

Lunedì 20 Ottobre 2025
Notizie mercati esteri [1]

E-commerce in Australia: dinamiche di consumo e accesso al mercato per i brand italiani

Con una popolazione altamente digitalizzata e una forte propensione agli acquisti online, l'Australia rappresenta un mercato estremamente dinamico per l'e-commerce, sia B2C che B2B. Nel 2024, il valore complessivo delle vendite online ha superato i 69 miliardi di AUD, con una crescita del 12% rispetto all'anno precedente. In questo contesto, i consumatori australiani dimostrano un interesse crescente per i prodotti italiani, riconosciuti per qualità, design e autenticità, in particolare nei settori della moda e dell'alimentare.

Il mercato è fortemente orientato verso i marketplace, con Amazon Australia che continua a rafforzare la propria leadership: nel 2024 ha raggiunto circa 7,9 milioni di utenti attivi, e si prevede che nel 2025 oltre il 60% della popolazione effettuerà almeno un acquisto sulla piattaforma. Accanto ad Amazon, si segnalano altri attori rilevanti come Catch, The Iconic e eBay, nonché piattaforme emergenti come Temu e Shein, che stanno rapidamente conquistando fasce di consumatori più giovani. In questo panorama competitivo, i brand italiani possono trovare spazio puntando sulla distintività del Made in Italy, sulla qualità percepita e su una narrazione di marca coerente e autentica.

Per le imprese italiane interessate ad accedere al mercato australiano, è fondamentale elaborare una strategia mirata che tenga conto delle specificità locali. L'ingresso attraverso marketplace rappresenta una soluzione efficace per testare il mercato con investimenti iniziali contenuti, mentre lo sviluppo di un proprio e-commerce, integrato con soluzioni logistiche locali, può offrire maggior controllo sul posizionamento del brand e sulle relazioni con il consumatore. La logistica rappresenta infatti uno degli aspetti più critici: vista l'estensione geografica del paese e la concentrazione della popolazione nelle principali aree urbane, è essenziale affidarsi a partner logistici locali affidabili, capaci di garantire tempi di consegna rapidi e gestire efficacemente il servizio post-vendita. Il ricorso a fornitori terzi per la gestione dei magazzini e delle spedizioni (3PL) è sempre più diffuso anche tra i brand esteri.

Un altro elemento determinante è l'adattamento dell'esperienza digitale al contesto locale. È importante offrire un sito ottimizzato per il mercato australiano, con contenuti localizzati, prezzi in dollari australiani, modalità di pagamento diffuse e customer care in lingua. Anche la promozione digitale richiede un approccio specifico, attraverso campagne social, collaborazioni con influencer locali e un uso strategico di Google Shopping e delle piattaforme pubblicitarie Meta. Inoltre, per consolidare la propria presenza nel lungo periodo, è consigliabile

tutelare il proprio marchio presso l'IP Australia e prestare attenzione alla conformità doganale.

Nel complesso, il consumatore australiano è ricettivo, attento alla qualità e sempre più sensibile ai valori di sostenibilità e trasparenza. I brand italiani possono distinguersi valorizzando la propria storia, l'autenticità dei materiali e l'artigianalità, elementi che rappresentano leve competitive efficaci in un contesto in cui il prezzo non è l'unico criterio di scelta. In un mercato che premia la fiducia e la reputazione, investire in esperienze d'acquisto fluide e in un racconto di marca coerente può fare la differenza.

L'Australia si configura dunque come un mercato fertile per il commercio digitale, dove la domanda di prodotti internazionali continua a crescere e dove l'e-commerce si consolida come canale strategico per raggiungere nuovi segmenti di pubblico. Per le imprese italiane, si tratta di un'opportunità concreta di espansione, a patto di adottare un approccio flessibile, digitale e ben strutturato.

(Contributo editoriale a cura della Italian Chamber of Commerce and Industry in Australia inc. **[2]**)

Ultima modifica: Lunedì 20 Ottobre 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/commerce-australia-dinamiche-consumo-accesso-al-mercato-brand-italiani

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.assocamerestero.it/ccie/italian-chamber-of-commerce-and-industry-australia-inc