

COMUNICATO STAMPA

La rete del valore dell'e-commerce in Italia vale 71 miliardi di euro ed è il primo driver di crescita dell'economia

Secondo lo studio condotto da Netcomm in collaborazione con The European House – Ambrosetti, il settore ha contribuito per il 40,6% alla crescita di fatturato totale delle attività economiche nel quinquennio 2016-2020 in Italia.

Per ogni 100 euro investiti nella rete del valore dell'e-commerce e del digital retail se ne generano altri 148 nel resto dell'economia.

Driver principale dell'e-commerce sono il rapporto più diretto col cliente e il miglioramento dell'esperienza di acquisto.

Digital marketing al top delle priorità d'investimento sia nel B2B che nel B2C.

Roma, 18 gennaio 2023. — L'e-commerce e la filiera ad esso associata si confermano un comparto fondamentale per la crescita del sistema-Italia. La rete del valore dell'e-commerce e del digital retail si posiziona al primo posto tra le 99 attività economiche italiane per incidenza sul fatturato complessivo del settore privato, arrivando ora a pesare per il **40,6%** della crescita di fatturato del totale delle attività economiche italiane del settore privato nel quinquennio 2016-2020. Si stima che nel 2021 la crescita delle attività di questa filiera sia pari a **+4,4%** rispetto al 2020, attestandosi a quasi **71 miliardi di euro** di fatturato complessivo a livello nazionale (era quasi 68 miliardi di euro nel 2020, con un incremento del 20% rispetto all'anno pre-pandemia).

Prosegue dunque il trend positivo per il settore dell'e-commerce secondo quanto indicano i dati raccolti dalla seconda edizione dello studio condotto da Netcomm in collaborazione con The European House – Ambrosetti dal titolo "Il ruolo e il contributo dell'e-commerce e del *digital retail* alla crescita dell'Italia". Lo studio è stato presentato oggi a Roma in un incontro in cui hanno partecipato i più importanti player del settore, insieme a rappresentanti delle istituzioni.

"Alla luce dei risultati di questo studio non possiamo che decretare una volta per tutte la fine della concezione di e-commerce come un semplice 'trend'. La rete del valore del commercio digitale è molto di più: stiamo parlando di una filiera concreta e tangibile che fa crescere la nostra economia più di tutte le altre 98 attività economiche prese in considerazione e che riguarda 723 mila imprese". Commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale in Italia.** *"Il commercio digitale e la sua filiera si configurano - e si configureranno sempre di più - come un ecosistema in cui canale tradizionale e digitale coesistono e collaborano in un orizzonte strategico di crescita. Per questo oggi chiediamo ai rappresentanti politici e istituzionali di sostenere lo sviluppo di questa filiera attraverso precisi interventi e investimenti che consentano di colmare il gap di competenze digitali che scontiamo a livello europeo e rafforzare l'export digitale."*

*"L'e-commerce e il digital retail rappresentano un fenomeno articolato e in crescita nel nostro Paese, con ramificazioni e interrelazioni cross-settoriali. L'approccio olistico adottato per ricostruire la rete estesa del valore di questo settore consente di mettere il luce contributo offerto dai diversi settori economici coinvolti a monte e a valle nel percorso di vendita e acquisto online, con un elevato effetto moltiplicatore economico (2,48) e occupazionale (2,41) sul sistema-Paese. L'indagine condotta presso le imprese italiane indica che l'e-commerce è riconosciuto come un canale prioritario per la crescita del business, con investimenti crescenti che verranno indirizzati sul digital marketing e sull'export digitale. Oltre ad essere una grande opportunità per l'internazionalizzazione delle produzioni del Made in Italy, il settore rappresenta un'opportunità anche per la creazione di valore per l'Italia." – afferma **Lorenzo Tavazzi, Partner e Responsabile dell'Area Scenari e Intelligence di The European House – Ambrosetti** – "I settori coinvolti nella filiera valgono oggi 71 miliardi*

di Euro (+95% dal 2016). Non solo. Questo sistema industriale e di servizi ha una elevata capacità di attivazione su tutto il resto dell'economia: per ogni 100 euro generati nella filiera estesa dell'e-commerce e del digital retail in Italia se ne generano ulteriori 148”.

Principali evidenze – Lo studio indica come la rete del valore dell'e-commerce e del digital retail si posizioni al primo posto tra le 99 attività economiche italiane per incidenza sul fatturato complessivo del settore privato, passando dall'1,2% a 2,1% tra 2016 e 2020. Secondo la riclassificazione dei dati di bilancio disponibili più aggiornati, in questi cinque anni il contributo del comparto al fatturato del totale delle attività economiche italiane del settore privato è salito al 40,6%. Si stima che nel 2021 la crescita di questa filiera sia del **+4,4%** rispetto al 2020, attestandosi a quasi **71 miliardi** di euro di fatturato complessivo contro i 68 miliardi del 2020. Il moltiplicatore economico della filiera dell'e-commerce e del digital retail è pari a **2,48**: questo significa che **per ogni 100 euro investiti nella filiera estesa dell'e-commerce e del digital retail in Italia se ne generano ulteriori 148** nel resto dell'economia. Positivo in termini di impatto è anche il moltiplicatore in termini occupazionali: **per ogni 100 unità di lavoro generate in modo diretto dalle attività dell'e-commerce e del digital retail, si attivano ulteriori 141 unità di lavoro.**

A **livello geografico**, le imprese che lavorano in questa filiera sono equamente distribuite sul territorio italiano, ma più della metà del fatturato proviene dal Nord-Ovest (51,1%, con un importante contributo offerto dalla Lombardia). Tra i sotto-settori, emerge il **ruolo di traino esercitato dalla logistica**, che ha conosciuto una fase di ripresa durante la pandemia, la cui crescita (CAGR) si attesta al +13,7% medio annuo in termini di fatturato.

La rete del valore dell'e-commerce e dei digital retail si articola in **due macro-aggregati**: le **vendite online** (che oltre ai marketplace e retailer totalmente o parzialmente attivi sul canale online comprende anche piattaforme pubblicitarie, servizi integrati per la presenza web e le attività di customer care) e i **servizi a supporto delle attività di e-commerce**, tra cui logistica, packaging e sistemi di pagamento. Il segmento delle vendite online in Italia nel 2020 ha registrato un fatturato di quasi 41 miliardi di euro (CAGR 2016-2020 in crescita del 13,1%); vi operano 673mila imprese distribuite in tutta Italia, con una lieve prevalenza nel Nord-Ovest (28%) e nel Centro Italia (27%). Come per il comparto complessivo, il 57% del fatturato delle vendite online si concentra nel Nord-Ovest, in particolare in Lombardia. Il segmento dei servizi a supporto dell'e-commerce e del digital retail in Italia al 2020 ha registrato un fatturato di 27 miliardi di euro (CAGR 2016-2020 con in crescita del 13,6%). È composto da circa 50mila imprese localizzate in tutto il Paese, con una lieve prevalenza nel Mezzogiorno (34%) e nel Nord-Ovest (26%). Circa la metà (43%) del fatturato si concentra nel Nord-Ovest, con la leadership della Lombardia.

Dalla **survey condotta presso le imprese** è emerso come la vendita online abbia permesso agli operatori di avere un **rapporto diretto con la clientela** (per un quarto dei rispondenti attivi nel canale B2B e per il 22% attivo nel canale B2C) e di offrire un'esperienza più completa e soddisfacente (soprattutto in chiave multicanale nel segmento B2C). In questo contesto, per 1 operatore su 5 l'ingresso nel canale online ha permesso di ridurre i costi di gestione dell'ordine, mentre solo per una minima parte dei rispondenti (10% nel B2B, 6,4% nel B2C) ha implicato un ridimensionamento della rete fisica retail, a conferma della convivenza e del mutuo supporto tra segmento online e offline.

Passando agli **investimenti futuri**, per le imprese coinvolte nella survey gli ambiti principali su cui si dovrà investire sono quelli connessi al mondo della vendita on line. Al **primo posto** l'investimento nel **digital marketing**, prima voce sia per il canale B2B (38,5% del panel) sia per il canale B2C (23,9% del panel). Seguono al **secondo posto** gli investimenti per il **miglioramento della user experience**, in particolare il sito di e-commerce (23,1% del panel B2B, 22,9% per il B2C). Al terzo posto l'incremento della presenza su marketplace per il B2B (15,4%), mentre per le imprese B2C l'incremento del team dedicato al canale e-commerce (22,2%).

Le proposte di Netcomm e The European House - Ambrosetti hanno individuato **3 ambiti d'intervento** per sostenere lo sviluppo della filiera estesa del commercio elettronico in Italia. **Politiche per lo sviluppo dell'“industria del commercio”, upgrade delle competenze e tecnologie digitali e rafforzamento del digital export.** Si propone innanzitutto di destinare parte dei fondi del PNRR agli investimenti tecnologici delle imprese dell'industria del commercio, a partire dai 13,4 miliardi di euro previsti dal Piano Nazionale

«Transizione 4.0», includendo un esplicito riferimento alle tecnologie immateriali. Per quanto concerne l'upgrade delle competenze e tecnologie digitali, si suggerisce di prevedere finanziamenti destinati alle imprese per la formazione di potenziali risorse da impiegare nel settore dell'e-commerce e del digital retail, a condizione che queste accedano a corsi certificati e che, allo stesso tempo, le imprese si impegnino ad assumere la risorsa al termine di tale programma di formazione. Il ruolo di ente certificatore, nel caso italiano, potrebbe essere assunto proprio da Netcomm. Infine, per quanto riguarda il rafforzamento del digital export, si raccomanda di incoraggiare accordi con i principali marketplace ed e-Tailer internazionali B2C e B2B per la promozione in apposite "vetrine" delle produzioni del "Made in Italy" e di semplificare gli adempimenti doganali, tramite l'adozione di procedure doganali e commerciali semplificate e accelerate.

Nota sulla metodologia di lavoro adottata per lo studio

La composizione e le caratteristiche della rete del valore dell'e-commerce e del digital retail sul quinquennio 2016-2020 sono state ricavate attraverso: la ricostruzione delle diverse attività grazie all'analisi dei bilanci disponibili sulla banca dati AIDA – Bureau van Dijk per effettuare un confronto con i macro-aggregati economici censiti da Istat; l'approfondimento delle attività e dei sotto-settori dell'e-commerce e del digital retail in Italia, valutandone il valore attuale e la performance e l'analisi della distribuzione dei sotto-settori a livello territoriale. È stato, inoltre, analizzato il contributo di sistema offerto dal settore al sistema-Paese secondo alcune variabili chiave: variazione dell'incidenza sul totale del fatturato e contributo al suo tasso di crescita nel settore privato; variazione dell'incidenza sul totale dell'occupazione e contributo al suo tasso di crescita nel settore privato; i moltiplicatori sull'economia e sull'occupazione associati alle attività della filiera a livello nazionale. Per approfondire i cambiamenti intervenuti nello sviluppo e utilizzo del canale online e comprendere le caratteristiche e le scelte strategiche delle aziende B2C (Business to Consumer) e B2B (Business to Business) attive nel settore, è stata promossa tra giugno e dicembre 2022 un'indagine ad hoc tra le aziende associate a Netcomm e nel network di The European House - Ambrosetti.

Netcomm

Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è l'associazione di riferimento del settore e-commerce in Italia e uno stakeholder chiave nel dialogo sull'evoluzione regolamentare del mercato digitale a livello nazionale ed europeo. Netcomm riunisce oltre 450 aziende, tra società internazionali e piccole e medie realtà di eccellenza, e rappresenta oggi la più ampia comunità professionale del digitale in Italia, in grado di fornire una visione autorevole e di anticipare le evoluzioni generate dalle tecnologie sul mercato e sul fare impresa. Dal 2005 il Consorzio mette a disposizione una piattaforma esclusiva di contenuti formativi, ricerche, casi e modelli di riferimento nel digitale. Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico che coinvolge oltre 150.000 aziende in Europa.

Ufficio stampa di Netcomm

Create PR | netcomm@createpr.it

Alessandra Fulgoni – alessandra.fulgoni@createpr.it - +39 348 7798623

Marco Ferrario – marco.ferrario@createpr.it - +39 3456286197

The European House - Ambrosetti

The European House - Ambrosetti è un gruppo professionale di circa 250 professionisti attivo sin dal 1965. Da più di 50 anni al fianco delle imprese italiane, ogni anno serviamo nella Consulenza circa 1.300 clienti realizzando più di 250 Studi e Scenari strategici indirizzati a Istituzioni e aziende nazionali ed europee e circa 120 progetti per famiglie imprenditoriali. A questi numeri si aggiungono circa 3.000 esperti nazionali ed internazionali che ogni anno vengono coinvolti nei 550 eventi realizzati per gli oltre 17.000 manager accompagnati nei loro percorsi di crescita. Dal 2013 The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale (fonte: "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania). The European House - Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute Top Employer 2023 in Italia.

Media Relations

A cura di TWIN Srl

Luca Macario – luca@twin.services - +39 335 747 8179

Daniele Quarello – daniele@twin.services - +39 347 928 2119