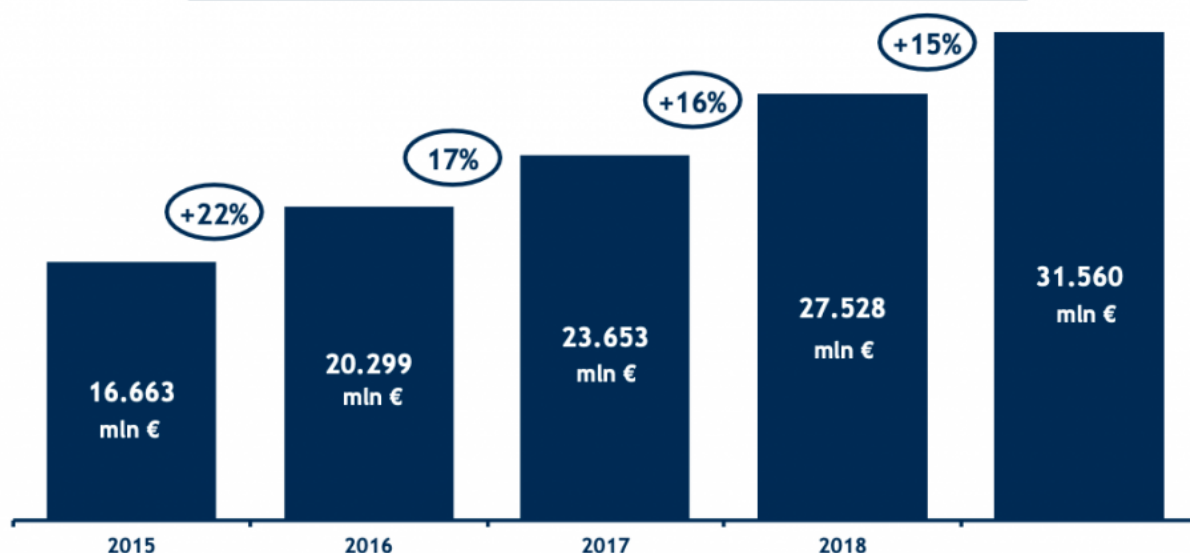


Nel 2019 gli acquisti online degli italiani continuano a crescere (+15% rispetto allo scorso anno) e superano i 31,5 miliardi di euro. I prodotti, grazie a una crescita del +21% sono pari a 18,2 miliardi, mentre i servizi raggiungono online i 13,3 miliardi di euro (+7%). Fondamentale il ruolo dello smartphone: quasi il 40% del totale eCommerce viene generato su questo canale.

La domanda eCommerce B2c

OSSERVATORI.NET
digital innovation

Valore degli acquisti eCommerce da consumatori italiani



L'eCommerce B2c in Italia: le prime evidenze per il 2019

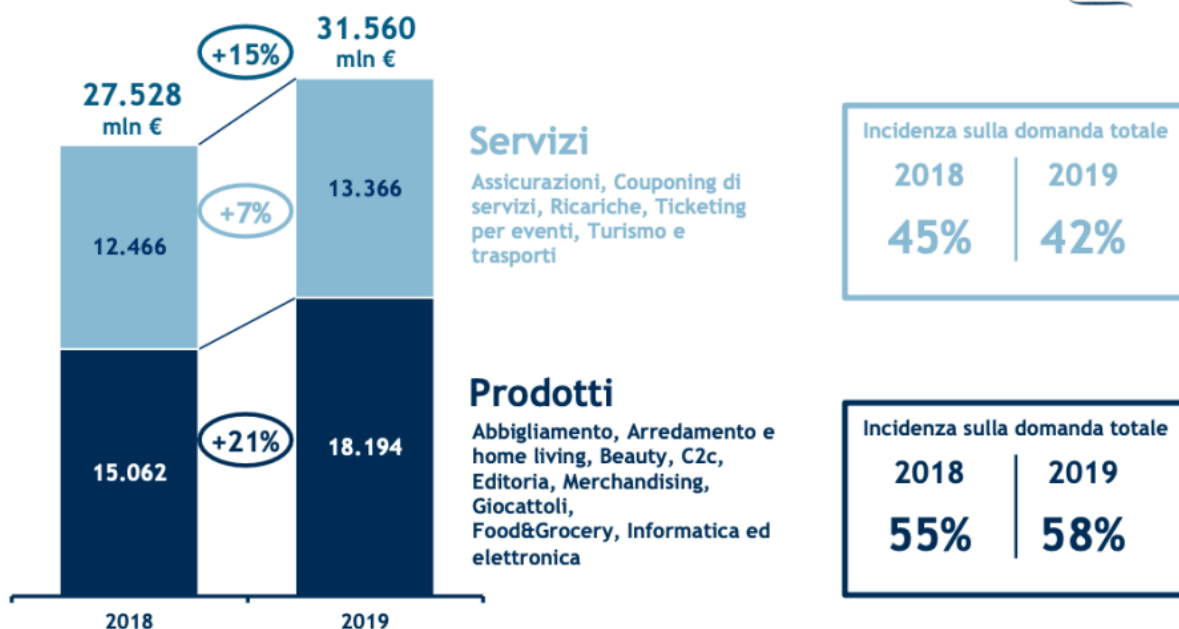
29.05.19



#NetcommForum

Questi alcuni dei dati aggiornati sul mercato eCommerce in Italia, secondo l'ultima indagine dell'Osservatorio eCommerce B2C-Consortio Netcomm/School of Management del Politecnico di Milano, presentati durante la giornata di apertura della quattordicesima edizione di Netcomm Forum, che si svolge a MiCo (Milano), dal 29 al 30 maggio.

La domanda eCommerce B2c tra prodotti e servizi



L'eCommerce B2c in Italia: le prime evidenze per il 2019

29.05.19



#NetcommForum

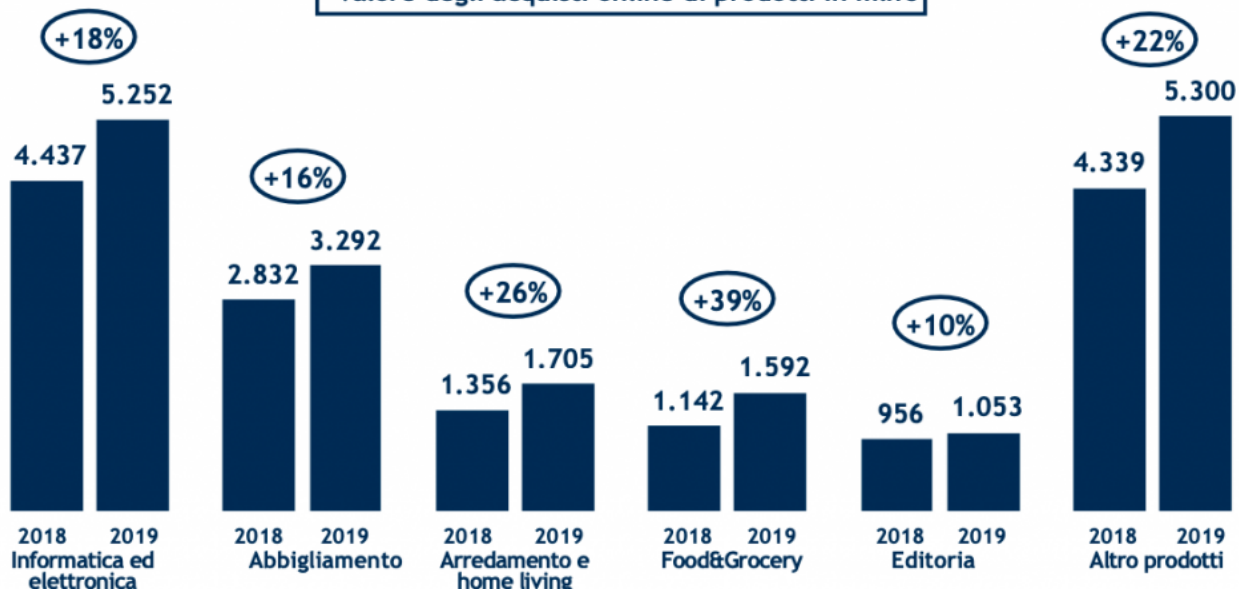
In particolare, il comparto di Informatica ed elettronica si conferma uno dei più performanti, grazie a una crescita del +18% e un valore complessivo di oltre 5 miliardi di euro. Bene anche l'Abbigliamento (+16%, 3,3 miliardi €). Tra i settori emergenti fanno registrare una decisa crescita Arredamento & Home Living (+26%, 1,7 miliardi di €), Food & Grocery (+39%, quasi 1,6 miliardi di €). Nei servizi, il comparto principale rimane Turismo & Trasporti (+8%, 10,8 miliardi di €).

La penetrazione dell'online sugli acquisti retail supera nel 2019 il 7% (6% per i prodotti, 11% per i servizi) e si avvicina lentamente ai tassi a doppia cifra fatti registrare dai principali paesi europei (come Regno Unito, Francia e Germania).

La domanda eCommerce B2c per comparto merceologico

SSERVATORI.NET
digital innovation

Valore degli acquisti online di prodotti in mln€



L'eCommerce B2c in Italia: le prime evidenze per il 2019

29.05.19

#NetcommForum



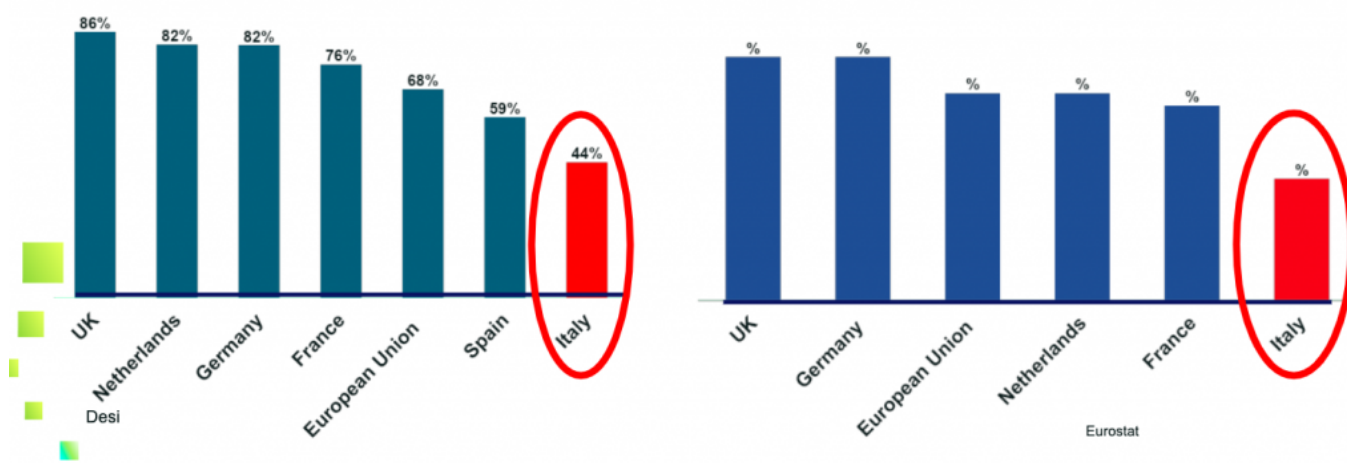
Roberto Liscia, Presidente di Netcomm

“Continua in modo lineare la crescita del mercato eCommerce B2c in Italia, ma una riflessione va fatta in una prospettiva internazionale” commenta **Roberto Liscia**, Presidente di Netcomm. “Secondo recenti stime, rispetto agli altri Paesi europei, l'Italia detiene la quota di popolazione che compra online più bassa in assoluto: **solo il 44% degli italiani acquista online, contro il 68% della popolazione europea**. Non solo, l'Italia si aggiudica l'ultimo posto anche in termini di competitività nel settore dell'eCommerce. Questo ritardo si può spiegare nella correlazione diretta tra le competenze digitali di un Paese e la competitività delle aziende.

Nel 2018 è ancora bassa la digitalizzazione del paese

Quota popolazione italiana che acquista online

Quota imprese italiane che vendono online



netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

ConsorzioNetcomm

@ConsNetcomm

Solo il 10% delle imprese italiane, infatti, vende online proprio per la scarsa capacità di applicare le tecnologie disponibili per espandere il proprio business. Gli e-shopper, che hanno esigenze sempre più puntuali e personalizzate, comprano all'estero proprio perché in Italia non trovano un'offerta che risponda in modo efficiente alla propria domanda".



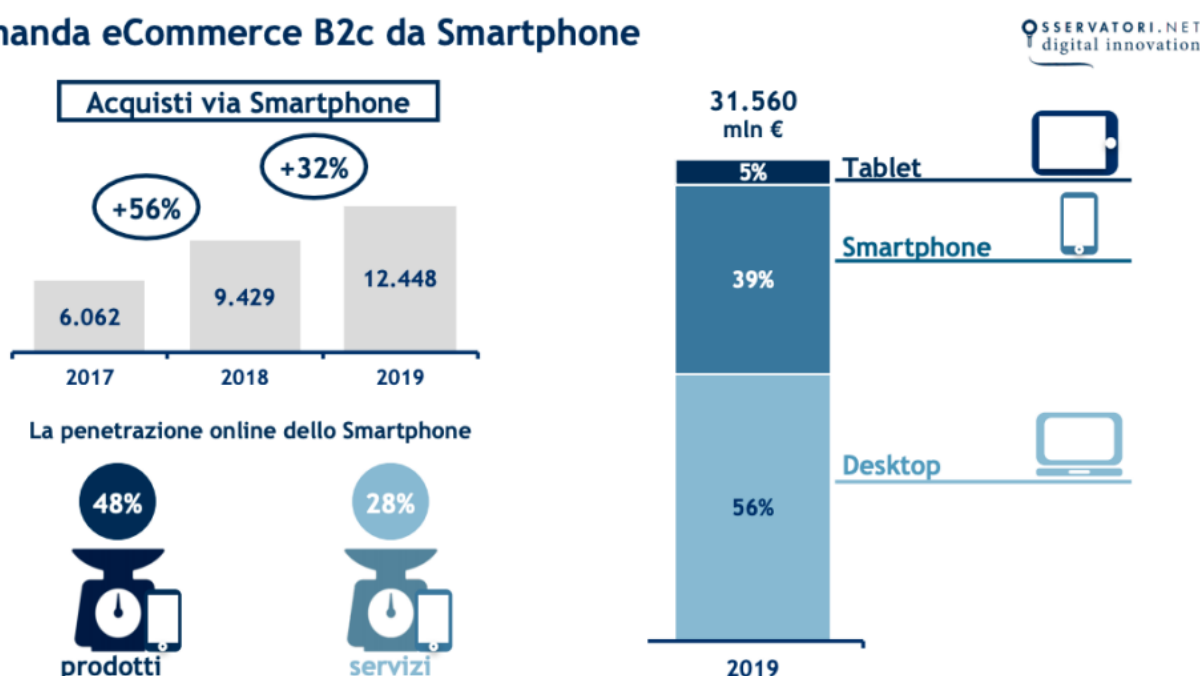
Alessandro Perego, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation - School of Management del Politecnico di Milano

*“L'eCommerce B2c in Italia è sempre più rilevante: pur rappresentando ancora **“solo” il 7% degli acquisti complessivi** spiega infatti oltre il 60% della crescita del Retail”* afferma **Alessandro Perego**, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation - School of Management del Politecnico di Milano. **“L'eCommerce è inoltre sempre più percepito come complementare al canale fisico con gli operatori tradizionali che abilitano modelli omni-canale e le cosiddette Dot Com che cercano di stabilire con i clienti un canale di contatto fisico. L'eCommerce gioca poi un ruolo decisivo nel promuovere nuovi modelli di relazione con i consumatori che, pur partendo dall'online, costituiscono un fattore di innovazione che si propaga a tutto il Retail”.**

Come acquistano oggi gli eShopper italiani? Due trend emergenti tra i consumatori

Lo smartphone diventa anche fondamentale della fase di decisione dell'acquisto online. L'analisi di Netcomm in collaborazione con Diennea rivela infatti che **E-mail, sms e notifiche via app rappresentano lo strumento più efficace per raggiungere il cliente** e fargli fare il primo passo nel processo d'acquisto: **il 22% degli acquisti online sono diretta conseguenza di questo strumento di marketing.** Il punto vendita fisico mantiene la sua efficacia: **la visita in negozio è decisiva per il 18,4% degli acquisti.**

La domanda eCommerce B2c da Smartphone



collaborazione con Kantar, emerge inoltre una **crescita della fiducia verso i siti di ecommerce**. Gli Italiani sono sempre più disponibili a salvare online i propri dati di pagamento per non doverli reinserire in acquisti futuri: il 57% del campione effettua questa scelta se ritiene che il sito di e-commerce sia affidabile.

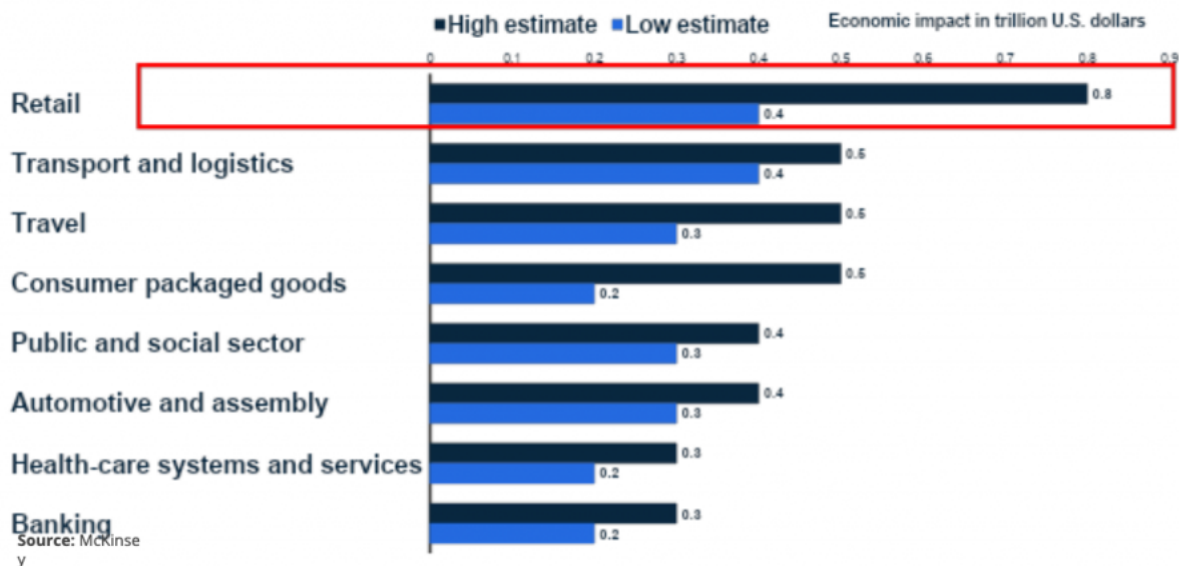
L'impatto dell'intelligenza artificiale sul retail

"Il 2019 è l'anno decisivo per le imprese che intendono investire in tecnologie, consentendo così al sistema italiano di svolgere un ruolo decisivo nella trasformazione digitale in atto, anche a livello internazionale. La svolta è imprescindibile e gli investimenti in formazione per accrescere le competenze digitali nel nostro Paese saranno fondamentali. È sempre più urgente, infine, avviare un piano concreto di definizione e creazione di distretti digitali, affinché l'Italia possa incrementare il suo livello di competitività e di crescita dell'export nell'eCommerce" conclude Roberto Liscia, Presidente di Netcomm.

Il retail è una delle industrie in cui l'impatto dell'applicazione dell'intelligenza artificiale potrà essere più interessante e immediato, proprio perché in grado di avvicinare anche gli utenti finali, nelle loro abitudini quotidiane, alle nuove frontiere dell'innovazione. Non a caso, nel mondo del retail sono già state adottate soluzioni di AI per migliorare la relazione con i clienti, come lo sviluppo appena iniziato dell'uso dei chatbot. I processi di automazione legati alla filiera logistica, ma anche al machine learning e alle analisi predittive sono elementi decisivi per la creazione e il rafforzamento di una relazione sempre più personalizzata tra i brand e i clienti. In un contesto economico nazionale e internazionale, dove il fattore determinante nell'arena competitiva delle aziende è la capacità di garantire un'offerta sempre più personalizzata, le innovazioni che porterà l'AI potranno migliorare la comprensione delle aspettative dei clienti, facilitando la personalizzazione e la product recommendation, rendendo più efficienti i servizi pre e post sale e ottimizzando la supply-chain.

Il Retail è il settore che maggiormente sarà impattato dall'AI

Global potential aggregate economic impact of artificial intelligence in the future



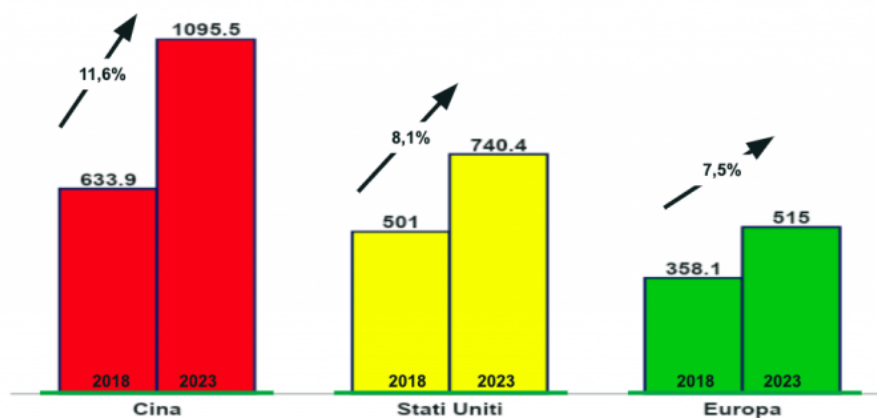
La Cina pioniere dei principali trend economici mondiali

Tra le più importanti novità dell'edizione di Netcomm Forum di quest'anno, la realizzazione di Netcomm China, un'area destinata ai business partner per il mercato cinese con un programma workshop dedicato presso l'Open Theater previsto all'interno dell'area stessa. La Cina è, infatti, il Paese che sta anticipando più di tutti i trend economici che si svilupperanno nei prossimi anni. Il Paese del Dragone registra i più alti volumi di crescita nell'eCommerce: basti pensare che passerà da 636 miliardi di euro di vendite online nel 2018 a oltre mille miliardi nel 2023, con una crescita del valore delle vendite online dell'11,3% anno su anno. Mentre negli Stati Uniti, le vendite online cresceranno del 7,5% anno su anno, passando da 505 miliardi di dollari nel 2018 a 735 miliardi nel 2023. In Europa, invece, questa percentuale crescerà di circa il 7%, passando da circa 347 miliardi di euro nel 2018 a quasi 484 miliardi di euro nel 2023.

Cina ha i più alti volumi e la più elevata crescita

Crescita comparata dell'e-commerce dei prodotti

Miliardi di \$



Fonte: Statista, 2019