

Il vero volto del digitale

Il vero volto del digitale. Quando si parla di “impresa digitale”, l’immaginario collettivo corre subito alle grandi multinazionali del web, ai giganti delle piattaforme e ai colossi dell’e-commerce globale. Tuttavia, questa visione parziale rischia di oscurare un mondo ben più vasto e capillare: quello delle oltre 100.000 micro e piccole imprese italiane che operano ogni giorno nel digitale, spesso nell’ombra, ma con un ruolo sempre più cruciale per lo sviluppo economico e sociale del Paese.

È proprio su questo universo poco conosciuto ma straordinariamente dinamico che si concentra l’ultima ricerca condotta dall’[Area Studi e Ricerche di CNA](#). L’obiettivo è definire con chiarezza il perimetro delle imprese digitali italiane, analizzarne la struttura, l’evoluzione, le performance e il loro peso economico. Il tutto per offrire una rappresentazione più realistica e completa di un settore spesso ignorato dalle statistiche e dal dibattito pubblico.

Un’identità ancora sfuggente

Queste imprese, spesso senza brand riconoscibili o visibilità mediatica, operano in ambiti diversificati come sviluppo software, cybersecurity, e-commerce, cloud computing, grafica e web design, marketing digitale, formazione e assistenza tecnica. Nonostante l’enorme varietà, queste realtà hanno in comune la difficoltà ad essere identificate e rappresentate. Mancano di una “faccia pubblica”, e ciò le penalizza anche sul fronte normativo e fiscale, dove l’inadeguatezza delle regole rispetto ai modelli di lavoro flessibile e digitale pesa notevolmente.

Un settore in piena espansione

I numeri raccontano di una crescita tumultuosa: tra il 2012 e

il 2023, il numero delle imprese digitali è aumentato del 31,2%, mentre gli addetti sono cresciuti del 42,5%, superando le 500.000 unità. Numeri che pongono questo settore davanti a comparti tradizionali come l'alimentare o la moda. Di queste imprese, oltre il 93% ha meno di 10 addetti e il 99% rientra nella fascia delle piccole imprese (fino a 49 addetti). Eppure, nonostante le dimensioni contenute, generano oltre 65 miliardi di euro di fatturato annuo, paragonabile a quello dell'intero comparto automotive nazionale.

Il cuore pulsante dell'economia digitale

Secondo la classificazione Ateco, CNA ha scelto di focalizzarsi sui codici 62 e 63, escludendo settori come telecomunicazioni e vendita di hardware. Il cuore dell'indagine è dunque costituito da imprese che "producono digitale" attraverso servizi altamente specialistici e su misura. Emerge un'Italia dove il digitale è ovunque: il Nord-Ovest, trainato dalla Lombardia, fa da capofila, ma la presenza è diffusa anche al Centro, al Sud e nelle Isole, dove le esigenze di digitalizzazione pubblica e privata stanno spingendo la domanda di servizi ICT.

L'urgenza di una nuova rappresentanza

Questa ricerca mette in luce la necessità di riconoscere formalmente queste imprese e di costruire strumenti di rappresentanza e supporto su misura. CNA rivendica un ruolo centrale in questo processo: promuovere una nuova narrazione delle imprese digitali, valorizzarne la specificità, accompagnarle nel percorso di crescita e renderle protagoniste del cambiamento tecnologico del Paese.

L'impresa digitale non è (solo) la multinazionale della Silicon Valley. È anche – e soprattutto – il professionista che sviluppa software per le PMI, la piccola azienda che offre assistenza informatica a distanza, la start-up che progetta soluzioni cloud per la pubblica amministrazione. Riconoscere

questo volto diffuso e plurale del digitale italiano è il primo passo per costruire politiche più efficaci, strumenti più adeguati e una rappresentanza più inclusiva.

CNA continuerà a lavorare per dare voce a queste realtà, consapevole che nella valorizzazione del loro lavoro si gioca una parte importante del futuro economico e sociale del nostro Paese.

[Report imprese digitaliDownload](#)