



# Mobile e multicanalità: una svolta per l'eCommerce in Italia?

Osservatorio eCommerce B2c  
Netcomm - School of Management Politecnico di  
Milano

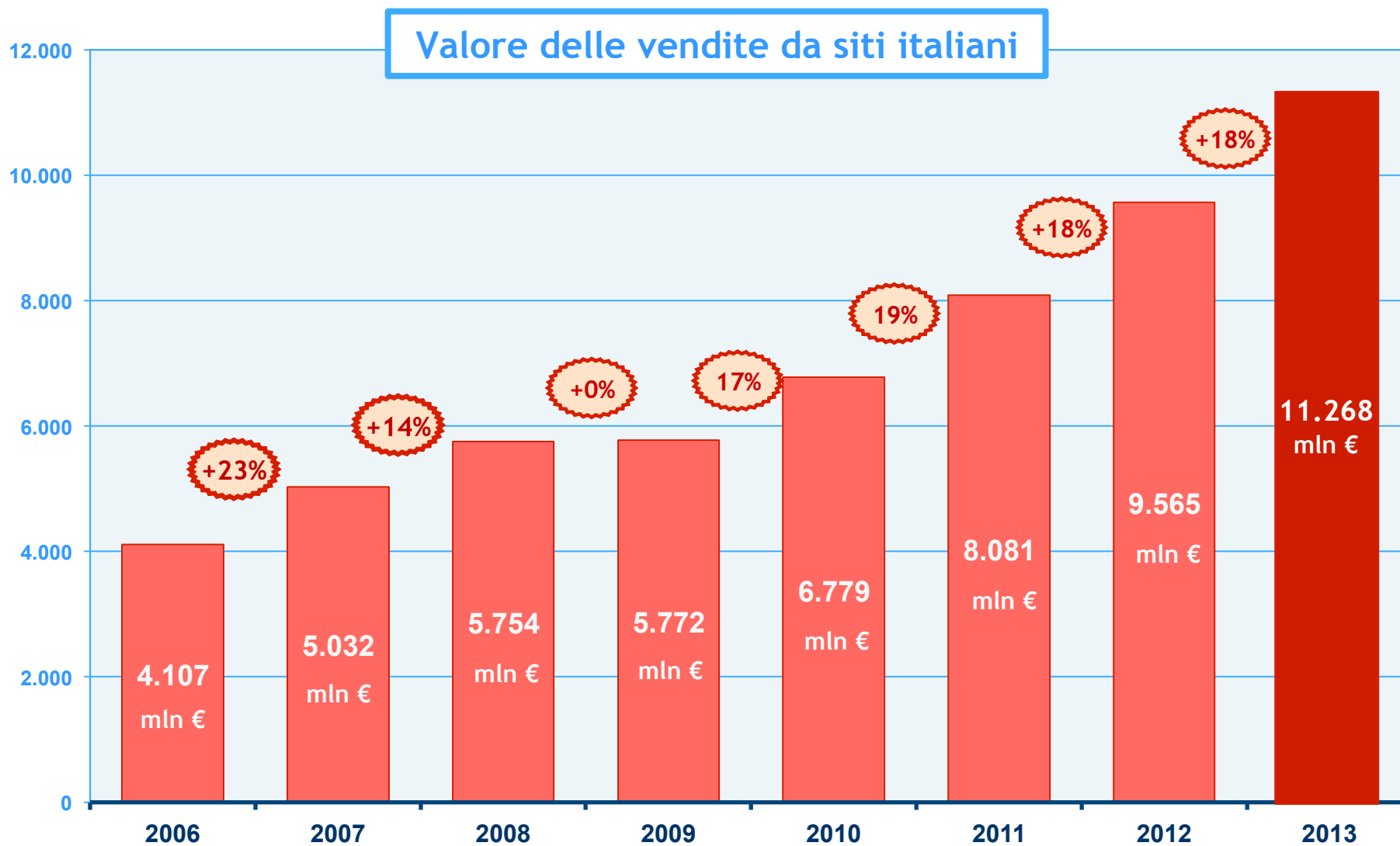
14 Novembre 2013

PARTNER

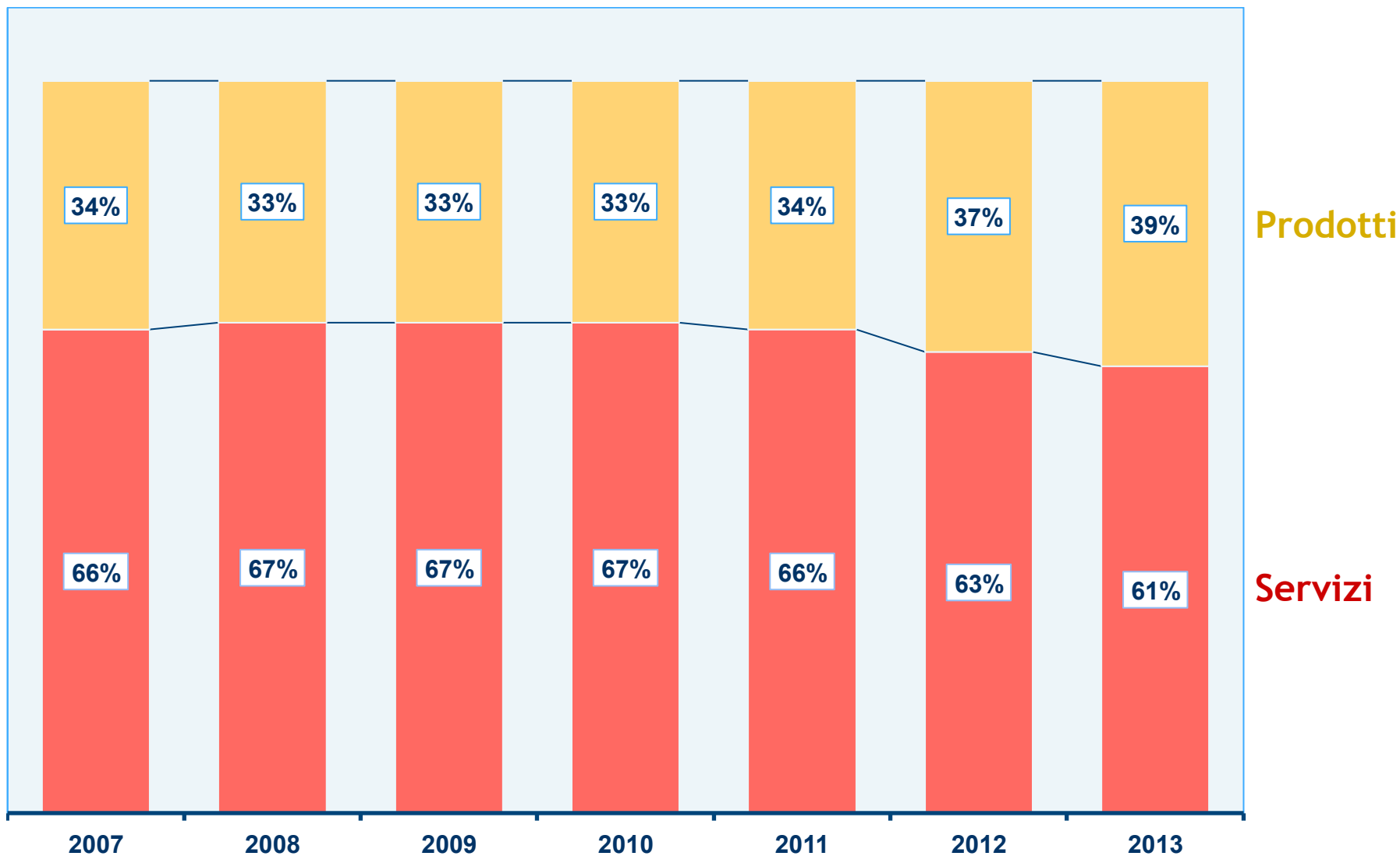


SPONSOR

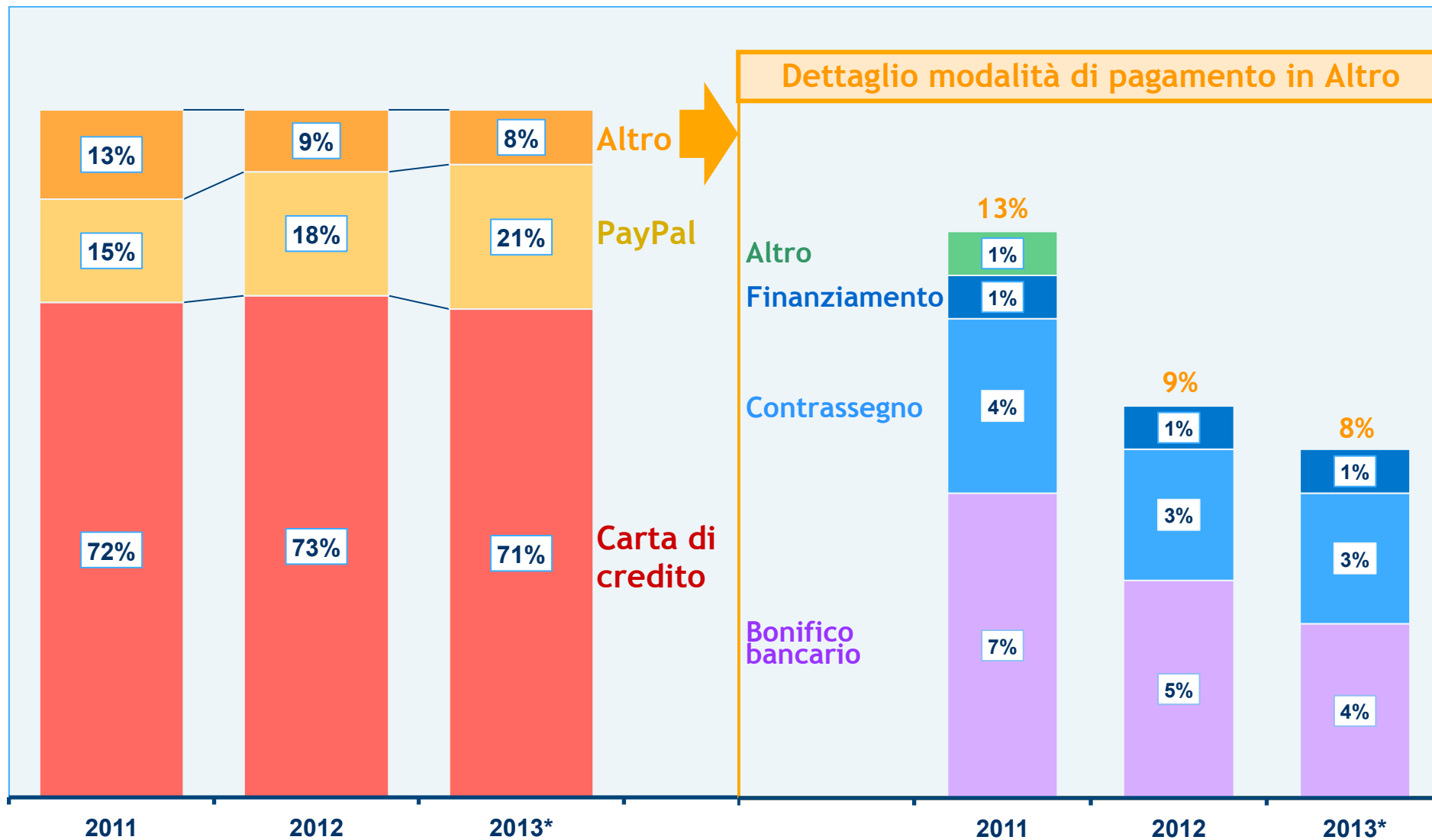
# La dinamica delle vendite eCommerce B2c in Italia (2006-2013)



## La distribuzione delle vendite tra Prodotti e Servizi (2007-2013)

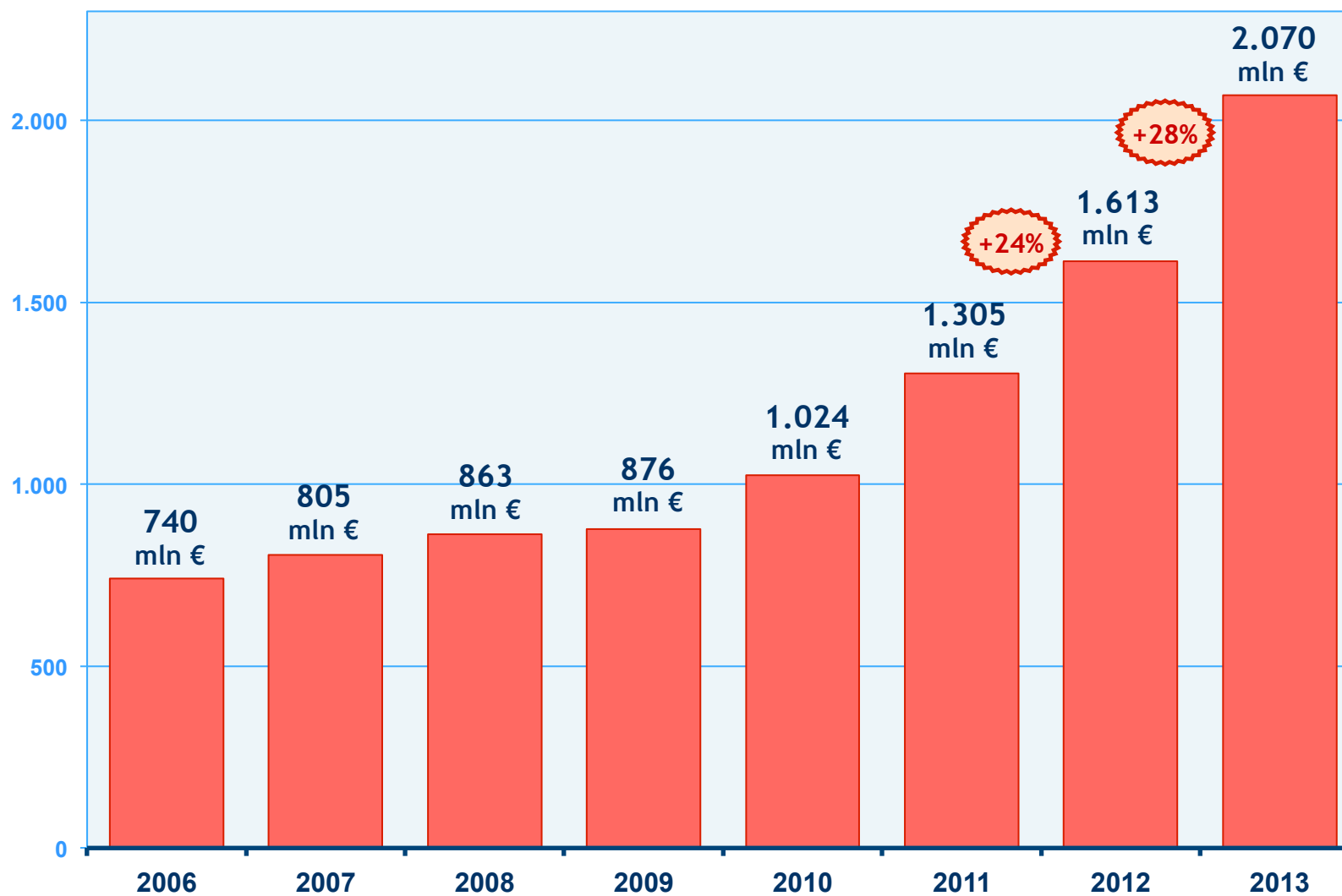


# La distribuzione delle vendite per modalità di pagamento (2011-2013)



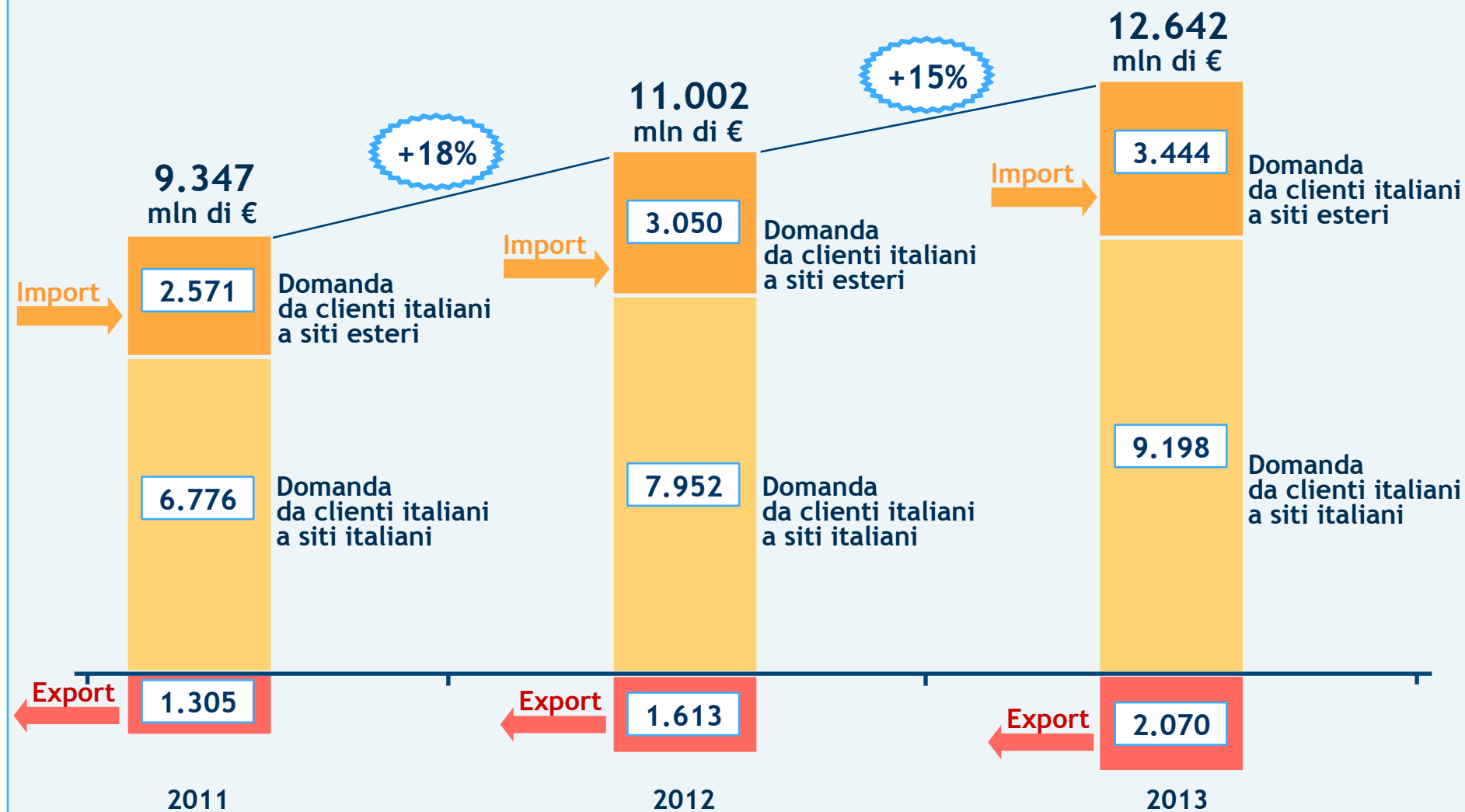
\* Previsione ad Aprile 2013

## La dinamica delle vendite all'estero (2006-2013)

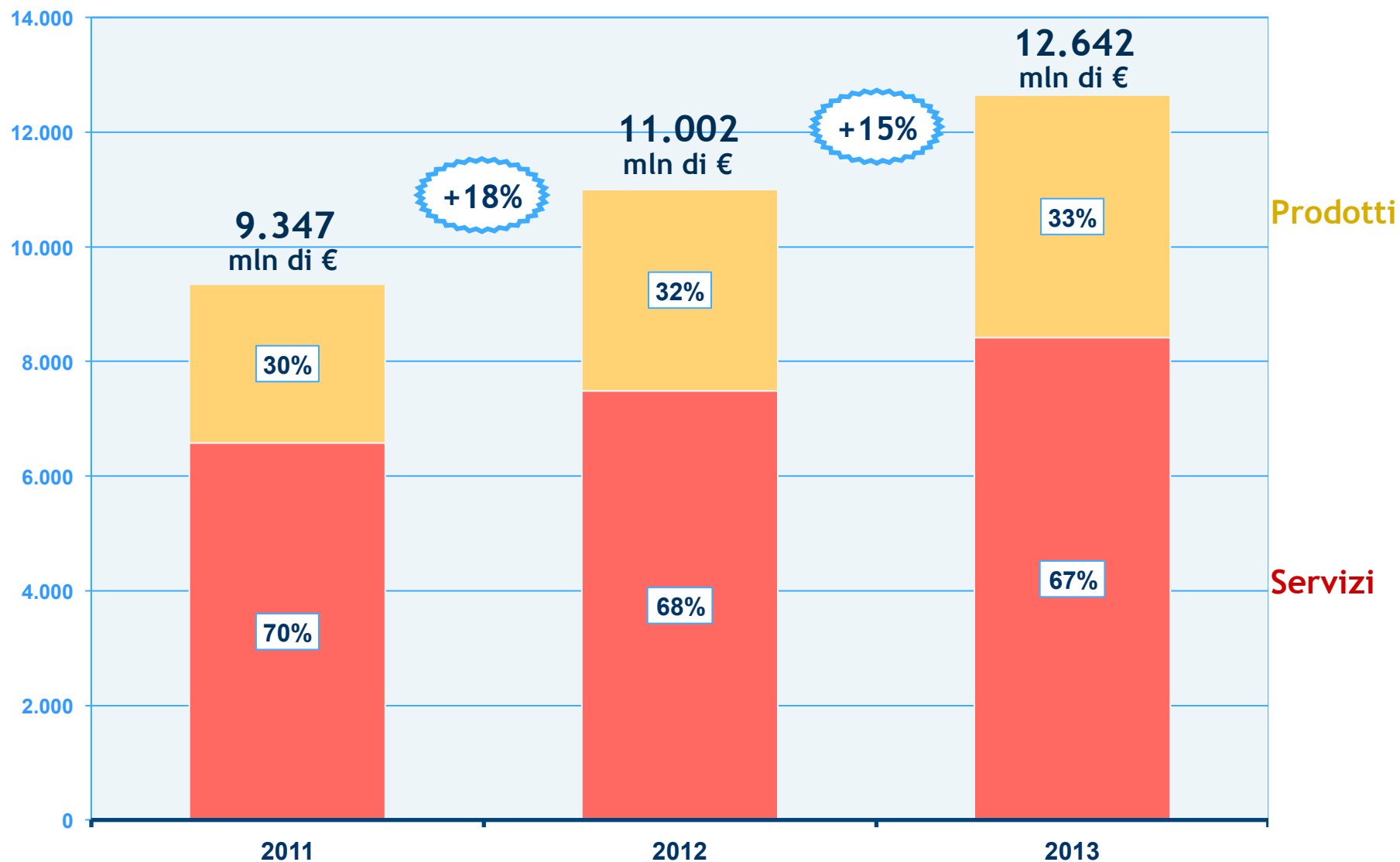


# La domanda in Italia (2011-2013)

## Valore dell'acquistato eCommerce da consumatori italiani



# La domanda in Italia per comparto merceologico (2011-2013)



## Il confronto con i principali mercati internazionali

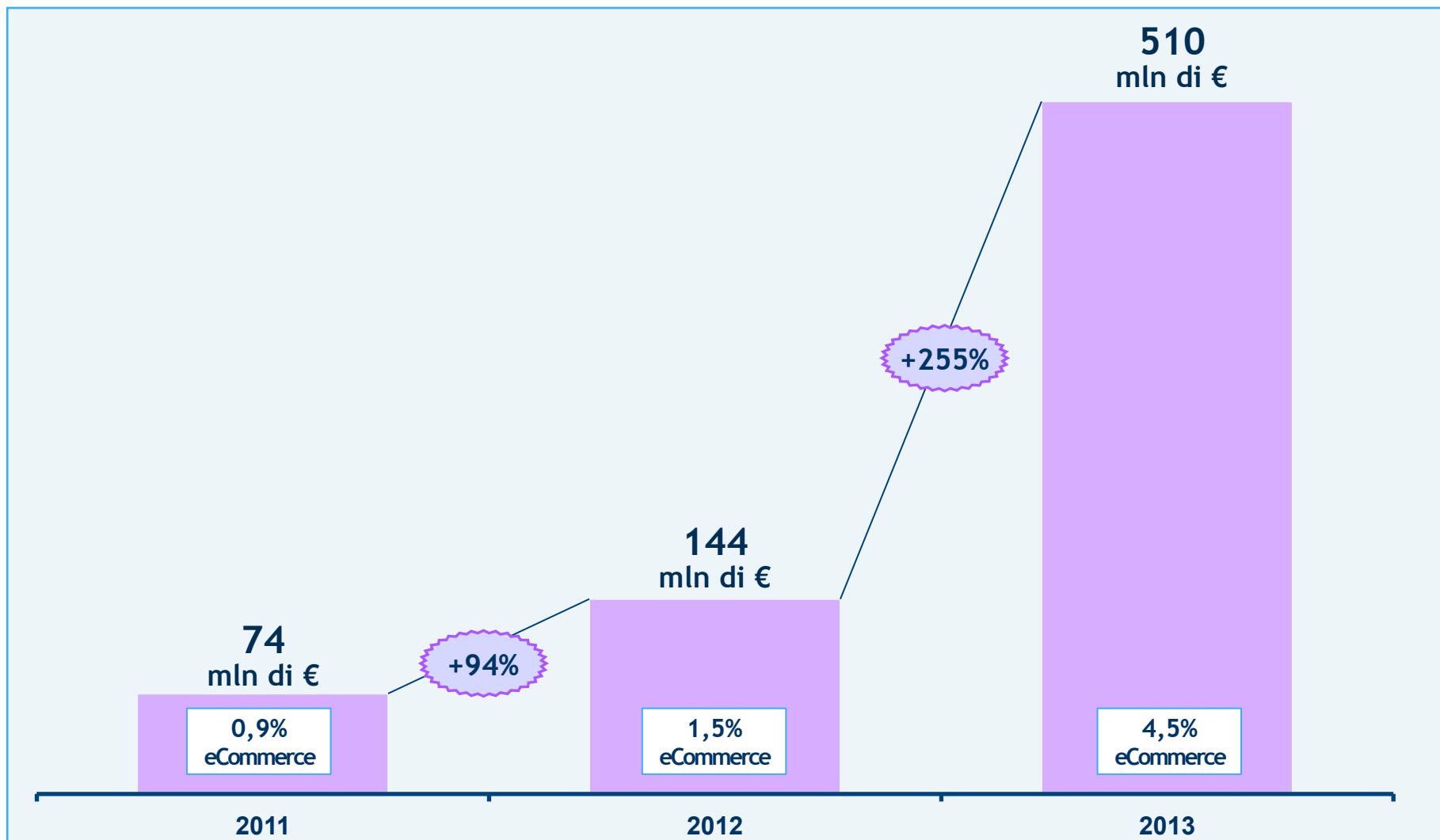
\* Escluse le Assicurazioni

	Valore eCommerce* - 2013 -	Crescita - 2012 vs 2013 -	Penetrazione Online - 2013 -
USA	290	+11%	10%
UK	66	+12%	14%
Germania	40	+11%	8%
Francia	26	+11%	6%
Italia	11,5	+15%	3%
	mld €	%	%

Fonte: elaborazione Politecnico su dati eMarketer, Euromonitor, Forrester Research



# Il mobile Commerce in Italia





# Mobile e multicanalità: una svolta per l'eCommerce in Italia?

Osservatorio eCommerce B2c  
Netcomm - School of Management Politecnico di  
Milano

14 Novembre 2013

PARTNER



SPONSOR

