

Numeri in crescita per il Netcomm Forum 2018 che chiude con 15.000 presenze, + 27% rispetto al 2017

Al centro della due giorni del Netcomm Forum tutti i più importanti temi del commercio digitale: logistica, omnichannel retail, tecnologie, modalità di pagamento, marketing, analytics, export e aspetti regolamentari, per migliorare l'esperienza d'acquisto e consolidare le relazioni con l'onlife consumer, il cliente al centro della rivoluzione digitale

Milano, 4 giugno 2018 – **184** espositori, **oltre 170** speaker, **3** plenarie a cui hanno preso parte **4.000** persone e **84** workshop: si conclude con questi numeri la XIII Edizione del Netcomm Forum, l'evento più importante in Italia dedicato al commercio digitale, che nelle 2 giornate ha contato circa **15.000 presenze**, registrando così una crescita del **27%** rispetto all'edizione del 2017.

“I dati di crescita che a ogni edizione del Netcomm Forum registriamo ci danno un riscontro dell'urgenza per gli operatori dell'e-commerce di poter esplorare tutte le sfide che il settore digitale sta ponendo loro, scoprendo qui i nuovi trend e cercando strumenti su cui basare le proprie strategie”, afferma Roberto Liscia, che mercoledì ha aperto i lavori. “È proprio sull'innovazione che si giocherà la partita del next retail, dove manager e imprenditori dovranno comprendere come trasformare la loro azienda, come digitalizzarla, come rivedere organizzazione, processi e competenze, usando in modo intelligente le nuove tecnologie digitali a disposizione. Ma dovranno promuovere anche una logica di continua sperimentazione innovativa per rimettere in discussione il presente e ridisegnare il futuro. Netcomm è il più grande hub digitale italiano che aiuta le aziende a sviluppare nuove capacità e conoscenze”.

Il tema centrale, che ha caratterizzato anche le sessioni plenarie, ha riguardato le strategie per rimanere competitivi nell'era del next retail, dove il confine tra shopping online e retail fisico non è più così definito. Basti pensare che il numero di e-shopper nel mondo nel 2018 sarà di quasi **2.000 milioni**, e il valore delle vendite nel 2021 salirà a **4.878 miliardi di dollari**, con una crescita del **18%**. In questo contesto, il consumatore è sempre più connesso e multicanale e richiede un'esperienza di acquisto online che spesso non trova. Per questo è necessario per i brand investire in tecnologie, anche disruptive, che vanno dalla blockchain all'intelligenza artificiale ai modelli predittivi, per dare all'e-shopper un'esperienza completa e frictionless.

Sono coscienti di trovarsi al centro di questa rivoluzione digitale anche gli operatori dei sistemi di pagamento, presenti ieri alle plenarie e ai workshop. I dati Netcomm indicano, infatti, che la propensione all'uso di strumenti di pagamento innovativi è in aumento e gli e-shopper utilizzano in media 2 modalità di pagamento online per i loro acquisti.

Non poteva mancare uno sguardo ai mercati internazionali e in particolare alla Cina che si rivela essere il primo paese per importanza nelle vendite online con 682 miliardi di dollari di fatturato nel 2017, davanti agli Stati Uniti.

#

[Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano](#), è il punto di riferimento in materia di e-commerce e retail digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, riunisce oltre 300 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo dell'e-commerce e dell'evoluzione digitale delle imprese, generando valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori. Netcomm è uno dei membri fondatori dell'Associazione Europea del Commercio Elettronico, Ecommerce Europe. I principali ambiti nei quali Netcomm è impegnato riguardano: lo sviluppo di studi e ricerche sul mondo dell'e-commerce; la promozione di eventi e workshop; la creazione di tavoli di lavoro che analizzano dal punto di vista economico e regolamentare le primarie industry dell'e-commerce e le tematiche funzionali più rilevanti, interfacciandosi mediante attività di lobbying con le autorità nazionali e internazionali; l'affiancamento delle aziende associate tramite un supporto legale, fiscale e servizi convenzionati; attività di comunicazione e formazioni sul territorio nazionale; il sostegno all'internazionalizzazione delle aziende italiane; la promozione delle competenze digitali dei consumatori e di strumenti a sostegno degli acquisti online quali il Sigillo Netcomm, che identifica i siti di e-commerce affidabili e di qualità.

Ufficio stampa Netcomm

Imageware | +39 02700251

Netcomm@imageware.it - Alessandra Pigoni – Andrea Spaziani