

Ecommerce italiano B2C: i dati dell'Osservatorio del Politecnico di Milano

Mercoledì 6 Febbraio 2019

Nel 2018 le vendite online B2c superano i 24,7 miliardi di euro (+17% rispetto al 2017). Questo è quanto detto nell'Osservatorio Digital Innovation sull'e-Commerce B2c nel 2018.

Nonostante ciò, la bilancia commerciale dell'e-Commerce B2c (Export – Import) rimane in perdita, per un importo di 2,7 miliardi di euro di importi contro i 24,7 di vendite.

Come nel 2017, anche per l'anno presente a spingere le vendite sono stati i **prodotti**, con un tasso di crescita 3 volte superiore rispetto a quello dei servizi: +23% vs +7%.

I prodotti, con un valore di 15,8 miliardi di euro, pesano ormai per il 64% delle vendite totali e-Commerce, mentre i servizi, il cui valore è del restante 36% (pari a 600 milioni di euro), raggiungono circa 8,9 miliardi.

Ottime le vendite dei prodotti tipici del Made in Italy: abbigliamento, arredamento e home living, food & grocery.

Parlando dell'**export**, inteso come il valore delle vendite da siti italiani a consumatori stranieri, il suo valore per il 2018 ammonta a 3,9 miliardi di euro e rappresenta il 16% delle vendite totali.

L'**export di servizi** (1,3 miliardi di euro, +6% rispetto al 2017) grazie ad alcuni operatori del trasporto (Alitalia, Grimaldi Lines, Trenitalia) è spinto dal turismo.

I **prodotti**, grazie a una crescita dell'11%, valgono 2,6 miliardi di euro e rappresentano il 68% delle vendite totali oltre-confine: punta di diamante dell'esportazione (circa 2/3 del totale) è l'abbigliamento. A seguire, informatica ed elettronica di consumo (6%) e arredamento e home living (5%), food&grocery e il beauty con il 3%. Il 50% circa del flusso è attirato dall'Europa, a seguire USA (25%) e alcuni Paesi del sud-est asiatico, come Cina (5%) e Giappone (5%), ed infine Russia (3%).

Al fine di valorizzare l'Export digitale verso specifici mercati stanno prendendo piede **iniziative di aggregazione e coordinamento di più imprese italiane**: a questo proposito segnaliamo l'accordo siglato a settembre tra l'Agenzia ICE (<https://www.ice.it/it>) e Alibaba per l'apertura del padiglione virtuale "helloITA" su Tmall, sul quale convoglieranno (inizialmente) gli store di 80 aziende, nel Food&Grocery e non solo.

Ringraziamo il Politecnico di Milano per i dati fornitici. Per il report intero cliccare il presente [link](#).