

Nel 2019 gli acquisti online in Italia sfiorano i 31,6 miliardi di euro, +15% rispetto al 2018, con un incremento in valore assoluto che è il più alto di sempre: 4,1 miliardi di euro. Gli acquisti di Smartphone valgono il 40% del totale, ma in forte crescita è anche il settore ricambi e pneumatici, che arriva a 760 milioni di euro, registrando una crescita del 24%.

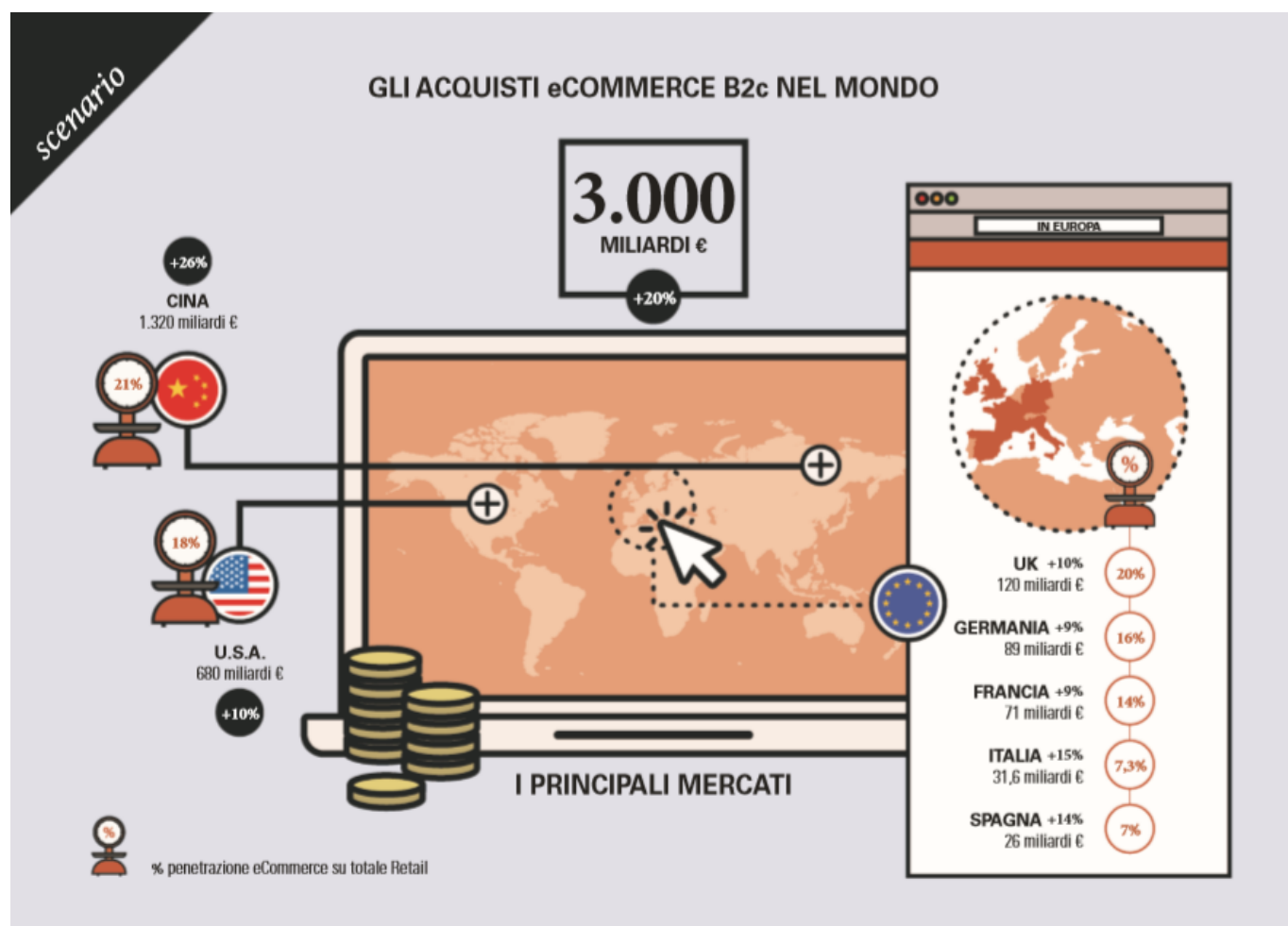
Questo lo scenario presentato dall'**Osservatorio eCommerce B2c**, che quest'anno festeggia i 20 anni dalla prima rilevazione, al convegno promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm intitolato "*L'eCommerce B2c: il motore di crescita e innovazione del Retail!*".*

"Dopo vent'anni dalla prima ricerca pubblicata dall'Osservatorio, l'eCommerce è indubbiamente diventato un fenomeno di assoluta rilevanza: un canale prioritario di relazione con i clienti attraverso lo sviluppo di servizi ad hoc e ingenti investimenti in infrastrutture logistiche, informatiche e di rete." Afferma **Alessandro Perego, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano**. *"Se consideriamo che nel 1999 l'eCommerce in Italia valeva circa 100 milioni di € (quasi esclusivamente generati da acquisti di servizi) e che solamente nel 2010 raggiungeva la soglia dell'1% del Retail, sono evidenti i progressi fatti dal nostro Paese negli ultimi anni. Nonostante il ritardo rispetto ad altri mercati, anche in Italia l'eCommerce è ormai decisivo nello sviluppo e nella promozione di modelli fortemente innovativi di relazione con i consumatori che, pur partendo dall'online, si propagano a tutto il Retail".*

"Nello scenario del commercio digitale, in continua crescita, è fondamentale che le aziende sviluppino una strategia di marketing in grado di utilizzare al meglio tutti i canali digitali e fisici. L'interazione tra online e offline, infatti, è oggi una prerogativa per il consumatore che chiede di vivere la stessa esperienza in tutti i canali; anche per questo i punti vendita devono essere trasformati in touch point esperienziali e in showroom, con l'obiettivo di integrarsi nella strategia omnicanale del brand, accanto ai social e all'e-commerce." Commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**, che prosegue: *"Le imprese sono chiamate a investire sempre di più nelle tecnologie, che sono il cuore della nuova rivoluzione sociale, economica e commerciale cui stiamo assistendo. L'intelligenza artificiale, ad esempio, è l'innovazione tecnologica emergente da guardare con maggiore interesse fra quelle che stanno già ridisegnando tutta la filiera dell'industria. Le sue capacità di analisi predittiva, infatti, sono un elemento chiave sia nella personalizzazione dell'offerta e nell'esperienza di acquisto, sia nel mantenimento della relazione con il cliente. Non solo, l'AI consentirà di ridurre la percentuale di resi, che comportano un impatto energetico negativo sulla sostenibilità ambientale, un fattore importante per la scelta di acquisto degli italiani, soprattutto per i più giovani."*

L'evoluzione del mercato

“Anche quest’anno la crescita è trainata dall’acquisto di prodotti, che raggiungono i 18,1 miliardi di euro (+21%) grazie a 281 milioni di ordini e a uno scontrino medio di circa 66 euro. Sono positivi i risultati fatti registrare sia dai comparti storici (Informatica ed elettronica e Abbigliamento), sia da quelli emergenti (Arredamento & home living, Food&Grocery e Beauty). Nel 2019 le spedizioni eCommerce B2c, esclusi i resi, raggiungono il numero record di 318 milioni.” Afferma **Riccardo Mangiaracina, Responsabile scientifico dell’Osservatorio eCommerce B2c Netcomm Politecnico di Milano** “La componente dei servizi è entrata, invece, in una fase di maturità: con un incremento di quasi un miliardo di euro (+8%), raggiunge i 13,5 miliardi di euro grazie a 60 milioni di ordini e a uno scontrino medio di circa 228 euro”.

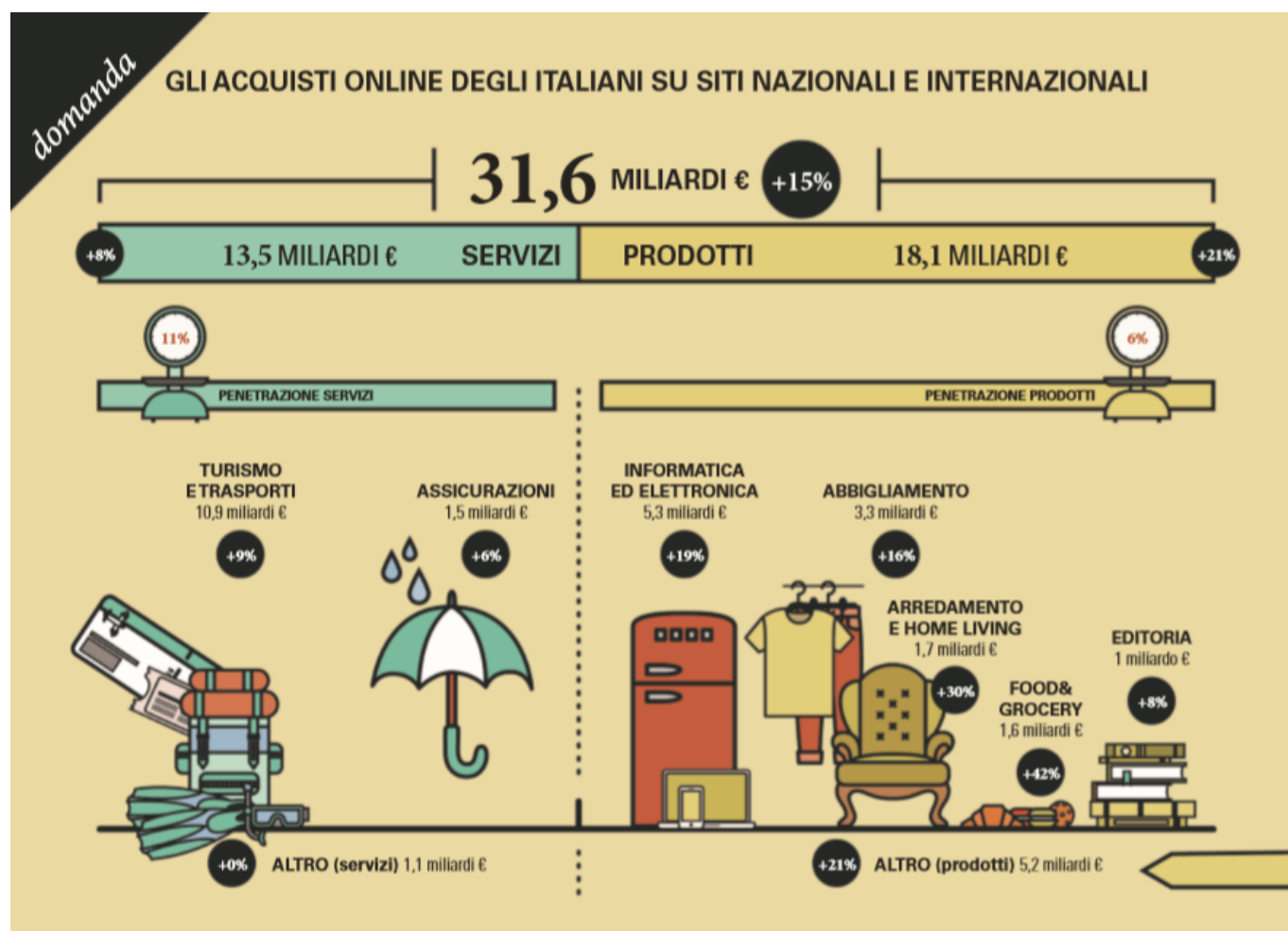


Tra i **prodotti**, l'**Informatica & Elettronica** si conferma il comparto più rilevante (+19% e un valore complessivo di 5,3 miliardi di euro) seguito dall'**Abbigliamento** (+16%, 3,3

miliardi di euro). Tra i settori con il ritmo di crescita più elevato troviamo l'**Arredamento & Home living** (+30%, 1,7 miliardi di euro) e il **Food&Grocery** (+42%, 1,6 miliardi di euro).

L'**Editoria** supera il miliardo di euro (+8%) mentre gli acquisti in tutti gli altri comparti di prodotto valgono insieme 5,2 miliardi di euro nel 2019, in crescita del +21% rispetto al 2018. **In questo aggregato si distingue il contributo dei Ricambi auto, con pezzi di ricambio e pneumatici per un valore di 760 milioni di euro (+24%),** dei Giocattoli, con 602 milioni (+18%) e del Beauty, con l'acquisto di profumi e cosmetici per un valore di 568 milioni (+27%).

Tra i **servizi**, il **Turismo e Trasporti**, con 10,9 miliardi di euro, è ancora il primo comparto dell'eCommerce italiano. La crescita (+9%) è determinata dagli acquisti di biglietti per i trasporti ferroviari e aerei, dalla prenotazione di appartamenti e case-vacanza (attraverso gli operatori della sharing economy) e dalla prenotazione di camere di hotel. Gli acquisti online nelle **Assicurazioni** valgono 1,5 miliardi di euro (+6%) e rimangono focalizzati sulle RC Auto. I comparti di servizio aggregati nell'Altro valgono 1,1 miliardi di euro, in linea con il valore del 2018. Rimangono importanti, in questa categoria, i contributi del Ticketing per eventi e delle Ricariche telefoniche.



“Nonostante rappresenti ancora una piccola parte degli acquisti complessivi (7,3% di penetrazione), l’eCommerce è oggi responsabile del 65% della crescita Retail complessiva (online + offline): gli acquisti online crescono infatti del 15%, mentre i consumi complessivi sono sostanzialmente stabili (+1,5%).” Dichiarava **Valentina Pontiggia, Direttore dell’Osservatorio eCommerce B2c**. “Nel 2019 l’incidenza dell’eCommerce B2c sul totale vendite Retail passa dal 6,5% al 7,3%, con una significativa differenza tra prodotti (6%) e servizi (11%). Rimangono importanti le differenze relative all’incidenza dell’eCommerce nei diversi comparti merceologici: si va dal 36% nel Turismo e trasporti all’1% nel Food&Grocery. Nel mezzo troviamo Assicurazioni, Arredamento e home living, Abbigliamento, Editoria e Informatica ed elettronica con penetrazioni comprese tra il 7% e il 27%”.

Verso il sorpasso dello Smartphone sul Desktop

Nel 2019 il valore degli acquisti online da Smartphone costituisce il 40% dell'eCommerce totale (era il 34% nel 2018). Il desktop - pur rimanendo il device preferito per fare shopping online - passa dal 60% nel 2018 al 55% nel 2019, mentre il tablet si riduce dal 6% al 5%. Nei principali comparti di prodotto lo smartphone ha una quota sull'eCommerce totale molto elevata e arriva già in alcuni casi a rappresentare il principale device di acquisto (50% degli acquisti a valore nell'Abbigliamento, 49% nell'Arredamento e home living e 48% nel Beauty).

Nei servizi la quota è più contenuta, tra il 18% delle Assicurazioni e il 27% del Turismo e trasporti, per via del processo di acquisto più articolato e dello scontrino medio più elevato. In valore assoluto, l'eCommerce B2c da smartphone sfiora i 12,5 miliardi di euro, con un incremento del +33% rispetto al 2018. Lo smartphone diventerà il primo canale per l'eCommerce nel suo complesso tra il 2020 e il 2021. Alla base dello sviluppo del canale ci sono una maggior sensibilità dei merchant nella progettazione di customer journey nativamente mobile, la diffusione e la frequenza d'uso dei dispositivi mobili (dal 2016 lo smartphone è diventato il dispositivo più usato per connettersi a Internet) e il miglioramento dell'infrastruttura tecnologica in termini di copertura e connessione. Lo smartphone è poi adatto a favorire tutti quegli acquisti di impulso, personalizzati (sulla base delle informazioni "personali" salvate sul dispositivo) e omnicanale (acquisto online in store).

Cresce l'Export, trainato da Turismo e Abbigliamento

Nel 2019 l'Export, inteso come il valore delle vendite da siti italiani a consumatori stranieri, vale 4,4 miliardi di euro (+13% rispetto al 2018) e rappresenta il 15% delle vendite eCommerce totali. L'Export di servizi, pari a circa 1,4 miliardi di euro (+12% rispetto al 2018), è spinto dal settore Turismo, grazie specialmente agli operatori del trasporto. I prodotti, grazie a una crescita del +13%, valgono circa 3 miliardi di euro e rappresentano il 67% delle vendite totali oltreconfine. L'Abbigliamento è il principale comparto nell'esportazione e costituisce circa i due terzi dell'Export di prodotto, seguito da Arredamento & home living (6%), Informatica ed elettronica di consumo (5,5%), Beauty (4%) e Food&Grocery (3%). Le principali direttrici dell'Export digitale di prodotto sono rappresentate dall'Europa, che attrae il 58% circa del flusso a valore, e dagli USA (20%). Seguono alcuni Paesi del sud-est asiatico, come Cina (4%) e Giappone (3%), e la Russia (3%).



*L'edizione 2019 dell'Osservatorio eCommerce B2c è realizzata con il supporto di Accenture Interactive; alpenite, BRT Corriere Espresso, DHL Express Italy, GLS Corriere Espresso, GS1 Italy, Intesa Sanpaolo, Locker InPost Italia, Milkman, Nexi, Nexive, PayPal, Poste Italiane, San Marino Mail Italia, SAP Customer Experience, SELLA, VTEX, Webranking; Brivio & Viganò, CEVA Logistics, Ghelfi Ondulati, PANOTEC - MECCANICHE ITALIANE, PAYBACK, STEF Italia.