

Bussola per l'e-commerce?

Fiera Milano propone un webinar su un mercato da oltre 500 miliardi nell'ambito del trasporto

MILANO – Il 2020 per il mondo del business, delle imprese produttive e del retail ha segnato l'accelerazione digitale e l'inizio di una nuova epoca, nella quale multicanalità e presenza social sono diventate fondamentali tanto quanto l'adozione di ambienti ibridi tra fisico e digitale, che sappiano unire l'esperienza in-store con la vendita online attraverso piattaforme e-commerce, con ricadute anche su trasporto e logistica, comparti chiamati a un impegno totalmente differente rispetto al passato. Quali potrebbero essere però i trend dei prossimi mesi, quali le prospettive del settore e le strategie per superare questo difficile periodo?

Saranno queste alcune delle domande a cui, domani 28 gennaio a partire dalle ore 11 **Fiera Milano** cercherà di rispondere attraverso il webinar "Una bussola per l'e-commerce", organizzato da Fiera Milano Media – **Business International** per creare un percorso di

(segue in ultima pagina)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Bussola per l'e-commerce?

avvicinamento ai prossimi appuntamenti espositivi di **Transpotec**, Logitec, Host e TUTTOFOOD. Un'occasione di confronto e dialogo tra alcuni dei maggiori esperti del mercato italiano delle vendite online nel segmento B2B e B2C che, coordinati da Federico Gasparotto, founder & ceo, Growth Automation Studio, discuteranno di come cogliere le opportunità offerte dai canali e-commerce per capirne il modello più adatto per la propria azienda, raggiungere nuovi clienti, anche attraverso la gestione strategica di elementi fondamentali come la logistica e i trasporti o la promozione digitale e sfruttare le migliori tecnologie per rendersi sempre più resilienti.

Secondo i dati rilasciati dall'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. Secondo gli analisti è quasi come se, nei soli mesi tra marzo e maggio 2020, si fosse registrato un salto evolutivo verso il digitale di 10 anni: le abitudini di acquisto e i comportamenti dei consumatori italiani si sono spostati a favore dell'e-commerce, che ha garantito continuità di servizio per numerose attività e per i cittadini. Basti pensare che, nei primi sei mesi dell'anno scorso, si sono registrati 2 milioni di nuovi online shopper in Italia (portando così 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, infatti,

si registravano solo 700.000 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%).

Sotto il profilo B2B, l'e-commerce in questo momento assume, dunque, un valore sempre più consistente, permettendo di gestire il contatto con fornitori e clienti anche a distanza, senza per questo ridurre i propri volumi produttivi, ma anzi aumentandoli sia a livello nazionale, sia a livello internazionale. Basti pensare che, secondo i dati del Politecnico di Milano, le esportazioni digitali B2B in Italia sono cresciute nel 2019 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.

Tuttavia, secondo le stime, a oggi solo il 32% delle realtà aziendali del Bel Paese è munito di sistemi digitali per il monitoraggio della propria supply chain. Una criticità questa 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, però, va evidenziato anche che settori come l'e-commerce e il food, hanno rilevato addirittura un aumento del 6% rispetto all'anno precedente. Un dato questo che evidenzia come le imprese della logistica abbiano comunque 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 sono

state trasformate così 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%). La digitalizzazione sarà, quindi, la grande sfida da approcciare nei prossimi mesi e le aziende che mostreranno agilità e abbracceranno rapidamente il cambiamento in questo nuovo mondo saranno quelle che avranno più successo. Metodi efficaci di e-commerce e di gestione ibrida degli ordini giocheranno un ruolo importante nel superare questa crisi, ma 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 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 sul sito www.transpotec.com, è gratuita.