

## L'eCommerce B2c in Italia supererà i 31,5 miliardi di € nel 2019. 4 euro su 10 saranno spesi su Smartphone.

*La crescita dell'eCommerce è trainata più dagli acquisti di prodotto (+21%) che da quelli di servizio (+7%), con i prodotti che valgono ormai il 55% del totale eCommerce.*

*Tra i prodotti, crescono bene Food&Grocery (+39%) e Arredamento e home living (+26%). Bene anche alcuni comparti storici come Informatica & Elettronica (+18%, oltre 5 miliardi di €) e Abbigliamento (+16%, oltre 3 miliardi).*

*I servizi sono spinti da Turismo & trasporti (+8%, oltre 10,8 miliardi di €).*

*La penetrazione dell'online sugli acquisti retail supererà nel 2019 il 7%.*

*La formazione delle competenze digitali diventerà sempre più la chiave per lo sviluppo del digital retail: intelligenza artificiale, machine learning e chatbot saranno gli strumenti per garantire una relazione con i clienti sempre più personalizzata.*

**Milano, 29 maggio 2019** - 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.

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

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 €. 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).

*“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<sup>[1]</sup>, 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. 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”.*

*“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.

Dagli insight raccolti dall’indagine netRetail 2019, lo studio Netcomm effettuato in 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 **filiere 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**.

#### **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<sup>[2]</sup>: 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.

---

[1] Desi

[2] Fonte: Statista, 2019

## Netcomm

[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 circa 400 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 tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico, e della Federazione del Digitale, la federazione per lo sviluppo del digitale in Italia.

## Ufficio stampa Netcomm

Mirandola Comunicazione

Marco Ferrario - Alessandra Fulgoni

[netcomm@mirandola.net](mailto:netcomm@mirandola.net)

[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net) - [alessandra@mirandola.net](mailto:alessandra@mirandola.net)

320.7910162 - 349.4122999

## Osservatori School of Management Politecnico di Milano

*La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. La Scuola ha ricevuto, nel 2007, il prestigioso accreditamento EQUIS. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA. Dal 2015, la Scuola è membro di AACSB International. La Scuola è presente inoltre nei QS World University Rankings. Nel 2017, la School of Management è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione EOCCS. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM.*

*Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e il MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si articolano in Osservatori Digital Innovation, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, e Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP.*

*Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di Innovazione Digitale in Italia. Le attività sono svolte da un team di quasi 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Blockchain & Distributed Ledger, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Innovazione Digitale nell'Industria dello Sport, Internet Media, Internet*

*of Things, Kids & Toys, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart & Connected Car, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione nel Canale ICT.*

**Ufficio stampa School of Management del  
Politecnico di Milano**

Barbara Balabio

Tel.: 02 2399 9578

email [barbara.balabio@osservatori.net](mailto:barbara.balabio@osservatori.net)

Skype barbara.balabio

[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

**Ufficio stampa Osservatori Digital  
Innovation del Politecnico di Milano**

Mirandola Comunicazione

Daniele Gatti - Alessandra Fulgoni

[daniele@mirandola.net](mailto:daniele@mirandola.net)

[alessandra@mirandola.net](mailto:alessandra@mirandola.net)

Tel.: 0524 574708 - 393 8108869 -

34904122999

Skype: daniele.gatti\_1 - alessandrafulgoni