

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Unctad: l'e-commerce b2c ora vale il 19% degli acquisti dei consumatori

Nicola Capuzzo · Monday, May 3rd, 2021

La spinta data dalla pandemia da Covid-19 agli acquisti on line dei consumatori vale, secondo l'Unctad, 3 punti percentuali. L'agenzia dell'Onu ha infatti stimato che l'e-commerce retail sia cresciuto nel 2020 fino a rappresentare il 19% in valore delle compravendite complessive (dal 16% del 2019).

Al momento non sono disponibili dati specifici sull'Italia, ma relativamente agli altri paesi considerati dall'analisi spicca la crescita registrata nella Corea del Sud, dove le compravendite on line b2c ora valgono il 25,9% del totale (dal precedente 20,8%), così come quella cinese (ora 24,9%, nel 2019 la fetta era il 20,7%) e infine quella britannica (dal 15,8 al 23,3%).

Chiaramente il boom non ha riguardato tutti i settori dell'e-commerce, e ovviamente gruppi attivi nei viaggi e più in generale nei servizi (da Airbnb a Expedia a Uber) hanno avuto un andamento di netto calo. Ciononostante la tendenza è stata in media così positiva che il Gross Merchandise Volume (il valore complessivo delle vendite, al valore delle transazioni effettuate sui marketplace, inclusivo di fee e altro) dei primi 13 operatori mondiali b2c sono stati in crescita del 20,9% per un totale di 2,9 trilioni di dollari.

| Rank by GMV | | Company | HQ | Industry | GMV (\$ billions) | | | GMV change (%) | |
|-----------------|------|------------------|--------|---------------------------|----------------------|-------|-------|-------------------|---------|
| 2020 | 2019 | | | | 2018 | 2019 | 2020 | 2018-19 | 2019-20 |
| 1 | 1 | Alibaba | China | E-commerce | 866 | 954 | 1,145 | 10.2 | 20.1 |
| 2 | 2 | Amazon | USA | E-commerce | 344 | 417 | 575 | 21.0 | 38.0 |
| 3 | 3 | JD.com | China | E-commerce | 253 | 302 | 379 | 19.1 | 25.4 |
| 4 | 4 | Pinduoduo | China | E-commerce | 71 | 146 | 242 | 104.4 | 65.9 |
| 5 | 9 | Shopify | Canada | Internet Media & Services | 41 | 61 | 120 | 48.7 | 95.6 |
| 6 | 7 | eBay | USA | E-commerce | 90 | 86 | 100 | -4.8 | 17.0 |
| 7 | 10 | Meituan | China | E-commerce | 43 | 57 | 71 | 33.0 | 24.6 |
| 8 | 12 | Walmart | USA | Consumer goods retail | 25 | 37 | 64 | 47.0 | 72.4 |
| 9 | 8 | Uber | USA | Internet Media & Services | 50 | 65 | 58 | 30.5 | -10.9 |
| 10 | 13 | Rakuten | Japan | E-commerce | 30 | 34 | 42 | 13.6 | 24.2 |
| 11 | 5 | Expedia | USA | Internet Media & Services | 100 | 108 | 37 | 8.2 | -65.9 |
| 12 | 6 | Booking Holdings | USA | Internet Media & Services | 93 | 96 | 35 | 4.0 | -63.3 |
| 13 | 11 | Airbnb | USA | Internet Media & Services | 29 | 38 | 24 | 29.3 | -37.1 |
| Companies above | | | | | 2,035 | 2,399 | 2,890 | 17.9 | 20.5 |

Da notare che, nel segmento b2c, la parte del leone spetta ad Alibaba (1.145 miliardi di dollari di Gmv nel 2020, +20,1%), anche se Amazon, che segue in seconda posizione con 575 miliardi, risulta in aumento del 38%; le posizioni 3 e 4 sono occupate da altre due realtà cinesi, ovvero JD.com (379 miliardi, +25,4%) e Pinduoduo (242 miliardi, +65,9%).

Guardando ai dati complessivi riferiti al 2019 – e quindi considerando anche l’ambito del b2b – il settore del commercio elettronico risulta essere stato pari a 26,7 trilioni di dollari in termini di valore, ovvero il 30% del prodotto interno lordo globale dello stesso anno, in aumento del 4% rispetto al 2018.

| Rank | Economy | Total e-commerce sales (\$ billions) | Share of total e-commerce sales in GDP (%) | B2B e-commerce sales (\$ billions) | Share of B2B e-commerce sales in total e-commerce (%) | B2C e-commerce sales (\$ billions) |
|------|-----------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|---|------------------------------------|
| 1 | United States | 9,580 | 45 | 8,319 | 87 | 1,261 |
| 2 | Japan | 3,416 | 67 | 3,238 | 95 | 178 |
| 3 | China | 2,604 | 18 | 1,065 | 41 | 1,539 |
| 4 | Korea (Rep.) | 1,302 | 79 | 1,187 | 91 | 115 |
| 5 | United Kingdom | 885 | 31 | 633 | 72 | 251 |
| 6 | France | 785 | 29 | 669 | 85 | 116 |
| 7 | Germany | 524 | 14 | 413 | 79 | 111 |
| 8 | Italy | 431 | 22 | 396 | 92 | 35 |
| 9 | Australia | 347 | 25 | 325 | 94 | 21 |
| 10 | Spain | 344 | 25 | 280 | 81 | 64 |
| | 10 above | 20,218 | 36 | 16,526 | 82 | 3,691 |
| | World | 26,673 | 30 | 21,803 | | 4,870 |

Il segmento b2b, in cui vengono fatti rientrare sia acquisti via piattaforme sia quelli via Edi (electronic data interchange) continuava però a rappresentare la quota più rilevante (l’82% del totale commercio elettronico), per 21,8 trilioni di dollari nel 2019.

Dal punto di vista geografico, il mercato (perlomeno fino al 2019) risultava dominato dagli Usa, con vendite per 9.580 miliardi di dollari, seguito da Giappone (3.416 miliardi) e Cina (2.604 miliardi). L’Italia, con 431 miliardi, si collocava all’ottavo posto e sarà interessante notare nella prossima edizione del report se e come sarà variata la sua posizione nella classifica a seguito della pandemia.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

This entry was posted on Monday, May 3rd, 2021 at 9:30 am and is filed under [Market report](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.