

Boom vendite online Napoli prima in Italia con 4.120 imprese

L'INTERA FILIERA OCCUPA 1,8 MILIONI DI LAVORATORI E HA UN IMPATTO DI 150 MILIARDI SUL PIL ITALIANO

La classifica delle prime 40 province

Distribuzione provinciale delle imprese registrate al 31 dicembre 2024 e confronti con il 2014
Graduatoria in valore assoluto per numerosità delle imprese in provincia

Regione	2024	Differenza 2024 - 2014	Var.% 2024 - 2014
NAPOLI	4.120	3.418	486,9%
ROMA	3.999	2.755	216,4%
MILANO	3.895	2.778	248,7%
TORINO	1.595	932	164,5%
SALERNO	1.065	736	223,7%
BRESCIA	1.026	753	275,8%
BARI	959	655	196,0%
BERGAMO	788	574	268,2%
CASERTA	785	634	419,9%
BOLOGNA	774	520	204,7%
MONZA E BRIANZA	758	520	218,5%
FIRENZE	732	440	150,7%
PALERMO	691	478	224,4%
PADOVA	687	462	205,3%
CATANIA	651	430	194,6%
VICENZA	631	447	242,9%
MODENA	615	421	217,0%
VERONA	598	395	194,6%
LECCE	562	372	195,8%
VARESE	558	365	189,1%
TREVISO	519	348	203,5%
LATINA	481	339	238,7%
VENEZIA	448	311	227,0%
PERUGIA	426	297	206,5%
CAGLIARI	396	257	184,9%
GENOVA	395	262	197,0%
COSENZA	391	289	263,3%
RIMINI	380	236	190,3%
COMO	359	280	262,6%
FOGGIA	358	226	171,2%
REGGIO EMILIA	350	224	177,8%
FROSINONE	349	251	263,5%
TARANTO	340	241	243,4%
MESSINA	321	252	365,2%
AVELLINO	318	226	245,7%
PARMA	315	192	158,7%
PESCARA	309	218	259,6%
REGGIO CALABRIA	308	230	294,9%
BOLZANO	304	189	164,3%
PARMA	289	204	240,0%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

WORLD

IL REPORT

Nando Santonastaso

Per Poste Italiane e in particolare per i suoi portalettere napoletani, la conquista dello scudetto da parte della squadra di Conte è stata, sin dalla serata di venerdì 23 maggio scorso, un evento a tutti gli effetti: euforia sportiva a parte, nelle ore immediatamente successive si è registrato infatti un picco di consegne di gadget legati alla vittoria che i tifosi hanno acquistato a raffica si sono visti recapitare già il giorno dopo, quando la festa era ancora appena all'inizio. È la stessa società postale a raccontarlo sui propri canali di comunicazione (ricordando, tra l'altro che della sua rete Punto Poste, composta da oltre 18000 tra punti di ritiro (attività commerciali) e lockers che offrono servizi di ritiro e spedizione pacchi, 825 sono presenti in provincia di Napoli). Ma l'episodio dà anche il senso del primato raggiunto da Napoli e dalla Campania (e dal Sud in termini di macroarea) nell'e-commerce secondo i dati forniti ieri da un accurato report di InfoCamere-Unioncamere, elaborato su dati Movimprese.

I DATI

Nella regione, negli ultimi dieci anni, il tasso di crescita è stato esponenziale, +393,5%, con la Calabria subito dietro (+294,2%) e il Molise al terzo posto (+251,1%). Napoli è prima in assoluto nella classifica delle province: sono 4.120 le imprese che si occupano di commercio online a fine 2024, per una quota pari al 9,5% del totale nazionale. Seguono Roma con 3.999 (pari al 9,2% del totale) e Milano con 3.895 (9%). Per Napoli anche il maggior saldo assoluto nel decennio considerato (+3.418 imprese) e la crescita percentuale più rilevante, pari a +486,9%.

Il report racconta altresì che in Italia, a fine 2024, le aziende di e-commerce iscritte al Registro delle imprese delle Camere di Commercio erano complessivamente 43.379, con un incremento di 30.058 unità rispetto a dieci anni prima, un +225,6% che la dice lunga sulla crescita di questo settore e sul fatto che la spinta del Sud non sia stata affatto trascurabile, a dispetto di quanti hanno sempre pensato che i numeri si facessero soprattutto al Centro-Nord. Non a caso alle spalle della Lombardia con 8.545 imprese (il 19,7% del totale), c'è la Campania con 6.484 (14,9%, e dieci anni fa ce n'erano solo 1.314) e subito dopo il Lazio con 5.088 (11,7%). Le stesse regioni si dividono anche le prime tre piazze per crescita in valore assoluto nel decennio: +6.014 imprese in Lombardia, +5.170 in Campania e +3.499 nel Lazio.

LO SCENARIO

La digitalizzazione, insomma, non è più un tabù in Campania e praticamente in tutto il Mezzogiorno, con la regione in testa per qualità e quantità di innovazione raggiunta e il polo della Federico II di San Giovanni a Teduccio capitale riconosciuto degli ecosistemi del futuro made in Italy (per non accennare al peso specifico della ricerca dei settori aerospaziale e aeronautico del Distretto campano). Ma di quali imprese, nel concreto dell'e-commerce, parliamo? E in quali settori si è maggiormente diffuso in questi anni anche al Sud? L'identikit è ormai chiaro: si tratta soprattutto di micro e piccole imprese, ma non manca una presenza significativa anche di aziende di dimensioni più grandi, più ovviamente pronte a una maggiore penetrazione sul dato nazionale. La fascia d'età più rappresentata tra le aziende e-commerce va dai 6 ai 25 anni, con una crescita dell'età media, segno di una maturità crescente del settore e di una stabilizzazione delle imprese che operano nel digitale. Il settore più rilevante è il commercio (47,5%), seguito dai servizi (24%), ma i macrosettori con maggiore incidenza sono l'industria delle bevande (25,5%), l'editoria (18,6%), la produzione di prodotti chimici (12,6%) e le industrie alimentari (12,1%). Inoltre, il numero di imprese italiane con un sito e-commerce è aumentato nei primi mesi 2025 del 3,4% rispetto al 2024, raggiungendo le 91.000 aziende, con una crescita marcata delle società di capitale (+8,5%).

I dati arrivano dalla nuova edizione dello studio «L'e-commerce crea valore per l'Italia», realizzato da Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale in Italia, in collaborazione con Althesys, società indipendente di consulenza strategica e ricerca economica. Tra i tanti numeri, ne emergono alcuni che contribuiscono a quantificare l'impatto dell'e-commerce sotto vari aspetti. Ad esempio, l'82,7% delle aziende analizzate possiede almeno un social network. Di queste, l'84,4% ha un canale Facebook e il 69,6% è attivo su Instagram. Gli altri social media che superano la soglia del 10% sono YouTube, LinkedIn e X. Ma, soprattutto, l'e-commerce si conferma un motore fondamentale per lo sviluppo economico, sociale e ambientale dell'Italia. Sempre dalla ricerca in questione, emerge che il settore ha prodotto un impatto complessivo pari a 150,1 miliardi di euro di cui 88,6 miliardi di euro di valore aggiunto, ovvero il 7% del Pil italiano, registrando una crescita del 6,6% rispetto all'anno precedente. Circa 50 miliardi di euro sono di ricadute indirette, ovvero l'apporto economico dei fornitori e dei servizi a monte e a valle; e 41,2 miliardi di euro di ricadute indotte, cioè gli effetti positivi sul resto del sistema economico.

L'OCCUPAZIONE

Facile, allora, capire perché l'e-commerce e la sua filiera facciano numeri importanti anche a livello di ricadute occupazionali: i lavoratori coinvolti, direttamente e indirettamente, ammontano a 1,8 milioni, compreso l'indotto, in crescita del 15% tra il 2022 e il 2023, e pari al 6,8% degli occupati in Italia, e hanno contribuito a generare 40,3 miliardi di euro di salari lordi nella sola filiera (+13,8% rispetto al 2022). Di questi, 1,17 milioni di lavoratori sono impiegati direttamente nella value chain del commercio digitale: 310.000 nei comparti dei fornitori, 542.000 tra retailer, brand e marketplace, e 319.000 nei servizi di logistica, consegna e pagamento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA