



Economia - E-commerce, vendite online crescono a doppia cifra anche nel 2019

Milano - 18 apr 2019 (Prima Pagina News) Presentato a Milano il report della Casaleggio Associati sul settore e-commerce in Italia, con un focus specifico sul valore delle aziende e-commerce italiane e sulla reputazione online.

Gli acquisti on line piacciono sempre di più agli italiani e questo trend sembra non conoscere crisi visto che, nel 2018, il 62% della popolazione del nostro Paese, 38 milioni di persone, ha acquistato sul web e si prevede che entro il 2023 gli e-shoppers arriveranno a toccare quota 41 milioni. Il che, tradotto in euro, significa 41,5 miliardi fatturati nel 2018 dall'intero mercato dell'e-commerce B2C, e dunque verso il consumatore. Il 18% in più rispetto all'anno precedente. A fornire la fotografia del commercio online e del suo stato di salute è il rapporto E-commerce in Italia 2019, della Casaleggio Associati, presentato oggi a Milano. "L'indagine non dà margini di dubbio – commenta Davide Casaleggio – le vendite online registrano una crescita a doppia cifra e sono sempre di più le aziende che decidono di investire sul web, con prospettive di crescita importanti, soprattutto per quanto riguarda il canale mobile. Pensiamo al numero delle aziende e-commerce iscritte al Registro delle imprese come commercio al dettaglio di ogni prodotto effettuato su internet: parliamo di 20.100 aziende, l'11,7% in più rispetto al 2017. Numeri interessanti, che lanciano un messaggio chiaro in termini di strategie d'investimento e dei canali sui quali insistere: in Italia l'85% della popolazione web usa lo smartphone per fare acquisti, una media superiore a quella degli altri Paesi europei". Tra i settori in crescita, a guidare la classifica è il tempo libero che detiene il 41,3% dei fatturati e-commerce, seguito dal turismo (28%). Continuano a crescere i centri commerciali che si attestano al terzo posto, che rappresentano il 14,5% del fatturato, e l'elettronica di consumo, che cresce del +23% e rappresenta il 3,3% del fatturato. In aumento il settore della salute (+23%) grazie anche alla proliferazione delle farmacie online e quello della moda (+18%). I dati relativi alle prospettive di crescita per il 2019 hanno tutti il segno più: +40% centri commerciali, +29% casa e arredamento, +27% l'alimentare, solo per citarne alcuni. Un'evoluzione dettagliata quella presentata dalla Casaleggio Associati, che analizza anche i trend degli acquisti: l'80% dei consumatori online afferma che le esperienze personalizzate rendono più propensi ad acquistare da un'azienda piuttosto che da un'altra, l'87% sostiene che i social media influenzino gli acquisti e il 53% effettua pagamenti con wallet digitale. I social d'altra parte restano la piazza di riferimento per gli investimenti aziendali che, per il 2019, aumenteranno secondo il 55% delle imprese intervistate. A guidare i canali c'è Facebook, considerato come quello più efficace dal 71% delle aziende, seguono Instagram (53%) e Youtube (27%). Advertising customizzato, share of relation, brand reputation e valori aziendali: sono queste, dunque, le parole chiave per avere successo in un mercato sempre più digitale, social e competitivo, con un occhio al panorama italiano ma anche a quello straniero. Il tema dell'internazionalizzazione è rilevante: sebbene il numero delle aziende italiane che



investono all'estero sia diminuito rispetto al 2017 del 5%, il 56% di queste vende oltre confine. D'altra parte, se è vero che è il mercato Asia-Pacifico a detenere la leadership con una produzione di 1892 miliardi di dollari nel 2018, è vero anche che la Cina resta il secondo mercato di destinazione delle esportazioni mondiali e l'ottavo per l'export italiano. “Dunque, l'e-commerce italiano è uno dei mercati con le maggiori potenzialità - conclude Casaleggio – Ma in questi anni a conquistare i settori più interessanti sono state le imprese dall'estero. Esperienze come quelle di Amazon nell'elettronica, Booking ed Expedia nel turismo, Zalando nell'abbigliamento dimostrano che oggi vendere online significa gestire economie di scala importanti che consentano investimenti su servizi e acquisizioni. A fare la differenza sono i finanziamenti, che possono dare un contributo importante per far sì che le aziende di e-commerce italiane siano in grado di espandersi a livello internazionale”.

(Prima Pagina News) Giovedì 18 Aprile 2019