



LA FRENATA DEI GIGANTI DEL WEBSOFT

**DOPO UN 2021 ECCEZIONALE, NEI PRIMI NOVE MESI 2022 CRESCONO SOLO I RICAVI
A LIVELLO GEOGRAFICO TIENE IL NORD AMERICA, VOLA L'AMERICA LATINA**

AMAZON PRIMA AL MONDO PER FATTURATO E FORZA LAVORO

FILIALI ITALIANE: 8,3 MILIARDI DI RICAVI E 23MILA OCCUPATI

Milano, 30 novembre 2022

L'Area Studi Mediobanca presenta l'indagine annuale sui **maggiori gruppi mondiali Software & Web**. Lo studio analizza i dati dei primi nove mesi 2022 e del triennio 2019-2021 delle **25 maggiori WebSoft internazionali**, con ricavi superiori a 12 miliardi di euro ciascuna, di cui 11 hanno sede negli Stati Uniti, nove in Cina, due in Germania e Giappone e una in Corea del Sud. Viene fornito, inoltre, un approfondimento sulle relative filiali italiane.

L'indagine completa è disponibile per il download sul sito www.areastudimediobanca.com

Ridimensionamento dei giganti del WebSoft nei primi nove mesi 2022

Tra gennaio e settembre 2022 i maggiori operatori mondiali del WebSoft crescono solo in termini di fatturato aggregato (+9,5% sui primi nove mesi 2021), con asimmetrie a livello geografico: il Nord America (+13,7%) tiene più di Europa e Asia la cui crescita è limitata a una singola cifra (rispettivamente +8,2% e +6,6%), con l'America Latina in forte accelerazione (+24,9%), pur con valori ancora contenuti (1,5% del fatturato complessivo). Il ritorno alla normalità si riflette nel rimbalzo dei comparti più penalizzati dalla pandemia: sharing mobility (+111,6% di ricavi a/a) e vendite online di viaggi (+55,5%). L'incremento del giro d'affari appare invece più contenuto per quei settori che avevano beneficiato dei cambiamenti nelle abitudini dei consumatori: food delivery (+27,0%), cloud (+21,3%) ed e-commerce (+3,8%). I comparti con maggiore incidenza sul fatturato sono l'e-commerce (37%), la pubblicità (25%) e il cloud (19%).

Nello stesso periodo risulta in contrazione la **redditività operativa** (-5,5% il MON sui primi nove mesi 2021) e crollano gli **utili netti** (-42,0%), con ogni società che ha mediamente prodotto un utile netto giornaliero di €16 milioni rispetto ai €27 milioni del 2021.

In calo anche la **liquidità** (-11,9%) che resta comunque ancora sostenuta, con un'incidenza sul totale attivo del 23,4% a fine settembre 2022 (dal 28,0% a fine dicembre 2021, superiore al 14,4% della grande manifattura). Tale ridimensionamento riflette i maggiori investimenti per crescita interna (+20% sui primi nove mesi 2021) ed esterna, tramite operazioni di M&A (goodwill +15%), ma anche l'azione di sostegno ai prezzi di Borsa (acquisto di azioni proprie +12%).

A livello di singoli gruppi, nei primi nove mesi 2022 si registra l'impennata dei ricavi delle statunitensi **Uber** (+99,3%), **Booking** (+63,5%) ed **Expedia** (+43,2%), seguite a distanza dalla coreana **Coupang** (+14,4%) e dalla giapponese **Rakuten** (+13,7%). Segno negativo e a doppia cifra per **Activision Blizzard** (-21,8%), **Qurate** (-14,1%), **Vipshop** (-13,9%) e **Wayfair** (-12,8%). Per quanto riguarda la redditività industriale, nei primi nove mesi del 2022, **Microsoft** guida la classifica per ebit margin (41,2%), davanti ad **Adobe** (35,1%), **Oracle** (33,4%) e **Nintendo** (33,0%).

2021: l'ultima fiammata dei giganti del WebSoft?

Nel 2021 il **giro d'affari aggregato** delle 25 maggiori WebSoft mondiali ha toccato quota **€1.584mld, pari al 90% del PIL italiano**. In un quadro di forze consolidato da tempo, **Stati Uniti e Cina** si sono spartite la quasi totalità dei ricavi: il 67% del fatturato WebSoft è stato generato



dai colossi statunitensi, il 28% da quelli cinesi e solo il 5% dai gruppi di altri paesi. La pandemia ha ulteriormente evidenziato il divario di velocità di crescita tra le WebSoft e le multinazionali manifatturiere: mentre le prime hanno accelerato (+50% i ricavi 2019-2021), le seconde hanno segnato solo un +7,6%. Il **giro d'affari è sempre più concentrato**: i primi tre player, **Amazon, Alphabet e Microsoft**, rappresentano la metà dei ricavi aggregati, con **Amazon** (€414,8mld, di cui il 50,9% generato dal retail), in prima posizione dal 2014, che ne concentra da sola oltre un quarto.

Le multinazionali WebSoft continuano a brillare per **redditività industriale**. Con un ebit margin al 15,8% nel 2021 si posizionano al terzo posto nel confronto settoriale dopo le farmaceutiche (24,1%) e le Telco (15,9%). Se però ci si focalizza esclusivamente sull'anima digitale e si esclude l'e-commerce, il loro ebit margin vola al 25,8% primeggiando su tutti gli altri settori industriali.

A fine 2021 la **forza lavoro** delle WebSoft contava quasi quattro milioni di persone in tutto il mondo, in aumento di oltre un milione di unità sul 2019, di cui +810mila dalla sola Amazon, regina indiscussa per numero di occupati: 1.608 mila a fine 2021.

WebSoft e fisco

Nel 2021 circa il 30% dell'utile ante imposte delle 25 maggiori WebSoft mondiali è tassato in **paesi a fiscalità agevolata**, con conseguente **risparmio fiscale di €12,4mld nel 2021 e di €36,3mld nel triennio 2019-2021**. L'aliquota media risulta pari al **15,4%** nel 2021, inferiore a quella teorica del 21,9%.¹ Nel periodo 2019-2021 la tassazione in Paesi a fiscalità agevolata ha determinato per **Tencent, Microsoft e Alphabet** un risparmio fiscale rispettivamente di €13,4mld, €6,9mld e €5,2mld.

Le filiali italiane

Le WebSoft presidiano l'Italia tramite società controllate, ubicate in gran parte al Nord, soprattutto a Milano e provincia. Il fatturato aggregato delle filiali italiane ha raggiunto **€8,3 miliardi nel 2021, occupando circa 23mila lavoratori**. Rispetto al 2020 si calcolano oltre quattromila dipendenti in più, in massima parte assunti dal gruppo Amazon che vanta il maggior numero di occupati in Italia (11.911 unità nel 2021). E il fisco italiano? Nel 2021 le filiali dei giganti del WebSoft hanno versato al fisco italiano quasi €150 milioni per un tax rate effettivo del 25,1%. Considerando anche l'accantonamento per il pagamento della Digital Service Tax, il tax rate salirebbe al 33,5%.

Crollo in Borsa nel 2022

Dopo anni caratterizzati da un particolare feeling con i listini di Borsa, con il picco di capitalizzazione raggiunto nel dicembre 2021 (€8.628mld), il 2022 registra la prima flessione significativa con un crollo del **-29,2% al 18 novembre 2022**. A fine 2021 la capitalizzazione delle 25 maggiori WebSoft valeva l'8,3% **del valore complessivo delle borse mondiali**, mentre attualmente si ferma al **6,6%**. Nel confronto con l'Italia, invece, le WebSoft si confermano dei pesi massimi: **valgono dieci volte l'intera Borsa italiana**.

Al 18 novembre 2022 il podio di Borsa è occupato da **Microsoft** (€1.735mld), **Alphabet** (€1.219mld) e **Amazon** (€927mld); medaglia di legno per la cinese **Tencent** (€340mld). Da fine dicembre 2021 a metà novembre 2022 solo cinque gruppi hanno registrato una performance particolarmente positiva: **Pinduoduo** (+32,1%), **Vipshop** (+22,3%), **Activision Blizzard** (+22,2%), **IBM** (+21,2%) e **ADP** (+14,0%).

¹ Media ponderata dell'aggregato. Le aliquote teoriche sono: 21% Stati Uniti, 25% Cina, 15% Germania e 31% Giappone