Il webinar di Fiera Milano sull'e-commerce

ecommerce-4849055-1920-03d979f5

Gli economisti lo hanno definito un anno a fisarmonica, che tra le pieghe della crisi ha conosciuto anche momenti di crescita. Per il mondo del business, delle imprese produttive e del retail il 2020 è stato questo. Ma anche un periodo che ha segnato l'accelerazione digitale e l'inizio di una nuova epoca in cui multicanalità e presenza social sono diventate fondamentali per le aziende moderne, tanto quanto l'adozione di ambienti ibridi tra fisico e digitale che uniscano l'esperienza in-store con la vendita online attraverso piattaforme e-Commerce.

Quali i trend dei prossimi mesi, quali le prospettive del settore e le strategie per superare questo difficile periodo? Queste alcune delle domande a cui, il 28 gennaio a partire dalle ore 11.00, Fiera Milano cercherà di rispondere nel webinar "Una bussola per l'e.commerce", organizzato da Fiera Milano Media – Business International per creare un percorso di avvicinamento ai prossimi appuntamenti espositivi di Host Milano, TUTTOFOOD e Transpotec Logitec. Un'occasione di confronto e dialogo tra alcuni dei maggiori esperti del mercato italiano delle vendite online nel segmento B2B e B2C: moderati da Federico Gasparotto, Founder & CEO, Growth Automation Studio, ne parleranno Marino Casucci – CEO, Intergic; Niccolò Giustiniani - Business Innovation Manager, Overture; Giovanni Cappellotto E-commerce & Retail consultant. Si parlerà, tra gli altri temi, di come capire il modello più adatto per la propria azienda raggiungendo nuovi clienti o di come accelerare il business digitale differenziarsi dalla concorrenza, oltre che del ruolo strategico di logistica e i trasporti e delle migliori piattaforme e tecnologie per sfruttare al meglio le potenzialità dell'e.commerce.

L'anno d'oro dell'e-commerce

Secondo i dati dell'Osservatorio e-Commerce B2c, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, l' e-Commerce italiano nel 2020 ha raggiunto un valore di circa 22,7 miliardi di euro con una crescita record del +26%, 4,7 miliardi in più` rispetto al 2019. In particolare hanno dominato i prodotti alimentari (+56%), diventati negli scorsi mesi la principale voce di spesa online. Molto bene anche il mondo dell'arredamento e home living (2,3 miliardi, +30%), il pharma, il beauty e lo sport & fitness. Secondo gli analisti, è come se si fosse registrato un' evoluzione

digitale di 10 anni nei soli mesi tra marzo e maggio 2020. Basti pensare che, nei primi sei mesi dell'anno scorso, si sono registrati 2 milioni di nuovi online shopper in Italia, portando il totale a 29 milioni di nuovi consumatori smart: 1,3 milioni dei quali, secondo le stime di Netcomm, sono da attribuire all'impatto dell'emergenza sanitaria del Covid-19. Negli stessi mesi del 2019 si registravano infatti solo 700 mila neo-consumatori online. Un dato che, se rapportato su scala globale, ha reso l'e-Commerce il settore con la maggiore crescita (fino a +55%), seguito da modern food retail (fino a +23%) e vendita all'ingrosso di prodotti farmaceutici (fino a +15%).

L'e-commerce, la chiave del successo B2B

Sotto il profilo B2B, in questo momento l'e-Commerce assume un valore ancora più consistente, permettendo di gestire il contatto con fornitori e clienti a distanza aumentando anche i volumi produttivi, sia a livello nazionale, sia a livello internazionale. Secondo i dati del Politecnico di Milano, nel 2019 le esportazioni digitali B2B dall'Italia sono cresciute dell'1,5%, per un valore di 134 miliardi di euro, pari al 28% dell'export complessivo. All'interno dei confini nazionali invece, gli scambi commerciali online tra aziende hanno raggiunto un valore di oltre 410 miliardi di euro. Nonostante questo, dalle analisi risulta evidente come ci sia ancora molto lavoro da fare affinché tutto l'ecosistema industriale italiano approcci in maniera corretta la trasformazione digitale in corso a livello globale. Secondo le stime, per esempio, a oggi solo il 32% delle realtà aziendali del Bel Paese è munito di sistemi digitali per il monitoraggio della supply chain.

Priorità logistica

Una criticità che viene rilevata anche dall'Osservatorio contract logistics del Politecnico di Milano, che nel 2020 ha previsto un calo del 9,3% del mercato a causa della riduzione dell'export e del traffico merci dovute alle restrizioni imposte dall'emergenza Covid, con un fatturato previsto di 77,8 miliardi di euro. Nonostante questo, va evidenziato che settori come l'e-Commerce e il Food hanno invece rilevato un aumento del 6% rispetto all'anno precedente. Un dato che evidenzia come le imprese della logistica abbiano saputo reagire positivamente all'emergenza, grazie alla capacità dei manager logistici di riconfigurare velocemente le reti di distribuzione e alla condivisione di asset lungo la filiera. Le problematiche emerse, come la sicurezza dei lavoratori, la necessità di rafforzare la distribuzione locale per far fronte al boom dell'e-commerce e di potenziare il trasporto intermodale, sono state trasformate nelle priorità su cui intervenire nel 2021, che vedono ai primi posti la maggior flessibilità e resilienza del sistema logistico (per il 62% dei manager), la digitalizzazione dei processi (50%), la sicurezza di tutti gli operatori lungo la filiera (38%) e la semplificazione della gestione dei flussi logistici (27%).

Un futuro phygital da non sottovalutare

La digitalizzazione sarà, quindi, la grande sfida da approcciare nei prossimi mesi e avranno più successo le aziende che mostreranno agilità e abbracceranno rapidamente il cambiamento. Proprio come stanno facendo i key player nazionali e internazionali di due settori fortemente interconnessi tra loro come il Food & Beverage e l'Hospitality, quest'anno destinati ancora di più a far valere sinergie e trasversalità grazie alla contemporaneità di HostMilano e TUTTOFOOD. Le due manifestazioni, punto di riferimento rispettivamente dell'ecosistema agroalimentare e dell'ospitalità e fuori casa, si terranno infatti quest'anno negli stessi giorni (a fieramilano, dal 22 al 26 ottobre), con il preciso obiettivo di aiutare gli operatori a orientare le loro scelte di business development in una fase di incertezza come quella attuale. Se infatti, solo per fare un esempio, metodi efficaci di e-commerce e di gestione ibrida degli ordini giocheranno un ruolo importante nel superare questa crisi, le domande che i manager si pongono ora sul futuro della propria attività sono ancora molte. Per questo, dall'uso di intelligenza artificiale all'Internet of Things e dal proximity commerce al social commerce, i protagonisti del webinar "Una Bussola per l'e-commerce" il prossimo 28 gennaio 2021 alle ore 11.00 proveranno a tracciare le linee guida di uno scenario dinamico. Come nel quale le regole d'ingaggio e di processo sono radicalmente cambiate sotto molteplici punti di vista da comprendere a fondo, per poter essere governati in maniera sostenibile, efficace e resiliente al fine di guardare a un futuro phygital sempre più attuale e da non sottovalutare.

La partecipazione, previa registrazione sui siti www.tuttofood.it o www.host.fieramilano.it è gratuita.