

*eCommerce: presentati a Netcomm Forum i nuovi trend di sviluppo del commercio digitale in Italia*

**L'eCommerce B2c italiano cresce del +3,4% per un valore di 32,4 miliardi di euro; boom per le vendite di prodotto al +45% con un incremento di 8 miliardi di euro**

*Nonostante il crollo generale dei consumi di inizio 2020, a fine anno l'eCommerce B2c di prodotto chiude a quota 25,9 miliardi di €.*

*Nel biennio 2020-21 la pandemia ha contribuito, sia per l'offerta sia per i consumatori, ad accelerare i rispettivi percorsi di digitalizzazione con importanti benefici attesi per il futuro.*

*Questi i primi dati rilasciati al via della XVI edizione di Netcomm Forum: due giorni di confronto per la business community del Digital Retail.*

*Secondo la ricerca di Netcomm condotta da The European House - Ambrosetti, le imprese della rete del valore del Digital Retail in Italia hanno generato un fatturato complessivo di 58,6 miliardi di euro nel 2020 e rappresentano il 34% del totale delle imprese di capitali (680mila aziende) con consistenti effetti su PIL e occupazione.*

*Tra i temi affrontati, i nuovi paradigmi del digitale e le abitudini di consumo degli acquirenti nel 2021: pagamenti digitali e recensioni online sono in cima al customer journey di clienti sempre più "Digital First" (nuova ricerca di Netcomm in collaborazione con MagNews).*

*La stampa può registrarsi a [questo link](#) per seguire l'evento*

*La pagina dell'evento è disponibile [a questo link iPress](#)*

**Milano, 12 maggio 2021** - Presentati questa mattina alla XVI edizione del **Netcomm Forum** i dati aggiornati sul **mercato eCommerce B2c in Italia**: nel 2020 gli acquisti online degli italiani sono cresciuti del +3,4% e hanno raggiunto i 32,4 miliardi di euro. Una dinamica caratterizzata fortemente dagli effetti della pandemia che hanno generato un andamento opposto tra i comparti di prodotto - cresciuti del +45%, pari a 25,9 miliardi di € - e quelli di servizio, al contrario, calati del -52%, per un valore degli acquisti online ridotto a 6,5 miliardi di euro.

Secondo l'ultima indagine dell'**Osservatorio eCommerce B2C - Netcomm School of Management del Politecnico di Milano**<sup>1</sup>, i comparti di prodotto hanno registrato online, nel 2020, una crescita esplosiva: in valore assoluto vi è stato un **incremento di 8 miliardi di euro rispetto al 2019**, trainati da *Informatica ed Elettronica* di consumo (+1,9 miliardi di €), *Food&Grocery* (+1,3 miliardi di €) e *Arredamento e Home Living* (+1,1 miliardi di €).

Nei servizi è il comparto Turismo e trasporti a generare il drastico calo degli acquisti eCommerce B2c con una riduzione rispetto al 2019 di circa 6,7 miliardi di euro.

La penetrazione dell'online sul totale acquisti retail, complice il crollo dei consumi offline a causa delle restrizioni al commercio fisico dovute alla pandemia, registra un significativo balzo in avanti e **passa dal 7% del 2019 al 9% del 2020**.

L'eCommerce è in questo particolare momento storico l'unico motore di crescita del commercio e gioca sempre più un ruolo rilevante e decisivo nelle strategie dei merchant e dei retailer.

*“Per continuare a sostenere l'evoluzione digitale delle imprese e contribuire con la rete del valore del digital retail alla crescita del sistema economico italiano occorre un cambio di paradigma, ovvero ragionare con una visione di “Connected Economy” che aggregi e sappia creare sinergie per cittadini, consumatori, imprese e Pubblica Amministrazione.” - commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**. “É necessario sviluppare un programma concreto di transizione al digitale che supporti e faciliti le imprese in un processo definitivo e irreversibile, connettendo sistematicamente i distretti, le filiere industriali, gli organi pubblici e le imprese, affinché si possano offrire ai cittadini e ai consumatori benefici e servizi in linea con i nuovi stili di vita e supportare le aziende nell'essere sempre più sostenibili e competitive”.*

*“Rispetto alle prime stime negative, l'eCommerce B2c italiano ha chiuso il 2020 con un saldo positivo di crescita. Il brusco calo registrato dai servizi - in primis dal comparto Turismo e Trasporti - è stato infatti più che compensato dalla straordinaria crescita dei prodotti, spinti dal nuovo lockdown introdotto negli ultimi due mesi dell'anno.” afferma **Riccardo Mangiaracina, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio eCommerce B2c - School of Management del Politecnico di Milano**. “La pandemia ha avuto un duplice impatto. Da un lato, contrariamente a quanto si possa pensare, ha frenato la crescita del mercato eCommerce B2c in Italia, che certamente sarebbe stata più elevata senza l'emergenza sanitaria, con l'eccezione di alcuni settori merceologici come il Food&Grocery in cui ha provocato un'accelerazione del mercato online. Dall'altro ha anche modificato gli equilibri tra online e offline forzando l'offerta a soddisfare le mutate esigenze di consumo e ad accelerare il suo processo di digitalizzazione e spingendo i consumatori a un utilizzo più frequente dei canali online. Questi cambiamenti sono segno di una generale maturazione che permetterà all'eCommerce B2c italiano di continuare a crescere anche nel 2021. In particolare, ci aspettiamo un ulteriore aumento degli acquisti online trainato da un consolidamento nei comparti di prodotto e da una leggera ma significativa ripresa dei servizi”.*

## **La rete del valore della filiera dell'eCommerce in Italia**

---

<sup>1</sup> L'edizione 2021 dell'Osservatorio eCommerce B2c è realizzata con il supporto di Accenture Interactive; Adobe, Alpenite, AppQuality, Banca Sella, BRT Corriere Espresso, DHL Express Italy, Drop | e-business & love!, eBay, Fiege Logistics, GLS Corriere Espresso, GS1 Italy, Intesa Sanpaolo, LexisNexis Risk Solutions, LIFEdat, Mirakl, Nexi, Omnicom Media Group, PayPal Italia, Poste Italiane, PrestaShop, San Marino Mail Italia, SAP Customer Experience, Transcom; Akeneo, Energo Logistic, PAYBACK, STEF Italia

Quella del Digital Retail oggi è una vera e propria filiera anche nel nostro Paese, la cui rete del valore include sia le realtà che vendono online (Merchant e Brand Owner) che le imprese che erogano servizi legati allo scenario digitale per un totale di 678mila imprese, e che rappresentano il 34% del totale delle imprese di capitali in Italia (1,9 milioni).

Seconda una ricerca di **Netcomm condotta da The European House - Ambrosetti**, già nel 2019, prima dell'avvento della pandemia, l'e-commerce era stato uno dei settori che aveva incrementato di più il proprio peso relativo sul fatturato complessivo, incidendo profondamente sulla crescita sia del fatturato del totale delle attività economiche (+19,2%), sia sulla crescita dell'occupazione delle imprese italiane (6,7% sul totale)

Nel 2020 gli operatori che si sono affidati in parte o del tutto alla rete di vendita digitale hanno visto crescere in maniera importante i ricavi delle vendite e delle attività legate all'e-commerce: durante il lockdown, infatti il 50% dei Merchant e Brand owner ha aumentato il proprio fatturato di vendita online di oltre il 100%, mentre per il 50% dei Business partner questa crescita si è attestata tra +21% e +75%.

Oggi è fondamentale una riflessione per quei comparti che sono ancora in sofferenza, su tutti quello del Turismo: urge un **approccio sistemico e di filiera** che coinvolga l'intera rete del valore aggregando anche quegli operatori che ancora non sono riusciti a trarre vantaggio dall'intera offerta dell'ecosistema tecnologico internazionale e a creare momenti professionalizzanti e formativi per la forza lavoro attualmente impiegata e per quella del futuro.

## **L'evoluzione del consumatore e dei suoi comportamenti d'acquisto nel 2021**

Da una ricerca di Netcomm realizzata in collaborazione con **MagNews sulla trasformazione dei percorsi di acquisto dei consumatori tra il 2020 e il 2021 nei settori Fashion, Food e Personal Care** sono state individuate **cinque nuove tipologie di consumatore** (Consumatore Contemporaneo, Fast Shopper, Offline Buyer, Omnichannel Shopper e Digital First).

Il trend principale è un consistente **trasferimento del comportamento d'acquisto** da un approccio prevalentemente fisico o omnicanale (acquisti sia online che offline) a favore di uno **"Digital First"** (acquisti solo online).

Secondo la ricerca nella categoria dei "Consumatori digitali" rispetto al 2020 si è registrata una crescita rilevante degli acquisti online in tutti e tre gli ambiti considerati: da **2% a 12.9%** negli acquisti di ambito **Fashion**, da **2% a 9.9%** negli acquisti di ambito **Food**, da **2% a 12.8%** negli acquisti di ambito **Personal Care**.

Inoltre, dalla ricerca emerge che i **digital wallet** e le **recensioni online** sono i **touchpoint più rilevanti nell'abilitazione degli acquisti via web**. Il momento del pagamento non conclude solo l'esperienza d'acquisto, ma è anche un fattore strategico di **marketing per le aziende** della filiera; le **review online sono ormai uno strumento fondamentale per i consumatori** che dovrà essere posto al centro delle riflessioni delle insegne e dei brand, non solo per gestirle con attenzione, ma anche per intercettare i bisogni e le necessità di acquirenti più consapevoli e alla ricerca di esperienze d'acquisto sempre più personalizzate.

## **L'edizione 2021 del Netcomm Forum**

Il Netcomm Forum anche quest'anno torna ad aggregare e far riflettere la business community italiana sulle tematiche del commercio digitale e della business transformation.

Un nuovo progetto editoriale e di comunicazione, sviluppato con il supporto organizzativo di Digital Events, che coinvolgerà oltre 200 relatori internazionali e più di 100 workshop, 3 conferenze plenarie, 13 tavole rotonde di envisioning denominate “Netcomm Innovation Roundtable” interviste, chat e virtual room su una **piattaforma eccezionalmente gratuita e on demand fino al 21 maggio**, per poter permettere a tutte le imprese italiane di accedere all’evento e supportarle nel perseguire un processo di presidio dei canali online e di trasformazione digitale divenuto ormai imprescindibile per il loro futuro.

---

### 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 oltre 450 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.

### Ufficio stampa Netcomm | Mirandola Comunicazione

Martina Botti

[martina.botti@mirandola.net](mailto:martina.botti@mirandola.net)

+39 345 7258786

Paola Perfetti

[paola.perfetti@mirandola.net](mailto:paola.perfetti@mirandola.net)

+39 349 6616964

### 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

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

Tel.: 393 8108869 -

Skype: daniele.gatti\_1

*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 consorzi. 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 2020 l’International Flex EMBA si posiziona tra i 10 migliori master al mondo nel Financial Times Online MBA Ranking. Nel 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA (Association of MBAs). Dal 2015, la Scuola è membro di AACSB International - The Association to Advance Collegiate Schools of Business. La membership non implica l’accreditamento. La Scuola è presente inoltre nei QS World University Rankings con i programmi MBA. Nel 2020, l’International Flex EMBA si posiziona al quinto posto nel QS Distance Online MBA Ranking. 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 (EFMD Online Course Certification System). La Scuola è membro PRME (Principles for Responsible Management Education), Cladea (Consejo Latinoamericano de Escuela de Administración) e QTEM (Quantitative Techniques for Economics & Management Masters Network). 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 e 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 oltre 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su più di 40 differenti Osservatori che affrontano*

*i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: 5G & Beyond, Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data & Business Analytics, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Climate Finance, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Connected Car & Mobility, Contract Logistics "Gino Marchet", Cybersecurity & Data Protection, Design Thinking for Business, Digital B2b, Digital Content, Digital Identity, Digital Procurement, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, HR Innovation Practice, Innovative Payments, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Quantum Technologies, Smart AgriFood, Smart Working, Space Economy, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Sustainable & Digital Beauty, Tech Company - Innovazione del Canale ICT, Transizione Industria 4.0.*