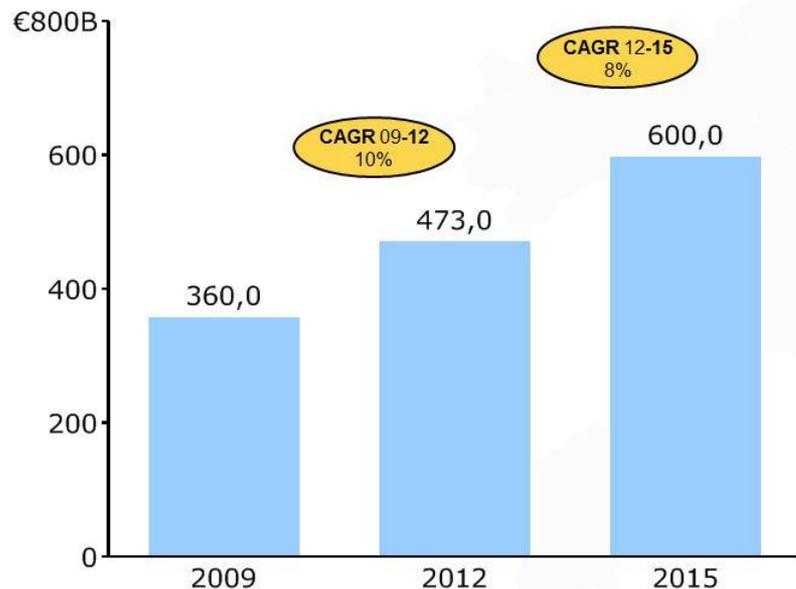


Il Made in Italy è OnLine: Europa, Cina e Russia

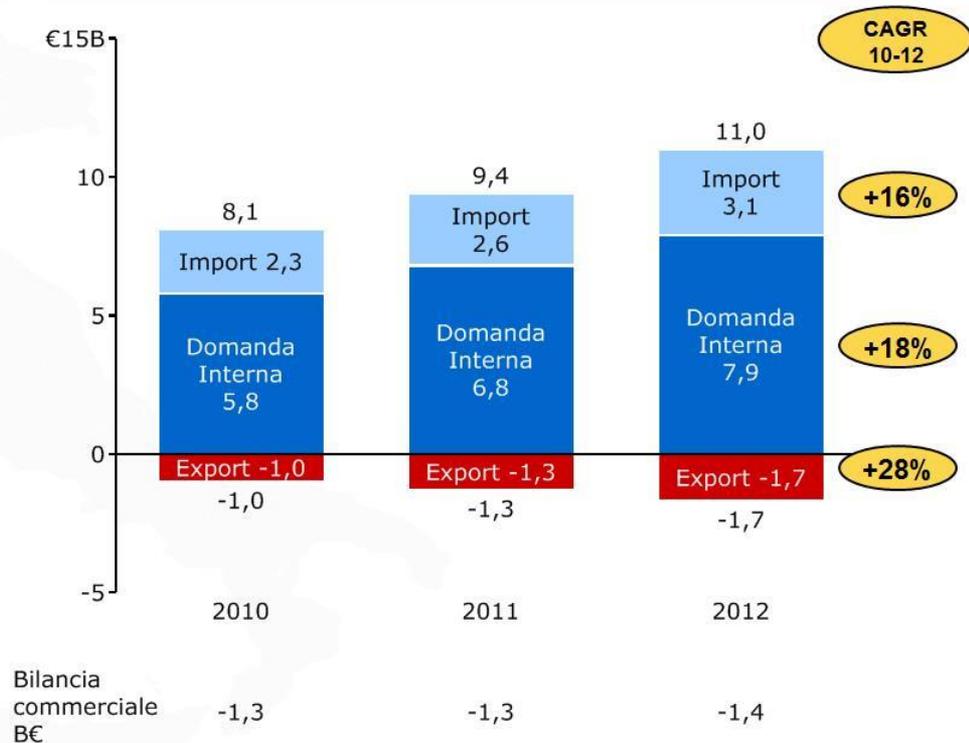
Vincenzo Pompa, AD Postecom

Milano, 03 Luglio 2013

L'export Italiano



Bilancia commerciale e-Commerce

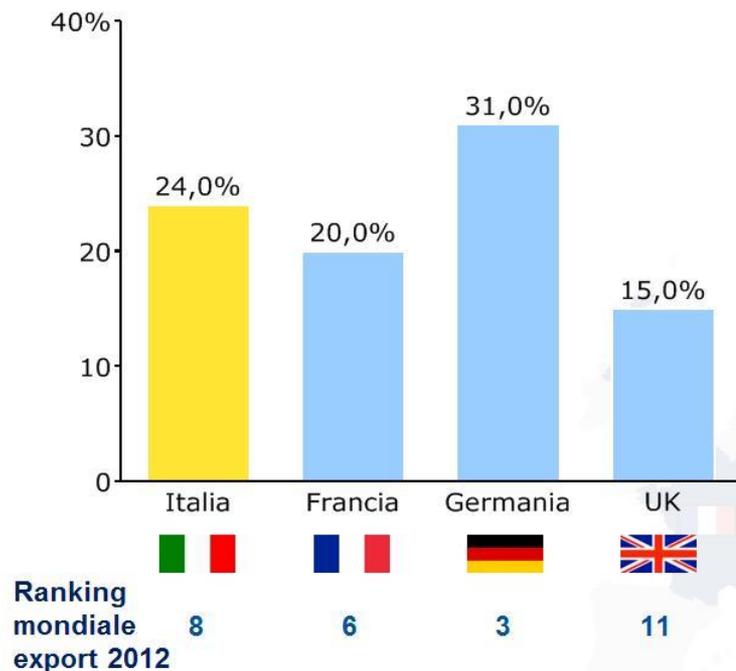


La leva dell'**export** è una grande opportunità da sfruttare ancora a pieno e l'**e-Commerce** può rappresentare un **fattore determinante per fare da traino alla crescita del sistema paese**

Fonti: dati MIP e ICE

% retailer che vendono in almeno un altro paese Europeo

Principali barriere dei Merchant per vendite internazionali



Differenti tassazioni

Barriera linguistica

Barriere doganali

Rischi di frode/
mancati pagamenti

Complessità Burocratiche

Servizio al cliente

Costi di spedizioni

I prodotti Italiani hanno un buon posizionamento nei mercati esteri ma per vendere oltreconfine occorre **conoscere le regole del gioco per superare le principali barriere internazionali (aspetti legali, tasse e pagamenti)**

Che ruolo gioca Poste Italiane nell'aiutare le imprese italiane ad aumentare la competitività internazionale attraverso l'e-Commerce?





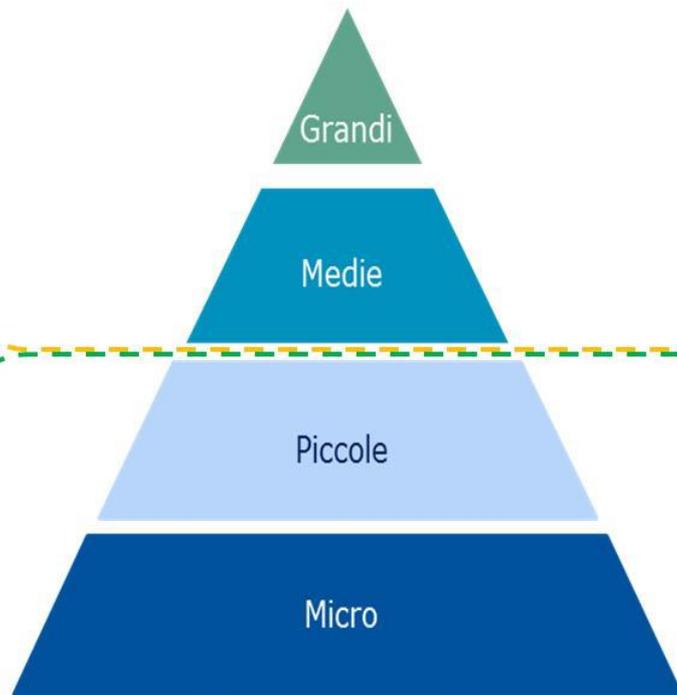
Poste Italiane ha sviluppato un'**offerta e-Commerce completamente integrata** per rispondere alle **esigenze dei diversi tipi di impresa** ed a supporto di ogni fase del processo di e-Commerce



Poste Italiane ha già lanciato numerose iniziative e-Commerce in ambito nazionale sfruttando i **propri asset distintivi**, il prossimo obiettivo è l'**espansione nel panorama internazionale**

Poste e-commerce

la soluzione e-Commerce di Poste Italiane diversificata in modo da soddisfare le esigenze dei diversi target commerciali



Tipologia di aziende



Poste Marketplace

- Marketplace direttamente gestito da Poste Italiane
- Value proposition : “Lo *Shop Online facile e sicuro*”

Deal/ Couponing

- Sito di couponing dedicato ai possessori di una Postepay (più di 8 milioni di utenti)
- Value proposition: “*Deals scontati solo per la community Postepay*”

Portali verticali

- Portali focalizzati su specifiche tematiche (esempio: salute e benessere) dove Poste Italiane gioca un ruolo da protagonista sfruttando gli asset della sicurezza e dell'affidabilità



postesalute

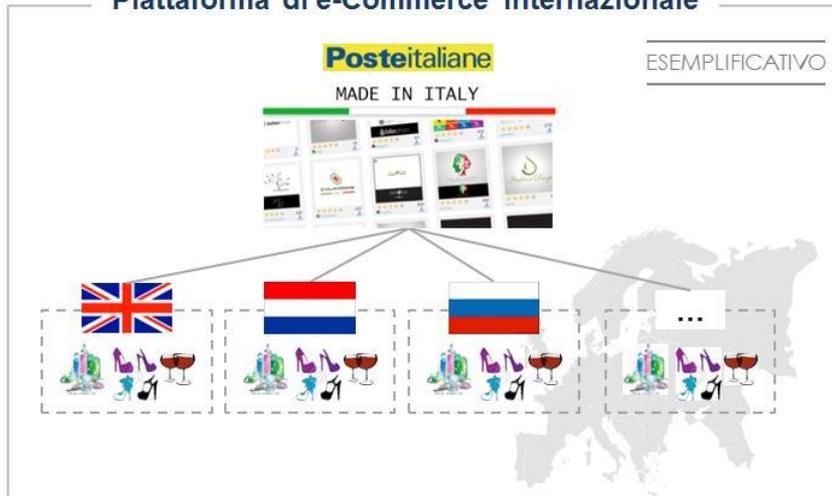
	Obiettivo	Data di lancio prevista
 <p>PAESI BASSI</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppare un Marketplace focalizzato sul Made in Italy per favorire l'export dei prodotti dei Merchant italiani 	<p>30 Settembre 2013</p>
 <p>CINA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Supportare l'iniziativa e-Commerce di China Post attraverso la selezione di Merchant italiani per export nel mercato cinese Sviluppare un Marketplace focalizzato sul Made in Italy per favorire l'export dei prodotti dei Merchant italiani 	<p>Ottobre 2013</p> <p>2014/ 2015</p>
 <p>RUSSIA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppare un Marketplace focalizzato sul Made in Italy per favorire l'export dei prodotti dei Merchant italiani 	<p>Dicembre 2013</p>
 <p>EUROMED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppare un Marketplace multi-laterale focalizzato sui prodotti "made in" delle piccole e medie imprese dei paesi del Mediterraneo 	<p>Q1 2014</p>
 <p>USA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppare un Marketplace bilaterale focalizzato sul Made in Italy / USA per favorire l'export dei prodotti dei Merchant italiani / americani 	<p>2014</p>

Marketplace del *Made in Italy* dedicato e co-branded per paese

Creazione di Marketplace co-branded con gli operatori postali dei paesi aderenti (unica piattaforma e differenti front-end per paese)



Piattaforma di e-Commerce internazionale



Accesso a un Marketplace internazionale che abilita la vendita su diversi paesi a seconda delle esigenze del Merchant

Area dedicata al *Made in Italy* all'interno di un Marketplace locale

Creazione di un'area dedicata al *Made in Italy* all'interno del Marketplace ULE di China Post per fare leva sui canali già esistenti e ridurre il time to Market



Marketplace Poste cinesi



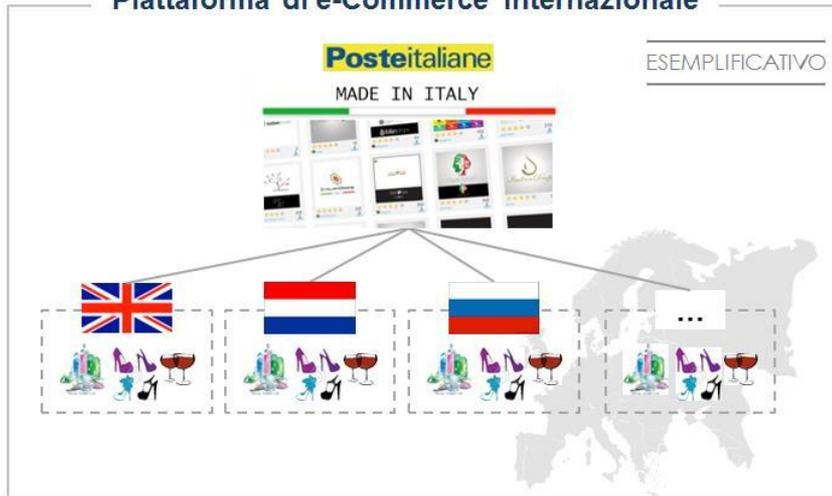
Accesso a un mercato emergente tramite un Marketplace già radicato nel territorio di riferimento

Marketplace del *Made in Italy* dedicato e co-branded per paese

Creazione di Marketplace co-branded con gli operatori postali dei paesi aderenti (unica piattaforma e differenti front-end per paese)



Piattaforma di e-Commerce internazionale



Accesso a un Marketplace internazionale che abilita la vendita su diversi paesi a seconda delle esigenze del Merchant

Area dedicata al *Made in Italy* all'interno di un Marketplace locale

Creazione di un'area dedicata al *Made in Italy* all'interno del Marketplace ULE di China Post per fare leva sui canali già esistenti e ridurre il time to Market



Marketplace Poste cinesi



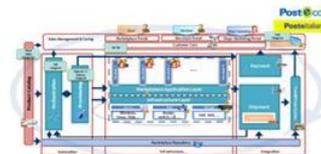
Accesso a un mercato emergente tramite un Marketplace già radicato nel territorio di riferimento



Marketplace del *Made in Italy*

Piattaforma tecnologica
unica di Poste Italiane

Posteitaliane

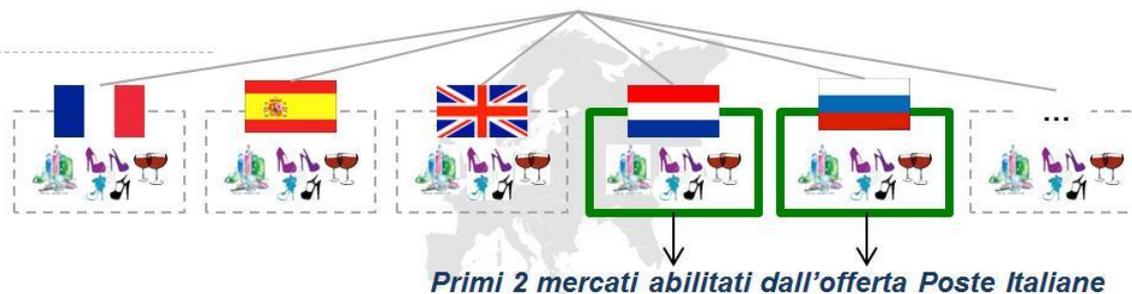


Piattaforma di gestione e-
Commerce del Merchant
unica, con selezione paesi
europei di destinazione

Marketplace "MADE IN ITALY"



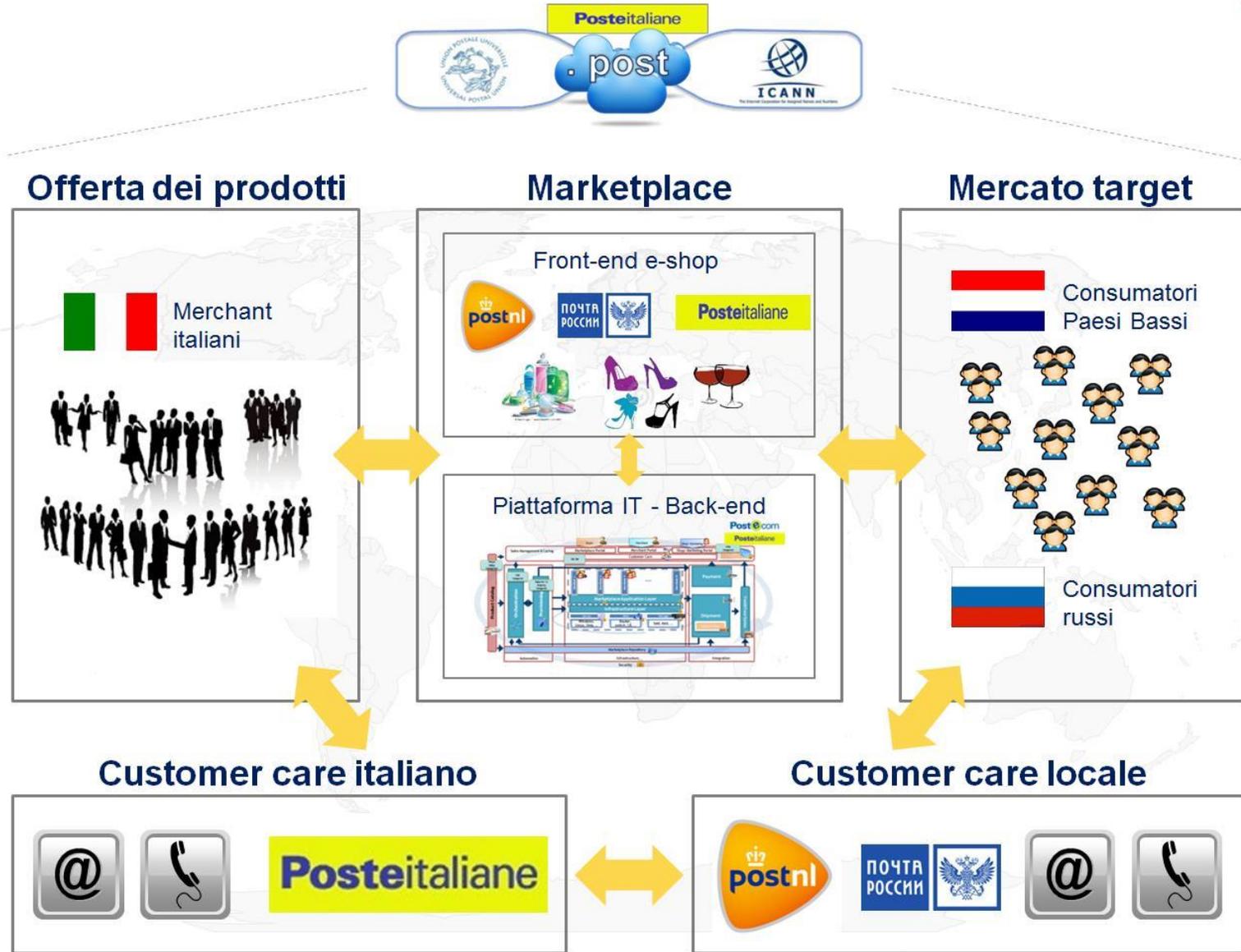
Marketplace co-branded
per ciascun paese europeo



+300B€ valore del mercato europeo dell'e-Commerce nel 2012

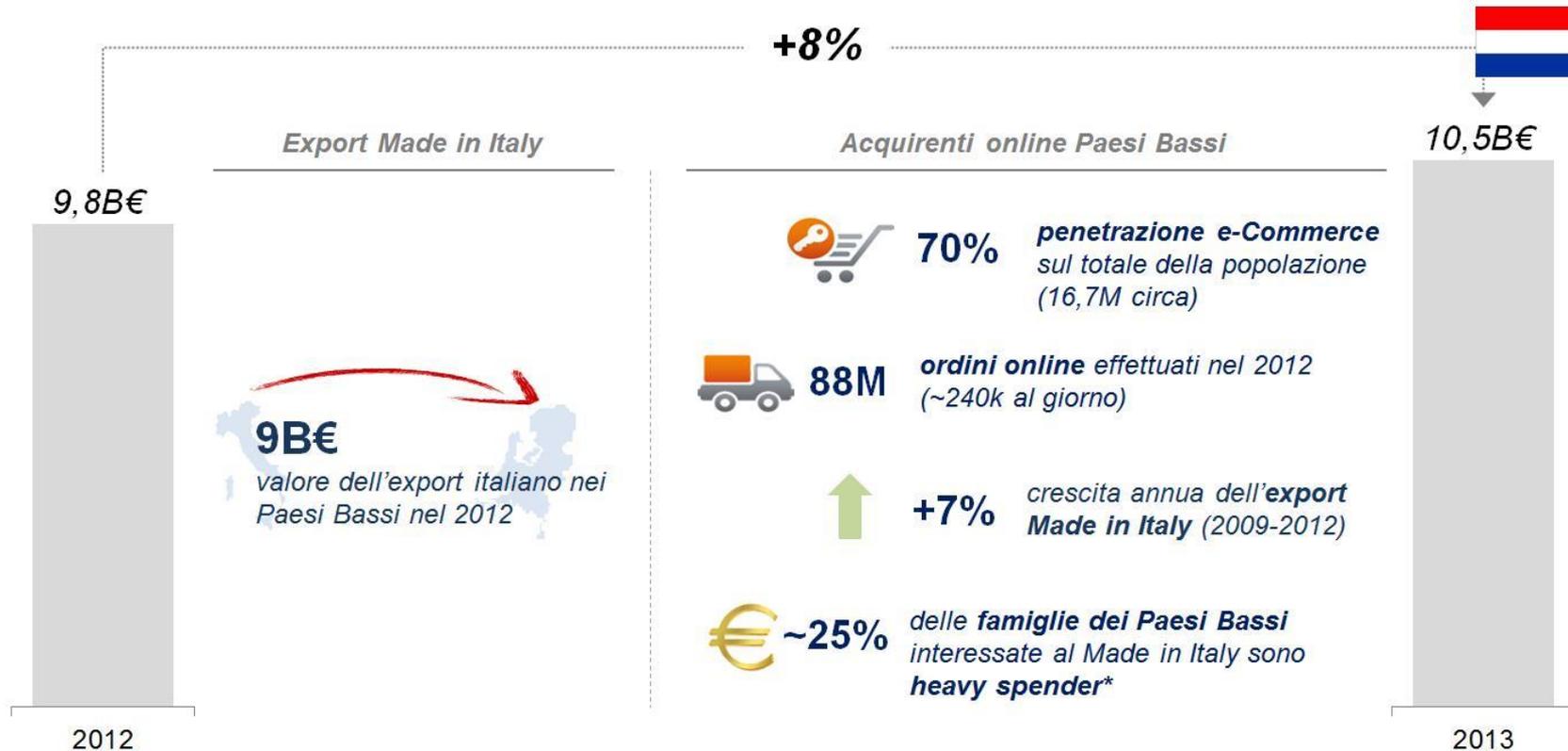
Il Marketplace del *Made in Italy* permetterà ai Merchant di accedere da un'unica piattaforma di gestione a un mercato del valore di quasi **300B€**. **I Paesi Bassi e la Russia saranno i primi mercati nei quali i Merchant italiani potranno iniziare a vendere i loro prodotti**

Posteitaliane





Mercato e-Commerce nei Paesi Bassi



Il mercato olandese dell'e-Commerce vale quasi **10 B€ nel 2012** ed è previsto in crescita anche nel 2013, a fronte di una platea di consumatori evoluti e fortemente **interessati alle tipologie di prodotti caratteristici del *Made in Italy***

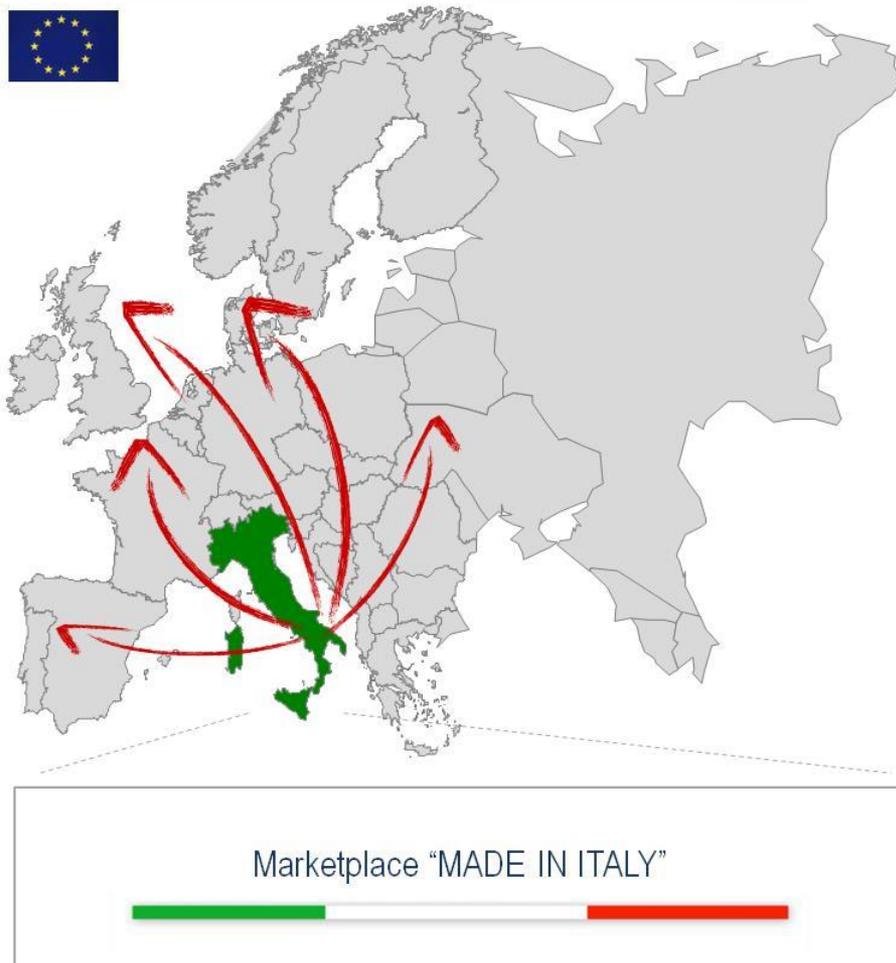
Fonti: dati ICE, E-Commerce-Europe; dati PostNL 2012 e Civic Consulting 2011
 Nota(*): il segmento Heavy Spenders rappresenta la fascia più alta dei 4 cluster in cui è stata divisa la popolazione intervistata



Diversi Marketplace
per i clienti di
ciascun paese
europeo (front-end
personalizzato a
seconda delle
esigenze del paese)



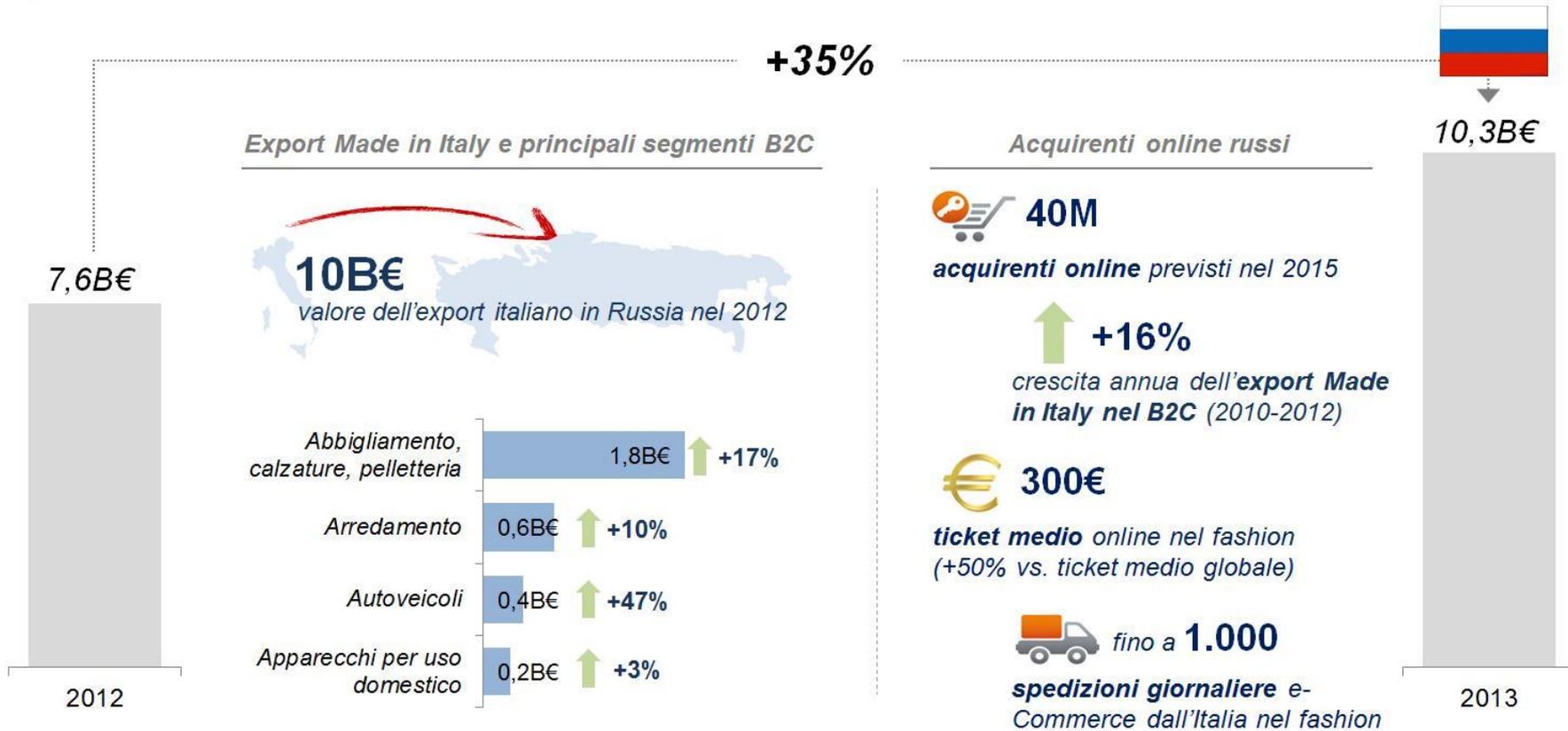
Unico repository del
Marketplace (back-
end) per i Merchant
italiani



Il mercato Olandese costituisce il primo step nell'ambito di una **strategia di espansione** che permetterà ai Merchant italiani di ampliare l'export del *Made in Italy* a tutto il **mercato europeo**



Mercato e-Commerce in Russia



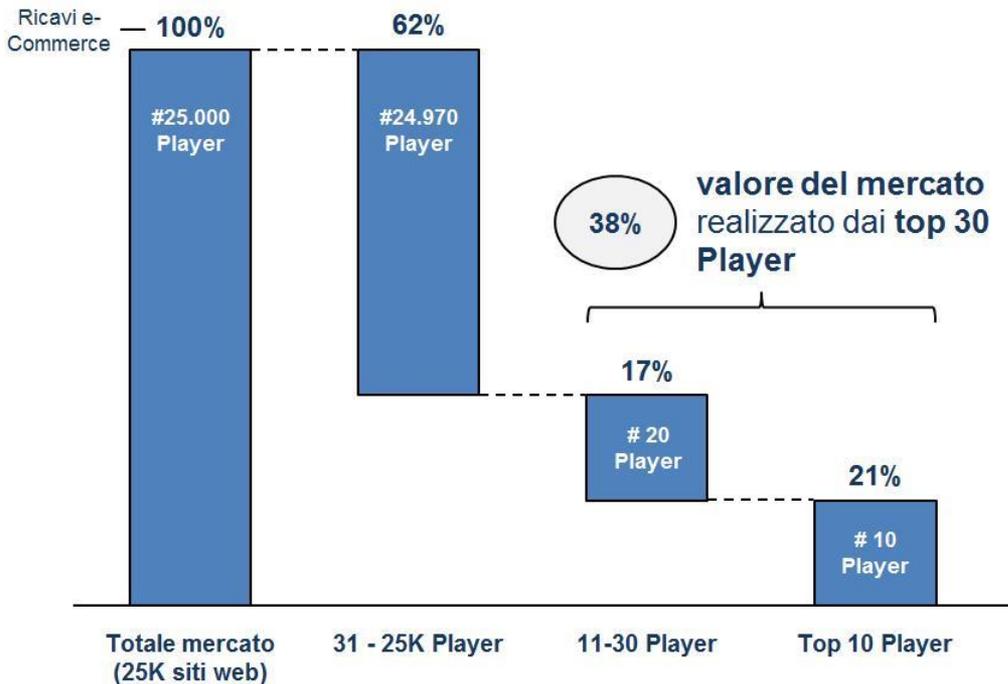
La Russia sarà il **prossimo paese** coperto dall'offerta internazionale di Poste Italiane; mercato che evidenzia una **forte richiesta di prodotti Made in Italy** nei principali segmenti B2C ed è caratterizzato da **elevate capacità di spesa dell'utenza**

Fonti: analisi Postecom su dati ICE, stime su dati Poste Italiane (EMS), e-Commerce Europe, Sole 24 Ore e interviste con esperti

↑ CAGR 2010-2012

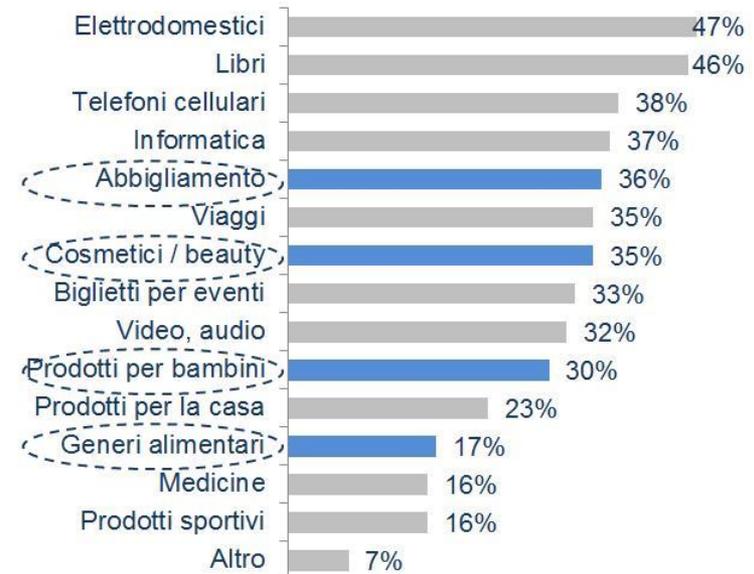
Bassa concentrazione del mercato e-Commerce Russo

Composizione del mercato, cluster per ricavi e-Commerce (solo beni fisici)



Tipologia di prodotti acquistati online

Valori in % degli acquirenti online



Il mercato russo dell'e-Commerce è molto **frammentato** ed evidenzia un alto interesse nei confronti dei **prodotti caratteristici del Made in Italy**: la creazione di un portale dedicato ai prodotti italiani può risultare differenziante sul mercato

Principali punti di attenzione per un Merchant che esporta autonomamente in Russia



- **Classificazione delle merci** esportate in base al registro doganale russo
- Predisposizione della **documentazione accompagnatoria** della merce (es. dichiarazione doganale CN23)
- **Ottenimento certificati speciali** per alcune tipologie di prodotti (es. alimentari)
- Organizzazione **stoccaggio temporaneo** merci in caso di rallentamenti in dogana

Principali vantaggi per un Merchant che spedisce con Poste Italiane



- **Semplificazione delle procedure doganali e ottimizzazione delle tariffe** facendo leva sugli accordi con l'operatore postale locale

→ La maggior parte delle spedizioni italiane verso la Russia sono gestite attualmente attraverso il servizio export-box di Poste Italiane

> **EXPORTBOX** <

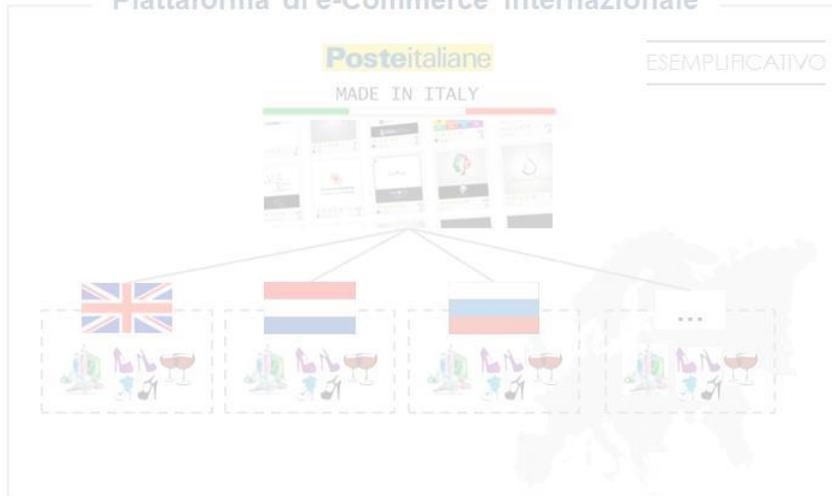
La collaborazione tra Poste Italiane e Russian Post permette di semplificare ampiamente il processo di sdoganamento delle merci in Russia, **supportando il Merchant nello svolgimento del complesso iter burocratico attualmente in vigore**

Marketplace del *Made in Italy* dedicato e co-branded per paese

Creazione di Marketplace co-branded con gli operatori postali dei paesi aderenti (unica piattaforma e differenti front-end per paese)



Piattaforma di e-Commerce internazionale



Accesso a un Marketplace internazionale che abilita la vendita su diversi paesi a seconda delle esigenze del Merchant

Area dedicata al *Made in Italy* all'interno di un Marketplace locale

Creazione di un'area dedicata al *Made in Italy* all'interno del Marketplace **ULE** di China Post per fare leva sui canali già esistenti e ridurre il time to Market



Marketplace Poste cinesi



Accesso a un mercato emergente tramite un Marketplace già radicato nel territorio di riferimento



Marketplace ULE – Padiglione del *Made in Italy*

Marketplace ULE

150 k
prodotti offerti

1,5 M
utenti registrati

1 M
pagine viste/giorno

中国 中国邮政 CHINA POST ↔ tom.com

Padiglione del *Made in Italy*

Area dedicata ai prodotti *Made in Italy*, suddivisa nelle principali categorie merceologiche



Categorie di prodotti

- Abbigliamento
- Occhiali
- Calzature
- Arredamento
- Accessori
- Artigianato

Il concept del *Made in Italy*

- All'interno del padiglione verranno inseriti **contenuti editoriali** volti a **divulgare il concetto e lo stile di vita del *Made in Italy*** nei confronti dei consumatori cinesi

Il Marketplace ULE è stato **lanciato nel 2010 da China Post e dal gruppo TOM**: al suo interno **verrà creato il Padiglione del *Made in Italy***, la sezione dedicata dove i Merchant italiani potranno vendere i loro prodotti sul mercato cinese

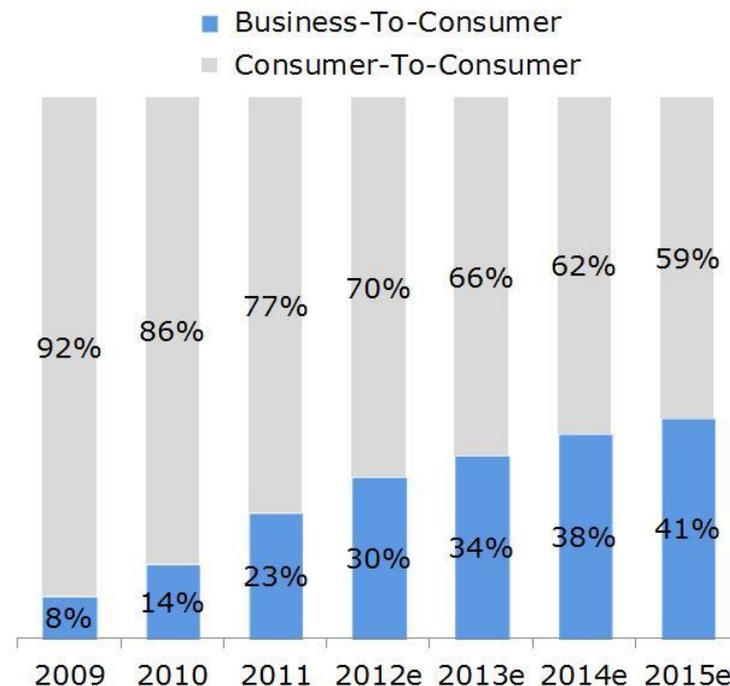


Valore del mercato e-Commerce (B2C e C2C)

Bln USD



Caratteristiche degli acquirenti cinesi



Il mercato cinese consumer dell'e-Commerce vale **265B\$ nel 2013**, con il segmento B2C in crescita esponenziale fino a raggiungere oltre il **40% della quota di mercato nel 2015**

Fonti: iResearch, eMarketer, Macquarie Research

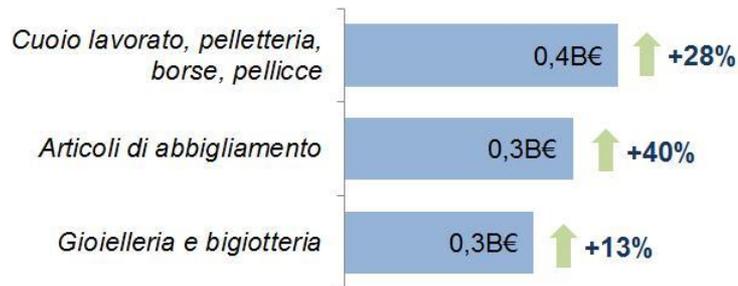


Domanda cinese di prodotti italiani e caratteristiche degli acquirenti

Domanda cinese di prodotti italiani



Principali categorie di export B2C



Caratteristiche degli acquirenti cinesi

€ **300€** *ticket medio* per prodotti di fascia alta negli outlet italiani (2012)

FAKE **72%** acquirenti online affermano di temere l'acquisto di **prodotti non autentici**

↑ **24%** crescita dell'**export del Made in Italy** nei principali segmenti B2C nel 2012

\$ **60%** fatturato del mercato e-Commerce generato da **heavy spenders**

La domanda cinese di prodotti italiani nelle principali categorie B2C è in crescita del **24%** ed è focalizzata sui segmenti **moda, cibi, arredamento**; nel mondo gli acquirenti cinesi sono tra i **top-spenders** di prodotti *Made in Italy*



Value proposition di ULE

Qualità e originalità dei prodotti

Garanzia della qualità dei prodotti e dell'assenza di falsificazioni

Copertura di mercato

Ampia copertura del territorio, sia nelle aree urbane che rurali

Multicanalità

Possibilità di acquistare i prodotti sia sui canali fisici che online

Eccellenza del servizio

Esperienza d'acquisto sicura e conveniente per i consumatori



Categorie di prodotti (disponibili ad Aprile 2012)

Abbigliamento **GIORDANO** **FAIRWHALE** **bossini**

Borse e scarpe **Diplomat** **Samsonite** **ELLE**

Personal care **P&G** **Unilever** **L'ORÉAL**
MAYBELLINE **NEW YORK** **SHISEIDO** **THEFACESHOP**

Sport e outdoor **Nike** **adidas** **CONVERSE** **PUMA** **LI-NING**

Prodotti casa **LOCK&LOCK** **SUPOR** **ASD** **爱仕达** **苏泊尔** **OSRAM**

Cibo e salute **北京同仁堂** **中粮 COFCO** **Lipton** **Nestlé** **F&F**

Bambini **Goodbaby** **好孩子** **AVENT** **Disney**

Elettrodomestici **SAMSUNG** **Midea** **美的** **lenovo** **联想**
SIMELO **Debo** **德铂** **ASTD** **爱仕达** **Luminarc**

Le principali aree di forza di ULE sono la **rete distributiva di China Post** (l'unico fornitore integrato e capillare di servizi logistici e spedizioni del paese, con oltre 45.000 uffici e una rete che copre oltre 200 regioni), un'ampia **presenza di brand internazionali** e l'eccellenza del servizio



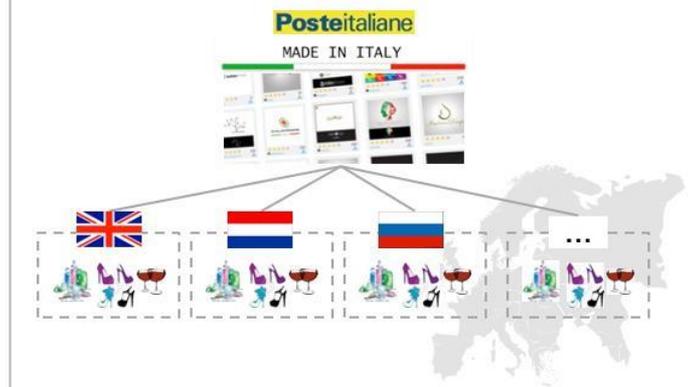
Modello operativo



Il modello prevede inizialmente la spedizione point-to-point dei prodotti, con **Poste Italiane** che farà da interfaccia unica verso i Merchant italiani supportandoli in tutte le attività e nei rapporti con **ULE**

Quali sono i vantaggi per i Merchant e i prossimi passi per aderire all'offerta e-Commerce internazionale di Poste Italiane?

Piattaforma di e-Commerce internazionale



Marketplace Poste cinesi



Principali attività per il set-up dell'offerta

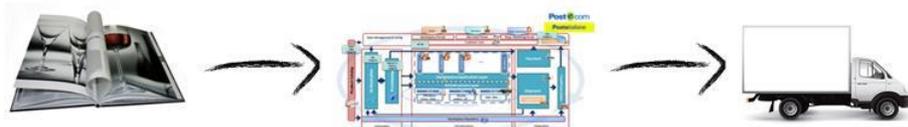
- Adesione all'offerta e contrattualizzazione con Poste Italiane
- Selezione del catalogo prodotti più adeguato al mercato di destinazione e definizione del pricing in coerenza con le stringenti regole doganali
- Caricamento del catalogo sul back-end della piattaforma (foto, descrizione, quantità, prezzi)
- Invio dello stock nei magazzini dedicati all'export (opzionale)

Poste e-commerce

la soluzione eCommerce di Poste Italiane

www.postecommerce.it

*Procedure semplificate per i clienti già
Poste e-Commerce*





In corso la raccolta adesioni all'offerta internazionale Poste e-Commerce per i mercati Paesi Bassi e Cina, con scadenza il:

**30
Settembre**

Per ricevere **informazioni in merito all'offerta** di Poste Italiane **compilate subito il modulo** che vi è stato fornito indicando le generalità della vostra azienda e **consegnatelo** al desk in uscita



Per avere ulteriori informazioni sulle iniziative e-Commerce di Poste Italiane scrivete una mail a: **infoeventi@postecom.it**

