

**XII° FORUM BGSM
SULLA FINANZA D'IMPRESA**

E-COMMERCE PER IL MADE IN ITALY

9 MAGGIO 2019

PIER LUIGI BROGI



...benvenuti nell'era della disintermediazione ...



**...mentre viviamo la tranquillizzante prospettiva di una stagnazione secolare,
dal Continente Americano generatore delle**

NEXT BIG THINGS

provengono segnali di cambiamento nel modo di fare impresa...

**...nascono nuovi modelli di business dal mondo del credito, al commercio, alla
locazione di immobili, all'utilizzo di auto per trasporto persone...**

SKILL MISMATCH

...SIAMO TUTTI INGEGNERI ED ECONOMISTI...

L'Italia è il paese con il terzo più alto disallineamento al mondo tra i campi di studio scelti dai giovani e le esigenze del mercato del lavoro (dopo Corea del Sud e Inghilterra/Irlanda del Nord) e uno di quelli in cui tale disallineamento comporta una più alta penalizzazione economica.

Il nodo della formazione si è perciò rivelato essenziale nell'analisi triennale condotta da J.P. Morgan e Bocconi e mirata a investigare le radici e le conseguenze dello **SKILL MISMATCH** nel mercato del lavoro italiano, nell'ambito del progetto *New Skills at Work*, i cui ultimi risultati sono stati presentati recentemente in un workshop.

E' indispensabile – come accade in America – comprendere con maggiore velocità ed interpretare il cambiamento delle filiere industriali e commerciali.

Anche la Pubblica Amministrazione – ha denunciato in questi giorni il Presidente Mattarella nell'ambito del 13° Simposio COTEC EUROPA – accusa un grave RITARDO NELLA DIGITALIZZAZIONE

IL MONDO DELL' E COMMERCE HA RAPIDO BISOGNO DI NUOVI ESPERTI

Il mondo dell'e commerce e la disuguaglianza economica tra i vari attori

Il caso emblematico è quello degli INFLUENCER, che, attraverso il rapido incremento di followers su Instagram, a fronte di alti tassi di engagement, hanno raggiunto guadagni milionari .



Un solo post di

KYLIE JENNER

modella ed ora imprenditrice nel mondo dei cosmetici, vale

1 MILIONE DI DOLLARI

... DISINTERMEDIAZIONE ...

il termine **DISINTERMEDIAZIONE** ha acquisito un nuovo significato con l'avvento del mercato virtuale.

I nuovi **ON LINE MARKET PLACES** creano piattaforme in cui mettono in contatto direttamente acquirente e venditori, eliminando completamente le figure degli intermediari.

Esempi di aziende che applicano i sistemi di disintermediazione includono Dell e Apple, che vendono molti dei loro prodotti direttamente ai consumatori, bypassando così le catene di vendita tradizionali.

Il successo delle società come [Amazon](#), [eBay](#), [E-trade](#), e molte altre, hanno generato il fenomeno della disintermediazione.

La consegna diretta di prodotti e servizi ha messo in crisi produttori e rivenditori, che non hanno saputo adeguarsi, ma sta creando nuove opportunità.

Le trasformazioni nel campo degli acquisti e dei consumi hanno dato vita a numerose realtà del web che applicano meccanismi di disintermediazione: da Spotify a [Airbnb](#); da [Uber](#) ai recenti fenomeni del [car sharing](#).

DISINTERMEDIAZIONE E DIGITALIZZAZIONE

La tecnologia consegna autentiche opportunità di business a nuovi Davide che sfidano vecchi Golia ed in taluni casi crea l'illusione di poter diventare imprenditori senza una profonda conoscenza del prodotto, dei processi, dei mercati.

...UBERIZATION...

E' in atto una vera e propria rivoluzione economica, un'epocale rivisitazione dei modelli di business...un processo di

UBERIZZAZIONE DELL'ECONOMIA MONDIALE

Il mondo della new economy va dritto verso l'accorciamento delle filiere distributive...

Malgrado si tenti di non perdere il valore del lavoro e delle materie prime, il cuore del valore si sposta su **INFORMAZIONI E PIATTAFORME...**

La **DISINTERMEDIAZIONE** supera i confini degli stati, dei mercati, delle leggi, delle specializzazioni delle professioni ...

Si riduce l'asimmetria informativa, si redistribuiscono i ruoli, si eliminano gli intermediari obsoleti e inefficienti, in sintesi ...

SI RIDISEGNANO LE GERARCHIE DEL POTERE

SIAMO TUTTI PRO-SUMER



...nell'era digitale che avvicina domanda ed offerta non è difficile trovarsi nella condizione di assumere la duplice veste di

PRODUTTORE e CONSUMATORE

...guidare ed utilizzare nello stesso giorno un'auto affiliata al circuito **UBER** ...

... vendere su **Ebay** i propri prodotti al mattino e nel pomeriggio acquistarne su **Amazon, Alibaba, Shopify** ...



WEB BASED BUSINESS

...viviamo nel tempo delle app, della digitalizzazione dei processi, della dematerializzazione dei supporti ...

...acquistiamo musica, prenotiamo case, hotel, corsi di yoga, acquistiamo beni e servizi ...

Il tutto utilizzando uno **SMARTPHONE**, che è diventata la nostra carta d'identità digitale e la nostra carta di credito

... ma non dimentichiamo che i **contenuti** continuano ad essere il frutto dell'azione dell'uomo ...

LA MANIFATTURA RESTA IL CUORE PULSANTE DI QUESTO MONDO INTANGIBILE

GRANDE OPPORTUNITA' PER IL MANUFATTURIERO **MADE IN ITALY**



... il processo di disintermediazione si presenta come una grande opportunità per i produttori di manufatti **MADE IN ITALY** ...

- AFFERMAZIONE DEL BRAND
- **REPLICABILITA' DEGLI ACQUISTI**
- CICLO FINANZIARIO PIU' BREVE
- **MAGGIORE MARGINALITA'**
- POSSIBILITA' DI RAGGIUNGERE UN PUBBLICO VASTISSIMO DI CONSUMATORI
- **INTERNAZIONALIZZAZIONE**

E-COMMERCE IN ITALIA

Gli acquisti online di **prodotto** valgono 15 miliardi di euro (+25%), mentre i **servizi** 12 miliardi (+6%). Il **turismo** (9,8 miliardi di euro, +6%), si conferma un importante comparto dell'e-commerce.

Tra i prodotti, si consolidano **informatica ed elettronica di consumo** (4,6 miliardi di euro +18%) e **abbigliamento** (2,9 miliardi, +20%), crescono a ritmi molto interessanti **arredamento** (1,4 miliardi, +53%) e **Food & Grocery** (1,1 miliardi, +34%).

Nel nostro Paese si sono affermate piattaforme private che hanno avuto molto successo nel mondo del fashion (Luisa Via Roma, Yoox- Net a Porter, ecc), si stanno altresì affermando players del mondo Food&Grocery, Wine, Health & Care, supermercati on line .

Questi dati rappresentano una speranza di ripresa ed una grande opportunità per l'intera

FILIERA MANUFATTURIERA PRATESE, TOSCANA, ITALIANA

Un confronto con gli altri Paesi:

“Nel **2018** il valore degli acquisti online a livello mondiale si è attestato sui 2.500 miliardi di euro (+20% rispetto al 2017). **La Cina si conferma il primo mercato, con oltre 1.000 miliardi di euro (+19% rispetto al 2017)** e un tasso di penetrazione dell'online sul totale retail pari al 18%. **Seguono gli Usa con 620 miliardi di euro (+12%)** e 17% di penetrazione e **l'Europa con 600 miliardi di euro (+12%)** e 10% di penetrazione, - sottolinea Alessandro Perego, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano:

In Europa, l'Italia è ancora lontana dai principali mercati e-commerce (Francia, Germania e Regno Unito). Lo sviluppo del nostro mercato deve passare in prima battuta dal potenziamento nell'offerta del Food&Grocery, la prima voce di spesa nel paniere degli acquisti degli italiani. Nonostante l'ingresso di diversi players locali e internazionali in questo settore, l'offerta non ha ancora la capacità di garantire una copertura territoriale capillare: **oggi 4 italiani su 5 non possono ancora effettuare online la spesa da “supermercato” con un adeguato livello di servizio.**

CRESCITA DEL FATTURATO E-COMMERCE

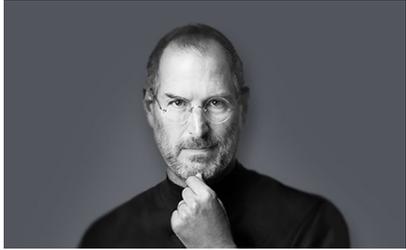


FONTE: CASALEGGIO ASSOCIATI, 2019

L' **E-COMMERCE** IN ITALIA VIVE DA DIVERSI ANNI UNA CRESCITA COSTANTE: IL PUBBLICO DEGLI ACQUIRENTI ONLINE È SEMPRE PIÙ ALTO E AUMENTA ESPONENZIALMENTE IL GIRO D'AFFARI GENERATO.

Il 2019 sarà un ulteriore anno di espansione per il commercio online. I settori che faranno da traino **saranno Informatica ed Elettronica (+18%, 4,6 miliardi di euro), Abbigliamento (+21%, 3 miliardi), Editoria (+25%, 1 milione di euro).**

I settori considerati emergenti negli ultimi anni consolideranno la loro posizione: **Food & Grocery (+34%, da 0,83 miliardi di euro del 2017 a 1,1 miliardi nel 2018), Beauty – Health & Care (+29%, 430 milioni), Arredamento (+44%, 1,26 miliardi), Auto e Ricambi (+26%, 610 milioni), giocattoli (+48%).**



...come tutto ebbe inizio...

Steve Jobs



L'UOMO CHE HA INVENTATO IL FUTURO

Lee Iacocca durante un colloquio con Steve Jobs gli disse che, guardando lui, gli americani avrebbero visto un Van Dodge... l'imprenditore è lo specchio del prodotto e si identifica nello stesso, diceva ...

Steve Jobs intuì invece che, nonostante tutti lo identificassero con l'iPhone, l'azienda doveva essere riconoscibile per la sua propensione a cavalcare il cambiamento ed interpretare il futuro

...oggi Apple...

Cupertino, California : 30 aprile 2019

Apple ha annunciato oggi i risultati finanziari del suo secondo trimestre fiscale 2019, conclusosi il 30 marzo 2019. L'Azienda ha registrato un fatturato trimestrale di 58 miliardi di dollari e un utile trimestrale per azione diluita di 2,46 dollari.

Le vendite internazionali hanno rappresentato il 61% del fatturato del trimestre.

i campioni del web

i maestri della disintermediazione

Travis Kalanick e Garrett Camp nel 2009 fondarono



**Travis nel Luglio 2016, nell'ambito di un'intervista,
disse che ci erano voluti 5 anni per raggiungere il
primo miliardesimo viaggio e solo 6 mesi per
raggiungere il successivo miliardo...
da Uber nasce il fenomeno della **Uberization****

Brian Chesky, Joe Gebbia, Natan Blecharczyk nel 2009
fondarono



grazie all'aiuto dell'incubatore Y Combinator
oggi tutti conoscono **AIRBNB**, ma all'inizio nessuno dava credito all'idea di ritrarre un
piccolo reddito attraverso l'attività di

home sharing

...oggi AIRBNB è valutata 30 miliardi di dollari, con 3 milioni di annunci e 1 milione di
persone che ogni notte dorme in un alloggio proposto dalla piattaforma.
AIRBNB ha dovuto affrontare e vincere resistenze, battaglie politiche e giudiziarie ...
non è stato uno start up facile

geniale, lunatico, spietato, sognatore



Questo è Jeffrey Preston Bezos, detto Jeff, il padrone del vapore di Amazon, il capitalista selvaggio, l'imprenditore illuminato, che sostiene di essere più un **missionario**, che un imprenditore

E' celebre la sua frase :

” per fare un'impresa serve pazienza!

I missionari costruirono prodotti migliori dei mercenari”

**LA VELOCITA' CON CUI SI E' AFFERMATA AMAZON HA SORPRESO
ANCHE IL SUO FONDATORE**

Quanto vale Amazon,
la società di Seattle fondata nel 1994 e che fattura 200
miliardi di dollari



È Amazon la società che vale di più al mondo, un primato raggiunto dopo le ultime sedute di Wall Street, chiuse in rialzo, per una capitalizzazione di mercato di 795 miliardi di dollari, rimpiazzando al primo posto un altro colosso dell'hi-tech, Microsoft, fermatosi a 785 miliardi. Il podio è completato da Google con 745 miliardi, seguito da Apple, che si conferma ai vertici della graduatoria nonostante il crollò di pochi giorni fa.

Quanti clienti ha Amazon?

Il numero di utenti di Amazon nel mondo è in costante crescita e supera i 300 milioni, di cui 10 milioni in Italia

E' l' "everythingstore più grande del mondo"

Amazon è il negozio che vende tutto, ma....in Cina

...un ex insegnante inglese di origini modeste, imprenditore perseverante ha contemporaneamente cambiato l'economia cinese e si appresta a cambiare l'economia mondiale...



Questo è [Jack Ma](#), fondatore di [Alibaba](#), il negozio virtuale più grande del mondo, la cui azienda ha superato Walmart per volumi di vendita, la cui IPO alla Borsa di Wall Street nel Settembre 2014 ha raccolto 25 miliardi di dollari .

Alibaba si pone oggi in assoluto come primo competitor di [Amazon](#)

Negli ultimi quindici anni abbiamo cambiato la Cina, nei prossimi 15 speriamo di cambiare il mondo intero

« Jack Ma »



Jack Ma ha lanciato la sfida a Amazon, applicando regole nuove e diverse: i siti di Alibaba – Taobao e Tmall – non hanno magazzini propri; fungono da piattaforme per altri rivenditori che vendono i loro prodotti. Sono 9 milioni i negozi virtuali dei commercianti che vendono i propri prodotti su Alibaba: ...la strada dello shopping più lunga del mondo...

Amazon VS Alibaba



**CHI VINCERA' LA SFIDA
STATI UNITI CONTRO CINA ?**

e quale sarà la soluzione del futuro ?

E-commerce diretto o indiretto ?

Vendo i miei prodotti sulle piattaforme di altri o creo un mio autonomo marketplace?

...la costruzione di una politica di vendite on line può comportare scelte strategiche, investimenti, business plan differenti a seconda della soluzione adottata...

come l'e-commerce ha cambiato le nostre abitudini di spesa

- Il report, che esamina gli attuali fattori di crescita dell'e-commerce nel largo consumo - in 34 mercati, evidenzia il rapido ritmo con cui il canale si espanderà nei prossimi anni (18,4% crescita percentuale media in un anno) e stima che le vendite globali totali raggiungeranno i 400 miliardi di dollari americani entro il 2022. Il 26% dei consumatori europei utilizza già piattaforme di e-commerce per la consegna a domicilio dei prodotti di largo consumo.
- Il Regno Unito è in testa alla classifica delle vendite online (6,3% dei prodotti FMCG sono venduti online), seguito dalla Francia (6,1%), dove la formula "click-and-collect", presente dall'inizio degli anni 2000, ha reso l'e-commerce un successo. La classifica dei top-5 nell'Europa occidentale continua con Svizzera, Italia e Paesi Bassi (rispettivamente 1,8%, 1,7% e 1,5%).
- In Portogallo, Nielsen stima che la quota dell'e-grocery salirà da meno dell'1% nel 2017 a 1,6% (430 milioni di dollari) entro il 2022. Nei mercati nordici - sottolinea il rapporto - oltre un consumatore su quattro (25%) è disposto a fare la spesa online.
- La Norvegia è il Paese con i servizi pubblici più efficienti, gli atteggiamenti sociali più progressisti e le infrastrutture di migliore qualità. Nielsen stima che la quota dell'e-grocery norvegese del 2017 (1%) salirà a 2,2% (678 milioni di dollari americani) entro il 2022. Gli altri mercati nordici presi in considerazione nel report sono Svezia e Danimarca.
- In Polonia, la recente crescita economica, il miglioramento delle prospettive occupazionali e l'aumento del reddito medio hanno rinvigorito i consumi. Nielsen stima che la quota dell'e-grocery polacco del 2017 (meno dell'1%) salirà all'1,9% (637 milioni di dollari) entro il 2022.

Il mondo dell'e-commerce ha le sue precise regole

venditori e acquirenti

si incontrano in un luogo nuovo, un negozio virtuale dove le regole fiscali, doganali, sul trasporto e la logistica, le leggi sulla protezione del brand, sulla contraffazione, sul "made in", i diritti dei consumatori, sul diritto di reso... sono diverse

B2B – B2C

diversi approcci metodologici e diverse leggi da rispettare a seconda che il cliente sia un'azienda o un privato

Il Legislatore Europeo, l'OCSE, i vari Governi nazionali si sono dovuti attrezzare, coniando leggi e regolamenti che governino i processi di trading on line, nel tentativo di armonizzare regole comuni

in ambito legale e fiscale

è stato necessario un po' di tempo per comprendere i meccanismi posti in essere dai big players, per individuare ai fini legali e tributari, il luogo di residenza delle società, di proprietà delle piattaforme multinazionali, dei brands, di esecuzione delle transazione e di conseguente tassazione dei ricavi e dei profitti. Sono sorti contenziosi tributari miliardari, in corso di risoluzione attraverso strumenti di definizione transattiva domestica o internazionale . In Italia sono state adeguate le norme Iva, Imposte Dirette, Contabili, sul bilancio per fornire adeguata regolamentazione al comportamento delle ormai 20 mila aziende del comparto

(dati Unioncamere)



Cyber security

La *cybersecurity* rappresenta una nuova fonte di vantaggio competitivo per i venditori internazionali. I consumatori sono sempre più consapevoli delle falle dei sistemi di sicurezza nelle vendite on line e sono anche disposti a spendere di più presso quei rivenditori che dimostrano maggiore sensibilità in termini di sicurezza delle transazioni e in generale di cyber sicurezza.

Misure più solide di *cybersecurity* potrebbero avere l'effetto di aumentare la soddisfazione del cliente del 13% (in Italia del 9%), mentre il 40% della clientela sarebbe disposto ad aumentare almeno del 20% la propria spesa online presso i rivenditori nei quali hanno riposto la propria fiducia.

In Italia il 50% e più dei consumatori sarebbero ben felici di aumentare la propria spesa online in cambio di un più elevato livello di *sicurezza degli acquisti*.

Allo stesso tempo in base alla spesa media annuale dei clienti, **l'incremento delle misure di sicurezza informatica potrebbe portare a un aumento dei ricavi per i retailer fino a un massimo del 5,4%.**

...grazie per l'attenzione...

plb@bgsm.it
www.bgsm.it