

Ricerche I dati del nuovo rapporto sullo shopping online a livello mondiale

Consumi & Moneta

Così l'Europa è diventata la regina dell'e-commerce

Oltre 300 miliardi di fatturato contro i 294 realizzati negli States
In Italia la crescita è stata del 30%. Il boom delle carte di credito

DI UMBERTO TORELLI

L'Europa, a sorpresa, supera gli Usa nel commercio elettronico. Un sorpasso storico, visto che l'America ha sempre giocato in casa con i pagamenti on line fin dalle dot.com di fine anni Novanta. I numeri non lasciano dubbi. Il fatturato del Vecchio Continente nell'e-commerce ha toccato 312 miliardi di euro, in crescita del 19% in dodici mesi contro i 294 miliardi realizzati da Nord America e Canada. Parliamo del B2C (Business to consumer), quello in cui il protagonista è l'utente finale. Il tema sono quindi i pagamenti effettuati con il computer domestico o in mobilità con tablet e smartphone.

Fonti

A renderlo noto sono i dati del rapporto European B2C e-commerce 2013, stilato dalla commissione E-commerce Europe/Netcomm. I dati di riferimento riguardano la chiusura 2012 e sono forniti dai paesi membri. Si tratta di un corposo report di 56 pagine. Verrà reso noto nel nostro Paese nei prossimi giorni, ma *CorrierEconomia* lo ha visionato in anticipo.

Le prospettive sono buone. Su 529 milioni di europei, circa la metà (250 milioni) si possono definire eshopper, cioè utenti che comprano online beni e servizi, con una spesa media pro capite di 1.243 euro an-

nui. Segnali incoraggianti arrivano anche dal nostro Paese, che conta ormai 38 milioni di cybernaviganti. «Di questi, gli utenti che passano dal web per acquisti online sono già 12 milioni — spiega Roberto Liscia, presidente Netcomm e consigliere di Ecommerce Europe — con una spesa media annua di 830 euro».

Dall'analisi risulta che a dominare le vendite online, con una quota del 61% del totale, sono soltanto tre paesi. Il Regno Unito con 96 miliardi di euro, la Germania (50 miliardi) e la Francia (45 miliardi) per un valore complessivo di 191 miliardi. Il nostro Paese compare in ottava posizione con 9,6 miliardi, in crescita di ben il 30% sul 2011. Interessante osservare che la maggioranza degli italiani, oltre il 73% utilizza pagamenti con carta di credito. Segno che sta svanendo la diffidenza di qualche anno fa che ne limitava l'uso sul web.

Nel periodo di riferimento ad emergere sono anche i paesi europei dell'area orientale, in testa la Russia. Da sola ha mostrato la crescita impressionante del 37%, raggiungendo un fatturato pari a 10,3 miliardi. Ma a tenere

banco rimane il Nord Europa. «I Paesi scandinavi, in particolare Olanda e Norvegia, hanno un vantaggio competitivo dovuto all'alta penetrazione di Internet, superiore al 90% della popolazione — continua Liscia — di questi oltre il 70% sono eshopper con grande propensione agli acquisti in mobilità».

Per questi ultimi rimane fondamentale disporre di connessioni in banda larga. Un punto dolente per il Belpaese, dove il Wi-Fi procede ancora a macchia di leopardo e i nuovi servizi LTE, quelli del 4G, vanno a rilento. Con connessioni disponibili

solo nei grandi centri urbani.

Dal rapporto emerge che il futuro si gioca sullo sviluppo di applicazioni, utili da parte delle aziende per fidelizzare i clienti. Che si sentono protetti, perché un'app

La nostra spesa pro capite è di 830 euro. In Europa la media è di 1.243

dedicata consente di entrare direttamente negli eshop attraverso programmi sviluppati dall'azienda venditrice. Di fatto l'uso delle app viene paragonato a un telecomando digitale. Dà maggiore sicurezza a chi fa acquisti nei 550 mila negozi online europei. Con un indotto, secondo i dati Ue, di oltre 2 milioni di addetti. Allora, quali consi-

gli dare a chi vuole aprire un negozio virtuale di ultimissima generazione?

Idee

Il primo riguarda la realizzazione del sito. Va ottimizzato in fase di progettazione, integrando sistemi di sicurezza e gestione differenti da quelle degli eshop tradizionali in cui si acquista da Pc. Inoltre bisogna partire con una visione globale dei contenuti, già rivolti in più lingue ai potenziali acquirenti europei.

Infine bisogna considerare da subito la logistica. «Per le vendite online i regolamenti Ue impongono, nel caso di restituzione, l'obbligo di ritirare la merce nei dieci giorni successivi al ricevimento — conclude Liscia —. Dunque vanno scelti vettori in grado di offrire il servizio, con tempi e modalità previste dalla garanzia».

@utorelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La top ten

I primi 10 Paesi con le spese più alte per l'e-commerce.
Dati in miliardi di euro

1	Gran Bretagna	96,1	6	Olanda	9,8
2	Germania	50	7	Austria	9,8
3	Francia	45	8	Italia	9,6
4	Spagna	12,9	9	Svizzera	9,1
5	Russia	10,3	10	Norvegia	7,9

Fonte: Europe B2B Ecommerce/Netzcomm Report 2013

I numeri italiani

38 milioni gli utenti Internet

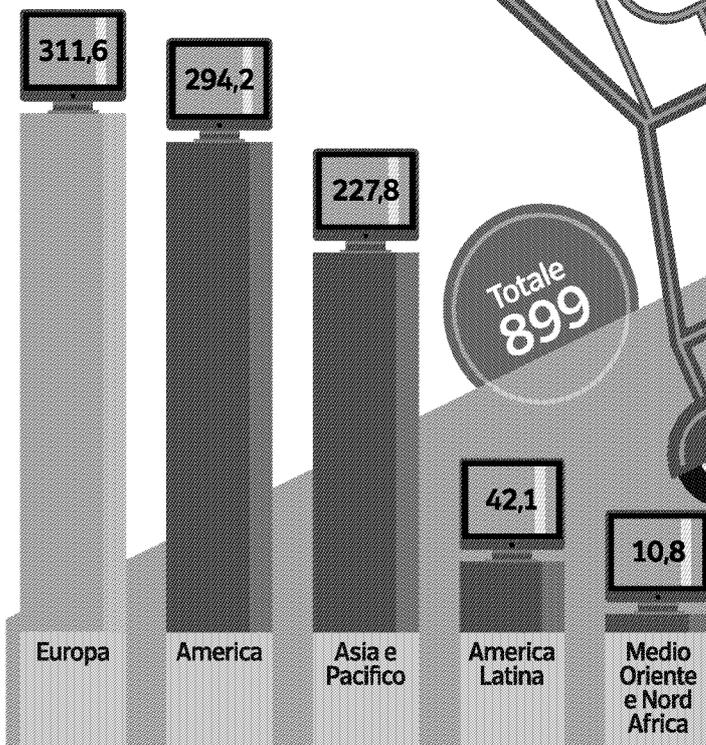
12 milioni comprano online

73% gli italiani che pagano con carta di credito

830 euro la spesa media annuale contro la media europea di 1.243 euro

Il sorpasso

Per la prima volta nel 2012 l'Europa supera gli Usa nella spesa per l'e-commerce.
Dati in miliardi di euro



Sempre più mobili

La quota degli acquisti via cellulare e tablet sul totale dell'e-commerce.
Dati in percentuale

