

**Schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 che modifica la direttiva 93/13/CEE e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori**

**Nota dell'Istituto nazionale di statistica**

**X Commissione "Attività produttive, commercio e turismo"**

**Roma, 13 gennaio 2023**



In questa breve nota si illustra l'evoluzione recente di alcuni indicatori relativi alla diffusione del commercio online tra gli individui, tratti dalle informazioni rilevate nel modulo sull'"Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte delle famiglie e degli individui" all'interno dell'indagine annuale multiscopo "Aspetti della vita quotidiana"; il modulo rappresenta la principale fonte statistica sull'accessibilità alle ICT da parte delle famiglie e consente di ottenere dati armonizzati e comparabili a livello europeo.<sup>1</sup>

Vengono inoltre richiamati i dati più recenti sulla diffusione del commercio online tra le imprese, ottenuti sulla base della "Rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese". L'Indagine fornisce la base informativa per la misurazione della diffusione e del grado di utilizzo delle ICT nel sistema produttivo e garantisce la piena comparabilità delle informazioni raccolte tra gli Stati membri dell'Ue.<sup>2</sup>

### *La diffusione del commercio online tra gli individui nel 2022<sup>3</sup>*

Nel 2022, il 55,3% della popolazione di 16-74 anni ha usato internet negli ultimi 12 mesi e ha fatto acquisti online (si tratta di oltre 24 milioni di persone); in particolare, il 37,3% ha ordinato o comprato merci o servizi negli ultimi 3 mesi, il 12,0% nel corso dell'anno e il 6,0% più di un anno fa.

Come per l'uso di internet, si registrano forti differenze legate all'età, al genere e al territorio. Il commercio online è infatti più diffuso tra le persone di 16-44 anni e tra gli uomini. Va sottolineato che tra i giovani di 16-24 anni il divario di genere si annulla, facendo registrare un vantaggio a favore delle donne.

---

<sup>1</sup> L'indagine condotta annualmente è disciplinata dal regolamento (UE) 2019/1700 del Parlamento europeo e del Consiglio del 10 ottobre 2019 che istituisce un quadro comune per le statistiche europee sulle persone e sulle famiglie, basate su dati a livello individuale ottenuti su campioni. Per maggiori informazioni, si veda: <https://www.istat.it/it/archivio/91926>. Gli indicatori di questa indagine, assieme a quelli prodotti dalla "Rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese" sono utilizzati dalla Commissione Europea per misurare l'attuazione di una delle sei priorità previste per il periodo 2019-2024 della Commissione europea "Un'Europa adatta all'era digitale". Le informazioni sono utilizzate, ad esempio, per la redazione del DESI (Digital Economy and Society Index): <https://digital-strategy.ec.europa.eu/it/policies/desi>.

<sup>2</sup> Per maggiori informazioni, si veda: <https://www.istat.it/it/archivio/213584>.

<sup>3</sup> Il modulo sull'"Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte delle famiglie e degli individui" è in continua evoluzione, fornendo informazioni sull'uso delle ICT nei diversi ambiti della vita quotidiana. Tra i domini di interesse vi è anche quello sull'uso del web per acquistare beni o servizi (e-commerce, e-shopping); gli acquisti si riferiscono a beni o servizi per i quali è richiesto il pagamento, il quale non deve essere necessariamente effettuato online. Sono inoltre inclusi gli acquisti effettuati mediante siti web o app, mentre non rientrano gli ordini effettuati tramite e-mail, SMS o MMS. Va segnalato che nel 2020 è presente un break nelle serie dei dati sull'e-commerce, per cui non è possibile il confronto con le informazioni rilevate negli anni precedenti.

Rispetto al territorio, si conferma il gradiente Nord-Sud. Nel 2022, il 43,9% della popolazione residente nel Nord ha effettuato acquisti online negli ultimi 3 mesi, a fronte del 26,5% di quella residente nel Mezzogiorno.

Tra il 2020 e il 2021 si è registrato un incremento di oltre 7 punti percentuali nel ricorso al commercio elettronico, grazie all'aumento degli utenti che hanno effettuato almeno un acquisto online negli ultimi 3 mesi precedenti l'intervista (dal 31,4% nel 2020 al 39,8% nel 2021). Nell'ultimo anno si registra invece un sensibile decremento sia per quanto riguarda l'indicatore complessivo (che passa dal 57,2% del 2021 al 55,3% del 2022) sia per quello riferito all'acquisto negli ultimi 3 mesi (37,3% nel 2022). Tale andamento trova giustificazione con la fine del periodo di restrizione dovuto alla pandemia (andamento analogo si registra anche in altri paesi europei come Danimarca, Germania, Olanda e Francia).

Nonostante i progressi registrati, i tassi di ricorso all'e-commerce sono ancora nettamente al di sotto della media Ue27, dove nel 2022 il 56,1% ha effettuato acquisti online negli ultimi 3 mesi. Questo ritardo è legato anche al ridotto livello di competenze digitali presente nel nostro Paese: nel 2021, in Italia, il 45,6% delle persone di età compresa tra i 16 e i 74 anni possiede perlomeno competenze digitali di base, contro il 53,9% dell'Ue27<sup>4</sup>.

Oltre alla frequenza con cui i cittadini ricorrono al commercio elettronico, l'indagine rileva anche la tipologia di beni e servizi acquistati per uso privato via Internet negli ultimi 3 mesi: nel 2022, tra gli individui, è più diffuso l'acquisto di capi di abbigliamento, scarpe o accessori (22,5%), gli articoli per la casa, esclusi gli elettrodomestici (13,4%), i film o serie in streaming o download (9,9%), i prodotti alimentari (9,3%) e quelli di cosmesi (9%).

Solo per l'edizione 2021, l'Indagine ha rilevato anche informazioni relative ad eventuali problemi riscontrati dagli utenti durante l'acquisto online. Il 73,3% degli utenti di internet che hanno fatto acquisti online negli ultimi 3 mesi dichiara di non aver riscontrato nessun problema durante l'acquisto. Tra gli utenti che hanno dichiarato di aver avuto qualche difficoltà (26,7%), la criticità maggiore è data dalla mancanza di rispetto dei tempi di consegna (13,5%); seguono le consegne mancate o erronee o merci difettose (5,6%); problemi tecnici sul web durante l'ordine o il pagamento via Internet vengono riferiti dal 4,3% degli utenti, mentre il 3,9% lamenta difficoltà nell'inoltrare reclami e/o risposte non soddisfacenti e il 3,7% di aver riscontrato difficoltà nel reperire informazioni sulle garanzie o altri diritti giuridici.

---

<sup>4</sup> L'età è un fattore importante: nel 2021 in Italia i giovani di 16-24 anni hanno livelli di competenze digitali almeno di base nel 60,0% dei casi (a fronte del 71,2% della media Ue27). Un altro fattore discriminante è il grado di istruzione: il 75,8% degli individui con un titolo studio elevato ha competenze digitali almeno di base (contro il 79,0% dell'Ue27).

### *Le imprese che hanno effettuato vendite online nel 2021<sup>5</sup>*

Secondo la “Rilevazione sulle tecnologie dell’informazione e della comunicazione nelle imprese”, nel 2021 la percentuale di imprese con almeno 10 addetti che hanno effettuato vendite online continua ad essere contenuta (18,3%) rispetto alla media Ue27 (22,8%). Tra le grandi imprese, circa una su due ha effettuato vendite online (46,7%, rispetto al 44,1% della media Ue27), ma la quota scende al 16,7% per le imprese tra i 10-49 addetti (20,8% nell’Ue27). La propensione alla vendita online delle imprese era sensibilmente aumentata nel 2020 (dal 16,3% al 18,4%) per effetto delle difficoltà dovute alla pandemia.

Nel 2021, il 15,5% delle imprese con almeno 10 addetti ha venduto via web, mentre il canale degli scambi elettronici di dati in un formato stabilito (EDI) – impiegato soprattutto nelle transazioni business-to-business (B2B) –, è stato utilizzato dal 4,4% delle imprese. Tra le imprese che hanno venduto usando il web, quelle che hanno avuto come clienti i consumatori privati sono l’86,1%. Nel 74,1% dei casi le imprese che vendono via web hanno usato siti web o app della propria impresa, mentre nel 62,1% dei casi sono stati utilizzati siti o app di intermediari (contro una media Ue27 rispettivamente dell’85,6% e 44,4%).

---

<sup>5</sup> Si vedano il report e le tavole allegate al Comunicato Stampa “Imprese e ICT”, diffusi lo scorso 4 gennaio: <https://www.istat.it/it/archivio/279478>.

## Allegato statistico

**Tavola 1 - Persone di 16-74 anni che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi e hanno ordinato o comprato merci o servizi per uso privato su Internet per classe di età - Anni 2020, 2021 e 2022**  
(per 100 persone della stessa classe d'età)

CLASSI DI ETÀ	Si	Si, negli ultimi 3 mesi	Si, da 3 mesi a 1 anno fa	Si, più di un anno fa	Mai
2020					
16-24	66,7	41,8	17,4	7,5	27,6
25-34	71,2	44,2	18,0	9,0	21,1
35-44	62,3	41,8	13,9	6,7	26,5
45-54	52,2	33,1	13,2	6,0	33,0
55-59	41,0	23,5	11,3	6,2	38,4
60-64	33,4	19,5	8,3	5,6	37,4
65-74	17,7	10,4	4,7	2,6	28,9
<b>Totale</b>	<b>50,1</b>	<b>31,4</b>	<b>12,5</b>	<b>6,2</b>	<b>29,8</b>
2021					
16-24	73,2	51,3	16,4	5,6	22,2
25-34	76,4	56,7	13,1	6,6	16,7
35-44	69,0	49,3	13,5	6,1	21,9
45-54	61,7	43,0	12,4	6,3	27,0
55-59	50,2	33,4	11,0	5,8	33,6
60-64	41,3	26,3	9,5	5,5	34,8
65-74	23,7	14,2	5,9	3,6	31,4
<b>Totale</b>	<b>57,2</b>	<b>39,8</b>	<b>11,7</b>	<b>5,7</b>	<b>26,2</b>
2022					
16-24	70,8	48,2	16,7	5,8	25,2
25-34	72,9	50,7	15,6	6,6	21,1
35-44	68,9	48,0	13,7	7,1	23,7
45-54	57,4	39,1	11,4	6,8	33,0
55-59	48,6	31,5	10,9	6,2	37,0
60-64	40,3	25,0	10,2	5,1	40,2
65-74	24,0	14,1	6,0	3,8	34,9
<b>Totale</b>	<b>55,3</b>	<b>37,3</b>	<b>12,0</b>	<b>6,0</b>	<b>30,2</b>

Fonte: Istat, Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte delle famiglie e degli individui

**Tavola 2 - Persone di 16-74 anni che hanno ordinato o comprato merci per uso privato via Internet negli ultimi 3 mesi, per tipologia di merce e classe di età - Anno 2022**

(per 100 persone della stessa classe d'età)

CLASSI DI ETÀ	Abbigliamento, incluso quello sportivo, scarpe o accessori	Articoli sportivi (attrezzi, accessori, escluso abbigliamento)	Giocattoli per bambini o articoli per l'infanzia	Articoli per la casa, inclusi prodotti per la pulizia della casa e il giardinaggio	Musica su cd, vinili, film o serie su DVD	Libri, giornali, riviste cartacei	Computer, tablet, telefoni cellulari, smartphone o accessori	Attrezzature elettroniche o elettrodomestici (es. TV, assistenti virtuali, lavatrice, ecc.)	Farmaci o integratori alimentari	Consegne di prodotti alimentari o di pasti da ristoranti, catene fast-food, catering	Prodotti di cosmesi, bellezza o benessere	Biciclette, ciclomotori, automobili, altri veicoli o loro ricambi	Altre merci
16-24	35,3	10,7	1,9	7,8	6,7	11,0	11,5	3,3	4,8	13,3	11,1	1,9	9,1
25-34	35,9	11,8	11,4	19,2	4,7	10,5	12,9	4,7	9,5	16,0	13,7	2,7	11,8
35-44	30,3	10,8	16,1	20,8	4,3	10,3	11,3	4,4	10,2	13,3	13,5	2,6	11,5
45-54	22,3	8,3	6,6	15,9	3,4	7,9	9,8	4,2	9,1	8,5	9,0	1,7	10,7
55-59	15,3	4,6	2,5	11,4	2,3	6,4	7,4	2,9	7,2	5,9	7,0	1,4	9,7
60-64	10,1	3,3	2,7	9,1	1,2	5,0	4,8	2,8	5,1	4,3	4,4	1,1	6,6
65-74	5,0	1,9	1,8	5,2	0,7	2,9	2,9	1,4	3,2	2,5	2,5	0,8	3,7
<b>Totale</b>	<b>22,5</b>	<b>7,6</b>	<b>6,7</b>	<b>13,4</b>	<b>3,4</b>	<b>7,8</b>	<b>8,9</b>	<b>3,5</b>	<b>7,3</b>	<b>9,3</b>	<b>9,0</b>	<b>1,8</b>	<b>9,2</b>

Fonte: Istat, Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte delle famiglie e degli individui

**Tavola 3 - Persone di 16-74 anni che hanno ordinato o comprato servizi o contenuti digitali per uso privato via Internet negli ultimi 3 mesi, per tipologia e classe di età - Anno 2022**  
(per 100 persone della stessa classe d'età)

CLASSI DI ETÀ	Musica in streaming o download	Film o serie in streaming o download	Ebook, riviste o giornali online	Giochi online o download di app di giochi per smartphone, tablet, computer o console	Software per computer o altri software (compresi aggiornamenti) o download	App a pagamento per la salute o il fitness	Altre applicazioni a pagamento (es. apprendimento delle lingue, meteo, ecc.)
16-24	14,4	17,3	2,6	6,9	4,0	1,9	2,3
25-34	10,9	17,9	4,0	5,6	4,6	2,7	2,5
35-44	6,8	12,3	4,2	4,1	3,0	2,6	1,9
45-54	4,9	9,6	3,7	2,8	2,6	1,4	1,9
55-59	2,4	5,4	2,4	0,9	1,7	0,7	0,8
60-64	1,7	2,9	2,4	0,6	1,6	0,4	0,6
65-74	0,7	1,8	1,9	0,3	0,9	0,3	0,6
<b>Totale</b>	<b>6,0</b>	<b>9,9</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>2,7</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>

Fonte: Istat, Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte delle famiglie e degli individui.

**Tavola 4 - Persone di 16-74 anni che hanno ordinato o comprato merci o servizi per uso privato via Internet negli ultimi 3 mesi, per problemi riscontrati e classi di età - Anno 2021**

(per 100 persone della stessa classe d'età che hanno ordinato o comprato merci o servizi via internet negli ultimi 3 mesi)

CLASSI DI ETÀ	Problemi tecnici sul web durante l'ordine o il pagamento via Internet	Difficoltà di reperimento di informazioni sulle garanzie o altri diritti giuridici	Tempi di consegna non rispettati	Costo finale più elevato del previsto (es.elevati costi di spedizione,ecc.)	Consegne mancate o erronee, merci difettose	Frodi (mancata consegna, abuso dei dati della carta di credito, ecc.)	Difficoltà nell'inoltrare reclami e/o risposte non soddisfacenti	Il rivenditore estero non vende in Italia	Altro
16-24	5,7	3,9	16,9	3,7	5,7	1,6	4,1	2,2	2,2
25-34	4,3	3,9	14,9	3,4	6,2	1,5	4,0	2,7	1,4
35-44	3,7	2,7	12,2	3,0	5,9	1,4	3,4	1,5	1,5
45-54	3,8	3,8	12,4	1,5	5,1	1,8	4,2	1,3	1,7
55-59	4,0	4,6	12,2	2,5	5,5	2,0	4,2	1,4	2,0
60-64	3,3	3,0	13,4	1,4	4,3	2,4	3,2	1,0	0,9
65-74	5,3	4,9	11,0	2,5	4,8	1,9	4,0	2,0	1,5
<b>Totale</b>	<b>4,3</b>	<b>3,7</b>	<b>13,5</b>	<b>2,7</b>	<b>5,6</b>	<b>1,7</b>	<b>3,9</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>

Fonte: Istat, Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte delle famiglie e degli individui