



Report sulla crescita inclusiva delle piccole imprese Italiane online

Contenuto

01 Sintesi

03 Introduzione

04 Parte 1: Le opportunità commerciali rivoluzionarie offerte da eBay alle piccole imprese e agli imprenditori In Italia

07 Quota delle piccole imprese attive su eBay che esportano

08 Numero medio di mercati di destinazione stranieri

09 Quota di piccole imprese attive su eBay che raggiungono 10 o più mercati esteri

10 Quota di piccole imprese attive su eBay che raggiungono quattro o più continenti

11 Italia: Economia di eBay vs. Economia tradizionale

12 Parte 2: Il commercio su eBay che contrasta le disparità economiche regionali italiane

12 L'Italia affronta importanti sfide economiche e notevoli disparità regionali

13 Misure regionali di imprenditorialità e densità digitale di eBay

13 Densità digitale di eBay nelle regioni italiane con condizioni economiche difficili

13 L'attività delle piccole imprese su eBay nelle regioni con i più alti tassi di povertà

15 Italia: le regioni in testa per densità digitale su eBay

16 L'attività delle piccole imprese su eBay nelle regioni con i tassi di disoccupazione più elevati

17 Confronto tra i tassi di crescita netti delle imprese

18 Conclusione

20 Appendice

Sintesi

Dal 2011, il Public Policy Lab di eBay utilizza i dati di mercato per esaminare, misurare e spiegare in che modo la tecnologia ha aumentato le opportunità per le piccole imprese e gli imprenditori autonomi in oltre 50 Paesi di sei continenti. In tutti i casi abbiamo scoperto piccole imprese che operano su eBay e che sfruttano la piattaforma di commercio online per dedicarsi a un commercio espansivo, spesso su scala globale. Questo report indaga gli aspetti commerciali e gli impatti economici inclusivi delle piccole imprese e degli imprenditori che utilizzano eBay in Italia.

Il commercio globale moderno è stato dominato dalle grandi aziende. La grandissima maggioranza delle imprese commerciali in tutti i Paesi, inclusa l'Italia, è costituita da piccole aziende e la maggior parte è bloccata all'interno del mercato locale, servendo raramente clienti stranieri. Tuttavia, sta emergendo un nuovo modello di piccole attività commerciali, alimentato dalle possibilità offerte da Internet. Le piattaforme che danno accesso a Internet e quelle che forniscono servizi commerciali e spedizioni stanno consentendo a un numero inedito di piccole aziende indipendenti di mettersi in contatto con i consumatori e di creare rapporti di fiducia che superano i confini nazionali e culturali. Le piccole imprese possono così creare vetrine online e competere sui mercati nazionali e globali, mantenendo e facendo crescere contestualmente la loro presenza fisica e le possibilità di impiego all'interno della comunità locale.

Questo report indica in dettaglio i risultati nel commercio globale delle piccole imprese che operano su eBay e provengono da ogni regione italiana. Laddove sono disponibili risultati comparabili in termini di commercio online, vengono riportati dati specifici. In breve, in Italia quasi ogni piccola impresa che vende su eBay esporta i propri prodotti, raggiungendo clienti nei mercati europei e nel mondo. Le cinque destinazioni di esportazione preferite per i prodotti di queste piccole imprese italiane sono Germania, Stati Uniti, Francia, Regno Unito e Spagna.

Il successo nell'export delle piccole imprese che operano su eBay racconta una storia positiva di commercio globale inclusivo. Allo stesso tempo, molte persone in Europa temono che la tecnologia stia accelerando la concentrazione economica e che le comunità più prospere godano della maggior parte della crescita economica. La seconda parte di questo report indaga se il successo di eBay nell'utilizzare la tecnologia per potenziare le piccole imprese stia contribuendo a rendere sempre più ricche le comunità privilegiate e più povere tutte le altre, se eBay abbia un ruolo ininfluente rispetto a questa tendenza generale o se addirittura contrasti la concentrazione economica aiutando le comunità economicamente in difficoltà.

La seconda parte del report evidenzia la performance particolarmente positiva su eBay delle piccole imprese che provengono da molte delle regioni italiane con maggiori difficoltà economiche. L'Italia è un Paese che ha sofferto sia di una diffusa stagnazione economica sia di significative disuguaglianze regionali. Un dato particolarmente significativo è che alcune tra le regioni italiane con i più alti tassi di povertà e disoccupazione, in cui l'economia tradizionale è stata in difficoltà

Italia

Quota di imprese che esportano



Piccole imprese attive su eBay

VS.



Imprese tradizionali

Numero medio di mercati di destinazione stranieri

19

Piccole imprese attive su eBay

Quota di imprese che esportano in 10 o più mercati



Piccole imprese attive su eBay

VS.

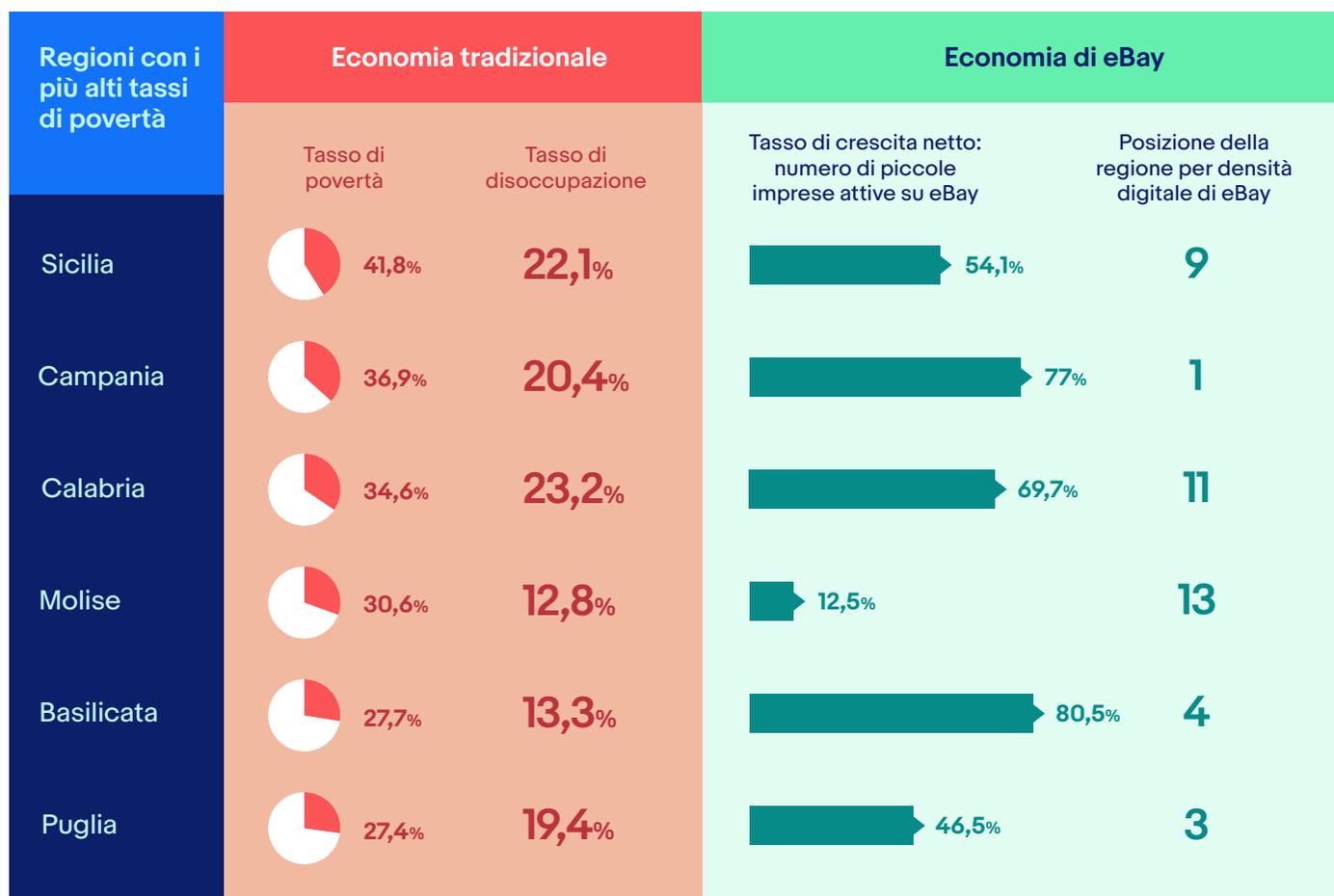


Imprese tradizionali

Quota di piccole imprese attive su eBay che esportano in 4 o più continenti



Piccole imprese attive su eBay



a causa di sfide complesse e di lungo periodo, vantano alcune delle comunità di piccole imprese attive su eBay più solide e in crescita. Tre fra le più importanti sono la Sicilia, la Calabria e la Campania. La Campania, con il secondo tasso più alto di povertà e il terzo tasso più alto di disoccupazione del Paese, è la prima regione in Italia in base alla “Densità digitale” su eBay e ha la più significativa comunità di piccole imprese che operano su eBay. Infine, se la crescita netta delle imprese nel sistema economico generale è diminuita, con un numero di imprese in calo dal 2012 al 2016, su eBay è stata registrata una crescita netta del 40% del numero di piccole imprese indipendenti.

La piattaforma di commercio globale di eBay sta riducendo in modo decisivo le barriere che tradizionalmente hanno tenuto bloccate nel loro mercato locale, anche in Italia, la maggior parte delle piccole e micro imprese indipendenti. Le piccole imprese provenienti da tutte le regioni italiane hanno ora accesso ai consumatori di tutto il Paese, dell’Europa e del mondo. Sebbene ciò rappresenti un’ottima opportunità di crescita per tutte le piccole imprese indipendenti italiane, la possibilità di accedere a clienti esterni al mercato locale si sta rivelando particolarmente preziosa per le imprese delle comunità remote e meno avvantaggiate. Le politiche fiscali, regolatorie e di sviluppo economico del governo, volte a consentire uno sviluppo economico locale significativo nelle regioni remote e meno avvantaggiate, dovrebbero prestare particolare attenzione alle sfide che devono affrontare le piccole imprese indipendenti che utilizzano la tecnologia.

Introduzione

Negli ultimi anni, la tecnologia ha offerto opportunità economiche più eque alle piccole imprese che sono state pronte a sfruttare le nuove occasioni.¹ Dal 2011, il Public Policy Lab di eBay e un team di economisti di Sidley Austin LLP (Sidley) hanno collaborato per esaminare, misurare e illustrare in che modo la globalizzazione e la tecnologia stiano favorendo le ambizioni delle piccole imprese e degli imprenditori autonomi.

Abbiamo fatto ricerche in più di 50 Paesi in sei continenti e in tutti i 50 stati degli Stati Uniti, individuando in tutti i casi piccole imprese attive su eBay che sfruttano la piattaforma di commercio online per dedicarsi a un commercio espansivo, spesso su scala globale. Questo report illustra i risultati emersi da questa collaborazione, indagando gli aspetti commerciali e gli impatti economici inclusivi delle opportunità di commercio globale disponibili per le piccole imprese e per gli imprenditori che operano online in tutta Italia.

L'analisi svolta da Sidley per questo report si basa sui dati relativi alle transazioni del Marketplace di eBay dal 2012 al 2016. Gli economisti di Sidley hanno poi esaminato quali venditori sono registrati con indirizzi in Italia. Nell'analizzare le attività delle piccole imprese online su eBay, i dati sono stati limitati alle transazioni dei venditori registrati come aziende con vendite pari o superiori a 10,000 USD all'anno sul Marketplace di eBay. In questo report, questi venditori sono indicati come "Venditori commerciali" o "Piccole imprese attive su eBay". Al fine di fornire confronti pertinenti con l'attività commerciale nel sistema economico generale, gli economisti di Sidley hanno analizzato dei dati comparabili di Eurostat.

La parte 1 di questo report si concentra sulla forma più inclusiva di commercio globale, ovvero il commercio transfrontaliero delle imprese più piccole. Dati solidi e concreti dimostrano che le piccole imprese attive su eBay in tutta Italia sono impegnate nel commercio internazionale a una scala prima riservata alle aziende più grandi. I numeri sono sorprendenti. Ben il 96% delle piccole imprese attive su eBay in Italia esportano - una percentuale molto superiore a quella delle aziende che non utilizzano gli strumenti online - inoltre, queste piccole imprese esportano in media in 19 diversi Paesi all'anno, surclassando le capacità di export delle imprese tradizionali. Sono di fatto piccole imprese che commerciano su scala globale e operano da città di tutta Italia.

La parte 2 di questo report indaga in che modo l'accesso delle piccole imprese alla domanda dei consumatori residenti in luoghi lontani, evidenziata dai dati del commercio internazionale della prima sezione, consenta in Italia una crescita economica più inclusiva, favorendo una crescita aziendale molto più forte nelle regioni italiane che, sulla base di una serie di dati economici e sociali, sono tradizionalmente svantaggiate. Un'analisi pro capite delle piccole imprese attive su eBay, una misura che chiamiamo "Densità digitale", rivela un fenomeno

Informazioni su eBay Public Policy Lab

—

Il Public Policy Lab di eBay punta ad affrontare le sfide delle politiche pubbliche che riguardano il collegamento tra tecnologia, commercio e opportunità economiche inclusive. Conduciamo ricerche innovative sulla base di metodologie di analisi dei dati uniche e di informazioni strategiche creative. Il nostro obiettivo è innalzare il livello del dibattito pubblico sul futuro del commercio e sul modo in cui sfruttare la tecnologia per ottenere i migliori risultati possibili per tutti.

Vi invitiamo a prendere visione del nostro catalogo di ricerche all'indirizzo:
www.ebaymainstreet.com/lab

Brian Bieron
Executive Director

Alan Elias
Senior Manager
Global Public Policy

straordinariamente inclusivo correlato all'attività di vendita di eBay in Italia. Sette delle regioni presenti nella Top 10 per densità digitale su eBay, incluse le prime cinque, fanno parte anche delle dieci regioni economicamente più svantaggiate in base al tasso di povertà.

Un'analisi dei dati sul tasso di crescita netto delle imprese commerciali nelle regioni italiane NUTS2 rivela che la crescita delle piccole imprese attive su eBay sta contrastando la preoccupante tendenza alla maggiore concentrazione economica e alle disparità regionali. Laddove le piccole imprese tradizionali dipendono in gran parte dalla salute dell'economia locale, e sono quindi altamente esposte a fenomeni di stagnazione e recessione locale, l'accesso alla domanda remota attraverso una piattaforma di commercio globale offre invece nuove possibilità alle piccole imprese indipendenti che non si trovano nelle aree metropolitane e nelle regioni più prospere del Paese. In breve, anche se le disparità economiche regionali rimangono un problema serio e di lungo corso in Italia, e la crescita totale netta delle aziende è lenta e persino negativa in gran parte del Paese, la crescita netta del numero di piccole imprese attive su eBay offre un modello più equilibrato e inclusivo, con molte delle regioni più svantaggiate che mostrano risultati straordinariamente importanti.

Parte 1 - Le opportunità commerciali rivoluzionarie offerte da ebay alle piccole imprese e agli imprenditori in Italia

Le forme tradizionali di commercio a distanza comportano notevoli costi legati alla catena di trasporto e alla catena logistica, alla burocrazia normativa e amministrativa, all'adeguamento a diversi sistemi giuridici, alla comunicazione e al marketing, all'accesso disomogeneo alle informazioni, alle difficoltà di incontro tra domanda e offerta, alla fiducia e all'applicazione delle norme. Gli economisti hanno scoperto che questi costi aumentano con l'aumentare della distanza. Quindi, più i partecipanti al mercato sono fra loro distanti, e meno è probabile che commercino fra di loro.²

A causa dei costi legati alla distanza, le piccole imprese sono state tradizionalmente confinate al commercio all'interno di aree geograficamente limitate, come una città o la distanza che un consumatore è disposto a percorrere per raggiungere la sede commerciale dell'azienda. Un altro modo di pensare a questa realtà è che i modelli di commercio più tradizionali richiedono dei costi

per stabilire determinati servizi e le imprese sono in grado di effettuare vendite solo entro il raggio relativamente limitato di tali servizi.

Restare limitati in questo modo ai mercati più piccoli si rivela spesso un ostacolo alla costruzione di un business sostenibile, semplicemente perché potrebbe non esserci abbastanza domanda locale a disposizione dell'azienda. Inoltre, i rischi per le imprese costrette ad agire solo sul territorio locale aumentano quando l'economia locale è sistematicamente sottoperformante, quando rischia di subire uno shock economico o si trova di fronte a trend negativi che deprimono la domanda.

Una delle rivoluzioni fondamentali generate da Internet e dalle tecnologie digitali è il commercio online, nel quale i costi del commercio a distanza sono drasticamente diminuiti. Il motivo principale consiste nella facilità con cui l'attività online consente di superare l'accesso irregolare alle informazioni e di abbattere le difficoltà nel far incontrare domanda e offerta. Lendle e altri autori hanno

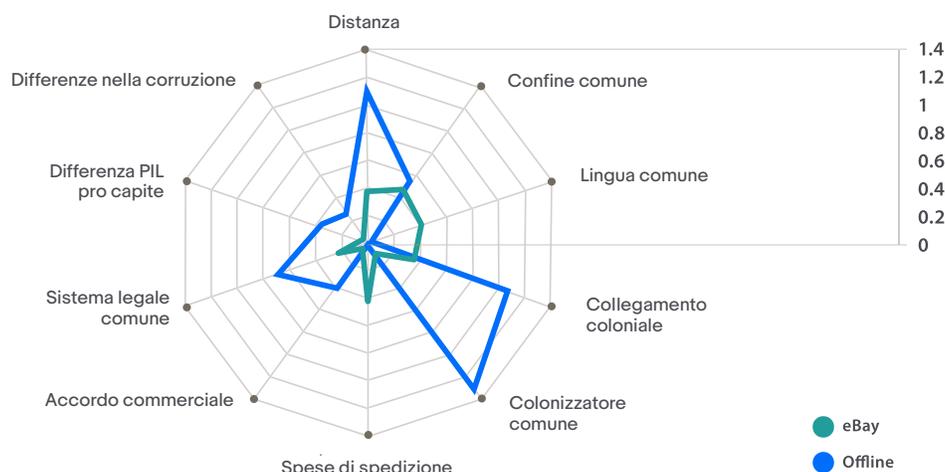


Figura 1.0

—

La maggior parte dei costi commerciali ha più importanza offline che online³

La Figura 1.0, che è stata sviluppata da Olarreaga (2012) come parte di uno studio iniziale dell'attività commerciale delle piccole imprese attive su eBay, rappresenta i vari fattori studiati nell'ambito di un'analisi della distanza (probabilità di una transazione basata sulla prossimità fisica tra un venditore e un acquirente) del commercio sulla piattaforma eBay. I costi di transazione studiati includevano i costi commerciali tradizionali, come le spese di spedizione e l'assenza di una lingua comune, nonché una serie di differenze istituzionali tradizionali, come la condivisione dello stesso sistema giuridico e un legame coloniale tra i Paesi. L'analisi ha determinato che tutti i tradizionali costi commerciali e i fattori istituzionali, ad eccezione delle spese di spedizione e dell'assenza di una lingua comune, sono meno importanti per il commercio basato su eBay rispetto a quanto avviene per il commercio offline. Tuttavia, le spese di spedizione e la mancanza di una lingua comune tra acquirente e venditore sono due ostacoli al commercio transfrontaliero che incidono sulle attività online, in particolare quelle piccole.

rilevato che la distanza ha un impatto negativo molto più basso sulle aziende che effettuano transazioni transfrontaliere nel mercato online.⁴ In modo analogo, una relazione del 2013 del Joint Research Center della Commissione europea conclude che la distanza conta molto meno online, principalmente per via dei costi inferiori delle comunicazioni.⁵ Le nostre stime, basate su set di dati globali, suggeriscono che la distanza conta l'83% in meno per le transazioni internazionali su eBay rispetto al commercio tradizionale.⁶

L'impatto differente della distanza sull'attività transfrontaliera tra i modelli commerciali tradizionali e il modello di piattaforma online nell'UE può essere studiato in un'analisi realizzata sulle piccole imprese tradizionali e su quelle che operano su eBay in Europa nel periodo 2011-2015. In un momento in cui gli sconvolgimenti del mondo finanziario hanno avuto un impatto significativo sull'economia deprimendo la domanda e aumentando la necessità per le imprese di accedere ai mercati di esportazione, il commercio transfrontaliero delle piccole imprese che vendono su eBay è aumentato del 62%, rispetto alla modesta crescita del 9% del commercio tradizionale.⁷ Tuttavia, per superare le difficoltà legate alla distanza per le micro, piccole e medie imprese (MPMI) che iniziano a impegnarsi nel commercio internazionale non basta semplicemente aggiungere Internet alla vendita al dettaglio. La Commissione europea riferisce che nel 2014 solo il 12% delle imprese nel settore della vendita al dettaglio ha venduto online a livello transfrontaliero all'interno dell'UE.⁸ Ciò è notevolmente diverso dal successo transfrontaliero delle piccole imprese che vendono su eBay in Europa, in prevalenza piccole e microimprese, di cui il 96% esporta.

La differenza può essere spiegata dal fatto che il modello di piattaforma di commercio globale online fornisce accesso alle MPMI indipendenti sia alla portata globale di Internet, sia a strumenti tecnologici ad hoc, riducendo ulteriormente i costi commerciali come servizi di spedizione, progettazione di siti web, approfondimenti sulle vendite e strumenti di ricerca, ottimizzazione delle ricerche e marketing per le ricerche sponsorizzate. Al contrario, i venditori al dettaglio che vendono online utilizzando il proprio sito web devono essi stessi effettuare gli investimenti necessari per attrarre i consumatori dall'estero, e ciò deve avvenire spesso prima della loro prima vendita.

Tuttavia, mentre il modello di piattaforma di commercio globale online consente alle piccole imprese di superare le distanze e servire i clienti da remoto, è importante notare che ci sono ancora grandi vantaggi legati alla presenza in mercati locali vivaci e sani, motivo per cui i grandi commercianti completano la loro strategia online con strutture locali nelle aree economiche principali. Gli investimenti locali negli hub economici più dinamici non solo forniscono importanti vantaggi alle grandi aziende, ma favoriscono anche un ciclo di investimenti che avvantaggia le aziende presenti nelle regioni più floride. I piccoli venditori al dettaglio indipendenti non possono permettersi tale strategia e il commercio globale offerto dalle piattaforme è il modo per raggiungere i clienti nei mercati più solidi.



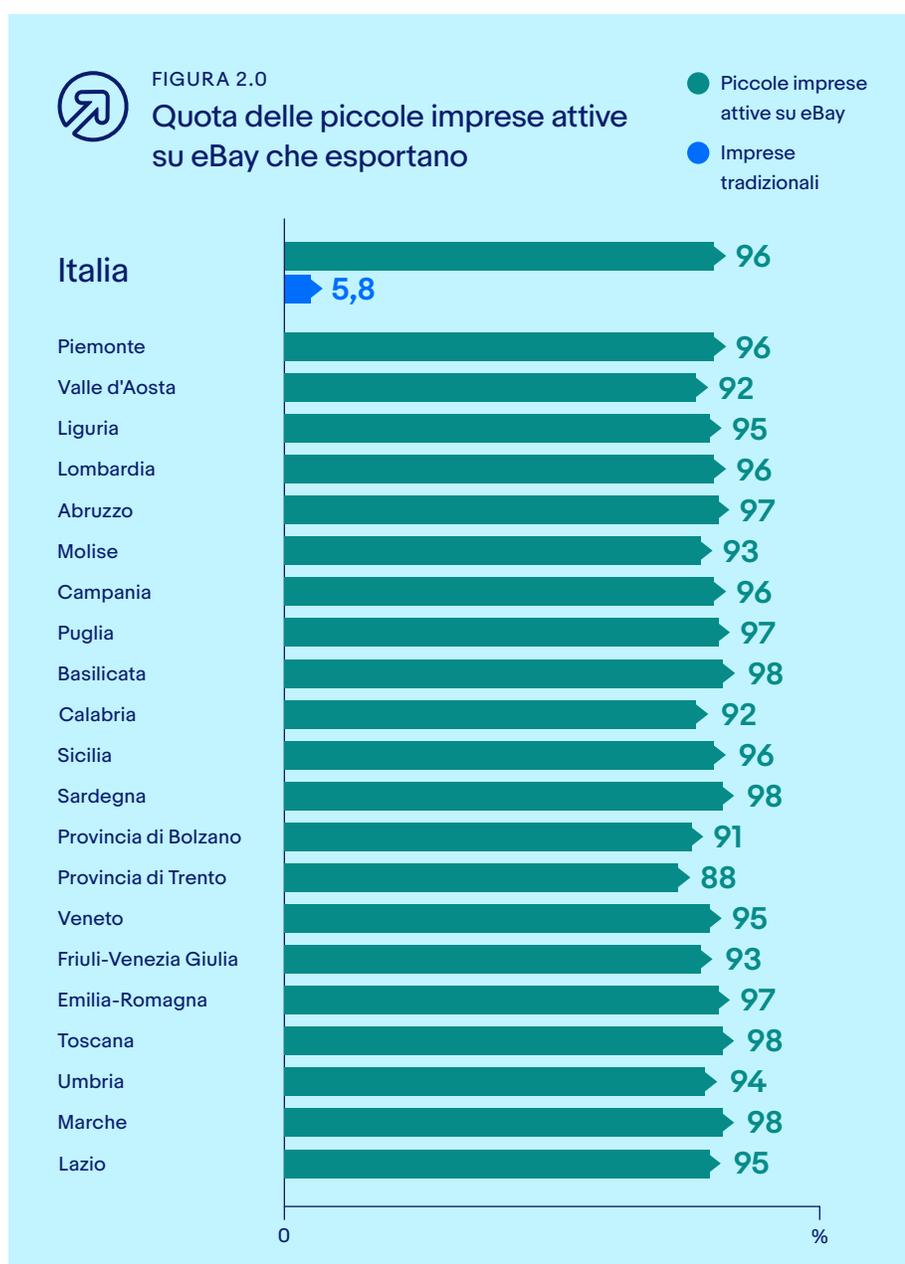
Footloover

Mario Calabrese GRASSANO, ITALIA

Mario e la sua famiglia lavorano nel settore calzaturiero dal 1935. Il nonno di Mario faceva il calzolaio di mestiere e produceva scarpe a mano. Il padre di Mario ha evoluto l'attività aprendo un negozio di mattoni e malta nella comunità di famiglia di Grassano, una piccola città del Sud Italia con una popolazione di circa 6.000 abitanti. Nel 1992 il padre di Mario gli affidò formalmente il business, ma quando i grandi centri commerciali iniziarono ad entrare nel mercato locale, l'azienda lottò per rimanere competitiva. Nel 2004, senza alcuna esperienza al computer, Mario tentò la fortuna vendendo alcuni oggetti su eBay su suggerimento della sua famiglia e dei suoi amici, e nacque Footloover. Quel primo anno online era più che altro un esperimento, ma già dal 2005 l'azienda registrò una crescita fenomenale, raggiungendo fino al 130% all'anno. Oggi, Mario gestisce ancora due sedi fisiche a Grassano e circa il 20% dei prodotti che vende è fabbricato in Italia. Tra il 2004 e il 2012, Footloover ha esportato circa il 10% delle sue vendite totali tramite ebay.it, ma nel 2013, Mario ha sviluppato una strategia internazionale e ha iniziato a commercializzare su altre piattaforme di eBay, tra cui Germania, Inghilterra, Stati Uniti e Australia. Oggi Footloover esporta circa il 50% delle sue vendite totali.

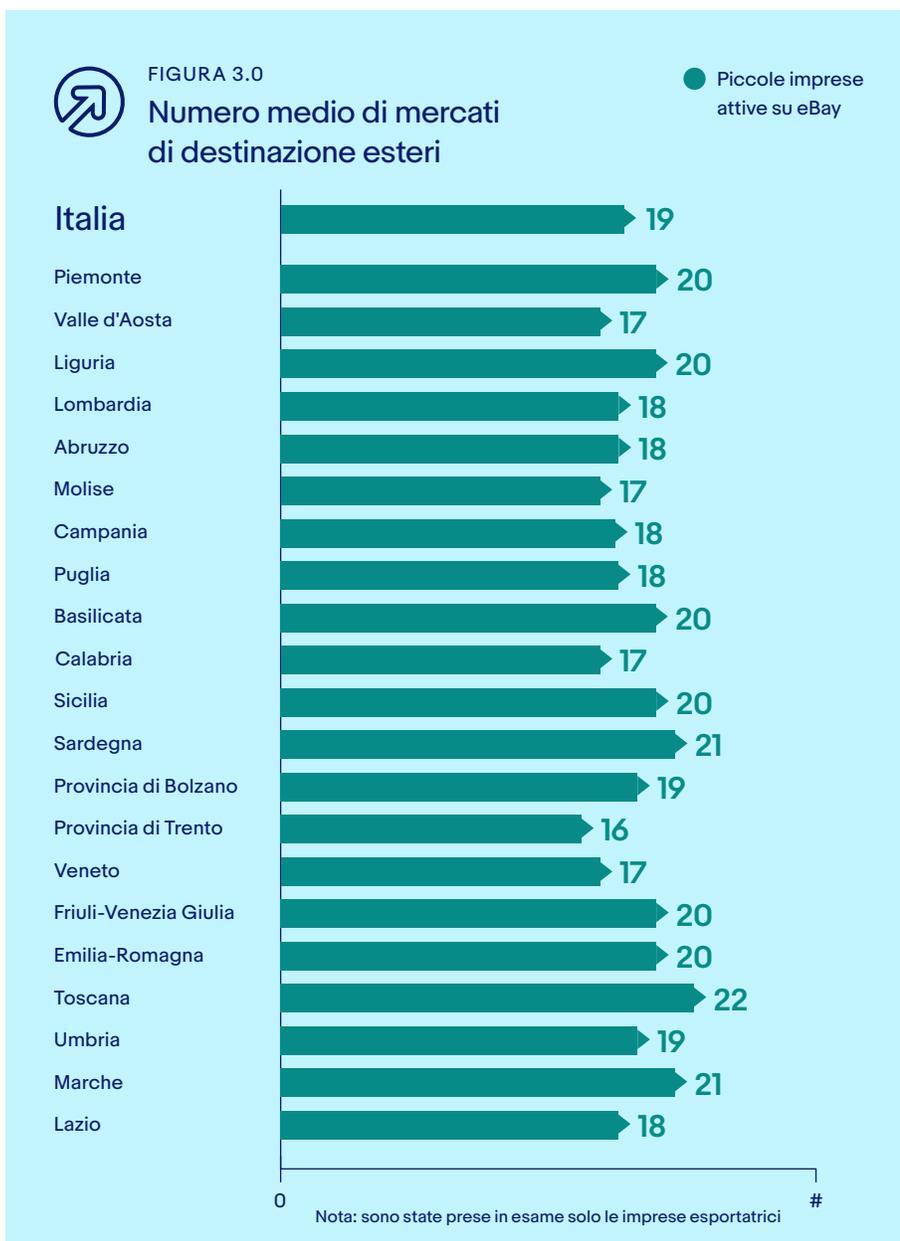
Quota delle piccole imprese attive su ebay che esportano

Diverse ricerche confermano come le imprese internazionali siano generalmente più produttive di quelle che servono solo il mercato interno. Un'analisi dei dati sulle esportazioni a livello di impresa rivela che il 5,8% di tutte le imprese italiane sono esportatrici.⁹ La quota di piccole imprese che esportano attraverso il Marketplace di eBay¹⁰ è probabilmente il dato più sorprendente presentato in questo report. In breve, il 96% delle piccole imprese attive su eBay in Italia sono esportatrici, un livello di esportazione senza precedenti nell'economia tradizionale. Il più alto tasso regionale è rappresentato dal 98% delle piccole imprese della Sardegna, mentre il tasso di esportazione più basso è dato dall'88% di quelle in Provincia di Trento, l'unico inferiore al 90%.



Numero medio di mercati di destinazione esteri

Il numero medio di mercati esteri raggiunti su base annuale fornisce una misura chiave dell'attività di esportazione e della diversità del mercato. È tradizionalmente riconosciuto che le imprese che intendono esportare in un nuovo mercato nazionale devono affrontare dei costi di ingresso, e quindi espandere la propria attività esportando in più mercati nazionali porta a costi maggiori.¹¹ L'aumento dei costi di ingresso fa presumere che le imprese più piccole tenderanno a esportare verso un minor numero di Paesi. Tuttavia, esaminando i dati dei venditori commerciali eBay vediamo una potente testimonianza di come eBay colmi le distanze per le piccole imprese e fornisca l'accesso a mercati che erano irraggiungibili con il modello commerciale tradizionale.



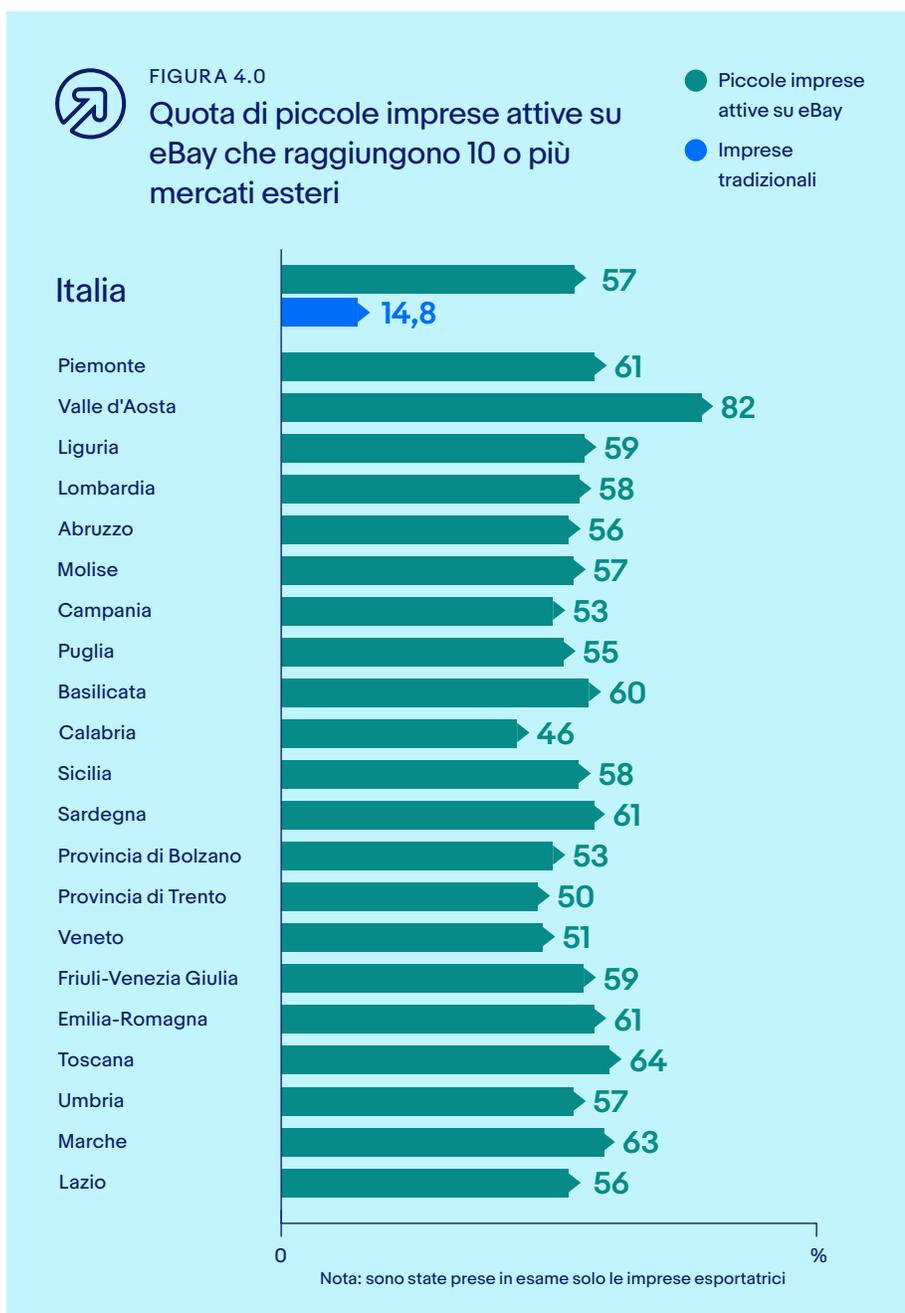
In Italia, il numero medio di mercati di esportazione raggiunti dalle piccole imprese esportatrici attive su eBay è 19.¹² Purtroppo, non esiste un valore comparabile disponibile per gli esportatori tradizionali italiani, anche se il valore calcolato dalla Banca mondiale per le imprese equivalenti nei Paesi europei tra cui il Belgio, la Bulgaria, Il Portogallo e la Spagna è di circa quattro mercati, mentre un'analisi degli esportatori francesi dell'INSEE¹³ ne stima sei.¹⁴ Le piccole imprese attive su eBay di regioni italiane molto diverse tra di loro, come Toscana, Marche e Sardegna, raggiungono in media più di 20 mercati. I venditori toscani sono gli unici a raggiungere in media 22 mercati.

Prime 5 destinazioni di esportazione¹⁵

Piccole imprese Italiane attive su eBay

1. Germania
2. Stati Uniti
3. Francia
4. Regno Unito
5. Spagna

Quota di piccole imprese attive su ebay che raggiungono 10 o più mercati esteri



L'OCSE riferisce che le imprese che riescono a esportare in più di 10 Paesi sono anche quelle che dominano il commercio. Nel mercato tradizionale, questo tipo di copertura del mercato è limitato a poche delle aziende più grandi. In Italia, solo il 15% delle aziende esportatrici vendono in 10 o più mercati.¹⁶ In netto contrasto, il 57% delle piccole imprese attive su eBay in Italia serve clienti in 10 o più Paesi diversi.¹⁷

Quota di piccole imprese attive su ebay che raggiungono quattro o più continenti

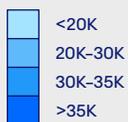
Abbiamo calcolato la capacità di raggiungere i diversi continenti delle piccole imprese attive su eBay, sebbene questa sia una misurazione non tradizionale della dimensione e dell'estensione dell'export.¹⁸ Ai fini di questa analisi, sono state considerate le vendite ad acquirenti di uno dei sei continenti: Nord America, Sud America, Europa, Asia, Africa e Australia. Quando una piccola impresa attiva su eBay esporta un prodotto a un acquirente in un Paese di un determinato continente, si attribuisce un'esportazione a quel continente. Inoltre, quando si effettua un'esportazione verso un Paese dello stesso continente del venditore, la vendita viene conteggiata come esportazione in quel continente (ad es., una vendita di un venditore eBay con sede in Italia a un acquirente in Francia è un'esportazione verso un mercato di esportazione europeo). Abbiamo classificato come "Venditore globale" una piccola impresa attiva su eBay che in un anno vende in quattro o più continenti. Il 40% delle piccole imprese attive su eBay in Italia ha raggiunto lo status di "Venditore globale".



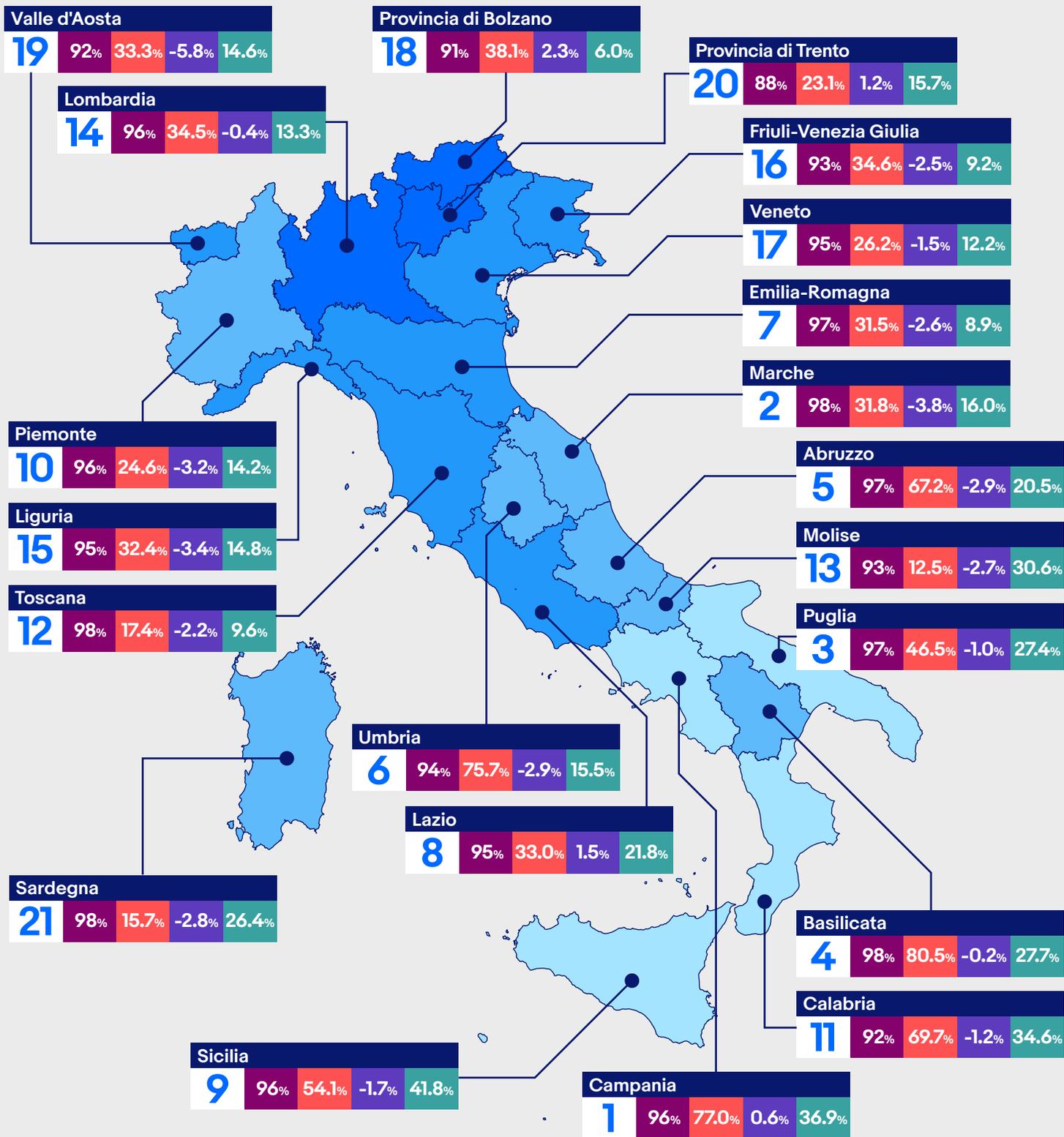
Italia

Economia eBay vs. Economia Tradizionale

PIL pro capite nelle regioni NUTS2



Dati regionali



Parte 2: Il commercio su ebay che contrasta le disparità economiche regionali Italiane

Questa sezione del report mira a dimostrare che per le piccole imprese italiane indipendenti le maggiori opportunità commerciali fornite dalla piattaforma eBay, con particolare riferimento alla capacità di raggiungere i consumatori esteri, stanno generando una crescita economica regionale più inclusiva rispetto all'andamento complessivo dell'economia. Quest'analisi va vista nel contesto generale dei problemi economici dell'Italia, quale Paese afflitto da significative disparità economiche regionali, particolarmente evidenti sul piano dei tassi di povertà, disoccupazione (in particolare di donne e giovani) e bassa produttività. Il tasso di crescita del numero di imprese commerciali per giurisdizione, che fa riferimento a ciascuna delle 21 regioni NUTS2 italiane, è considerato come un indicatore di vitalità e crescita dell'economia locale. I tassi di crescita del numero di imprese più bassi, così come i dati relativi al calo del numero di aziende, sono invece considerati indicatori di stagnazione o di opportunità di crescita stagnanti.

L'Italia affronta importanti sfide economiche e notevoli disparità regionali

Sono stati effettuati vari studi empirici e diverse analisi sulle sfide economiche che l'Italia ha affrontato negli ultimi decenni. Secondo l'OCSE, il reddito delle famiglie è diminuito del 10% tra il 2005 e il 2016, una delle diminuzioni più significative tra i Paesi membri, mentre la ricchezza netta delle famiglie è diminuita del 18% durante gli anni della crisi economica, ovvero tra il 2010 e il 2014.¹⁹ Il protrarsi di una crescita economica debole ha minato gli sforzi per aumentare i livelli di occupazione, ridurre la povertà e migliorare le competenze e la produttività.²⁰

La prolungata stagnazione economica è la causa della disuguaglianza sia tra singoli risparmiatori che tra le diverse regioni italiane. L'analisi dell'OCSE sulla distribuzione del reddito tra le famiglie trova l'Italia nella terzultima posizione, con un reddito medio del primo quintile di quasi sei volte superiore all'ultimo quintile.²¹ Le storiche disparità economiche regionali che affliggono l'Italia sono peggiorate tra il 2000 e il 2016 e ora il Paese supera tutti gli altri membri dell'OCSE in termini di disparità regionale di disoccupazione. È andata un po' meglio ai residenti nelle aree metropolitane più grandi, in quanto, tra il 2010 e il 2016, le città con una popolazione superiore ai 500,000 abitanti hanno registrato un calo del PIL minore rispetto al resto del Paese.²²

Misure regionali di imprenditorialità e il valore della densità digitale di eBay

Studi sull'imprenditorialità nell'economia tradizionale hanno rilevato che il numero di imprenditori è spesso legato alla crescita e alla densità della popolazione.²³ Anche i livelli di imprenditorialità regionale sono fortemente correlati all'indice di sviluppo economico misurato sul PIL pro capite.²⁴ In breve, ci si aspetta che l'espansione economica tradizionale sotto forma di nascita di nuove imprese avvenga nelle regioni più ricche e popolate. Uno degli esempi più eclatanti della concentrazione della nascita di nuove imprese in un numero relativamente piccolo di regioni metropolitane ricche è stato registrato negli Stati Uniti, dove, come rivelato in un report del 2016 dell'Economic Innovation Group, tra il 2010 e il 2014 metà delle nuove imprese statunitensi sono nate in appena 20 ricche contee di soli sette Stati (a fronte di numero totale di contee superiore a 3.000).²⁵

Le piccole imprese attive su eBay, molte delle quali sono microimprese o singoli imprenditori, operano in tutti i Paesi in cui eBay è una delle principali piattaforme di eCommerce, compresa l'Italia. Per comprendere e confrontare meglio i livelli di attività imprenditoriale su eBay tra regioni con livelli e profili di popolazione molto diversi, il Public Policy Lab di eBay ha sviluppato uno strumento di misurazione dell'attività di vendita su eBay in funzione delle differenze di popolazione. Questo indicatore, che abbiamo chiamato "Densità Digitale", riflette il numero di piccole imprese attive su eBay su una base pro-capite. Un livello di densità digitale più elevato rappresenta una maggiore attività delle piccole imprese attive su eBay.

Densità digitale di eBay nelle regioni italiane con condizioni economiche difficili

Le nostre ricerche su base regionale hanno dimostrato che le comunità con il maggior numero di piccole imprese attive su eBay pro capite non si trova necessariamente nelle regioni più popolate o più ricche.²⁶ Tuttavia, l'analisi della Densità Digitale di eBay nelle regioni d'Italia va ben oltre la conferma che i centri economici più ricchi e prosperi non conducono necessariamente al livello più alto di attività di piccole imprese attive sulla piattaforma e, inoltre, rivela che le comunità di piccole imprese che operano nel mondo digitale con maggior successo e con una crescita più rapida si trovano in alcune delle regioni con le condizioni economiche più difficili.

L'attività delle piccole imprese su eBay nelle regioni con i più alti tassi di povertà

Come ricordato in precedenza, l'Italia è afflitta da lungo tempo da gravi disparità economiche a livello regionale. Una dimostrazione di ciò è l'alto tasso di povertà in molte delle 21 regioni NUTS2 italiane. Infatti, i dati Eurostat indicano che 12 delle 21 regioni italiane hanno tassi di povertà superiori al 15% mentre nove regioni registrano tassi superiori al 20%.²⁷ L'attività delle piccole imprese



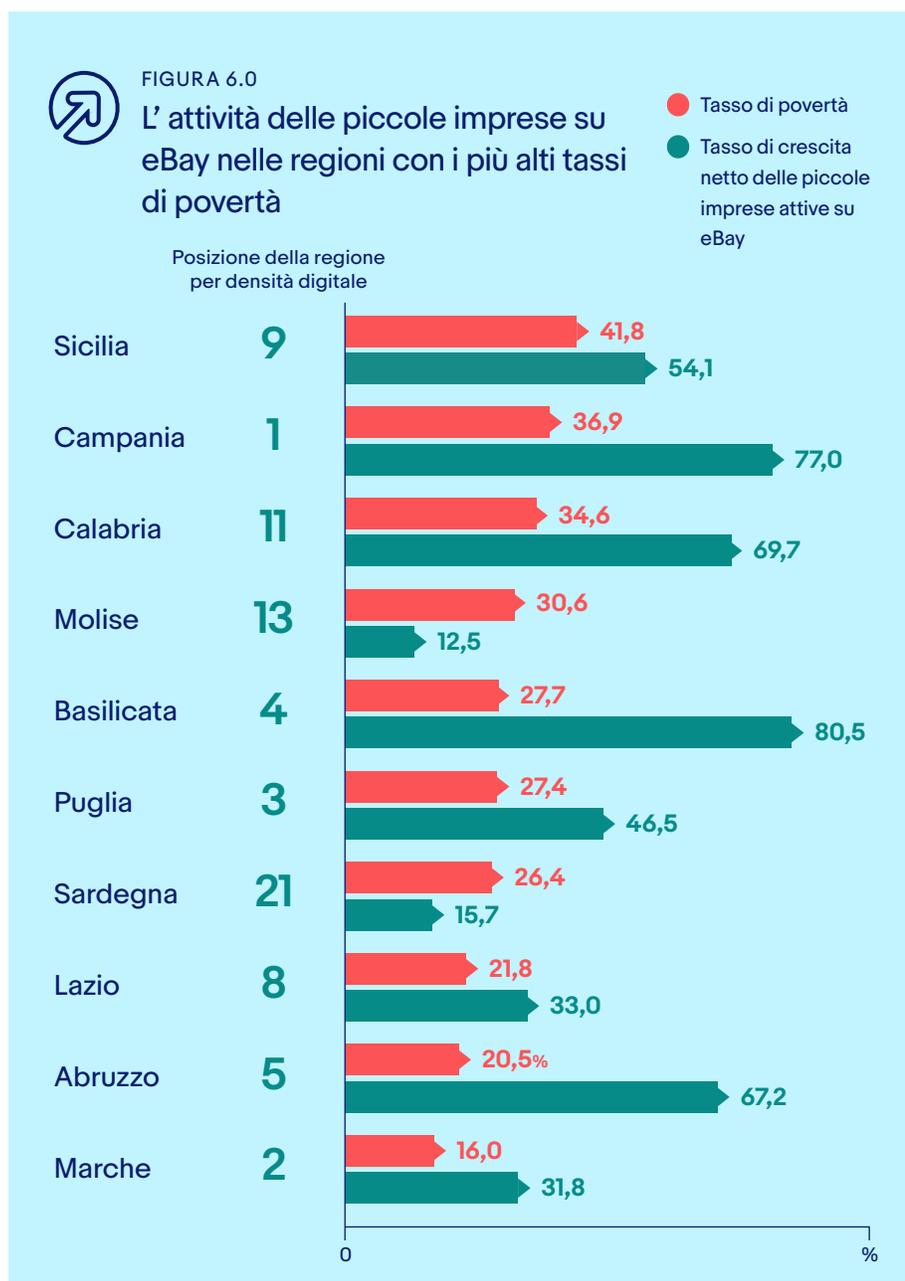
Temesa Casa

—
Marco Vetere
AMANTEA, ITALIA

Temesa Casa nasce dall'idea di due fratelli, Marco e Paolo, nel 2014. Entrambi hanno più di 15 anni di esperienza nelle vendite, principalmente focalizzati nell'arredo bagno. La società ha iniziato la sua attività in una piccola città della Calabria ed esporta in tutto il mondo. I prodotti italiani sono molto richiesti in Europa a grazie ai loro standard elevati e alla buona qualità. A causa della forte domanda da parte dei suoi clienti, Temesa Casa sta ampliando il suo portafoglio di prodotti al fine di includere una piena disponibilità di prodotti per l'arredamento e il "Fai da te". Temesa Casa offre anche un eccellente servizio clienti disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Temesa Casa si propone di fornire un'esperienza italiana unica in termini di arredo bagno e di ottenere la soddisfazione assoluta dei propri clienti. L'azienda è orgogliosa di offrire prodotti realizzati esclusivamente in Italia.

attive su eBay nelle regioni ad alta povertà è straordinariamente florida, un livello di imprenditorialità inclusiva dal basso verso l'alto che colpisce anche se raffrontato alla normale crescita garantita da eBay.

Sette delle regioni presenti nella Top 10 per densità digitale su eBay, incluse le prime cinque, fanno parte delle dieci regioni economicamente più svantaggiate in base al tasso di povertà. Inoltre, le regioni con i tassi di povertà più alti registrano una crescita netta più forte nel numero di piccole imprese attive su eBay, con sei dei tassi più alti di crescita delle imprese dal 2012 al 2016 che sono registrati nelle regioni con i tassi di povertà più alti, comprese cinque delle sei regioni con i tassi di povertà più alti.



Italia: le migliori regioni per densità digitale su eBay

Campania

Posizione nella classifica per densità digitale su eBay

1

Regione dell'Italia meridionale caratterizzata da clima mite, meravigliose coste e ricca di arte, storia e gastronomia. Vanta luoghi come Napoli, Capri e la costiera amalfitana.



Popolazione
5.850.850 (3°)

PIL pro capite
18.300 (18°)

Tasso di povertà
36,9% (2°)

Disoccupazione
20,4% (3°)

Tasso di crescita delle imprese su eBay 2012-2016
77% (2°)

Prime 10 categorie di export della regione

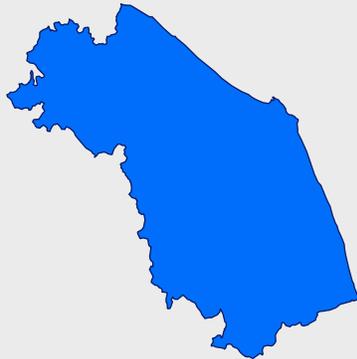
1. Auto - Ricambi
2. Abbigliamento, scarpe e accessori
3. Informatica
4. Gioielli e orologi
5. Telefonia e cellulari
6. Articoli sportivi
7. Casa e giardino
8. Salute e bellezza
9. Elettrodomestici
10. Elettronica - Video

Marche

Posizione nella classifica per densità digitale su eBay

2

Regione del centro Italia sulla costa adriatica, nota per la sua tradizione calzaturiera, che vanta la produzione delle calzature più raffinate e lussuose del Paese.



Popolazione
1.543.752 (13°)

PIL pro capite
26.600 (12°)

Tasso di povertà
16% (10°)

Disoccupazione
10,6% (10°)

Tasso di crescita delle imprese su eBay 2012-2016
31,2% (15°)

Prime 10 categorie di export della regione

1. Abbigliamento, scarpe e accessori
2. Auto - Ricambi
3. Gioielli e orologi
4. Strumenti musicali
5. Salute e bellezza
6. Elettronica - Video
7. Collezionismo
8. Casa e giardino
9. Articoli sportivi
10. Computer e videogiochi

Puglia

Posizione nella classifica per densità digitale su eBay

3

Regione del sud che costituisce il tacco dello "stivale" d'Italia, il suo capoluogo, Bari, è un vivace porto e una città universitaria, mentre Lecce è conosciuta come la "Firenze del Sud" per la sua architettura barocca.



Popolazione
4.077.166 (8°)

PIL pro capite
17.800 (19°)

Tasso di povertà
27,4% (6°)

Disoccupazione
19,4% (4°)

Tasso di crescita delle imprese su eBay 2012-2016
46,5% (7°)

Prime 10 categorie di export della regione

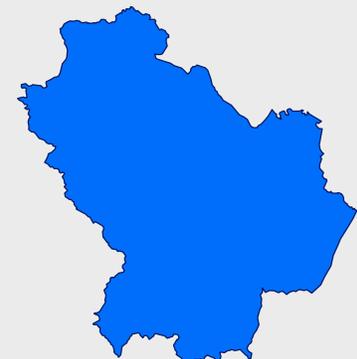
1. Auto - Ricambi
2. Abbigliamento, scarpe e accessori
3. Casa e giardino
4. Elettronica - Video
5. Elettrodomestici
6. Informatica
7. Arredamento casa
8. Elettronica - Audio
9. Articoli sportivi
10. Giocattoli e giochi

Basilicata

Posizione nella classifica per densità digitale su eBay

4

Regione di foreste e montagne nel sud dell'Italia, la Basilicata è una destinazione turistica emergente, grazie in particolare alla città di Matera.



Popolazione
573.694 (17°)

PIL pro capite
26.600 (12°)

Tasso di povertà
27,7% (5°)

Disoccupazione
13,3% (6°)

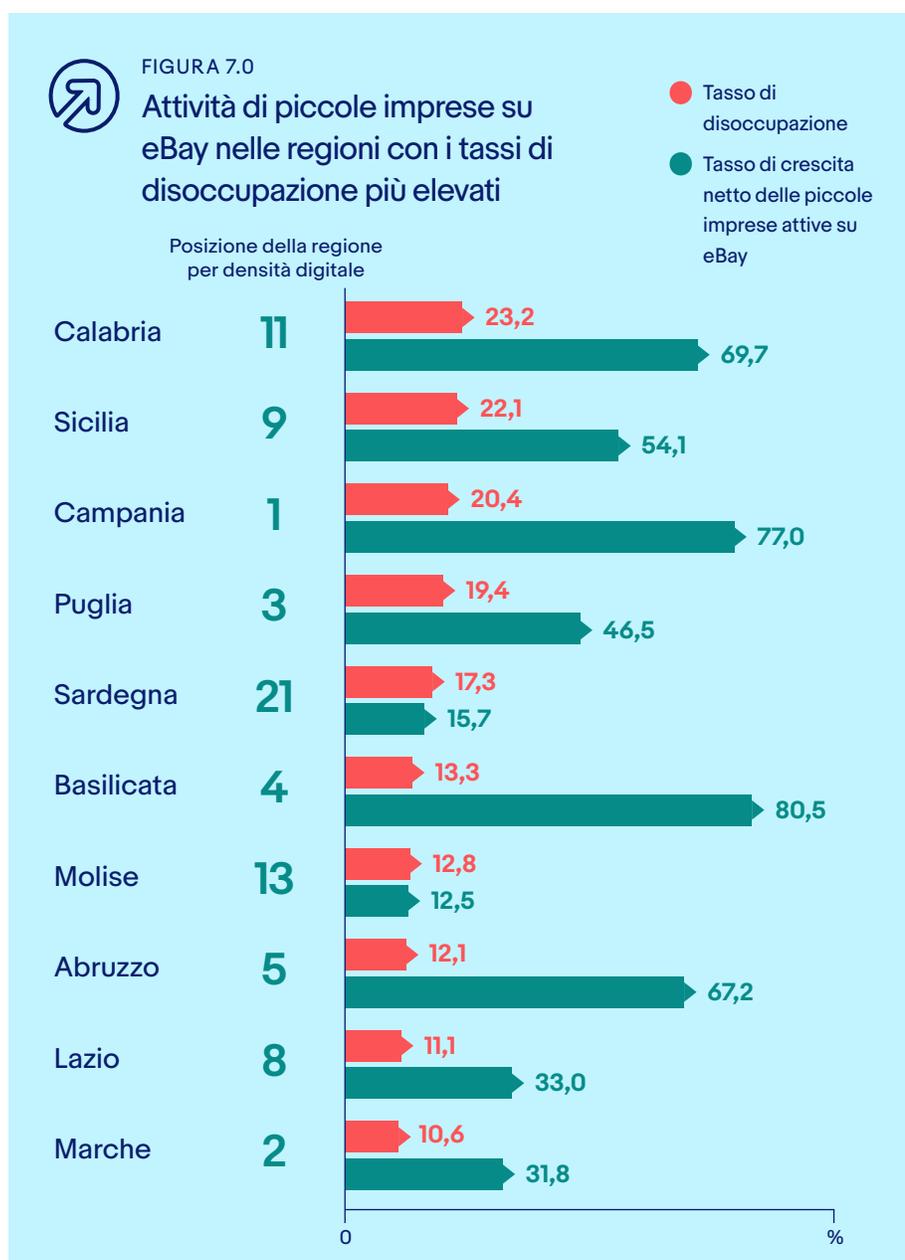
eBay Enterprise Growth Rate (2012-2016)
80,5% (1°)

Prime 10 categorie di export della regione

1. Abbigliamento, scarpe e accessori
2. Ricambi auto
3. Articoli sportivi
4. Elettrodomestici
5. Elettronica - Altro
6. Casa e giardino
7. Elettronica - Video
8. Computer e videogiochi
9. Giocattoli e giochi
10. Informatica

L'attività delle piccole imprese su eBay nelle regioni con i più alti tassi di disoccupazione

L'Italia soffre di grandi disparità regionali in termini di disoccupazione, il più grande problema di disparità tra i Paesi dell'OCSE. Dieci regioni registrano una disoccupazione a due cifre, con tre regioni come Calabria, Sicilia e Campania con valori superiori al 20%.²⁸ Sette delle regioni presenti nella Top 10 per densità digitale su eBay, incluse le prime cinque, fanno parte delle dieci regioni col più alto tasso di disoccupazione. Inoltre, diverse regioni con i più alti tassi di disoccupazione godono di alcuni dei più forti tassi di crescita netta del numero di piccole imprese attive su eBay, con sei dei più alti tassi di crescita di imprese nette dal 2012 al 2016 che si registrano nelle regioni con i più alti livelli di disoccupazione. Tra il 2012 e il 2016 in Calabria, Sicilia e Campania, regioni in cui la disoccupazione supera il 20%, è stato registrato un aumento superiore al 50% del numero di piccole imprese attive su eBay.



Confronto dei tassi di crescita netti delle imprese

Una crescita molto bassa del numero netto di imprese in Italia non costituirebbe di per sé una sorpresa, considerata la debolezza dell'economia italiana nel suo complesso. Tuttavia, la riduzione a livello nazionale del -1,3% di imprese totali dal 2012 al 2016 è sorprendente.²⁹ In confronto, il tasso di crescita del numero netto di piccole imprese attive su eBay è stato del 40%.

A livello regionale, solo quattro regioni in Italia hanno mostrato una crescita nel numero di imprese. Le performance migliori nell'economia tradizionale si sono registrate nella Provincia di Bolzano, nel Lazio, nella Provincia di Trento e in Campania. Il tasso di crescita netta delle imprese del 2,3% in provincia di Bolzano è stato l'unico tasso regionale superiore al 2%. Su eBay, in confronto, ogni regione ha registrato una crescita a due cifre del numero netto di piccole imprese attive su eBay dal 2012 al 2016. Sette regioni hanno registrato una crescita netta delle imprese superiore al 40%, con la Basilicata in testa con un aumento dell'80% nel numero di venditori commerciali eBay, attestandosi al quarto posto per livello di densità digitale tra le regioni italiane.

La Figura 8.0 mostra il livello di riduzione delle imprese nette nelle dieci regioni italiane con il calo più consistente nel numero netto di imprese commerciali, insieme ai rispettivi aumenti su eBay in ciascuna regione.

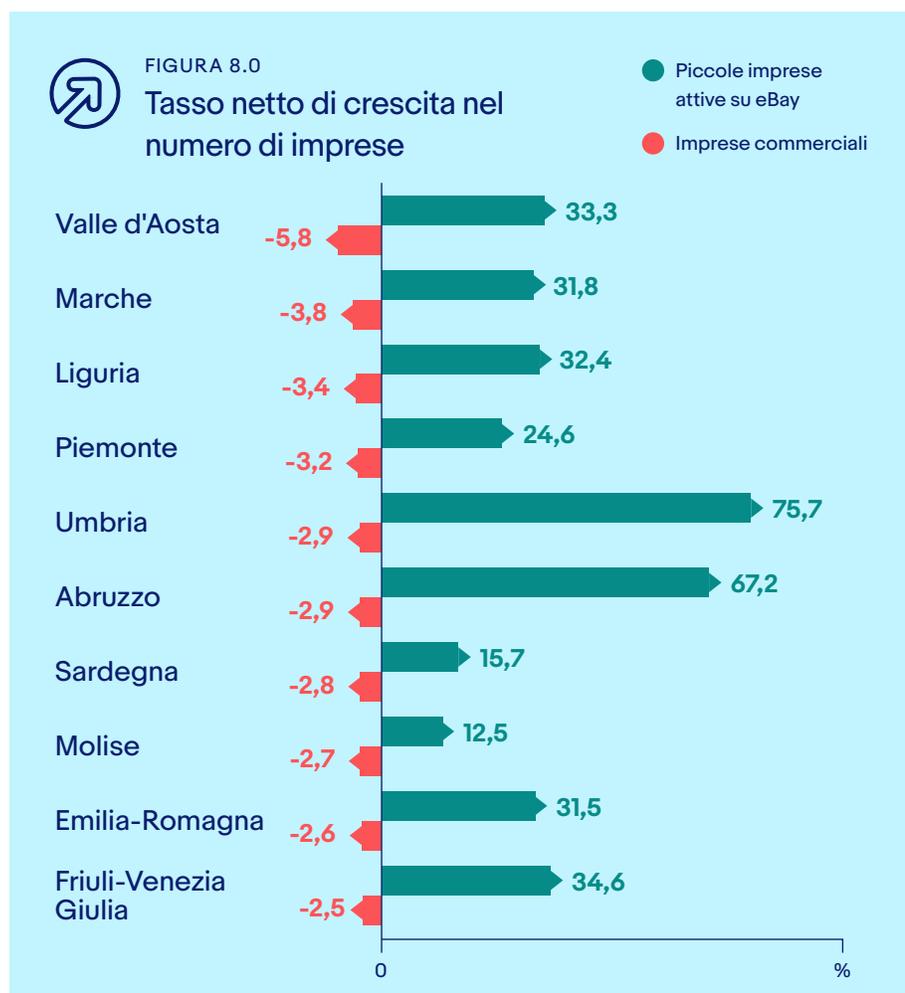


Youdreamitaly

Maria Gabriella Russo

NAPOLI, ITALIA

Prima di avere figli, la comproprietaria di YouDreamItaly.com, Maria Gabriella Russo, ha trascorso la sua carriera nel reparto esportazioni e logistica di un'azienda globale di caseifici. Nati i bambini, ha preso una pausa dal lavoro per un breve periodo prima che lei e suo marito Vincenzo decidessero di iniziare la propria avventura. Combinando il background IT di Vincenzo con l'esperienza di esportazione di Maria, i due si sono assunti il rischio di avviare la propria attività di e-commerce, e dal 2011 hanno riscontrato un grande successo. Attraverso YouDreamItaly.com e eBay, Maria e Vincenzo vendono i migliori prodotti alimentari italiani (Campania - Sud Italia). Grazie all'online, la coppia è in grado di condividere un assaggio dell'Italia con il mondo, pur mantenendo la flessibilità per trascorrere molto tempo con la famiglia. Negli ultimi anni, gli affari sono stati un tale successo che Maria e Vincenzo stanno cercando ulteriori spazi di magazzino per il loro inventario in continua crescita.



Conclusione

È ampiamente riconosciuto che Internet e le piattaforme tecnologiche abbiano cambiato radicalmente le economie a livello globale nonché le opportunità disponibili per le persone, praticamente ovunque esse si trovino. Il mondo sembra più piccolo e l'economia globale appare più vicina a ogni comunità. Per alcune persone questi sono cambiamenti positivi, mentre altre vedono tendenze e sfide inquietanti. Preoccupa il fatto che la tecnologia e i servizi Internet promuovano la concentrazione economica, assegnando alle comunità già più prospere la maggior parte della ricchezza e una significativa crescita economica, mentre la crescita per chi non è abbastanza fortunato da vivere in aree prospere è lenta o inesistente. Ciò alimenta la preoccupazione che i ricchi diventino più ricchi e i poveri più poveri e che la tecnologia e il commercio globale stiano contribuendo a questo fenomeno favorendo un numero sempre più ridotto di centri di crescita globale.

Questo report ha esaminato l'impatto delle piccole imprese e degli imprenditori che utilizzano la piattaforma commerciale di eBay in Italia per vendere a consumatori in tutto il Paese e in tutto il mondo. La capacità di servire i consumatori che non si trovano nel mercato locale è un beneficio fondamentale del commercio online, vantaggioso soprattutto per le piccole imprese. I dati sull'esportazione da parte dei venditori commerciali di eBay in Italia sono sorprendenti e coerenti con le prestazioni dei venditori commerciali di eBay a livello globale. In breve, il 96% delle piccole imprese attive su eBay con sede in Italia esportano in media verso 19 mercati all'anno. E questi numeri impressionanti delle esportazioni, con cui i tassi di esportazione dell'economia tradizionale non reggono il confronto, sono ottenuti da piccole imprese situate in comunità di tutta l'Italia, abbiano esse sede nei centri metropolitani del Paese o in regioni più rurali e tradizionalmente agricole.

La seconda parte del report indaga più in dettaglio la performance particolarmente forte delle piccole imprese attive su eBay in molte delle regioni italiane con maggiori difficoltà economiche. L'Italia è un Paese che ha sofferto di una diffusa stagnazione economica e di significative disuguaglianze regionali. Varie regioni italiane con i più alti tassi di povertà e disoccupazione, in cui l'economia tradizionale è in difficoltà davanti a sfide complesse e di lungo periodo, vantano tuttavia alcune delle comunità di piccole imprese attive su eBay con la maggior crescita e solidità. Tre fra le più importanti sono la Sicilia, la Calabria e la Campania. La Campania, con il secondo tasso di povertà più alto e il terzo tasso di disoccupazione più alto, è la prima regione in Italia per densità digitale di eBay ed è la più solida comunità di piccole imprese attive su eBay. Infine, mentre la crescita netta delle imprese nell'economia nel suo complesso è stata nulla o negativa in tutta Italia, la crescita netta nel numero di piccole imprese attive su eBay è stata molto forte.

La piattaforma di commercio globale di eBay sta riducendo in modo definitivo le barriere che tradizionalmente hanno limitato la maggior parte delle micro e piccole imprese, anche in Italia, al loro mercato locale. La domanda dei consumatori e le opportunità commerciali in tutto il Paese, in Europa più in generale e a livello globale

sono ora disponibili per le piccole imprese nelle comunità di tutta Italia. Mentre questa è una grande opportunità di crescita per le piccole imprese indipendenti in tutta Italia, la possibilità di accedere ai clienti al di fuori del mercato locale si sta rivelando particolarmente preziosa per le comunità isolate e meno privilegiate. Le politiche fiscali, regolatorie e di sviluppo economico del governo volte a consentire uno sviluppo economico locale significativo nelle regioni meno privilegiate e più isolate dovrebbero prestare particolare attenzione alle sfide che devono affrontare le piccole imprese indipendenti che si fondano sull'uso delle tecnologie.

Appendice

Classifica della densità digitale su eBay

1. Campania
2. Marche
3. Puglia
4. Basilicata
5. Abruzzo
6. Umbria
7. Emilia-Romagna
8. Lazio
9. Sicilia
10. Piemonte
11. Calabria
12. Toscana
13. Molise
14. Lombardia
15. Liguria
16. Friuli-Venezia Giulia
17. Veneto
18. Provincia di Bolzano
19. Valle d'Aosta
20. Provincia di Trento
21. Sardegna

Risorse

- ¹ Anche se non esiste un solo standard, si considerano piccole imprese le aziende con meno di 500 dipendenti, benché non sia raro lo standard relativo a 250 dipendenti. Viene anche comunemente utilizzata la sottocategoria delle microimprese che comprende le aziende con meno di 10 dipendenti, anche in questo caso il range di riferimento può variare ma solitamente si attesta sotto i 20 dipendenti.
- ² Fra gli esempi di letteratura economica troviamo: Disdier, Anne-Celia and Keith Head (2008) "The Puzzling Persistence of the Distance Effect on Bilateral Trade." *Review of Economics and Statistics* 90(1), 37-48; Chaney, Thomas (2011) "The Gravity Equation in International Trade: An Explanation." *Journal of Political Economy*, The University of Chicago; Allen, Treb (2011) "Information Frictions in Trade" Job-Market paper, Yale University.
- ³ Olarreaga, Marcelo e Sidley Austin LLP (2012) "Enabling Traders to Enter and Grow on the Global Stage." [Vedi pagina 12] Disponibile all'indirizzo: http://www.ebaymainstreet.com/sites/default/files/eBay_Enabling-Traders-to-Enter-and-Grow-on-the-Global-Stage.pdf
- ⁴ Lendle, A., M. Olarreaga, S. Schropp e P.L. Vezina (2012) "There Goes Gravity: How eBay Reduces Trade Costs." World Bank Policy Research Working Paper No. 6253. Disponibile all'indirizzo: <http://documents.worldbank.org/curated/en/260421468147866905/There-goes-gravity-how-eBay-reduces-trade-costs>
- ⁵ Gomez-Herrera, E., B. Martens e G. Turlea (2013) "The Drivers and Impediments for Cross-Border E-Commerce in the EU." European Commission Joint Research Center Technical Reports: Digital Economy Working Paper 2012/2. Disponibile all'indirizzo: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC78588/1fna25778enn.pdf>
- Nota: "I risultati indicano che l'importanza della distanza geografica è fortemente ridotta nel commercio online, rispetto al commercio offline, a causa della drastica riduzione dei costi di informazione dell'economia digitale che consente ai consumatori di esplorare un territorio molto più ampio per soddisfare i loro desideri e inserire i loro ordini di acquisto" [Pagina 21]
- ⁶ eBay (2013) "Commerce 3.0 For Development." Disponibile all'indirizzo: https://www.ebaymainstreet.com/sites/default/files/eBay_Commerce-3-for-Development.pdf
- ⁷ eBay (2017) "Bridging Distance to Opportunity: An eBay Report on How the Online Commerce Platform Enables Inclusive Economic Opportunities in France." [Vedi Pagina 5, Figura 1.] Disponibile all'indirizzo: <https://www.ebaymainstreet.com/policy-papers/bridging-distance-opportunity-french-small-businesses>
- ⁸ Documento di lavoro dei servizi della Commissione europea, SWD (2015) 100 final, che accompagna la comunicazione sulla strategia DSM 2015. Fa riferimento a un imminente report sul quadro di valutazione delle condizioni dei consumatori che contiene dati di Flash Eurobarometer 396.
- ⁹ Fonte per il numero totale di imprese italiane che esportano in tutti i Paesi del mondo compresa l'UE (tutte le attività NACE) (2016): Eurostat: "Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class" (code: ext_tec01), disponibile all'indirizzo http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ext_tec01&lang=en
- Fonte per il numero totale di imprese italiane (economia aziendale ad eccezione delle attività di holding) (2016): Eurostat: "Business demography by legal form (from 2004 onwards, NACE Rev. 2)" (code: bd_9ac_l_form_r2), disponibile all'indirizzo http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=bd_9ac_l_form_r2&lang=en
- Quota = (numero totale di imprese italiane che esportano) / (numero totale di imprese italiane)
- ¹⁰ I dati di eBay indicano la quota delle piccole imprese attive su eBay nel 2016 (quelle con 10,000 USD o più in vendite su eBay), con sede in Italia, che hanno effettuato esportazioni durante quell'anno.
- ¹¹ Si veda, ad esempio, Roberts, Mark J. e James R. Tybout. "Directions in Development: What Makes Exports Boom?" (Washington, D.C.: The World Bank, 1997a); Bernard, Andrew e Joachim Wagner. "Export entry and exit by German firms." *Review of World Economics* (Weltwirtschaftliches Archiv), 137 (2001), 105-123.; Bernard, Andrew e J. Bradford Jensen. "Entry, Expansion, and Intensity in the U.S. Export Boom, 1987-1992." *Review of International Economics*, 12 (2004b), 662-675.
- ¹² I dati di eBay indicano il numero medio di mercati esteri raggiunti dalle piccole imprese attive su eBay in ogni luogo nel 2016 (quelle con 10.000 USD o più di vendite su eBay) e che hanno effettuato esportazioni durante quell'anno.
- ¹³ Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.
- ¹⁴ Bellas, D., J.C. Bricongne, L. Fontagné, G. Gaulier e V. Vicard (2010) "Une analyse de la dynamique des exportations des sociétés françaises de 2000 à 2009." Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE). Disponibile all'indirizzo: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/1377169/ES438P.pdf>
- ¹⁵ I dati di eBay indicano i primi 5 Paesi destinatari di esportazioni (in base alle vendite) da parte di piccole imprese attive su eBay nel 2016 (quelle con 10,000 USD o più in vendite su eBay), con sede in Italia, che hanno effettuato esportazioni durante quell'anno.
- ¹⁶ Commercio OCSE in base ai dati sulle caratteristiche delle imprese, 2016, per l'Italia, disponibile all'indirizzo https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TEC4_REV4
- ¹⁷ I dati di eBay indicano la quota di esportazione delle piccole imprese attive su eBay nel 2016 (quelle con 10.000 USD o più di vendite su eBay) in ogni luogo, che hanno esportato in 10 o più mercati esteri durante quell'anno.
- ¹⁸ I dati di eBay indicano la quota di esportazione delle piccole imprese attive su eBay nel 2016 (quelle con 10.000 USD o più di vendite su eBay), con sede in Italia, che hanno esportato in quattro o più continenti durante quell'anno.
- ¹⁹ OECD (2017) "How's Life in Italy?" Disponibile all'indirizzo: <http://www.oecd.org/italy/Better-Life-Initiative-country-note-Italy.pdf>
- ²⁰ OECD (2017) "OECD Economic Surveys: Italy." Disponibile all'indirizzo: <http://www.oecd.org/eco/surveys/italy-2017-OECD-economic-survey-overview.pdf>
- ²¹ OECD (2017) "How's Life in Italy?" Disponibile all'indirizzo: <http://www.oecd.org/italy/Better-Life-Initiative-country-note-Italy.pdf>
- ²² OCSE (2018) "Regions and Cities at a Glance 2018 - Italy." Disponibile all'indirizzo: <https://www.oecd.org/cfe/ITALY-Regions-and-Cities-2018.pdf>

²³ Si veda: Bosma, Niels e Veronique Schutjens (2011) "Understanding Regional Variation in Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Attitude in Europe." The Annals of Regional Science 47(3):711-742; European Commission (2013) "The Regional Entrepreneurship and Development Index (REDI) – Measuring Regional Entrepreneurship." Disponibile all'indirizzo: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/regional_entrepreneurship_development_index.pdf

²⁴ Commissione Europea (2013).

²⁵ Economic Innovation Group (2017) "The 2017 Distressed Communities Index." Disponibile all'indirizzo: <https://eig.org/wp-content/uploads/2017/09/2017-Distressed-Communities-Index.pdf>

²⁶ Si veda la nostra iniziativa "Inside the eBay Economy", che individua i punti con maggior concentrazione di venditori in Regno Unito, Germania, Italia, Francia e Spagna: <http://inside-ebay.eu/inside-ebay#seller-hotspots>. Sono le regioni con il più alto numero di aziende eBay per 10.000 abitanti.

²⁷ Eurostat, At-risk-of-poverty rate by NUTS2 regions (tgs00103).

²⁸ Eurostat, Unemployment rate by NUTS2 regions (tgs00010)

²⁹ Eurostat. Demografia aziendale per classe di dimensione e regioni NUTS 3 [bd_size_r3] / Popolazione di imprese attive nel t - numero / Industria, costruzione e servizi eccetto le attività di assicurazione delle holding.

ebay