

THE EXTENDED RETAIL

Netcomm Forum
17/18 Maggio 2023



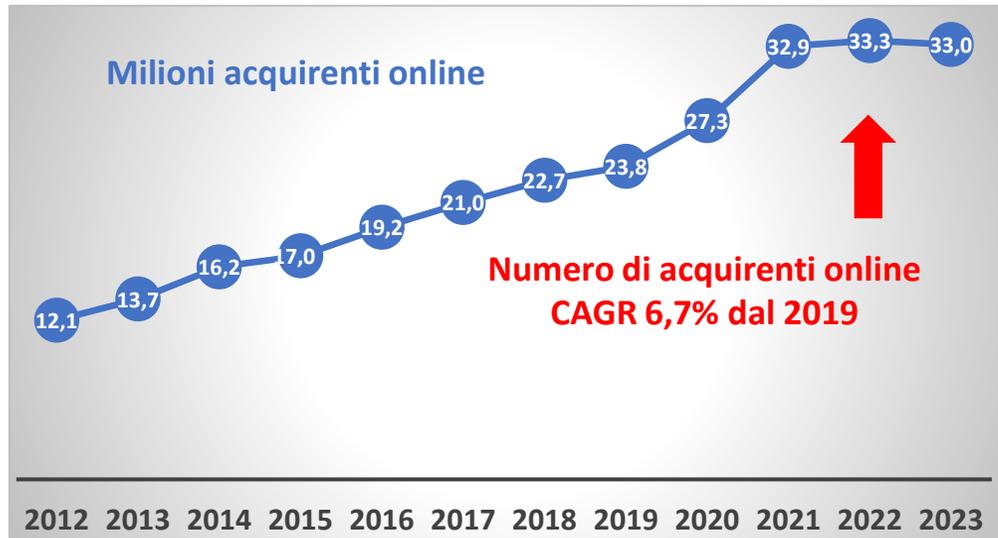
DAI METAVERSI
ALLO
SPACE COMMERCE

Roberto Liscia
Presidente Netcomm

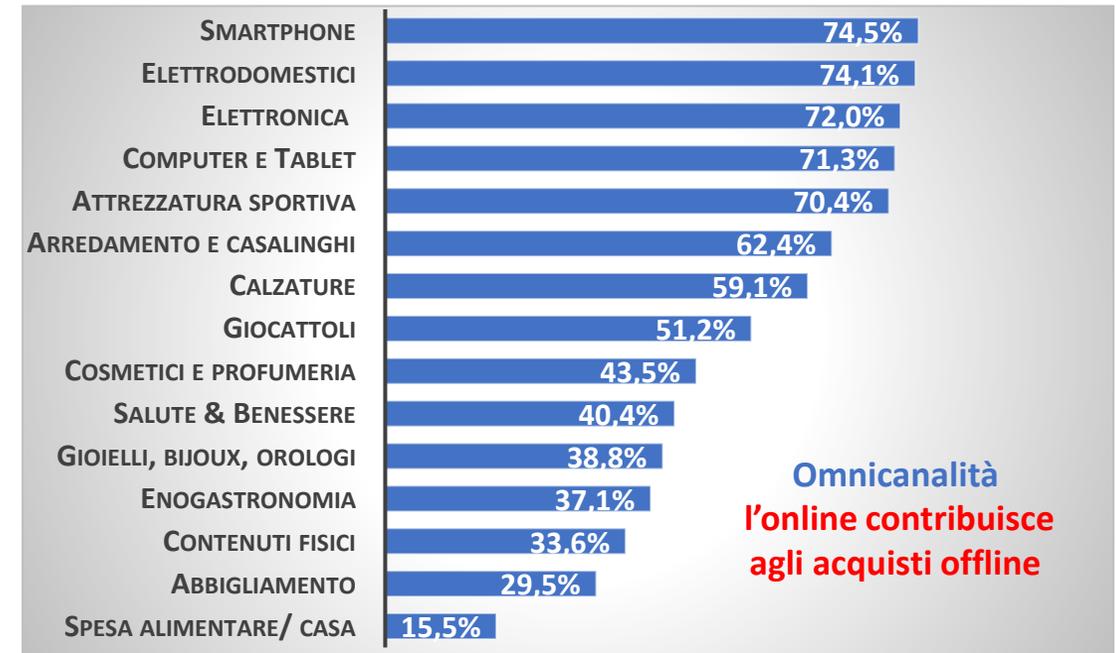
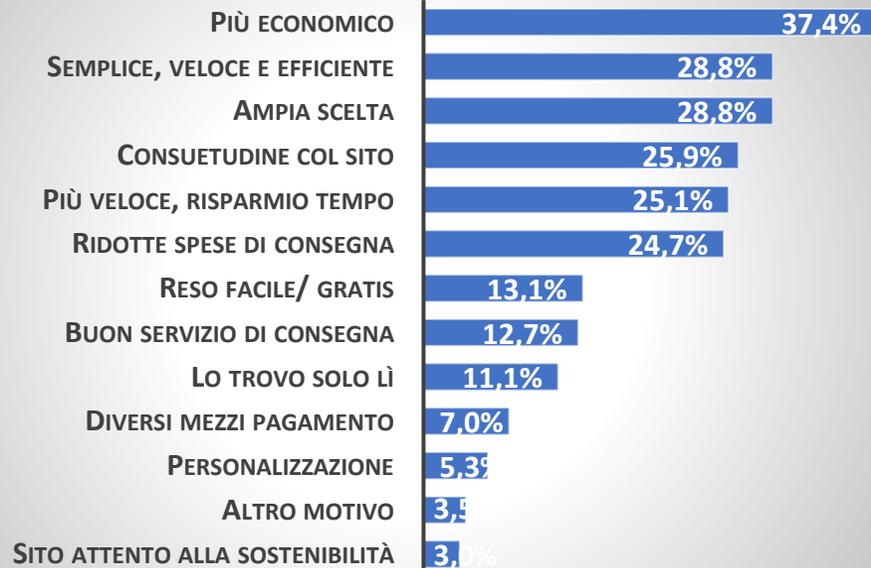
NetRetail - Evoluzione dell'eCommerce italiano



NetRetail - Evoluzione dell'eCommerce italiano



Il Customer Journey: benefici



La rete del valore dell'eCommerce e del digital retail in Italia

Vendita Online

Marketplace BtoB

Marketplace BtoC

Retailer

Brands

Piattaforme pubblicitarie

Servizi per il web

Attività customer care

Servizi digitali

Servizi a supporto

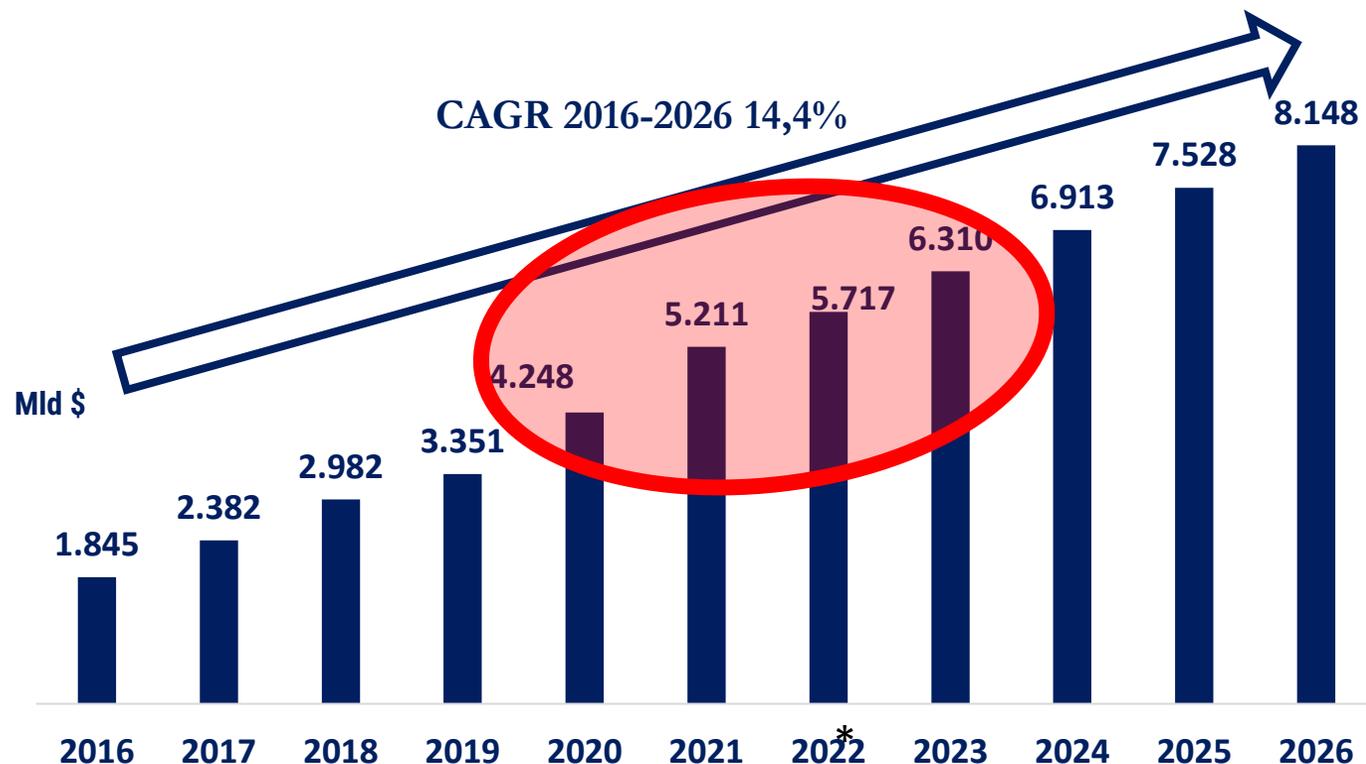
Logistica

Packaging

Pagamenti

- Previsione di circa 85 miliardi di Euro di fatturato nel 2023
- 400 mila occupati in crescita del 100% rispetto al 2016
- La logistica 37% del fatturato e il 52% dell'occupazione
- 1° per crescita del fatturato del settore privato in Italia
- 2° settore per incremento dell'occupazione
- Elevato moltiplicatore economico e occupazionale – 2,4
- Redditività in calo

Le vendite online di prodotti e servizi nel Mondo continueranno a crescere



Fonte: eMarketer

Note : excludes travel and event tickets

Nel 2022 l'eCommerce sempre più mobile

- 64,4% degli acquirenti
- 75,4% delle vendite

I clienti multicanali sono più fedeli

- 30% acquisti di importo elevato
- 40% in più acquisti in negozio
- 82% in più acquisti ripetuti

Le principali tendenze

Lo shopping online continua a crescere



Lo shopping è sempre più omnicanale e mobile



Forti trasformazioni logistica e pagamenti



Ruolo chiave dei marketplace



Le aspettative cliente sempre più alte



Social e live commerce rilevanti



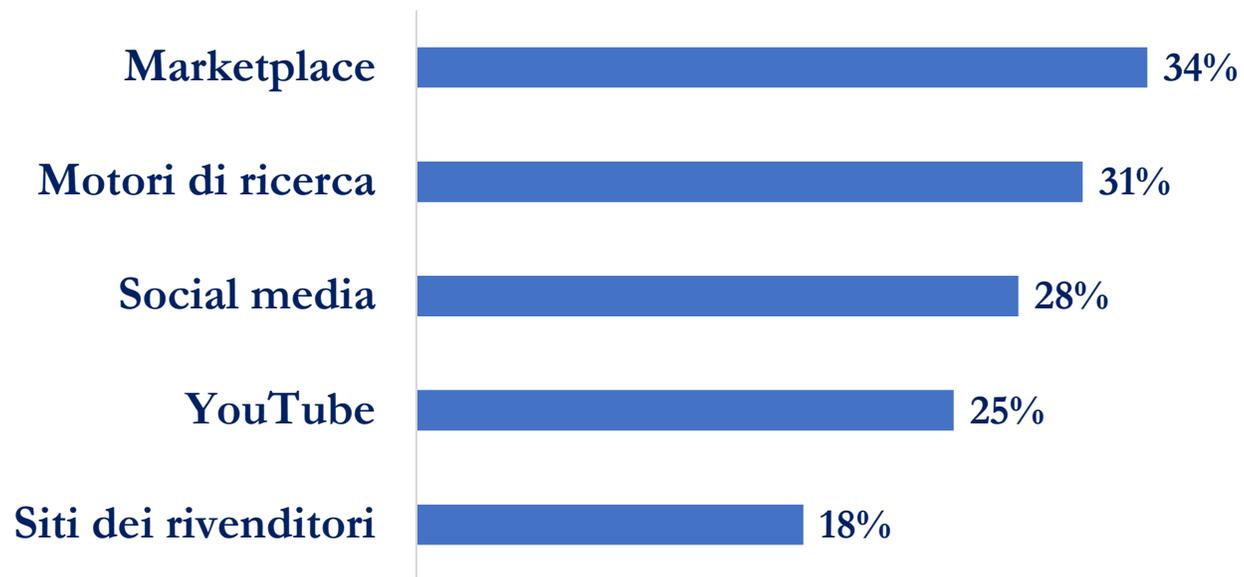
Sostenibilità sì ma non a spese del consumatore



Il nuovo consumatore multidimensionale sta arrivando



Gli acquirenti cercano modi per rimanere ispirati e informati

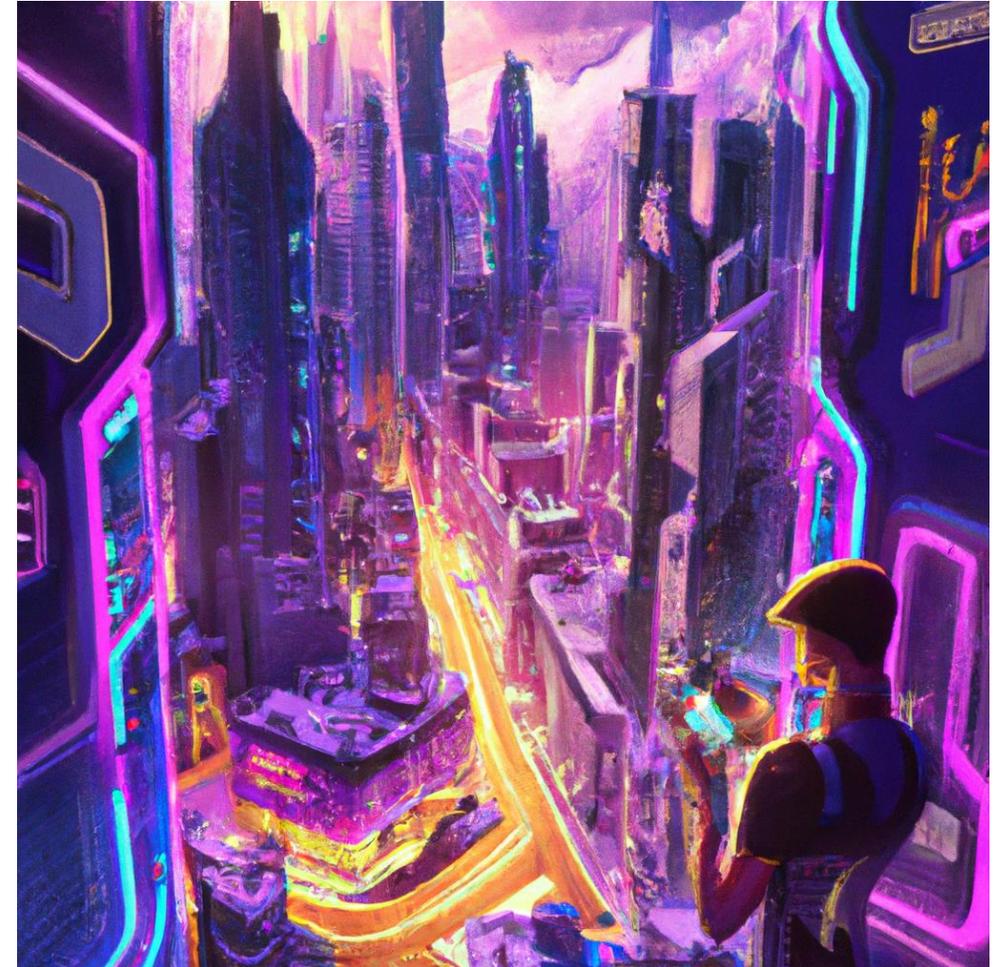
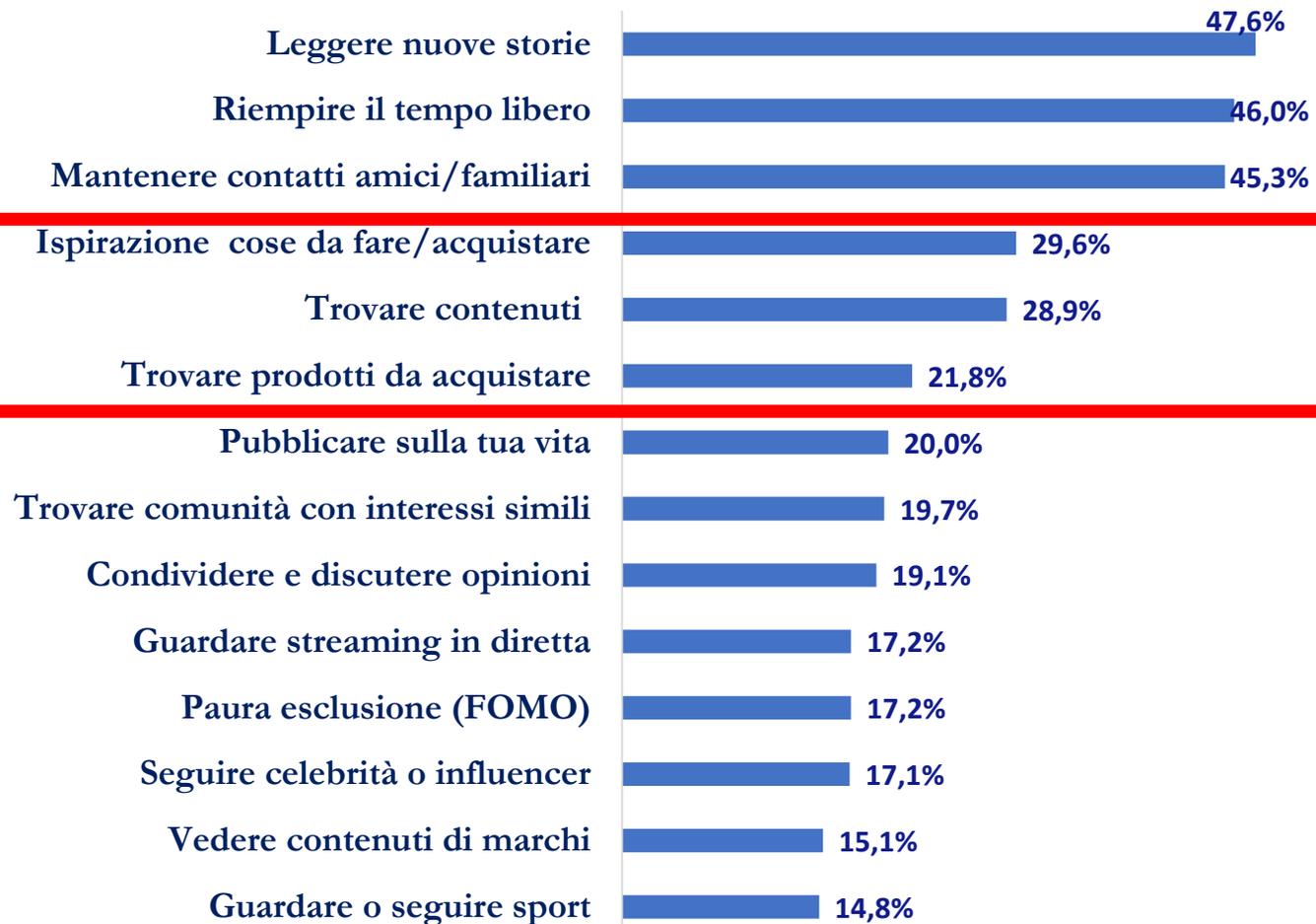


- Il 34% degli acquirenti globali trova ispirazione sui marketplace - prima dei motori di ricerca
- L'80% dei consumatori globali desidera passare dall'ispirazione all'acquisto il più rapidamente possibile

Fonte: The Future Shopper Report
2022- Wunderman Thompson



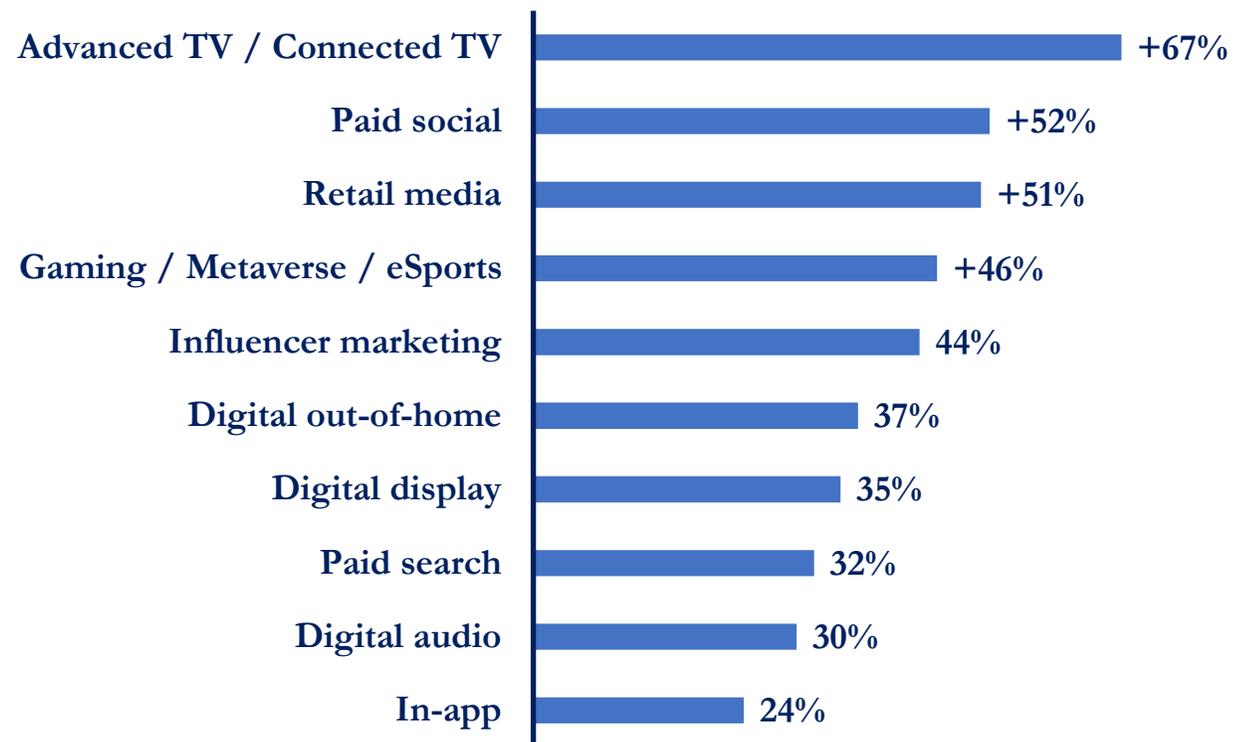
Principali ragioni nell'uso dei social media in Italia nel 2023



Fonte:GWI 2023

- Un ruolo sempre più positivo dei social media per l'eCommerce
- Il 29,6% trova ispirazione per cose da fare e acquistare
- Il 21,8% per trovare prodotti da acquistare

Crescono gli investimenti nei nuovi media nel Direct to Consumer nel 2023



Il sondaggio è stato condotto a livello mondiale su un campione di 39-43 marchi globali a seconda del formato

Fonte: Ebiquty, Statista e la World Federation of Advertisers.

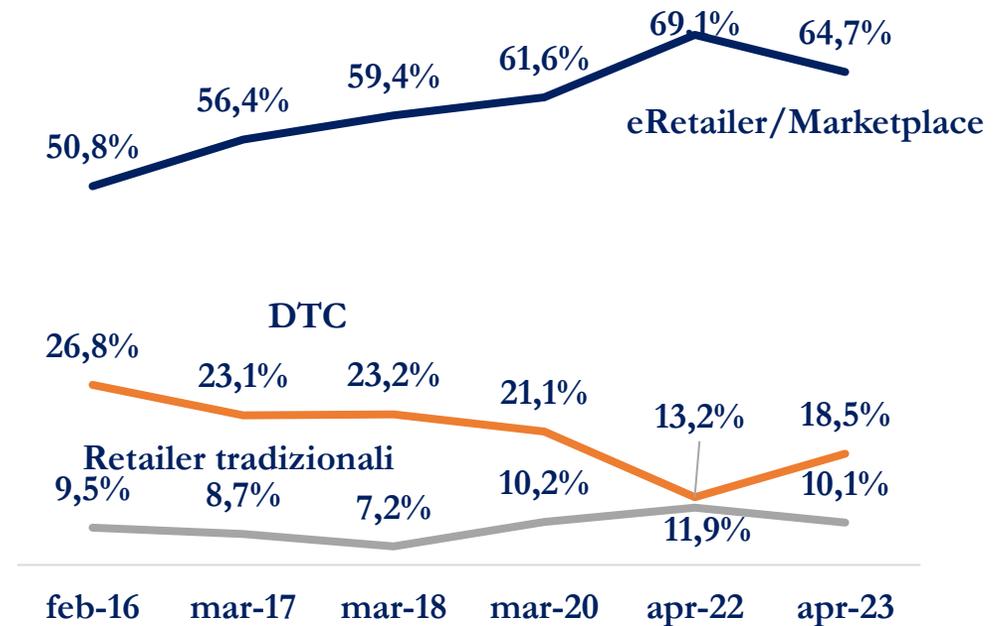


Quali fattori incoraggiano l'acquisto nel Direct to Consumer



Fonte: The Future Shopper Report 2022- Wunderman Thompson

Share of check-out per canali - Italia



Fonte: Netcomm Netretail 2023

- I brand hanno l'opportunità di ispirare i clienti attraverso i loro siti web, creando un'esperienza coinvolgente
- Migliorare le proposte è essenziale per fornire nuove ragioni per i consumatori di acquistare direttamente

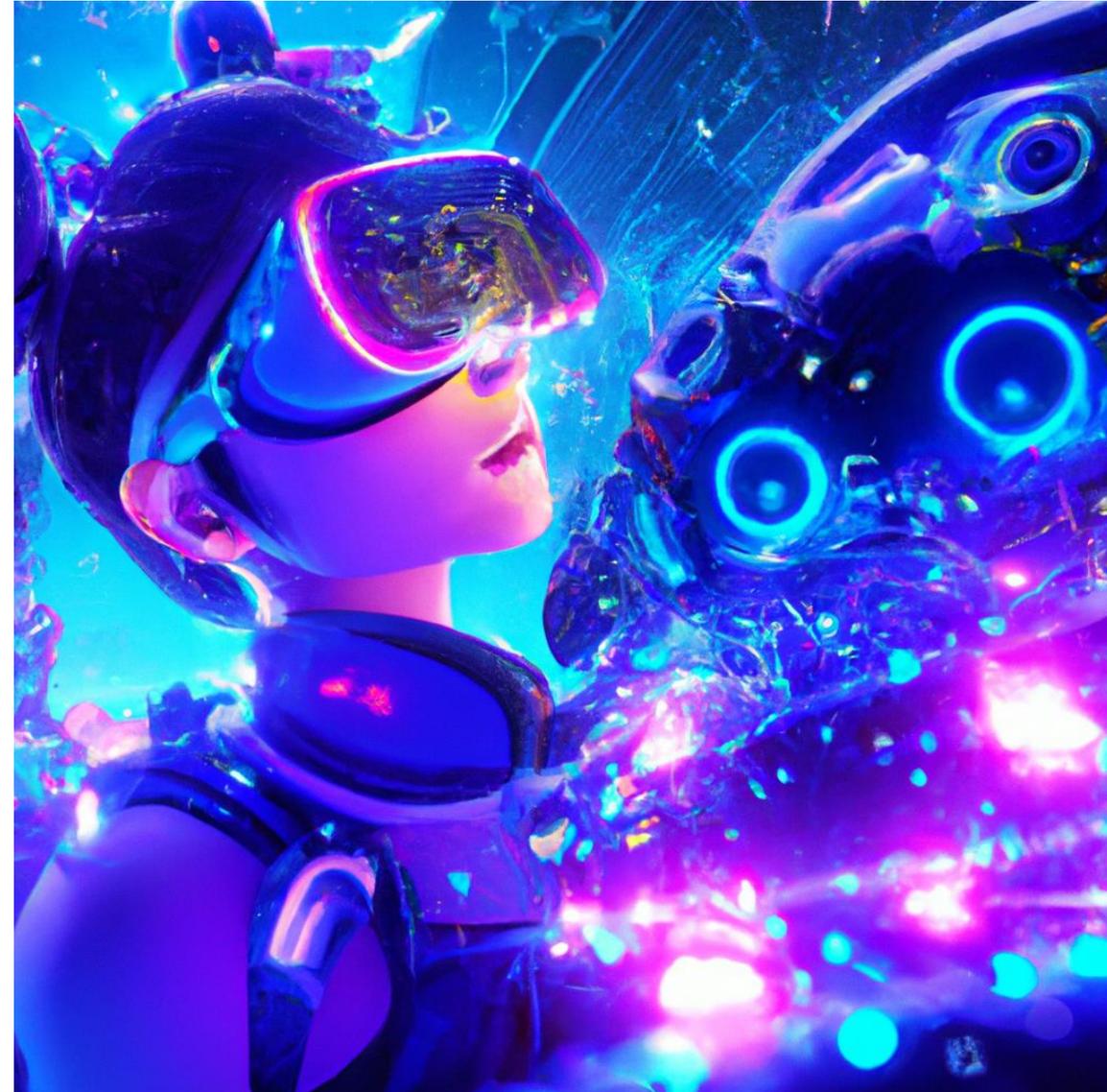
Cambia il rapporto cliente/retail

- I consumatori possono accedere più facilmente alle informazioni
- Il retail deve sviluppare e gestire la nuova omnicanalità
- I canali tradizionali devono arricchire l'esperienza del cliente
- L'automazione della supply chain avanza rapidamente
- La logistica fattore chiave negli sviluppi omnicanale
- I metodi di pagamento frictionless sempre più comuni



Le nuove tecnologie portano nuove opportunità di ingaggio del cliente

- Le Gen Z sono già nel metaverso e sono i nuovi consumatori
- L'AI migliora e automatizza tutti i processi
- La AR e VR creano esperienze coinvolgenti e minori resi
- NFT, AI e blockchain porteranno nuove esperienze
- Le nuove tecnologie portano vantaggi ai clienti e alle imprese
- Determinanti per rimanere competitivi



Shopping cart icon | 1 items



Sandals

Size: 37 | 37.5 | 38 | 39 | 40

Rating: 4.5

\$ 219

Slippers

Slippers

\$ 124



Shoes

Description

\$ 199



Shoes

\$ 57

Shoes

Description

\$ 239



ELECTRONICS

WOMEN'S FASHION

MEN'S FASHION

HEALTH

1918

La presenza sui nuovi metaversi Decentraland, Roblox, Sandbox...

La tendenza è destinata a crescere per offrire esperienze di shopping e intrattenimento innovative e coinvolgenti ai loro clienti



DIOR



RALPH LAUREN



BURBERRY

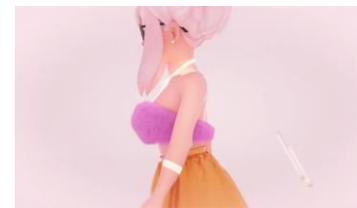


TOM FORD



Realtà Aumentata e Metaverso realtà o finzione

La Metaverse Fashion Week di Decentraland quest'anno ha visto la presenza di parecchi marchi



Nike ha lanciato Nikeland negozio e ambiente di gioco in Roblox e un negozio in Decentraland



Il National Theatre di Londra ha sviluppato un framework di trasmissione XR in realtà estesa

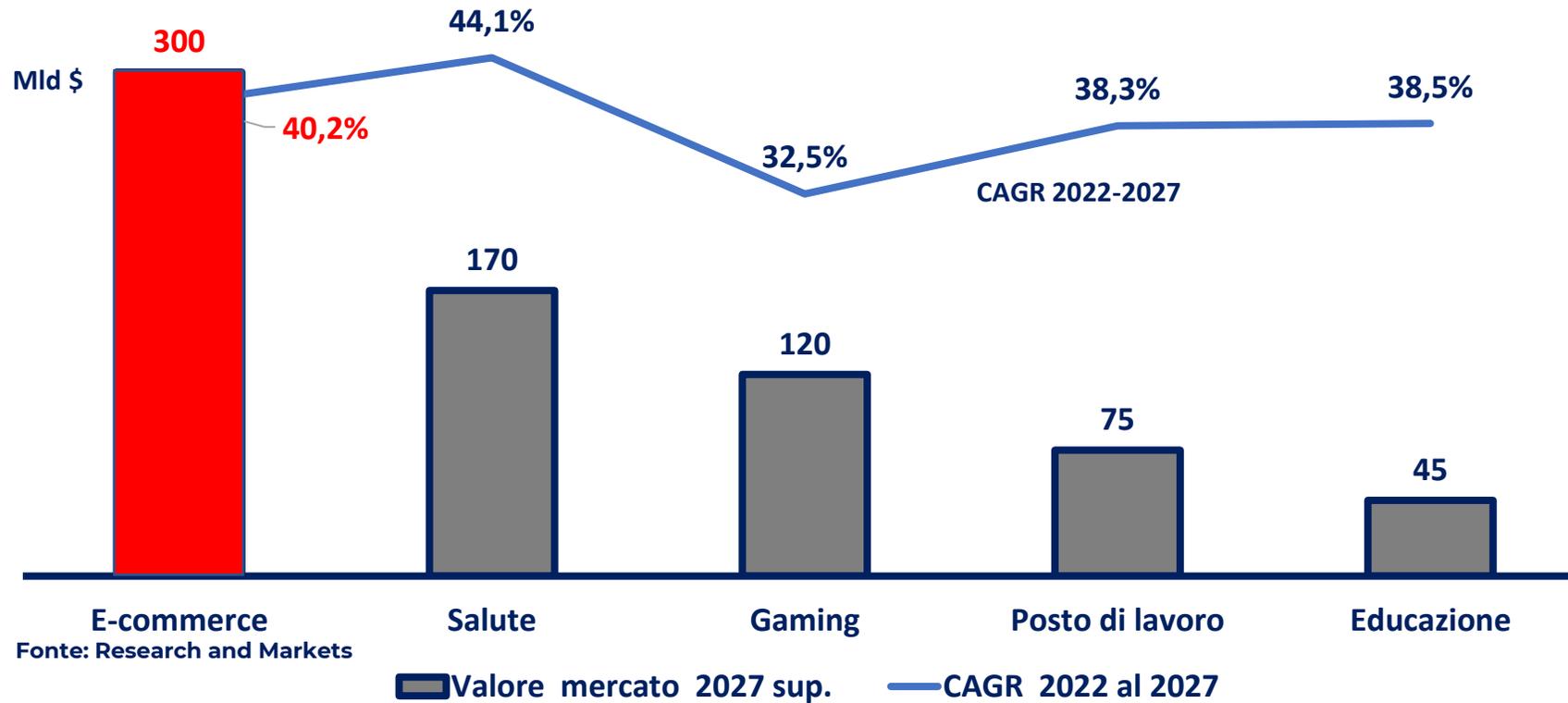


BMW ha sfruttato il metaverso per creare esperienze di prova virtuale e immersiva per i suoi clienti



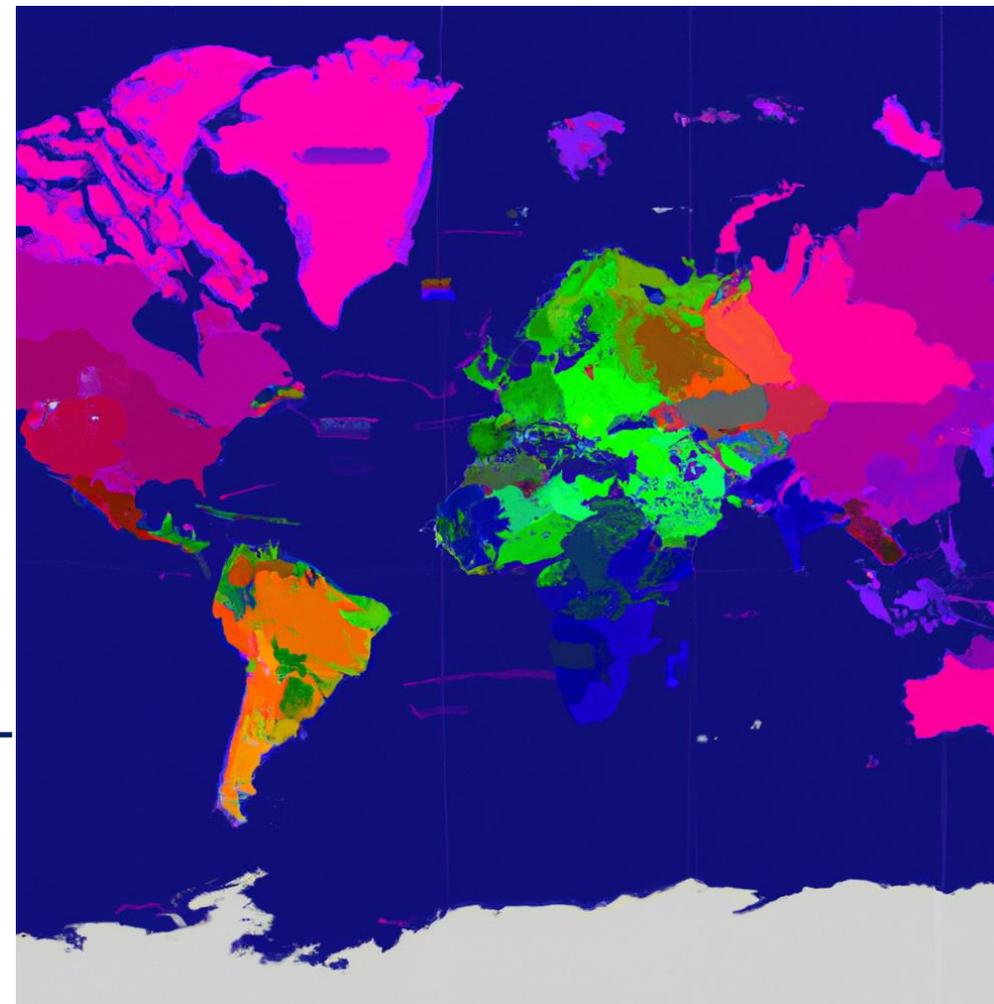
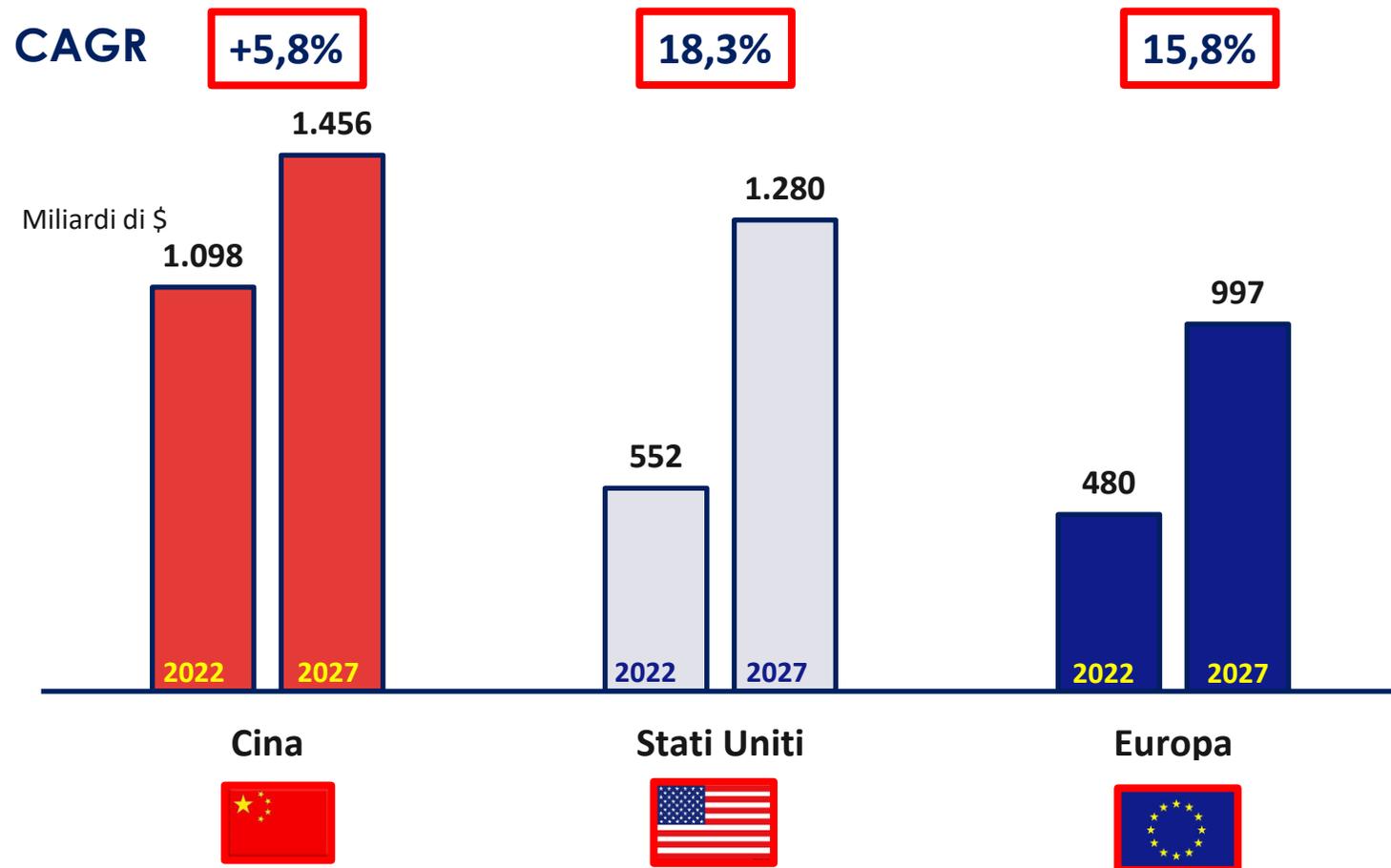
Mercato globale AI

Circa 733 mld\$ al 2027
CAGR 36,6% 2022-2027



Stati Uniti e Europa sono posizionati per crescere più della Cina dal 2022 al 2027

Crescita eCommerce



L'eCommerce punta dell'iceberg nella competizione geopolitica di un mondo multipolare

- La competizione globale per la leadership digitale ha un impatto significativo sulle economie
- USA e Cina investono nelle tecnologie emergenti per controllare le filiere tecnologiche
- Sempre maggiore interdipendenza sui semiconduttori tra USA, Cina e Taiwan con condizionamenti sull'industria
- La medicina del futuro si baserà sui dati e sull'AI per trovare nuove cure e ridurre i costi di sviluppo dei farmaci
- La Cina controlla fino al 90% delle terre rare
- L'Europa è indietro per scarsi investimenti, frammentazione dei mercati e le politiche regolatorie lente



Aumentano i costi e diminuiscono i margini degli e-retailer

Necessario un approccio integrato e una visione a lungo termine

- Espandersi su altri mercati e canali di vendita
- Sviluppare le reti fisiche
- Migliorare le campagne di marketing e l'esperienza del cliente
- Gestire dinamicamente i prezzi dei prodotti
- Ottimizzare i costi delle operation in modo strategico
- Adottare un approccio data-driven e tecnologie innovative
- Implementare processi agili, flessibili e adattabili al cambiamento
- Sperimentare e valorizzare la cultura dell'innovazione



*Il Premio per l'Innovazione e l'Eccellenza
dell'eCommerce in Italia*

**Aperte le iscrizioni alla 12^a edizione
del premio dedicato al miglior
sito eCommerce**

Se hai un eCommerce, o
se sei un'agenzia puoi candidare i progetti
eCommerce realizzati per i tuoi clienti

award.consorzionetcomm.it

11 CATEGORIE IN GARA



B2B



**Comunicazione &
Digital Marketing**



Start-up



Omnichannel



Sostenibilità



Innovazione



**Metaverso &
Live commerce**



**Logistica
& Packaging**



**User
Experience**



**Customer Care
& CRM**



**Cross-border
& Export**

**Tecnicamente Mosè
è stata la prima persona con un
tablet a scaricare dati dal cloud.**



netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

GRAZIE!

The Extended Retail

**Roberto Liscia
Presidente Netcomm**