

COMUNICATO STAMPA

Ecommerce in Italia: leva fondamentale per lo sviluppo dell'economia digitale del Paese

In che cosa consiste il lavoro dell'Head of Ecommerce e perché Timberland, RCS Media Group e Al Duca D'Aosta hanno adottato una strategia Ecommerce a 360 gradi.

Milano, 21 gennaio 2014 – Al convegno “Ecommerce in Italia. Aziende e Operatori a confronto” organizzato da **NEXTVALUE** e **ASSINTEL**, con il patrocinio di **Confcommercio** e **Unione del Commercio di Milano** sono intervenuti **Lisa Calatroni, EU Ecommerce Operations Manager di Timberland/VFC**, **Lisa Durante, Ecommerce Director di Al Duca d'Aosta**, **Lorenzo Trimarchi, Head of Ecommerce di RCS MediaGroup**. Per Confcommercio ha preso la parola **Fabio Fulvio, Responsabile Settore Politiche per lo Sviluppo** e per Assintel il Presidente **Giorgio Rapari**. I lavori sono stati aperti da **Alfredo Gatti, Managing Partner di NEXTVALUE** e **Managing Director di CIONET Italia**.

Hanno aderito come aziende partner di questa iniziativa, tre big player del sistema di Offerta IT – **IBM ITALIA, PORTALTECH REPLY, SOPRA GROUP** – che hanno contribuito al dialogo sul tema dell'Ecommerce presentando la propria strategia nella prospettiva attuale e dei prossimi 12-24 mesi.

Il convegno di oggi apre il programma 2014 di iniziative sul tema dell'Ecommerce in Italia promosse da **NEXTVALUE** e **ASSINTEL** e segue di qualche settimana la conferenza stampa del 10 dicembre scorso a cui hanno preso parte i tre player internazionali leader delle transazioni online – **CartaSì, MasteraCard, PayPal**.

I lavori del convegno di oggi si sono svolti a Milano, nella sede dell'Unione del Commercio in Corso Venezia 47. Una platea qualificata di operatori del commercio, web agency, imprenditori e professionisti del settore (oltre 420 le registrazioni arrivate in **NEXTVALUE**) ha risposto con entusiasmo all'invito di avviare un dialogo esclusivo e di alto profilo con i Protagonisti italiani dell'Ecommerce, per condividere, interpretare, e imparare dalle esperienze di successo delle aziende più innovative.

*“Le abitudini dei consumatori sono cambiate radicalmente e molto velocemente nel corso degli ultimi due anni – afferma **Alfredo Gatti, Managing Partner di NEXTVALUE** e **Managing Director di CIONET Italia** - Le aziende hanno saputo reagire tempestivamente alle sfide del nuovo mercato online generato dai consumatori sempre più digitali. Si sono create nuove posizioni*

COMUNICATO STAMPA

in azienda e nuovi posti di lavoro con ottimi ritorni di fatturato e una più accurata conoscenza del Cliente. L'Ecommerce è una leva fondamentale per lo sviluppo dell'economia digitale del nostro Paese”.

*“La rivoluzione dell'Ecommerce è un grosso rischio che bisogna trasformare in opportunità – dichiara **Fabio Fulvio, Responsabile Settore Politiche per lo Sviluppo di Confcommercio** - Ignorare il fenomeno è l'unica cosa che, soprattutto, un piccolo negozio non può permettersi di fare”.*

Gli fa eco **Giorgio Rapari, Presidente Assintel**: *“Dobbiamo creare una continuità virtuosa fra Retail fisico e Retail virtuale: è un adattamento necessario al nuovo contesto, che va fatto esplorando le possibilità, cogliendo gli stimoli, aggregando gli operatori di tutta la filiera su vision e progettualità comuni”.*

Il forte interesse delle aziende italiane per l'Ecommerce era già emerso in occasione della presentazione dell'Assintel Report 2013, la ricerca sul mercato del software e servizi in Italia che NEXTVALUE conduce dal 2005 su incarico di Assintel e Confcommercio. La ricerca che viene realizzata ogni anno mediante interviste su un Panel di 500 Chief Information Officer e Direttori IT di aziende italiane, ha messo in evidenza come nel 2013 i progetti di Ecommerce (23% dei rispondenti), di Multicanalità (22% dei rispondenti) e quelli per la realizzazione di Consumer App (12% dei rispondenti), siano stati classificati come *Progetti di Innovazione* dal Responsabile dei sistemi Informativi delle principali aziende italiane.

Queste percentuali raddoppiano nei segmenti dei Trasporti e Logistica, Commercio Distribuzione e Servizi e Assicurazioni, settori che per primi hanno saputo cogliere e integrare l'Ecommerce al modello di business tradizionale.

*“Le esigenze dei nostri clienti sono cresciute molto rapidamente negli ultimi 5 anni, i canali utilizzati lungo la customer journey sono molteplici e da questi il cliente si aspetta completa integrazione e il medesimo livello di servizio fornito dall'online – dichiara **Lisa Calatroni, Ecommerce Operations Manager EMEA di Timberland** - L'omni-channel è l'unica via percorribile dal retail per dare al proprio cliente la customer experience desiderata.”*

*“La vera sfida a cui sono chiamate le aziende e gli operatori del commercio è integrare i vari canali di vendita, creando circoli virtuosi che siamo in grado di generare contemporaneamente vantaggi concreti e reali per il negozio tradizionale, per il web e per il Mobile Commerce – dichiara **Alfredo Gatti** - Il legame con il territorio diventa strategico e non si limita più al luogo fisico in*

COMUNICATO STAMPA

cui opera il negozio ma si apre al mondo misurandosi con le sfide globali del web – conclude
Alfredo Gatti.

*"L'apertura di un canale e-commerce rappresenta per le PMI un'opportunità da sfruttare al meglio per far crescere il proprio business – dichiara **Lisa Durante, Ecommerce Director di Al Duca d'Aosta** - Permette di rafforzare la propria immagine aziendale e costringe a ripensare la propria comunicazione anche in vista di una relazione più diretta con i propri consumatori".*

Internet, i social network e le App modificano gli atti d'acquisto e definiscono nuove esperienze che stanno trasformando anche il modello di business degli Editori tradizionali. *"In una logica di business un editore digitale può sviluppare specifiche offerte di contenuti, attraverso per esempio copie digitali e collaterali digitali, ed integrarle con nuovi modelli che combinino prodotti e servizi coerenti con i contenuti e con gli interessi che i lettori stanno esplorando e con una user experience integrata nel sito dell'editore"* ha dichiarato **Lorenzo Trimarchi, Head of Ecommerce di RCS MediaGroup.**

La seconda tappa del programma 2014 di iniziative promosse da NEXTVALUE e ASSINTEL sul tema dell'Ecommerce prosegue con il premio **"HEAD OF COMMERCE DELL'ANNO"**, il primo riconoscimento in Italia dedicato ai migliori Head of Ecommerce del nostro paese. La cerimonia di premiazione si svolgerà a **Milano il 27 maggio 2014** in occasione della presentazione della ricerca NEXTVALUE INSIGHT dal titolo *"Digital Transformation in Italia. What's next"* condotta da NEXTVALUE in collaborazione con CIONET Italia.

NEXTVALUE

NEXTVALUE è una società indipendente, leader di mercato nei servizi di intelligence e di business per le aziende del sistema di offerta IT e New Media in Italia. Autore dell'ASSINTEL REPORT, la ricerca sul mercato del software e servizi in Italia, che conduce dal 2005 su incarico di Assintel e Confcommercio promuove le best practice nell'ambito della trasformazione dell'IT attraverso il programma NEXTVALUE INSIGHTS. Dal 2010 è promotore e research partner di CIONET, la prima business community internazionale riservata ai Chief Information Officer (CIO) di aziende Top in Europa con oltre 4100 membri attivi di cui 526 in Italia.

ASSINTEL

Assintel è l'associazione nazionale di riferimento delle imprese ICT e digitali e aderisce a Confcommercio – Imprese per l'Italia. Rappresenta le imprese presso autorità ed istituzioni, ne tutela gli interessi e progetta iniziative e servizi a loro concreto supporto. Interpreta le esigenze dell'ecosistema di partnership, composto da operatori globali e locali che operano su tutto il territorio e nei diversi segmenti del mercato, ed è in prima linea per favorire lo sviluppo di una cultura dell'Innovazione tecnologica nel Sistema-Paese.

COMUNICATO STAMPA

Per informazioni:

NEXTVALUE
Giulia Nebuloni
Relazioni con la stampa
E-mail: g.nebuloni@nextvalue.it
Tel. 342 6884511 – Web: www.nextvalue.it



ASSINTEL
Andreas Schwalm
Resp. Comunicazione
E-mail: andreas.schwalm@assintel.it
Tel. 02.7750.231-Web: www.assintel.it