

Worldwide e-Commerce 2018

Ecco il salto che stavamo aspettando e
abbiamo i numeri per sapere dove arriveremo

Il comparto delle vendite online sta crescendo più velocemente rispetto alle stime degli anni precedenti. Questo è quello che rivelano i dati elaborati dal Centro Studi di MM ONE Group in occasione del Netcomm Forum 2017 di Milano.



Stiamo assistendo a una grossa rivoluzione nel settore degli acquisti online, che avrà degli effetti immediati sulla crescita del comparto da qui al 2021, con un **picco di crescita proprio tra il 2017 e il 2018**. E' questo quello che emerge dal rapporto del Centro Studi di MM-ONE Group sui dati raccolti dal portale statista.com (Maggio 2017).

Il consumatore del prossimo futuro non vuole solo **sicurezza e convenienza**, non desidera solo che siano soddisfatte tutte le sue esigenze nel più breve tempo possibile, ma pretende di poter disporre **sempre e ovunque** della **miglior shopping experience** possibile in tutti i device digitali. All'interno di questo mercato ultra competitivo gioca un ruolo fondamentale non solo la **tecnologia** ma anche la **capacità di fornire esperienze individuali di acquisto**, consentendo una fluente e reciproca interazione con il brand. Parola d'ordine? Personalizzazione!

Da qui al 2018 si prevede che **i settori in vetta alla classifica in termini di ricavi saranno E-Travel, Fashion e Arredamento**. Giocheranno un ruolo importante anche **Smart Home, Food&Beverage e Personal Care per quanto riguarda i tassi di incremento annui di revenue generato**. A ben pensarci sono tutti **settori dell'eccellenza Made in Italy**, ed è proprio nel nostro Bel Paese che l'e-Commerce può diventare una scelta vincente come canale di vendita. È necessario **raccontare e valorizzare i propri prodotti** online nel modo più corretto per rispondere alle esigenze dei consumatori che cercano un ambiente digitale, dove fare dell'esperienza di shopping un vero e proprio evento tangibile e versatile, comodo e reale, condivisibile e autentico.

Finalmente un segno positivo in un mercato che negli ultimi anni si è sentito stanco, statico ed esaurito. A confermarlo sono i dati molto rassicuranti, eccone un assaggio estrapolato dall'elaborazione di MM-ONE Group.

e-Travel

Nel 2016 il revenue mondiale generato dal turismo online è stato di 556 mld di US\$. **Oggi l'Europa genera quasi un terzo del turismo mondiale** con ricavi per 157 mld di US\$. Si stima che il revenue mondiale crescerà di **+13%** dal 2017 (632 mld di \$) al 2018 raggiungendo i **714 mld di \$**. Per turismo non si intende solo **hotel, pacchetti e affitti vacanza**, ma anche tutto il giro di affari generato dall'acquisto di **voli, e biglietti per altri mezzi di trasporto**, come treni e pullman, oltre al ricavo di Agenzie di Viaggi e dei Tour Operator.

Il numero di utenti mondiale a cui rivolgersi passerà da **1.237 milioni nel 2017 a 1.371 milioni nel 2018 (+11%)**. E sarà **l'Asia**, rispetto a Nord America ed Europa, **il Paese col maggior numero di utenti nel 2017** nel settore e-travel, e che registrerà anche la maggiore crescita nel 2018 (+15%).

Fashion

L'acquisto online di abbigliamento, scarpe e accessori nel 2016 ha fruttato cifre da capogiro, con 332.134 milioni di US\$. Qui l'ha fatta da padrona **l'Asia, con il 48% del revenue mondiale** e ben 161 mld di US\$ di ricavi sempre nel 2016, anche **l'Europa non scherza con il 26% di fatturato generato**. Dal 2017 al 2018 si stima che il tasso di crescita sarà circa del **+16%** raggiungendo i **455 mld di US\$**. Nel 2017 sarà l'abbigliamento ad essere acquistato più frequentemente online, con un peso sul totale del settore che oscilla tra il 65% e il 70% sia in Nord America (72%), che in Asia (67%), che in Europa (64%). Percentuale che si stima rimarrà abbastanza stabile anche nel 2018.

Arredamento

Anche nel settore arredamento (che comprende mobili, articoli per la casa e cucine) è l'Asia l'area che nel 2016 genera più revenue (**51%** ovvero 59 mld di US\$). Mentre in paragone **l'Europa si assesta su un 20%** con un revenue di 22.973 milioni di US\$ sempre nel 2016. La crescita stimata tra il 2017 e il 2018? **+15%** raggiungendo i **153 mld di \$ di fatturato**.

Anche se non raggiungeranno i revenue più alti nella previsione 2021, ci sono dei settori che avranno un interessante aumento di fatturato. Da tenere sott'occhio sono il comparto **Smart Home (con un incremento del 51% nel 2017)**, **Food&Beverage (con un aumento del 19% nel 2017)** e **Personal Care (+21% nel 2017)**. Ma mentre per tutto quello che riguarda gli accessori per rendere la propria casa Smart (Home Automation, Security, Home Entertainment, Energy Management), l'Europa è seconda solo agli Stati Uniti, è sempre il mercato asiatico a spendere di più per il Food&Beverage (ovvero il 40%).

“L'Asia e tutti i paesi orientali sono un obiettivo interessante” afferma Mauro Cunial Presidente di MM ONE Group “Il mercato è complesso e variegato. L'Export italiano deve muoversi sempre più verso una maggiore diversificazione geografica per essere pronto e competitivo. L'e-Commerce è l'opportunità senza confini che stavamo aspettando. Questi dati sono quell'onda che gli Imprenditori italiani possono cavalcare, visti gli innumerevoli potenziali “web shopper” in tutto il mondo, visti i miliardi di US\$ di mercato online B2B e B2C, vista la crescita prevista del +15% tra il 2017 e il 2018 di cui parliamo nel nostro studio. Sicuri delle nostre eccellenze Made in Italy, e spostando lo sguardo oltre l'est asiatico, è evidente che le aziende italiane possono approfittare di tutto ciò. L'importante è farlo con intelligenza, rivolgendosi agli esperti del settore che hanno un approccio analitico, tecnologico e globale sulle dinamiche del mercato.

Il messaggio che mi sento di trasmettere agli Imprenditori, ai General Manager, ai Direttori Marketing, ai CEO, è che il 2018 può rappresentare la svolta preziosa e decisiva per sviluppare ed incrementare il proprio business nel mercato digitale.”