Il turismo traina l'e-commerce italiano, vale il 37% del mercato

Prosegue la costante **crescita a doppia cifra** che caratterizza l'e-Commerce in Italia a partire dal 2010: dopo aver ottenuto un incremento del 16% nel 2014, l'e-Commerce registrerà per il 2015 un'ulteriore crescita del 15% che porterà il mercato a superare i **15 miliardi di €**.
Il Mobile Commerce si conferma tra i principali fenomeni dell'e-Commerce in Italia: gli acquisti tramite Smartphone crescono del 78% nel 2014 e stanno registrando un'ulteriore crescita del 68% nel 2015, con un valore triplicato in due anni, da un totale di 610 milioni nel 2013 a 1,8 miliardi di € nel 2015.
Sono i dati presentati nel corso della decima edizione del Netcomm eCommerce Forum, alla presenza di oltre **4.000 invitati**, tra aziende, professionisti e giornalisti.
"Il **turismo** ottiene un incremento in linea con la media degli ultimi 4 anni, pari al 9%, confermandosi così il **comparto principale** dell'e-Commerce con un valore di quasi **5,5 miliardi di €, pari al 37% del mercato**" ha spiegato **Riccardo Mangiaracina**, Responsabile Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano. "L'Abbigliamento passa dal 14 al 15% del mercato, e l'Informatica ed elettronica di consumo dal 12 al 13%; seguono l'Editoria con una quota del 3% e il Grocery con l'1%. Turismo e abbigliamento si confermano inoltre i due comparti che spingono maggiormente l'**export** dell'eCommerce italiano portandolo a crescere del 18% nel 2015 e a raggiungere una quota superiore ai 3 miliardi di €."
L'Italia però continua a crescere meno rispetto al **resto d'Europa**: nel corso del 2014 i 3 Paesi europei in cima all'ideale classifica delle vendite e che catalizzano il 60% delle vendite online sono: UK con 122 miliardi di euro, Germania con 70 miliardi, Francia con 56,8. Al confronto i 15 miliardi italiani appaiono ben poca cosa.
Per questo **Roberto Liscia**, Presidente di Netcomm - Consorzio del Commercio Elettronico Italiano in apertura del convegno di presentazione ha sottolineato: "Oltre ai numeri positivi e di crescita a doppia cifra che da anni segnaliamo, va rimarcato che le imprese italiane che vendono online sono oggi solo il 4% del totale, l'accesso alla banda larga rimane carente e la copertura finanziaria per gli investimenti necessari sono ancora un interrogativo non risolto".
Per questo, ha concluso: "Non possiamo non cogliere le opportunità che ci si presentano dinanzi. Abbiamo prodotti unici e dobbiamo saperli proporre al meglio nelle arene digitali"