

Prodotti al sorpasso nell'e-commerce

Cinque settori superano il 25% di crescita - Il ruolo dei marketplace dall'auto all'abbigliamento

Enrico Netti

Dopo un inseguimento durato quasi vent'anni nel 2017 c'è stato l'atteso sorpasso, in termini di valore, delle vendite online di prodotti su quelle di servizi. «Quest'anno il solco si allargherà - segnala Riccardo Mangiaracina, responsabile scientifico dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm-Politecnico di Milano -. Secondo le nostre previsioni a fine anno i beni fisici potrebbero raggiungere una quota del 56% del valore contro i servizi».

Nel complesso i prodotti crescono a un tasso di 4 volte supe-

lievemente al di sotto delle aspettative - aggiunge Mangiaracina -. I prodotti crescono con un trend quadruplo rispetto ai servizi, un chiaro segnale che l'Italia si avvicina alle dinamiche dei paesi più evoluti in chiave e-commerce».

Scorrendo le previsioni di crescita dell'Osservatorio B2c, che sarà presentato mercoledì in occasione del Netcomm Forum 2018 a Milano, spiccano le performance di nuovi settori emergenti come i giocattoli (+48% l'aumento previsto), arredamento e complementi (+44%), alimentare e cura della casa e persona (+34%) per finire con auto e autoriscaldanti (+26%) e l'editoria (+25%). Tutte categorie che corrono nettamente sopra la media attesa del 15%, mentre le assicurazioni e il comparto turismo e trasporti dovrebbero fare segnare un +5 per cento.

Quello dell'auto sembra essere un comparto emergente grazie alla presenza di marketplace come AutoScout24 o GoodBuyAuto.it. Quest'ultimo è un portale europeo per la compravendita tra privati e mira a crea un rapporto con il cliente simile a quello del modello Amazon. C'è inoltre la formula "soddisfatti o rimborsati" da fare valere entro 14 giorni, come prevede il codice del consumo. «Lo sviluppo del settore dipende anche dalla rapidità con cui i concessionari seguiranno la via dell'online - dice Carlo Salizzoni, fondatore e ad di GoodBuyAuto.it -. Il nostro modello, per esempio, prevede

PAGAMENTI

Partnership tra Amazon Pay e X Pay (Nexi)

È partnership tra Amazon Pay e XPay, piattaforma di Nexi che permette ai merchant di accettare pagamenti online sul proprio sito di e-commerce. Grazie a questa integrazione gli esercenti che adottano XPay, sono più di 18milagli italiani, possono anche incassare i pagamenti dagli oltre 38 milioni di persone che in tutto il mondo usano Amazon Pay: questi ultimi dovranno solo inserire username e password Amazon sul sito del venditore. Sui siti che scelgono Xpay, le transazioni saranno completate usando le informazioni di pagamento e spedizione recuperate automaticamente dall'account Amazon Pay del cliente.

XPay è l'unico gateway attivabile direttamente online e in sole 48 ore. Il suo punto di forza è che è integrabile con qualsiasi sito e-commerce e permette di accettare pagamenti tramite tutti i principali circuiti internazionali, PayPal e bonifico diretto. Il tutto con una unica piattaforma di back office.

che l'auto venga consegnata a casa del cliente che ha così un risparmio di tempo e denaro».

In crescita anche l'export, che dovrebbe sfiorare i 4 miliardi (+10% sul 2017) di vendite al tramo di turismo e abbigliamento, comparti che da soli superano i due terzi dell'export online. In questo caso si rivelano particolarmente efficaci i marketplace come, per esempio, quello di Amazon. Acquistare sui marketplace piace anche agli italiani. «Si registra una grandissima crescita dei marketplace che innalzano l'esperienza di acquisto del cliente con servizi a valore aggiunto - segnala Roberto Liscia, presidente di Netcomm -. In tutto il mondo la tecnologia è il elemento abilitante di nuovi modelli di vendita con modalità predittive e personalizzate per i merchant verticali». Modelli applicati da Lanieri, Cortilia e Velasca per citare alcuni player.

Un altro driver è la ricerca della migliore offerta online con l'aiuto dei comparatori. «L'uso aumenta costantemente anche per informarsi delle caratteristiche dei prodotti e per cercare i giudizi degli utenti» sottolinea Fabio Plebani, country manager per l'Italia di Idealo.it. L'importanza dei comparatori è confermata dall'acquisto di Facile.it, piattaforma con 20 milioni di utenti italiani che confronta le offerte di 80 fornitori, da parte del fondo svedese Eqt.

enrico.netti@isole24ore.com

La spinta al cambiamento settore per settore

Le vendite online business to consumer in Italia e crescita attesa in % nel 2018. Valori in miliardi

Settore	2017	2018	Crescita attesa
Abbigliamento	2,4	3,0	+21%
Editoria	0,82	1,0	+25%
Informatica ed elettronica	3,9	4,6	+18%
Food&Grocery	0,83	1,1	+34%
Beauty	0,33	0,43	+29%
Arredamento e home living	0,9	1,26	+44%
Giocattoli	0,35	0,51	+48%
Auto e ricambi	0,48	0,61	+26%
Turismo e trasporti *	9,2	9,7	+5,0%
Assicurazioni *	1,28	1,34	+5,0%
Altro	3,0	3,5	+20%
TOTALE	23,4	27,0	+15%

(*) Servizi

Fonte: Osservatorio eCommerce B2c; Netcomm - Politecnico di Milano

EXPORT

Quest'anno si dovrebbero sfiorare i 4 miliardi di controvalore con un aumento del 10% sul 2017

riore rispetto ai servizi mentre la spesa online 2017 degli italiani "vale" il 5,6% sul totale del retail e raggiungerà la quota del 6,5% nel 2018.

Lo scorso anno il mercato italiano dell'e-commerce ha raggiunto i 23,4 miliardi di valore, +16% sul 2016, con la conferma di una crescita costante a due cifre. Gli acquisti dei prodotti fisici volano con un tasso quattro volte superiore rispetto ai servizi e negli ultimi 12 mesi questo trend ha visto un'accelerazione. «Nel 2017 il mercato italiano è stato

La spinta al cambiamento settore per settore

Le vendite online business to consumer in Italia e crescita attesa in % nel 2018. Valori in miliardi



(*) Servizi

Fonte: Osservatorio eCommerce B2C Netcomm - Politecnico di Milano