

IL MERCATO E-COMMERCE NEL REGNO UNITO POST-BREXIT



20
21

Questa è l'ultima pubblicazione di una breve collana dell'Agenzia ICE sui temi dell'e-commerce, composta da quattro quaderni tematici:

1. Social Media e e-commerce
2. I sistemi di pagamento online
3. La logistica per l'e-commerce
4. Il mercato e-commerce nel Regno Unito post-Brexit

Coordinamento:

Ufficio di Supporto per la Pianificazione Strategica e il Controllo di Gestione | Nucleo Studi
studi@ice.it

Progetto grafico:

Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy | Nucleo Grafica

Il quaderno è stato realizzato da Consorzio Netcomm, con la supervisione su testo e contenuti dell'Ufficio di Supporto per la Pianificazione Strategica e il Controllo di Gestione | Nucleo Studi, dell'Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy | Progetto GDO / Ecommerce e dell'Ufficio di Milano dell'Agenzia ICE.

Dicembre 2021

IL MERCATO E-COMMERCE NEL REGNO UNITO POST-BREXIT

INDEX

INTRODUZIONE	5	I PRINCIPALI OPERATORI E-COMMERCE B2B	14
IL MERCATO DIGITALE DEL REGNO UNITO	6	I canali per il Business to Business nel Regno Unito	14
Il panorama degli e-shop nel Regno Unito	6	Gli e-shop in Regno Unito	15
I principali settori dell'e-shop e gli e-shopper nel Regno Unito	7		
I MODELLI PER VENDERE ON-LINE NEL REGNO UNITO	8	LA LOGISTICA E I PAGAMENTI PER L'E-COMMERCE NEL REGNO UNITO	17
I marketplace: un primo step	8	Servizi e operatori chiave a supporto dell'e-commerce	17
L'uso di un proprio sito e-commerce	8		
La vendita via retailer	8	CONCLUSIONI	19
I PRINCIPALI OPERATORI E-COMMERCE B2C	10		
Amazon	10		
E-Bay	12		
Marketplace verticali	13		

INTRODUZIONE

Il Regno Unito è una delle principali destinazioni delle esportazioni italiane, tuttavia le lunghe e travaglie vicende legate all'uscita dall'Unione Europea hanno avuto conseguenze pesanti.

A livello settoriale, in termini di volumi, storicamente, l'alimentare e bevande è il primo comparto dell'export del Made in Italy nel Regno Unito; tuttavia, come controvalore il primo settore è quello della meccanica. Poiché l'alimentare e bevande è la categoria più numerosa, è anche quella che ha pagato inizialmente il conto più salato alla Brexit, con calo del 37% a inizio 2021, fortunatamente poi recuperato nel corso dell'anno. Il Regno Unito è uno dei principali compratori di cibo italiano: è il quarto partner commerciale dell'Italia dopo Germania, Francia e Stati Uniti. In testa ai gusti degli inglesi c'è il vino, con il prosecco leader indiscusso; al secondo posto, tra i prodotti italiani più venduti in Gran Bretagna ci sono le passate di pomodoro e la pasta, a seguire il formaggio, con Grana Padano e Parmigiano Reggiano.

Secondo il Rapporto 2021 di SACE le esportazioni italiane pur evidenziando buona prospettive di crescita, riusciranno a recuperare i livelli pre-crisi non prima del 2023. I settori più colpiti risultano la meccanica strumentale, che ha registrato una flessione di circa 15% e che, secondo i dati di preconsuntivo, nel corso del 2021 non riuscirà a completare il recupero, così come i mezzi di trasporto (-21,6% nel 2020 e +10,6% nel 2021); unico settore a non risentire di queste difficoltà sarà l'alimentare e bevande, che si prevede in crescita del +2,2% nel 2021 e del +3,1% nel 2022¹.

Nei rapporti commerciali tra Italia e Regno Unito, il commercio elettronico, pur non essendo la soluzione a tutti i problemi, è una grande opportunità per le aziende italiane anche se in maggioranza non l'hanno ancora completamente fatto proprio, perdendo spesso possibili occasioni di sviluppo.

In questo quaderno, dedicato al Regno Unito, si sintetizzano le informazioni essenziali per affrontare con successo uno dei mercati digitali più sviluppati al mondo, che pertanto va approcciato con la giusta preparazione e competenza da parte delle imprese esportatrici italiane.

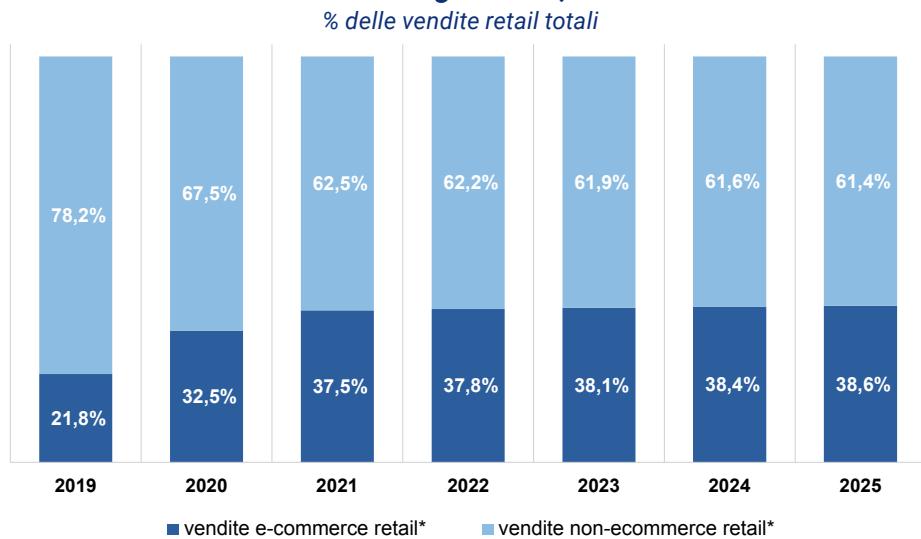
¹ SACE, "Rapporto Export, Ritorno al futuro: anatomia di una ripresa post-pandemica", 2021.

IL MERCATO DIGITALE DEL REGNO UNITO

Il panorama degli e-shop nel Regno Unito

Il Regno Unito è il mercato e-commerce più avanzato in Europa. Nel 2020 i consumatori inglesi hanno speso 141,33 miliardi di sterline (180,39 miliardi di dollari) in questo mercato con un aumento del 34,7% rispetto al 2019. La significativa crescita l'e-commerce rappresenta, secondo le previsioni, oltre il 37% delle vendite totali al dettaglio nel 2021, mentre nel 2019 tale quota si era attestata al 21,8% e al 32,5% nel 2020.

**Vendite retail e-commerce vs. vendite retail non e-commerce
Percentuale In Regno Unito, 2019-2025**



* i dati escludono i viaggi e i biglietti, pagamenti, tasse o trasferimenti monetari, servizi ristorazione e vendita bevande, scommesse e altri servizi

Fonte: eMarketer, maggio 2021

Il panorama dello shopping online nel Regno Unito si sta sempre più arricchendo con un numero crescente di consumatori che scelgono di effettuare acquisti online. Nel 2020, ben l'87 % delle famiglie inglesi ha effettuato

acquisti online nei 12 mesi precedenti, raggiungendo il più alto tasso di penetrazione degli acquisti online nel paese negli ultimi 11 anni con un'accelerazione spinta dai prolungati lockdown causati dalla pandemia Covid.

Dall'aumento della domanda di vendita al dettaglio online, Amazon è stato uno dei marketplace che ha tratto il massimo beneficio, aggiungendo 2 miliardi di sterline alle vendite nel Regno Unito per un totale di 31,1 miliardi di sterline a fine del 2020, in aumento rispetto alle previsioni pre-pandemia (che si attestavano sui 29,1 miliardi di sterline).

I principali settori dell'e-shop e gli e-shopper nel Regno Unito

Nel Regno Unito, i principali settori dell'e-commerce sono: la moda, comparto che registra più vendite online (25,2 miliardi di dollari), seguito dai giochi, hobby e fai da te (16,3 miliardi di dollari), dall'elettronica (15,9 miliardi di dollari), dal cibo e cura per la persona (14,8 miliardi di dollari) e da arredamento e accessori (12,4 miliardi di dollari).

La maggior parte degli acquisti (73%) viene effettuata su siti inglesi, mentre il 16% viene realizzata sui siti UE e l'11% su quelli extra-UE. In particolare, un'indagine condotta nel 2020 stima una quota del 25% di adulti britannici che acquistano online da vendori in altri paesi dell'UE.²

I consumatori britannici sono abituati a un alto livello di servizi in ambito e-commerce: consegne in 24 ore, *Click & Collect* e prenotazioni con pagamento alla consegna (metodo meno diffuso). Gli acquirenti online si aspettano, quindi, un tracciamento delle consegne chiaro e accurato con una comunicazione rapida ed efficiente con i vendori. Infatti, per guadagnarsi la fiducia dei consumatori anglosassoni, i vendori devono adeguarsi alle richieste, fornendo ai clienti servizi di qualità altamente competitivi.

² Lone, S., Harboul, N. & Weltevreden, J.W.J., "2021 European E-commerce Report", Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe, 2021.

I MODELLI PER VENDERE ON-LINE NEL REGNO UNITO

I marketplace: un primo step

Per un'impresa ai suoi primi passi nell'export digitale nel mercato inglese è più semplice conquistare la fiducia dei consumatori attraverso un marketplace locale, piuttosto che con il proprio sito aziendale. Tuttavia, i marketplace non implementano alcune funzionalità come la personalizzazione dei prodotti in vendita, ma accettano solo prodotti standard. Questo potrebbe rappresentare un limite per l'azienda che offre la vendita di prodotti di nicchia, in quanto su una piattaforma generalista non troverebbero mercato. Dall'altra parte, la vendita tramite marketplace (ad esempio Amazon) permette all'azienda di demandare alla piattaforma stessa i servizi di customer care, implicando un risparmio in termini di costi del personale a discapito però di un dialogo diretto azienda-consumatori.

Un'azienda che vuole inserirsi nel mercato del Regno Unito può iniziare attraverso la vendita di una selezione di prodotti su marketplace, avviando una prima fase sperimentale di qualche mese con l'obiettivo di conoscere il mercato locale e i suoi consumatori, comprendendo le dinamiche specifiche in termini di gusti dei clienti, preferenze di pagamento, comportamento di acquisto, scenario competitivo e tutte le informazioni chiave utili all'impresa per sviluppare una strategia di export digitale di successo.

I costi connessi alla presenza su un marketplace digitale sono quasi tutti variabili in funzione delle vendite con una percentuale sul fatturato (l'orso IVA locale e costi di spedizione) intorno al 15%. A questo valore però vanno aggiunti i costi di logistica (magazzino e spedizioni), che variano in relazione alla tipologia di prodotti venduti, oltre a eventuali costi promozionali.

L'uso di un proprio sito e-commerce

L'uso dei marketplace e la creazione di un proprio sito e-commerce non sono strumenti alternativi ma complementari. Infatti, una volta inserito il prodotto nel mercato inglese, l'azienda può affiancare ai marketplace il proprio sito con il suffisso ".co.uk" per servire ancora meglio i consumatori inglesi. I costi relativi allo sviluppo di un proprio sito e-commerce possono essere molto contenuti, usando ad esempio servizi in cloud come *Shopify*. I costi maggiori sono quelli relativi al marketing e comunicazione, perché senza attività promozionale non ci saranno visite all'eShop e quindi nessun risultato commerciale.

Per avere successo con il proprio sito di commercio elettronico è necessaria un'organizzazione adeguata, a partire da un servizio di customer care con personale madrelingua che risponda via chat, telefono ed e-mail in tempi rapidi.

La vendita via retailer

Una terza via, complementare alle due precedenti, è quella di vendita online tramite i retailer esistenti, attivando quindi una modalità B2B2C, in quanto l'azienda esportatrice italiana vende a un'impresa commerciale britannica, che a sua volta vende al consumatore finale locale. In questa modalità tutti i servizi di fulfilment (le attività relative all'evasione di

un ordine, come logistica e spedizioni) e customer care sono a carico dell'online retailer, che però deciderà in autonomia le politiche commerciali (sconti, promozioni, comunicazione) per il mercato del Regno Unito senza che l'impresa possa intervenire. Se nel breve periodo per molti produttori italiani questo non è un problema, in un'ottica di medio-lungo periodo può diventarlo, perché non si costruisce una relazione diretta con i clienti finali e non si governano le attività di marketing.

Quindi, il commercio digitale favorisce la disintermediazione dei canali commerciali classici, ma i consumatori vogliono sempre di più una relazione diretta con i brand, specie in mercati maturi come quello britannico, per cui la scelta del modello di vendita online nel Regno Unito deve essere fatta considerando anche questo aspetto oltre a quelli pratico-operativi.

I PRINCIPALI OPERATORI E-COMMERCE B2C

Secondo Similarweb, nel 2019, il primo sito per vendite online B2C nel Regno Unito è stato Amazon con 446,5 milioni di visite mensili, seguito da eBay con 355,5 milioni di visite, e ASOS, negozio online specializzato in moda e cosmetici per uomo e donna, con 54,3 milioni di visite mese. Meno conosciuti in Italia, seguono Argos (con 51,2 milioni di visite), specializzato in elettronica, prodotti per casa e giardino, abbigliamento, giocattoli e attrezzature sportive; Asda (con 25,6 milioni di visite al mese) di proprietà del colosso americano Walmart, e Tesco (con 25,5 milioni di visite al mese), una delle più grandi aziende del Regno Unito, entrambe vendono generi alimentari, beni di consumo, abbigliamento e prodotti per la casa oltre a offrire servizi finanziari e di telefonia mobile.

Amazon

Amazon, il più grande negozio online del mondo, è leader assoluto dell'e-commerce nel Regno Unito. Nato come libreria online, si è evoluto allargando l'offerta dei prodotti a tutte le categorie merceologiche dall'elettronica alla moda, dal fai da te e arredamento al cibo. Esso è sia un retailer, in quanto vende prodotti propri, sia un marketplace, in quanto ospita nel proprio catalogo prodotti venduti da terzi.

Nel 2020, le vendite nette di Amazon nel mercato inglese sono state di 17,5 miliardi di dollari tanto da posizionarsi come il secondo mercato più grande di Amazon in Europa, dopo la Germania. Inoltre, è la nazione europea in cui Amazon ha il maggior numero di magazzini, gestiti da Amazon UK Services con 22 mila dipendenti. La presenza di Amazon nel Regno Unito è evidente anche sul lato consumatori, infatti l'86% delle persone sono utenti Amazon e il 39% dei consumatori ha un abbonamento

*Amazon Prime*³; mentre il 70% dei clienti fa acquisti sul sito almeno una volta al mese, il 17% utilizza il marketplace una volta alla settimana.

Per quanto riguarda gli acquisti su Amazon, il 39% dei consumatori comprano libri, DVD e i videogiochi, che rimangono i beni più popolari della piattaforma, seguono l'elettronica, moda e la gioielleria (con il 30% dei consumatori che acquista beni di questi settori), chiudono i giocattoli (con il 20% dei consumatori). Particolari prodotti di successo sono quelli in offerta in una continua gara al ribasso: chi compra su Amazon cerca il prezzo più conveniente anche se la differenza è di pochi euro (o sterline) e, spesso, sono acquistabili stessi prodotti ma venduti da merchant diversi, che applicano tariffe differenti. Quindi, la prospettiva è guadagnare sulla quantità di ordini ricevuti piuttosto che sul singolo ordine e prepararsi a una concorrenza accanita. D'altra parte, Amazon offre una visibilità unica, che difficilmente si potrebbe raggiungere con il proprio sito, soprattutto in un mercato come quello inglese, che è tra i più affollati e competitivi del mondo.

Per vendere su Amazon è necessario primariamente creare un account con dati aziendali: dati di contatto, dati della carta di credito e del conto corrente bancario su cui verranno effettuati gli accrediti. L'attivazione dell'account dall'Italia da parte di un'azienda non rappresenta un limite geografico, poiché la registrazione implica automaticamente che l'azienda sul marketplace possa vendere anche nel Regno Unito.

Amazon gestisce la logistica, le varie fasi di spedizione e reso, le procedure di pagamento, e l'assistenza ai clienti nel Regno Unito. Sebbene queste attività possono essere gestite in autonomia da un venditore italiano, chi ha una piccola attività, con pochi ordini al mese, difficilmente

³ Amazon Prime è un servizio in abbonamento (36 euro annui per cliente) che permette ai sottoscrittori di ricevere i propri acquisti con una consegna rapida, pagando un canone fisso annuo, a prescindere dal numero di consegne.

avrà accesso a tariffe agevolate che i corrieri applicano ai grandi merchant.

Considerando che, in generale, i clienti Amazon preferiscono venditori che utilizzano la logistica del marketplace, perché le spedizioni sono più veloci e sicure, e che, in particolare, i consumatori inglesi sono abituati a standard elevati (customer care sollecito e imballaggi perfetti), affidarsi alla logistica di Amazon può essere la scelta giusta per l'azienda italiana che decide di immettersi nel nuovo mercato. Inoltre, Amazon offre una possibilità di spedizione ancora più rapida tramite la funzione *Prime*, privilegiata dall'e-shop, che dà una maggiore visibilità ai prodotti che rientrano nella categoria.

Una volta effettuato l'acquisto, i clienti Amazon possono lasciare i loro feedback su prodotti ed esercenti attraverso una valutazione iconografica che va da una a cinque stelline. Coloro che ricevono molti feedback positivi hanno una maggiore possibilità di incrementare significativamente le vendite, poiché il cliente tende ad acquistare dal venditore che ha ottenuto più recensioni positive, ossia la valutazione più alta in relazione a qualità-prezzo, in quanto, come detto, sulla piattaforma lo stesso prodotto può essere venduto da più esercenti. Inoltre, se si ricevono troppi feedback negativi, Amazon può decidere di bloccare l'account senza dare spiegazioni, perché la sua politica privilegia sempre i clienti rispetto ai vendori.

The screenshot shows the top navigation bar of the Amazon UK website, including the search bar, account options, and a basket icon. Below the main navigation, there's a specific banner for the 'Made in Italy' store, featuring a scenic view of the Florence skyline with prominent landmarks like the Duomo and Palazzo Vecchio. The banner text reads 'MADE in ITALY'. Below the banner, there's a 'Welcome to the Made in Italy store' message followed by a brief description of the products available. Further down, there are four categories with corresponding images: 'Food & Wine' (a ham hock and two bottles), 'Home & Furniture' (a yellow deck chair and a lamp), 'Apparel & Accessories' (a red handbag and a blue high-heeled shoe), and 'Beauty & Wellness' (two bottles of skincare products).

Con il Piano Straordinario per la Promozione del Made in Italy nel mondo, l'Agenzia ICE ha avviato numerose iniziative tra cui *Made in Italy di Amazon*, cioè una vetrina presente in diversi siti dell'e-shop incluso quello del Regno Unito. Questa iniziativa dà visibilità ai prodotti realizzati da piccole, medie e grandi aziende

artigiane, espressione dell'eccellenza della produzione italiana. La vetrina prevede percorsi dedicati all'interno delle sezioni "Cucina e cantina" (Food & Wine), "Casa e arredo" (Design), "Abiti e accessori" (Fashion) e "Bellezza e benessere" (Beauty), oltre a un focus su alcune regioni italiane.

E-Bay

Un'altra piattaforma digitale su cui un'azienda italiana può avviare un progetto di export via web verso il Regno Unito è eBay, nato nel 1995 dall'intuizione di Pierre Omidyar, che volle creare un portale di aste online dedicato alla vendita di oggetti personali inutilizzati. All'idea originale delle aste online si

associa l'idea di pubblicare il rating del venditore in modo da rassicurare agli utenti la serietà dei seller. Oggi, eBay è principalmente un marketplace B2C, che permette la vendita diretta dall'Italia verso 85 paesi nel mondo, compreso il Regno Unito.

The screenshot shows the eBay homepage with a search bar and navigation links. Below the search bar, there's a 'Shop by category' dropdown and a 'Search for anything' input field. The main content area is titled 'Home & Garden'. On the left, there's a sidebar with a 'Shop by category' list including Garden & Patio, Baby Essentials, Celebration & Occasion Supplies, Pet Supplies, Bathroom Fixtures, Accessories & Supplies, Furniture, DIY Tools & Workshop Equipment, Household Accessories & Supplies, and Home Bedding. There are also sections for 'Shop Certified Refurbished' and 'Shop by Room' (Living Room, Bedroom, Kitchen, Dining, Utility Room & Garage). The right side features a large promotional banner for 'Home offers' with a 30% discount on hidden gems. Below the banner, there are five thumbnail images representing different product categories: Furniture (blue armchair), Home Décor (bedding set), Bathroom Accessories & Fittings (silver toilet brush holder), Pet Supplies (small dog wearing a vest), and Toys & Games (box of Legos).

I venditori possono scegliere tra quattro formule differenti di iscrizione: dall'account gratuito per chi ha solo pochi oggetti da vendere, all'account *Premium Plus* per i venditori professionali con un catalogo molto vasto. Inoltre, i seller possono creare su questa piattaforma un proprio negozio online con le informazioni, il logo e i prodotti in vendita, che gli utenti possono visitare se interessati ad acquistare altri prodotti dallo stesso esercente.

Dal lato consumer, gli acquirenti possono contattare il venditore prima, durante e dopo la vendita, facendo domande riguardo inserzioni, prodotti o spedizioni, a cui i venditori possono rispondere personalmente o

con risposte predefinite e automatiche. Solitamente, quando gli acquirenti sono soddisfatti dell'assistenza sono più propensi a lasciare feedback positivi, fondamentali se si vuole continuare a vendere con successo su questa piattaforma.

Dopo i primi dieci feedback, i venditori ricevono delle stelle di colore diverso a seconda del punteggio ottenuto: dalla stella gialla (da 10 a 49 punti) alla stella cadente argento (oltre il milione di punti); mentre i feedback valgono un punto in più se positivi e uno in meno se negativi.

Aprire il proprio negozio online su eBay.it implica la possibilità di accedere alle vendite internazionali: l'unico

requisito richiesto è possedere l'account *Paypal* verificato. I venditori che scelgono di vendere all'estero, possono scegliere su quale dei negozi internazionali di eBay essere visibili ed in base al mercato scelto variare il prezzo dell'oggetto, i prezzi delle spese di spedizione, adattare la lingua del proprio negozio online al paese verso cui si spedisce. In particolare, i seller residenti in Italia ed iscritti a un Negozio Premium o Premium Plus possono beneficiare delle tariffe ridotte per le inserzioni sui siti internazionali (inserzioni a 30 giorni e senza scadenza).



Se si considerano i prodotti agro-alimentari, nel Regno Unito vi sono alcuni marketplace/retailer specializzati che possono diventare la porta di ingresso nel mercato inglese per le aziende italiane del settore. Tra questi evidenziamo:

- *The Food Market* (<https://www.thefoodmarket.com>), marketplace con un catalogo molto ampio e articolato in svariate sottocategorie;
- *Boroughbox* (<https://www.boroughbox.com>), marketplace con più di 1.000 fornitori che offre una piattaforma logistica completa ai produttori nei settori del "food&wine";

Marketplace verticali

Terzo operatore e-commerce nel Regno Unito per numero di utenti mensili è Asos, retailer leader nazionale per i prodotti fashion, nonché gestore di una sezione marketplace dedicata ai brand di nicchia e ai prodotti vintage, quindi particolarmente indicata per le imprese italiane.

I PRINCIPALI OPERATORI E-COMMERCE B2B

I canali per il Business to Business nel Regno Unito

Le imprese esportatrici italiane che hanno prodotti destinati ad altre imprese, quindi operano in modalità Business to Business, devono approcciare il mercato britannico in maniera diversa da chi fa Business to Consumer, anche se alcune modalità rimango le stesse. Tradizionalmente il miglior modo per entrare o sviluppare un mercato estero è sempre stato quello delle fiere professionali specializzate. La pandemia, però, ha modificato profondamente questa dinamica, creando una situazione in forte evoluzione, dove alle attività in presenza si sono affiancate quelle a distanza con l'obiettivo di non bloccare le relazioni commerciali tra buyer e seller.

Nel Regno Unito tutte le fiere B2B di settore sono ritornate in presenza potenziando fortemente la componente digitale, per cui è possibile fare attività di business matching online, prima e dopo la manifestazione, con appuntamenti a distanza e scambio di materiali. Pertanto, le imprese italiane devono essere in grado di gestire con successo questa attività via web con i loro possibili futuri clienti business, facendosi trovare pronte con foto, testi e video di qualità per presentare in modalità digitale i propri prodotti; nonché essere attrezzate e organizzate per gestire con successo le riunioni via internet, ossia saper utilizzare le principali piattaforme come Google Meet, MS Teams o Zoom. I meeting online sono diventati normali ma ancora molte imprese non li gestiscono al meglio, perdendo spesso delle occasioni importanti.

Inoltre, nelle relazioni B2B il tempo è una variante fondamentale e, tipicamente, i buyer ne hanno poco, soprattutto per la valutazione dei nuovi possibili fornitori; quindi, una presentazione commerciale a

distanza va gestita bene in tutte le sue fasi, a partire dalla preparazione della stessa per cui è importante:

- cercare online informazioni sulla persona/azienda che sarà all'appuntamento;
- scrivere un'agenda del meeting, con i punti principali da toccare;
- preparare l'ambiente da dove si farà il collegamento, verificando audio, video e connessione.

Successivamente, per la riunione vera e propria è importante:

- collegarsi 15 minuti prima e testare audio, video e caricamento presentazioni;
- spegnere sul computer tutte le applicazioni non necessarie;
- scegliere un'inquadratura a mezzo busto, non troppo in primo piano;
- introdurre tutti i partecipanti alla riunione e la scaletta della vostra presentazione;
- parlare lentamente sempre guardando la webcam;
- usare la chat della video call per condividere nomi, link o indirizzi e-mail.

Dopo il meeting invece è importante:

- fare una riunione interna per un debrief dell'incontro, analizzando elementi positivi e negativi;
- fare un meeting report da inviare alla persona incontrata, con:
 - elenco delle persone presenti e loro contatti;

- documenti presentati in riunione;
- sintesi degli argomenti discussi;
- prossimi passi concordati, con timeline;
- Infine, inserire in agenda le scadenze relative agli incontri svolti.

Seguendo queste semplici indicazioni aumenteranno le probabilità di cogliere l'interesse dei buyer britannici. Infine, il progetto potrà essere completato con un viaggio di lavoro o con la partecipazione a una fiera.

Gli e-shop in Regno Unito

Amazon Business

Sul fronte marketplace, l'opportunità più immediata per le imprese italiane è quella di usare Amazon Business, che offre delle funzionalità specifiche per le transazioni tra aziende, sfruttando l'infrastruttura di base della piattaforma. Tra i servizi dedicati al B2B ci sono:

- la creazione automatica delle fatture con possibilità di mostrare offerte con prezzi IVA esclusa;
- la possibilità di ricevere richieste di preventivo per ottenere sconti quantità.

Se l'impresa italiana ha già un account è possibile attivare le funzionalità Business senza costi aggiuntivi. Le categorie di prodotto presenti su *Amazon Business UK* sono limitate e riguardano: prodotti per l'ufficio, prodotti IT, prodotti di bellezza professionali, forniture professionali, prodotti per le aree comuni, prodotti per la pulizia, sicurezza sul lavoro.

Alibaba.com

Molti buyer inglesi usano *Alibaba.com* per cercare fornitori e prodotti da importare nel Regno Unito. Quindi, la piattaforma cinese può essere un'altra modalità di approccio al mercato britannico per le aziende italiane, lavorando con attenzione alle proprie schede prodotto

e rispondendo rapidamente alle richieste di contatto e preventivo che arrivano sulla piattaforma.

eSources.co.uk

Nel Regno Unito il marketplace B2B più importante è *eSources.co.uk*, la più grande directory del paese in termini di base di utenti e di traffico con oltre 1,1 milioni di acquirenti commerciali e prodotti, offerte di grossisti, distributori, dropshipper, importatori, esportatori, produttori e agenti rappresentanti inglesi e internazionali.

The screenshot shows the homepage of eSources.co.uk. At the top, there's a navigation bar with links for Home, Suppliers, Products, Trade Leads, Resources, and My eSources. Below the navigation is a search bar with placeholder text "Search: Wholesale Suppliers in the UK". A welcome message says "Welcome to eSources.co.uk The UK's Largest Wholesale Directory of UK Wholesale Distributors, Suppliers and Products." It also mentions "Email suppliers directly, browse wholesale products and ask importers, distributors and wholesalers to fulfil your orders." The page features two main sections: "Buyers" (with a photo of a man) and "Suppliers" (with a photo of a woman). Each section has a "Find Suppliers" button. Below these are two tables: "UK Wholesale Suppliers" and "International Suppliers". The "UK Wholesale Suppliers" table lists categories like Apparel & Clothing, Arts & Crafts, Automotive & Transport, and Business Services. The "International Suppliers" table lists categories like Health & Beauty, Home Supplies, Industrial & Materials, and Current Live Listings. The "Current Live Listings" table provides a summary of the number of entries for UK Wholesalers, International Wholesalers, Dropshippers, Wholesale Products, Trade Leads, Auctioneers, Other, and a total of 1,585,100+ listings. A red banner at the bottom right says "For Trade Buyers".

La piattaforma digitale permette ai compratori di contattare direttamente e gratuitamente i fornitori all'ingrosso; inoltre, attivando l'abbonamento premium i compratori hanno accesso illimitato a tutto il database. Mentre i vendori possono richiedere di essere inseriti nel database dell'e-shop gratuitamente, fornendo a eSources le informazioni base della società. Seguiranno, poi, una serie di controlli per garantire che l'azienda sia idonea per l'inclusione negli elenchi della piattaforma.

Analizzando il servizio di fornitori premium, questo può dare un'esposizione istantanea e favorire lo sviluppo di nuovi lead commerciali con tariffe di abbonamento a partire da £ 20 al mese (o £ 6 al mese pagando subito un anno intero di abbonamento). Come fornitore premium si hanno molti vantaggi, inclusa la possibilità di elencare prodotti illimitati, l'accesso a tutte le ultime richieste di acquisto e ai loro archivi. Inoltre, si possono ottenere le prime posizioni nella directory dei fornitori e nei risultati di ricerca. Di seguito l'elenco delle funzionalità principali:

- ricevere richieste da acquirenti registrati e non registrati;
- caricare un catalogo con prodotti illimitati nella directory dei prodotti;
- portafoglio di prodotti dal vivo;
- ottenere la certificazione *TradePass™*, incrementando la fiducia dei potenziali acquirenti;
- tracciare i click sulle inserzioni;
- visualizzare tutti i riferimenti di contatto, compreso un collegamento al proprio sito web.

Il marketplace è organizzato con un primo livello di categorie che vanno da Apparel & Clothing Wholesalers a Textiles & Fabrics Wholesalers, passando da Electrical & Lighting Wholesalers e Food & Beverages Wholesalers. Ognuna di queste categorie di primo livello è a sua volta suddivisa in sottocategorie più specifiche, come ad esempio Industrial Machinery Suppliers, articolata in 17 sottocategorie che vanno da Chemical Machinery Suppliers a Woodworking Machinery Suppliers, Food Processing Machinery Suppliers e Plastic Machinery Suppliers.

Di conseguenza, è molto importante organizzare bene il proprio catalogo commerciale, con accurate descrizioni che permettano ai potenziali clienti di identificare chiaramente i prodotti proposti.

LA LOGISTICA E I PAGAMENTI PER L'E-COMMERCE NEL REGNO UNITO

Servizi e operatori chiave a supporto dell'e-commerce

Come evidenziato precedente, i consumatori inglesi sono abituati ad un alto livello di servizio per i tempi di consegna e per i servizi di customer care. Pertanto, l'impresa italiana che vuole immettersi nel mercato inglese deve pianificare con grande attenzione queste attività, decidendo se gestirle internamente o affidarle alle piattaforme digitali come Amazon, che offrono servizi in outsourcing con costi variabili in base ai volumi di vendita.

Inoltre, gli acquirenti online del Regno Unito sono inclini ai resi, che nel 2020 hanno registrato un valore di circa 8,7 miliardi di euro; in particolare, i vendori del settore moda sono tra i più colpiti con un tasso di reso del 37%. Per quanto riguarda la restituzione dei prodotti è importante che gli e-shoppers britannici possano scegliere tra diversi metodi, che vengono usati a seconda delle circostanze. La preferenza è quella di restituire il pacco all'ufficio postale (73%), seguono la raccolta tramite corriere (62%) o nel punto vendita (61%), quella nel punto di raccolta (47%) e locker (28%). Un processo di reso facile e immediato è cruciale per la soddisfazione del cliente, che in caso contrario non prenderà più in considerazione il sito per un futuro acquisto. Questo, però, può essere un problema per le imprese che vogliono vendere i loro prodotti nel mercato inglese, poiché questo causa costi aggiuntivi.

Nel Regno Unito, oltre ad Amazon Services, ci sono molti operatori che offrono servizi di fulfilment per l'e-

commerce, con la capacità di gestire da poche unità a migliaia di ordini al giorno per le imprese clienti. Tra gli altri ricordiamo:

- *Rapid Fulfillment*, azienda internazionale con anni di esperienza nel settore, che fornisce servizi di prelievo, imballaggio, magazzinaggio e spedizione per l'e-commerce. Il loro magazzino è situato in una posizione strategica, precisamente nella parte settentrionale della capitale inglese, rendendo facile e veloce la spedizione degli ordini in qualsiasi località del Regno Unito. Inoltre, l'azienda dispone di sistemi gestionali integrati con i principali software e-commerce (es. Magento, Prestashop, Shopify).
- *Cloud Fulfillment*, questo è un servizio end-to-end di prelievo, imballaggio e distribuzione con un software basato su cloud che semplifica la gestione delle scorte. Il software consente di gestire l'inventario, controllare lo stato degli ordini e gestire i resi da qualsiasi dispositivo. *Cloud Fulfillment* è una buona scelta anche per le aziende che acquistano prodotti venduti, poiché offrono anche spedizioni da produttori o grossisti e consegnano ai clienti finali in modalità drop shipping.
- *Minatus* è un'azienda B2B che lavora con piccole e grandi imprese, quindi offre servizi di e-commerce a prezzi competitivi, poiché si paga solo per lo spazio di archiviazione utilizzato e le spese di gestione con un modello di pagamento flessibile che non richiede scorte minime. L'azienda dispone di un sistema di gestione del magazzino che si integra perfettamente con piattaforme come Amazon, eBay e Shopify.

Per quanto riguarda i metodi di pagamento, nel 2020, il 67,8% degli acquisti online è stato effettuato tramite e-wallet (come PayPal), il 16,6% tramite carta di credito, il 7% con Bonifico Bancario, e il 6% con pagamento alla consegna. Inoltre, è opportuno tenere in considerazione che, in linea con le procedure internazionali, in Regno Unito tutte le banche impongono la 2-step authorisation e la maggior parte chiedono la conferma dell'acquisto tramite applicazione su smartphone.

L'impresa italiana che già opera tramite i canali e-commerce può usare le stesse modalità anche per il Regno Unito, facendo particolare attenzione alla comunicazione sul sito, che deve rassicurare il consumatore locale sulla sicurezza delle transazioni. In questo senso sono molto efficaci le certificazioni che si possono ottenere da servizi come *Trusted Shops* oppure *Trust Pilot*, che verificano l'affidabilità dei venditori online tramite le recensioni dei consumatori.

CONCLUSIONI

L'effetto della Brexit sulle relazioni commerciali tra il Regno Unito e il resto dell'Europa si potrà misurare solo nel medio-lungo periodo, considerata l'attuale situazione ancora in divenire per quanto riguarda regole, disposizioni e procedure.

Le imprese italiane però non possono rinunciare a uno dei mercati più importanti per l'export nostrano, mercato che come abbiamo visto registra un altissimo utilizzo del commercio elettronico. Pertanto, le esportazioni attraverso la vendita online dall'Italia al Regno Unito sono un'opportunità strategica per il Made in Italy sia con attività commerciale dal proprio e-shop, sia tramite marketplace.

Come ricordato, il consumatore britannico è un consumatore avanzato, abituato a comprare via web da molti anni e quindi molto esigente in termini di presentazione dei prodotti, completezza delle informazioni, qualità del servizio clienti e puntualità nelle consegne. Di conseguenza, per avere successo in questo mercato l'azienda italiana deve progettare, impostare e gestire tutte le attività con la massima attenzione per cogliere un risultato commerciale che come numeri online potenziali non ha paragoni in Europa.

Per rimanere aggiornati sull'evoluzioni delle normative è opportuno consultare il sito ufficiale della Commissione Europea, soprattutto alla luce della situazione in itinere delle regole e procedure concernenti le relazioni commerciali post-Brexit⁴.

Per maggiori informazioni e approfondimenti sul mercato digitale del Regno Unito si consiglia di consultare il sito di IMRG, the UK's e-commerce association⁵.

4 https://ec.europa.eu/info/strategy/relations-non-eu-countries/relations-united-kingdom/eu-uk-trade-and-cooperation-agreement_it

5 <https://www.imrg.org/>



www.ice.it
www.export.gov.it

Italian Trade Agency @ITAtradeagency
ITA-Italian Trade Agency @itatradeagency