

# L'eCommerce viaggia a gonfie vele (anche) grazie a smartphone e tablet

Il dato relativo agli acquisti on-line da parte degli italiani raggiungerà i 19,3 miliardi di euro entro la fine del 2016 con un incremento di oltre 2,7 miliardi rispetto all'anno scorso. La crescita è spinta dal massiccio utilizzo nei processi d'acquisto dei dispositivi mobili.



*"Le aziende italiane devono comprendere quanto sia importante essere presenti on-line".*

di **Lucio Proserpi**

Continua la crescita a doppia cifra dell'eCommerce in Italia: il valore degli acquisti on-line degli italiani raggiungerà nel 2016 i 19,3 miliardi di euro con un incremento del 17% rispetto al 2015, pari a oltre 2,7 miliardi di euro. Le previsioni per il 2016 rivelano una crescita dei settori che hanno trainato l'eCommerce fino a oggi: il turismo (+11%), l'informatica ed elettronica (+22%) e l'abbigliamento (+25%) ma anche l'editoria (+16%). Vanno molto bene i settori simbolo del Made in Italy che, pur considerati ancora emergenti per la vendita on-line, stanno registrando le crescite più alte: il food&grocery otterrà un incremento del 29% mentre l'arredamento&home living crescerà del 39%. La penetrazione dell'eCommerce nel 2016 raggiungerà il 5% delle vendite retail. Lo scontrino medio vale 75 euro per l'acquisto di prodotti, per un totale di 115 milioni di ordini, e di 253 euro nei servizi, per 45 milioni di ordini. Questi sono i dati salienti dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm Politecnico di Milano presentati nel corso della XI edizione del Netcomm eCommerce Forum.

### L'importanza del mobile

"I grandi numeri raccontano che gli italiani che acquistano on-line sono 18,8 milioni. Rapportata alla popolazione Internet in grado di fare acquisti, ovvero 30,8 milioni di individui, la cifra indica che l'eCommerce vanta una penetrazione del 61%, in crescita rispetto agli scorsi anni se consideriamo che fino a due anni fa eravamo ancora sotto il 50%", ha dichiarato Roberto Liscia, Presidente di Netcomm. "Non c'è niente in Italia che cresca come il commercio elettronico (+17%), così da superare quota 19 miliardi di euro. L'Italia, però, vive un paradosso perché nel Paese esistono tutte le condizioni potenziali perché quei 19 miliardi diventino 40 miliardi. Mentre gli eShopper italiani sono raddoppiati, passando da 9 a oltre 18 milioni, le imprese non si sono digitalizzate con lo stesso ritmo. In Italia sono state censite appena 40mila aziende che vendono on-line, contro le 800mila a livello europeo di cui 200mila solo in Francia: 5 volte le nostre. In questo modo le imprese italiane non solo perdono quote di mercato sugli acquirenti italiani ma rischiano di perdere fatturati anche da eShopper esteri. Il mio monito, quindi, va alle nostre aziende,

nella speranza che serva a spronarle a essere sempre più presenti on-line e a capire come il 'fare eCommerce' sia davvero vitale per la loro sopravvivenza, soprattutto laddove la forza del brand Made in Italy è più rilevante, come nei settori moda, arredamento e alimentare". Nell'esperienza d'acquisto del consumatore, i dispositivi Mobile giocano un ruolo sempre più rilevante: gli acquisti on-line tramite smartphone aumentano del 51%, superano il valore di 2,8 miliardi di euro valgono il 15% dell'eCommerce nel 2016, il 24% se aggiungiamo quelli via tablet. Tra i servizi più acquistati in mobilità ci sono quelli legati al turismo (10% del totale); tra i prodotti, invece, troviamo al primo posto arredamento & home living ed editoria, entrambi con il 23%, a seguire informatica (20%), abbigliamento (19%) e food & grocery (9%). L'Export, inteso come il valore delle vendite da siti italiani a clienti stranieri, aumenta del 18% e supera quota 3,5 miliardi di euro. Il 42% di questo valore è imputabile al turismo, grazie prevalentemente agli operatori del trasporto e ai portali di hotel, e per il 38% all'abbigliamento grazie ai grandi marchi e ai retailer tradizionali ma anche alle boutique multi-brand italiane.

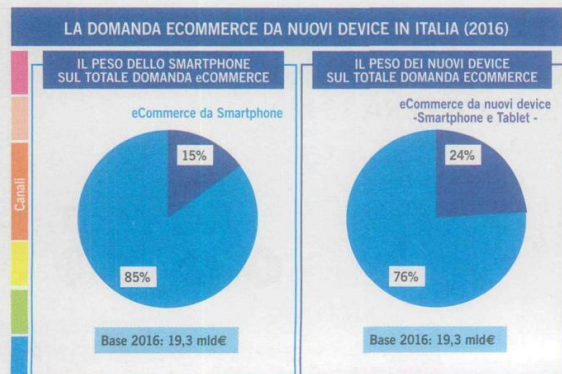
### L'identikit degli eShopper italiani.

Chi sono gli eShopper italiani? Il 55% ha meno di 44 anni e la composizione per sesso vede una leggera prevalenza maschile (53%), che si rafforza tra gli acquirenti abituali (56%). Il profilo di età degli acquirenti on-line in mobilità è molto più giovane della media della popolazione italiana: il 42% ha meno di 35 anni, contro il 33% dell'intera popolazione on-line. La spesa media degli acquisti di servizi e beni digitali è superiore rispetto a quella per i prodotti fisici. A primeggiare sono i prodotti di viaggi e turismo, seguiti da elettronica, servizi assicurativi, abbigliamento e accessori.



60,9%

**Percentuale della popolazione italiana con accesso a Internet che ha effettuato un acquisto in Rete negli ultimi tre mesi.**



Nel grafico qui a fianco si evidenzia la crescita del valore degli acquisti eCommerce da parte dei consumatori italiani. In quello a sinistra è evidenziato il peso dei nuovi device sul totale della domanda eCommerce.