

Economia & Imprese

La carica delle 35mila imprese che vendono su eBay

INTERVISTA

ISA MÜLLER-WEGNER

Crescita record di aziende sulla piattaforma da Sicilia, Campania e Calabria

Il futuro sarà multicanale: più integrazione tra negozi e online

Marzio Bartoloni

«C» è la piccola azienda che vende pezzi di ricambio della Vespa in tutto il mondo o quella che ha registrato un boom di vendite di piscine in Inghilterra nella calda estate dell'anno scorso. O le botteghe storiche di Milano, che grazie a un accordo con Confcommercio, mostrano nel negozio una vetrina con su scritto "siamo anche su eBay" con tanto di qr-code». Sono questi alcuni dei 35mila venditori professionali italiani, la stragrande maggioranza micro e piccole imprese, che hanno deciso di vendere su eBay.

«Questi sono esempi di quanto il

made in Italy per noi sia un grande punto di forza, anche perché l'Italia è il nostro quinto mercato nel mondo», avverte Isa Müller-Wegner il vice presidente di Europa-paesi emergenti di questo mega-player dell'e-commerce, lontano erede del sito pioniere che si dedicava alle aste online, che ha chiuso il 2018 con 10,7 miliardi di dollari di fatturato (+8%) e 95 miliardi di beni transati. Ieri i manager di eBay accompagnati da alcuni big seller italiani erano a Roma per incontrare parlamentari dell'Intergruppo per l'innovazione. Una occasione per raccontare i numeri di uno studio che mostra un dato sorprendente: le imprese delle Regioni del Sud, quelle in teoria più arretrate anche dal punto di vista digitale, sono quelle che sono cresciute di più per numero su eBay. Gli exploit maggiori sono in Campania (la prima Regione in assoluto per densità di imprese in eBay con una crescita del 77% in 5 anni) Calabria e Sicilia. Con oltre il 57% delle Pmi italiane che grazie a eBay riesce a esportare in più di 10 Paesi. Con Germania, Usa, Francia, Uk e Spagna come destinazioni top.

Come si spiega il boom al Sud?

Ho potuto parlare con alcuni di questi imprenditori. E loro mi hanno spiegato che vendere solo localmente nei loro territori al Sud non era sufficien-



La manager Isa Müller-Wegner vice presidente eBay Europa-Paesi emergenti

I NUMERI SUL BOOM AL SUD E L'EXPORT

+77%

La crescita di Pmi in Campania

Secondo l'indagine di ebay sull'Italia tra le regioni che hanno registrato la crescita maggiore di Pmi sulla piattaforma negli ultimi 5 anni ci sono Campania (+77%), Calabria (+69,7%) e Sicilia (+54,1%)

57%

Pmi che esportano in 10 Paesi

L'indagine di ebay mostra che il 96% delle aziende presenti sulla piattaforma riescono ad esportare. Il 57% lo fa in più di dieci Paesi, mentre il 40% raggiunge almeno 4 continenti

te per poter mantenere il business. E l'occasione dell'e-commerce è diventata una opportunità per poter crescere e arrivare a vendere in Paesi che non avrebbero mai potuto raggiungere da soli.

Ma che tipo di mercato è l'Italia?

È un Paese leggermente indietro nella digitalizzazione e nel ricorso all'e-commerce. Se prendiamo come riferimento l'Inghilterra allora possiamo dire che l'Italia ha un grande potenziale che oggi già si vede con una crescita in media negli ultimi anni di oltre il 15%.

Ma qual è l'identikit del venditore italiano?

La stragrande maggioranza dei 35mila venditori professionali sono aziende piccole e molto piccole, con dipendenti, impegnate nei settori di punta del commercio come l'elettronica ma anche nelle eccellenze italiane come la moda e il cibo.

Cosa risponde a chi dice che l'e-commerce distrugge l'economia tradizionale e il made in Italy?

Dico che siamo già o possiamo essere i loro migliori alleati visto che molti dei nostri venditori vengono proprio da negozi e imprese off line. Noi gli offriamo la possibilità di crescere e di diventare internazionali proteggendoli anche da frodi e dal rischio contraffazione, come dimostra l'accordo

siglato nel 2016 con il ministero dell'Agricoltura e rinnovato nel 2018 per tutelare le indicazioni geografiche italiane Dop e Igp. Abbiamo un dipartimento in eBay che si occupa solo di questo.

Da anni si studia senza successo una web tax. Qual è la vostra posizione?

È fondamentale per noi come per le imprese che sono sulla nostra piattaforma che si studi un sistema fiscale il più omogeneo possibile che sia semplice e non crei differenze tra i Paesi. Per questo siamo convinti e lavoriamo affinché si studi un meccanismo a livello di Ocse.

Come vede l'e-commerce tra 5-10 anni?

Noi siamo i primi a essere convinti che in futuro non ci sarà solo l'e-commerce ma una multicanalità sempre più integrata. Si ordinerà qualcosa on line per ritirarla nel negozio, oppure se nel negozio non troviamo la taglia la ordiniamo lì on line per riceverla a casa. Sfruttando anche le potenzialità dell'intelligenza artificiale o della realtà virtuale.

Aprirete negozi fisici come Amazon?

No. Noi siamo differenti. Piuttosto vedo sempre di più lo sviluppo di servizi legati all'uso dei prodotti venduti.

L'ACCORDO

Fiere di Parma nell'e-commerce per l'agrifood

Fiere di Parma entra nel capitale di Aicod, agenzia di strategie digitali e analytics per spingere lo sviluppo a 360 gradi del digitale, delle comunicazioni social e dell'e-commerce a sostegno della filiera italiana agrifood. Tra i progetti avviati c'è "MyBusinessCibus", piattaforma digitale che realizza un matching permanente tra buyers di ogni parte del mondo e aziende agroalimentari italiane, attraverso una App per trovare online prodotti e produttori Authentic Italian e interagire con essi. «L'entrata di Fiere di Parma in Aicod è stata voluta per far crescere e trasformare il nostro business - spiega l'ad di Fiere di Parma, Antonio Cellie -. Avremo capacità in house di costruire piattaforme digitali permanenti che ci darà nuovo dinamismo

-I.Ve.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

AVIS TI PRESENTA LA NUOVA FLOTTA PRESTIGE

Le auto più ambite e prestigiose, berline raffinate, 4x4 di lusso, eleganti coupé e auto sportive. Scopri tutti i nuovi modelli dell'esclusiva flotta Prestige Italia.

CONCEDITI UN'ESPERIENZA DI GUIDA STRAORDINARIA.

AVISAUTONOLEGGIO.IT/AVIS-PRESTIGE-ITALIA



AVIS



Il torneo. L'arena di Katowice, in Polonia, dove si è svolta la tappa del torneo Fortnite. Il montepremi era di un milione di dollari

Gli sport online conquistano 1,2 milioni di appassionati

ECONOMIA DIGITALE

Nel week end a Milano la finale mondiale del torneo Rainbow Six

Enrico Netti

Anche in Italia sale la febbre per gli esports, tornei di videogiochi trasmessi in diretta sul web grazie a piattaforme dedicate come, per esempio, Twitch, e seguiti in tutto il mondo da centinaia di migliaia di spettatori. Il fenomeno ogni giorno coinvolge 350mila giovani italiani, gli avid fan, il cui trend di crescita è del 35% sul 2017. Una platea con una discreta capacità di spesa: quasi i due terzi di loro dice di avere un reddito proprio superiore ai 1.500 euro al mese.

Invece coloro che si collegano diverse volte nel corso della settimana sono circa 1,2 milioni, i cosiddetti esports fan, con un aumento del 20 per cento. La grande maggioranza di questo pubblico include coloro che è in una fascia di età tra i 16 e i 30 anni ma l'interesse è in crescita anche gli adulti, dai 31 ai 40 anni che rappresentano il 38% degli spettatori italiani. Un quarto di questa platea ha iniziato a seguire i tornei del corso dell'ultimo anno. È quanto emerge dal secondo rapporto realizzato dall'Associazione editori e sviluppatori dei videogiochi italiani (Aesvi) in partnership con Nielsen. «L'evoluzione degli esports è incoraggiante - dice Marco Saletta, presidente Aesvi -. Nel mondo si stanno inoltre affermando i campioni italiani, fattore che aiuta a posizionare l'Italia come paese di riferimento anche in ambito sportivo».

Così questo week end Milano diventa la capitale mondiale ospitando la finalissima della nona stagione del-

la Pro league di «Tom Clancy's Rainbow Six Siege», un titolo pubblicato da Ubisoft. Si confronteranno le otto migliori squadre e in palio c'è un montepremi di 275mila dollari mentre quello dell'intera stagione ammontava a 626mila dollari. A livello planetario quest'anno i guadagni dei giocatori professionisti supereranno il miliardo, al traino della popolarità che questi eventi riscuotono in paesi come Corea del Sud, Cina, Giappone e Usa, mentre gli appassionati che seguono i tornei dagli attuali 395 milioni diventeranno entro la fine dell'anno 454 milioni per poi balzare a 654 milioni nel 2022. Nel caso poi dell'evento milanese in soli tre giorni sono andati esauriti tutti i biglietti del-

l'evento. Il prezzo di vendita era di 70 euro per il pass diamante che include del merchandising Rainbow Six e una t-shirt esclusiva, mentre per il pass standard occorre 20 euro. Queste gare, come per tutti i tornei di sport, sono anche trasmesse live streaming anche per imparare tattiche e trucchi degli "atleti".

Infatti la stragrande maggioranza degli esports fan, evidenzia il report, segue le gare per intrattenimento e come passatempo, per migliorare le proprie abilità personali. Così i professionisti degli esports assumono un ruolo di influencer che traiano il comparto.

Per quanto riguarda i generi con maggiore seguito si affermano quelli sportivi e i multigiocatore online. Spiccano i tornei del calcistico Fifa, dello sparattutto Call of duty e lo strategico League of Legends: per ognuno di questi titoli ci sono i suoi campionati ad eliminazione e un ricco merchandising.

Le dirette sono seguite, in media, dai ragazzi per 5 ore la settimana e si aggiungono al consumo di film, serie tv e all'ascolto della musica prevalentemente hip-hop e rap. Naturalmente è un pubblico di videogiocatori e il dispositivo più utilizzato è lo smartphone (81%) seguito dalla console (77%) e il pc (76 per cento). Questi fan, inoltre, possiedono più di due account attivi tra tutti i servizi online a pagamento e le piattaforme di gioco: PlayStation Plus (30%), Steam (22%) e Twitch Prime (21%) sono i servizi più utilizzati dagli avid fan.

Dal gioco e dalla visione delle gare il confronto con gli altri appassionati si sposta sui social. Anche qui l'attività e le discussioni sono in crescita e nel 2018 il volume totale dei chiacchiericci si è attestato intorno a 1,3 milioni di contenuti.

enrico.netti@ilsol24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

1,2

Milioni di fan

Sono circa 1,2 milioni gli appassionati di esports tra i 16 e i 40 anni che seguono un evento più volte la settimana

+35%

Il trend

Nel 2018 gli appassionati (avid fans) che ogni giorno seguono gli esports sono aumentati di oltre un terzo toccando le 350mila persone

275mila \$

Montepremi

Nel week end Milano ospiterà la finale mondiale del torneo di «Tom Clancy's Rainbow Six Siege» di Ubisoft. Le otto squadre si confronteranno per conquistare un montepremi di 275mila dollari