

# eCommerce

## Lo scenario di mercato

**Roberto Liscia**

*Presidente Consorzio Netcomm*

Micam, Milano - 16 Settembre 2013

sky

Associazione  
Luce sull'Est  
"Difendere e diffondere i valori cristiani nel mondo"

SMMART  
POST  
IL NETWORK DI RECAPITO SICURO E AFFIDABILE

brandsdistribution.com

GLAMOO  
Oh my deal!

mela scrivi

FINANZIAMENTI  
COMPASS  
L'ESPERTO IN SERVIZI FINANZIARI E CREDITIZI

b2commerce  
un nuovo approccio all'e-commerce

BigHunter

MONDOLIBRI

ebay

Manutan

bon  
prix

MARCHESE FISHING

VEGA  
Più valore al tuo stile!

CartaSi

NTT DATA

artera  
artera.it

CIPI  
Business emotion.

Bottega Verde  
Ti, naturalmente bella

MyBank

Neosperience

HSE24

aperion.it  
web agency

a&g  
ACTION & BRANDING

accenture  
High performance. Delivered.

primeWEB®  
Focus on quality

MOTO  
ABBIGLIAMENTO.IT

AE

RAJAPACK  
IL N°1 EUROPEO DELL'IMBALLAGGIO

hachette  
BOOK GROUP

contactlab  
e-mail & e-marketing evolution

zooplus.it

MagNews  
E-mail Marketing Solutions in ginevra

ace europe

DeAGOSTINI

SELLA  
DIGITAL  
SOLUTION

B2X

zalando  
Il tuo negozio di scarpe online

LIMBARA  
digitalshopping

Bakker

tradeINN

6

6 sicuro  
risparmio assicurato

GROUPON

HUMAN  
HIGHWAY

zoorate  
voice to the customers

PERCASSI

Gioie.it

Spring  
Global Mail

arredatutt  
.it

LetsBonus  
Compra in Gruppo

micros® | RETAIL

AutoZona

CRIBIS  
A CRIF company

D&B

Filodiarianna.it

sarenza.it  
N°1 DELLE SCARPE ONLINE

adgalsa

best  
my option  
liberi di cambiare

illy

LENS on LINE

eComLab.it

eComLab.it

Buyonz  
YOUR WAY TO E-COMMERCE

yoodd

casatutto

doyouwine.com

ePRICE

Act Value  
EMPOWERING YOUR BUSINESS

SOFORT AG  
The Payment Network

La Redoute

ANTIK  
ARTE E SCIENZA

POINX

G

Poste  
mobile

agency

amazon buyvip

Il Sole  
24 ORE

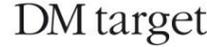
saldi privati  
BORN4SHOP

calicant.us  
nuovi canali di vendita

MARCO POLO // Shop

InTarget Group  
NEW MEDIA COMPANY

netcomm  
IL CONSORZIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO



# Sigillo Netcomm

Il Consorzio Netcomm promuove lo sviluppo dell'e-commerce italiano.  
**Attraverso il Sigillo Netcomm aiuta i consumatori a comprare online**

**Il Sigillo si articola su due livelli:**  
**Sigillo Netcomm**



**Sigillo Netcomm Gold**



Le società socie, dopo valutazione positiva da parte di Netcomm possono esporre il Sigillo e si impegnano ad offrire un servizio facile, conveniente e sicuro

# Ecommerce Europe

Ecommerce Europe è l'associazione che rappresenta le società che vendono prodotti o servizi on-line in Europa



E' stata fondata dalle associazioni nazionali europee di e-commerce, la sua missione è quella di promuovere gli interessi e lo sviluppo dell'e-commerce in Europa attraverso sostegno, comunicazione e networking

## Paesi aderenti:

Belgio



Danimarca



Finlandia



Francia



Irlanda



Italia



Norvegia



Paesi Bassi



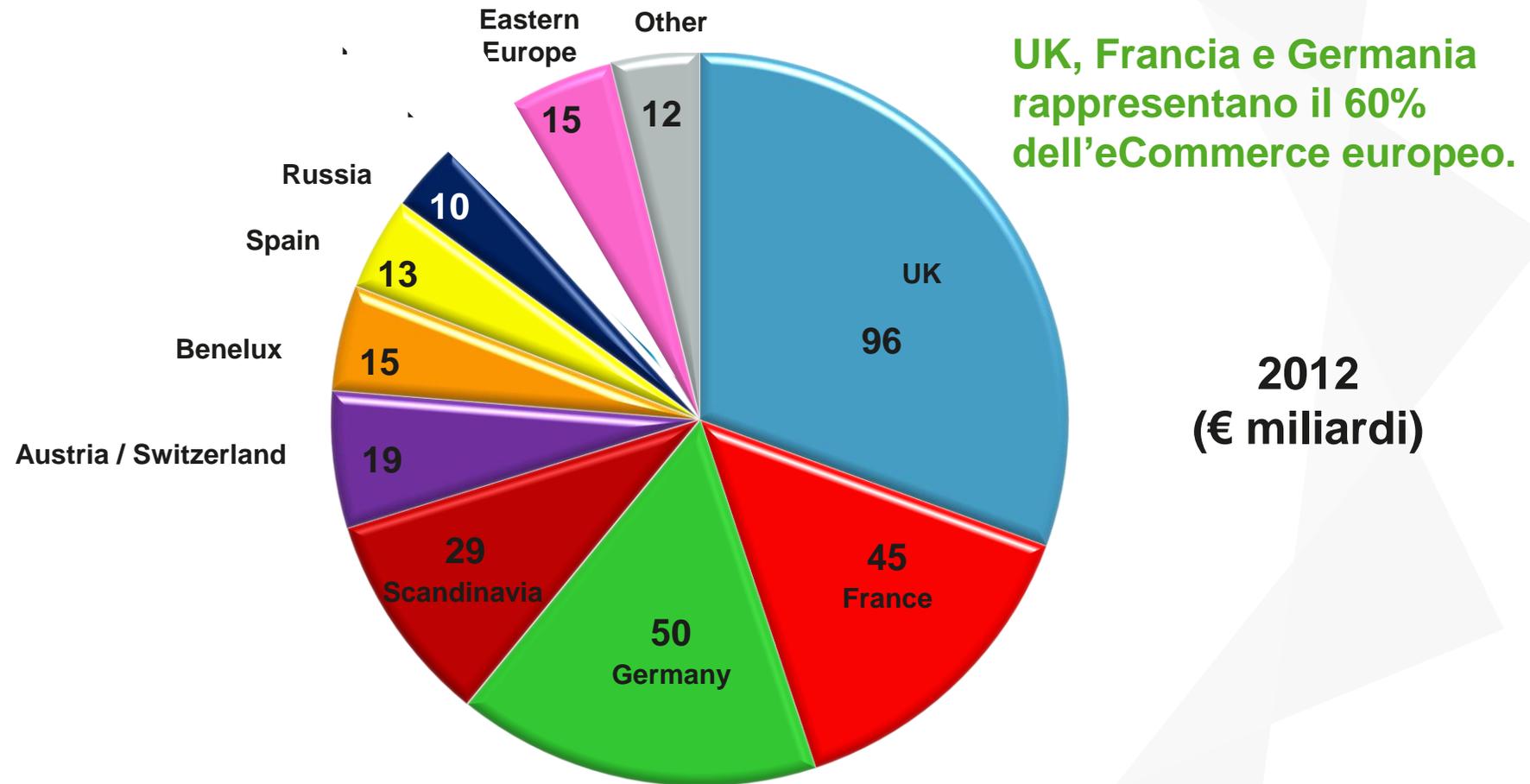
Spagna



Polonia



# L'eCommerce in Europa ha raggiunto nel 2012 i 314 miliardi di €, con 20% di crescita

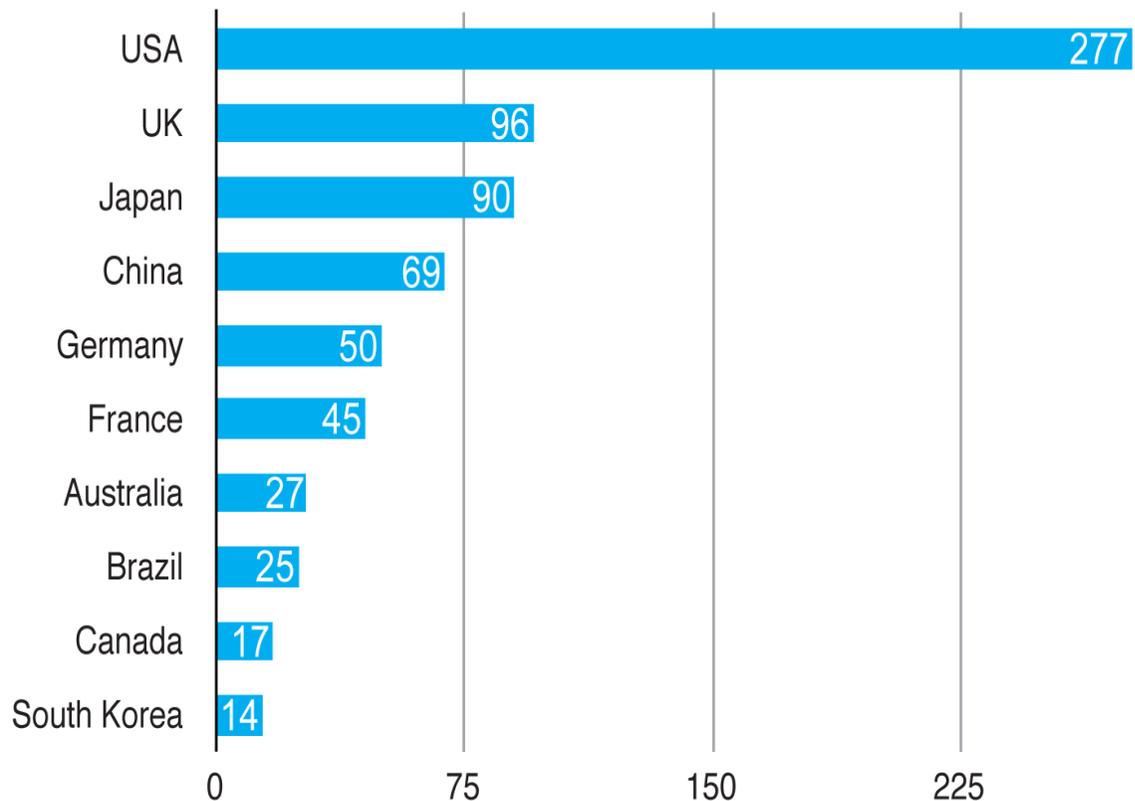


Elaborazione Netcomm su dati Emota e Ecommerce Europe

Note: B2C E-commerce turnover includes online travel, digital downloads and event tickets; excludes online gaming and financial services

# World facts & figures

## LEADING E-COMMERCE COUNTRIES AROUND THE WORLD



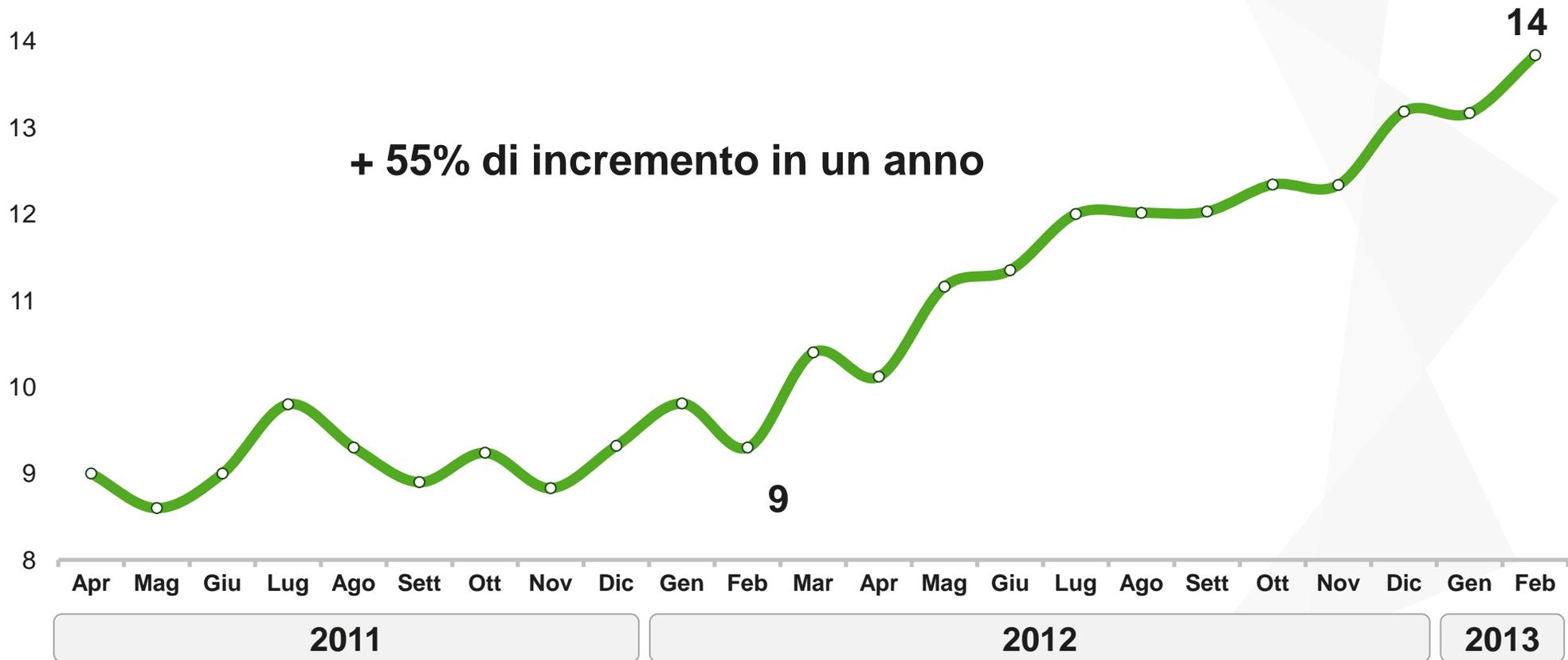
: Top 10 e-commerce countries around the world, in billion of euros ,Ecommerce Europe, 2013

**1 billion**  
Global number of e-shoppers in 2012

**889 billion**  
Total global B2C e-commerce sales in 2012

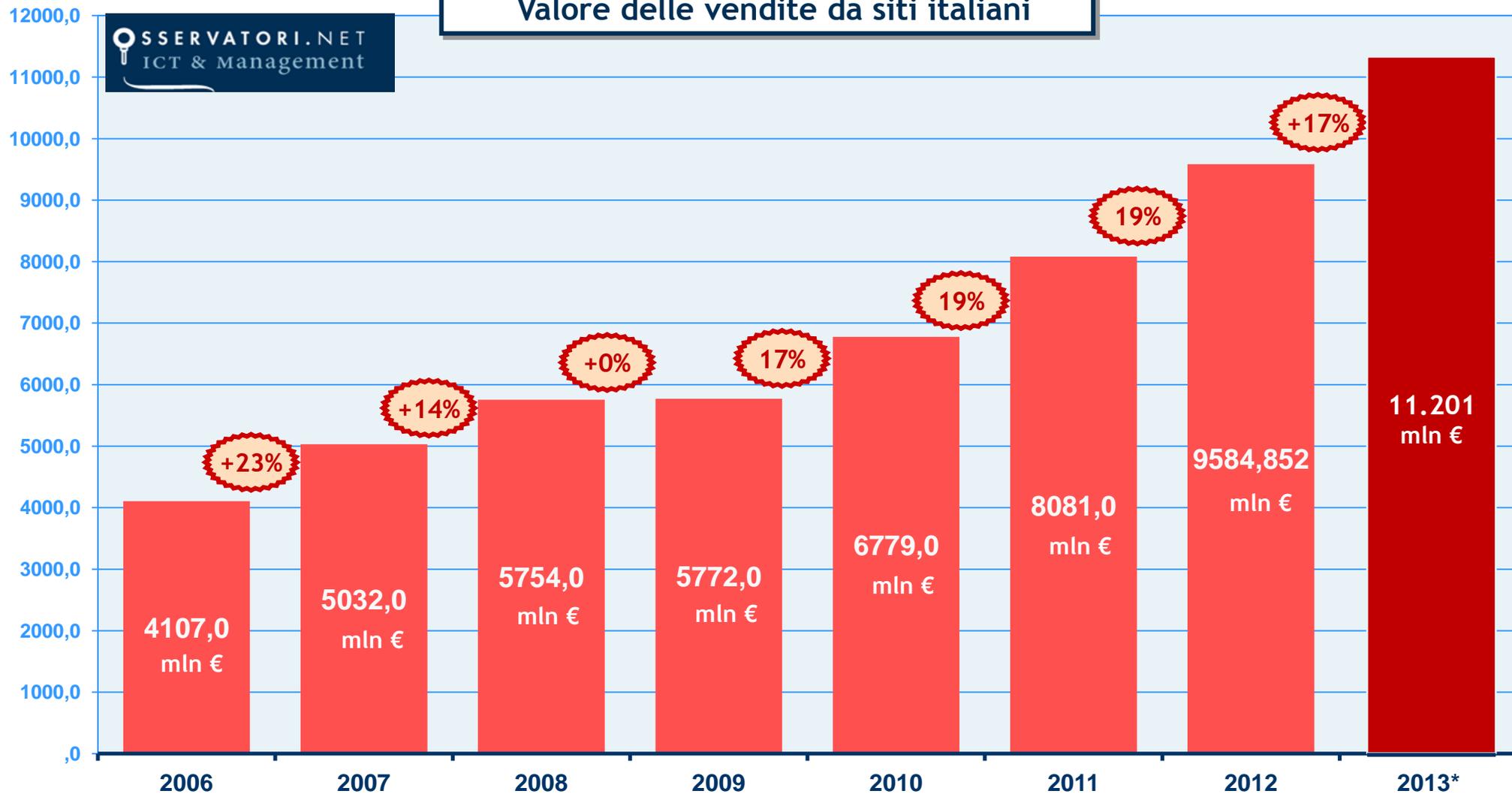
# Trend acquirenti online Italia

+ 55% di incremento in un anno



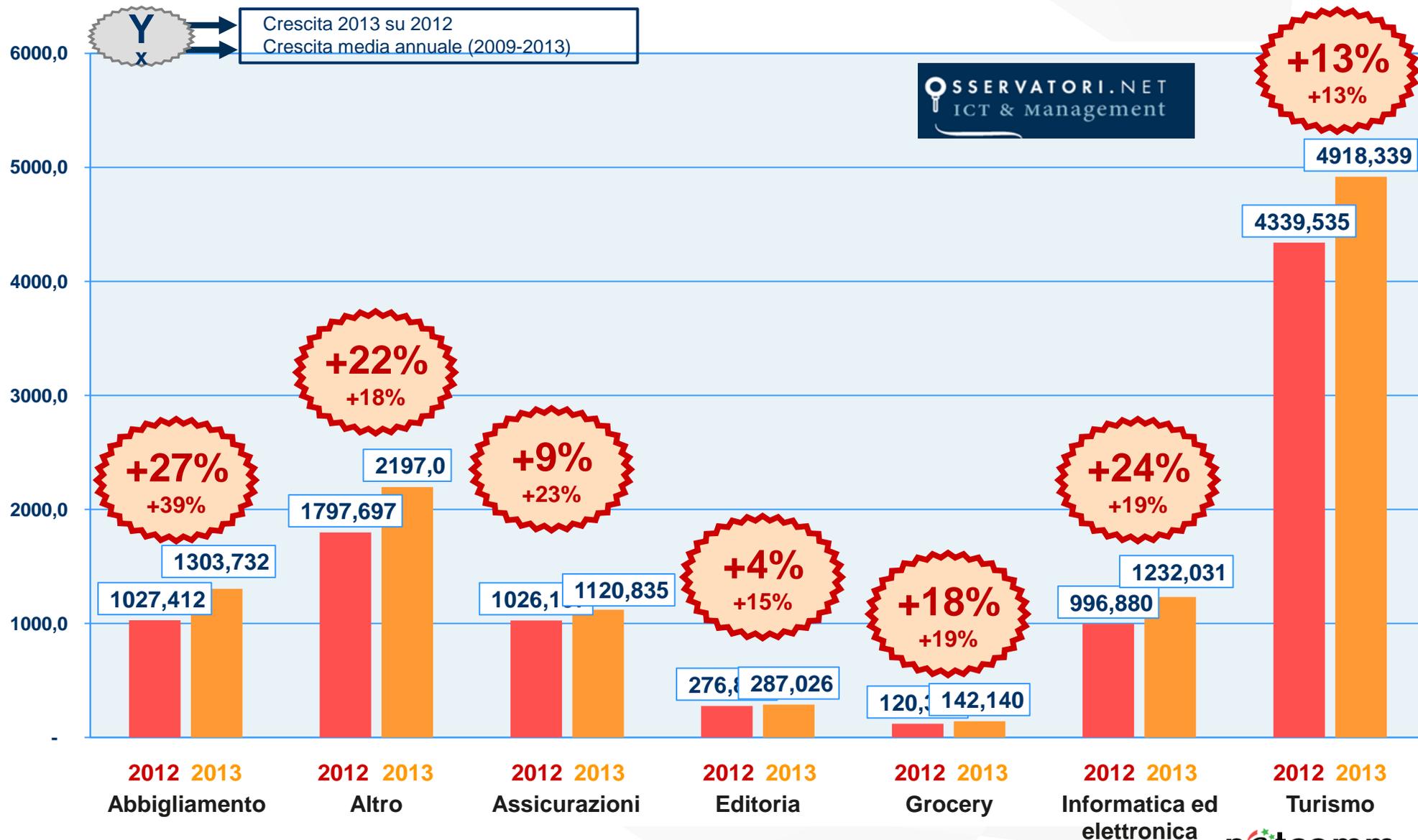
# La dinamica delle vendite eCommerce B2c in Italia

Valore delle vendite da siti italiani

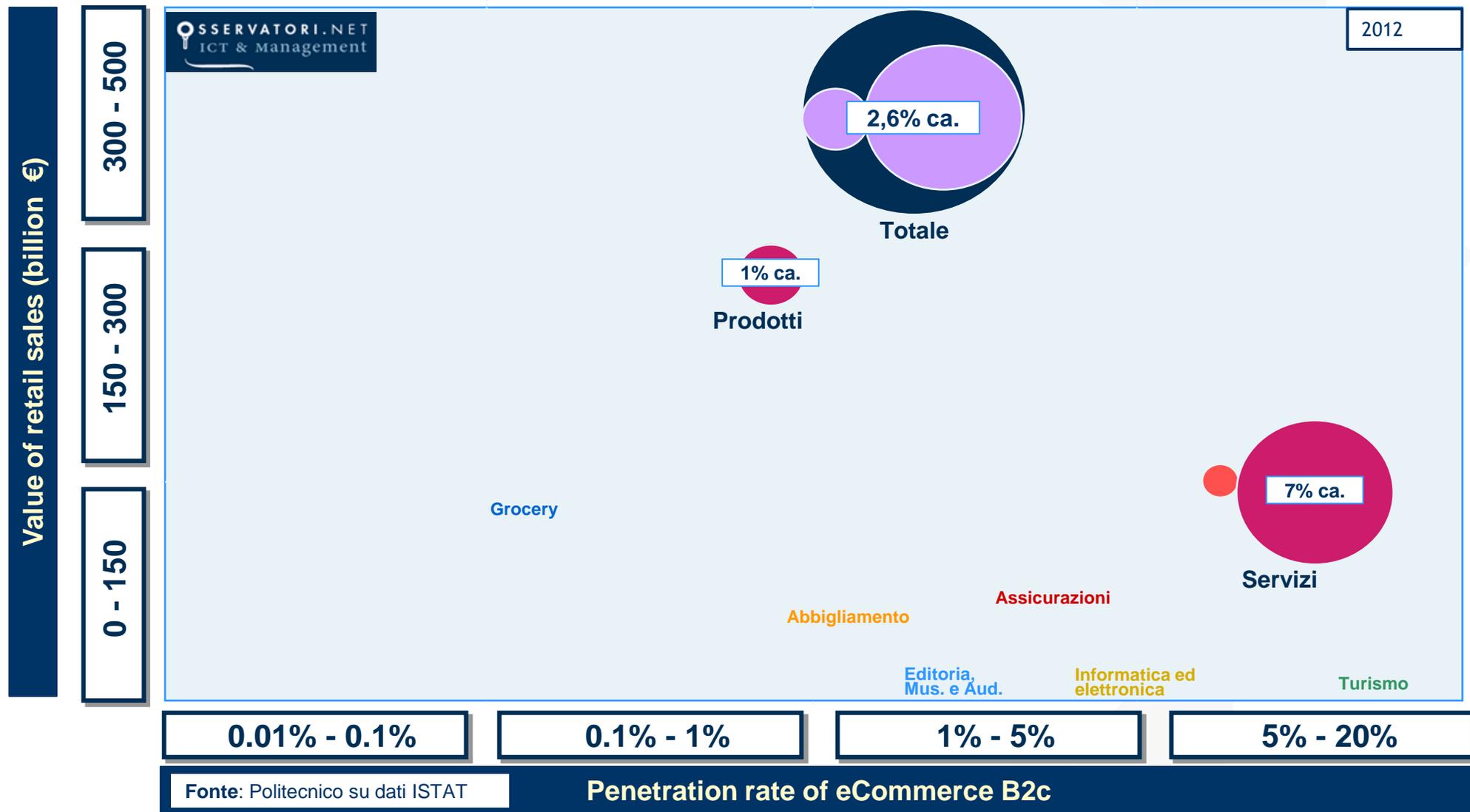


\* Previsione ad Aprile 2013

# La dinamica delle vendite e i tassi di crescita per comparto merceologico



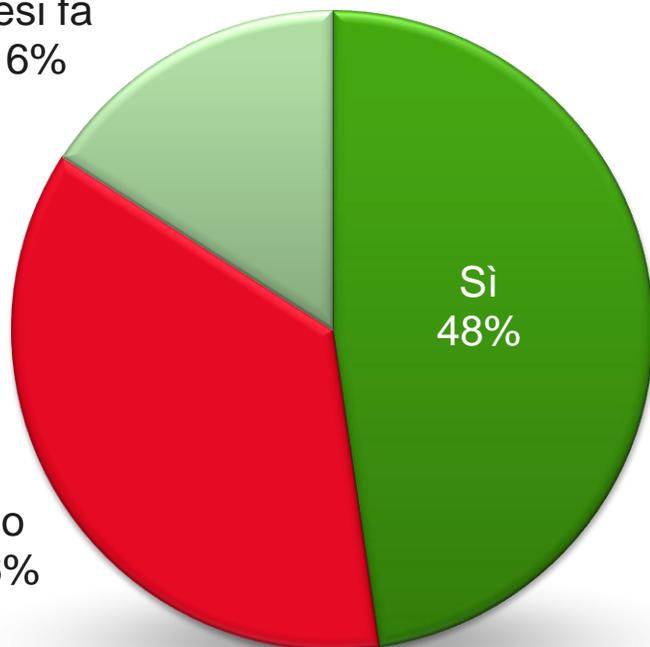
# ECommerce penetration rates on total retail sales (2012)



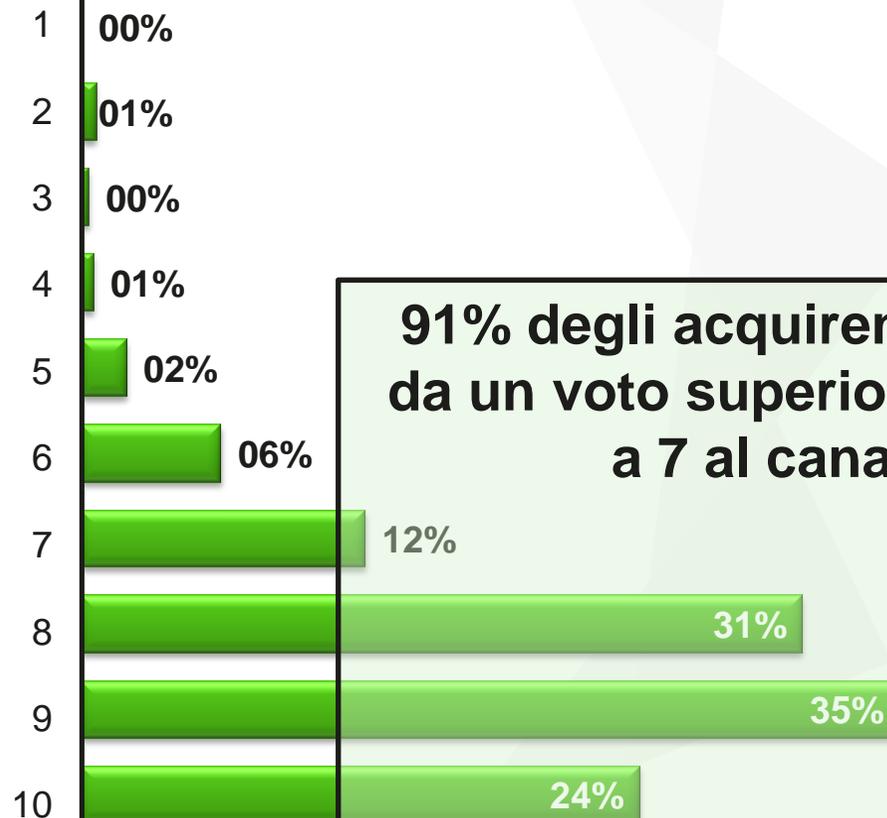
# Gradimento dell'esperienza di acquisto

Distribuzione dello score di soddisfazione – Febbraio 2013.

Sì, ma più di 3 mesi fa  
16%



No  
36%



**91% degli acquirenti da un voto superiore a 7 al canale**

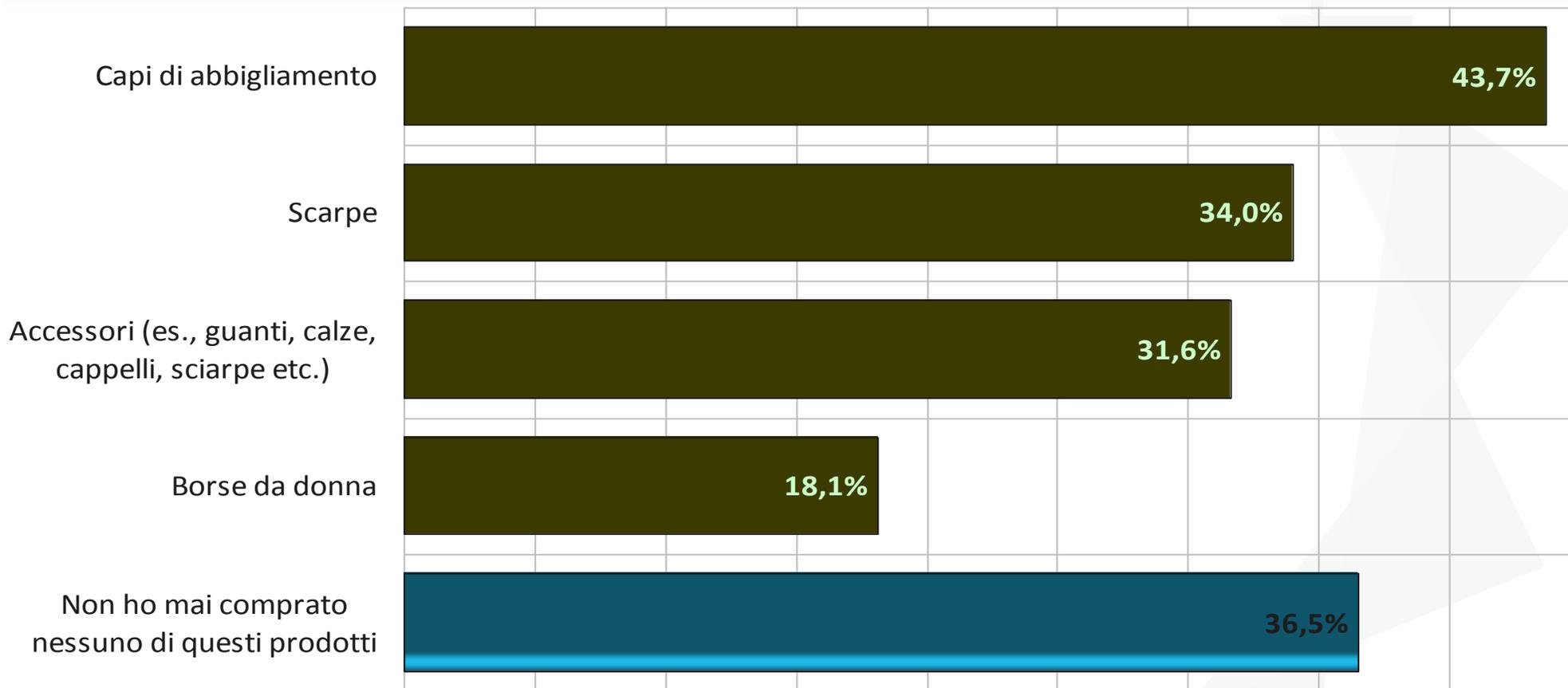


# ACQUISTI ONLINE DI PRODOTTI FASHION

## CATEGORIE DI PRODOTTI ACQUISTATI ONLINE ALMENO UNA VOLTA

Pensando a tutti gli acquisti online che hai effettuato in passato, ti è mai capitato di acquistare online...

Base: Totale campione,  
864 casi



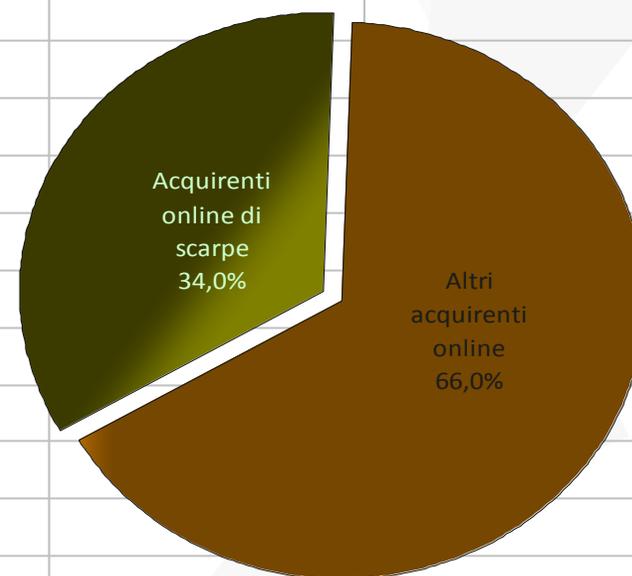
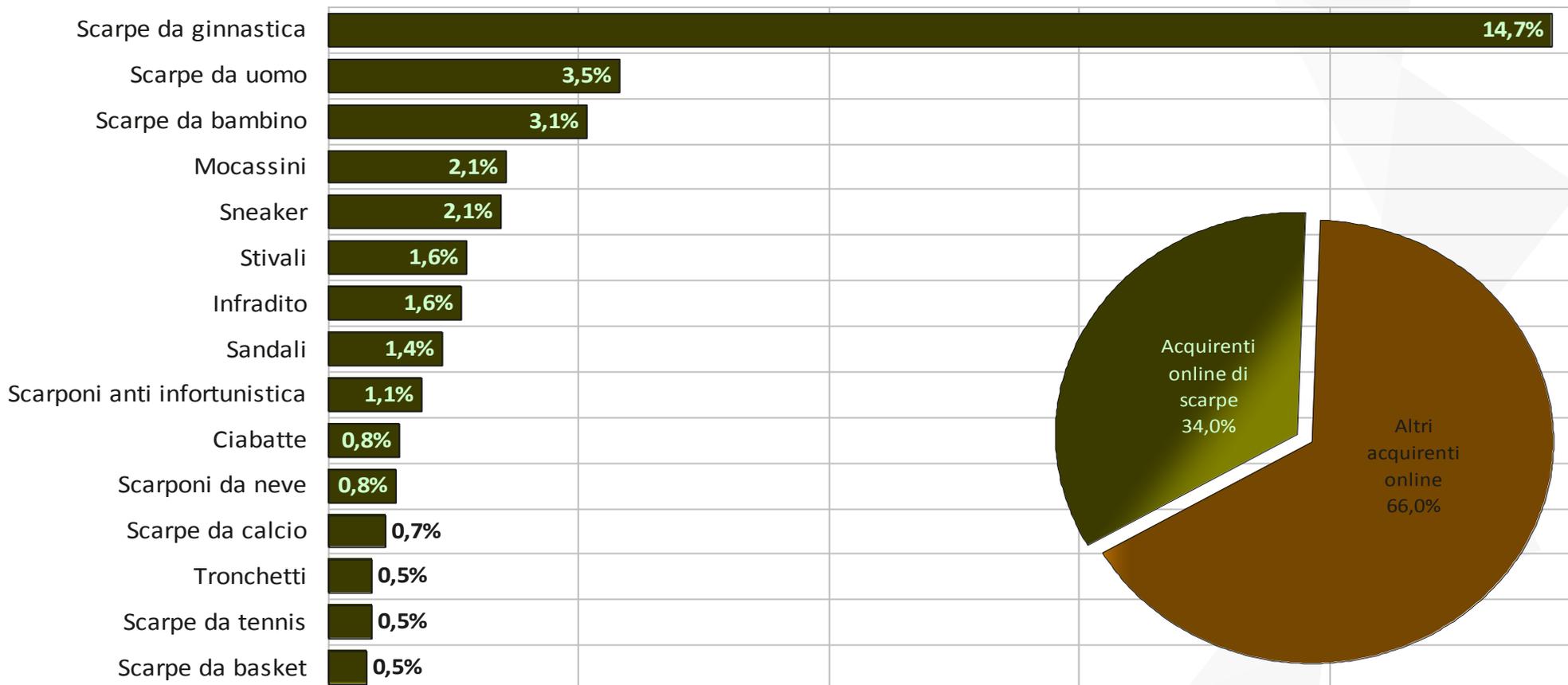
I prodotti 'fashion' più acquistati online sono capi di abbigliamento (43,7%), seguiti da scarpe e accessori e, infine, borse da donna. Il 36% degli acquirenti online dichiara di non aver mai acquistato alcun prodotto di queste categorie.

# ACQUISTI DI SCARPE

## FREQUENZA DI PRODOTTI ACQUISTATI - PRIME 15 CITAZIONI

Ripensa un momento ai tuoi acquisti online di questi prodotti, di cosa si trattava?

Base: acquirenti di scarpe, 303 casi



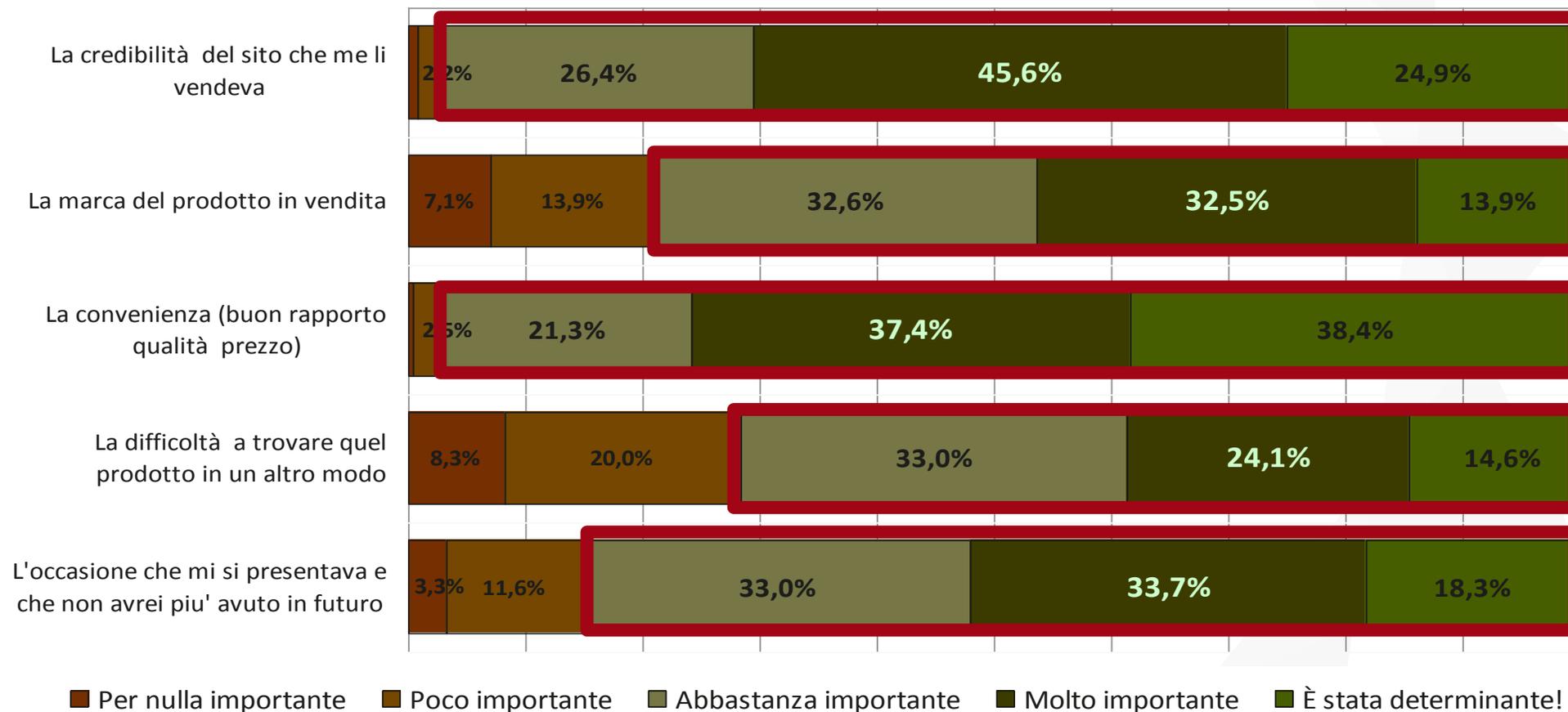
Solo il 38% circa di coloro che hanno acquistato online in passato scarpe cita il tipo di prodotto, in particolare il tipo di scarpe più acquistato online sono quelle da ginnastica (14,7%), seguito da scarpe da uomo (3,5%) e le scarpe per bambino (3,1%). Il restante 62% ha risposto invece citando brand famosi, come Hogan, Geox, Merrel, Melluso, Birkenstock, ecc...

# ACQUISTI ONLINE DI PRODOTTI FASHION

## IMPORTANZA DI CINQUE FATTORI ALLA BASE DELLA SCELTA DI ACQUISTO

*Infine, ripensando ai tuoi acquisti online di abbigliamento e accessori, quanto diresti che sono stati importanti i seguenti aspetti per la tua decisione di acquisto?*

Base: tutti gli acquirenti di prodotti fashion, 570 casi



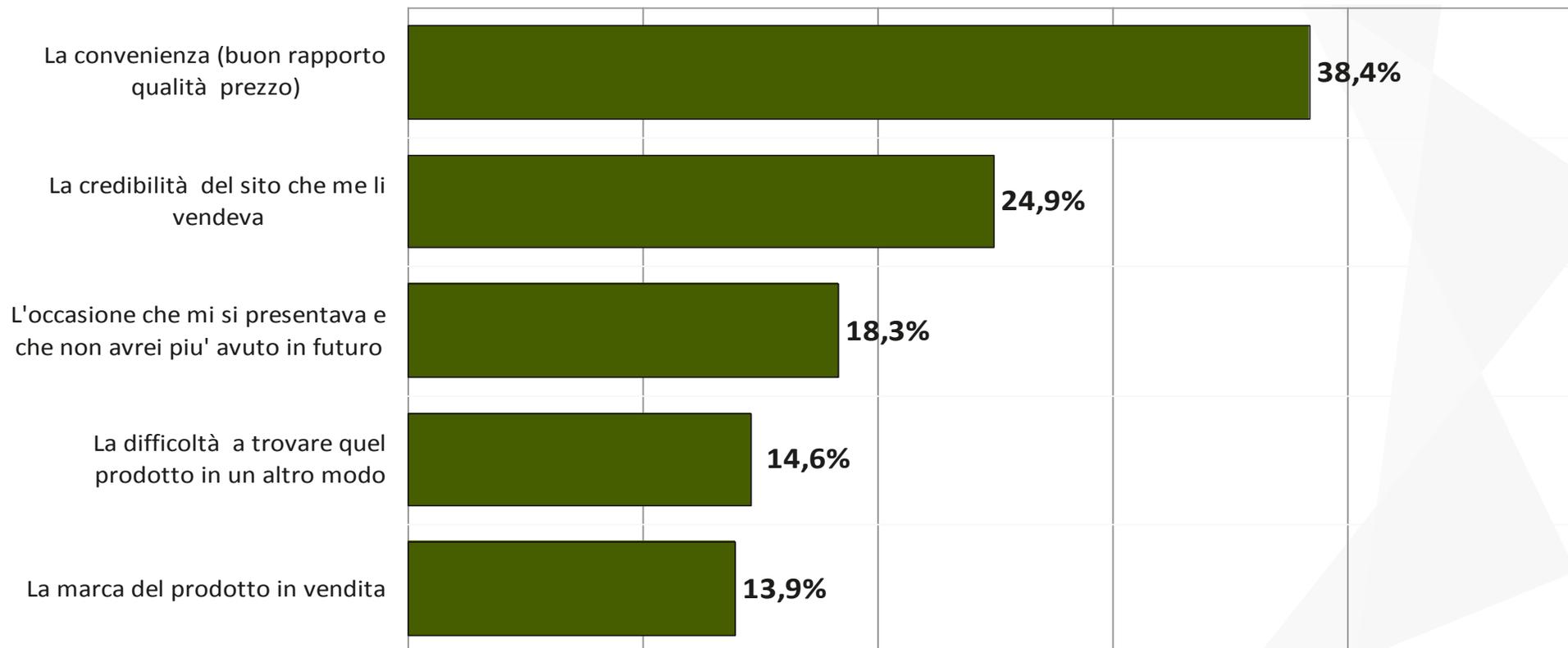
Gli aspetti ritenuti più importanti dai rispondenti, mentre si effettuano acquisti online.

# ACQUISTI ONLINE DI PRODOTTI FASHION

## IMPORTANZA DEI CINQUE FATTORI – PERCENTUALE DI “E’ STATO DETERMINANTE”

*Infine, ripensando ai tuoi acquisti online di abbigliamento e accessori, quanto diresti che sono stati importanti i seguenti aspetti per la tua decisione di acquisto?*

Base: tutti gli acquirenti di prodotti fashion, 570 casi



Percentuale di citazione del “top box” in termini di importanza, corrispondente alla risposta “E’ stato determinante”. Il fattore che raccoglie il maggior numero di citazioni del genere è il rapporto qualità / prezzo del prodotto in vendita

28 maggio 2013, Milano



# eCommerce

## Lo scenario di mercato

**Roberto Liscia**

*Presidente Consorzio Netcomm*

Micam, Milano - 16 Settembre 2013