

Il commercio elettronico torna a correre: +15% nel 2010

Torna a correre le-commerce in Italia e cresce a doppia cifra nel primo trimestre 2010. Il totale delle vendite realizzate da siti italiani registra, infatti, un incremento del 16% toccando quota 1.425 milioni di euro (con una stima di chiusura dell'anno a 6.505 milioni di euro).

Crescono tutti i comparti, dall'Abbigliamento (+51%), all'Informatica ed Elettronica (+23%), al Turismo (+23%), all'Editoria, musica ed audiovisivi (+19%), alle Assicurazioni (+18%), al Grocery (+17%).

Questi alcuni dati salienti dell'Osservatorio E-commerce B2C **Netcomm - School of Management del Politecnico di Milano**, realizzato in occasione delle-Commerce Forum 2010.

La ricerca, basata su oltre 200 casi di studio, fornisce una valutazione consuntiva del mercato italiano dell'E-commerce B2c nel 2009, ed analizza tutte le principali evoluzioni strategiche in atto nel primo trimestre 2010.

Introduzione

«Nel primo trimestre del 2010» ha dichiarato **Alessandro Perego**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio E-commerce **B2c** di Netcomm e School of Management del Politecnico di Milano «l'E-commerce B2c ha ripreso il percorso di crescita che si era temporaneamente arrestato nel 2009, facendo registrare un aumento del 16% rispetto al primo trimestre dello scorso anno. Se nel 2009 poco più del 60% delle aziende analizzate dichiarava di crescere, nel 2010 la quota di aziende in crescita sfiorerà il 90% e, di queste, il 35% dovrebbe essere in crescita di oltre il 30% e il 31% tra il 10 e il 30%. Ad oggi stimiamo un incremento, anche se in misura diversa, in quasi tutti i principali comparti merceologici sia nell'ambito dei servizi che dei prodotti. Cresceranno complessivamente sia lo scontrino medio (+6%) in virtù dell'incremento che si dovrebbe registrare per Assicurazioni e Turismo sia il numero di ordini (+13% su base annua) grazie al contributo di tutti i settori. Bene anche l'export che per il 2010 dovrebbe finalmente superare il miliardo di euro, grazie agli ottimi risultati di Abbigliamento e Turismo. Non dimentichiamo infine che l'E-commerce resta, anche a fine 2009, il più importante tra i mercati digitali consumer (intesi come tutti quei mercati rivolti al consumatore finale, basati su piattaforme digitali), seguito dal Gioco online (con oltre 3,6 miliardi di euro), il vero fenomeno dirompente degli ultimi due anni nel nostro Paese».

«Lo scenario e-commerce che possiamo tracciare per il 2010, grazie alle stime del primo trimestre, è nuovamente positivo» ha commentato **Roberto Liscia**, Presidente di NETCOMM, Consorzio del Commercio Elettronico Italiano «e dopo la sostanziale tenuta del 2009 si tratta di un risultato che premia in primo luogo gli operatori del comparto. Se di fatto le-commerce in Italia ha raggiunto un valore di poco inferiore ai 6 miliardi di Euro, il valore del nostro rappresenta solo il 3% di quello europeo, ma il tasso di crescita atteso nei prossimi anni è superiore a quello degli USA e di molti altri Paesi. Inoltre, oggi l'82% delle transazioni commerciali è effettuato tra imprese o Enti pubblici, mentre il B2C rappresenta solo il 18% del totale. Tra il 2004 ed il 2009 in Europa» continua Liscia «la percentuale di individui che ha acquistato su Internet per uso privato è passata dal 22% al 42%. E nei mercati maturi, come nel Nord Europa dove gli Internet user costituiscono oltre il 90% della popolazione, il 65% di questa acquista prodotti o servizi online. In Italia, seppur l'accesso ad Internet tra casa ed ufficio sia ampiamente diffuso, gli e-buyer rappresentano solo il 12% della popolazione. La ragione fondamentale della nostra impasse si colloca nell'annoso ritardo dello sviluppo della banda larga, dove l'Italia non tiene il passo della media europea (59%), con un tasso di diffusione nelle abitazioni pari al 39%».

I risultati

L'E-commerce B2c in Italia, inteso come il totale delle vendite realizzate da siti italiani, nel 2009 ha chiuso a quota 5.637 milioni di euro, registrando quindi un -2% sul totale 2008. Sempre al dicembre 2009 si è evidenziata una forte crescita per la vendita online di Abbigliamento (+39%), l'Editoria, musica ed audiovisivi ha registrato un +24%, mentre si è contratto il Turismo (-7%), che rappresenta il 51% del valore dell'E-commerce in Italia. Si è ridotto il valore dello scontrino medio da 240 a 215 euro, essenzialmente per effetto del calo nel Turismo e rimane comunque prevalente in Italia la vendita di servizi (66%) rispetto alla vendita di prodotti (34%), in contro-fase rispetto ai mercati esteri.

- **Figura 1 - Il valore delle-commerce B2C in Italia è cresciuto con tassi a due cifre dal 2002 al 2008**
- **Figura 2 - per poi arrestarsi temporaneamente nel 2009 anno della crisi economica global**
- **Figura 3 - I servizi continuano a valere i due terzi del mercato**

Tornando alle previsioni 2010 e disaggregando a livello di macro-aree, le vendite di prodotti B2C informatica ed elettronica di consumo, libri, abbigliamento, alimentari aumenteranno del 21% circa, superando 1,4 miliardi di euro, mentre le vendite dei principali servizi biglietti, viaggi, assicurazioni raggiungeranno 3,9 miliardi di euro, in crescita del 19%. Registrerà un lieve calo dell'1% solo l'aggregato altro, che comprende Made in Italy, Ricariche telefoniche, Ticketing e C2C.

- **Figura 4 - Nel primo trimestre del 2010 il valore delle-commerce B2c torna a crescere!**

Positivo, sia per i prodotti che per i servizi, sarà l'aumento del numero di ordini evasi che crescerà del 21% e del 6% circa, rispettivamente. Rimarrà stabile lo scontrino medio nei prodotti (183 euro) ed aumenterà del 12% nei servizi (253 euro). Se si analizzano più puntualmente l'aumento delle vendite all'interno dei principali comparti merceologici, quello con il tasso di crescita più elevato sarà l'Abbigliamento con un +45% rispetto al 2009.

- **Figura 5 - Nel 2010, sulla base dei dati di pre-consuntivo, ci si aspetta una crescita del +15%**

Per informazioni, visita il sito dell'Osservatori: www.osservatori.net/ecommerce_b2c

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi del management, dell'economia e dell'industrial engineering che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano. La School of Management ha ricevuto nel 2007 l'accreditamento EQUIS. Gli Osservatori ICT & Management della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati, ecc. Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: B2b - eProcurement e eSupply Chain, Banche 2.0, Business Intelligence, Canale ICT, E-commerce B2c, eGovernment, Enterprise 2.0, eProcurement nella PA, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione Strategica dell'ICT, Gioco online, ICT Accessibile e Disabilità, ICT in Sanità, ICT nel Real Estate, ICT Strategic Sourcing, ICT & CIO nel Fashion-Retail, ICT & PMI, ICT & Utility, Information Security Management, Intelligent Transportation Systems, Mobile Content & Internet, Mobile Finance, Mobile Marketing & Service, Mobile & Wireless Business, Multicanalità, New Tv & Media, NFC & Mobile Payment, RFID, Social Network.

www.osservatori.net

Netcomm Il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano è stato costituito l'8 settembre 2005, ma le sue origini risalgono agli albori del commercio elettronico in Italia. Non è un caso che, sin dalla costituzione, ha ottenuto il patrocinio di ASSINFOM e della sua Commissione servizi e contenuti multimediali ANEE, attiva su questi temi già dagli anni Novanta. Oggi Netcomm aderisce ad Assinform, parte di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici. Gli obiettivi sono: promuovere le iniziative che possono contribuire alla conoscenza e alla diffusione delle tematiche, dei servizi e delle tecnologie connesse al commercio elettronico. Stimolare la collaborazione delle imprese e degli imprenditori del settore, rappresentandoli nei rapporti con le istituzioni a livello nazionale, comunitario e internazionale. Definire standard di qualità dei servizi offerti dagli operatori e-commerce. Operare presso i media per una corretta comunicazione. Operare a favore del settore in termini di aspetti legali e fiscali, diritto di autore, sicurezza e tutto quanto faciliti lo sviluppo di un mercato digitale.

www.consorzionetcomm.it