

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 435 del 01/03/2024

Presentati ieri, presso la sede della Provincia a Trento, i dati dello studio coordinato da Trentino Sviluppo e Politecnico di Milano con il supporto delle associazioni economiche

“Osservatorio e-commerce” Trentino: nel 2023 vendite online in crescita del 14%

In Italia un prodotto su dieci e un servizio su cinque viene acquistato online. Il mercato dell’e-commerce b2c nel nostro Paese vale 54,2 miliardi di euro ed è in continua espansione. Analogo il trend in Trentino, dove le vendite online nel 2023, sul campione di imprese analizzate, hanno raggiunto quota 45,6 milioni di euro, con un incremento del 14% rispetto al 2022. Che, proiettato sulla generalità delle aziende trentine dotate di canali e-commerce, significa un valore potenziale compreso tra 120 e 160 milioni di euro. Per accompagnare le imprese sul mercato digitale, la Provincia ha messo in campo diverse iniziative, tra cui la creazione, nel dicembre 2022, del “Tavolo provinciale di lavoro per l’e-commerce”. L’iniziativa di sistema, coordinata da Trentino Sviluppo, coinvolge le associazioni di categoria locali e si è data come primo obiettivo l’apertura di un “Osservatorio dell’e-commerce b2c in Trentino”. Lo studio, realizzato in collaborazione con l’Osservatorio e-commerce b2c del Politecnico di Milano, è stato illustrato ieri pomeriggio in Sala Belli a Trento. Durante l’incontro, sono stati presentati i servizi a disposizione delle imprese trentine che vogliono cimentarsi in questo ambito e la “fiera dell’e-commerce” che si svolgerà il prossimo autunno, con l’obiettivo di far incontrare le aziende trentine e gli operatori locali della digitalizzazione.

Il “Tavolo provinciale di lavoro per l’e-commerce” è un’iniziativa di sistema della Provincia autonoma di Trento, che coinvolge Trentino Sviluppo con funzione di coordinamento e le associazioni di categoria che rappresentano la totalità del substrato economico locale: Confindustria, Ance, Asat Federalberghi Trentino, Associazione Artigiani, Confcommercio, Confesercenti e Federazione Trentina della Cooperazione.

«Il Trentino – commenta l’assessore provinciale allo Sviluppo economico, lavoro, università e ricerca Achille Spinelli – ha un grande potenziale in materia di e-commerce, ma per riuscire in questo ambito stiamo organizzando un sistema informativo, per portare le imprese a conoscenza delle opportunità offerte dal mercato locale, nazionale e internazionale, e formativo, per accompagnarle nella ricerca dei partner giusti a seconda del tipo di settore e mercato di destinazione».

Di qui, la necessità di fotografare l’esistente attraverso l’Osservatorio dell’e-commerce b2c Trentino, le cui prime risultanze sono state presentate giovedì 29 febbraio in sala Belli, presso la sede della Provincia autonoma di Trento. Lo studio è stato realizzato con il contributo di tutte le associazioni di categoria locali, guidate dalle ricercatrici dell’Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano Valentina Pontiggia e Alice Chieppa, che hanno costruito un modello evoluto di indagine per capire il valore attuale delle vendite digitali in Trentino e il livello di maturità delle imprese nell’approccio dell’e-commerce. A tal fine, è stato coinvolto un campione di 148 imprese locali, 5 delle quali – Hotel Luise di Riva del Garda, Icas, Calze GM Sport, Navarini Rame e Cooperativa Alpi – hanno portato la propria testimonianza nell’incontro di ieri. «Dall’indagine – spiega Renata Diazzi, direttrice dell’Area crescita Imprese consolidate di Trentino Sviluppo – è emerso un tessuto variegato, con poche grandi imprese ben strutturate e autonome nella gestione di un’attività di e-commerce e molte altre imprese medio piccole che hanno ancora un approccio

timido verso la tematica e dunque sono quelle che hanno maggiore bisogno di servizi di avvicinamento e accompagnamento». Spesso, infatti, a frenare le imprese nell'approccio all'online, non è solo e tanto la mancanza di liquidità, bensì piuttosto la mancanza di informazioni rispetto alle opportunità e alle soluzioni disponibili oppure di competenze interne all'azienda per la gestione delle operazioni legate all'e-commerce.

Il contesto di riferimento. Secondo dati Cerved, in Trentino 1.193 aziende, circa il 2% del totale, hanno un proprio sito e-commerce; 47 distributori trentini, di cui 22 attivi nell'ambito dell'agroalimentare, 20 nell'arredamento e 5 nella moda e cosmetica, operano tramite la vetrina Amazon "Made in Trentino". Allo stesso marketplace fanno riferimento 25 produttori locali, 15 dell'agroalimentare, 5 dell'arredamento e 5 della moda.

I dati. Nello specifico nel primo semestre di lavoro dell'Osservatorio è emerso come le vendite e-commerce b2c effettuate in Trentino attraverso siti diretti o piattaforme e marketplace di terzi nel 2023 – rispetto al campione analizzato – abbiano un valore complessivo di 45,6 milioni di euro, in crescita del 14% rispetto all'anno precedente. La percentuale è di tre punti più alta rispetto alla media italiana, dove le vendite b2c sul digitale, tra il 2022 e il 2023 è stata del 11%. Dal punto di vista merceologico, emerge poi come il primo settore interessato dalle vendite online in Trentino sia quello dei trasporti, con un impatto del 56% sul totale. Se guardiamo alla logistica, le vendite online effettuate dalle imprese locali avvengono per un 44% tramite marketplace nazionali o locali, mentre per il 56% tramite il proprio sito e-commerce e si sviluppano perlopiù in un mercato di prossimità, in Italia e negli altri Paesi dell'Unione europea. Anche il volume d'affari rimane prevalentemente in Italia, perché solo 7,6 milioni di euro su 45,6 milioni di vendite e-commerce in Trentino derivano dall'esportazione.

Con riferimento alle strategie, un terzo del campione analizzato non ha un piano di marketing, mentre più di un terzo ha un piano marketing multicanale. Ancora poco personalizzata, invece, l'esperienza d'acquisto del cliente. Anche se tante sono le opportunità offerte dalla tecnologia, come ad esempio l'introduzione di messaggistica "chatbot" per rispondere alle domande più frequenti dei visitatori, la profilazione cross-canale dei clienti, la predisposizione di spazi di "extended reality", i "configuratori e camerini virtuali" o ancora lo sviluppo di nuove esperienze nel metaverso. Bene invece l'uso dei sistemi antifrode, già molto diffusi in Trentino, e dei sistemi di pagamento innovativi, adottati da un terzo del campione di imprese oggetto d'indagine. Traslando i dati del campione sulla totalità delle imprese trentine, ne deriverebbe che il volume d'affari potenziale generato dalle vendite e-commerce nel 2023 si colloca in un intervallo compreso tra i 120 e i 160 milioni di euro, di cui 25 milioni generati tramite sito proprio e i restanti su piattaforme e marketplace.

Nuovi servizi ed opportunità per le imprese. «Di qui – continua Diazzi – la messa a sistema di servizi di ascolto, assesment, formazione e accompagnamento verso le opportunità e le soluzioni del mercato digitale, con referenti attivi in ogni associazione del Trentino che sapranno rispondere alle esigenze delle aziende, metterle in contatto con i partner tecnologici giusti per lo sviluppo dei propri progetti e alimentare la creazione di una comunità evoluta di imprese trentine digitali». Tra questi, una fiera il prossimo autunno, per far entrare in rete le aziende del territorio che vogliano espandere o consolidare la propria presenza online e gli operatori locali della digitalizzazione.

La nascita dell'Osservatorio si colloca infatti nella più ampia cornice della "Strategia provinciale di specializzazione intelligente 2021-2027", che vede nei temi dell'ICT e della trasformazione digitale uno dei suoi quattro pilastri principali. In tal senso, vanno lette le soluzioni di intelligenza artificiale, banda larga, gestione e valorizzazione dei big data proposte dalla Provincia che, contemporaneamente, ha inserito il tema della trasformazione digitale delle imprese tra le iniziative finanziabili attraverso la nuova legge provinciale 6/23 a supporto dell'economia locale e ha stipulato e sostenuto accordi e contratti per la creazione o l'implementazione di marketplace provinciali e internazionali con sezioni dedicate alla valorizzazione delle produzioni trentine (Indaco, Amazon Made in Trentino).

L'evento, moderato dalla giornalista Linda Pisani, e a cui ha preso parte anche il presidente del Coordinamento Provinciale Imprenditori e presidente di Confesercenti Mauro Paissan, si è concluso con un intervento del direttore di Wired Italia Federico Ferrazza dedicato agli scenari e tendenze future rispetto alle nuove tecnologie a supporto del business delle imprese. (m.d.c.)

Immagini e interviste a cura dell'Ufficio stampa

Service audio e video con immagini ed interviste disponibili al seguente [link](#)

Interviste a:

- Renata Diazzi, Direttrice Area Crescita Imprese Consolidate Trentino Sviluppo
- Valentina Pontiggia, Direttrice Osservatorio ecommerce b2c – Politecnico di Milano
- Alberto Bertolini, albergatore trentino (partecipante allo studio)

(dm)