

08/11/2021

## Dove sta andando il commercio elettronico? Ce lo spiega DHL Express

Il 20% dei nuovi progetti di e-commerce B2B è stato lanciato dopo febbraio 2020 come risposta dinamica delle imprese alle restrizioni per l'emergenza sanitaria in atto, facendo salire al 55% la percentuale delle aziende italiane B2B oggi attive nelle vendite online con un proprio sito e-commerce o tramite marketplace B2B. Negli ultimi 6 anni, inoltre, sono in netta crescita le imprese che hanno adottato modelli di e-commerce B2B "aperti" e simili per funzioni ed esperienza d'uso ai comuni portali "business to consumer": erano il 28% nel 2015, sono cresciute fino al 63% nel 2021.

Lo stato dell'arte della digitalizzazione delle imprese italiane e le prospettive del commercio elettronico B2B quale leva per la loro crescita sui mercati internazionali sono stati i principali temi al centro del **webinar "The e-commerce b2B revolution"**, organizzato da DHL Express Italy, leader nel mercato delle spedizioni internazionali espresse. Nel corso dell'appuntamento sono intervenuti **Leendert Van Delft** (in collegamento da Bonn), vicepresidente Global & Europe per l'E-commerce di DHL Express, **Marco Adamo**, e-commerce strategy & public affairs manager di DHL Express Italy, **Riccardo Mangiaracina**, direttore dell'Osservatorio Export Digitale eCommerce B2b del Politecnico di Milano, **Marco Bagliani** senior partner di Netcomm.

Al webinar hanno inoltre portato la loro testimonianza di successo nell'e-commerce B2B tre importanti realtà italiane che vendono online i loro prodotti ad altre imprese in tutto il mondo, avvalendosi del servizio di trasporto espresso internazionale di DHL Express Italy. Si tratta di **Marco Divita**, CEO di **Amastone**, impresa siciliana leader nel commercio di utensili professionali per la lavorazione del vetro e del marmo; **Paolo Arduini**, direttore operation di **ICDC Spare Parts**, società industriale specializzata nella rivendita online di componentistica meccanica, elettromeccanica ed elettronica orientata al mercato B2B manifatturiero; **Gianluca Borsotti** CEO & fondatore di **MrWorker**, shop online attivo a livello globale e vende attrezzi e utensili a professionisti, cantieri, officine e grandi industrie in tutto il mondo.

In un contesto che ha visto l'export italiano contrarsi del 9,6% nel 2020 rispetto al 2019, passando da 480 a 434 miliardi di euro, il canale digitale è cresciuto di 1,3%, attutendo la battuta d'arresto registrata negli scambi tradizionali. Le esportazioni online nel 2020 "pesavano" infatti il 29,3% sul totale export contro il 28% dell'anno precedente.

Image: B2B%281%29.jpg

Secondo **Adamo** «i millennial, sempre più presenti nei ruoli di decisori all'interno delle aziende, stanno determinando un significativo cambiamento dei comportamenti di acquisto all'interno delle aziende. Già oggi il 73% degli acquisti sui portali B2B nel mondo sono decisi da nativi digitali. In termini di digitalizzazione delle imprese la tendenza in atto è sicuramente avviata, tuttavia,

con il 30% di imprese a livello nazionale ancora 'no digital', riteniamo ci siano ancora importanti margini di crescita.»

**Van Delft** afferma «Crediamo che l'eCommerce B2B debba velocemente mutare pelle e diventare un'esperienza del tutto simile a quella che sperimentano ogni giorno milioni di persone quando fanno acquisti online per sé: una transazione, inclusi pagamento e spedizione, che si svolge interamente online, senza la necessità di diventare clienti, né accedere a un portale riservato o parlare con un operatore.»

Secondo il Libro Bianco DHL Express del 2021 dal titolo "The Ultimate B2B E-commerce Guide: Tradition is out. Digital is in", entro il 2025, l'80% di tutte le interazioni di vendita B2B tra fornitori e acquirenti professionali avverrà attraverso canali digitali.

Il settore dell'e-commerce B2B, in altre parole, seguirà quanto già avvenuto nell'e-commerce "consumer" (B2C) negli ultimi anni, dove DHL Express ha registrato alti tassi di crescita, in particolare durante i periodi di punta delle festività (ad esempio Pasqua, Natale) e nei giorni di shopping quali ad esempio Black Friday, Cyber Monday ecc. In totale i volumi di e-commerce B2C all'interno della rete DHL Express sono aumentati nel 2020 di circa il 40%, rispetto al 2019.

**DHL Express stima che il volume globale di e-commerce B2B raggiungerà entro il 2027 i 20,9 miliardi di miliardi di dollari dai 12,2 registrati nel 2019.** In Italia, secondo la rilevazione del Politecnico di Milano dello scorso giugno, il mercato dell'e-commerce B2B è più che raddoppiato nel periodo 2012 – 2020, quando ha raggiunto quota 406 miliardi di euro.

Nel 2020, DHL Express ha consegnato 484 milioni di spedizioni in totale per i suoi clienti (B2C e B2B) in tutto il mondo, circa il 9% in più al giorno rispetto al 2019. Per adattarsi a questa significativa crescita, l'operatore investe ogni anno più di 1 miliardo di euro in nuove strutture all'avanguardia in tutto il mondo per moltiplicare la sua capacità di smistamento (+ 65% dal 2013), assumere nuovi dipendenti (+10.000 anno su anno, 700 in Italia nel biennio 2020-2021) e aggiungere nuovi aerei cargo alla sua flotta (+20 unità anno su anno).