

Dalle vendite online il 7% del Pil

Il dato nello studio Netcomm-Althesys: il settore vale oltre 133 miliardi di euro

Vito de Ceglia

In Italia, il 7 per cento del Pil è generato dall'impatto che la filiera dell'e-commerce ha sull'economia. Stiamo parlando di un settore che vale oltre 133,6 miliardi di euro, il cui 37 per cento è assorbito dallo Stato tra imposte e contributi, a beneficio dell'intero sistema. Non solo: ad oggi, il 4,7 per cento del totale del fatturato delle aziende italiane viene registrato dal canale e-commerce. Pur essendo una percentuale in crescita, essendo quasi raddoppiata dal 2014 quando era al 2,2 per cento, le potenzialità di sviluppo di questo settore sono ancora molto ampie.

A dirlo sono le proiezioni della ricerca realizzata da Netcomm, il consorzio del commercio digitale in Italia, in collaborazione con la società di consulenza Althesys. L'analisi, condotta su dati relativi al 2022, fornisce lo spaccato di un settore che nel giro di un anno è cresciuto del 13,9 per cento. Settore che ha contribuito a creare, lungo tutta la sua filiera, a creare 1,6 milioni di posti di lavoro (+12,4 per cento rispetto al 2021), rappresentando il 6,4 per cento degli occupati in Italia, per un totale di 35 miliardi di euro di salari lordi nella sola filiera (+13,2 per cento rispetto al 2021).

A beneficiare della ricchezza generata dalla filiera è l'intera

società: grazie a questo valore, lo Stato può investire 49,6 miliardi di euro in servizi pubblici e infrastrutture, migliorando il benessere della collettività e supportando lo sviluppo economico del Paese con il 37 per cento del totale generato, che corrisponde al 9,1 per cento delle entrate fiscali 2022.

La ricerca ha individuato tre macro-fasi in cui sono raggruppate tutte le categorie che compongono l'intera filiera dell'e-commerce, che vede al centro gli online seller (retailer, brand e marketplace), a monte i fornitori (servizi informatici, di marketing, consulenza, componenti materiali e altri servizi) e a valle il supporto alle attività di vendita (logistica e sistemi di pagamento).

Gran parte del valore condiviso (il 46,4 per cento) si genera nella fase centrale, ossia quella delle attività degli online seller, che corrisponde a 61,9 miliardi di euro, in crescita dell'8,5 per cento rispetto al 2021, e che occupa 773.000 persone nel 2022, un numero aumentato del 7,7 per cento rispetto all'anno precedente. Di questo segmento della filiera fanno parte le aziende classificate come drand, retailer, e marketplace.

Il resto del valore è equamente distribuito tra la fase che precede le vendite online (fornitori), che genera 36,6 miliardi di euro

(il 27,4 per cento del totale), in crescita dell'8 per cento rispetto al 2021, e occupa 445.400 addetti, in crescita dell'8,7 per cento rispetto al 2021; e la fase che segue la vendita online (supporto alle attività di vendita), che genera 35,1 miliardi di euro (il 26,3 per cento del totale), in crescita del 33% rispetto al 2021, così come il numero di occupati che è pari a 415.100 nel 2022 e segna un significativo aumento rispetto al 2021, pari al +27 per cento.

L'e-commerce come "nemico da contrastare" è un pregiudizio infondato e superato. Lo dicono i numeri della ricerca, spiegano da Netcomm. Tuttavia, gli esperti dicono anche che il grado di digitalizzazione delle nostre imprese è ancora insufficiente e sono necessarie politiche che le supportino nel cogliere le opportunità di aprirsi ai mercati internazionali attraverso il digitale, incrementando l'export.

Occorre intervenire sul sistema educativo italiano orientandolo al digitale con programmi di formazione che forniscano conoscenze operative. L'auspicio di Netcomm è che il governo adotti strategie di collaborazione sempre più serrate con i soggetti privati a favore del sistema Paese, dove le nuove tecnologie e le innovazioni come l'intelligenza artificiale rappresentano un asset di sviluppo fondamentale per le nostre imprese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IDATI

DS6901

DS6901

Nel 2025, 20 trilioni di dollari di pagamenti passati dalla rete

Nel mondo circoleranno 217 miliardi di pacchi in crescita dell'8% sul 2024

Nel 2025 circoleranno nel mondo 217 miliardi di pacchi, con una previsione di crescita dell'8% sul 2024, e il valore dei pagamenti online sarà di oltre 20 trilioni di dollari. Sono questi i numeri di due settori che stanno affrontando sfide significative nell'ambito della digitalizzazione e della sostenibilità.

In Europa, stiamo assistendo a un'accelerazione nell'adozione di soluzioni senza contante. In particolare, nel 2024 il 21% dei pagamenti è avvenuto online portando il valore delle transazioni a raddoppiare negli ultimi 5 anni, rappresentando oggi il 36% del mercato delle transazioni digitali. In questo contesto, il 48% delle transazioni online avviene tramite carta di credito e il 29% tramite soluzioni di e-payment come Paypal.

Le tecnologie contactless stanno diventando sempre più comuni con dispositivi wearable, co-



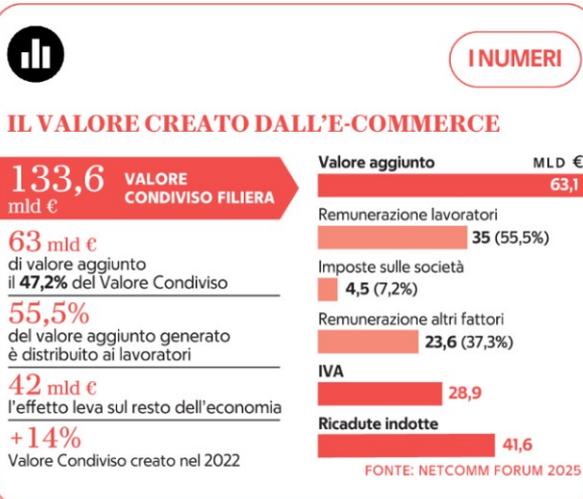
me smartwatch e occhiali smart. L'adozione di IA e biometria sta inoltre migliorando la sicurezza dei pagamenti, riducendo il rischio di frodi e offrendo esperienze più personalizzate per il consumatore. In più, le stime dicono che la crescente digitalizzazione dei pagamenti transfrontalieri porterà il mercato a crescere da 190 miliardi di dollari nel 2023 a

290 miliardi nel 2030. Anche nel settore della logistica, l'e-commerce continua a registrare una forte crescita, con un volume globale di spedizioni di 217 miliardi di pacchi nel 2025. Guardando all'Italia, oltre il 24% delle spedizioni riguarda il settore abbigliamento, sport e accessori, mentre informatica ed elettronica rappresentano oltre il 18%.

Con l'aumento dei volumi di spedizione, la sostenibilità si pone come una priorità. Particolare attenzione va riservata ai resi, che in Italia nel 2024 impattano particolarmente sulle zone del Sud, con una percentuale del 7%, (+0,3 rispetto al 2023), seguito dal Nord-est (6%, +0,5%) e dal Nord-ovest e le Isole, che registrano aumenti più contenuti, rispettivamente al 5,3% (+0,3) e al 5% (+0,6).

In questo scenario, l'evoluzione della logistica last mile incentiva i retailer a adottare soluzioni più sostenibili, come i punti di ritiro e i locker, che stanno guadagnando popolarità tra i consumatori italiani, e sono arrivati al 20% delle modalità di consegna. - v.d.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



4,7%

IL CANALE

Il 4,7 per cento del totale del fatturato delle aziende italiane viene dal canale e-commerce