 68%). Oltre un terzo dei lavoratori è volutamente atipico. Criticità? Il costo dello Stato sul lavoro non sostenibile, la burocrazia, l'accesso ai vecchi modelli di credito e infine la reperibilità di competenze e di formazione adeguata nelle aree meno digitali dell'Italia, ovvero il 70-80% del territorio nazionale.

Milano, 2 luglio 2013. Il Made in Italy digitale ha finalmente un identikit: lo disegna **ASSINTELDigitale** nella prima ricerca mai fatta in Italia sull'universo della nuova impresa digitale.

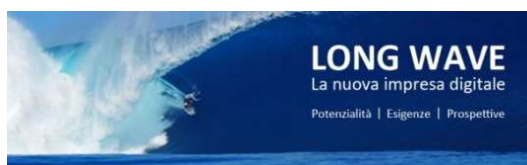
230.000 è il numero dei soggetti censiti, di cui 173.000 sono a pieno titolo **nuove imprese digitali** e si muovono nei Servizi Web, Mobile e Internet of Things, nel Software e Big Data, nella Consulenza, nei nuovi Media Sociali, nel Design, nelle Produzioni multimediali e nel Digital Entertainment, nel Finance 2.0. Ma sfuggono alle classificazioni tradizionali: sono organizzazioni liquide, che fanno della creatività e dell'innovazione anche sociale la loro ragion d'essere.

Sono soprattutto piccole imprese, fatte di under 35 molto preparati e lontani dalla logica del posto fisso, con format organizzativi "liquidi". Negli anni bui della crisi crescono, persino in questo 2013 il fatturato sarà in miglioramento o stabile per i tre quarti degli intervistati.

"Sono la punta di diamante della nostra imprenditoria e tengono agganciata l'Italia alla modernità", questo il commento di **Giorgio Rapari**, presidente Assintel. *"I dati della ricerca danno luce ad uno scenario mai indagato e tuttavia decisivo per la nostra economia: in Italia esiste un universo fluido di nuove imprese che, nonostante la crisi strutturale, funzionano. Portatrici di innovazione, sono le punte di diamante di una nuova imprenditoria che dobbiamo riconoscere e valorizzare, perché contribuisce in maniera decisiva all'innalzamento del nostro PIL e della nostra competitività".*

"Cercano un centro di gravità permanente" sottolinea **Maria Grazia Mattei**, Vice Presidente di Assintel e coordinatrice di ASSINTELDigitale, la verticalizzazione che rappresenta il nuovo mondo dell'impresa digitale. *"Hanno al centro della loro attività il web e la creatività, parlano linguaggi nuovi e si muovono su logiche fluide e poco strutturate. Per questo non si riconoscono nei tradizionali modelli di rappresentanza e soffrono una sindrome da disadattamento al contesto burocratico. Ed è proprio ricalcando queste esigenze che ASSINTELDigitale sta costruendo un luogo identitario adatto a loro".*

I dati della ricerca sono stati presentati oggi in anteprima in **Camera di Commercio di Milano**, l'Istituzione che più di ogni altra si impegna da anni nella valorizzazione e nel sostegno del digitale. La città non è stata scelta a caso: la provincia di Milano è la prima in Italia per densità digitale (più dell'8% sul totale imprese).



I dati della Long Wave nel dettaglio

La ricerca è stata svolta nel mese di maggio 2013 per ASSINTEldigitale dallo Studio Giaccardi e Associati ed ha elaborato dati provenienti sia da un'indagine desk, sia da un campione qualitativo di 204 interviste.

Le imprese digitali **sono piccole e medie imprese**, con mediamente 17 collaboratori e un fatturato di 1.000.000 di euro. Ma il 44%, essendo giovanissime, si colloca sotto i 100.000 euro l'anno. Il 75% di esso è nel b2b e l'87% è generato in Italia. Nel 2013 le previsioni sono controcorrente rispetto al buio del Paese: in crescita nel 68% dei casi e stabili per il 28%.

Il 63% è digital native, cioè è nata recentemente sui nuovi paradigmi digitali, ed è mossa in primo luogo da passione e incontri professionali precedenti; il restante 37% deriva da una evoluzione delle "vecchie" imprese IT.

Per due terzi sono SRL, ma il modello **organizzativo è per lo più "liquido"**: il 60% delle imprese è infatti strutturato sul singolo processo/commissa ed è per lo più informale. Protagonista assoluto dell'organizzazione e della comunicazione interna è il web, vera piattaforma di collaborazione per l'85% di esse. Il 33% lo utilizza anche per vendere online.

L'identikit del lavoratore digitale: giovane (67% under 35, che sale al 72% nelle imprese native digitali), maschio (64%), laureato (il 65%) o addirittura con master/dottorato/PHD (12%), con esperienza lavorativa all'estero (29% nelle imprese digital native).

Ma soprattutto con un contratto atipico per oltre un terzo di essi (CoCoPro e Partite IVA). Il cosiddetto posto fisso, a tempo indeterminato, resta predominante solo per le imprese tradizionali IT based, più grandi e organizzate, mentre è un non-luogo per quelle native digitali (solo il 26%): i costi dello Stato sul lavoro per le loro organizzazioni piccole e liquide sono troppo alti. In esse molto spesso il titolare è factotum e i carichi di lavoro diventano critici.

L'occupazione è in costante crescita: a fine 2012 sono oltre 620.000 gli addetti digitali, in crescita di quasi 75.000 unità (+13,7%) rispetto all'inizio della crisi nel 2009. Ma il dato più interessante è che ad essi si aggiunge oltre un altro terzo di professionisti atipici, cioè oltre 250.000 persone strutturali nei processi produttivi della nuova impresa digitale, che abbiamo stimato attraverso l'indagine di campo.

Le **magiori criticità** dichiarate dagli imprenditori?

Ai primi posti il costo dello Stato sul lavoro, l'accesso al credito bancario ma soprattutto i vecchi modelli "fordisti" di offerta finanziaria, e l'ancora scarsa disponibilità in Italia di investimenti privati.

Ci sono poi i problemi di tipo organizzativo: troppo carico di lavoro su poche persone, mancanza sul mercato di competenze tecniche e manageriali adeguate, e parallelamente una scarsa offerta formativa adeguata alle loro esigenze.

Tutti gli aggiornamenti sono sulla piattaforma longwave.assintel.it

ASSINTEldigitale è il punto di riferimento associativo per le aziende di digital communication dell'ICT, in cui fare network, progetti e cultura per il mercato. La sua Mission è una sfida: dare un'identità associativa alle nuove aziende digitali, punte di diamante del Made in Italy tecnologico e volano per la digitalizzazione competitiva del Paese. E' nata come verticalizzazione liquida all'interno di Assintel, l'associazione nazionale delle imprese ICT di Confcommercio - Imprese per l'Italia.

Per informazioni

Andreas Schwalm

Resp. Comunicazione

E-mail: andreas.schwalm@assintel.it

Tel. 02.7750.231-Web: www.assintel.it