

ECOMMERCE[®] DAY



Trend, numeri e tecnologie di domani: EcommerceDay si riconferma come evento europeo di riferimento per formazione e ispirazione sul digitale ed e-commerce.

Com'è andata la IX Edizione di EcommerceDay?

[EcommerceDay](#) si trasferisce a Milano e sfiora 1.000 presenze con 9 ore di alta formazione, 40 speaker, 110 Brand coinvolti, oltre 80 giornalisti e oltre 5.300 mq dedicati.

Confermando le attese, durante la IX Edizione di EcommerceDay, il 3 ottobre presso il Palazzo del Ghiaccio, si respiravano *Innovazione, Sviluppo e Inclusione*. L'evento, organizzato come ogni anno dall'e-commerce agency Jusan Network, è stato dedicato alla promozione del commercio elettronico in tutte le declinazioni che lo caratterizzano.

*“Uno spostamento coraggioso - dichiara **Samuele Camatari** CEO di Jusan Network, Newesis e organizzatore dell'evento – guidato dai temi della IX Edizione che registra un'inattesa spinta nel capoluogo milanese, importante polo di attrazione per i big brand del Fashion e dell'Information Technology.”*

Fulcro della narrazione, sviluppatasi nell'arco della giornata, sono state tematiche legate al Fashion e Luxury, Ecommerce e New retail, Omnichannel e Multi country. Ma si è discusso anche di Heritage e Innovazione, Big Data, Privacy, Cybersecurity, Web Marketing, SEO, Social Media, Blockchain.

Una giornata prodiga di occasioni di confronto, aggiornamento e alta formazione sul nuovo ecosistema digitale. Un'opportunità unica per confrontarsi e aggiornarsi in merito allo scenario che si sta formando. La parola d'ordine è sempre la stessa: elaborare nuove idee e strategie che guideranno e trasformeranno le nostre esperienze di acquisto e i nostri modelli di business.

D'altronde il panorama odierno è sempre più dominato dalle tecnologie digitali. Prova ne è il tempo da noi trascorso online, ad esempio, ma anche le modalità di interazione tra le singole persone, *social* e immediate come mai prima d'ora. Avere una forte presenza in rete è oggi più che mai il requisito

www.ecommerceday.it
#EcommerceDay #EcDAY2019
EcommerceDay by Jusan Network

ECOMMERCE[®] **DAY**

minimo richiesto per chi voglia misurarsi con il mercato.

*“Il successo delle imprese d'ora in avanti - dichiara **Samuele Camatari** - si baserà sulla loro capacità di padroneggiare le tecnologie a disposizione del consumatore, in modo da garantire al singolo utente esperienze sempre più personalizzate. Si parla molto di tecnologia, ma oggi per fare la differenza bisogna saper investire anche sulle competenze e sul capitale umano. Sarno questi i veri nodi della sfida per le imprese italiane nel mercato mondiale.”*

Anche in questa nuova edizione Ecommerce Day ha ospitato importanti attori del mondo ecommerce, con rappresentanti sia del mondo business e in particolare del mercato Luxury e Fashion, sia del mondo dell'*Information Technology*. Come già detto, molteplici sono state le tematiche: omnichannel, influencer e social media, intelligenza artificiale, storytelling, big data, privacy, sicurezza informatica, web marketing, SEO, pagamenti, criptovalute, blockchain, studi di mercato, trend innovativi e tendenze per il 2020.

Chi è stato presente all'evento ha avuto l'onore di ascoltare, tra i relatori, **Paolo Pininfarina**, il celebre imprenditore non ha certo bisogno di presentazioni. A lui si deve, tra le altre iniziative, l'ideazione dell'hypercar Battista, la prima auto elettrica della fascia premium mai progettata e realizzata in Italia.

*“Bisogna innovare continuamente, saper cogliere il momento giusto, gestire il cambiamento e allargare gli ambiti e i mercati, dichiara il Presidente **Paolo Pininfarina**. Oggi il Lusso può generare innovazione e può essere sostenibile.”*

Si sono poi susseguiti sul palco illustri rappresentanti del mondo Fashion come: **Giuseppe Giglio** - CEO Giglio; **Gionata Galdenzi** – Ecommerce Manager AEFEE (Alberta Ferretti, Philosophy, Moschino, Pollini); **Laura Cavioni** – IT Operation Analyst Vivienne Westwood; **Mattia Meduri** – Digital Manager L'Oréal Paris, **Francesca De Pascale** – Brand Communication and Social Media Manager Garnier, **Marco Bogleione** - Presidente BasicNet (Robe di Kappa, Kappa, K-WAY, Superga, Jesus Jeans, Sabelt, Sebago, Briko), **Alessandro Milia** – La Martina Europa, **Filippo Sorcinelli** – Founder Lavs.

Il mondo della tecnologia è stato rappresentato sia da colossi come IBM con **Luca Altieri** - Direttore Marketing, **Marco Giusti** – Account Executive Akamai Technologies, **Roberto Santi** – Sales Account Executive Datadog, **Dietmar Hagen Horn** - Director of Commerce EMEA Sitecore, **Dirk Pinamonti** – Head of Ecommerce Nexi, che da realtà emergenti come **Rauno De Pasquale** – CTO [Newesis](#), **Alessandro De Losa** – Founder & CEO Babylon Cloud.

È emerso chiaramente dal ricco dibattito svoltosi durante l'evento come la tecnologia digitale ruoti intorno ai dati, alla loro raccolta, elaborazione e distribuzione, machine learning e intelligenza artificiale diventano ausili per i processi decisionali e l'evoluzione del business sia online che offline. Proprio grazie a tale ricchezza di dati *“Oggi le soluzioni OTT - afferma **Rauno De Pasquale** - sono vincenti per la capacità di adattarsi alle esigenze del singolo utente, durante il primo quarto del 2019 per la prima volta il numero di minuti di contenuto video visualizzati online ha superato quello dei mezzi tradizionali, l'evoluzione e trasformazione di tali piattaforme rappresenta un'opportunità*

ECOMMERCE[®] **DAY**

per il mondo dell'e-commerce tramite lo sviluppo di soluzioni specializzate".

Sempre in ambito tecnologico, l'evento ha segnato la presenza di importanti player come: Reply, Sophify, Kooomo, Vodafone, Aruba, e tanti altri.

Non potevano mancare i dibattiti sul potenziale del **mercato cinese**, dei social e marketplace (nei primi 4 mesi del 2019 l'export di articoli di abbigliamento made in Italy (compresi prodotti in pelle e pelliccia) segnava +4% per un valore di 454,29 milioni di euro pari a circa un quarto delle esportazioni verso solo Hong Kong), così come sui nuovi metodi di **pagamento, criptovalute e blockchain**. Un ambito rispetto al quale si sono potute esprimere sia aziende consolidate come MasterCard, Nexi, Fideuram che nuove interessanti realtà come Will Paid, Payplug, Scalapay, Fondy.

Superando i confini tradizionali del sito web, oltre il *multi-channel* oggi il mercato si sviluppa lungo le linee *omni-channel* tracciate sulla scia dei social network e della fluidità e continuità di esperienza attraverso piattaforme e device diversi.

I dati condivisi durante la giornata dichiarano il fashion online al femminile, nel 2018 +40,7%, con un'incidenza del 9,4% sul mercato totale. Un'importante crescita anche per i Big Luxury Fashion come Dior, Louis Vuitton, Chanel, Gucci, Cartier ed Hermès che nel 2018 registravano vendite superiori ai 5 miliardi di euro.

Sotto i riflettori restano le strategie sulla **fidelizzazione del consumatore** e sulla **gestione dei resi**. Entro il 2020 i resi costeranno alle aziende, a livello globale, circa 550 miliardi di dollari, ovvero circa 450 miliardi di euro con un aumento del 75% in più rispetto a 2016. Solo negli Stati Uniti il valore dei prodotti resi nel 2018 è stato di circa 369 miliardi di dollari, un valore pari al 10% delle vendite.

Numerosi i giornalisti rappresentanti dal Presidente dell'Ordine dei Giornalisti Lombardia, **Alessandro Galimberti**, vertici di aziende sia italiane che estere che hanno condiviso la giornata, tanto networking e ampio spazio espositivo dedicato all'innovazione e alle tecnologie di domani.

D'altronde, la *mission* dell'E-commerce Day e della stessa [Jusan Network](#) è sempre stata quella di perseguire *percorsi di innovazione e cambiamento*, sulla base delle dinamiche di mercato in vigore. In un'epoca come questa, dominata da una trasformazione costante delle abitudini d'acquisto dei consumatori, trainate da esigenze via via diverse, diventa necessario adeguare le proprie strategie al contesto sempre variabile, così da rimanere competitivi. In questo scenario, a emergere sono soprattutto i Millennials e la Generazione Z, nativi digitali, capaci di utilizzare le tecnologie spesso in modo inaspettato, facendosi artefici della trasformazione in atto sia online che offline.

Oltre sedici anni di esperienza hanno portato la Jusan Network, organizzatrice dell'evento, a operare con autorevolezza nel mondo della comunicazione, marketing, social media e sviluppo e-commerce.

La web agency torinese lavora a supporto delle grandi e piccole aziende nei settori B2B e B2C, per grandi istituzioni ed enti governativi sia italiani che internazionali.

All'avanguardia in tutto ciò che pertiene al mondo digitale, Jusan è promotrice di diverse iniziative volte a diffondere la cultura del commercio elettronico in tutte le sfumature che lo caratterizzano (Accademia dell'E-commerce, [E-commerce Guru](#), E-commerce 360, [EcommerceDay](#)).

ECOMMERCE[®] **DAY**

EcommerceDay vi da appuntamento ad ottobre 2020 per la X Edizione.

#EcommerceDay #EcDAY2019

La reel della IX Edizione: <https://www.youtube.com/watch?v=UnS6YkR2hjs>

Riferimenti:

Website: <https://www.ecommerceday.it/>

Facebook: <https://www.facebook.com/ecommercedayItalia/>

Instagram: <https://www.instagram.com/ecommerceday/>

Twitter: https://twitter.com/jusan_network

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/92212/admin/>

Video: <https://www.youtube.com/user/JusanNetwork>

Jusan Network

Angelica Maftei

+39 011 19 58 22 47

+39 327 63 61 465

redazione@jusan.it

angelica@jusan.it

www.ecommerceday.it

#EcommerceDay #EcDAY2019
EcommerceDay by Jusan Network