

Martedì 13 Gennaio 2026
Notizie mercati esteri [1]

E-commerce in Belgio e in Italia: scenari a confronto nel mercato europeo

Nel quadro della trasformazione digitale del commercio europeo, l'e-commerce continua a rappresentare un fattore strategico di crescita e internazionalizzazione per le imprese.

Belgio e Italia offrono due modelli di sviluppo differenti ma complementari, che rendono interessante un confronto tra i due Paesi, soprattutto in relazione alle opportunità offerte alle imprese italiane orientate ai mercati internazionali.

Il mercato e-commerce belga si caratterizza per un alto livello di sviluppo delle piattaforme digitali e una diffusione capillare degli acquisti online. Nel 2024, in Belgio, il fatturato complessivo dell'e-commerce ha generato 17,4 miliardi di euro, con una crescita del 6,7% rispetto al 2023. Il dato più rilevante riguarda la penetrazione del canale digitale nella popolazione: il 96% dei cittadini sopra i 15 anni acquista online, confermando il Belgio come uno dei mercati più avanzati in Europa sotto il profilo del consumo digitale.

Le categorie di spesa che generano la maggior parte del fatturato online sono i pacchetti viaggio (circa 4 miliardi di euro), i biglietti aerei (2,3 miliardi di euro) e l'abbigliamento (1,7 miliardi di euro). Contemporaneamente, si osserva una crescita significativa degli acquisti attraverso marketplace internazionali, con un peso crescente delle grandi piattaforme globali, in particolare nei comparti non alimentari quali abbigliamento, elettronica di consumo e articoli per la casa.

In Italia, il mercato e-commerce presenta dimensioni decisamente più ampie, nonostante una penetrazione inferiore rispetto al totale del retail. Nell'anno in corso il fatturato dell'e-commerce B2C italiano supera i 62 miliardi di euro (+6% complessivo rispetto al 2024), con 35,2 milioni di consumatori online attivi. Le vendite online di prodotti rappresentano l'11,2% del totale retail (online+offline).

A livello settoriale, nel 2025, si distinguono per crescita turismo e trasporti (+8%), food & grocery (+7%) e beauty & pharma (+7%). Seguono arredamento e home living (+6%), informatica ed elettronica di consumo (+5%), ultimo l'abbigliamento (+5%).

É da notare come nel Bel Paese la crescita degli e-commerce di piccole e medie imprese sia più rapida, soprattutto

in nicchie specializzate quali il design e l'arredo di qualità, i prodotti beauty e cosmetici naturali, il food di eccellenza e le specialità agroalimentari, l'abbigliamento sostenibile e i prodotti per la casa a elevato contenuto identitario: segnale di una progressiva maturazione del tessuto imprenditoriale digitale italiano.

L'analisi dei dati prova come l'e-commerce rappresenti oggi non solo un canale di vendita, ma pure una leva strategica per la competitività e l'espansione internazionale delle imprese italiane all'interno di un contesto europeo in continua evoluzione.

Fonti:

https://www.kvk.nl/en/international/e-commerce-in-belgium/ [2]

https://consulenzaecommerce.it/ecommerce-italia/ [3]

(Contributo editoriale a cura della Camera di Commercio Belgo-Italiana [4])
Ultima modifica: Martedì 13 Gennaio 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/commerce-belgio-italia-scenari-confronto-nel-mercato-europeo

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.kvk.nl/en/international/e-commerce-in-belgium/
[3] https://consulenzaecommerce.it/ecommerce-italia/
[4] https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-belgo-italiana