



# **E-Commerce: il futuro è oggi. Sfide e opportunità**

Salvio Capasso  
Direttore SRM Services

Napoli, 19 novembre 2019

# INDICE

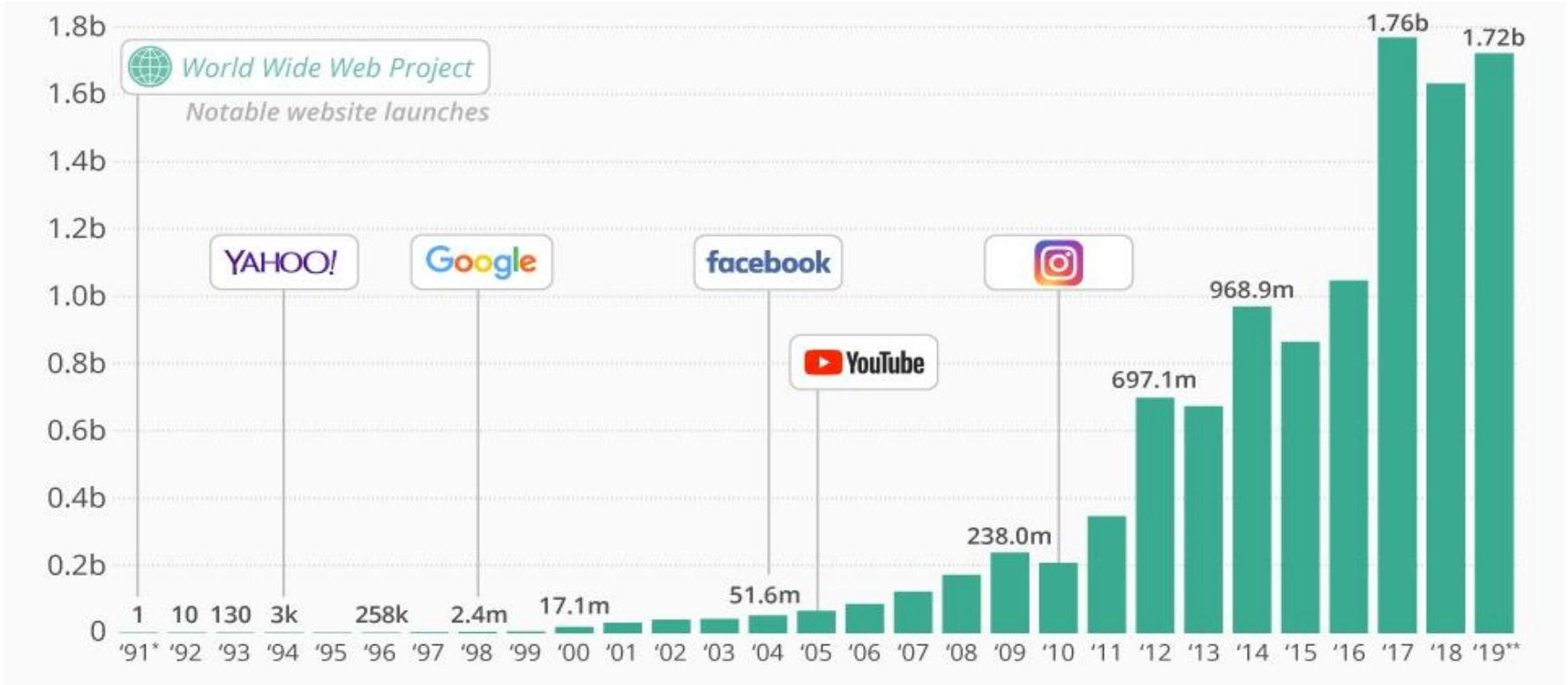
**1. Scenario dell'eCommerce italiano nel contesto internazionale**

2. Analisi dell'offerta e della domanda

3. Le potenzialità dell'eCommerce per le imprese campane

# L'evoluzione del mercato

## Numero di siti online dal 1991 al 2019



«Website» i defined as a unique hostname, i.e. a name which can be resolved, using a name server, into an IP Address

\*As of August 1, 1991 \*\* As of October 28, 2019 at 10.00 CET

Fonte: Internet Live Stats

# Gli acquisti eCommerce B2c nel Mondo

- Per il 2019 si stima un **valore dell'eCommerce mondiale di 3.000 miliardi di euro** con una crescita del 20% rispetto al 2018. Si stimano oltre 2 miliardi di consumatori.

## I Principali mercati mondiali:

- **Cina:** 1.320 mld € (+26%)
- **Stati Uniti:** 680 mld € (+10%)
- **Europa:** 670 mld € (+11,5%)



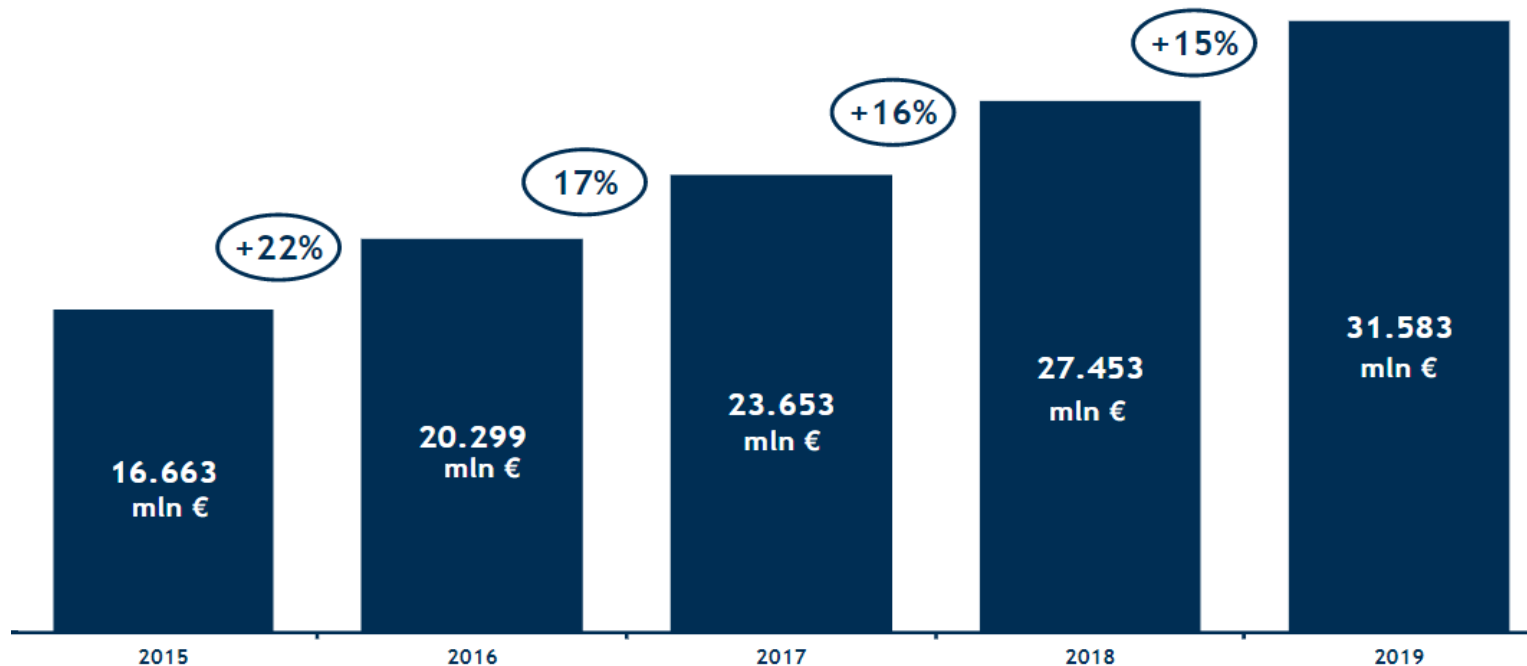
## I Principali mercati europei:

- **UK:** 120 mld € (+10%)
- **Germania:** 89 mld € (+9%)
- **Francia:** 71 mld € (+9%)
- **Italia:** 31,6 mld € (+15%)
- **Spagna:** 26 mld € (+14%)

- Si rafforza la presenza di alcuni colossi dell'eCommerce (tra tutti, Amazon e Alibaba) grazie ad un maggior presidio della logistica e dell'infrastruttura commerciale (negozi fisici).

# In Italia l'eCommerce è in costante crescita...

Valore degli acquisti eCommerce da consumatori italiani

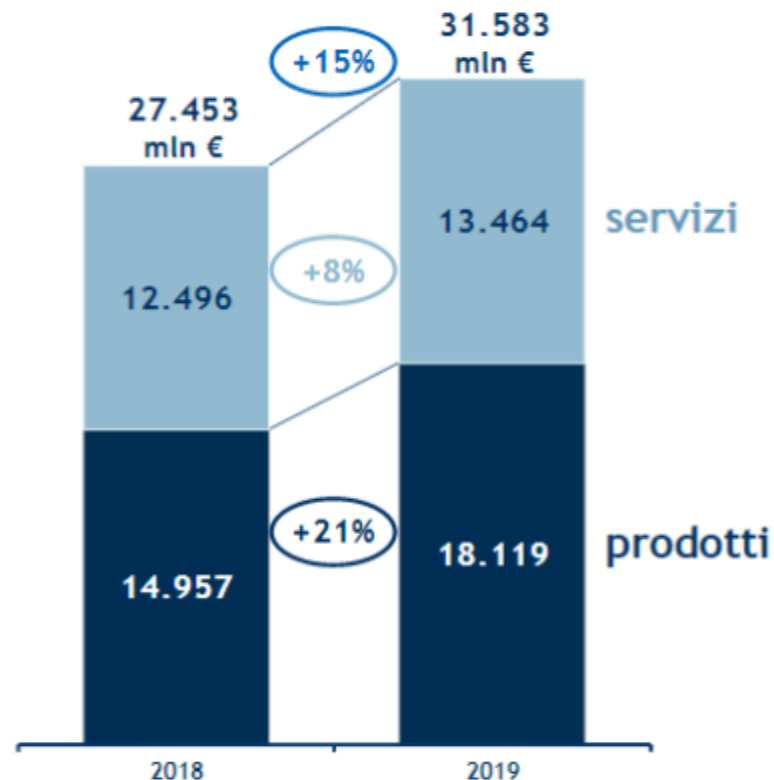


■ Per il 2019 in valore degli acquisti online italiani sfiorerà i **31,6 miliardi** di euro con un +15% sul 2018. Nonostante una crescita percentuale inferiore rispetto al passato, si registra **l'incremento in valore assoluto più alto di sempre.**

# ... pur se come sintesi di dinamiche differenti

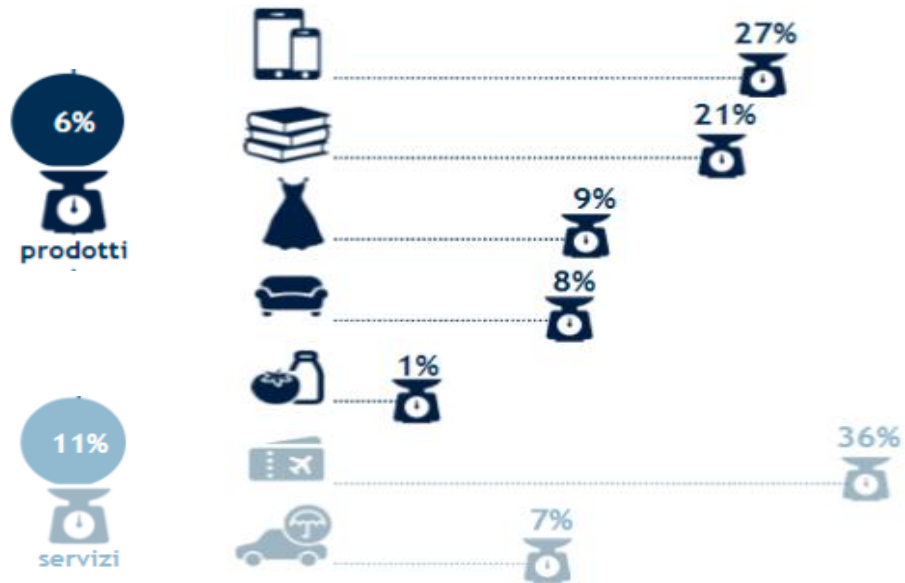
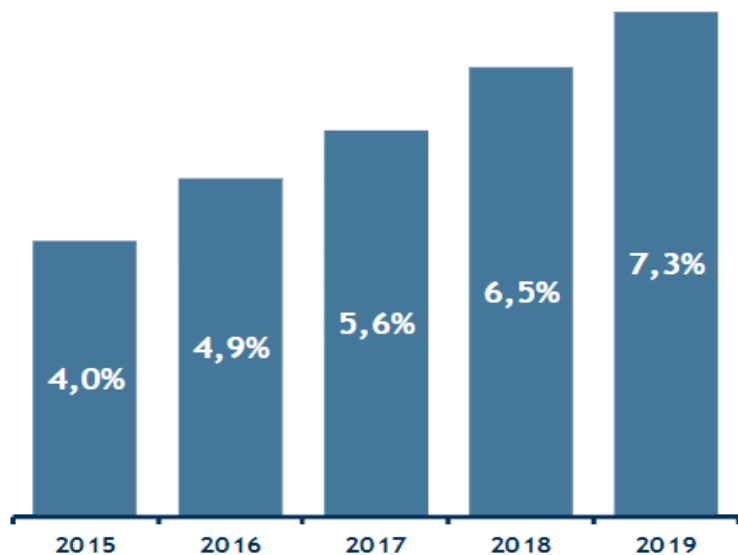
- Gli **acquisti di prodotti** raggiungono i **18,1 mld €** e **continuano a crescere ad un ritmo sostenuto (+21%)** grazie a diversi comparti (informatica, arredamento, abbigliamento) alcuni dei quali emergenti (Food&Grocery e Beauty).
- I **servizi**, invece, entrati in una fase di maturità, continuano a crescere con un tasso in calo: valgono circa **13,5 mld € con una crescita annua dell'8%**.
- Se si guarda il **numero di ordini**, i prodotti registrano 281 milioni di transazioni con uno scontrino medio di 66 euro contro i 60 milioni di ordini per i servizi con 228 euro d'importo medio.

L'eCommerce tra prodotti e servizi



# Cresce il peso sui consumi totali...

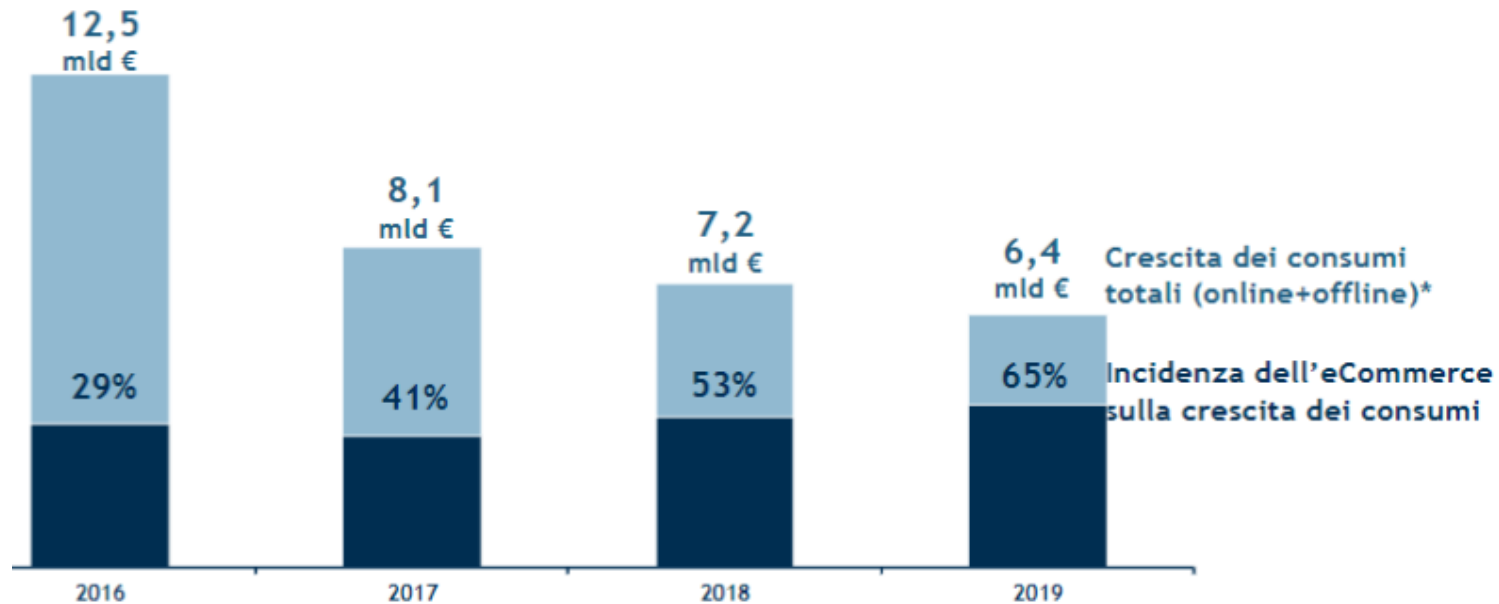
Penetrazione dell'eCommerce complessiva e per comparto in Italia



■ Nel 2019 l'incidenza dell'eCommerce B2c sul totale delle vendite Retail raggiunge il 7,3% (era 6,5% nel 2018), con una significativa differenza tra prodotti e servizi.

# ... guadagnando spazi sulla crescita complessiva

Incidenza dell'online sulla crescita dei consumi



- Nonostante rappresenti ancora una piccola parte degli acquisti complessivi (bassa penetrazione), è responsabile del **65% della crescita Retail complessiva** (4,1 dei 6,4 miliardi di euro di crescita complessiva sono imputabili all'online).

\*Spesa delle famiglie (Istat) nelle sole componenti vendute online (no mutui, benzina, ...)

Fonte: Politecnico di Milano, Osservatorio eCommerce B2c



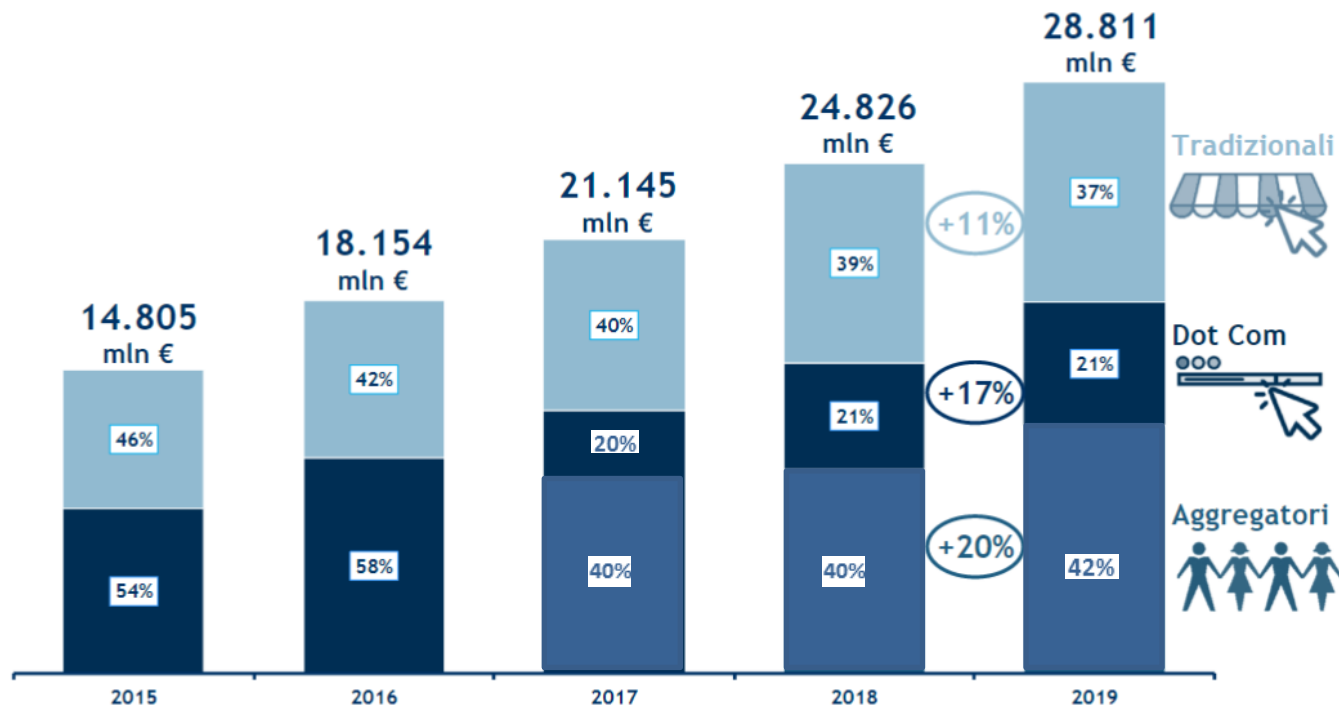
# INDICE

1. Scenario dell'eCommerce italiano nel contesto internazionale

**2. Analisi dell'offerta e della domanda**

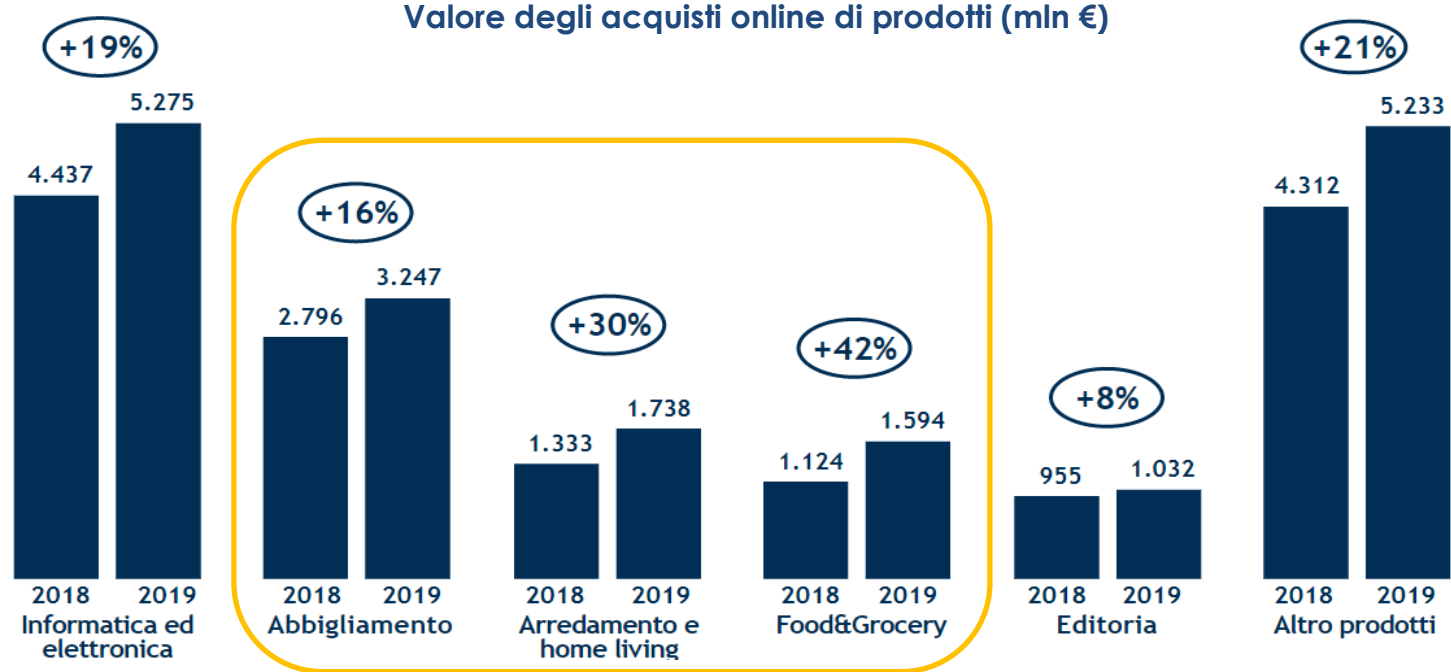
3. Le potenzialità dell'eCommerce per le imprese campane

# Le vendite dai siti italiani crescono più della domanda nazionale



■ Nel 2019 raggiungono i 28,8 mld euro con un +16% rispetto al 2018, ritmo superiore a quello della domanda (+15%) per una maggior crescita dell'export (+12%) rispetto all'import (+10%).

# Moda, Arredamento e Alimentare sono tra i settori di maggior interesse...



Tra i prodotti acquistati online, l'abbigliamento, l'Arredamento ed il Food&Grocery sono alcuni dei principali comparti, non solo in termini di volumi ma anche di crescita rispetto al passato.

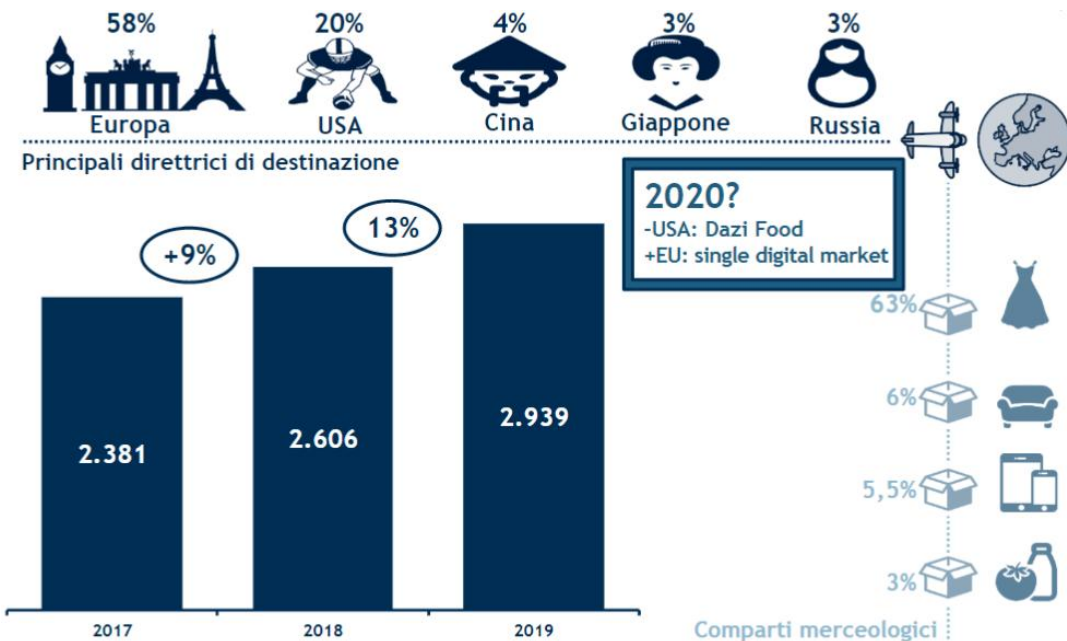
# ... anche e soprattutto per la componente export

■ Nel 2019 l'export (vendite da siti italiani a consumatori stranieri) vale **4,4 mld € (+13%)** e rappresenta il 15% delle vendite eCommerce.

■ I prodotti valgono **3 mld € (+13%)** e rappresentano il **67% delle vendite totali oltreconfine**. L'Abbigliamento è il principale comparto nell'esportazione con circa i 2/3 del totale, seguito da Arredamento & home living (6%), Informatica ed elettronica di consumo (5,5%), Beauty (4%) e Food&Grocery (3%).

■ I principali **mercati di destinazione dell'Export digitale di prodotto sono l'Europa**, che attrae il 58% circa del flusso a valore, **e gli USA** (20%). Seguono alcuni Paesi del sud-est asiatico, come Cina (4%) e Giappone (3%), e la Russia (3%).

## L'export di prodotto da siti italiani



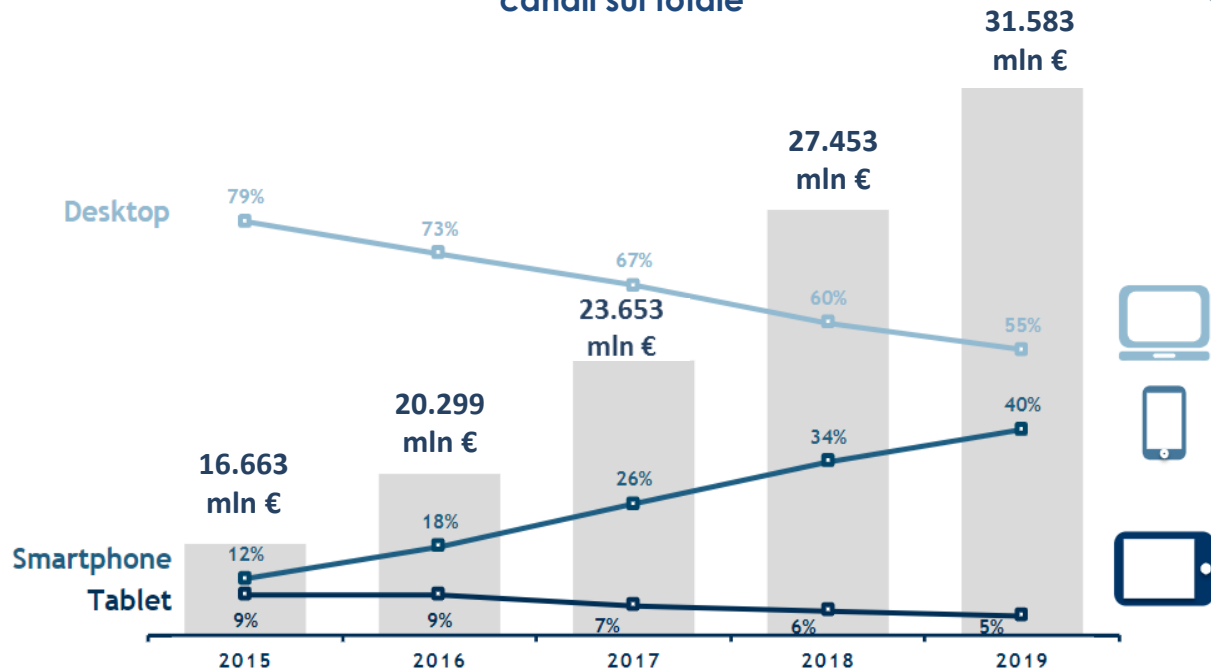
# È sempre più rilevante il ruolo dello smartphone

■ Nel 2019 il valore degli **acquisti online da smartphone rappresenta il 40% del totale** (era il 34% nel 2018) con un valore assoluto che sfiora i **12,5 mld €** (+33% sul 2018).

■ Tale strumento è preferito soprattutto per l'acquisto di prodotti (per l'abbigliamento ad esempio arriva a pesare il 50%), mentre la quota è più contenuta nei servizi.

■ Il **desktop**, pur rimanendo il device preferito per gli acquisti online, assorbe il 55% degli acquisti online contro il 60% del 2018. in calo anche l'incidenza del **tablet**.

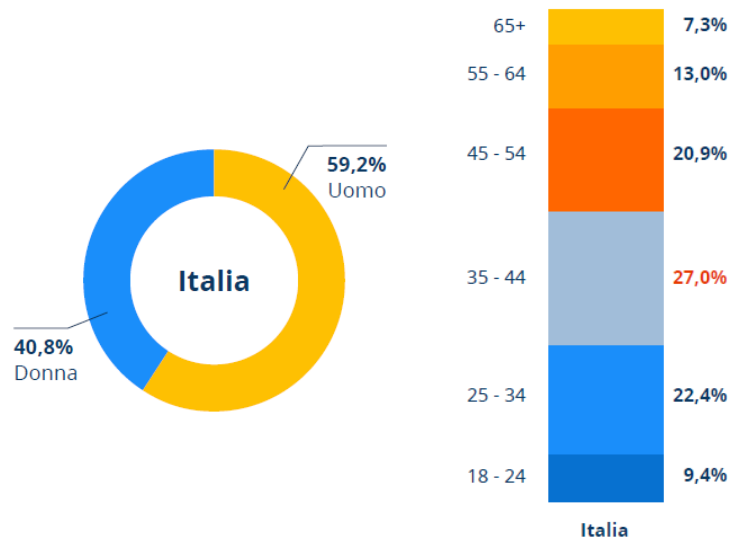
La domanda di eCommerce e l'incidenza dei singoli canali sul totale



# Il ritratto del consumatore digitale

- La maggior parte delle ricerche online è effettuata da **uomini con il 59,2%**; alle donne compete il restante 40,8%. Analoga tendenza, pur se con pesi diversi, si registra negli altri Paesi europei.
- Inoltre, sono più propense agli acquisti online le **persone tra i 35-44 anni**, a differenza di quanto avviene in altri Paesi europei (come Germania e Francia) in cui la quota più alta è quella dei 25-34enni.
- Per l'area prodotti si **compra soprattutto a all'inizio del mese**, con un crollo deciso nell'ultima decade e una flessione ancora più consistente negli ultimi tre giorni. Le transazioni si concentrano per lo più a inizio settimana (il 50% tra lunedì e mercoledì).
- Le **transazioni si concludono per lo più con carta di credito** (43%) e con **PayPal** (35%); rimane però ancora rilevante il ruolo del **contrassegno** che copre il 17% delle preferenze degli acquirenti italiani.

## Distribuzione per sesso e per età degli acquisti online

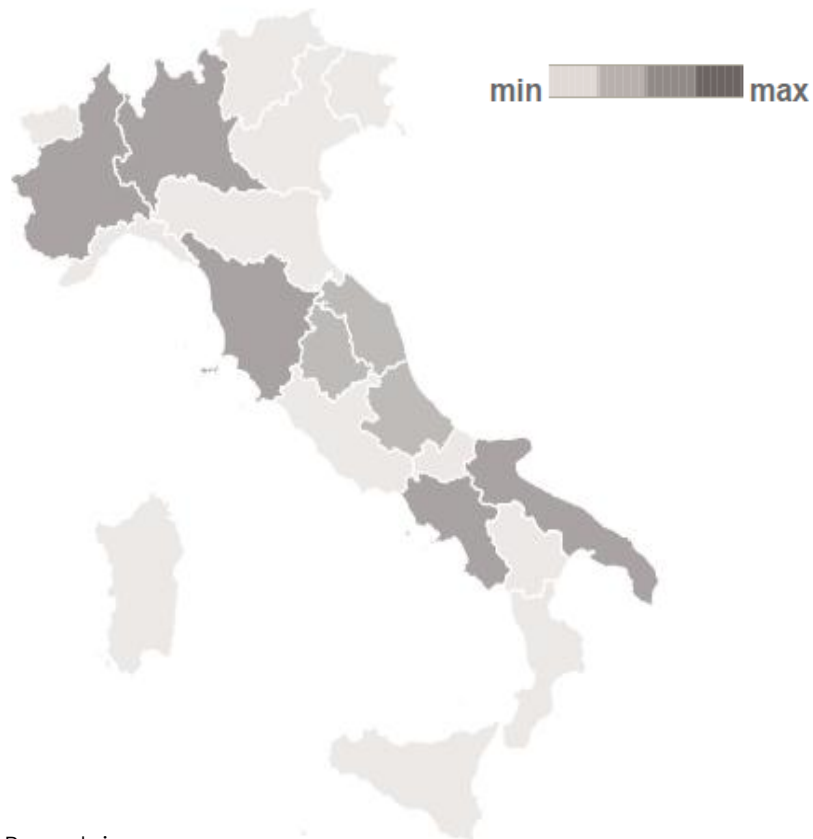


# INDICE

1. Scenario dell'eCommerce italiano nel contesto internazionale
2. Analisi dell'offerta e della domanda
- 3. Le potenzialità dell'eCommerce per le imprese campane**

# La geografia delle imprese «pure player»

L'indice di specializzazione:  
vendite via internet



- In Italia sono presenti **12.879 unità locali** dedite alle vendite via internet le quali occupano **25.593 addetti** (Fonte Istat).
- Emerge una distribuzione abbastanza omogenea su tutto il territorio nazionale.
- La Campania è tra le regioni con un'elevata specializzazione. Sono presenti **1.417 unità locali che pesano l'11% sul dato nazionale** e 2.275 addetti, il 9% dell'Italia.



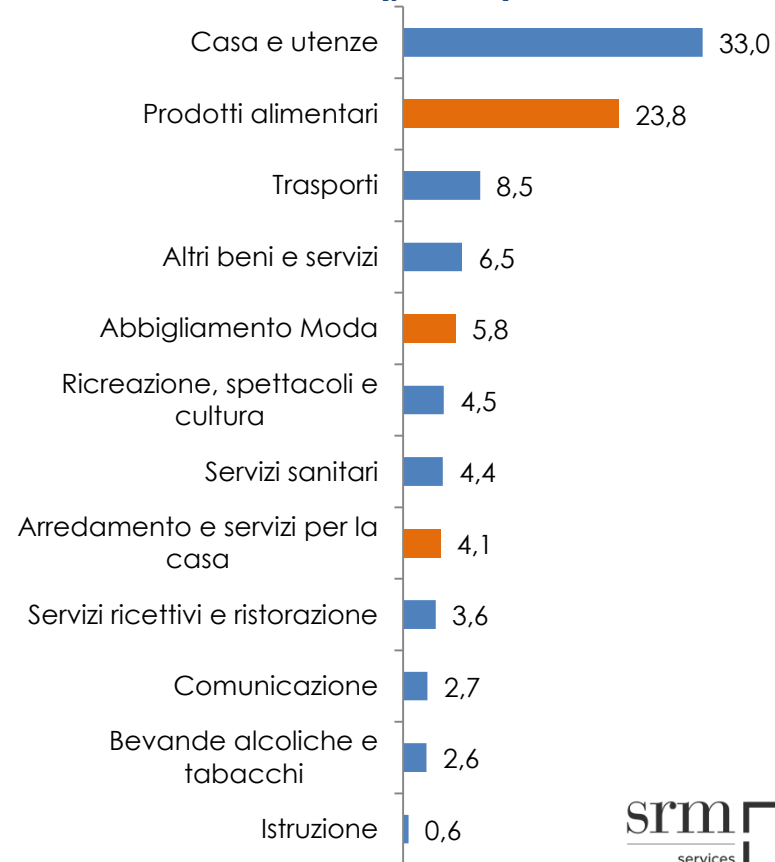
# La Campania è un'importante regione produttrice per i principali settori del Made in Italy

- È tra le regioni più rappresentative per quanto riguarda i principali settori del Made in Italy:
  - 2° regione in Italia per numero di imprese **dell'industria alimentare e delle bevande** con 7.570 unità pari al 12,2% del totale nazionale. In termini di Valore Aggiunto occupa la 5° posizione con 1.816 mln € (6,7% del dato Italia).
  - 5° per le imprese del **settore abbigliamento-moda** con 3.593 unità par al 10,1% del valore nazionale. In termini di Valore Aggiunto è 7° in Italia con 1.141 mln € (5% del dato nazionale).
- Con una grande **attenzione alla qualità**: per il settore alimentare sono presenti **59 certificazioni** di qualità (il 6,8% dell'Italia) delle quali 26 per il Food, 29 per il Wine e 4 per gli Spirits.
- In regione, e in particolare nel napoletano, cresce inoltre un **ecosistema digitale** che attira nuovi investimenti, attrae risorse umane di qualità e favorisce la contaminazione tecnologica (almeno nella visione prospettica).

# Mostra una domanda interna considerevole...

- Dall'analisi della spesa media delle famiglie campane emerge come **l'alimentare, l'abbigliamento moda e l'arredamento assorbono nel loro insieme il 33,7% del totale** (26,8% il dato nazionale).
- Sulla spesa complessiva incidono soprattutto i prodotti alimentari (23,8%) e quelli del settore Moda (5,8%). Tali pesi, superiori a quelli medi nazionali, pongono la regione rispettivamente al 2° e al 5° posto in Italia per influenza del settore sulla spesa complessiva.

Acquisti delle famiglie per categorie (peso %)

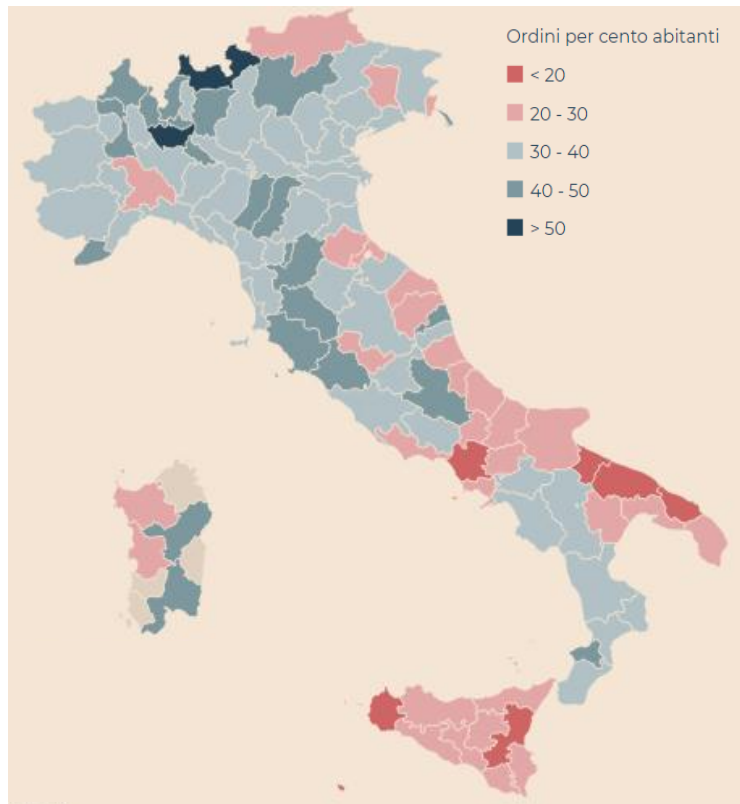


# ... non ancora pienamente trasferibile al mondo digitale

- La dinamica degli acquisti per provincia in valore assoluto segue quella della numerosità della popolazione con Napoli tra le principali aree interessate.
- Lo scenario cambia se si guarda alla **densità dello shopping online**, ovvero il rapportando tra il numero delle transazioni e gli abitanti. **Le province campane perdono posizione:**

	Posizione nazionale	Nr ordini per 100 ab.
<b>Avellino</b>	<b>62°</b>	<b>32,5</b>
<b>Salerno</b>	<b>70°</b>	<b>30,4</b>
<b>Benevento</b>	<b>79°</b>	<b>27,9</b>
<b>Napoli</b>	<b>94°</b>	<b>25,0</b>
<b>Caserta</b>	<b>106°</b>	<b>14,8</b>

Gli acquisti online per provincia



# Il mercato dell'eCommerce è ampio ma con ancora grandi margini di crescita...

Stima del mercato dell'eCommerce campano

**e.COMMERCE**  
**1,8 miliardi di euro**  
5,5% dell'Italia



**Alimentare-Abbigliamento-  
Arredamento**

**OGGI**  
**384 mln €**



**2019-22**  
**580 mln €**

- Si stima un mercato di circa **1,8 miliardi di euro pari al 5,5% del totale nazionale**.
- **I tre settori d'interesse** (Alimentare, Abbigliamento e Arredamento) **raggiungono nel loro insieme circa 384 milioni di euro (più del 20% del valore regionale complessivo)** e, visti gli attuali ritmi di crescita del mercato dell'eCommerce, si stima che nei prossimi tre anni si possa raggiungere un **mercato potenziale di almeno 580 milioni di euro**.

# Bisogna, quindi, lavorare per colmare il gap

■ **Rimuovere le esternalità negative** che fungono da fattori limitanti è il primo passo per dare ulteriore spinta e vitalità ad una crescita già in atto ma con ancora grandi potenzialità. Si deve agire su più fronti:

- **Connesione fisica:** la Campania è 15° in Italia in relazione all'utilizzo della banda larga con 63,1 famiglie su 100.
- **Formazione scolastica:** in Campania solo il 15,5% della popolazione ha una formazione universitaria (19,3% la media nazionale) e il 34% un diploma (35,4% in Italia).
- **Cultura digitale:** la Campania è 18° in Italia in relazione all'utilizzo di internet con 54,6 persone su 100. È, inoltre, 15° in relazione al numero di imprese che hanno un sito Web o una pagina su internet con il 59,7% del totale.
- **Cultura finanziaria:** il cash card ratio elaborato da Banca d'Italia per misurare il rapporto tra l'ammontare dei prelievi da Atm e la somma degli stessi prelievi e del valore dei pagamenti tramite Pos (escluse le carte di credito) pone la Campania al secondo posto in Italia per utilizzo del contante con il 72,1%. È, inoltre, 18° se si considera in numero di operazioni con carta di pagamento annuo pro capite (29,4).

# Alcune considerazioni conclusive

- La Campania è un mercato dalle grandi potenzialità per l'eCommerce: per l'insieme dei settori Alimentare, Abbigliamento e Arredamento si stima per i prossimi tre anni il raddoppio del mercato potenziale.
- Il mercato ha, infatti, tutte le caratteristiche per crescere. Tra le tante:
  - Produzioni di qualità (59 in regione, quasi il 7% del totale nazionale)
  - Rilevanza delle Start Up (la Campania è 5° regione in Italia per numero di Start Up con 866 unità pari all'8,1% del totale)
  - Ecosistema digitale
- Tuttavia, c'è ancora un gap da superare; gap legato ad una cultura digitale-finanziaria ancora non pienamente sviluppata, ma essenziale per garantire il passaggio dalle forme di commercio tradizionale all'eCommerce.

**Grazie per l'attenzione**

**sr-m.it**

