**Beghelli spinge sull’ecommerce**

*Il canale online vale oggi 33.2 miliardi di euro in Italia, con un enorme potenziale di crescita*

*Bologna, 16 febbraio 2023.* Il commercio online di prodotto sta assumendo sempre più importanza in Italia ed è passato dai 12,2 miliardi di euro del 2017 ai 33,2 miliardi di euro del 2022, stando ai dati dell’Osservatorio ecommerce B2C degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. Nel solo 2022, l’ecommerce di prodotto è aumentato di 2,3 miliardi, con una crescita dell’8% sul 2021. Ma il mercato ha ancora un forte potenziale se si considera che nel Regno Unito, in Germania e in Francia, mercati simili a quello italiano, nel 2022 l’ecommerce valeva rispettivamente 143, 83 e 68 miliardi di euro. Secondo l’Osservatorio del Politecnico di Milano, al giorno d’oggi il 60% dei cittadini europei acquista online.

In questo contesto, il Gruppo Beghelli ha deciso di dare un forte impulso al proprio ecommerce. Già nel 2022 il numero di pezzi venduti tramite lo store online dell’azienda è cresciuto del 20% rispetto al 2021, mentre il fatturato totale online - dato dalle vendite tramite sito Beghelli e Amazon - ha visto un incremento del 31% su base annua. Lo scorso anno i prodotti più venduti sono stati i dispositivi della linea Salvalavita, seguiti dai prodotti della linea SanificaAria, in lieve discesa dopo il boom del 2021.

Per il 2023 l’azienda punterà sulla crescita delle vendite online di lampadine, dispositivi per l’automazione e la sicurezza domestica e prodotti della gamma Salvalavita, sull’ottimizzazione della customer experience sullo store online di Beghelli, su prodotti dedicati in esclusiva per il canale e su attività commerciali e di marketing. L’ecommerce sarà rivolto al mercato B2C, con un focus sui prodotti pensati per la sicurezza delle persone e per le loro abitazioni. Per portare avanti questo progetto, l’azienda ha deciso di rafforzare la propria struttura, iniziando con l’assunzione di un manager con importanti esperienze nello sviluppo del commercio online.

“*L’ecommerce in Italia ha avuto un enorme impulso nel 2020 a causa della pandemia e ormai è una realtà consolidata, così come succede in altri paesi del mondo,”* commenta Luca Beghelli, direttore marketing del Gruppo Beghelli. *“Ormai tutti i trend del settore ci dicono che la strategia di vendita migliore è sicuramente quella multicanale ed è questa la direzione in cui vogliamo andare, per raggiungere nuove opportunità di mercato, senza per questo rinunciare ai canali tradizionali, che continuano a ricoprire una importanza strategica”*.

**Il Gruppo Beghelli**

Fondato nel 1982 da Gian Pietro Beghelli, il Gruppo Beghelli progetta, produce e distribuisce apparecchi per illuminazione tecnico professionale, è leader nel settore dell’illuminazione di emergenza e realizza inoltre sistemi per la domotica e la sicurezza industriale e domestica. Una precisa strategia, basata sull’innovazione tecnologica e il design dei prodotti, sul capillare presidio del mercato, sulla collaborazione con la distribuzione, sui costanti investimenti in capacità produttiva, marketing e comunicazione, ha portato il Gruppo a consolidare la propria posizione con un fatturato di 148 milioni di Euro nel 2021. Quotato alla Borsa di Milano dal 1998, il Gruppo conta oggi circa 1.100 dipendenti e comprende, oltre a Beghelli S.p.A., realtà industriali operanti nel campo della ricerca, della produzione, dei servizi e della commercializzazione in Europa, Cina, Stati Uniti e Messico.

[**www.beghelli.it**](http://www.beghelli.it)

Ufficio stampa

Homina Comunicazione

e Relazioni pubbliche

Andrea Venturini

[andrea.venturini@homina.it](mailto:andrea.venturini@homina.it)

Mob. 331 6255685