

Al via la partnership tra eBay e Confcommercio per sostenere le PMI nell'eCommerce

- ✓ *Una ricerca TNS mostra che le Piccole e Medie Imprese italiane sono ancora bloccate da retaggio culturale, diffidenza e paura*
- ✓ *Nasce un manuale, "Vendere su eBay", dedicato alle PMI per investire nell'eCommerce semplicemente e con successo*
- ✓ *Un roadshow per l'Italia di eBay e Confcommercio per raccontare le opportunità del commercio elettronico*

Roma, 1 ottobre 2015 – eBay, uno dei marketplace più dinamici al mondo, e Confcommercio, la più grande rappresentanza d'impresa in Italia, hanno annunciato oggi una partnership per dare sostegno alle PMI che vogliono sbarcare sul mercato del commercio elettronico.

Dall'incontro tra eBay, che in Italia registra **oltre 4,5 milioni di acquirenti attivi e 157 milioni nel mondo** e più di **26mila venditori professionali**, e Confcommercio, che associa **oltre 700 mila imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti**, nasce una campagna per la promozione del commercio elettronico delle PMI italiane.

Un'opportunità, questa, che molte aziende italiane non hanno ancora colto, a causa di alcune barriere, reali o percepite, che devono necessariamente essere superate per recuperare o accrescere la propria competitività in un mercato sempre più globale e dinamico.

Una **ricerca TNS sulle PMI che non vendono online¹**, commissionata da eBay in occasione dell'accordo con Confcommercio, mostra come le PMI italiane siano state finora bloccate nella ricerca di nuovi canali di commercio da retaggio culturale, diffidenza e paura. Addirittura **il 92% delle PMI intervistate ha dichiarato di non aver mai preso in considerazione di utilizzare l'eCommerce nonostante più della metà (52%) dichiara di avere un sito internet**. Questa chiusura, però, rischia di tenerle lontane da una domanda che invece è in forte aumento: le stime di mercato relative all'acquisto online di prodotti in Italia rivelano una crescita pari al **24% in termini di volumi e al 15% in termini di valori** per il 2015².

Ancora più evidente è la diffidenza e mancanza di lungimiranza di quelle PMI, **l'88%** delle intervistate, che ritengono l'eCommerce poco o per nulla utile o di quelle, **il 69%**, che sono convinte non porti a un aumento di fatturato. Mentre invece solo su eBay.it nell'ultimo anno è stato

¹ Indagine quantitativa *ad hoc* su un campione di 202 aziende che non fanno commercio on line rappresentativo della realtà delle PMI italiane.

² Dati Osservatorio eCommerce B2c, School of Management Politecnico di Milano del 2015

registrato un **aumento del 20% dei venditori italiani che ha realizzato un fatturato pari o superiore a 1 milione di dollari.**

Dalla ricerca emerge infine un'ingiustificata paura delle PMI di non essere adeguate alla vendita online: ecco quindi che il **72% pensa che l'eCommerce sia un canale complesso**, il **56% ritiene che necessiti di investimenti considerevoli** e il **43%** è convinto che **l'eCommerce sia adatto solo alle grandi aziende**. L'esperienza degli oltre 26mila venditori professionali su eBay, la grande maggioranza dei quali PMI, dimostra invece che è possibile vendere online con successo, in Italia e all'estero (il 63% di loro fa export), indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda e con un investimento iniziale più che contenuto.

La partnership tra eBay e Confcommercio ha già portato alla **pubblicazione di una guida, "Vendere su eBay"**, un focus che rientra nella catena *"Le Bussole"* di Confcommercio, nata quasi due anni fa per aiutare gli imprenditori a orientarsi all'interno delle diverse categorie del mondo del commercio. Il volume su eBay rappresenta un utile vademecum per tutti gli imprenditori e i venditori che vogliono aprire un negozio sul famoso sito di eCommerce. Inoltre, per gli associati Confcommercio che fino al 30 settembre 2016 apriranno un negozio su eBay è stata pensata una convenzione speciale che prevede 6 mesi gratuiti (prezzo normale: €33.91/mese) di negozio premium, che consente anche di creare inserzioni per l'estero.

"Apprendere dalla ricerca TNS che il 26% delle PMI teme che il commercio elettronico possa essere rischioso per il commercio tradizionale dà la dimensione di quanto ci sia da lavorare sulla corretta percezione, sull'informazione delle PMI e sulla consapevolezza della dimensione dell'opportunità: il commercio elettronico, in realtà, oramai rappresenta un rischio solo per chi decide di non esserci. Noi crediamo che l'omnicanalità – che affianca uno store online al negozio tradizionale – sia il futuro del commercio e per questo il nostro ruolo come marketplace online leader del mercato è quello di aiutare i venditori a sfruttare le potenzialità dell'eCommerce, facendo leva anche sul trend crescente del mobile" ha dichiarato **Claudio Raimondi, General Manager di eBay in Italia**. *"Abbiamo deciso di unire le forze con Confcommercio per raccontare alle PMI italiane che vendere online su una piattaforma sicura e affidabile come la nostra è semplice e apre le porte a un mercato, nazionale e globale, complementare e non dannoso per il commercio tradizionale, come confermato da migliaia di venditori che ogni giorno vendono su eBay"*, ha aggiunto **Raimondi**.

*"Uno dei compiti fondamentali di una moderna organizzazione di rappresentanza di impresa come la nostra - ha dichiarato **Alessandro Micheli, Presidente dei Giovani Imprenditori e Consigliere di Confcommercio incaricato per l'innovazione e nuove forme di impresa** - oltre a promuovere e diffondere cultura e cultura dell'innovazione, è quello di aiutare le imprese ad essere sempre più competitive e a conseguire successo nella loro attività di business. Questo obiettivo, indicato peraltro*



anche nel programma di Confcommercio per il 2015-2020, indica una strada precisa per la nostra organizzazione e cioè dare più servizi e innovazione alle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti, perchè il mondo cambia sempre più rapidamente e nessuno può permettersi di restare indietro. E grazie a progetti come 'le Bussole' e tante altre iniziative sviluppate anche con importanti leader mondiali, la nostra Confederazione prosegue questo percorso. Nel caso specifico dell'eCommerce, attraverso strumenti che permettano alle imprese di avvicinarsi ad una modalità di vendita sempre più importante, consentendo di raggiungere un bacino di clienti più ampio e geograficamente più lontano e, contemporaneamente, offrire un ulteriore canale di contatto alla clientela locale, normalmente servita dal negozio fisico".

In aggiunta alla pubblicazione della guida, eBay e Confcommercio nei prossimi mesi organizzeranno un **roadshow** per incontrare le imprese, raccontare i vantaggi dell'eCommerce e aiutarle a intraprendere un nuovo percorso di crescita. La prima tappa è prevista per il prossimo **13 ottobre a Trieste** e il **14 novembre a Ferrara**.

Tra i settori rappresentati da Confcommercio, e con maggiori margini di crescita nell'eCommerce, c'è il **settore alimentare**. Nonostante il **44%** delle aziende intervistate da TNS e che operano in questo settore ritenga che i propri prodotti non siano adatti alla vendita online, i dati eBay mostrano che nei primi sei mesi del 2015 questa categoria ha registrato dei tassi di crescita straordinari: il numero di prodotti alimentari venduti su eBay.it è aumentato di circa il 50% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente con un prodotto venduto ogni 4 minuti.

Informazioni su eBay



eBay (NASDAQ: EBAY) è, nel mondo, il mercato più dinamico che permette di concludere grandi affari e scoprire una selezione unica di prodotti. eBay connette milioni di venditori e acquirenti in tutto il mondo, creando per le persone innumerevoli opportunità attraverso il Connected Commerce. La nostra visione è quella di vedere eBay come il luogo per eccellenza dove fare acquisti perché la nostra offerta di prodotti, supportata da una piattaforma di vendita semplice e redditizia, è la più completa e la più rilevante. Siamo dei partner e mai dei concorrenti per i nostri venditori; creiamo rapporti più solidi tra venditori e acquirenti attraverso esperienze di prodotto veloci, sicure e su qualsiasi dispositivo mobile. Oggi, mentre celebriamo il nostro 20esimo anniversario, siamo entusiasti di mettere in contatto venditori e acquirenti esattamente come lo eravamo quando abbiamo fondato l'azienda nel 1995. Per ulteriori informazioni, consultate ebayinc.com.

eBay – Ufficio Stampa

Irina Pavlova: ipavlova@ebay.com

Pietro Battistella: pbattistella@apcoworldwide.com (m) +39 366 4527513

Matteo Martone: mmartone@apcoworldwide.com (m) +39 342 9282392

Lea Ricciardi: lricciardi@apcoworldwide.com (m) +39 335 6672892

Confcommercio – Ufficio Stampa

Ufficio Stampa tel. 06.5866299 – 404

stampa@confcommercio.it

Francesco Ragaini 06.5866407 - 335.1253794 – f.ragaini@confcommercio.it