

E-commerce, per le aziende tricolori il giro d'affari è fermo al 12%

L'impatto dell'e-commerce sul fatturato delle grandi imprese europee è di oltre il 20%, un dato che testimonia una maggiore consapevolezza da parte delle multinazionali delle opportunità connesse allo sviluppo dei nuovi canali online. L'Italia, resta però maglia nera del settore: si attesta infatti agli ultimi posti della classifica Ue, con appena il 12% del giro d'affari che proviene dall'e-commerce, contro il 45% dell'Irlanda che risulta prima in classifica. I dati emergono dal paper dell'Istituto per la Competitività (I-Com), «The impact of digitalization on business-to-consumer relationship», curato da Silvia Compagnucci e Stefano da Empoli, presentato ieri a Bruxel-

les in un evento presso da I-Com in collaborazione con Enel, Google e Uber e con la partecipazione di diversi rappresentanti della commissione europea, parlamentari e altri stakeholder europei. Secondo l'analisi, l'e-commerce è tra i servizi digitali che ha maggiori prospettive di sviluppo. Gli acquisti online, infatti, hanno registrato una fortissima crescita, passando dal 30% del 2007 al 55% del 2016, con performance brillanti nelle fasce d'età tra i 16 e i 24 anni e i 25 e i 34 anni. Per quanto concerne le tipologie di acquisti, gli abiti e i beni legati allo sport primeggiano a livello europeo (34%), seguiti da viaggi, alloggi vacanza (29%) e biglietti per eventi. In relazione alle attività finanziarie, a livello

europeo, l'attività più comune nel 2016 è stata l'acquisto o il rinnovo di polizze assicurative (11% degli individui). In generale, gli utenti più attivi sono stati quelli di età compresa tra 25 e 54 anni (14%), seguiti da quelli tra i 55 e i 74 (12%). Assenti, o quasi, i più giovani. Per quanto concerne l'internet banking, invece, la Danimarca guida la classifica europea con l'88% degli utenti nel 2016, seguita da Finlandia (86%) e Paesi Bassi (85%). Le performance peggiori invece in Grecia (19%), Romania (5%) e Bulgaria. In relazione alle età, le fasce tra 25 e 34 anni e tra 35 e 44 risultano le più attive. La commissione europea, il 25 maggio 2016, ha presentato un

pacchetto di misure per consentire a consumatori e imprese di acquistare e vendere prodotti e servizi online più semplicemente e con maggiori garanzie nell'Unione. «La rete sta diventando sempre più il «luogo» privilegiato in cui gli individui interagiscono, ricercano informazioni, condividono esperienze, concludono transazioni. Un fenomeno di portata globale che sta ridisegnando ogni settore socio-economico plasmando una società del tutto nuova», ha dichiarato il presidente di I-Com Stefano da Empoli. «Occorre però che tutti i cittadini, a cominciare dall'Italia, possano sfruttare le enormi opportunità offerte dai canali digitali».

© Riproduzione riservata

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

