Ecommerce, nel 2015 crescerà del 15%, spinto anche dal turismo

evid1-71418c4f

Prosegue la costante crescita a doppia cifra che caratterizza l'ecommerce in Italia a partire dal 2010: dopo aver ottenuto un incremento del 16% nel 2014, il commercio via internet registrerà per il 2015 un ulteriore incremento del 15% che porterà il mercato a superare i 15 miliardi di euro. A trainare il fenomeno, il mobile commerce che si conferma tra i principali fenomeni dell'ebuzz in Italia: gli acquisti tramite smartphone sono infatti cresciuti del 78% nel 2014 e nel 2015 stanno registrando un ulteriore incremento del 68%, con un valore triplicato in due anni, da un totale di 610 milioni nel 2013 a 1,8 miliardi di euro nel 2015.

Questi sono solo alcuni dei dati salienti presentati nel corso della decima edizione del Netcomm eCommerce Forum, in corso oggi a Milano alla presenza di oltre 4.000 invitati, tra aziende, professionisti e giornalisti. Un record che mostra come il comparto sia divenuto nel tempo una scelta obbligata e un canale necessario e cruciale per le imprese che vogliano fare business sia nel nostro Paese sia su scala globale.

Secondo le ultime stime di Ecommerce Foundation, in tutto il mondo le vendite complessive di beni e servizi online si attesteranno sui 2.100 miliardi di dollari a fine 2015 (erano 1.840 miliardi a fine 2014), ovvero il 5% sul totale complessivo delle vendite retail. Sono in media il 75% gli utenti che nel mondo accedono al web tramite dispositivi mobili. Se, poi, analizziamo la sola Europa, per il 2015 si stima a 470 miliardi di euro il fatturato complessivo di beni e servizi acquistati tramite ecommerce, con una preponderanza del 54% dei beni rispetto al 46% dei servizi. Nel Vecchio Continente la popolazione di e-shopper supera i 230 milioni di individui e sono circa 2,5 milioni i posti di lavoro che direttamente o indirettamente l'ecommerce sta generando. Nel corso del 2014, i tre Paesi europei in cima all'ideale classifica delle vendite online che catalizzano il 60% delle vendite online sono: UK con 122 miliardi di euro, Germania con 70 miliardi, Francia con 56,8.

[caption id="attachment_75232" align="alignleft" width="300"]Roberto Liscia Roberto Liscia[/caption]

“Sempre più interlocutori, finalmente, iniziano a cogliere le opportunità che solo la rete è in grado di assicurare al nostro tessuto imprenditoriale, aiutando e sostenendo le aziende, le startup e i player internazionali qui convenuti a competere con norme chiare e trasparenti", ha sottolineato in apertura dei lavori Roberto Liscia, presidente di Netcomm - Consorzio del Commercio Elettronico Italiano. "Oltre ai numeri positivi e di crescita a doppia cifra che da anni segnaliamo, va rimarcato che le imprese italiane che vendono online sono oggi solo il 4% del totale, l’accesso alla banda larga rimane carente e la copertura finanziaria per gli investimenti necessari sono ancora un interrogativo non risolto. L'Italia è conosciuta nel mondo per i suoi prodotti di abbigliamento, calzature, accessori, moda, arredo, design, vino e prodotti alimentari-gastronomici di qualità. Tutte le piccole e medie imprese italiane che producono e/o commercializzano questo tipo di prodotti hanno spazi di mercato veramente straordinari. Tecnicamente stiamo parlando di una platea di oltre 1 miliardo ci consumatori che abitualmente compra online, affascinata dal Made in Italy in tutte le sue sfaccettature, e di 4,2 miliardi di individui che quotidianamente sono su internet. Ma stiamo perdendo competitività a livello globale e non riusciamo a sfruttare il potenziale di domanda che potrebbe trovare più facilmente sbocchi su questi mercati”. “In Italia la penetrazione dell’eCommerce sul totale del mercato retail sta crescendo e passa dal 3,6 al 4% nell’ultimo anno”, afferma Alessandro Perego, responsabile scientifico dell’Osservatorio eCommerce B2C Netcomm - Politecnico di Milano. “Un ruolo chiave, in questa crescita, ce l’hanno anche settori “emergenti” per il nostro ecommerce, come per esempio l’Arredamento che raggiunge quota 350 milioni di euro, +75% rispetto al 2014, e il food&wine enogastronomico che sfiora i 260 milioni di euro, in crescita del 30% rispetto allo scorso anno. Ne sta beneficiando soprattutto la vendita di prodotti, che nel 2015 pareggerà quella di servizi, passando dal 46 al 50% delle vendite online da siti italiani”.

Tra i prodotti, l’informatica fa registrare l’incremento più elevato (+26%), seguita a ruota dall'abbigliamento, che registra un +23%, e dall’editoria e dal grocery, che balzano avanti del 21%. "Il turismo ottiene un incremento in linea con la media degli ultimi 4 anni, pari al 9%, confermandosi così il comparto principale dell'ecommerce con un valore di quasi 5,5 miliardi di euro, pari al 37% del mercato" aggiunge Riccardo Mangiaracina, responsabile Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano. “L’abbigliamento passa dal 14 al 15% del mercato, e l’informatica ed elettronica di consumo dal 12 al 13%; seguono l’editoria con una quota del 3% e il grocery con l’1%. Turismo e abbigliamento si confermano inoltre i due comparti che spingono maggiormente l'export dell’ecommerce italiano portandolo a crescere del 18% nel 2015 e a raggiungere una quota superiore ai 3 miliardi di euro”.

“Visti i numeri italiani, europei e globali è evidente che si tratta di comprendere che la partita che stiamo giocando coinvolge l’intero sistema Paese e il mio appello va a tutte le istituzioni e forze

politiche ed economiche perché agevolino le imprese e i consumatori nella loro vita digitale, semplificando da un lato processi e servizi e rendendo le normative fiscali e legali più rispondenti alla nuova economia digitale”, conclude Liscia. "Non possiamo non cogliere le opportunità che ci si presentano dinanzi. Abbiamo prodotti unici e dobbiamo saperli proporre al meglio nelle arene digitali, lavorando con assiduità sia presso le istituzioni comunitarie con la nostra associazione europea sia presso quelle italiane, come torneremo a fare dopo gli incontri dei mesi scorsi a Roma presso la Camera dei Deputati. Ci aspettiamo che i prossimi 10 anni di Netcomm siano ancora più prolifici dei precedenti 10 che festeggiamo in questo anno”.