



**POLITECNICO**  
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT



# eCommerce B2c in Italia: mercato e trend innovativi

---

Osservatorio eCommerce B2c

Netcomm - School of Management Politecnico di Milano

---

25.06.19





**Samuele Fraternali**

Senior Researcher

*Osservatorio eCommerce B2c*

 **OSSERVATORI.NET**  
digital innovation

[samuele.fraternali@polimi.it](mailto:samuele.fraternali@polimi.it)

# L'Innovazione Digitale

è un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese

## STORY

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.

Gli Osservatori sono oggi un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione, Aggiornamento Continuo e Networking.

## MISSION

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.



DIPARTIMENTO  
DI INGEGNERIA  
GESTIONALE



## Digital Transformation

*Analizzare in modo trasversale i processi di Innovazione Digitale che stanno trasformando l'Italia*

- Agenda Digitale
- Design Thinking for Business
- Digital Transformation Academy
- Startup Hi-tech
- Startup Intelligence

## Digital Solutions

*Studiare specifici ambiti applicativi e infrastrutturali relativi alle nuove tecnologie digitali*

- Artificial Intelligence
- Big Data Analytics & Business Intelligence
- Blockchain & Distributed Ledger
- Cloud Transformation
- eCommerce B2c
- Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b
- Information Security & Privacy
- Internet of Things
- Mobile B2c Strategy
- Mobile Payment & Commerce
- Multicanalità
- Omnichannel Customer Experience
- Smart Working

## Verticals

*Analizzare l'Innovazione Digitale in specifici settori o processi*

- Contract Logistics
- Droni
- eGovernment
- Export
- Fintech & Insurtech
- Food Sustainability
- Gioco Online
- HR Innovation Practice
- Industria 4.0
- Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali
- Innovazione Digitale in Sanità
- Innovazione Digitale nel Retail
- Innovazione Digitale nello Sport
- Innovazione Digitale nel Turismo
- Internet Media
- Kids & Toys
- Mobile Banking
- Professionisti e Innovazione Digitale
- Smart Agrifood
- Smart & Connected Car
- Supply Chain Finance
- Tavolo di Lavoro Acquisti nella PA

# La Piattaforma Multimediale Online ([www.osservatori.net](http://www.osservatori.net))



Aggiornamento  
Continuo

Know-how unico  
attraverso i dati di  
Ricerca



Piattaforma  
multicanale

Oltre 100 Webinar  
all'anno



Contenuti in Italiano  
e in lingua Inglese

Oltre 200  
Pubblicazioni all'anno



Newsletter e Percorsi  
personalizzabili

Oltre 20 Workshop  
all'anno



## Oggetto della stima:

### Domanda

Acquisti online di prodotti e servizi (no home banking, gioco d'azzardo e contenuti digitali) da clienti italiani su siti eCommerce B2c (italiani e stranieri)



### Offerta

Vendite online di prodotti e servizi da siti eCommerce B2c con operatività in Italia a consumatori finali (sia italiani che stranieri)



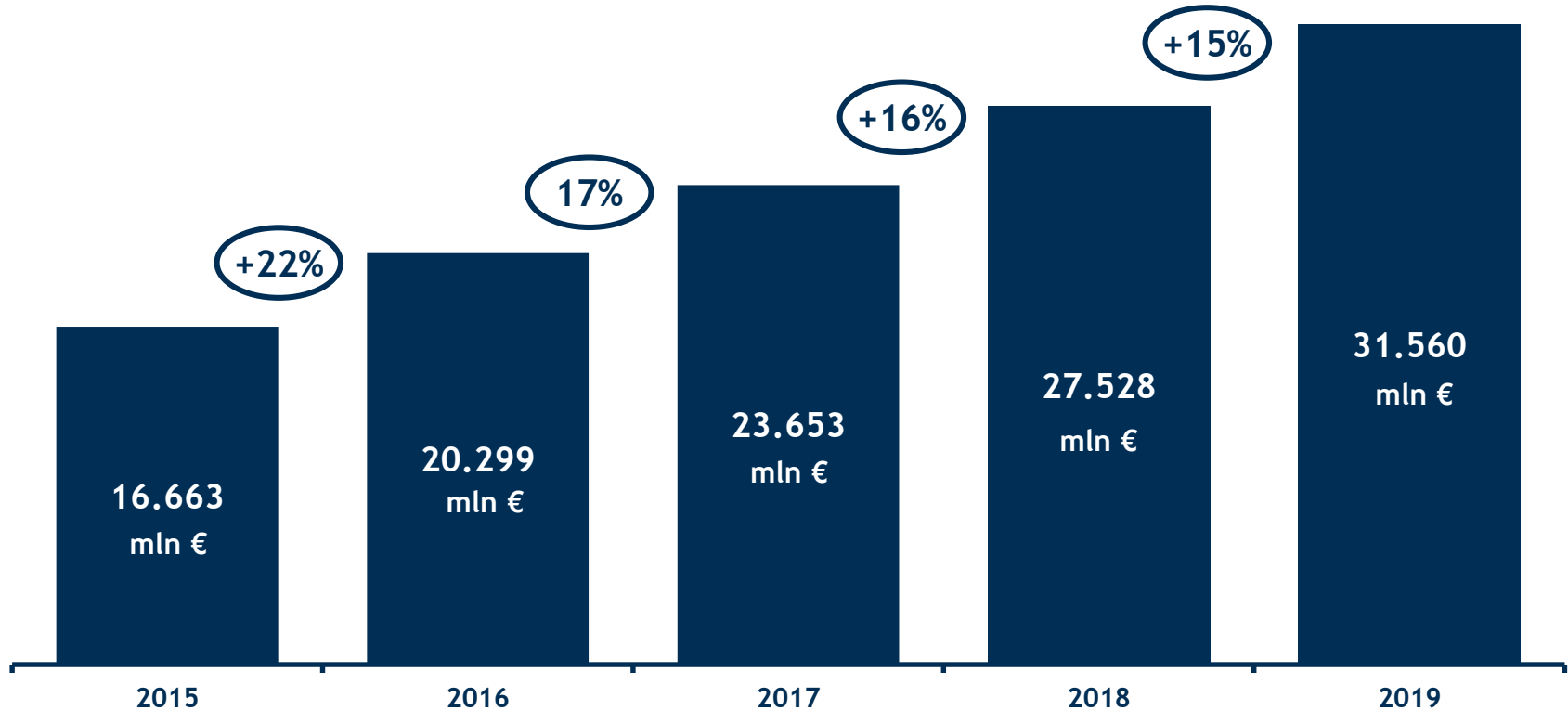
## Metodo:

- ❑ **Confronto diretto** con circa **350 merchant** (base in progressiva estensione)
- ❑ **Stima delle 'code'** per settore merceologico



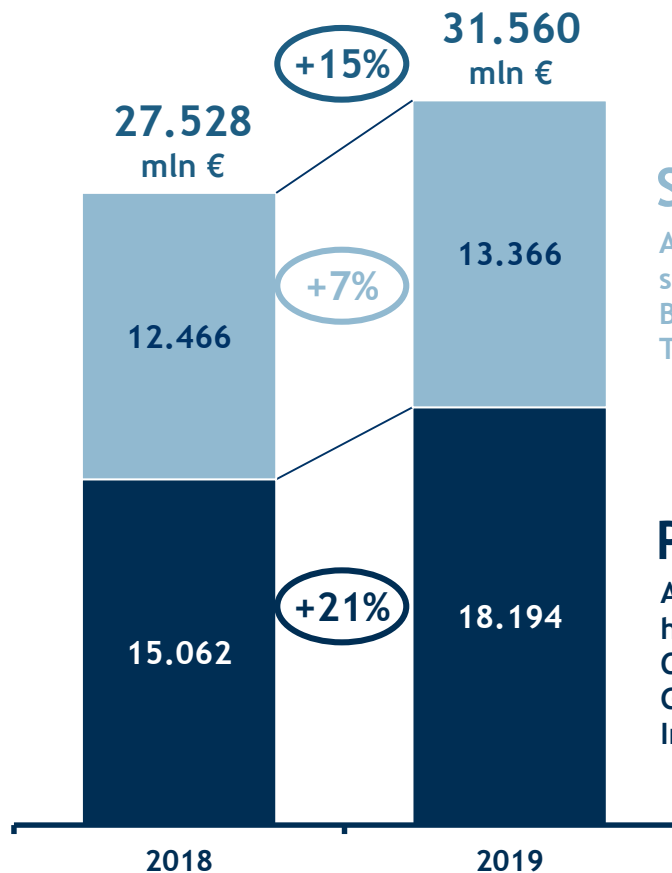
**L'eCommerce B2c è sempre più... rilevante**

## Valore degli acquisti eCommerce da consumatori italiani





# La domanda eCommerce B2c tra prodotti e servizi



## Servizi

Assicurazioni, Couponing di servizi, Ricariche, Biglietteria per eventi, Turismo e trasporti

## Prodotti

Abbigliamento, Arredamento e home living, Salute e bellezza, C2c, Editoria, Merchandising, Giocattoli, Food&Grocery, Informatica ed elettronica

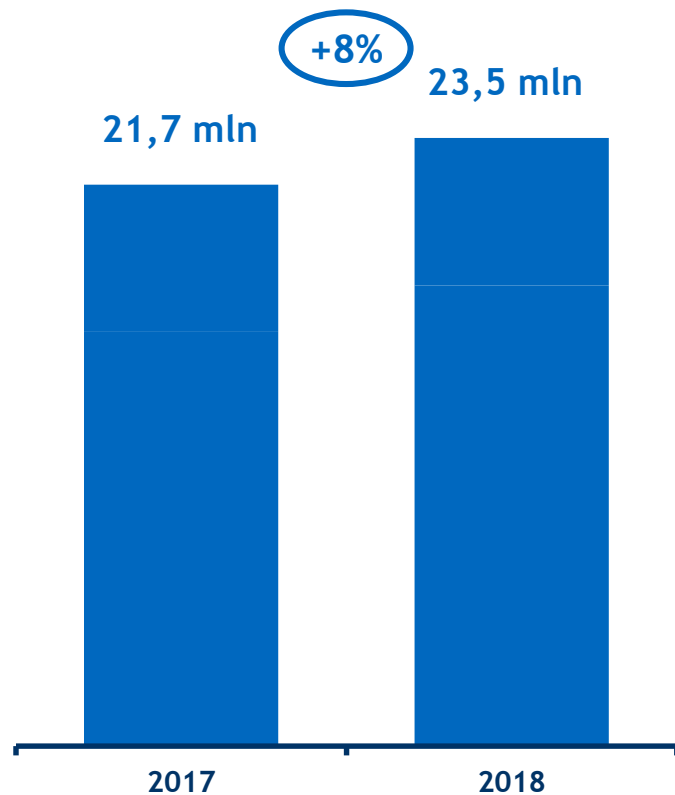
### Incidenza sulla domanda totale

2018	2019
45%	42%

### Incidenza sulla domanda totale

2018	2019
55%	58%

# I web shopper in Italia



Fonte: Human Highway

Il **54%** dei web shopper è **maschio**  
A fronte del **48%** dell'intera popolazione

Il **63%** degli acquirenti online ha un'età compresa tra i **25-54** anni

A fronte del **49%** dell'intera popolazione

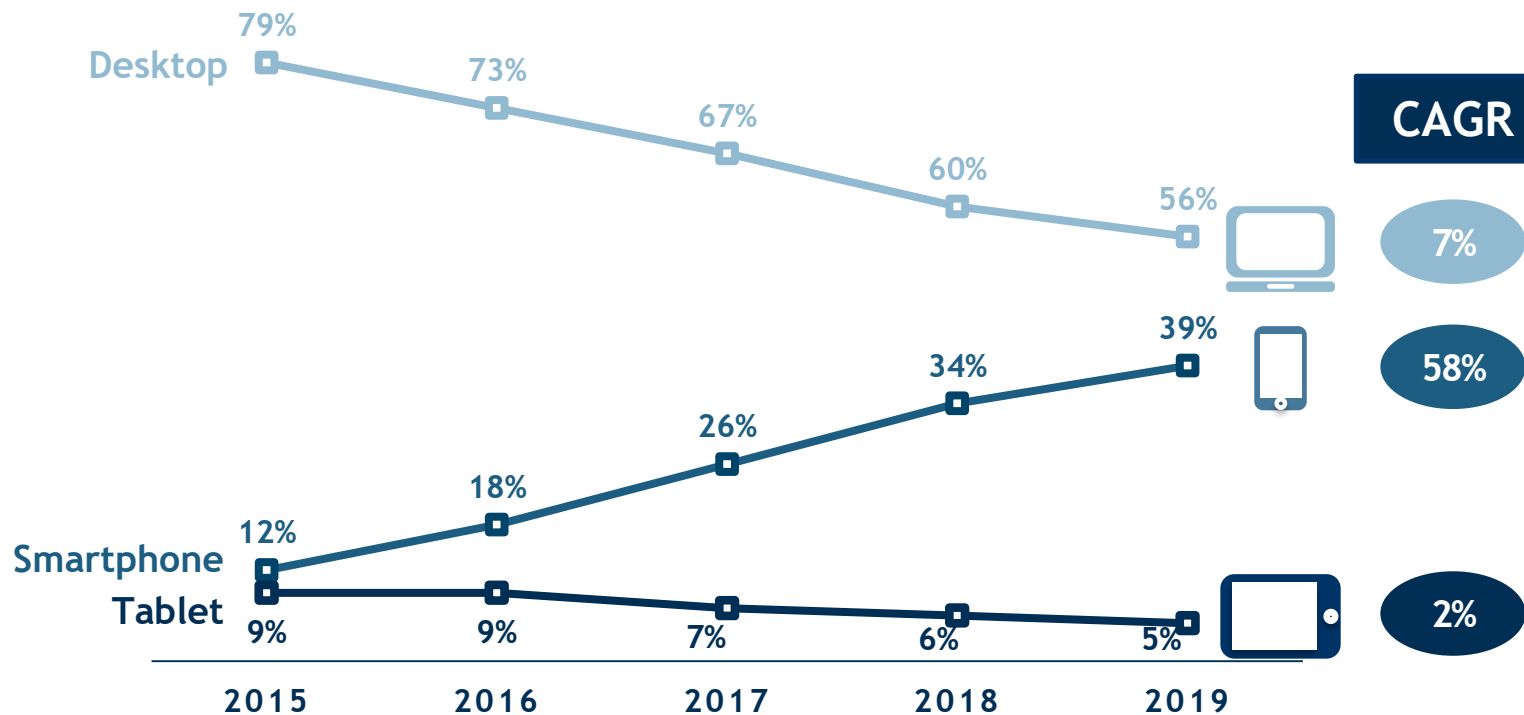
Il **46%** dei web shopper risiede a Nord, il **20%** al Centro e il **34%** al Sud e Isole

In linea con la distribuzione dell'intera popolazione



**L'eCommerce B2c è sempre più... mobile**

# La rilevanza dei diversi canali sulla domanda eCommerce B2c



Tra il 2020 e il 2021 lo Smartphone diventerà il primo canale di generazione di domanda eCommerce



**L'eCommerce B2c è sempre più... omnicanale**





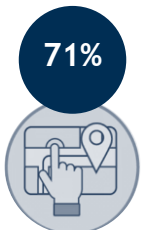
eCommerce B2c



## Le mosse dei retailer tradizionali

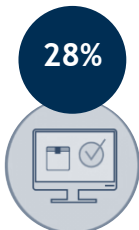
aumenta l'adozione di modelli omnicanale

+42 iniziative



**Click&collect**  
(Prenota e ritira)

+26 iniziative



**Verifica online**  
disponibilità in negozio

*Campione 2018: 216 top retailer con eCommerce*

+13 iniziative



**Reso in negozio**

**si rivedono gli spazi fisici**

(camerini riservati alla prova ordini online, locker per click&collect, piazzole per drive&collect, ...)

**si sperimentano nuovi format: lo store può sviluppare la parte di relazione e interazione con il visitatore. Per la transazione c'è l'online!**

(showroom, caffetterie, aule didattiche, ...)

## Le mosse delle Dot Com

si stringono accordi con retailer fisici per sviluppare una rete capillare di punti di consegna/ritiro dei resi

si aprono negozi, showroom, temporary store, punti di ritiro



negozio (Cortilia)



showroom (Arredatutto)



temporary store (Amazon, Zalando)

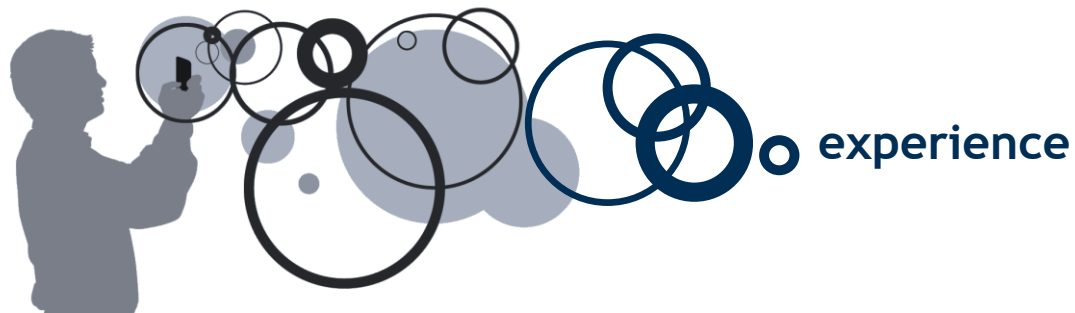


pick&pay (ePrice)





**L'eCommerce B2c come spinta all'innovazione**



*«I clienti ci saranno fedeli fino al momento in cui un concorrente offrirà un servizio migliore»*

*«Vediamo i nostri clienti come ospiti invitati a una festa, e noi siamo i padroni di casa ... Il nostro lavoro è migliorare ogni giorno tutti gli aspetti della customer experience»*

*(cit. Jeff Bezos)*



## generazione bisogno

marketing one to one  
(personalizzazione adv, percorso, offerta)

prova virtuale (AR/VR)

personalizzazione del prodotto



## vendita e assistenza

pagamento immediato, «invisibile»

riordino automatico

chatbot, virtual assistant



## logistica

accesso al prodotto (home delivery, click-drive collect, parcel locker)

gestione reso  
(reso a casa, reso in store)

consegna on demand



**POLITECNICO**  
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT



# eCommerce B2c in Italia: mercato e trend innovativi

---

Osservatorio eCommerce B2c

Netcomm - School of Management Politecnico di Milano

---

25.06.19

