

eCommerce B2B: in Italia vale 20 miliardi di euro

Il valore del commercio elettronico B2B è stato oggetto di E-commerce B2B e B2Retail: modelli e casi di successo, il convegno organizzato da Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano

Secondo l'Osservatorio Cribis-Netcomm il numero di siti eCommerce B2B italiani è cresciuto del 46%, passando da 7.660 nel 2015 a 11.200 nel 2016

Milano, 29 novembre 2016 - Il 2016 è senza ombra di dubbio l'anno spartiacque per l'eCommerce in Italia durante il quale si è affermato il nuovo concetto di cross: cross border, cross canalità e cross device i tre punti su cui le aziende si devono concentrare per offrire al cliente la migliore esperienza di acquisto di sempre. Il fattore determinante del successo di un'azienda risiede infatti nella capacità di reagire tempestivamente alle nuove esigenze e anticipare le tendenze future, ripensando i propri modelli di business. Ciò è valido sia per le imprese B2C che per quelle B2B, il cui confine è divenuto con il tempo sempre più labile perdendo i confini storici che hanno da sempre differenziato i due business, oggi in continua evoluzione e spesso convergenti, e dando così vita a un nuovo contesto competitivo tra le imprese. Questo il tema su cui si è concentrato "E-commerce B2B e B2Retail: modelli e casi di successo", il convegno organizzato da Netcomm e tenutosi a Milano il 29 novembre.

Secondo una ricerca del Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, infatti, oltre il 50% dei buyer vorrebbe dai propri fornitori strumenti digitali per ridurre i tempi di acquisto. In Italia le imprese sottovalutano ancora le potenzialità del B2B in rete, eppure il numero dei siti di eCommerce B2B in Italia ha registrato un aumento significativo pari al 46%, passando da 7.660 del 2015 a 11.200 di quest'anno (fonte Osservatorio Cribis-Netcomm). Inoltre, il 30% del totale dei siti di commercio elettronico italiani del Paese è B2B. "Le potenzialità dell'eCommerce B2B sono importanti, persino maggiori rispetto a quelle B2C" spiega Roberto Liscia, Presidente Netcomm e Executive Board Member Ecommerce Europe. "Il valore del commercio elettronico B2B nel 2015 è stato infatti di 20 miliardi di euro, contro i 18 miliardi del B2C".

È da considerarsi eCommerce, infatti, tutti quei modelli nei quali avviene un incontro e una qualificazione tra domanda e offerta che poi si concretizza in un ordine o una transazione su altri canali. Il marketplace B2B in particolare si sviluppa in ogni settore, da quello della sanità alla manutenzione, dai prodotti enogastronomici al fashion, e crea diversi modelli di business, dai distributori online alle house of brand, dal marketplace con comunità brick & mortar a quelli basati sul dropshipping.

"Le imprese italiane che vendono online in Italia sono circa il 7% del totale, contro il 17% di quelle presenti a livello europeo" aggiunge Roberto Liscia. "L'Italia eccelle in moltissimi mercati e il potenziale del Made in Italy online è tra i maggiori al mondo. Le aziende dovrebbero affrontare con maggiore aggressività il nuovo contesto competitivo del B2B dove a farla da padrone sarà la crescita del ruolo dei Marketplace, lo sviluppo del B2B da parte dei grandi Marketplace B2C, l'apertura dei mercati di vendita e acquisto, e il crescente ruolo delle filiere a fronte del nuovo concetto di cross".

Ufficio stampa Netcomm:

Mirandola Comunicazione

Giulia Perfetti - Simona Miele

giulia.perfetti@mirandola.net - simona.miele@mirandola.net

Tel.: 0524/574708 - 345/7258786 - 348/2509895

Chi è Netcomm

Netcomm è il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, punto di riferimento in materia di e-commerce nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, Netcomm annovera tra i suoi consorziati più di 200 aziende che rappresentano sia società internazionali che piccole e medie realtà di eccellenza. Il Consorzio si pone l'obiettivo di promuovere iniziative che contribuiscano alla conoscenza e alla diffusione del commercio elettronico, generando valore per l'intera filiera del settore. Attraverso un insieme di iniziative congiunte di diversa natura, Netcomm supporta le imprese nella loro evoluzione digitale a vantaggio dei consumatori e di tutto il sistema Paese. Tra queste, il Sigillo Netcomm, il sigillo per i merchant che offrono un servizio di qualità, trasparenza e affidabilità al consumatore finale. Netcomm è tra i Paesi fondatori dell'Associazione Europea del Commercio Elettronico, Ecommerce Europe, nata con lo scopo di stimolare lo sviluppo del commercio elettronico a livello europeo.