

**DIGITALE VS REALE**  
*I CAMBIAMENTI DELLE*  
*DINAMICHE DISTRIBUTIVE*

Prof. Edoardo Sabbadin  
Università di Parma

Sercomated 2016

# È FINITA LA CRISI ?

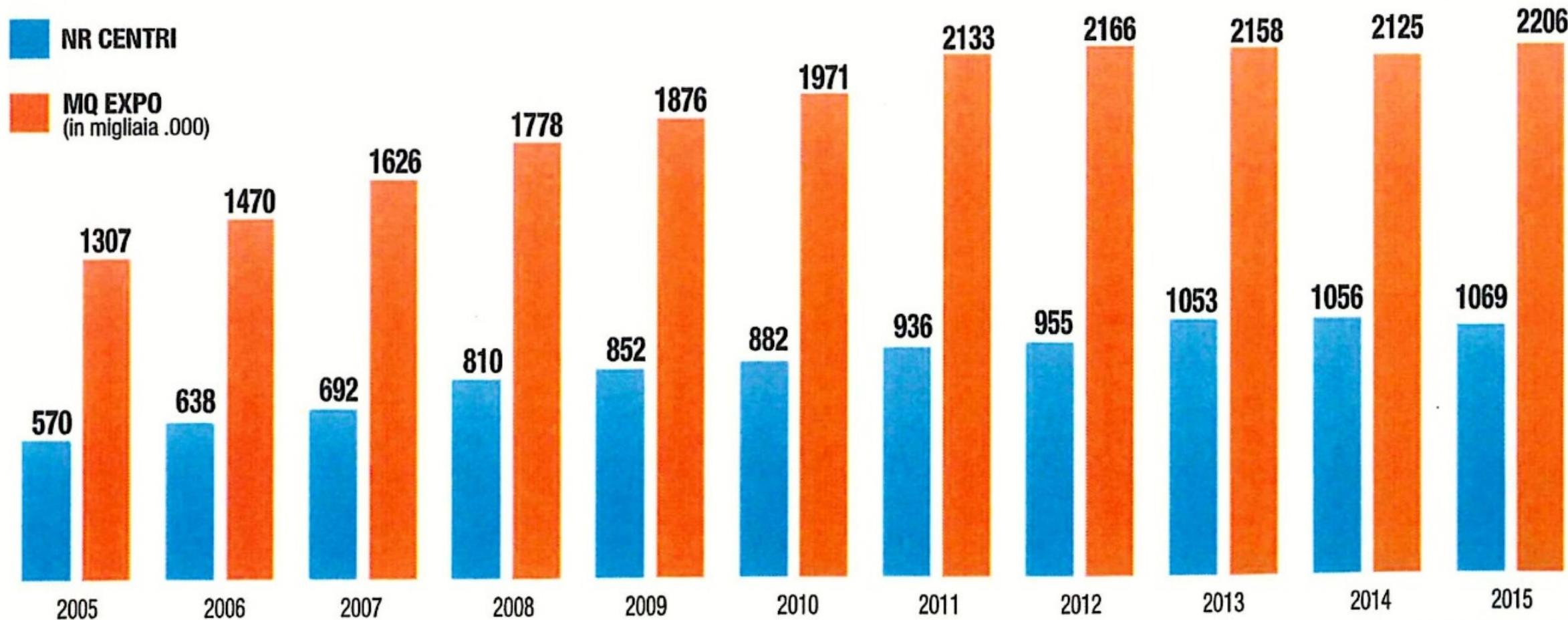
## Tabella 1 – L'evoluzione degli investimenti in costruzioni in Italia

	2015 (* in milioni di euro)	2013	2014	2015 *	2016 *	2008 – 2016 *
<b>COSTRUZIONI totale</b>	<b><u>128.510</u></b>	<b>- 7,0%</b>	<b>- 5,2%</b>	<b>-1,3%</b>	<b>1,0%</b>	<b>- 34,2%</b>
<b>ABITAZIONI</b>	<b><u>68.042</u></b>			<b>-1,3%</b>	<b>0,2%</b>	<b>- 27,7%</b>
(di cui) Nuove abitazioni	21.388 (31,4%)			<b>-8,8%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>- 62,4%</b>
(di cui) <b>Manutenzione straordinaria</b>	<b>46.654 (68,6%)</b>			<b>2,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>+ 21,2%</b>
<b>NON RESIDENZIALI</b>	<b><u>60.468</u></b>			<b>-1,2%</b>	<b>0,1%</b>	<b>- 40,1%</b>
(di cui) Private	35.954			<b>-1,2%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>- 35,3%</b>
(di cui) Pubbliche	24.514			<b>-1,3%</b>	<b>0,8%</b>	<b>- 45,7%</b>

# L'ANCE prevede un aumento dell'1% degli investimenti in costruzioni nel 2016

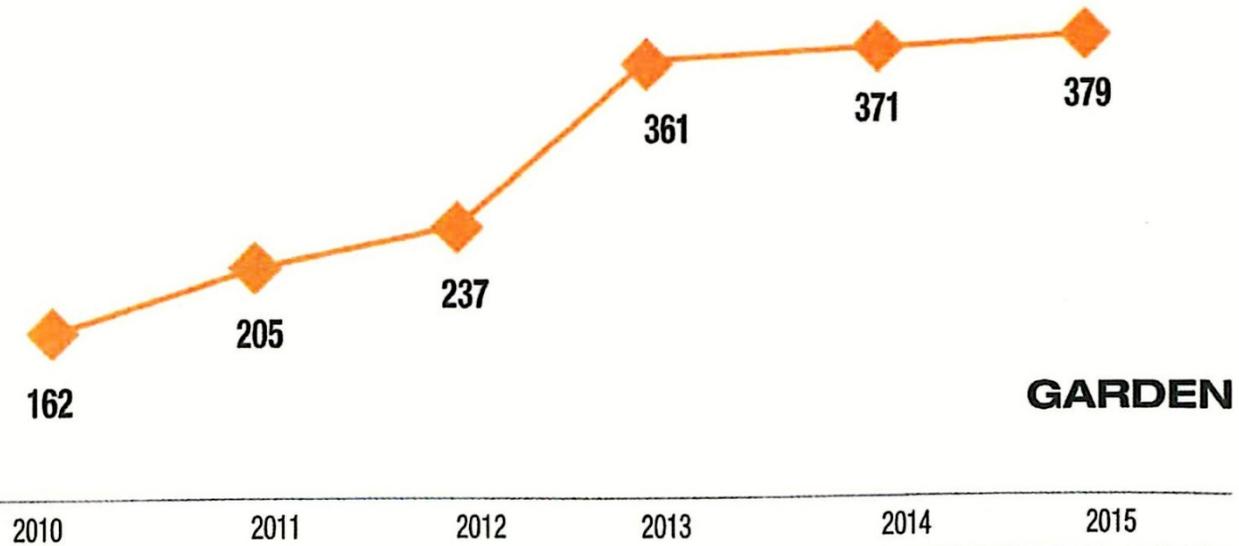
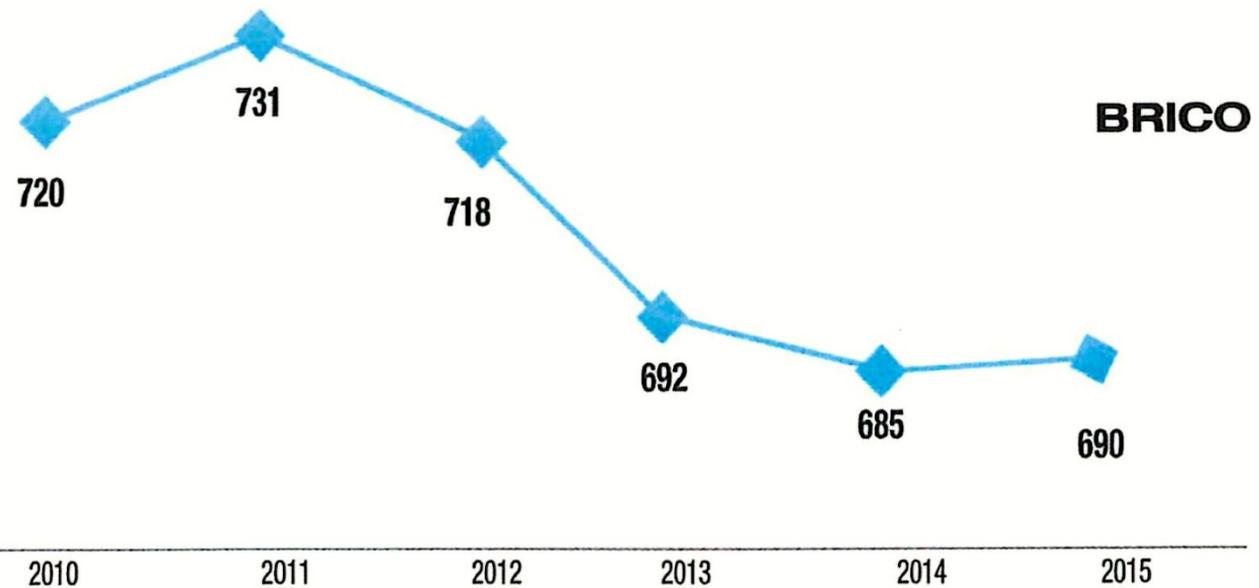
- Il 2016 è l'anno di svolta per il settore delle costruzioni. Si interrompe il trend negativo in atto dal 2008, l'aumento previsto è dell'1%.
- La crescita è trainata dal comparto della riqualificazione, dal cambio di segno nelle opere pubbliche, dopo un decennio di forti cali, e da un'attenuazione della caduta dei livelli produttivi nella nuova edilizia abitativa e nel non residenziale privato.

# I punti vendita di bricolage e giardinaggio in Italia



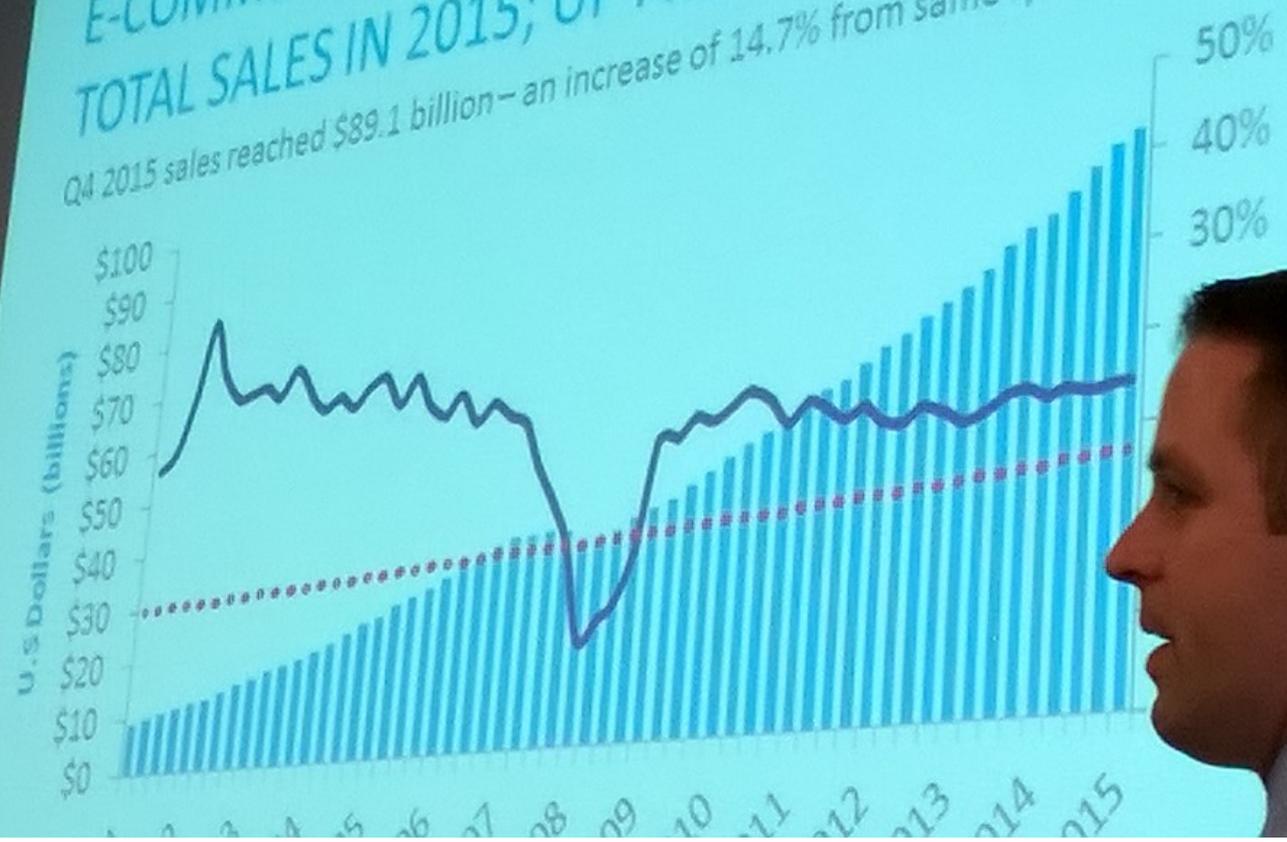
# L'ANDAMENTO DEI FORMAT

(NR PUNTI VENDITA TOTALI PER CORE BUSINESS)



# E-COMMERCE SALES ACCOUNTED FOR 7.3% OF TOTAL SALES IN 2015; UP FROM 6.4% IN 2014

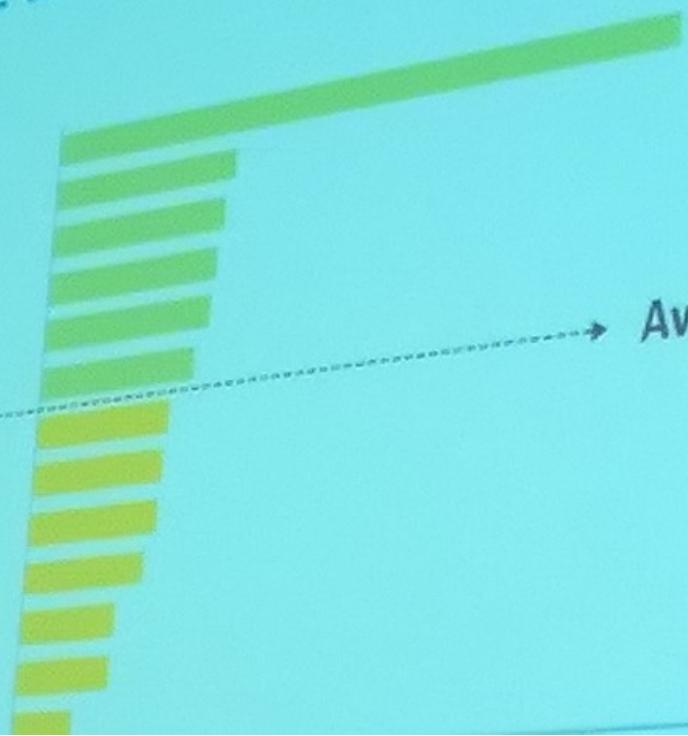
Q4 2015 sales reached \$89.1 billion – an increase of 14.7% from same quarter year ago



# E-COMMERCE THE BIG WINNER

CAGR 2015 to 2020

- E-Commerce
- Convenience/Gas Club
- Discount Department
- Sporting Goods
- Dollar
- Super Centers
- Home Improvement
- Pet
- Mass Drug
- Supermarkets



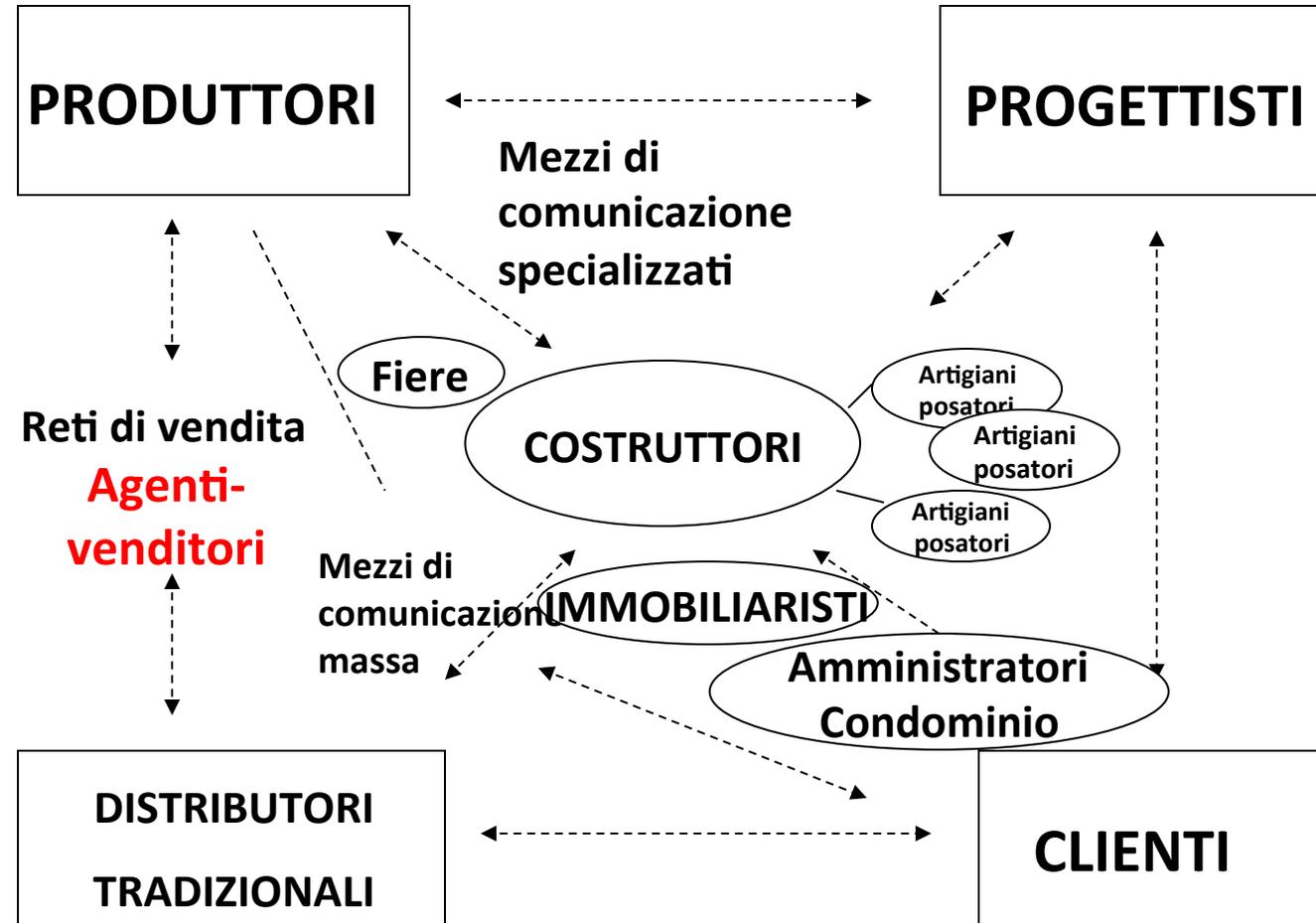
Average Growth



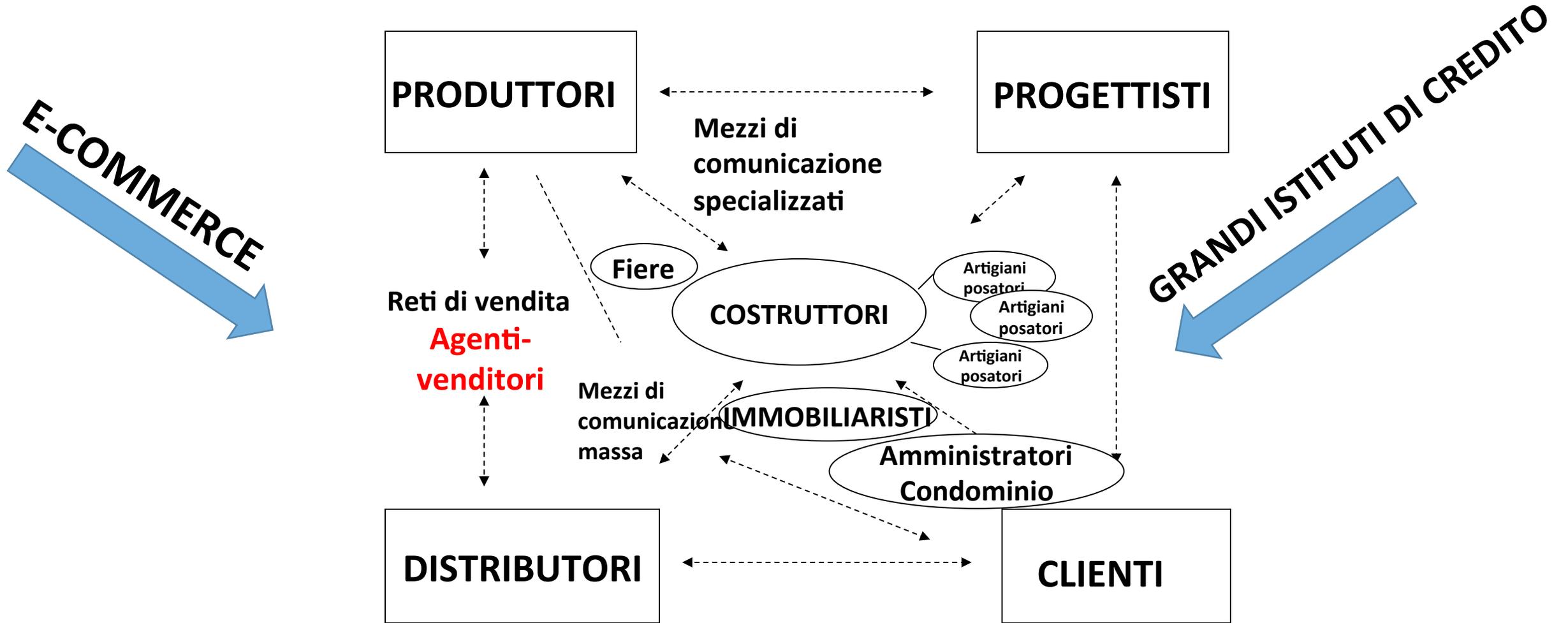
# L'e-commerce in Europa

- L'e-commerce in Europa ha raggiunto i 477 miliardi di dollari nel 2015.
- Le vendite on line europee con il 7,3% sulle vendite al dettaglio superano, seppur di poco, il 7% statunitense, ma nel sud Europa a stento si arriva al 2%.
- I tre Paesi leader sono Regno Unito, Germania e Francia che detengono circa due terzi del fatturato totale. L'Italia è settimo posto in Europa.
- Nel Regno Unito il fatturato dalla vendita on line di beni ha raggiunto i 60 miliardi di sterline nel 2015, confermando questo Paese come leader nel peso dell'on line sulle vendite al dettaglio:, con il 14,5% nel 2015 e 19,3% nel 2019.
- In forte crescita, sempre nel Regno Unito, è il mobile commerce, che oggi rappresenta un terzo delle vendite.
- Dal 1 gennaio 2015 nella vendita di beni digitali e servizi all'interno della Comunità Europea si applica l'IVA del paese del cliente. Per questo motivo società con base in Lussemburgo come ad esempio Skype non beneficeranno più delle tassazioni agevolate IVA.

# TUTTI GLI ATTORI DELLA FILIERA DELL'INDUSTRIA DELLE COSTRUZIONI



# I NUOVI ATTORI DELLA FILIERA DELLE COSTRUZIONI



## Le prime conseguenze reali

## La riduzione del numero degli affiliati



# CONCLUSIONI

# La nuova economia web e le sue nuove regole

## Il web sta cambiando il territorio competitivo

Facilita la creazione di nuove attività di nuovi modelli di business, ma difficili da sostenere nel medio lungo termine.

**FREE + PREMIUM = FREEMIUM**  
**Marketing virale**

La rete consente di guadagnare vendendo bassi volumi di prodotti rari

Nella Old economy l'informazione e la comunicazione di marketing era controllata dalle imprese. Oggi i clienti dialogano tra di loro e con le imprese.

Da scarsità di informazioni ad eccesso di informazioni gratis su prodotti e servizi

Il web riduce il vantaggio informativo di chi vende

**TRASPARENZA**

Continuo aumento i canali di vendita  
È più facile cambiare fornitore

È aumentato il potere contrattuale dei clienti/consumatori Ma il digitale fa aumentare la produttività

**GOOGLE è l'impresa simbolo del WEB 2.0**



**E-commerce**

**Digital Shopping**

# Il futuro della RIVENDITA

Lo “smorzo”



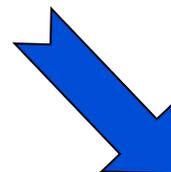
La rivendita



I Gruppi di  
distribuzione



Dettaglio  
B to C  
Show room



Ingrosso  
B to B  
DISTRIBUZIONE  
INTERMEDIA  
Con rete di vendita

Da lo "Smorzo"



# Il futuro della Rivendita



Al Design di interni

# L'evoluzione della rivendita

## LA RIVENDITA DEL FUTURO

- Punto vendita con sala con sala mostra e ferramenta a self service, dove è anche possibile far toccare con mano nuove soluzioni costruttive
- B2C è in grado di accogliere e servire efficacemente il cliente privato.
- Sviluppa rete di relazioni con architetti , artigiani/posatori e imprese di costruzione.
- Prevede Area tecnica
- Punto vendita che diventa un punto di riferimento nel territorio anche per gli studi di architettura, capace di valorizzare le realizzazioni delle imprese e dei professionisti partner.

## LA RIVENDITA DEL PASSATO

- B2B
- Magazzino senza sala mostra
- Grande piazzale
- Focalizzata sulla logistica