

h**2**biz

# Start up & Pmi Report 2025

---

L'analisi **Big Data**  
dei **comportamenti**  
e delle preferenze di  
**300.000 imprese**  
iscritte a **H2biz**.



## Sommario

Sintesi del report e struttura dei capitoli

<b>300.000</b>	<b>42</b>	<b>2025</b>	<b>8</b>
imprese e startup analizzati	Paesi collegati al network	dati al 31 dicembre	aree di analisi

<b>1</b>	<b>Canali di finanziamento</b>
<b>2</b>	<b>Strategie di investimento</b>
<b>3</b>	<b>Diversificazione settoriale</b>
<b>4</b>	<b>Mercati di riferimento</b>
<b>5</b>	<b>Contratti di lavoro</b>
<b>6</b>	<b>Rapporto con i fornitori</b>
<b>7</b>	<b>Partnership</b>
<b>8</b>	<b>Portafoglio clienti</b>
<b>9</b>	<b>Trend 2025 in sintesi</b>

## Introduzione al Report

**Start up & PMI Report 2025** è l'undicesima edizione dell'analisi **Big Data** realizzata da **H2biz** su un target di **300.000** imprese iscritte al network: 50.000 start up e 250.000 piccole e medie imprese appartenenti a tutti i settori merceologici.

Il report analizza i dati al 31 dicembre 2025 e restituisce una lettura operativa dei **principali comportamenti aziendali** in relazione a **canali di finanziamento**, strategie di investimento, diversificazione settoriale, **mercati di riferimento**, tipo di contratti di lavoro, rapporto coi fornitori, partnership e segmentazione del **portafoglio clienti**.

Il documento integra dati quantitativi, interpretazioni qualitative e **indicazioni di scenario**. Ogni capitolo mette a **confronto Startup e PMI**, evidenziando le differenze tra modelli imprenditoriali in fase di crescita e imprese già strutturate nelle filiere produttive e commerciali.

La ricerca è stata elaborata **incrociando** tutti i dati disponibili (registrazioni, operazioni on e off line, richieste di informazioni ricevute dalla Centrale Operativa H2biz, transazioni di prodotti e servizi, manifestazioni di interesse per prodotti, servizi, eventi, progetti, richieste di finanziamento, call partner e fornitori) ed **intervistando direttamente i responsabili di alcune aziende target** dal 1 gennaio al 31 dicembre 2025.

### Insights H2biz

Questa edizione privilegia una lettura integrata dei dati: grafici, KPI e box interpretativi consentono di confrontare rapidamente startup e PMI, individuando le principali differenze operative e le **tendenze più rilevanti** rispetto al 2024.

## Metodologia di analisi

Il report è stata progettato per favorire una consultazione immediata e una **lettura comparabile** delle informazioni. Ogni capitolo presenta una pagina introduttiva, una dashboard quantitativa, grafici di confronto e un riquadro **Insights H2biz** con la sintesi strategica.

I dati sono organizzati in **due classi di operatori**: startup e PMI. Questa distinzione consente di leggere con maggiore precisione le differenze tra imprese giovani, spesso **orientate alla validazione del modello di business**, e aziende più mature, radicate in filiere produttive, commerciali e di servizio.

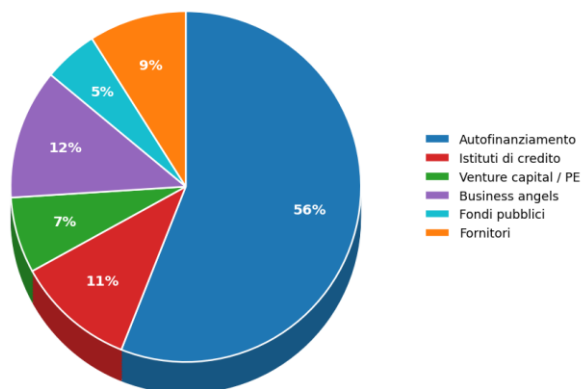
Le percentuali sono utilizzate come **indicatori di distribuzione e di tendenza**. L'obiettivo non è soltanto rappresentare il dato, ma **individuare le dinamiche** più utili per imprese, consulenti, partner, finanziatori e operatori interessati allo sviluppo di relazioni B2B qualificate.

<b>Start up</b>	<b>PMI</b>	<b>2024-2025</b>	<b>2026</b>
imprese con modello scalabile o in fase di validazione	imprese operative in filiere produttive e servizi	confronto evolutivo	lettura prospettica

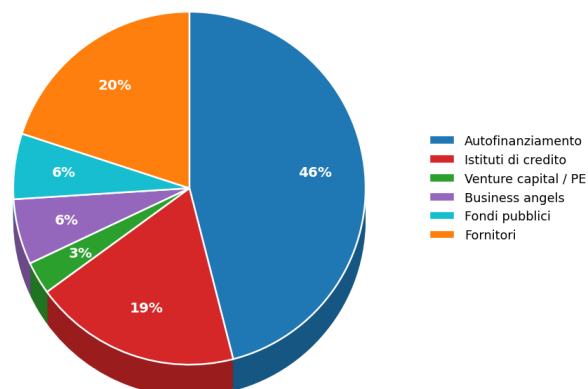
## 1 - Canali di finanziamento

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Canali di finanziamento - Start up 2025



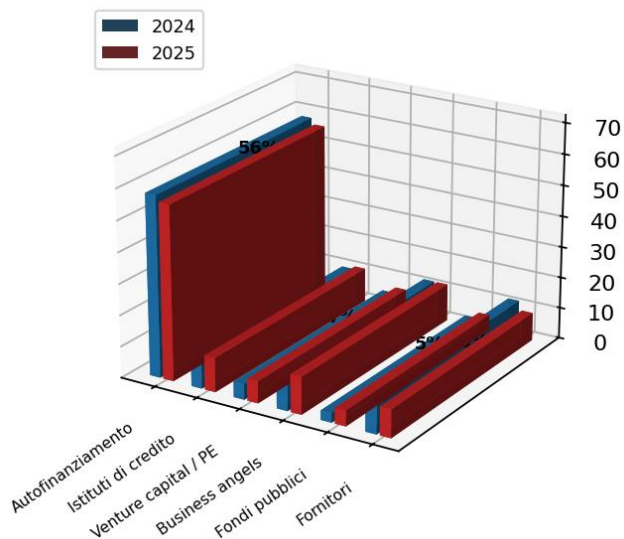
Canali di finanziamento - PMI 2025



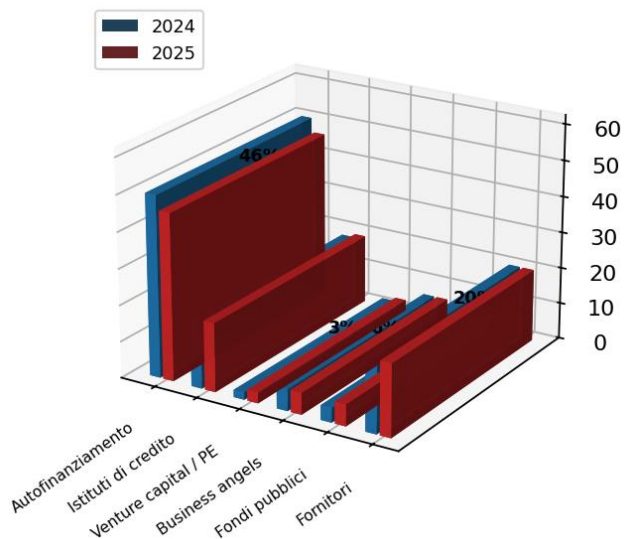
Canale	Startup 2025	PMI 2025
Autofinanziamento	56%	46%
Istituti di credito	11%	19%
Venture capital / PE	7%	3%
Business angels	12%	6%
Fondi pubblici	5%	6%
Fornitori	9%	20%

## Canali di finanziamento - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

Nel 2025 l'autofinanziamento resta la **leva finanziaria più utilizzata**. Cresce tuttavia l'interesse verso fondi pubblici, venture capital e strumenti alternativi, mentre le PMI confermano il ruolo del credito bancario e dei fornitori nella gestione della liquidità operativa.

## Lettura dei dati: Canali di finanziamento

Per le startup, l'**autofinanziamento rappresenta la fonte principale di copertura del fabbisogno finanziario (56%)**. Il dato conferma una forte dipendenza da risorse interne nelle fasi di sviluppo, **validazione del modello operativo** e consolidamento della proposta di valore.

**Anche nelle PMI l'autofinanziamento resta il canale prevalente (46%)**, ma il peso di banche e fornitori è più elevato rispetto alle startup. Questo segnala una maggiore integrazione tra finanza ordinaria, credito commerciale e gestione della liquidità operativa.

Il confronto tra 2024 e 2025 mostra un'evoluzione graduale verso una **maggiore articolazione delle fonti finanziarie**. Le imprese cercano soluzioni più flessibili, combinando capitale proprio, credito, contributi pubblici e **strumenti alternativi**.

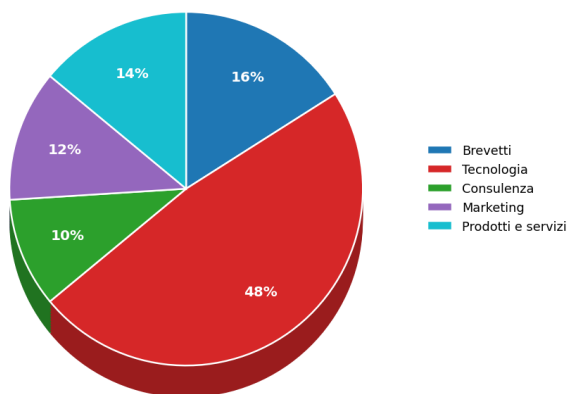
La lettura operativa indica la necessità di **rafforzare la pianificazione finanziaria** e di diversificare le fonti di capitale. Le imprese capaci di coordinare risorse interne, credito e partnership finanziarie risultano più preparate a sostenere crescita e investimenti.

<b>56%</b>	<b>46%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>
valore massimo Start up	valore massimo PMI	valore minimo Start up	valore minimo PMI

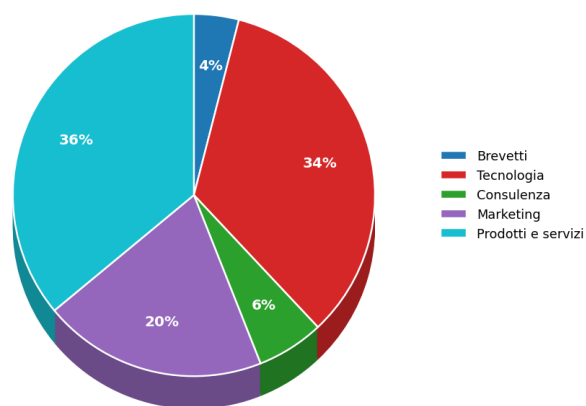
## 2 - Strategie di investimento

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Strategie di investimento - Start up 2025



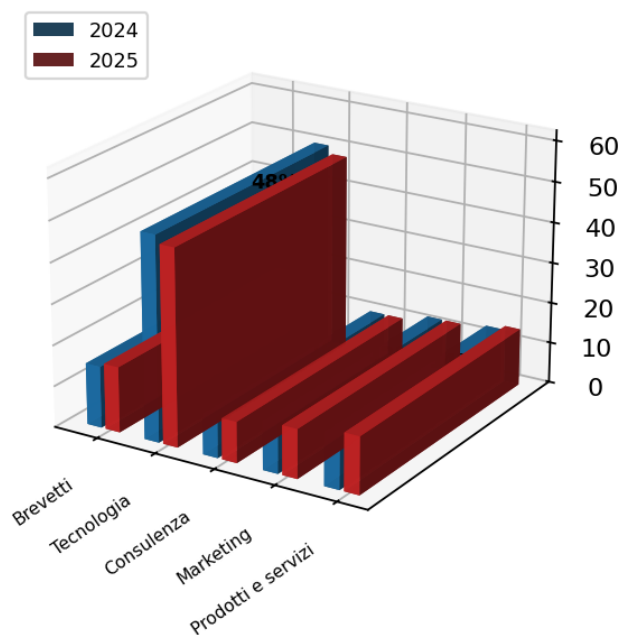
Strategie di investimento - PMI 2025



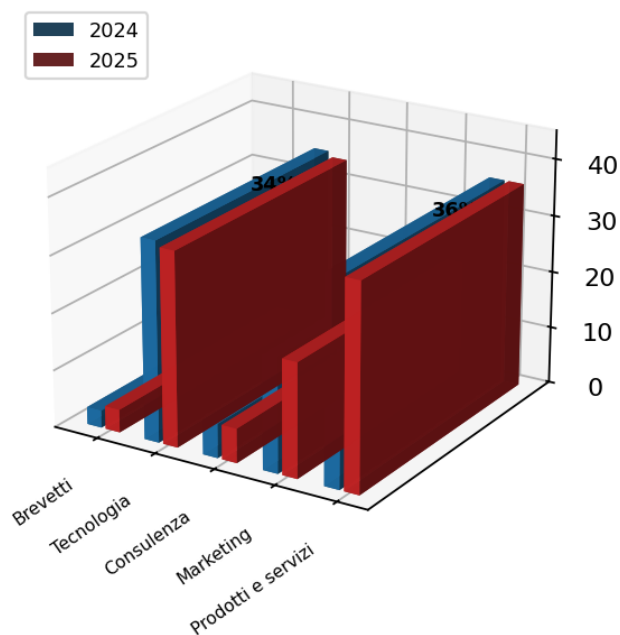
Classe di dato	Startup 2025	PMI 2025
Brevetti	16%	4%
Tecnologia	<b>48%</b>	34%
Consulenza	10%	6%
Marketing	12%	20%
Prodotti e servizi	14%	<b>36%</b>

## Strategie di investimento - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



#### Insights H2biz

Tecnologia e innovazione guidano gli investimenti delle startup. Le PMI mantengono una quota significativa su prodotti e servizi, ma aumentano l'attenzione verso marketing, consulenza e digitalizzazione dei processi, segnando un **approccio più integrato alla crescita**.

## Lettura dei dati: Strategie di investimento

Per le startup, la **tecnologia è la principale area di investimento (48%)**. Il dato riflette la centralità dell'innovazione nei processi di crescita, sviluppo del prodotto, automazione e posizionamento competitivo.

Per le PMI, **la quota più elevata riguarda prodotti e servizi (36%)**, seguita dalla tecnologia. L'attenzione è orientata al rafforzamento dell'offerta, al miglioramento dei processi e alla capacità di rispondere in modo più efficace alla domanda del mercato.

Il confronto tra 2024 e 2025 evidenzia **una progressiva convergenza tra innovazione, marketing e consulenza**. Le imprese investono non solo in beni strumentali, ma anche in competenze, comunicazione e strumenti digitali.

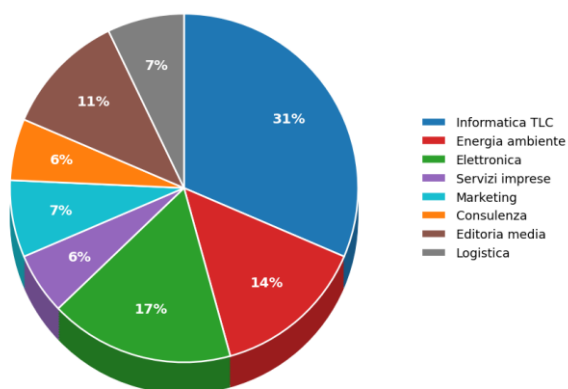
La tendenza più rilevante è il **passaggio da investimenti isolati a programmi più integrati**.

Le aziende più competitive collegano tecnologia, sviluppo commerciale e consulenza specialistica in un'unica strategia di crescita.

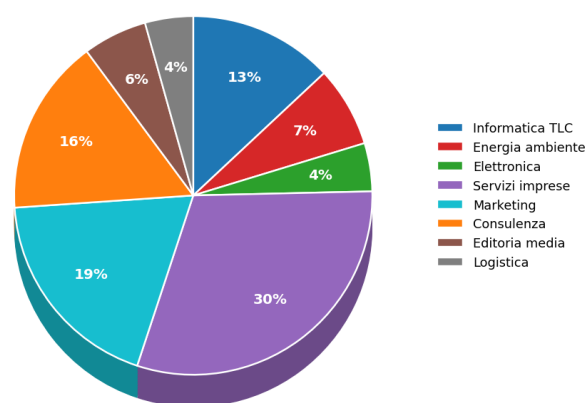
## 3 - Diversificazione settoriale

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Diversificazione settoriale - Start up 2025



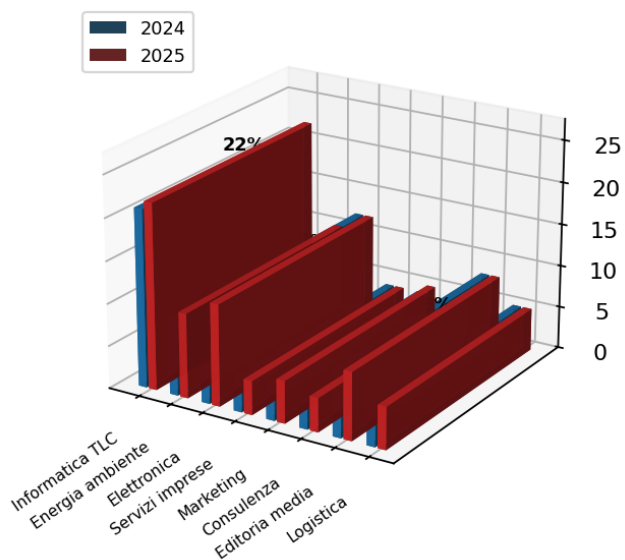
Diversificazione settoriale - PMI 2025



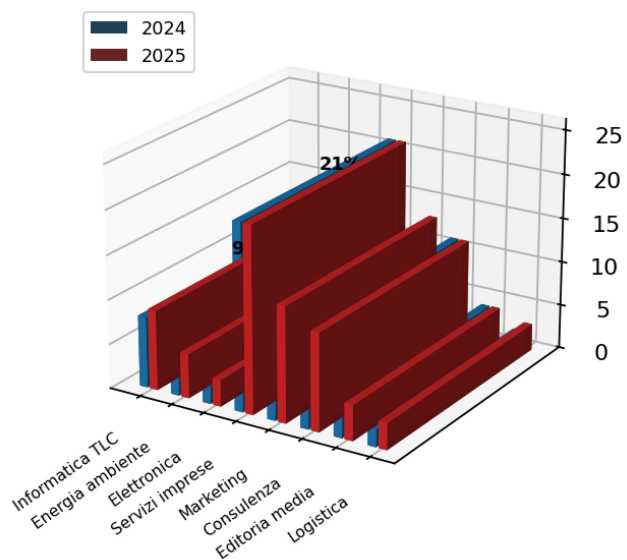
Settore	Startup 2025	PMI 2025
Informatica TLC	22%	9%
Energia ambiente	10%	5%
Elettronica	12%	3%
Servizi imprese	4%	21%
Marketing	5%	13%
Consulenza	4%	11%
Editoria media	8%	4%
Logistica	5%	3%

## Diversificazione settoriale - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

La diversificazione settoriale mostra una distinzione chiara: le **startup presidiano ambiti tecnologici**, elettronici e sostenibili; le PMI rafforzano la presenza nei **servizi alle imprese**, nel marketing e nella consulenza operativa.

## Lettura dei dati: Diversificazione settoriale

Per le startup, il settore prevalente è **Informatica e TLC** (22%), a conferma della forte concentrazione su tecnologie digitali, piattaforme, elettronica e soluzioni ad alto contenuto innovativo.

Per le PMI, il valore più elevato si registra nel comparto dei **servizi alle imprese** (21%). Il dato mostra una maggiore presenza in ambiti operativi, consulenziali e commerciali, spesso collegati alla **gestione continuativa dei clienti** e delle filiere.

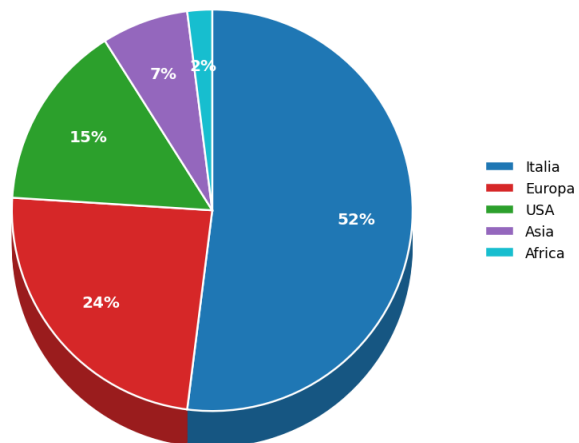
Il confronto tra 2024 e 2025 segnala una diversificazione più selettiva: le startup presidiano segmenti tecnologici e innovativi, mentre le PMI rafforzano aree di servizio, marketing e consulenza operativa.

La lettura strategica evidenzia l'importanza di presidiare settori coerenti con competenze, mercati e capacità organizzative. La **diversificazione genera valore quando è sostenuta da know-how**, relazioni qualificate e **posizionamento chiaro**.

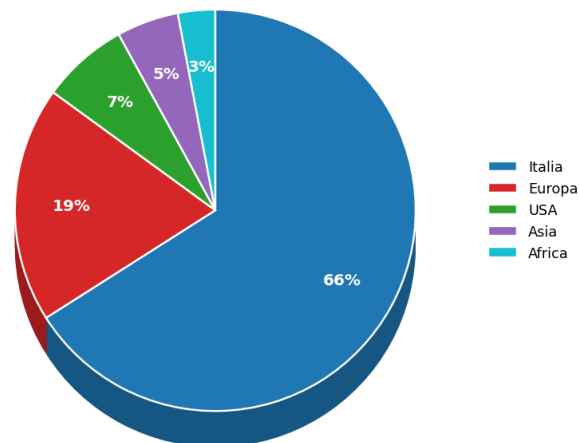
## 4 - Mercati di riferimento

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

**Mercati di riferimento - Start up 2025**



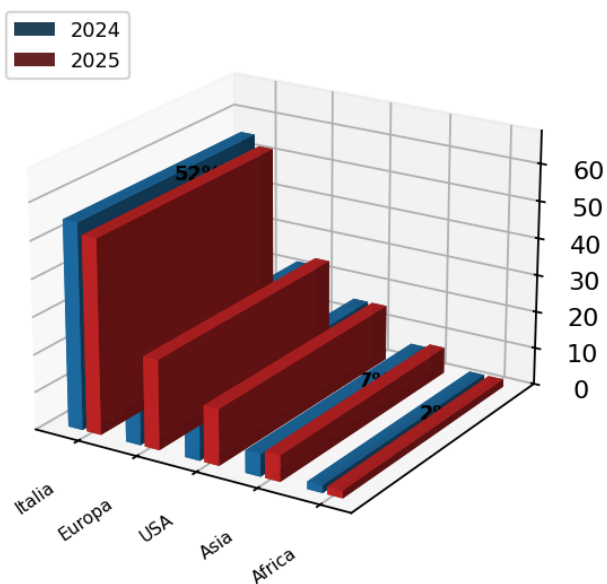
**Mercati di riferimento - PMI 2025**



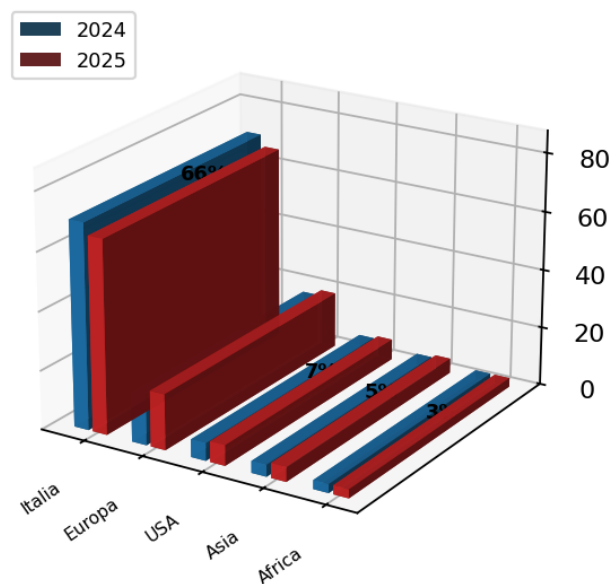
Arete geografiche	Startup 2025	PMI 2025
Italia	52%	66%
Europa	24%	19%
USA	15%	7%
Asia	7%	5%
Africa	2%	3%

## Mercati di riferimento - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

Le startup confermano una maggiore apertura internazionale, mentre le PMI mantengono una base nazionale più rilevante ma **meno esclusiva rispetto al passato**. Europa e Stati Uniti restano i principali mercati esteri, con Asia e Africa ancora in fase di sviluppo.

## Lettura dei dati: Mercati di riferimento

Per le startup, **l'Italia resta il primo mercato (52%)**, ma la quota estera è significativa. **Europa e Stati Uniti** rappresentano aree di sviluppo rilevanti per modelli scalabili, prodotti digitali e soluzioni innovative.

Per le PMI, il mercato nazionale mantiene il peso maggiore (66%). Il dato **conferma una base domestica ancora centrale**, ma evidenzia anche una progressiva apertura verso mercati europei e internazionali.

Il confronto 2024/2025 mostra una **riduzione graduale della dipendenza dal mercato interno**, soprattutto nelle imprese più orientate a partnership, export e canali digitali.

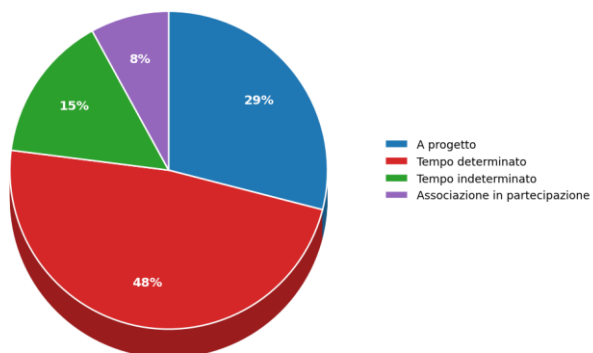
**L'internazionalizzazione diventa una leva di crescita più strutturata.**

La principale indicazione operativa riguarda la necessità di **costruire percorsi esteri selettivi**, basati su analisi dei mercati, partner locali, canali commerciali qualificati e strumenti digitali di **presidio della domanda**.

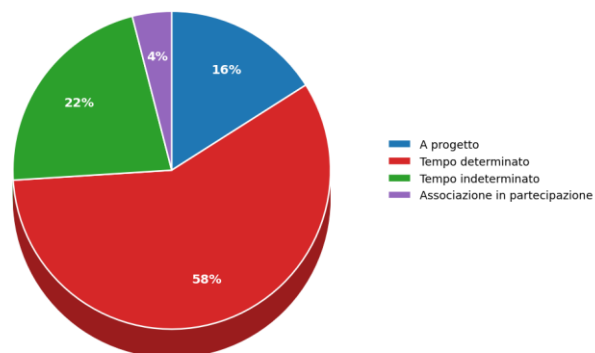
## 5 - Contratti di lavoro

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Contratti di lavoro - Start up 2025



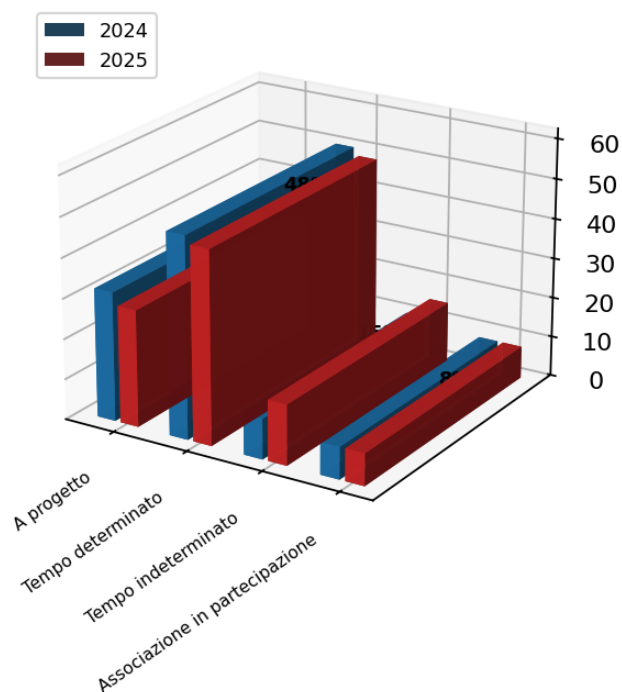
Contratti di lavoro - PMI 2025



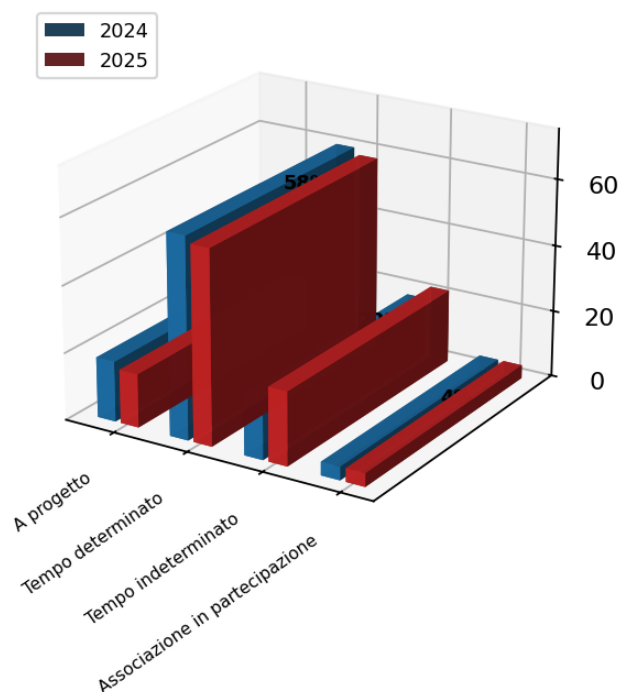
Tipo di contratto	Startup 2025	PMI 2025
A progetto	29%	16%
Tempo determinato	<b>48%</b>	<b>58%</b>
Tempo indeterminato	15%	22%
Associazione in partecipazione	8%	4%

## Contratti di lavoro - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

La domanda di competenze digitali, tecniche e commerciali spinge le imprese a combinare flessibilità e stabilizzazione. Le **forme contrattuali flessibili restano diffuse**, ma cresce l'attenzione alla continuità dei profili strategici.

## Lettura dei dati: Contratti di lavoro

Per le startup, il **tempo determinato** è la forma contrattuale più diffusa (48%). Significativo anche il peso dei **contratti a progetto** (29%). Il dato riflette l'esigenza di mantenere flessibilità nelle fasi di crescita, sperimentazione e adattamento del modello di business.

Per le PMI, il tempo determinato raggiunge il 58%, ma il **peso del tempo indeterminato è più elevato rispetto alle startup**. Questo segnala una maggiore attenzione alla continuità operativa e alla stabilizzazione delle competenze chiave.

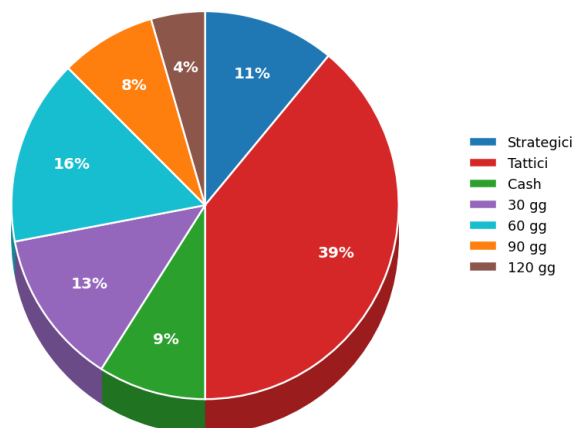
Il confronto tra 2024 e 2025 indica una **maggiore ricerca di equilibrio tra flessibilità e stabilità**. Le imprese utilizzano contratti diversi per gestire **picchi operativi**, profili specialistici e figure strategiche.

La tendenza evidenzia il valore crescente delle competenze digitali, commerciali e tecniche. **Le aziende che pianificano meglio il fabbisogno professionale riescono a sostenere con maggiore continuità i percorsi di crescita**.

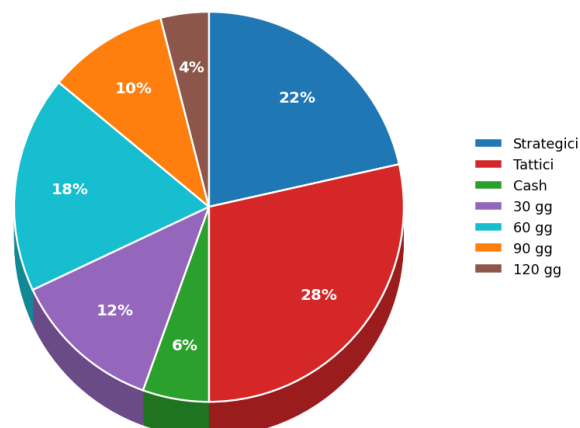
## 6 - Rapporto con i fornitori

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

**Rapporto con i fornitori - Start up 2025**



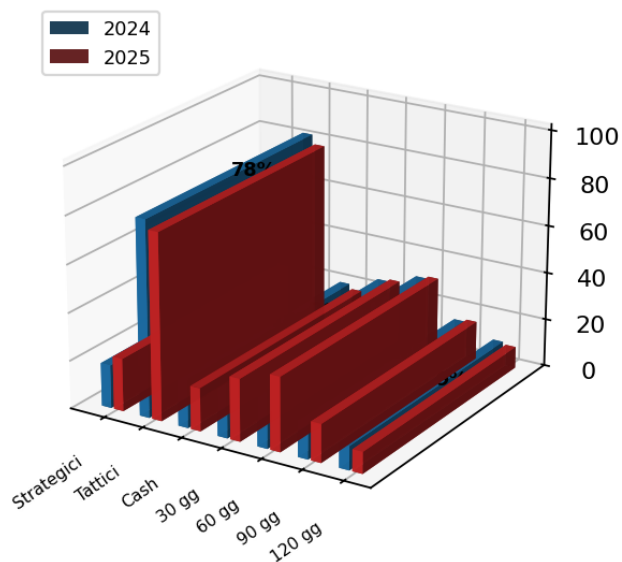
**Rapporto con i fornitori - PMI 2025**



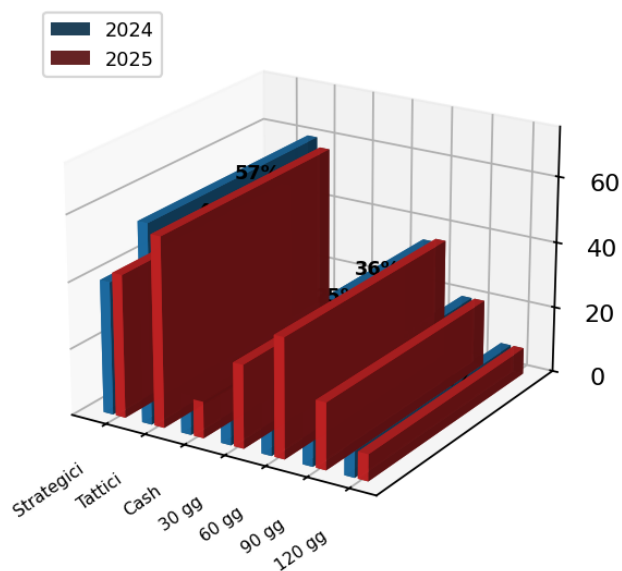
Fornitori e tempi pagamento	Startup 2025	PMI 2025
Strategici	22%	43%
Tattici	<b>78%</b>	<b>57%</b>
Cash	18%	11%
30 gg	26%	25%
60 gg	<b>31%</b>	<b>36%</b>
90 gg	16%	20%
120 gg	9%	8%

## Rapporto con i fornitori - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

Le imprese selezionano con maggiore attenzione i fornitori strategici e **riducono la dipendenza da relazioni occasionali**. Qualità, affidabilità e **tempi di pagamento** diventano indicatori centrali della solidità delle filiere.

## Lettura dei dati: Rapporto con i fornitori

Per le startup, il **rapporto con i fornitori resta prevalentemente tattico (78%)**. Il dato indica una gestione orientata alla **flessibilità**, alla rapidità di esecuzione e alla selezione di partner funzionali alle **esigenze immediate**.

Per le PMI, la quota di fornitori tattici è più contenuta (57%) e **cresce il peso delle relazioni strategiche**. Questo riflette una maggiore attenzione alla continuità della supply chain, alla qualità del servizio e alla stabilità dei rapporti commerciali.

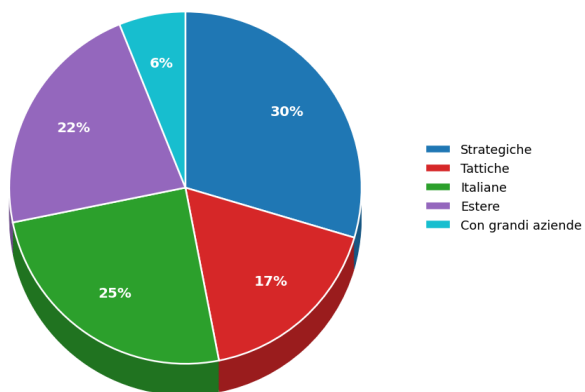
Il confronto tra 2024 e 2025 segnala una **progressiva crescita della qualificazione delle relazioni di fornitura**. Le imprese tendono a ridurre la dipendenza da rapporti occasionali e a valorizzare fornitori affidabili, specializzati e **integrabili nei processi aziendali**.

La lettura operativa conferma che la gestione dei fornitori è un **elemento competitivo**. Tempi di pagamento, qualità, affidabilità e capacità di collaborazione **incidono direttamente su continuità produttiva** e sviluppo commerciale.

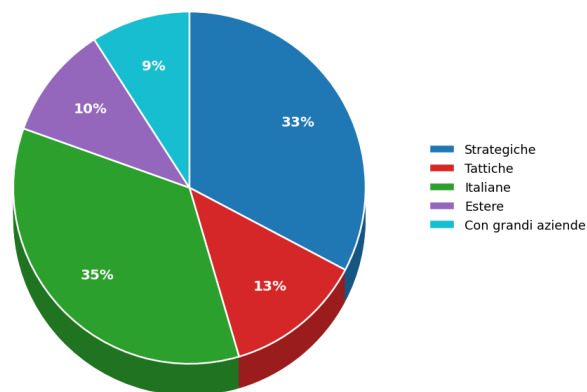
## 7 – Partnership

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Partnership - Start up 2025



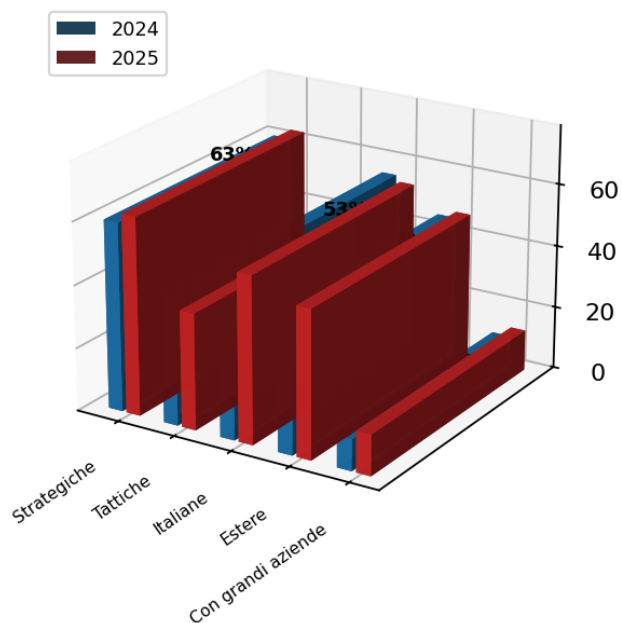
Partnership - PMI 2025



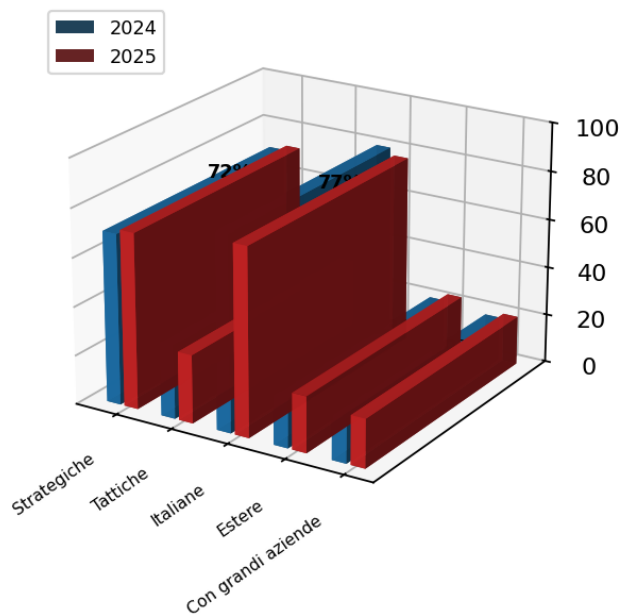
Tipo di partnership	Startup 2025	PMI 2025
Strategiche	<b>63%</b>	<b>72%</b>
Tattiche	37%	28%
Italiane	<b>53%</b>	<b>77%</b>
Estere	47%	23%
Con grandi aziende	13%	20%

## Partnership - confronto 2024/2025

### Confronto 2024-2025 - Start up



### Confronto 2024-2025 - PMI



#### Insights H2biz

Le collaborazioni crescono in una logica di maggiore qualità. Aumenta il peso delle partnership strategiche e delle relazioni con operatori esteri, mentre **i rapporti con grandi aziende restano selettivi ma in progressiva evoluzione.**

## Lettura dei dati: Partnership

Per le startup, le **partnership strategiche** rappresentano il dato prevalente (63%). Questo evidenzia il ruolo delle collaborazioni nella crescita, nell'accesso a **competenze esterne** e nell'apertura verso nuovi mercati.

Per le PMI, prevalgono le **partnership italiane** (77%), segno di una forte radicazione nel mercato nazionale e nelle filiere esistenti. La presenza di collaborazioni estere resta più contenuta, ma rappresenta un'area di potenziale sviluppo.

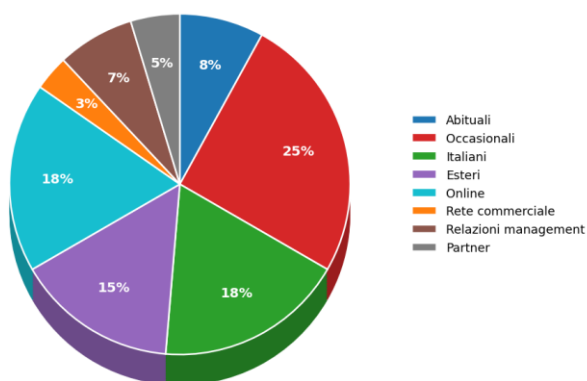
Il confronto tra 2024 e 2025 mostra una maggiore attenzione alla **qualità** delle partnership. Le imprese **selezionano relazioni più funzionali agli obiettivi di crescita**, innovazione, internazionalizzazione e rafforzamento commerciale.

La tendenza indica che le partnership non sono più soltanto strumenti relazionali, ma vere e proprie **leve operative per accedere a clienti, mercati, competenze, capitali** e canali distributivi qualificati.

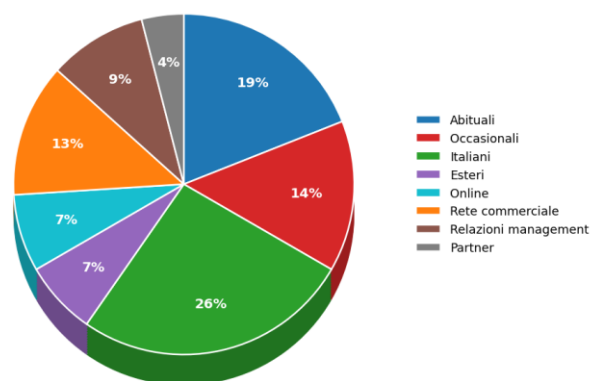
## 8 - Portafoglio clienti

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Portafoglio clienti - Start up 2025



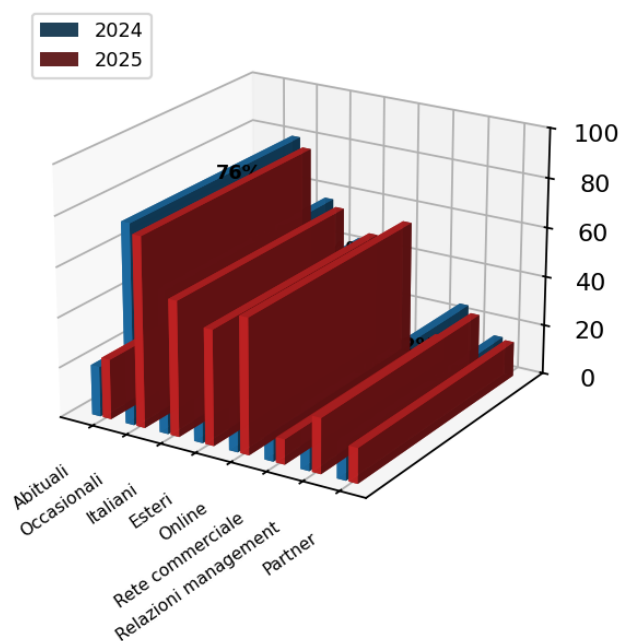
Portafoglio clienti - PMI 2025



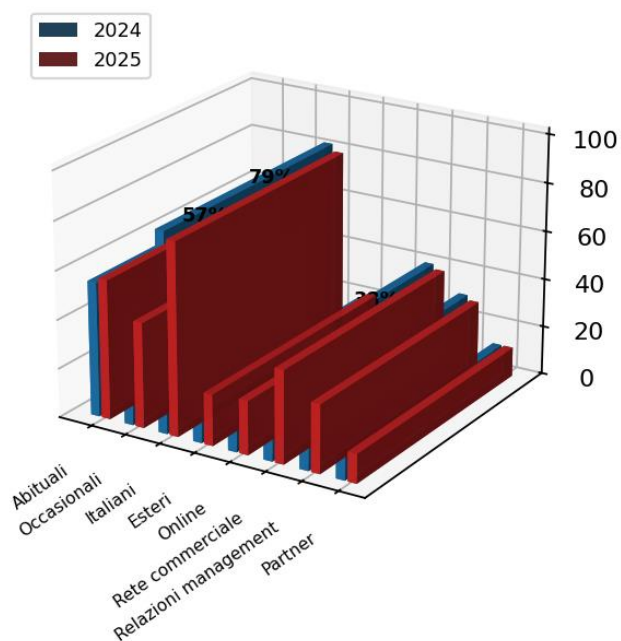
Tipo di clienti	Startup 2025	PMI 2025
Abituali	24%	<b>57%</b>
Occasionali	<b>76%</b>	43%
Italiani	<b>54%</b>	<b>79%</b>
Esteri	46%	21%
Online	<b>54%</b>	22%
Rete commerciale	10%	<b>38%</b>
Relazioni management	22%	28%
Partner	14%	12%

## Portafoglio clienti - confronto 2024/2025

Confronto 2024-2025 - Start up



Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

Il canale online aumenta il proprio peso, soprattutto nelle startup. Le **PMI mantengono una forte componente relazionale e commerciale diretta**, ma iniziano a integrare strumenti digitali per acquisizione, gestione e fidelizzazione dei clienti.

## Lettura dei dati: Portafoglio clienti

Per le startup, i **clienti occasionali** rappresentano la quota prevalente (76%). Il dato evidenzia un **portafoglio ancora in costruzione**, spesso caratterizzato da acquisizioni non ricorrenti e da una fase di validazione dell'offerta.

Per le PMI, i clienti italiani costituiscono la componente principale (79%). La **base domestica rimane centrale**, ma l'evoluzione dei canali digitali apre spazi per una maggiore diversificazione commerciale.

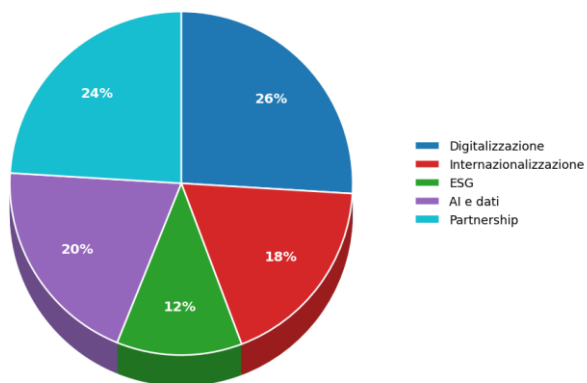
Il confronto tra 2024 e 2025 segnala un **progressivo rafforzamento dei canali online e delle relazioni dirette**. Le imprese cercano di ampliare la base clienti, migliorare la continuità dei ricavi e aumentare la qualità delle relazioni commerciali.

La lettura operativa indica la necessità di **lavorare su fidelizzazione, segmentazione, strumenti digitali** e sviluppo di canali B2B qualificati. La **qualità del portafoglio clienti** diventa un indicatore chiave della solidità aziendale.

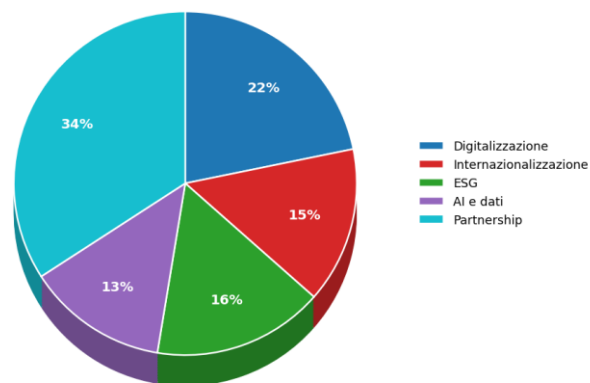
## 9 - Trend 2025 in sintesi

Distribuzione percentuale 2025 per tipo di impresa

Trend 2025 in sintesi - Start up 2025



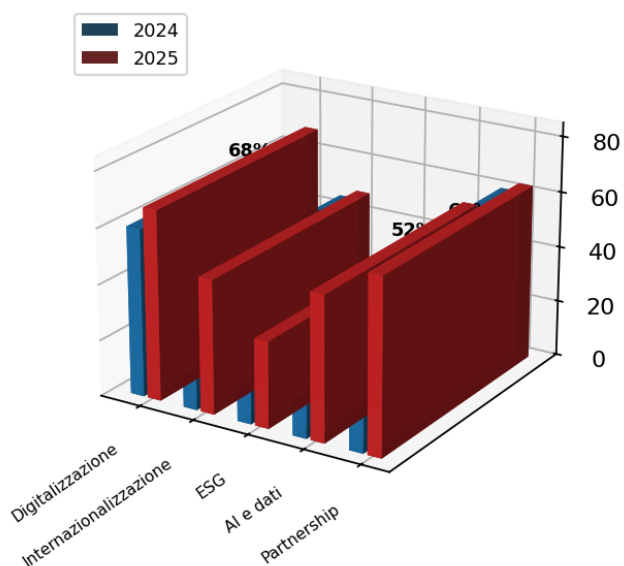
Trend 2025 in sintesi - PMI 2025



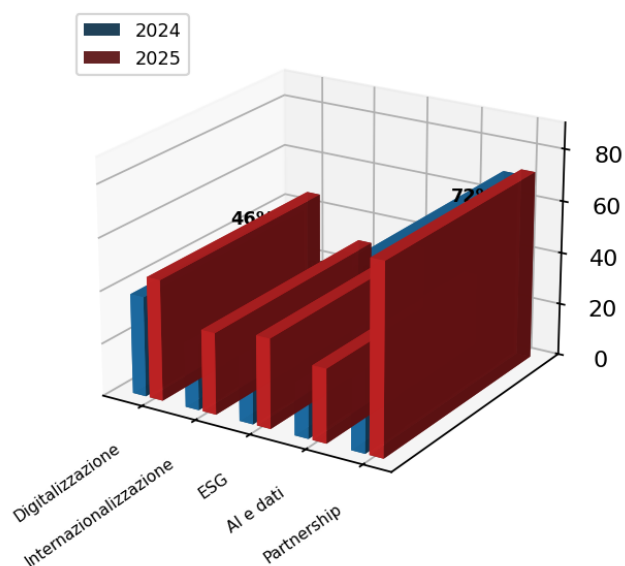
Attività	Startup 2025	PMI 2025
Digitalizzazione	68%	46%
Internazionalizzazione	48%	31%
ESG	31%	34%
AI e dati	52%	28%
Partnership	63%	72%

## Trend 2025 in sintesi - confronto 2024/2025

Confronto 2024-2025 - Start up



Confronto 2024-2025 - PMI



### Insights H2biz

I trend più evidenti riguardano digitalizzazione, mercati esteri, **sostenibilità** e utilizzo dei dati come leva commerciale. Il valore competitivo nasce dalla capacità di collegare questi fattori in strategie coordinate e **misurabili**.

## Lettura dei dati: Trend 2025 in sintesi

Per le startup, la **digitalizzazione è il trend di mercato più rilevante (68%)**. Il dato conferma la centralità degli strumenti digitali nei processi di crescita, acquisizione clienti, automazione e gestione delle relazioni commerciali.

Per le PMI, il valore più elevato riguarda le **partnership (72%)**. Questo evidenzia l'importanza delle relazioni qualificate per consolidare il posizionamento, accedere a nuovi mercati e rafforzare la capacità competitiva.

Il confronto tra 2024 e 2025 mostra una **trasformazione trasversale**: digitalizzazione, internazionalizzazione, sostenibilità e utilizzo dei dati diventano fattori sempre più integrati nei modelli aziendali.

La principale indicazione strategica è la **necessità di superare approcci frammentati**. Le imprese che collegano tecnologia, dati, relazioni e mercati possono costruire percorsi di crescita più robusti e misurabili.

## Considerazioni finali

Il Report 2025 conferma che startup e PMI stanno **attraversando una fase di adattamento strutturale**. La pressione competitiva, la digitalizzazione dei processi, l'accesso al capitale, la qualità delle relazioni e la capacità di presidiare nuovi mercati incidono in modo sempre più diretto sui percorsi di crescita.

Le startup mostrano una maggiore propensione all'innovazione, all'internazionalizzazione e all'acquisizione digitale dei clienti. Le PMI evidenziano una struttura più stabile, una base commerciale più consolidata e una **crescente attenzione a partnership**, fornitori strategici e strumenti di efficienza operativa.

**Il punto comune è la centralità delle connessioni qualificate.**

In un contesto competitivo frammentato, la capacità di accedere rapidamente a clienti, fornitori, partner e finanziatori rappresenta una leva determinante per trasformare i dati in opportunità concrete di business.

## H2biz

H2biz è il **business HUB italiano** attivo in 42 Paesi.

**H2biz** aggrega oltre **650.000** imprese e professionisti che comprano, vendono, esportano, sviluppano progetti, cercano fornitori, partner e finanziatori.

<b>650.000</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
imprese e professionisti	Paesi nel mondo	brand operativi	reti internazionali

### H2biz S.r.l.

Via Kerbaker 91 - 80129 Napoli

Email: [info@h2biz.net](mailto:info@h2biz.net)

WhatsApp: [+39 3760200533](https://wa.me/393760200533)

Web: [h2biz.net](https://h2biz.net)

© **Copyright** | E' vietata la riproduzione, anche parziale, e/o la pubblicazione del Report senza la **preventiva autorizzazione** di H2biz.