

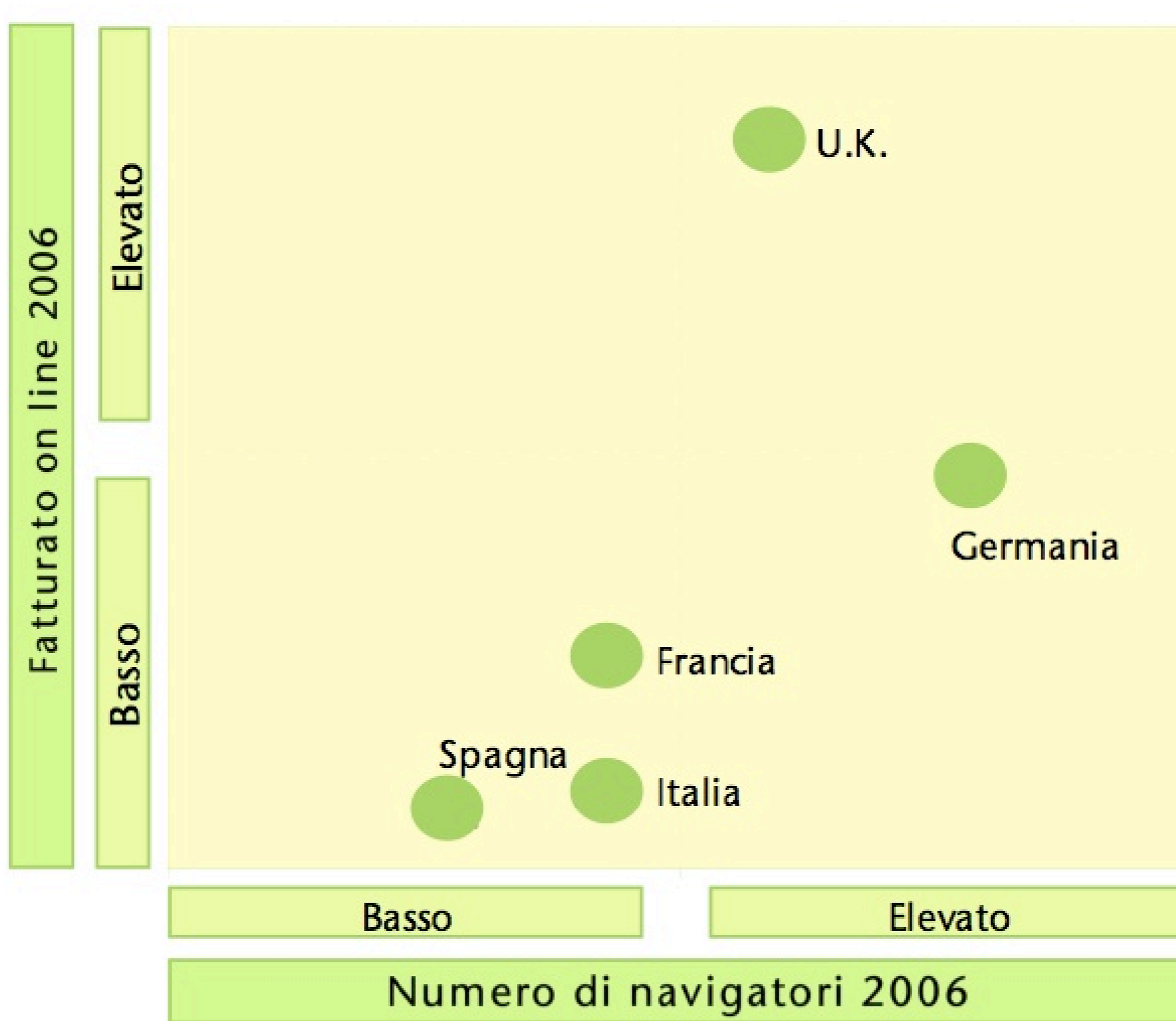
# E-Commerce in Italia

Un mercato in evoluzione

# E-commerce in Europa

- Quali differenze nei Paesi ?
- Le infrastrutture logistiche
- di connettività
- di pagamento
- la legislazione
- la resistenza delle catene distributive esistenti
- e la cultura
- un grande disequilibrio tra i mercati.

# L'e-commerce in Europa



# E-commerce in Europa

- Il confronto tra i principali Paesi Europei permette di capire quanto il numero di persone connesse sia solo uno dei fattori che facilitano il commercio elettronico.
- L'Italia a parità di persone collegate ad Internet rispetto alla Francia ha meno di un terzo del fatturato derivante da e-commerce.
- Questo è dovuto ad una serie di fattori infrastrutturali (es. la diffusione della banda larga)
- E ad aziende produttrici che non vogliono rischiare il conflitto di canali.

# E-commerce in Europa

- Lo stesso confronto può essere fatto tra Italia e Spagna comparabili in termini di fatturato derivante da e-commerce
- ma con una netta differenza in termini di navigatori on-line a favore dell'Italia.
- La Gran Bretagna con un numero di navigatori di due terzi inferiore alla Germania ha un fatturato quasi doppio.

# E-commerce in Europa

- Il fenomeno è dovuto alla forte liberalizzazione del mercato
- e all'abitudine del cittadino britannico a ricevere prodotti a domicilio
- Confrontando il mercato britannico con quello italiano risulta evidente un gap di offerta da parte delle aziende.
- In Gran Bretagna sono circa 130 mila le aziende che vendono on-line, mentre in Italia sono meno di un decimo.

# E-commerce in Europa

- I fattori più importanti per la crescita dell'e-commerce sono:
- la concorrenza nei servizi infrastrutturali
- e nel processo di vendita
- in quanto il mercato on-line è ancora largamente inferiore alla potenziale domanda dei clienti finali.

# E-commerce in Europa

- Le differenti infrastrutture e le diverse legislazioni tra i diversi Paesi ha impedito la creazione di un mercato unico su cui far leva per gli investimenti da parte delle aziende.
- Vi sono due driver che fanno comunque crescere il mercato e-commerce in Europa.
- Il primo è la disponibilità di servizi in digitale, o succedanei, ad un prezzo inferiore che costringe le filiere esistenti a ridefinire i propri processi (ad esempio l'acquisto dei biglietti aerei on-line).

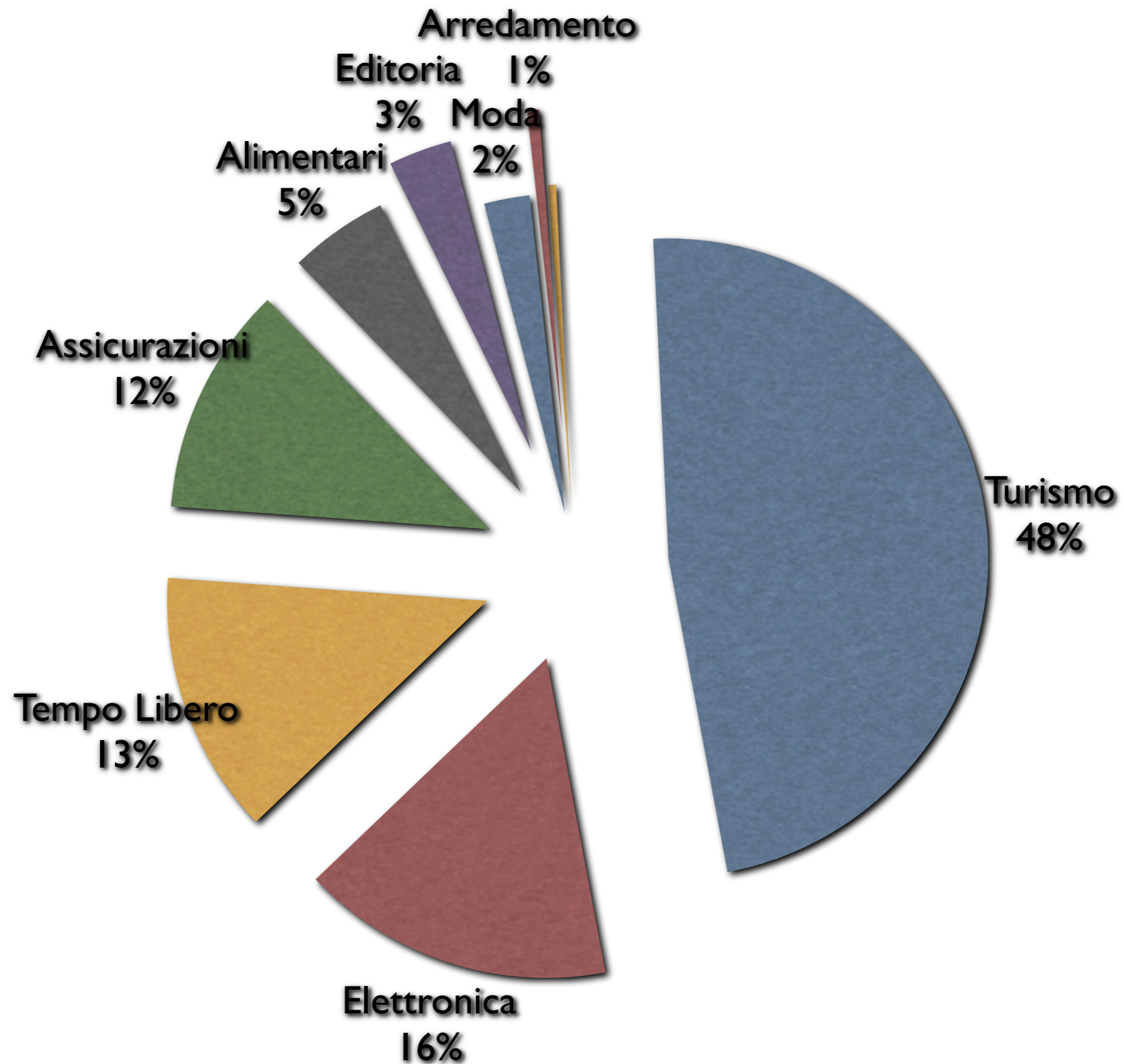
# E-commerce in Europa

- Il secondo driver è l'investimento on-line da parte di grandi catene distributive come Tesco o Ikea che creano il bisogno nei clienti e indirettamente costringono i concorrenti ad attuare una strategia di vendita diretta.
- L'Italia, ad oggi, è stata influenzata dal primo driver che ha permesso lo sviluppo di settori come quello turistico al 5% dell'intero mercato europeo (rispetto allo 0,1% di altri settori e del 2,2% di media).

# E-commerce in Europa

- Alcuni grandi gruppi stranieri tra il 2006 ed il 2007 attueranno strategie di vendita diretta on-line in Italia.
- Questo comporterà la necessità di un cambiamento degli attuali modelli da parte delle aziende italiane e rilevanti investimenti per il 2008.

# E-Commerce in Italia



# E-Commerce in Italia

- L'e-commerce in Italia ha un valore stimato di 2,906 miliardi di euro nel 2006.
- I settori principali sono
- il turismo (47,8%),
- l'elettronica di consumo (15,8%)
- ed il tempo libero (13,3%).

# E-Commerce in Italia

- L'e-commerce ha una crescita a doppie cifre (42%) su base annuale.
- Nel 2005 valeva 2,039 miliardi di euro
- nel 2004, 1,586 miliardi di euro.
- A trainare è il settore del turismo con un aumento di fatturato del 60% rispetto al 2005.