

## 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](mailto:g.nebuloni@nextvalue.it)  
Tel. 342 6884511 – Web: [www.nextvalue.it](http://www.nextvalue.it)



**ASSINTEL**  
Andreas Schwalm  
Resp. Comunicazione  
E-mail: [andreas.schwalm@assintel.it](mailto:andreas.schwalm@assintel.it)  
Tel. 02.7750.231-Web: [www.assintel.it](http://www.assintel.it)