

Nota metodologica all'Osservatorio eCommerce B2C Netcomm

School of Management del Politecnico di Milano

La quantificazione del mercato eCommerce

La stima del mercato eCommerce riportata nel Rapporto misura l'insieme delle (i) vendite (ii) di prodotti e servizi (iii) effettuate via Internet (iv) esclusivamente dai siti italiani (v) verso i consumatori finali (sia italiani che stranieri). Per ben comprendere il significato delle cifre riportate occorre precisare meglio i 5 punti sopra evidenziati. (i) Vendite: misurano il valore complessivo dei beni transati, che coincide, nella maggior parte dei casi, con il fatturato dell'operatore, tranne quando esso svolge solo un ruolo di intermediazione tra altre aziende ed i consumatori (ad esempio nei portali di prenotazione degli hotel) oppure tra i consumatori stessi (come nel caso delle aste consumer to consumer). (ii) Prodotti e servizi: sono state incluse sia le vendite di prodotti fisici, che richiedono un sistema logistico per la consegna (grocery, prodotti informatici, abbigliamento, libri, ecc.), che le vendite di servizi fruiti offline (assicurazioni, viaggi, biglietti per spettacoli, ricariche telefoniche, ecc.). Non sono stati inclusi, invece, l'home banking, il gioco online i contenuti digitali fruibili direttamente online. (iii) Via Internet: sono stati inclusi nelle stime tutti gli acquisti effettuati online (tramite shopping cart e web form), a prescindere da come avvenga poi il pagamento (online o offline). Nel caso dei portali di prenotazione degli hotel abbiamo considerato solo le prenotazioni confermate tramite carta di credito. Qualora l'acquisto via Internet possa essere supportato da altri canali offline – ad esempio il call center, come accade nei comparti delle assicurazioni e del turismo – abbiamo considerato anche quelle transazioni che, impostate e definite online, si chiudono solo dopo un passaggio offline. (iv) Siti italiani: sono state considerate esclusivamente le vendite fatte dai siti che fanno capo a società con operatività in Italia (anche se appartenenti a gruppi internazionali). Non sono state invece considerate le vendite da siti stranieri, anche qualora abbiano una sezione in lingua italiana a cui però non corrisponde una presenza di operatività in Italia. (v) Consumatori finali: si sono considerate le vendite effettuate ai consumatori finali, sia italiani che stranieri.

La Ricerca si è basata su interviste dirette ai principali operatori dell'eCommerce B2c italiano. In particolare per ognuno dei comparti merceologici più significativi (in termini di fatturato) sono stati identificati e intervistati tutti i player più rilevanti, o per volumi di vendite o per modello di business. La quasi totalità del mercato è stata stimata attraverso i volumi di vendite dichiarati (per il 2012 come stime di preconsuntivo) dagli operatori stessi. Tali valori, a seconda del comparto merceologico considerato, coprono fino al 95% delle vendite totali. La parte restante del mercato è stata stimata facendo opportune estrapolazioni all'universo complessivo dei siti censiti.