

eCommerce, 20 Anni di Rivoluzione Digitale.

Sommario

Prefazione	VIII
Il panorama dell'eCommerce in Italia nei primi anni 2000	1
Le Origini di Netcomm e dell'eCommerce in Italia (2005-2010)	3
Il primo acquisto online di Olio Carli: un piccolo equivoco	5
L'eCommerce Italiano prende forma: Netcomm Forum e Osservatorio eCommerce B2c	7
Netcomm Forum: il punto di riferimento per l'eCommerce	7
Osservatorio eCommerce B2c: dati e ricerca per il settore.	8
La crescita dell'eCommerce (2011-2015)	9
Il ruolo di Netcomm nell'educare il mercato e supportare le aziende	10
Netcomm Award: il riconoscimento dell'eccellenza eCommerce	10
Sigillo Netcomm: qualità e fiducia per i consumatori	12
Gruppi di Lavoro: motori di innovazione per l'eCommerce	15
Netcomm NetRetail: la ricerca sugli acquisti digitali degli Italiani	17
Istituzioni e Europa	19
La nascita di Ecommerce Europe: un'unione per il commercio digitale europeo	19

Internazionalizzazione e Innovazione (2016-2019)	21
Internazionalizzazione e Innovazione nell'eCommerce (2016-2019)	21
Netcomm Academy: l'impegno continuo per la digitalizzazione	23
Le Pubblicazioni di Netcomm	25
Digital marketing per l'eCommerce e il new retail	25
La fine dello shopping online	25
Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale	25
Netcomm FOCUS: approfondimenti verticali per settori chiave	27
L'Accelerazione Digitale (2020-2024)	31
Le risposte di Netcomm alle nuove esigenze di aziende e consumatori	32
Solidarietà Digitale e Porta il tuo Negozio Online: sostegno alle imprese e ai consumatori	32
Accelera con Amazon.	33
Netcomm per il Paese: un'iniziativa solidale durante l'emergenza Covid-19	33
Comprendere i cambiamenti: le ricerche di Netcomm sull'ecosistema dell'eCommerce italiano	35
Netcomm Delivery Index: monitorare le spedizioni dell'eCommerce	35
NetRetail Books: l'acquisto di libri nell'era digitale	36

L'eCommerce crea Valore per l'Italia	36
I Nuovi trend dell'eCommerce: Marketplace, Export e Sostenibilità	38
Marketplace & Export: motori di crescita per l'eCommerce italiano	38
Sostenibilità: un pilastro strategico	39
La Rivoluzione dell'AI e il Progetto NetcoPilot	40
Il Manifesto per l'eCommerce: Una Visione per il Futuro dell'Europa	41
L'eCommerce del Futuro	45
Il futuro dell'omnicanalità – integrazione tra online e offline	47
Le grandi tecnologie che ridefiniranno l'ecommerce.	49
I nuovi consumatori e il cambiamento delle abitudini di acquisto.	51
Il futuro dell'offerta: come devono evolversi i settori	53
Il futuro della logistica e della supply chain per l'ecommerce.	54
Il futuro dei pagamenti digitali	55
Marketplace, social commerce e nuove piattaforme di vendita.	56
Le città del futuro – da spazio fisico a piattaforma digitale	59
Mobilità e automobili come piattaforme di acquisto.	60
La casa del futuro – un'abitazione intelligente che prevede, analizza e acquista	63
Le nuove forme di acquisto autonomo oltre l'uomo, la macchina e la casa	63
Il futuro dell'ecommerce b2b tra digitalizzazione e integrazione delle reti commerciali	64
Internazionalizzazione e cross-border ecommerce – nuovi scenari per l'export digitale	65
La sostenibilità e la responsabilità nell'ecommerce	66
Le prospettive per i prossimi 10 anni – come cambierà l'ecommerce del futuro	68

Prefazione

In questi 20 anni, come Consorzio Netcomm abbiamo avuto la fortuna di analizzare l'evoluzione dell'approccio culturale, delle tecnologie e delle pratiche di eCommerce in Italia e a livello internazionale.

All'inizio non è stato facile immaginare e permettere la nascita di Netcomm. Il Consorzio si collocava in un panorama nazionale frammentato, e la necessità di una guida per orientare il settore era più urgente che mai. Ecco perché l'obiettivo è stato fin da subito quello di promuovere la cultura dell'eCommerce, abbattere le barriere all'adozione digitale e offrire supporto concreto alle imprese. L'impegno di Netcomm negli anni successivi ha consolidato il ruolo del Consorzio come protagonista nello sviluppo del commercio elettronico italiano. Guardando indietro a quel settembre del 2005, emerge la visione di un gruppo di pionieri che, con determinazione, posero le basi per un futuro digitale che oggi è parte integrante della quotidianità economica e sociale del Paese. La fondazione di Netcomm non fu solo un momento di svolta, ma l'inizio di una lunga storia di innovazione e progresso, che continua a scrivere le sue pagine nel presente e a immaginare un futuro ancora più promettente.

Non possiamo dunque che essere orgogliosi e soddisfatti di quanto fatto, nella consapevolezza, però, che la sfida è tutt'altro che vinta. Per esempio, seppur dopo progressi significativi, l'alfabetizzazione digitale in Italia resta un percorso da completare: secondo il Digital Economy and Society Index (DESI) della Commissione Europea, il Paese è ancora sotto la media europea. Le iniziative per migliorare le competenze digitali sono cresciute, soprattutto nelle scuole e tra i giovani, ma è essenziale estendere questi sforzi a tutta la popolazione, inclusi gli anziani e le fasce sociali più vulnerabili.

Occorre inoltre superare del tutto gli ostacoli alla transizione verso i pagamenti digitali, che includono la mancanza di fiducia nella sicurezza dei sistemi digitali e un'infrastruttura tecnologica non sempre all'altezza. Investire in formazione continua e garantire l'accesso universale alla tecnologia sono passi cruciali per colmare il divario digitale e favorire l'inclusività.

Analizzando le tendenze emergenti, le innovazioni più promettenti e le sfide che attendono aziende e consumatori in un mondo sempre più connesso e interattivo, siamo convinti che il futuro dell'eCommerce sia ancora tutto da scrivere. Nei prossimi anni, nuove tecnologie ridefiniranno il concetto stesso di commercio, aprendo scenari impensabili fino a poco fa. Le aziende e i professionisti devono prepararsi per ciò che questa trasformazione porta con sé. Il futuro non è scritto, ma chi saprà interpretare i segnali del cambiamento potrà guidare questa rivoluzione anziché subirla.

La ventesima edizione del Netcomm Forum non è solo una celebrazione dei traguardi raggiunti, ma un invito a guardare avanti. E questa pubblicazione vuole proprio essere una traccia di quanto fatto e un impegno per i prossimi 20 anni.

Buona lettura!

Roberto Liscia
e il team Netcomm

Il panorama dell'eCommerce in Italia nei primi anni 2000

Nei primi anni 2000, l'eCommerce in Italia era agli albori, frenato da limiti tecnologici, culturali e strutturali. La connessione internet era lenta e costosa, con una bassa penetrazione della banda larga, e le soluzioni di pagamento digitale erano poco diffuse e viste con sospetto. Le PMI erano scettiche e riluttanti a investire nel digitale, mentre i consumatori italiani erano fortemente legati agli acquisti tradizionali nei negozi fisici.

Nonostante queste difficoltà, alcuni settori come elettronica, libri e viaggi iniziarono a sperimentare il commercio online, sostenuti dalla crescita di marketplace globali come eBay e Amazon. Le istituzioni e le associazioni di categoria cominciavano a riconoscere l'importanza del digitale, ma mancava una strategia coordinata.

La nascita di **Netcomm nel 2005** rispondeva proprio a questa esigenza, con l'obiettivo di promuovere l'eCommerce e supportare le imprese nel processo di digitalizzazione.

Sebbene il settore avanzasse con lentezza e incertezza, il decennio gettò le basi per una crescita esponenziale nei due decenni successivi, grazie all'evoluzione tecnologica, alla diffusione degli smartphone e al cambiamento delle abitudini di consumo.

Le Origini di Netcomm e dell'eCommerce in Italia (2005-2010)

Tra il 2005 e il 2010, l'eCommerce in Italia era ancora in una fase di sviluppo, ostacolato dalla scarsa diffusione di Internet (solo il 40% della popolazione era connessa) e dalla diffidenza delle imprese, soprattutto PMI, verso il digitale. Tuttavia, aziende pioniere come Yoox nel fashion e piattaforme come Expedia nel turismo iniziarono a sfruttare il commercio elettronico. L'arrivo di PayPal nel 2005 aiutò a superare la sfiducia nei pagamenti online, il lancio del primo **iPhone nel 2007** e la diffusione degli smartphone aprirono nuove possibilità per l'eCommerce, ponendo le basi per lo sviluppo del mobile commerce negli anni successivi. Anche i social media iniziarono a emergere come nuovi strumenti di marketing e comunicazione per le imprese, con l'arrivo di **Facebook** in Italia nel 2008 e il crescente utilizzo di piattaforme come **YouTube** e **Twitter**. La crisi economica del 2008 accelerò l'adozione del digitale, spingendo consumatori e aziende verso l'eCommerce.

8 settembre 2005: nasce Netcomm

Per dare una rappresentanza unitaria al settore e favorirne lo sviluppo, nel 2005 nasce Netcomm, con il patrocinio di Assinform e grazie alla collaborazione di dieci aziende pioniere: **TicketOne, Alfaweb, Volendo, Glam-On-Web, SGF Multimedia, CDItalia, Monclick, Lastminute.com, IBS Italia e Costa Meno.**

Sotto la guida del presidente **Roberto Liscia**, il Consorzio si poneva quattro obiettivi chiave:

- **Relazioni istituzionali** per migliorare la regolamentazione del settore.
- **Promozione** dell'eCommerce tra aziende e consumatori.
- **Monitoraggio del mercato** per fornire dati e analisi sul settore.
- **Supporto alle imprese** per migliorarne la competitività.

Netcomm divenne presto un punto di riferimento per il commercio elettronico in Italia, promuovendo innovazioni nei pagamenti digitali, nella logistica e nella trasparenza delle transazioni. La sua nascita segnò l'inizio di una trasformazione che avrebbe reso l'eCommerce una parte essenziale dell'economia italiana

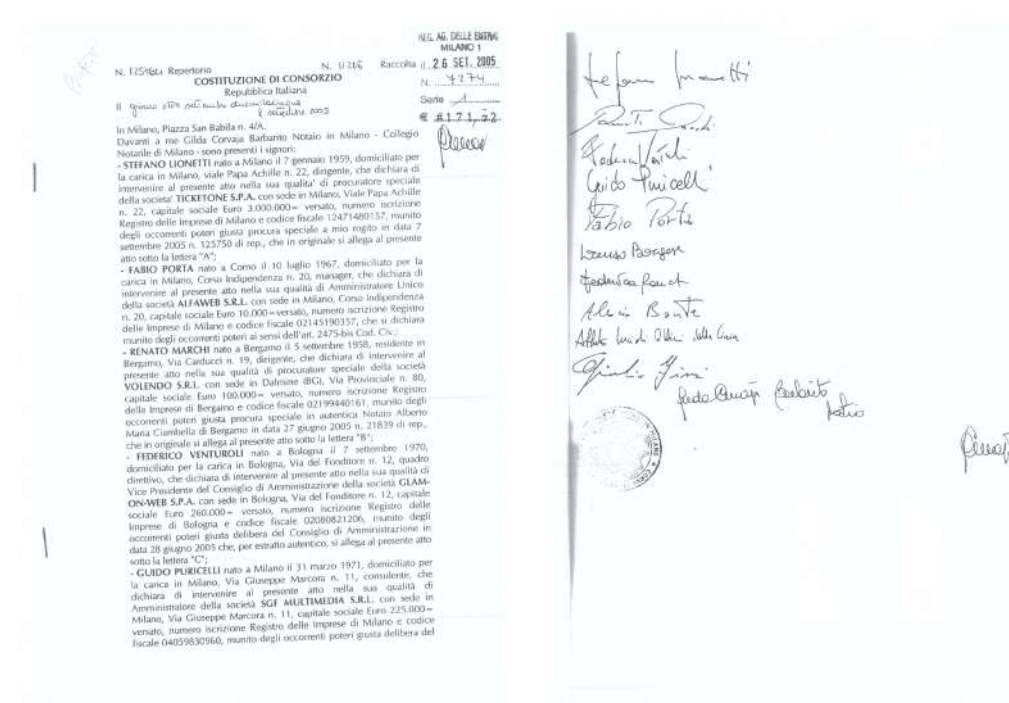


1° logo di netcomm

Il primo acquisto online di Olio Carli: un piccolo equivoco

Quando Olio Carli avviò il suo eCommerce, una cliente telefonò chiedendo se potesse pagare con carta di credito. Alla risposta affermativa, interpretò la cosa in modo molto letterale: mise la sua carta in una busta e la spedì direttamente all'azienda, convinta che fosse così che funzionavano gli acquisti online.

Lo stupore in sede fu grande, ma con gentilezza il team le spiegò il corretto metodo di pagamento e le restituì la carta. Un episodio curioso che oggi fa sorridere, simbolo di un tempo in cui l'eCommerce era ancora tutto da scoprire.



2005: l'atto costitutivo di Netcomm



Le Prime Regole del Commercio Online

Il periodo fu caratterizzato da un crescente interesse delle istituzioni verso il commercio digitale. L'Unione Europea iniziò a sviluppare direttive per regolamentare il mercato digitale, come la **Direttiva Servizi 2006/123/CE**, che promuoveva la libera circolazione di servizi all'interno dell'UE. In Italia, le prime normative specifiche per il commercio elettronico e la protezione dei consumatori online iniziarono a essere introdotte, gettando le basi per un ecosistema regolamentare più favorevole.



Schermata Home Page 1° sito Netcomm

L'eCommerce Italiano prende forma: Netcomm Forum e Osservatorio eCommerce B2c

Nei suoi primi anni, Netcomm ha rafforzato il settore eCommerce in Italia attraverso iniziative chiave come il **Netcomm Forum** e l'**Osservatorio eCommerce B2c**, contribuendo alla crescita di un ecosistema digitale più maturo e competitivo.

Netcomm Forum: il punto di riferimento per l'eCommerce

La prima edizione, il **30 giugno 2006**, nasce come Netcomm eCommerce Day, riunendo aziende, esperti e istituzioni per diffondere conoscenza e promuovere best practice nel digitale. Crescendo rapidamente, l'evento diventa il principale appuntamento del settore in Italia. Nel **2008**, il Forum evidenzia il ritardo del mercato italiano rispetto all'Europa, nonostante il numero crescente di acquirenti online. L'edizione **2009**, ospitata a Palazzo Mezzanotte (Borsa di Milano), segna un riconoscimento ufficiale del ruolo strategico dell'eCommerce nell'economia nazionale, con oltre **1.400 operatori e 50 giornalisti**.



Netcomm ECommerce Forum, 18 Maggio 2010, Palazzo Mezzanotte



Netcomm ECommerce Forum, 18 Maggio 2010, Palazzo Mezzanotte

Osservatorio eCommerce B2c: dati e ricerca per il settore

In collaborazione con la **School of Management del Politecnico di Milano**, Netcomm avvia l'**Osservatorio eCommerce B2c**, una piattaforma di ricerca che analizza il mercato, fornisce dati utili alle imprese e sensibilizza istituzioni e aziende sulle opportunità dell'eCommerce.

La sinergia tra Netcomm e il Politecnico di Milano ha permesso di creare una comunità di professionisti e aziende, fornendo strumenti concreti per la crescita del commercio digitale in Italia. Queste iniziative hanno posto le basi per il successo di Netcomm e per l'evoluzione dell'eCommerce come pilastro dell'economia digitale italiana.



Copertina Osservatorio B2C Netcomm - School of Management Politecnico di Milano 2010

La crescita dell'eCommerce (2011-2015)

Tra il 2011 e il 2015, l'eCommerce in Italia conobbe una forte espansione grazie a innovazioni tecnologiche, un cambiamento culturale nei consumatori e l'ingresso di nuove piattaforme.

L'aumento della connessione a banda larga e l'introduzione delle reti 4G facilitarono l'accesso al digitale, mentre la diffusione degli smartphone trasformò le abitudini d'acquisto. Nel **2015**, il **mobile commerce** rappresentava già il **20% degli acquisti online**, spingendo le aziende a investire in siti ottimizzati, app dedicate e strategie mirate come il geotargeting e le notifiche push.

Amazon ed **eBay** consolidarono la loro presenza in Italia, mentre aziende italiane come **Yoox**, **IBS** e **Eprice** contribuirono a diversificare il mercato. Il **settore food & grocery** iniziò a svilupparsi, anticipando la crescita futura. A livello globale, **Alibaba** rivoluzionò l'eCommerce con eventi di vendita come il Singles' Day, che nel 2015 registrò **14 miliardi di dollari di vendite in un solo giorno**.

Il commercio B2B iniziò a digitalizzarsi, migliorando la gestione della supply chain. Nel retail, il modello **omnicanaled** prese piede, integrando online e offline con servizi come il **click-and-collect** e il reso in negozio.

L'eCommerce italiano, in questi anni, gettò le basi per una crescita strutturata, trainata dall'innovazione tecnologica e da un cambiamento nelle abitudini di consumo.

Il ruolo di Netcomm nell'educare il mercato e supportare le aziende

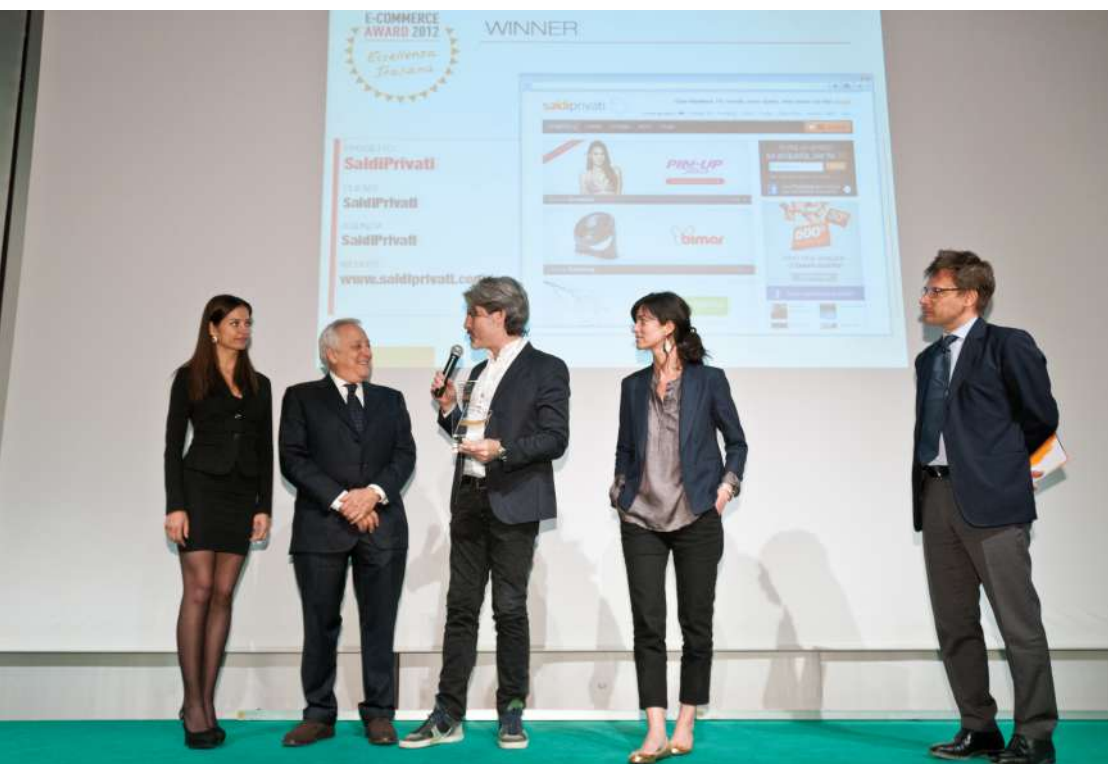
Netcomm Award: il riconoscimento dell'eccellenza eCommerce

Istituito nel **2012**, il **Netcomm Award** premia l'innovazione e l'eccellenza nel commercio elettronico italiano. La prima edizione, tenutasi durante il **Netcomm Forum**, vide la partecipazione di oltre **40 progetti**, con il riconoscimento principale assegnato a **SaldiPrivati.com** per il suo modello di business innovativo.

Negli anni, il premio ha valutato oltre **550 eCommerce**, diventando un punto di riferimento per il settore. Oltre a valorizzare le imprese più innovative, il **Netcomm Award** ha contribuito a diffondere le migliori pratiche e a orientare lo sviluppo dell'eCommerce in Italia.



Netcomm Award 2020, Vincitore Assoluto BMW Pre-Sales Tool



Prima edizione di Netcomm Award, Vincitore assoluto SaldiPrivati.com



Netcomm Award 2023, Vincitore Assoluto Golden Goose

Sigillo Netcomm: qualità e fiducia per i consumatori

Nel **2013**, Netcomm ha introdotto il **Sigillo Netcomm**, una certificazione di qualità per gli eCommerce B2C, garantendo trasparenza, sicurezza e conformità alle normative italiane ed europee. Tra i requisiti certificati rientrano **obblighi informativi, trasparenza contrattuale e tutela dei diritti del consumatore**.

Nel **2014**, è stata lanciata una versione avanzata: il **Sigillo Netcomm con Recensioni**, che integra un sistema di feedback dei clienti, migliorando ulteriormente la fiducia nel settore.

Grazie a queste iniziative, Netcomm ha elevato gli standard dell'eCommerce italiano, favorendo la **fiducia dei consumatori, la competitività dei merchant e la cultura della trasparenza**.



L'evoluzione del Sigillo Netcomm negli anni

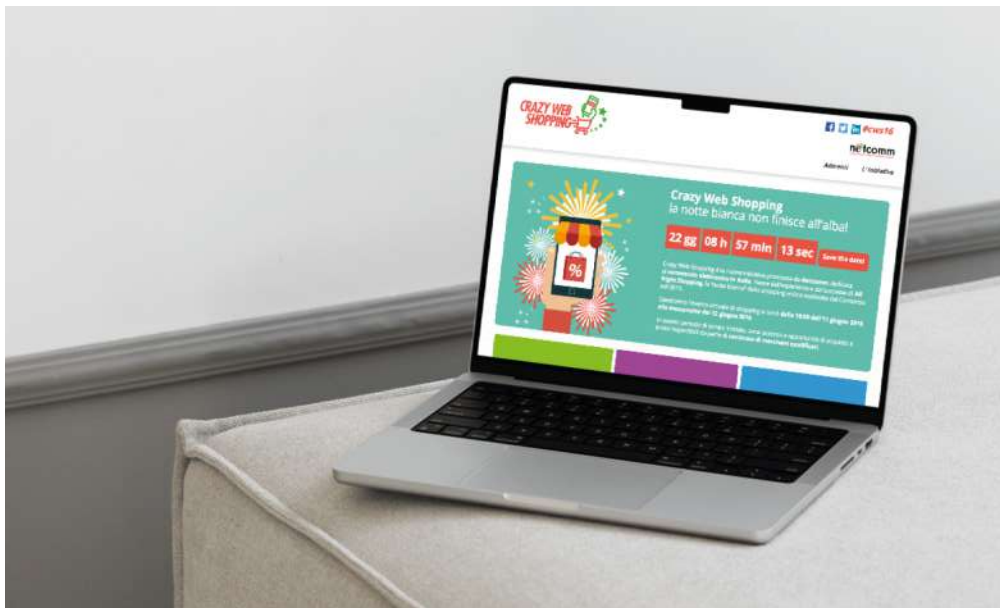
Easy Commerce

Netcomm, in collaborazione con **Poste Italiane**, ha lanciato l'iniziativa **Easy Commerce** per promuovere la cultura degli acquisti online in Italia e ampliare l'impatto del Sigillo Netcomm. Fulcro del progetto è stato il manuale "Easy Commerce - come acquistare in rete con facilità e sicurezza", distribuito in **tutti gli uffici postali**, che ha fornito ai consumatori linee guida semplici e accessibili per fare acquisti online in modo sicuro e consapevole.



Crazy Web Shopping

Nel 2015, Netcomm ha lanciato **All Night Shopping**, un evento ispirato a iniziative internazionali come il Black Friday, per incentivare lo shopping online in Italia con una notte di sconti e offerte esclusive. La prima edizione ha coinvolto oltre **140 eCommerce**, generando un milione di euro in acquisti e un incremento del traffico del 12,8%. Dal **2017**, l'iniziativa è stata ribattezzata Crazy Web Shopping, trasformandosi in una maratona di 30 ore come in un centro commerciale digitale che ha reso facile la navigazione tra le offerte di abbigliamento, elettronica, cosmetica e altri settori.



Conciliazione Paritetica

La Conciliazione Paritetica, introdotta da Netcomm in collaborazione con le **associazioni dei consumatori**, è un servizio che facilita la risoluzione rapida, gratuita ed efficace delle **controversie** tra venditori online e clienti, evitando il ricorso alle vie legali.



Gruppi di Lavoro: motori di innovazione per l'eCommerce

I **Gruppi di Lavoro Netcomm** sono una delle iniziative centrali del consorzio per supportare le aziende nell'affrontare le sfide del commercio digitale. Questi gruppi, aperti ai Soci Netcomm, rappresentano una piattaforma collaborativa per esplorare i trend più rilevanti, condividere competenze e sviluppare progetti concreti. Attraverso incontri tematici e un piano annuale di lavoro, i Gruppi di Lavoro promuovono il networking, la progettualità e la creazione di valore per tutto l'ecosistema dell'eCommerce.

Tra le tematiche affrontate si annoverano:

- **Digital Marketing per l'eCommerce e il new retail:** Strategie e strumenti per migliorare la visibilità e le conversioni online.
- **B2B Digital Commerce:** L'evoluzione del commercio digitale nel contesto B2B.
- **Logistica e packaging sostenibili:** Soluzioni innovative per rendere più efficiente e sostenibile la filiera logistica.
- **Digital Health & Pharma Retail:** L'impatto del digitale nel settore sanitario e farmaceutico.
- **Marketplace Lab:** Approfondimenti e strategie per operare con successo sui marketplace nazionali e internazionali.
- **Digital Payments & Fintech:** Innovazioni nei metodi di pagamento e nelle tecnologie finanziarie.
- **Digital Regulation:** Analisi delle normative emergenti e del loro impatto sul settore.
- **Digital Travel & Tourism:** Le opportunità offerte dal digitale nel settore turistico.
- **NetStyle - Fashion & Lifestyle:** Strategie per competere nel dinamico settore del fashion digitale.
- **Digital Food & Grocery:** Focus sull'innovazione nel comparto alimentare e della grande distribuzione.



Alcuni scatti dagli incontri dei Gruppi di Lavoro Netcomm

Kit Cookie Law

Nel maggio 2015, Netcomm ha partecipato alla realizzazione di un kit per l'implementazione della **Cookie Law**, in collaborazione con DMA Italia, Fedoweb, IAB Italia e UPA. Presentato durante una conferenza stampa, il kit è stato progettato per aiutare le imprese a conformarsi alle nuove normative sulla privacy introdotte dal Garante. Questo strumento ha offerto una guida pratica per gestire la raccolta e il trattamento dei dati personali online, un tema di grande rilevanza per le aziende e i consumatori.

Netcomm NetRetail: la ricerca sugli acquisti digitali degli Italiani

Nel 2014 Netcomm ha lanciato **NetRetail**, un osservatorio annuale che analizza l'impatto del digitale sugli acquisti degli italiani. L'iniziativa esamina il comportamento dei consumatori nel contesto omnicanale, focalizzandosi su:

- **Sistemi di pagamento:** Diminuzione dell'uso del contante a favore di soluzioni digitali come wallet, carte prepagate e di credito.
- **Modalità di consegna:** Crescita delle opzioni "out of home" oltre alla consegna a domicilio.
- **Ruolo del mobile:** Oltre la metà delle transazioni avviene tramite smartphone, evidenziando la centralità dei dispositivi mobili negli acquisti online.
- **Esperienza omnicanale:** L'integrazione di canali online e offline per garantire un percorso d'acquisto coerente.

I dati, che mostrano nel 2024 ben **33,7 milioni di italiani** acquirenti online (con un incremento di 700.000 unità rispetto all'anno precedente), offrono insight preziosi per le aziende. Questi spunti aiutano a definire strategie orientate all'adozione di tecnologie mobili, semplificazione dei pagamenti e modalità di consegna flessibili.

[illegible]

Il 26 aprile 2012 rappresenta una pietra miliare nella storia del commercio elettronico europeo. In questa data, Netcomm, insieme ad altre sette associazioni nazionali europee, ha fondato **Ecommerce Europe**, un'associazione creata per rappresentare gli interessi collettivi di oltre 70.000 aziende operanti nel settore dell'eCommerce.

Il ruolo di Netcomm come membro fondatore fu determinante per portare all'attenzione europea le specificità e le esigenze del mercato italiano, contribuendo a posizionare l'Italia come uno dei protagonisti nello sviluppo dell'eCommerce continentale.

The logo for Trust Ecommerce Europe, featuring a green checkmark above the word "trust" in a script font, with "ECOMMERCE" and "EUROPE" in bold blue capital letters below it. The text is surrounded by a circle of blue stars, similar to the European Union flag.

EUROPEAN E-COMMERCE REPORT

La crescita dell'eCommerce (2011-2015) - 19



L'eCommerce italiano entra nei palazzi della politica

L'eCommerce, motore di innovazione e trasformazione economica, ha raggiunto una nuova dimensione di riconoscimento istituzionale il 19 febbraio 2015, quando Netcomm ha promosso il **primo incontro** ufficiale sul commercio elettronico presso la **Camera dei Deputati**. L'evento, intitolato **"L'eCommerce: un'opportunità di sviluppo per l'economia italiana"**, ha segnato l'ingresso del digitale nei palazzi della politica, sottolineando l'importanza di un dialogo tra imprese e istituzioni per affrontare le sfide normative, fiscali e infrastrutturali. Questa occasione ha rappresentato un punto di svolta, dimostrando come il settore potesse contribuire significativamente alla competitività e alla crescita del sistema economico italiano.

Internazionalizzazione e Innovazione (2016-2019)

Tra il 2016 e il 2019, l'**eCommerce in Italia** ha vissuto una fase di forte espansione, spinto dall'affermazione del mobile commerce, dalla crescente personalizzazione dell'esperienza utente e dall'internazionalizzazione delle imprese. In un mercato sempre più competitivo, le aziende italiane hanno dovuto **adattarsi a un consumatore più esigente, connesso e orientato alla comodità e alla velocità**.

L'uso dello **smartphone** è diventato il **principale canale di acquisto online**, con oltre il 50% delle transazioni digitali effettuate da dispositivi mobili. Questo ha reso indispensabile per le aziende investire in piattaforme ottimizzate, app performanti e strategie di engagement sempre più mirate. Allo stesso tempo, l'intelligenza artificiale e il machine learning hanno trasformato l'interazione con i consumatori, permettendo di offrire raccomandazioni personalizzate e migliorare l'esperienza di navigazione.

Parallelamente, i marketplace globali hanno rafforzato il loro dominio, offrendo alle imprese italiane nuove opportunità di espansione. **Amazon, eBay e Alibaba** sono diventati strumenti fondamentali per raggiungere mercati internazionali, con il programma **Made in Italy** di **Alibaba** che ha permesso a numerosi brand italiani di posizionarsi in Cina tramite piattaforme come **Tmall Global**.

bigliamento virtualmente o visualizzare un mobile nella propria casa prima dell'acquisto è diventato un valore aggiunto strategico per molti brand.

Infine, la sostenibilità ha assunto un ruolo centrale. I consumatori hanno iniziato a richiedere maggiore trasparenza e responsabilità sociale, spingendo le aziende a sviluppare soluzioni di packaging eco-friendly e a rendere la logistica più sostenibile, con l'obiettivo di ridurre le emissioni di CO2.

Il quadriennio 2016-2019 ha dunque segnato un passaggio cruciale per l'eCommerce italiano, che da settore in crescita è diventato un ecosistema maturo, fortemente influenzato dalla tecnologia, dall'integrazione tra mercati globali e da un'attenzione sempre maggiore alla sostenibilità.

GDPR

Il **2018** è stato un anno cruciale per il panorama digitale europeo con l'introduzione del **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR)**. Questo nuovo quadro normativo ha avuto un impatto significativo sull'eCommerce, imponendo alle aziende di adattare le proprie politiche di gestione dei dati personali. In Italia, Netcomm ha giocato un ruolo chiave nel supportare le imprese nella transizione, organizzando workshop e fornendo linee guida per garantire la conformità.

Netcomm Academy: l'impegno continuo per la digitalizzazione

Tra il **2016** e il **2019**, Netcomm ha rafforzato il proprio impegno nella **formazione e aggiornamento**, promuovendo iniziative per supportare la digitalizzazione delle imprese e la crescita dell'eCommerce. Uno dei progetti più rilevanti è stata la **Netcomm Academy**, un programma dedicato allo sviluppo delle competenze nel digital retail.

netcomm
ACADEMY

Nel **2023**, la Netcomm Academy si è evoluta in una piattaforma formativa esclusiva per i Soci di Netcomm, offrendo **oltre 400 contenuti** tra video, webinar ed eventi. I temi trattati spaziano dalle basi dell'eCommerce alle tecnologie più avanzate, fornendo strumenti concreti per affrontare le sfide della trasformazione digitale.

Con questa iniziativa, Netcomm si è affermato come **punto di riferimento per la formazione nel settore**, anticipando i trend e offrendo risorse strategiche per aziende e professionisti dell'eCommerce.



La piattaforma della Netcomm Academy che ospita oltre 400 contenuti video sull'eCommerce



Ecommerce Monitor

Ecommerce Monitor, lanciato da Netcomm, è un progetto editoriale che fornisce aggiornamenti sulle tendenze e le novità del mercato dell'eCommerce attraverso un portale online, una newsletter settimanale e canali social. Rivolto a imprese in trasformazione digitale e professionisti del settore, tratta temi che spaziano dai dati di mercato alle tecnologie emergenti e alle strategie di marketing digitale.

Le Pubblicazioni di Netcomm

Netcomm ha ampliato il proprio impegno nella diffusione della cultura digitale e del commercio digitale anche attraverso la pubblicazione di opere chiave.



Digital marketing per l'eCommerce e il new retail

Il libro "Digital marketing per l'eCommerce e il new retail", scritto da Roberto Liscia e Mario Bagliani, si configura come una guida completa per orientarsi nel complesso mondo del digital marketing applicato all'eCommerce.

La fine dello shopping online

Nel libro "La fine dello shopping online", scritto da Roberto Liscia e Wijnand Jongen, gli autori esplorano le profonde trasformazioni che il retail sta attraversando, ponendo particolare attenzione al ruolo dell'intelligenza artificiale, dello shopping mobile e dell'economia di condivisione.

Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale

Nel 2017, Netcomm, insieme ad altre organizzazioni leader come UPA, Assocom, IAB Italia e Fedoweb, ha contribuito alla pubblicazione del primo "Libro Bianco sulla Comunicazione Digitale", una guida nata per rispondere alla crescente esigenza di trasparenza nel settore della pubblicità online.



Netcomm FORUM cresce

Con il passare degli anni, il **Netcomm Forum** ha registrato una crescita esponenziale, consolidando la propria posizione come appuntamento principale per il commercio elettronico e la trasformazione digitale in Italia. Nel **2012**, la settima edizione del Forum si sposta al **MiCo di Milano**, accogliendo circa **4.000 partecipanti** tra aziende, professionisti e giornalisti. Questo cambiamento non solo segna un'espansione in termini di spazi e pubblico, ma conferma il Forum come luogo imprescindibile per discutere delle sfide e delle opportunità del futuro digitale. Il **2016** rappresenta un ulteriore punto di svolta: l'undicesima edizione si estende su **due giornate**, registrando la presenza di **10.000 partecipanti**. Questo record di presenze testimonia la crescente centralità del Forum per l'ecosistema digitale italiano.

Netcomm FOCUS: approfondimenti verticali per settori chiave

Un'altra importante iniziativa di Netcomm è stata il lancio del programma **Netcomm FOCUS**, una serie di eventi dedicati all'approfondimento di specifici settori e temi chiave dell'economia digitale italiana. Ogni appuntamento del programma è stato pensato per offrire dati, trend e case study che caratterizzano l'evoluzione digitale delle singole industry.

Questi eventi hanno rappresentato momenti di confronto tra le realtà più importanti e innovative delle filiere digitali e logistiche, contribuendo a creare una rete di collaborazione e scambio di idee. Il format ha permesso di esplorare settori come il fashion, il food, il pharma e il B2B, offrendo insight strategici e operativi per le imprese che desiderano rafforzare la propria presenza nel mercato digitale.

Tra le tematiche sviluppate:

- **Digital Payment**
- **Pagamenti Digitali**
- **Logistica & Packaging**
- **B2B Digital Commerce**
- **Fashion & Lifestyle**
- **Food & Grocery**
- **Health & Pharma**
- **Marketplace & Digital Export**



Netcomm Consumers L@b

Netcomm Consumers L@b, nato dalla collaborazione tra Netcomm e 13 Associazioni Consumatori con il supporto del Centro Europeo Consumatori, promuove la cultura digitale, le buone prassi nell'eCommerce e la tutela dei diritti dei consumatori. Con sei obiettivi chiave, tra cui migliorare la professionalità degli operatori, garantire sicurezza e accessibilità, e diffondere l'alfabetizzazione digitale, il progetto traduce questi principi in azioni concrete. Tra queste figurano un osservatorio permanente sul mercato online, momenti di networking, eventi formativi, materiali informativi e iniziative per promuovere il Sigillo Netcomm.



L'Accelerazione Digitale (2020-2024)

L'emergenza sanitaria legata al **COVID-19** ha segnato una svolta per l'eCommerce in Italia, accelerando la **digitalizzazione** di imprese e consumatori. Con le restrizioni e la chiusura dei negozi fisici, il commercio elettronico è diventato un canale essenziale per l'acquisto di beni e servizi, trasformando in pochi mesi le abitudini di milioni di italiani.

Durante il lockdown, categorie come il **grocery** hanno registrato un aumento del **70%**, mentre settori come **elettronica, abbigliamento e fitness** hanno visto una crescita significativa grazie alla diffusione dello **smart working** e della **didattica a distanza**.

Parallelamente, l'espansione del **5G** ha migliorato la connettività, favorendo lo sviluppo di nuove esperienze di acquisto basate su **intelligenza artificiale e realtà aumentata**.

Le **PMI italiane**, tradizionalmente legate ai canali fisici, hanno investito nella creazione di **siti eCommerce**, nell'uso dei **social media come canali di vendita** e nell'ottimizzazione delle proprie piattaforme digitali. Netcomm ha giocato un ruolo chiave in questo processo, promuovendo **programmi di supporto e formazione** per accompagnare le imprese nella trasformazione digitale.

La pandemia ha consolidato nuove modalità di acquisto, rendendo l'eCommerce una **scelta primaria anche dopo la riapertura dei negozi fisici**. Fenomeni come il **click-and-collect**, la **consegna a domicilio** e la crescita del **mobile commerce** hanno ridefinito le aspettative dei consumatori, imponendo nuovi standard di velocità, convenienza e sicurezza.

Le risposte di Netcomm alle nuove esigenze di aziende e consumatori

La pandemia da COVID-19 ha rappresentato una svolta epocale per il mondo del commercio e dell'economia digitale. In un contesto di emergenza sanitaria, caratterizzato da lockdown e restrizioni, Netcomm si è adattato rapidamente, trasformando le proprie iniziative e portandole interamente online. L'obiettivo è stato quello di rispondere alle esigenze emergenti di aziende e consumatori, supportando la digitalizzazione e promuovendo il commercio elettronico come strumento essenziale per garantire la continuità delle attività economiche.

Solidarietà Digitale e Porta il tuo Negozio Online: sostegno alle imprese e ai consumatori

Nel quadro dell'iniziativa **Solidarietà Digitale**, promossa dal Ministro per l'Innovazione Tecnologica e la Digitalizzazione, Netcomm ha lanciato il progetto **Porta il tuo Negozio Online**. Questo programma è stato ideato per sostenere i commercianti locali, offrendo loro strumenti concreti per integrare i canali digitali nelle proprie attività.

L'iniziativa, parte del progetto **"Vicini e Connessi"**, ha permesso ai negozianti di prossimità di scoprire come utilizzare il digitale per comunicare con i clienti, vendere online e gestire le consegne.



Accelera con Amazon

L'iniziativa **Accelera con Amazon** ha previsto una serie di webinar formativi dedicati alle **PMI**, fornendo strumenti pratici per sviluppare **progetti eCommerce** di successo. Gli incontri hanno affrontato temi chiave come la gestione degli store, il digital marketing e le operazioni logistiche, offrendo alle imprese una visione completa delle opportunità offerte dai marketplace.

netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

amazon Accelera con Amazon



Netcomm per il Paese: un'iniziativa solidale durante l'emergenza Covid-19

Durante i momenti più critici dell'**emergenza Coronavirus**, Netcomm ha promosso un'iniziativa di **supporto** concreta per consumatori e imprese, raccogliendo e condividendo informazioni pratiche, strumenti e materiali utili attraverso il proprio sito. L'obiettivo era quello di contribuire alla tenuta e alla ripartenza del sistema economico e sociale, facendo leva sui valori fondanti del Consorzio: collaborazione, condivisione della conoscenza e fiducia nel digitale. In un momento in cui l'e-commerce si è rivelato un'ancora per molti settori, Netcomm ha voluto offrire un punto di riferimento per affrontare l'emergenza con spirito costruttivo e visione futura.

EMERGENZA CORONAVIRUS

Informazioni e Documenti aggiornati giorno per giorno



Roberto Liscia

Presidente Netcomm e Executive Board Member Ecommerce Europe

Netcomm FORUM Live

Nel 2020, il **Netcomm Forum** si è trasformato in un evento completamente virtuale, con edizioni a maggio e ottobre, adattandosi al contesto della pandemia. Grazie a piattaforme digitali avanzate, ha continuato a offrire formazione, aggiornamento e networking, con conferenze su temi cruciali come le nuove dinamiche di consumo e la resilienza delle imprese. Il focus sull'interazione tra partecipanti è stato mantenuto tramite strumenti online per meeting, tavole rotonde e workshop interattivi, ricreando l'atmosfera di confronto tipica del Forum. La disponibilità on demand dei contenuti ha ampliato l'accessibilità, raggiungendo un pubblico più vasto. Questa trasformazione ha reso il Netcomm Forum un esempio di resilienza e innovazione, supportando le aziende nell'adozione delle tecnologie digitali e confermandosi punto di riferimento per l'ecosistema del commercio digitale.

Comprendere i cambiamenti: le ricerche di Netcomm sull'ecosistema dell'eCommerce italiano

Tra il 2020 e il 2024, il settore dell'eCommerce ha vissuto un'espansione senza precedenti in Italia, spinta dalle nuove esigenze dei consumatori e dalla trasformazione digitale accelerata dalla pandemia. In questo contesto, le **ricerche condotte da Netcomm** hanno svolto un ruolo cruciale, fornendo dati e analisi fondamentali per comprendere le dinamiche del mercato, identificare le tendenze emergenti e guidare le strategie delle aziende.

Netcomm Delivery Index: monitorare le spedizioni dell'eCommerce

In collaborazione con **Poste Italiane**, il **Netcomm Delivery Index** rappresenta la prima analisi strutturata sulle spedizioni dell'eCommerce italiano. Grazie all'integrazione dei dati di diversi operatori logistici, questa ricerca permette di **mappare le performance delle consegne**, evidenziare le preferenze dei consumatori e individuare aree di miglioramento per ottimizzare l'efficienza del settore.



NetRetail Books: l'acquisto di libri nell'era digitale

Con **NetRetail Books**, Netcomm ha esplorato il mercato della vendita online di libri, analizzando il crescente utilizzo delle piattaforme digitali per l'acquisto sia di volumi cartacei che di eBook. Questo studio fornisce **dati utili per editori e rivenditori**, aiutandoli ad adattare le proprie strategie in un settore in continua trasformazione.



L'eCommerce crea Valore per l'Italia

La ricerca analizza l'impatto dell'eCommerce sull'economia italiana, concentrandosi su **occupazione, crescita del fatturato e innovazione**. Lo studio evidenzia come il commercio digitale non solo favorisce la crescita delle aziende coinvolte, ma rappresenta anche un **fattore chiave di trasformazione per il tessuto produttivo italiano**, accelerando la digitalizzazione e la competitività delle imprese.



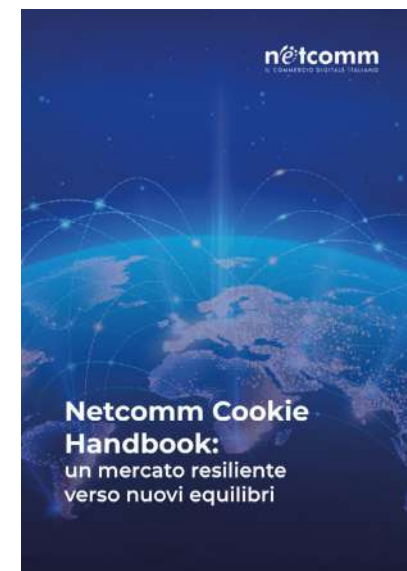
On-life Health Manifesto

L'**On-Life Health Manifesto**, lanciato da Netcomm durante la pandemia, ha delineato una visione strategica per il **Digital Health & Pharma** in Italia e in Europa, in collaborazione con istituzioni come Humanitas, Medtronic Italia e MSD Italia. Il manifesto mira a promuovere la digitalizzazione del settore, migliorare l'accessibilità e l'interoperabilità dei dati per stimolare ricerca e innovazione, e dialogare con i policy maker per adeguare le normative e favorire l'integrazione europea.



Netcomm Cookie Handbook

Il **Netcomm Cookie Handbook** è una guida digitale periodicamente aggiornata che analizza le implicazioni della transizione cookieless, offrendo alle aziende soluzioni pratiche per riorganizzare le strategie di marketing e conformarsi alle nuove normative.



I Nuovi trend dell'eCommerce: Marketplace, Export e Sostenibilità

Dal **2020**, l'eCommerce ha subito un'accelerazione senza precedenti grazie a **innovazioni tecnologiche, nuove abitudini dei consumatori e una crescente attenzione a sostenibilità e privacy dei dati**. Tra i trend chiave emergono il **ruolo dominante dei marketplace**, l'espansione verso i mercati internazionali, la ricerca di **soluzioni sostenibili nella logistica e nel packaging**. Netcomm ha risposto a queste trasformazioni con iniziative e programmi formativi, aiutando le aziende italiane a navigare il cambiamento e a restare competitive.

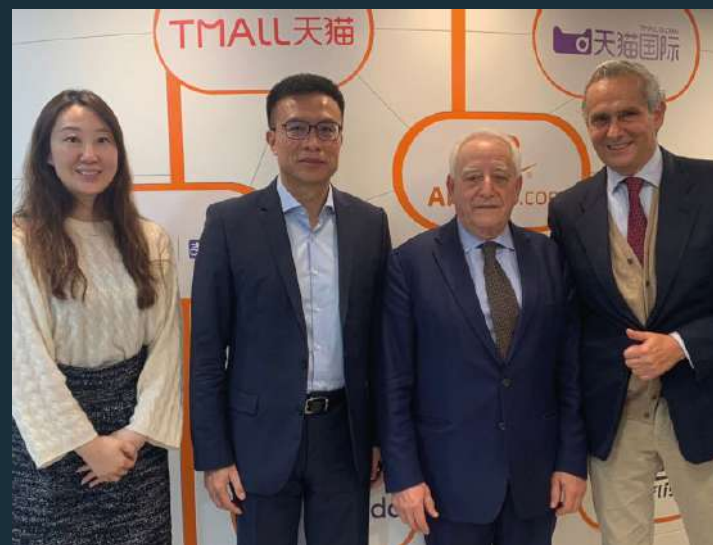
Marketplace & Export: motori di crescita per l'eCommerce italiano

Il ruolo dei marketplace come catalizzatori per la digitalizzazione e l'espansione internazionale delle imprese italiane è stato al centro di numerose iniziative di Netcomm. Attraverso progetti specifici, il Consorzio ha offerto supporto alle imprese per comprendere le dinamiche dei principali marketplace, sia nazionali che internazionali.

Un'altra iniziativa di rilievo è stata l'evento **"Marketplace: motori per l'accelerazione Digitale delle Imprese Italiane"**, durante il quale esperti e rappresentanti di marketplace come Amazon, Alibaba, eBay e ManoMano hanno esplorato il ruolo di questi canali nello sviluppo del Made in Italy. Questo evento è stato anche l'occasione per lanciare il **Marketplace Lab**, un laboratorio di idee nato per supportare le aziende italiane nello sviluppo di strategie di crescita vincenti sui marketplace. Con il progetto **Netcomm CHINA**, Netcomm ha ampliato il proprio sostegno alle imprese italiane, aiutandole a penetrare il mercato cinese e altri mercati internazionali attraverso progetti digitali sui principali marketplace locali. Grazie a questa iniziativa, Netcomm ha sviluppato competenze specifiche e una rete di fornitori in Cina, in grado di coprire le diverse aree di operatività, come la logistica, il marketing digitale, la gestione delle vendite e l'adeguamento alle normative locali.

netcomm
CHINA

Infine, la collaborazione con **Alibaba** ha portato all'organizzazione della **Netpreneur Masterclass Italy**, un programma di formazione per l'imprenditoria digitale che ha messo a disposizione delle aziende italiane conoscenze e strumenti per affrontare le sfide del mercato globale.



Roberto Liscia e il team di Alibaba

Sostenibilità: un pilastro strategico

La sostenibilità è diventata una priorità per il settore dell'eCommerce, in particolare in ambiti come il packaging e la logistica. Netcomm, in collaborazione con **Comieco**, ha sviluppato il documento **"Il Packaging al centro dell'e-commerce"**, contenente best practice e linee guida per un uso sostenibile del packaging.

Il documento propone **otto consigli chiave** per aiutare le aziende a ridurre l'impatto ambientale del packaging, promuovendo pratiche che siano al tempo stesso sostenibili ed efficienti.



La Rivoluzione dell'AI e il Progetto NetcoPilot

L'Intelligenza Artificiale sta rivoluzionando il modo in cui interagiamo con il digitale, trasformando processi, esperienze e strategie in ogni settore, incluso quello dell'eCommerce. Consapevole del potenziale di questa tecnologia, Netcomm ha lanciato **NetcoPilot**, un progetto innovativo che integra l'AI nelle attività del consorzio per migliorare l'esperienza degli utenti e anticipare il futuro del commercio digitale.

The logo for NetcoPilot features the word "netcoPilot" in a blue, sans-serif font. The "e" in "netco" is stylized with a red and green starburst graphic.

Questo progetto non si limita all'ottimizzazione dei servizi attuali, ma getta le basi per la creazione del primo Large Language Model (LLM) specializzato nell'eCommerce. Questo modello linguistico avanzato sarà in grado di rispondere a domande complesse, analizzare dati e trend di mercato, e generare contenuti personalizzati come report e guide strategiche.

Il Manifesto per l'eCommerce: Una Visione per il Futuro dell'Europa

In un momento cruciale per il futuro dell'Unione Europea, **Netcomm ed Ecommerce Europe** hanno unito le forze per lanciare il **Manifesto per l'eCommerce**, intitolato *"Digital Commerce: la nostra visione per il futuro dell'Europa"*. Questo documento, presentato in occasione delle Elezioni Europee del 2024, rappresenta una dichiarazione di intenti e una roadmap per sfruttare il potenziale del commercio digitale come motore di crescita, sostenibilità e competitività per l'economia europea. Il Manifesto parte da una constatazione fondamentale: l'Europa si trova a un punto di svolta. La prossima legislatura europea avrà un impatto decisivo sulla capacità del continente di abbracciare un'economia più **digitale e circolare**, rimanendo un attore competitivo a livello globale.

La resilienza economica dell'Unione dipenderà dalla capacità delle sue imprese di innovare e adattarsi alle sfide in continua evoluzione. In questo contesto, il commercio digitale emerge come un settore chiave per realizzare gli obiettivi del mercato unico, facilitando la digitalizzazione delle imprese e il loro accesso ai mercati esteri.





Netcomm FORUM 2024: l'edizione dei record

La diciannovesima edizione del Netcomm Forum, tenutasi il 9 e 10 maggio 2024, ha segnato un momento cruciale per l'ecosistema digitale italiano e internazionale, con oltre **30.000 accessi** e un tema centrale incentrato sull'innovazione: **"THE INTELLIGENCE COMMERCE. Composable & Fluid"**. Con 350 relatori, 300 aziende espositrici e più di 200 sessioni tra conferenze e workshop, l'evento ha esplorato come tecnologie avanzate come AI, blockchain, automazione e social commerce stiano rivoluzionando il settore eCommerce, rendendolo più scalabile e flessibile.

L'edizione ha sottolineato l'internazionalizzazione del Forum, coinvolgendo aziende globali e rappresentanti di **Ecommerce Europe**, e ha offerto alle imprese italiane strumenti per espandersi sui mercati esteri. Questo evento, con il suo impatto significativo, ha rafforzato il ruolo del Netcomm Forum come hub di innovazione e crescita per il commercio digitale.

L'eCommerce del Futuro

Per anni, le previsioni sul futuro del commercio digitale hanno oscillato tra lo scetticismo e l'entusiasmo. Molti esperti e imprenditori erano convinti che alcune **barriere culturali** e tecnologiche sarebbero rimaste insormontabili.

Fraasi come:

"La gente non comprerà mai con il telefono"

"I social media sono solo per i più giovani"

"Nessuno acquisterà vestiti senza prima provarli"

"I chatbot non potranno mai sostituire l'uomo"

"Gli italiani non si fideranno mai a pagare online"

sembravano dogmi irremovibili. Eppure, negli ultimi vent'anni, questi luoghi comuni sono stati spazzati via da un'evoluzione tecnologica e sociale inarrestabile.

L'eCommerce ha trasformato radicalmente il modo in cui acquistiamo, vendiamo e ci relazioniamo con i brand. L'avvento degli **smartphone** ha portato lo shopping direttamente nelle nostre tasche, con il **mobile commerce** che oggi rappresenta oltre il 60% delle transazioni online. I **social media** si sono evoluti in veri e propri centri commerciali digitali, dove il **marketing**, l'intrattenimento e l'acquisto si fondono in un'unica esperienza fluida.

Oggi acquistiamo vestiti senza provarli fisicamente, grazie alla **realtà aumentata** e ai **sistemi di reso semplificati**. I **chatbot** e l'**intelligenza artificiale** gestiscono un numero crescente di interazioni con i clienti, offrendo un supporto immediato e personalizzato. E in Italia, il mercato dei **pagamenti digitali** ha registrato una crescita esponenziale, con **wallet digitali**, **bonifici istantanei** e **sistemi di pagamento biometrici** che stanno diventando la norma.

Questa rivoluzione, tuttavia, è solo all'inizio. Nei prossimi anni, nuove **tecnologie** ridefiniranno il concetto stesso di commercio, aprendo scenari impensabili fino a pochi anni fa. Il futuro dell'eCommerce, analizzando le **tendenze emergenti**, le **innovazioni più promettenti** e le **sfide** che attendono aziende e consumatori in un mondo sempre più connesso e interattivo è ancora tutto da scrivere.

Le aziende e i professionisti si devono preparare per ciò che questa trasformazione porta con sé. Il futuro non è scritto, ma chi saprà interpretare i segnali del cambiamento potrà guidare questa rivoluzione anziché subirla.

Il futuro dell'omnicanalità - Integrazione tra Online e Offline

L'**omnicanalità** non è più una strategia opzionale, ma una necessità imposta dalle nuove abitudini di consumo. L'esperienza d'acquisto è sempre più fluida e integrata, con i consumatori che si muovono tra online e offline senza percepire barriere tra i due mondi. I brand devono costruire percorsi d'acquisto coerenti, offrendo interazioni personalizzate in ogni touchpoint. L'**intelligenza artificiale** sarà il motore di questa trasformazione, permettendo alle aziende di analizzare i comportamenti dei clienti in tempo reale e proporre offerte su misura. Anche le **esperienze immersive**, attraverso **realtà aumentata** e **metaverso**, rivoluzioneranno il modo in cui i consumatori interagiscono con i prodotti e i brand. Sarà possibile visitare **negozi virtuali**, provare abiti o arredamenti in ambienti digitali e finalizzare acquisti direttamente dalle piattaforme social. La **logistica** sarà un altro elemento chiave dell'omnicanalità del futuro, con soluzioni sempre più flessibili come il **ritiro in negozio**, i **locker automatizzati** e le **consegne ultrarapide**. I punti vendita fisici, pur mantenendo un ruolo centrale, subiranno una profonda trasformazione. Non saranno più semplici spazi di vendita, ma **hub esperienziali** in cui il cliente potrà interagire con il brand in modo immersivo e personalizzato. L'**automazione** eliminerà le casse tradizionali, grazie a **sistemi di riconoscimento facciale** e **dispositivi mobili** che permetteranno di pagare senza interruzioni. Parallelamente, i **social media** diventeranno sempre più strumenti di vendita diretta, con il **social commerce** e il **live shopping** che guideranno l'interazione tra brand e consumatori.

Un altro aspetto cruciale sarà la **sostenibilità**. I consumatori sono sempre più consapevoli dell'impatto ambientale dei loro acquisti e premieranno i brand che adotteranno soluzioni di **packaging ecologico**, **logistica sostenibile** e **modelli di economia circolare**. L'omnicanalità del futuro sarà quindi caratterizzata da un equilibrio tra **innovazione tecnologica**, **centralità dell'esperienza del cliente** e **attenzione alla sostenibilità**.

A hand is holding a stack of wooden blocks. The top row consists of four blocks with icons: a smartphone, a laptop with a Wi-Fi signal, a magnifying glass, and a shopping cart. The middle block is a single long block with the word "OMNICHANNEL" in bold, black, sans-serif capital letters. The bottom row consists of four blocks with icons: a rocket, a bar chart with an upward arrow, a group of three people, and a lightbulb with a gear inside.

OMNICHANNEL

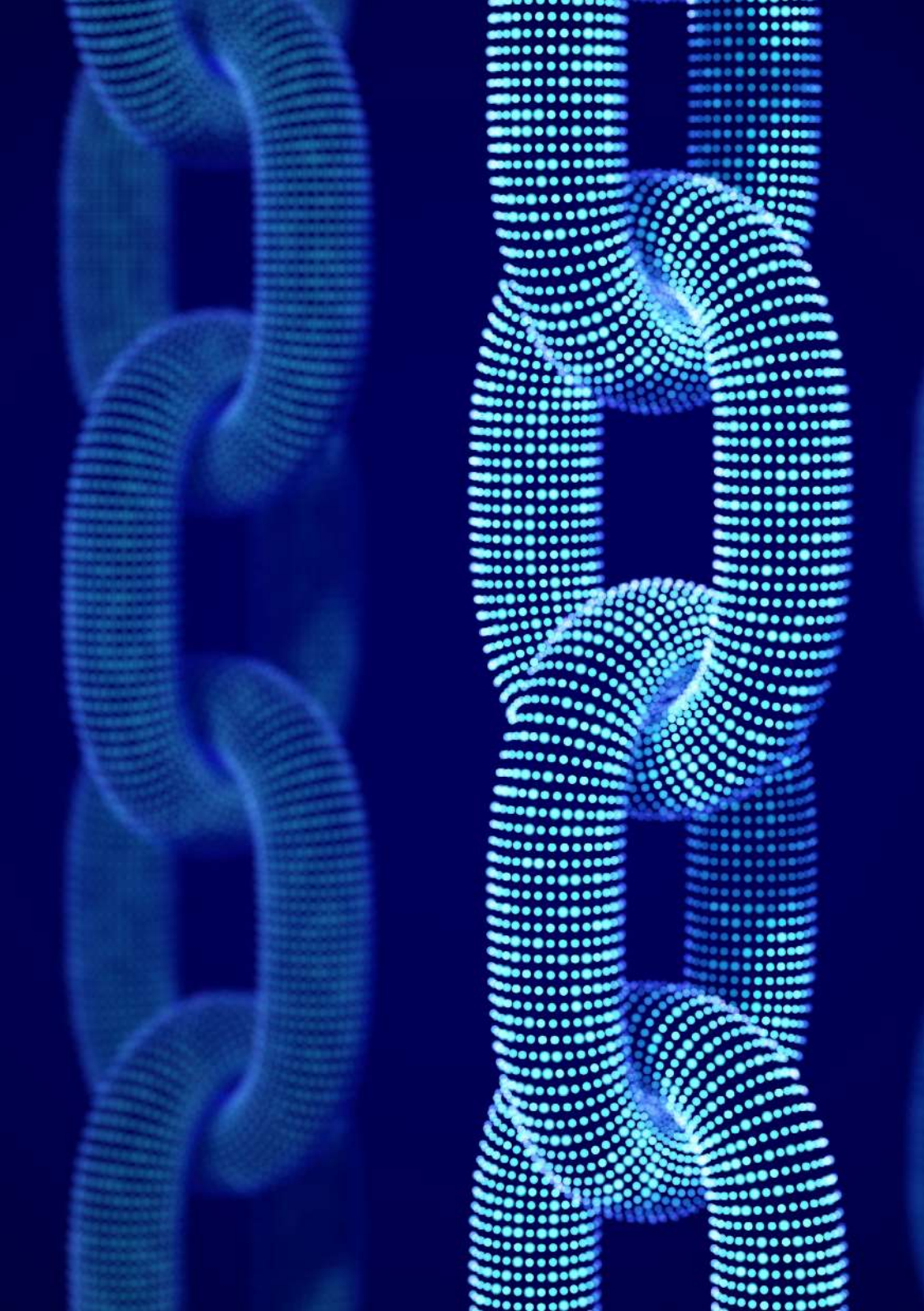
Le grandi tecnologie che ridefiniranno l'eCommerce

L'**intelligenza artificiale** avrà un ruolo sempre più centrale nel commercio digitale, rivoluzionando la **personalizzazione** dell'esperienza d'acquisto. Gli **algoritmi di machine learning** saranno in grado di anticipare le esigenze dei consumatori, suggerendo prodotti prima ancora che vengano cercati. Anche gli **assistenti vocali** e i **chatbot** diventeranno sempre più sofisticati, sostituendo progressivamente il servizio clienti tradizionale e migliorando l'interazione tra brand e utenti.

Parallelamente, la **blockchain** trasformerà il settore dell'eCommerce garantendo maggiore **sicurezza, trasparenza e tracciabilità** lungo l'intera supply chain. La possibilità di certificare l'autenticità dei prodotti attraverso registri digitali permetterà di contrastare la contraffazione, soprattutto nei settori del lusso e del second-hand. Inoltre, grazie agli **NFT**, i brand potranno sviluppare nuovi programmi di fidelizzazione basati su esperienze esclusive e premi digitali.

L'esperienza d'acquisto sarà sempre più immersiva grazie alla **realtà aumentata** e alla **realtà virtuale**. I consumatori potranno provare abiti, accessori o mobili direttamente dal proprio smartphone, eliminando l'incertezza tipica dello shopping online. Il metaverso offrirà nuove possibilità di interazione tra brand e clienti, con **negozi virtuali** in cui esplorare prodotti e partecipare a eventi digitali esclusivi.

Anche la **logistica** subirà un'evoluzione significativa, con l'adozione di **droni** e **robot** per le consegne, la gestione automatizzata dei magazzini e i sistemi di pagamento sempre più fluidi e invisibili. L'eCommerce del futuro sarà caratterizzato da un'esperienza completamente integrata, dove ogni fase dell'acquisto, dalla scoperta del prodotto alla consegna, sarà ottimizzata dalla tecnologia.



I nuovi consumatori e il cambiamento delle abitudini di acquisto

Negli ultimi anni, il modo in cui le persone acquistano è cambiato radicalmente. Le nuove generazioni, cresciute in un contesto digitale, hanno trasformato il commercio in un'esperienza immediata, fluida e personalizzata. La **Gen Z** e la **Generazione Alpha** vedono lo shopping come un'estensione della loro vita sociale, influenzata dai **social media** e dagli **influencer**. Per loro, il valore di un brand non si misura solo nella qualità del prodotto, ma anche nella sua **autenticità**, nella **sostenibilità** e nella capacità di offrire **esperienze uniche**.

La **sostenibilità** è diventata un criterio essenziale nella scelta dei brand, spingendo le aziende ad adottare modelli di business più responsabili. Il mercato del **second-hand**, un tempo di nicchia, è in forte espansione grazie a piattaforme come **Vinted** e **Depop**, mentre l'attenzione all'impatto ambientale ha portato molte aziende a investire in **logistica sostenibile** e **packaging ecologico**. La crescente richiesta di **personalizzazione** sta spingendo l'eCommerce verso modelli sempre più basati sull'**intelligenza artificiale** e sulla generazione di **contenuti dinamici**. Le piattaforme digitali analizzano le preferenze dei consumatori in tempo reale, offrendo consigli d'acquisto su misura e interazioni sempre più personalizzate.

Anche la **rapidità nelle consegne** è diventata un elemento chiave per soddisfare le aspettative dei consumatori. Le aziende stanno investendo in soluzioni logistiche avanzate, come **magazzini urbani** e **consegne autonome**, per ridurre i tempi di attesa e migliorare l'esperienza complessiva di acquisto.

In questo nuovo contesto, la **fiducia nel brand** gioca un ruolo fondamentale. I consumatori si affidano sempre meno alla pubblicità tradizionale e sempre più alle **recensioni**, ai **feedback degli utenti** e alle **esperienze condivise**. Le aziende che sapranno costruire **relazioni autentiche** con il proprio pubblico e offrire un **servizio clienti eccellente** avranno un vantaggio competitivo significativo nel mercato digitale.



Il futuro dell'offerta: come devono evolversi i settori

Ogni settore sta vivendo una trasformazione guidata dalla **digitalizzazione** e dalla **sostenibilità**. Il settore alimentare sta evolvendo verso modelli di eCommerce di prossimità, con l'integrazione di **intelligenza artificiale** per suggerire piani alimentari personalizzati e ridurre gli sprechi. La moda sta abbracciando il mercato del **second-hand** e la trasparenza nella **supply chain**, con **passaporti digitali** per certificare la provenienza e la qualità dei capi.

Nel settore del benessere, le **esperienze immersive** stanno rivoluzionando il fitness e la salute mentale, con sessioni di allenamento in **realtà virtuale** e piattaforme digitali per la psicologia online. Anche il design d'interni sta evolvendo con l'adozione della **realtà aumentata**, permettendo ai consumatori di visualizzare mobili e decorazioni nei propri spazi prima dell'acquisto.

L'elettronica di consumo sta passando da un modello di possesso a uno basato sull'**accesso**, con abbonamenti che permettono di utilizzare dispositivi sempre aggiornati senza acquistarli definitivamente. Questa trasformazione, guidata dall'**innovazione** e dalla **centralità del consumatore**, ridefinirà i modelli di business e le strategie di vendita nei prossimi anni.





Il futuro della logistica e della supply chain per eCommerce

La **logistica** sta diventando sempre più centrale per il successo dell'eCommerce. I consumatori richiedono **velocità, flessibilità e sostenibilità** nelle consegne, spingendo le aziende a ripensare le strategie di distribuzione. L'**automazione dei magazzini**, grazie a **robot e intelligenza artificiale**, sta accelerando i tempi di gestione degli ordini, riducendo errori e migliorando l'efficienza della **supply chain**.

Anche il cosiddetto "**ultimo miglio**" sta vivendo una rivoluzione, con soluzioni innovative come droni, **veicoli elettrici autonomi** e **locker automatizzati** che riducono l'impatto ambientale e migliorano la rapidità delle consegne. Le città stanno sperimentando **micro-hub logistici** per ottimizzare la distribuzione locale e diminuire il traffico urbano.

La **sostenibilità** sta diventando un elemento imprescindibile della logistica eCommerce. Le aziende stanno investendo in **imballaggi riciclabili** e riduzione degli sprechi, mentre nuovi modelli di consegna basati sulla **condivisione** e sull'**efficienza energetica** stanno riducendo l'impronta ambientale. In futuro, la logistica sarà sempre più integrata e personalizzata, con servizi su misura per le esigenze dei consumatori.

Il futuro dei pagamenti digitali

Il settore dei **pagamenti digitali** sta evolvendo rapidamente, eliminando sempre più barriere tra il desiderio di acquisto e la transazione. I **pagamenti biometrici**, basati su impronte digitali e riconoscimento facciale, stanno rendendo le operazioni più fluide e sicure, mentre l'**intelligenza artificiale** sta migliorando la gestione del credito con soluzioni come il **Buy Now Pay Later (BNPL)**, che permette di dilazionare i pagamenti senza interessi.

I **wallet digitali** stanno diventando piattaforme finanziarie complete, offrendo servizi che vanno oltre il semplice pagamento, integrando investimenti, gestione delle criptovalute e programmi fedeltà. L'**open banking** sta rivoluzionando il settore, permettendo alle aziende di offrire pagamenti diretti e più trasparenti senza intermediari.

Anche il concetto di **checkout** sta scomparendo. Nei negozi fisici, sistemi basati sul **riconoscimento facciale** e sulla **geolocalizzazione** permettono di pagare automaticamente, senza bisogno di estrarre il portafoglio. Nell'eCommerce, i **pagamenti vocali** e l'**intelligenza artificiale** stanno semplificando ulteriormente il processo d'acquisto, trasformando il modo in cui i consumatori interagiscono con i brand.



Marketplace, social commerce e nuove piattaforme di vendita

L'eCommerce sta attraversando una trasformazione che lo sta rendendo sempre più integrato con il mondo dell'intrattenimento e della socialità. I **marketplace tradizionali**, come **Amazon** e **Alibaba**, restano dominanti, ma stanno emergendo nuove **piattaforme verticali specializzate** che offrono esperienze d'acquisto più curate e personalizzate.

Parallelamente, il **social commerce** sta diventando una forza trainante del settore. **Instagram Shopping**, **TikTok Shop** e **YouTube Live Shopping** stanno trasformando i social network in veri e propri centri commerciali digitali, dove l'utente scopre i prodotti attraverso contenuti interattivi e dirette streaming. Il **live shopping**, già esploso in Cina, sta conquistando anche i mercati occidentali, creando un'esperienza d'acquisto più coinvolgente e immediata.

Anche il modello **peer-to-peer** sta crescendo, con piattaforme come **Vinted** e **Depop** che permettono agli utenti di vendere e acquistare prodotti di seconda mano in modo sempre più semplice e sicuro. Le aziende dovranno adattarsi a questo nuovo scenario, combinando **marketplace**, **social media** e **strategie di vendita diretta** per mantenere un contatto costante con i propri clienti.





Le città del futuro - da spazio fisico a piattaforma digitale

Le città stanno diventando **ecosistemi digitali interconnessi**, in cui commercio, turismo e servizi si fondono in un'unica esperienza integrata. L'**innovazione tecnologica** sta trasformando gli spazi urbani in **piattaforme intelligenti**, dove il confine tra fisico e digitale si dissolve.

Il **turismo esperienziale** è uno degli ambiti più influenzati da questa evoluzione. I visitatori non si limitano più a esplorare una città, ma vogliono interagire con la sua cultura e i suoi prodotti. L'eCommerce permette di prolungare questa esperienza, consentendo ai turisti di acquistare prodotti tipici e artigianali anche dopo il loro viaggio, mantenendo un legame attivo con il territorio.

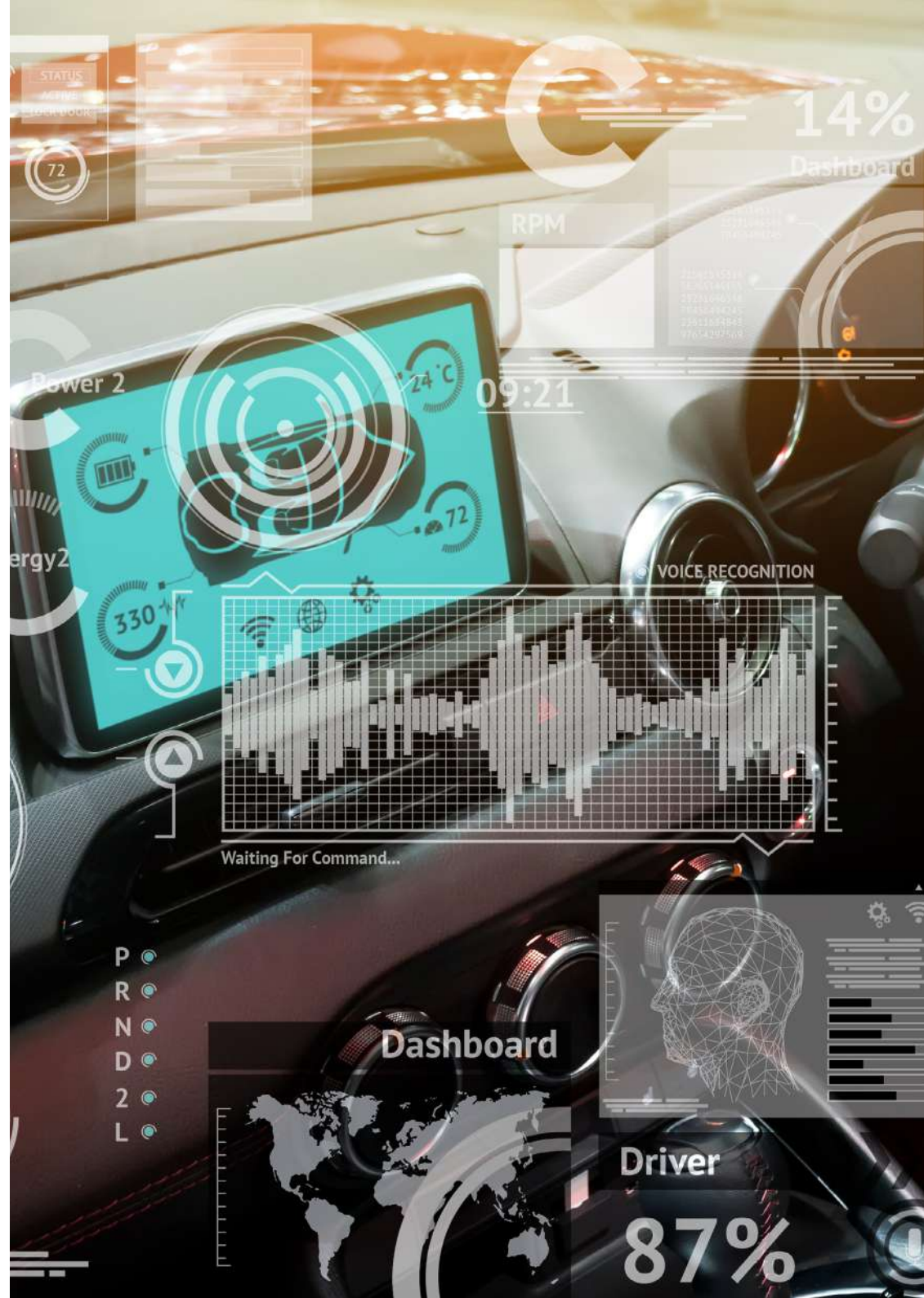
L'integrazione tra **tecnologia** e città richiede un ripensamento anche della **logistica urbana**. **Micro-hub, locker intelligenti e consegne sostenibili** stanno riducendo l'impatto ambientale della distribuzione, mentre l'**intelligenza artificiale** e la **realtà aumentata** stanno migliorando l'esperienza dei visitatori, suggerendo percorsi personalizzati e arricchendo il turismo culturale con contenuti digitali interattivi.

Mobilità e automobili come piattaforme di acquisto

Le auto stanno diventando sempre più connesse, trasformandosi in **piattaforme digitali** capaci di offrire servizi personalizzati e integrati. I **sistemi di infotainment** permettono di pagare il parcheggio, ordinare cibo e prenotare servizi direttamente dallo schermo del cruscotto, rendendo la guida un'esperienza più fluida e interattiva.

L'**intelligenza artificiale** gioca un ruolo chiave in questa trasformazione, personalizzando i suggerimenti di viaggio e gestendo le transazioni in modo automatico. I **pagamenti in mobilità** stanno diventando sempre più invisibili, con sistemi di **riconoscimento vocale e biometrico** che permettono di effettuare acquisti senza interruzioni.

Le auto del futuro non saranno solo mezzi di trasporto, ma veri e propri hub digitali connessi con il resto dell'**ecosistema urbano**, facilitando la **mobilità sostenibile** e migliorando l'efficienza della **logistica cittadina**.





La casa del futuro - un'abitazione intelligente che prevede, analizza e acquista

L'evoluzione della **casa intelligente** sta trasformando l'abitazione in un **ecosistema autonomo** capace di anticipare i bisogni dei suoi abitanti. Grazie all'**intelligenza artificiale** e all'**Internet of Things**, gli elettrodomestici saranno in grado di gestire automaticamente la **spesa**, la **sicurezza** e il **consumo energetico**. Il **frigorifero intelligente** ordinerà il cibo prima che finisca, gli **assistenti vocali** proporranno acquisti basati sulle preferenze dell'utente e i **dispositivi connessi** miglioreranno il benessere quotidiano attraverso **automazioni personalizzate**. Questa rivoluzione porterà a una casa sempre più reattiva e autonoma, eliminando la necessità di molte azioni quotidiane.

L'adozione di queste tecnologie solleva però questioni legate alla **privacy** e alla **sicurezza dei dati**, rendendo necessario un equilibrio tra **innovazione** e **protezione delle informazioni personali**.



Le nuove forme di acquisto autonomo oltre l'uomo, la macchina e la casa

L'**automazione** sta trasformando il processo d'acquisto, portandoci verso un futuro in cui non saranno più solo gli esseri umani a effettuare transazioni, ma anche **dispositivi intelligenti connessi**. Gli **smart wearable**, gli **assistenti vocali** e i **dispositivi IoT** assumeranno un ruolo attivo nella gestione degli acquisti, rilevando bisogni e ordinando prodotti in autonomia.

I **dispositivi indossabili**, come **smartwatch** e **fitness tracker**, potranno suggerire l'acquisto di **integratori alimentari** o **attrezzature sportive** basandosi sui dati biometrici dell'utente. Gli **assistenti vocali**, sempre più evoluti, renderanno il **commercio conversazionale** una realtà quotidiana, anticipando necessità e completando ordini senza bisogno di interazione manuale.

Anche la **mobilità** sarà coinvolta in questa evoluzione. **Auto, moto e biciclette connesse** saranno in grado di gestire in autonomia la manutenzione e gli acquisti di **componenti necessari**, mentre nei negozi fisici l'esperienza di acquisto sarà resa più fluida grazie a **sistemi di pagamento automatizzati** e **senza contatto**. Il futuro degli acquisti sarà sempre più **personalizzato** e **predittivo**, con **dispositivi intelligenti** che semplificheranno la vita dei consumatori.

Il futuro dell'eCommerce B2B tra digitalizzazione e integrazione delle reti commerciali

L'**eCommerce B2B** sta vivendo un cambiamento epocale, con le aziende che stanno abbandonando processi di acquisto manuali per passare a **piattaforme digitali automatizzate**. La crescita dei **marketplace B2B** sta rendendo più semplice l'accesso ai mercati globali, permettendo alle imprese di confrontare fornitori, valutare prezzi e finalizzare ordini con pochi clic.

L'**intelligenza artificiale** e l'**automazione** stanno migliorando la gestione delle **supply chain**, ottimizzando l'**inventario** e personalizzando le offerte in base ai volumi d'acquisto e alle esigenze dei clienti. La **blockchain** sta garantendo maggiore **trasparenza** e **sicurezza** nelle transazioni, mentre l'**Internet of Things** sta rivoluzionando la **logistica** con il **monitoraggio in tempo reale** delle merci.

Nonostante la **digitalizzazione**, le **reti commerciali tradizionali** non scompariranno, ma si evolveranno. Gli **agenti di vendita** utilizzeranno strumenti digitali per migliorare la loro efficienza e offrire un servizio più personalizzato, mentre i **grossisti** adotteranno modelli ibridi che combinano **eCommerce** e **canali fisici**. La sfida per le aziende sarà integrare il digitale senza perdere il valore delle **relazioni umane** nel processo di vendita.



Internazionalizzazione e cross-border eCommerce - nuovi scenari per l'export digitale

L'**eCommerce** sta abbattendo le **barriere geografiche**, consentendo alle aziende di vendere in tutto il mondo con maggiore facilità. Il **commercio digitale globale** è in forte espansione e il **cross-border eCommerce** rappresenta una fetta sempre più significativa delle vendite online. Tuttavia, per avere successo sui mercati internazionali, le aziende devono affrontare sfide legate a **normative**, **logistica** e **differenze culturali**. Adattare la propria offerta a ciascun mercato è essenziale. La **localizzazione** non riguarda solo la lingua, ma anche **metodi di pagamento**, **preferenze d'acquisto** e **strategie di marketing**. Le **piattaforme globali**, come **Amazon** e **Alibaba**, offrono opportunità di espansione, ma richiedono una gestione attenta per evitare criticità legate alla **logistica** e ai **costi di spedizione**. Investire in **strategie localizzate**, ottimizzare le **infrastrutture logistiche** e adottare **modelli di pagamento** adatti a ciascun Paese sarà fondamentale per le aziende che vogliono crescere a livello internazionale. Il futuro dell'**export digitale** sarà sempre più basato su **tecnologie** che riducono le **barriere commerciali** e semplificano l'accesso ai **mercati globali**.



La sostenibilità e la responsabilità nell'eCommerce

L'espansione dell'**eCommerce** ha portato con sé un **impatto ambientale** significativo, spingendo aziende e consumatori a cercare soluzioni più **sostenibili**. La **logistica**, il **packaging** e la **gestione dei resi** sono tra le principali sfide da affrontare per ridurre l'**impronta ecologica** del commercio digitale.

L'**economia circolare** sta guadagnando terreno, con il mercato del **second-hand** in forte crescita grazie a piattaforme come **Vinted** e **Depop**. Anche i grandi brand stanno adottando modelli di business più **sostenibili**, implementando programmi di riciclo e promuovendo l'uso di **materiali ecocompatibili**.

La **logistica** sta vivendo una trasformazione, con l'adozione di **veicoli elettrici**, **droni** per le consegne e **locker intelligenti** che riducono il numero di spedizioni a domicilio. L'**ottimizzazione del packaging**, con **materiali riciclabili** e **riduzione degli sprechi**, sta diventando una priorità per molte aziende.

Anche la **trasparenza della supply chain** è sempre più importante. I consumatori vogliono sapere l'**origine dei prodotti** e le **condizioni di lavoro** dei fornitori. Le aziende stanno rispondendo con **certificazioni ambientali** e **sociali**, garantendo maggiore **responsabilità etica**. Il futuro dell'**eCommerce** dovrà coniugare **innovazione** e **sostenibilità**, con modelli di business che riducono l'**impatto ambientale** senza compromettere l'**efficienza**.



Le prospettive per i prossimi 10 anni - come cambierà l'eCommerce del futuro

Il futuro dell'**eCommerce** sarà caratterizzato da una forte spinta **tecnologica**, con **intelligenza artificiale**, **realtà aumentata** e **blockchain** che trasformeranno l'**esperienza d'acquisto**. La **personalizzazione** diventerà sempre più avanzata, con sistemi capaci di anticipare i bisogni dei consumatori e offrire suggerimenti su misura.

L'**AI** ottimizzerà la gestione degli **stock**, riducendo sprechi e inefficienze, mentre la **realtà aumentata** consentirà ai clienti di provare virtualmente prodotti prima di acquistarli. La **blockchain** migliorerà la **tracciabilità** della **supply chain**, aumentando la fiducia dei consumatori nei brand.

Anche la **logistica** subirà una rivoluzione, con **magazzini automatizzati**, **droni** per le consegne e **veicoli autonomi** che ridurranno tempi e costi. I **metodi di pagamento** diventeranno sempre più fluidi, con **riconoscimento facciale** e **impronte digitali** che renderanno le transazioni istantanee.

I **modelli di business** si evolveranno, con una crescente adozione del **Direct-to-Consumer (D2C)**, eliminando intermediari e migliorando il rapporto con i clienti. La **Subscription Economy** continuerà a crescere, con sempre più prodotti e servizi offerti in modalità di abbonamento.

Il **marketplace tradizionale** lascerà spazio a **piattaforme più verticali** e **specializzate**, mentre il **social commerce** e il **live shopping** diventeranno i nuovi protagonisti delle vendite online. Nei prossimi dieci anni, la distinzione tra **fisico** e **digitale** scomparirà del tutto, creando un'**esperienza d'acquisto** senza confini.

Le aziende che sapranno abbracciare questa trasformazione, investendo in innovazione e sostenibilità, saranno quelle che guideranno il futuro dell'eCommerce, in un mercato sempre più globale, interconnesso e incentrato sul consumatore.



2005-2025

netcomm

20 ANNI DI RIVOLUZIONE DIGITALE

