

---

2023



# Informe e-País: El comercio electrónico en Italia

**Diciembre 2023**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Roma

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



20 de diciembre de 2023  
Roma

Este estudio ha sido realizado por  
Paula González Galiana

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Roma

<http://italia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-016-3

En el campo del comercio electrónico, Italia fue uno de los países europeos más duramente golpeados por la pandemia en el periodo 2020-2021. En 2022 empiezan a ser notables los primeros signos de recuperación, destacando el crecimiento del sector servicios, que alcanzó cifras de 11,9 millones de euros, datos que se acercan mucho a la facturación prepandemia.<sup>1</sup>

En concreto, el *e-commerce B2C* de productos en Italia en mayo de 2023 alcanzaba los 35,2 mil millones de euros, un 8% más que en la misma fecha el año pasado. Los sectores en los que se ha producido el mayor crecimiento ha sido en el sector moda y textil (+11%) y belleza (+10%).<sup>2</sup>

En términos absolutos, el **comercio B2C en Italia alcanzó los 35,2 mil millones de euros, registrando una variación positiva con respecto al año anterior del 8%.**<sup>3</sup> Los intercambios de bienes siguen generando mayor número de transacciones y de más volumen que la de los servicios, pero ambos sectores evolucionan de manera favorable.

Es necesario destacar el papel de los *marketplaces* en el comercio electrónico. Italia es el país de la Unión Europea que más utiliza este tipo de plataformas para sus compras *online*. En el 2022 el 98%<sup>4</sup> de las transacciones se gestionan a partir de ellos y cada año son más las empresas que utilizan estos recursos, tanto en términos de promoción y portal de ventas como logísticos. En 2023, el 65% de ellas estaban presentes en algún *marketplace*, un 49% más con respecto al año pasado.<sup>5</sup> Los más relevantes por número de visitas son [Amazon](#), [eBay](#), [Subito](#), [AliExpress](#) y [ManoMano](#).

Las empresas italianas son cada vez más digitales. Asimismo, se registró un aumento de la conciencia por la ciberseguridad, que ha sido objeto de preocupación para los empresarios y que ha llevado a muchos a empezar a tomar medidas. El 45,1% de ellos ha contratado alguna protección contra los ciberdelincuentes, cifra que supera ligeramente al resto de la UE (44,6%).<sup>6</sup>

No solo las empresas están cada vez más digitalizadas, también los particulares. En el 2023, 43,9 millones de usuarios eran activos en redes sociales de forma activa, equivalente al 74,5% de la población.<sup>7</sup> De media, un italiano pasa 1h y 47 minutos al día en redes y el perfil más predominante son hombres de entre 25 y 34 años.<sup>8</sup>

Sin duda lo que más crece en protagonismo es el consumo de contenido digital. En 2023, cada día, los adultos de entre 16 y 64 años pasan 48 minutos de media jugando a videojuegos *on-line*, 3

<sup>1</sup> Observatorio de comercio electrónico del Politécnico de Milán. [Enlace](#)

<sup>2</sup> Observatorio de comercio electrónico del Politécnico de Milán 2023. [Enlace](#)

<sup>3</sup> Observatorio de comercio electrónico del Politécnico de Milán 2023. [Enlace](#)

<sup>4</sup> E-Commerce in Italia 2022. Casaleggio Associati. [Enlace](#)

<sup>5</sup> E-Commerce in Italy 2023. Casaleggio Associati. [Enlace](#)

<sup>6</sup> ISTAT Negocios y TIC 2022. [Enlace](#)

<sup>7</sup> Digital Report Italy 2023. [Enlace](#)

<sup>8</sup> Digital Report Italy 2022. [Enlace](#)

horas y 13 minutos consumiendo entretenimiento tanto broadcast como en *streaming*, y 1 hora y 5 minutos escuchando música.<sup>9</sup> Este tipo de contenido ocupa el mayor tiempo de ocio de la sociedad.

En el entorno internacional, el comercio electrónico también supone un importante volumen de ventas. En 2022, en concreto, el 17% del total. El valor de estas transacciones alcanzó 6,6 mil millones de euros y el número de compradores online que adquirieron productos del extranjero fue del 47%.<sup>10</sup>

En cuanto a la logística del país, los servicios de entrega registran una flexibilidad cada vez mayor a favor del usuario, a través de entregas personalizadas o la creación de una red de recolección de proximidad, a través de tiendas del Grupo o afiliados. Del mismo modo, se desarrollan soluciones ad hoc para devoluciones. Cabe destacar [Amazon](#) o [PonyU](#) como empresas que más crecen.

En Italia, como se puede ver en la siguiente gráfica, el método de pago más utilizado para las compras en 2023 fueron los servicios de pago online como [ApplePay](#), [Amazon Pay](#), [Google Pay](#) o [PayPal](#). El 55% de los usuarios que compran online utilizan esta vía. Este es el segundo año consecutivo en el que este método supera a las tarjetas de crédito, que ha sido utilizado por un 44% de los usuarios para sus transacciones online.<sup>11</sup>

Con respecto a la legislación, los sitios de comercio electrónico italianos deben cumplir con el [Decreto Legislativo número 70](#) del 9 de abril de 2003, que implementó la Directiva Comunitaria No. 2000/31/ EC definida como "Directiva sobre Comercio Electrónico". Esta disciplina se aplica a todos esos sitios de comercio electrónico, incluidos los B2B no remunerados (Business to Business) y B2C (Business to Consumer), y actualmente no es aplicable al sector C2C (Consumer to Consumer), es decir a negociaciones en línea entre usuarios privados. El Decreto Legislativo 70/20036 se aplica a todos aquellos que tienen un sitio de comercio electrónico, sin distinción si son personas físicas o jurídicas.

Por último, respecto a las tendencias futuras del eCommerce, es de destacar la llegada del live shopping. El fenómeno que ha revolucionado las compras online en China llega a Europa e Italia que no ha tardado en acogerlo. Ejemplo de ello es la creación de la plataforma [Marlene](#), una solución que permite incorporar este tipo de comercio interactivo a los sitios webs de las empresas. Los sectores que se verán más envueltos en esta nueva tendencia son: Moda (35,6%), Belleza (7,6%), y Alimentos (7,4%), seguido de Electrónica de Consumo (4,6%) y Automotriz (0,2%).<sup>12</sup>

<sup>9</sup> Digital Report Italy 2023. [Enlace](#)

<sup>10</sup> Cross Border Payment and E-commerce. The Payper. [Enlace](#)

<sup>11</sup> Métodos de pago más usados en Italia 2023. Statista. [Enlace](#)

<sup>12</sup> McKinsey & Company. [Enlace](#)

## CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Roma](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Italia, Malta, Albania y San Marino.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de los países mencionados, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones