



Did you know that...

There are 14 million more Italian e-commerce consumers who buy products online today than in 2014.

Italy: e-commerce skyrockets despite tough times

Although Italy slipped into recession in early 2019, the digitalization trend is far from standing still. The number of e-commerce consumers is skyrocketing and much is happening. Amazon has invested more than EUR 1.6 billion in its Italian operation since 2010, and raised interest in e-commerce in the country. In the metropolitan areas, Lidl has just begun to offer same-day delivery of groceries and the price comparison site Idealo in Italy grew by an impressive 20 percent in 2018.

The EU also pumps in large amounts to raise the level of the digital infrastructure in Italy, especially in the south where the infrastructure is less developed.

Domestic e-commerce market participants include Esselunga, a traditional grocery chain that now focuses on home deliveries, Yoox, which sells luxury fashion brands, and ePrice, which sells home electronics at low prices, and also offers installation and maintenance of household appliances.

Key indicators compared with average for Europe

Internet penetration	81%	
Percentage of e-commerce consumers	78%	
Percentage of e-commerce consumers abroad	66%	
Average purchase per year (EUR)		EUR 852
Growth in number of e-commerce consumers since 2014		60%

Strong preferences regarding delivery

Italian consumers are most interested in having products that they purchased online delivered to their homes during the day. One explanation is that there is often someone at home who can receive the delivery, since it is more common in Italy than in the other surveyed countries that at least one person in the household is outside the workforce. Italian consumers, along with consumers in Spain, also place the highest value on being able to choose the time of delivery.

Regarding payments, the CartaSi credit card accounts for 40 percent of transactions in the Italian e-commerce market, according to E-commerce Europe. Paypal and cash on delivery are other common payment methods.

Amazon is broadening Italy e-commerce

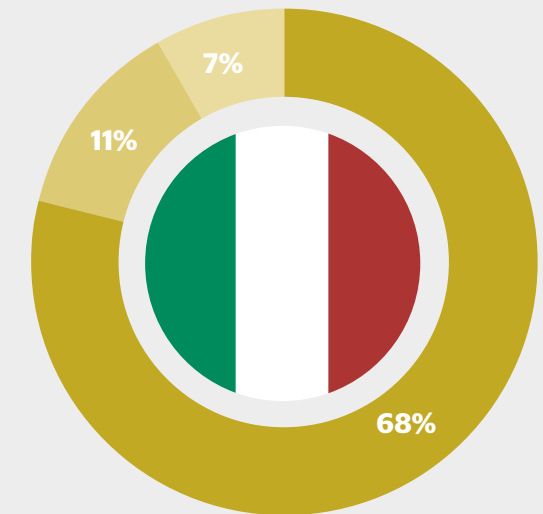
Italian consumers buy substantially more books, home electronics, building products, car accessories and sports products online than the average European who shops online. One explanation is the major role that Amazon plays in the country. An impressive 93 percent of those who shop online have bought products from Amazon over the past year, which is more than in any other European country. Zalando and eBay also have strong positions. According to Business Sweden, eBay has 35 million professional sellers in the Italian market, and Zalando recently introduced a collaboration with the Italian postal service Poste Italiane that makes it possible for Zalando customers to return products at 12,000 post offices around the country.

A country with many differences

Italy is a large country with many differences. According to the European organization for e-commerce, EMOTA, 87 percent of Italian e-commerce consumers live in cities and 13 percent in rural areas. Moreover, average incomes are about twice as high in the north as in the south. Unlike the younger generation, the older generation rarely speaks English. Consequently, anyone who wants to establish a presence in Italy must adapt the website and customer service to the local language. In addition, there may be untapped potential among older individuals.

For those who wish to reach Italian consumers, Facebook is often the most effective online marketing channel, though Youtube and Instagram are also popular.

Spotlight on: Italy



Top three preferred delivery methods

How do you prefer to have your product delivered when you shop online?

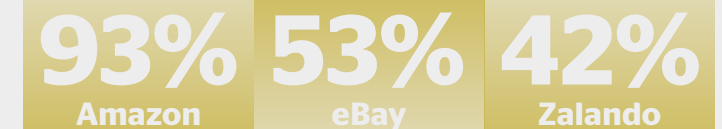
Basis: Have shopped online

■ Home delivery in daytime ■ In mailbox
■ Home delivery in evening/ Delivery to workplace

Top three international marketplaces

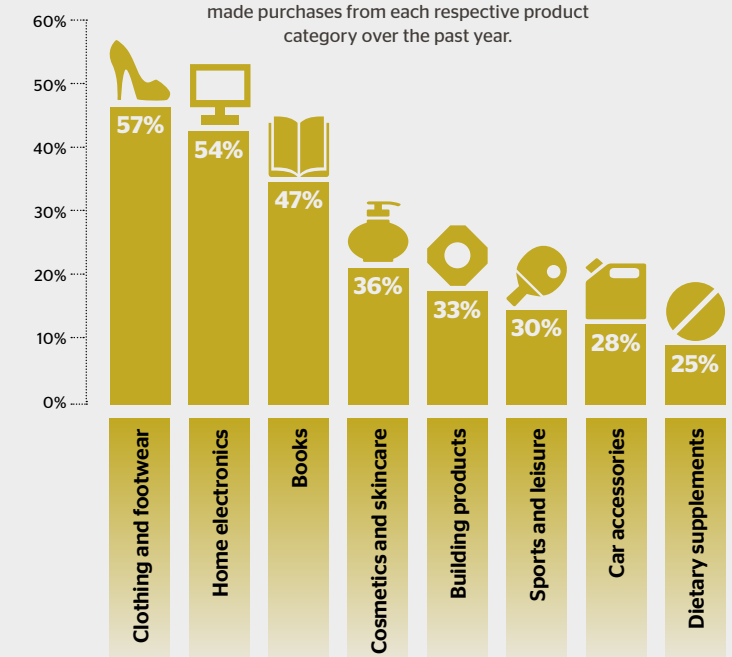
From which of the following e-commerce sites have you shopped online in the past year?

Basis: Have shopped online



Most commonly bought products online

Percentage of e-commerce consumers who have made purchases from each respective product category over the past year.





Знаете ли вы что...

количество итальянцев совершающих онлайн покупки в сравнении с 2014 годом возросло на 14 миллионов человек

Стремительный рост потребителей eCommerce в Италии

Несмотря на то, что в начале 2019 года Италия находилась на грани финансового кризиса, Несмотря на то, что в начале 2019 года Италия находилась на грани финансового кризиса, развитие digital трендов и рост числа интернет покупателей достиг рекордного показателя и происходил активный процесс компьютеризации. Начиная с 2010 года Amazon инвестировал более 1.6 миллиардов евро в свои проекты в Италии, тем самым подогрев интерес к eCommerce рынку. Lidl стал предлагать доставку продуктов в пригород в течение дня, а популярность Idea-lo (каталог товаров и сравнение цен в интернете) в 2018 году Среднее значение по Европе возросла на 20%.

Ключевые значения в сравнении с Европейскими показателями

Использование интернета	81%
Процент потребителей	78%
Процент потребителей за границей	66%
Средние затраты на онлайн-покупки в год	EUR 852
Рост числа пользователей eCommerce с 2014 года	60%

ЕС инвестирует огромные средства в развитие диджитал инфраструктуры в Италии, особенно в южных районах, где она наименее развита.

Представителями локального рынка являются: Esselunga, специализируется на доставке продуктов питания, Yoox - интернет магазин одежды luxury брендов и ePrice - бытовая техника по низким ценам, специализируется не только на продаже, но также на установке и сервисном обслуживании.

Предпочтительные методы доставки

Для потребителей Италии наиболее предпочтительным методом доставки является доставка до двери в течение дня. Одним из объяснений является то, что дома часто есть кто-то, кто может получить доставку, поскольку в Италии чаще, чем в других опрошенных странах, как минимум один из членов семьи не работает, а занимается домашним хозяйством. Итальянцы, равно как и испанцы высоко ценят возможность выбора времени доставки.

Что касается способов оплаты, 40% транзакций в Италии проводятся с использованием кредитных карт CartaSi.

Оплата онлайн покупок по Европе в целом чаще производится через PayPal или наличными курьеру.

Amazon главный драйвер eCommerce рынка Италии

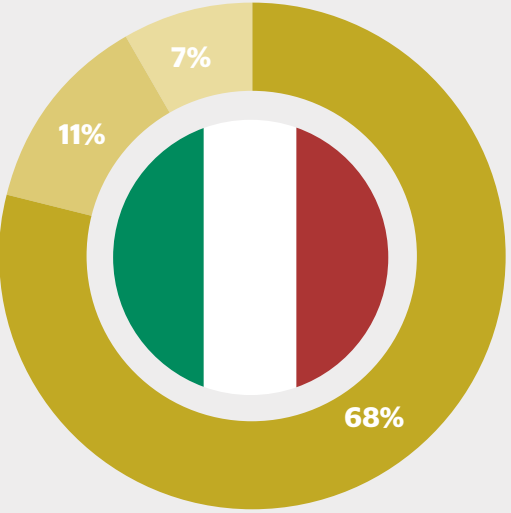
Итальянские потребители в сравнение с среднестатистическим европейским интернет покупателями приобретают больше книг, бытовой техники, строительных товаров, автомобильных аксессуаров и спортивных товаров. И причиной тому, скорее всего, является влияние Amazon. По данным за последний год, 93% процента интернет покупателей, приобретали товары именно с Amazon, и этот показатель значительно превышает показатель по Европе в целом.

Zalando и eBay также занимают сильные позиции на рынке Италии. Согласно Business Sweden на итальянском рынке представлено 35 миллионов ретейлеров от eBay. Zalando создало кооперацию с Poste Italiano что позволяет использовать 12 000 отделений по всей стране, как пункты выдачи и возврата.

Внутренние различия

Италия - огромная страна с абсолютно "разношерстными" категориями потребителей. Согласно данным Европейской организации eCommerce EMOTA. 87% онлайн покупателей это городские жители, а 13% пригородов крупных агломераций. Уровень дохода на севере страны в два раза выше, чем на юге. Еще один важный момент для тех, кто хочет выйти на рынок Италии, представители старшего поколения редко говорят по-английски, поэтому необходимо обеспечить локализацию сайта и службу поддержки клиентов. Наиболее эффективным каналом продвижения является Facebook, далее по популярности идет Youtube и Instagram.

Инфографика



Топ 3 способа доставки

Какие способы доставки вы предпочитаете? Совершали покупки Онлайн

- Доставка до двери в течение дня
- Доставка почтой
- Доставка домой в вечернее время/ доставка на место работы

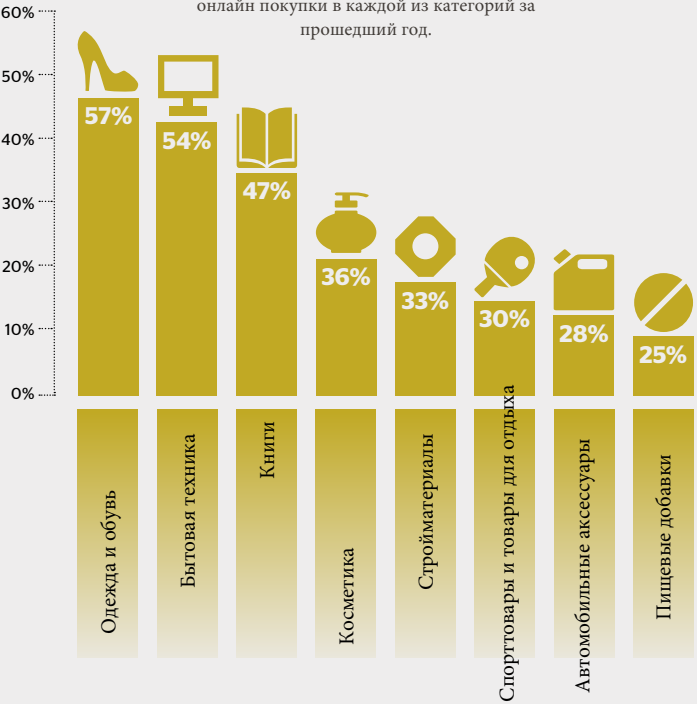
Топ 3 международных маркетплейса

Какими сайтами вы чаще пользовались за последний год? Совершали покупки онлайн



Наиболее покупаемые товары онлайн

Процент потребителей, которые совершили онлайн покупки в каждой из категорий за прошедший год.





Знаете ли вы...
в 2014м году Процент Поляков совершающих онлайн покупки за границей составлял 22%, в 2019 году данное значение возросло до 55%

Польша: Стремительно развивающаяся экономика и электронная коммерция

eCommerce В Польше стремительно развивается. Количество пользователей онлайн торговли пока еще ниже среднего значения по Европе. Но, если сравнивать с показателями по стране которые были в 2014 году, они возросли на 28%. Дополнительным стимулом стал закон об ограничении торговли по воскресениям, введенный в 2018 году. Это означало, что закупки можно было совершать по воскресеньям только два раза в месяц. С 2019 года "выпало" еще одно воскресенье и это значит, что теперь совершать покупки можно только в одно воскресенье в месяц. Особо снижение продаж наблюдалось в небольших магазинах.

Интернет торговля выиграла в данной ситуации, поскольку ограничение распространяется только на "Физические" закупки в магазинах. Относительно молодой рынок электронной коммерции в Польше находится в стадии активного роста и имеет хороший потенциал. Есть много небольших интернет-магазинов, которые открывают путь для крупных участников рынка с ресурсами для более долгосрочных инвестиций. Большая численность населения и сильный экономический рост также способствуют развитию Польши в сфере онлайн продаж, средний показатель по Европе

Ключевые значения в сравнении с Европейскими показателями

Использование Интернета	82%
Процент потребителей eCommerce	80%
Процент потребителей eCommerce за границей	55%
Средние затраты на онлайн покупки в год	EUR 523
Рост количества пользователей eCommerce в период с 2014 года	28%

Возврат товара, как данность

Касаемо способов доставки. Основными критериями для поляков являются три показателя: Приемлемые цены, скорость доставки и гибкие условия. Готовность платить за экспресс доставку почти также высока как и в Италии. 43% потребителей согласны платить за доставку на следующий день после оформления заказа. 68% потребителей хотели бы иметь возможность выбора времени доставки. Поляки в топе потребителей высоко ценящих возможность возврата товара, 97% покупателей считают, что возможность вернуть товар приобретенный онлайн имеет место быть.

Что касается способов оплаты, Поляки предпочитают использование прямых банковских платежей и возможность оплаты наличными курьеру, больше чем другие европейцы.

Ограниченное количество онлайн покупок с тенденцией роста.

В целом, процент потребителей совершающих покупки в интернете относительно низок и составляет 55%. Но, если сравнивать с показателем прошлого года, он возрос на 5%. Языковой барьер остается проблемой: 6 из 10 потребителей считают, что страницы онлайн-магазинов должны быть доступны и на польском языке.

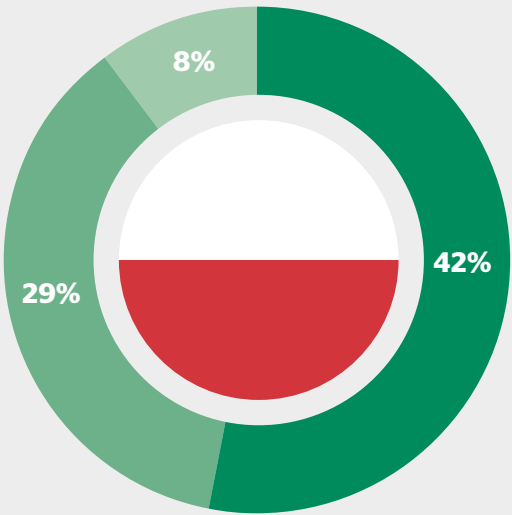
Цены-это то, что мотивирует поляков совершать покупки онлайн. Наиболее популярной страной в плане закупок является Китай. На втором месте Германия, которая, в силу географического положения, имеет явные преимущества в плане доставки. Локальный Allegro.pl также занимает достаточно высокую позицию. Стоит отметить также Amazon и Zalando.

Предпочтительные способы доставки товаров приобретенных онлайн.

Польских потребителей привлекают низкие цены и удобные способы доставки. Прозрачные цены и скорость доставки играют немаловажную роль. 78% поляков считают, что итоговая стоимость товара должна честно отражать включена ли стоимость доставки или нет. 23% покупателей хотели бы иметь возможность получения товара в течение 1-2 дней от даты оформления заказа.

Развитие логистики стимулируется как местными участниками рынка, такими как Allegro.pl, так и крупными иностранными. Например, Amazon создал несколько логистических центров в Польше, один из которых является наиболее технологически продвинутым объектом компании. Близость к крупному немецкому рынку в сочетании с более низкими уровнями заработной платы играет немаловажную роль.

Инфографика



Топ 3 способа доставки
Какие способы доставки вы предпочитаете?
Совершали покупки Онлайн

■ Доставка до двери в течение дня ■ Самовывоз с почты
■ Доставка до двери в вечернее время суток

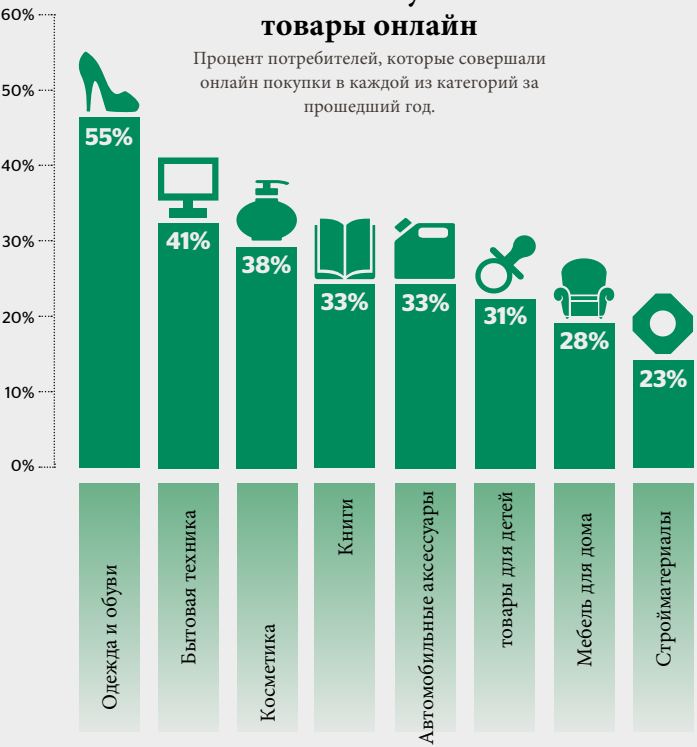
Топ 3 международных маркетплейса

Какими сайтами вы чаще пользовались за последний год?
Совершали покупки онлайн



Наиболее покупаемые товары онлайн

Процент потребителей, которые совершали онлайн покупки в каждой из категорий за прошедший год.





Did you know that...

In 2014, 22 percent of Polish consumers purchased products online from abroad. In 2019, the figure was 55 percent.

Poland: strongly growing economy and e-commerce

Polish e-commerce is steadily growing. The number of e-commerce consumers is still lower than the average in Europe, but it has grown by 28 percentage points since 2014. In addition, the national Sunday shopping ban introduced in 2018 has given e-commerce an extra push. Under the legislation, physical stores were initially required to be closed two Sundays each month, but in 2019 the ban was expanded to three Sundays. The impact of the ban has been particularly severe for small stores and many small market

participants have suffered from declining sales. But since the ban only applies to physical stores, e-commerce has probably benefitted from it.

Consequently, Poland's relatively young e-commerce market is in an expansionary phase and has good growth potential. There are many small online stores, which paves the way for larger market participants with resources to make more long-term investments. A large population and strong economic growth also help to boost Poland as an e-commerce country.

Key indicators compared with average for Europe

Internet penetration	82%
Percentage of e-commerce consumers	80%
Percentage of e-commerce consumers abroad	55%
Average purchase per year (EUR)	EUR 523
Growth in number of e-commerce consumers since 2014	28%

Returns viewed as a given

Regarding delivery, Polish consumers have high expectations for low prices, speed and flexibility. Willingness to pay for fast delivery is second highest in Europe, after Italy. As many as 43 percent state they are prepared to pay more for next-day delivery. In addition, 68 percent want to be able to change the delivery date or time after the products have shipped, which is the highest percentage in Europe. Returns are considered to be a given, and Polish consumers top the list in Europe here too: 97 percent assume that it should be possible to return a product purchased online. Regarding payments, Polish consumers prefer direct bank payments and cash on delivery to a greater extent than other Europeans.

International purchases continue to be limited – but rising

The percentage who make online purchases from abroad is still at a comparatively low level, 55 percent, but has increased by 5 percentage points since last year. Language barriers continue to be an obstacle, as 6 of 10 Polish consumers state that it is important that the online store where they shop should be available in Polish.

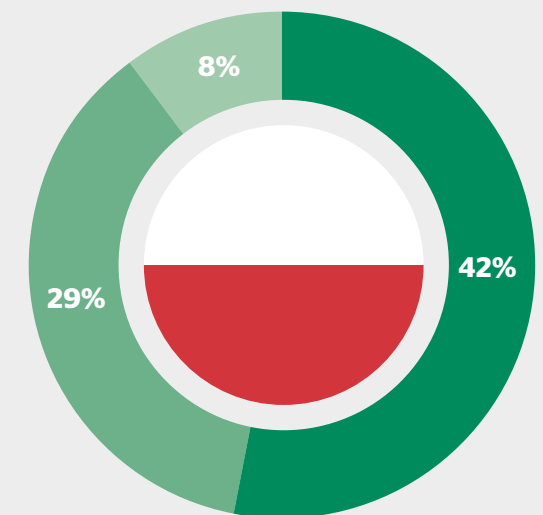
At the same time, price awareness drives consumers to make international purchases, and China is the most popular country from which to shop online. Their second choice is Germany, which can offer good delivery to Poland because of its geographic location. The domestic marketplace Allegro.pl has a strong position on the market, but both Amazon and Zalando have carried out major initiatives in the country.

Spotlight on delivery when Polish consumers shop online

Polish consumers focus on low price and convenient delivery when they shop online. Clarity and speed are also important. In all, 78 percent state that it is important for the total price, including shipping, to be clearly reported with the purchase, and 23 percent expect one- to two-day delivery.

Logistics developments are driven both by local market participants such as Allegro.pl, and by the entrance of the foreign giants. For example, Amazon has established several logistics centers in Poland, one of which is one of the company's most technologically advanced facilities. Proximity to the large German market, combined with lower wage levels, are among the explanations.

Spotlight on: Poland



Top three preferred delivery methods

How do you prefer to have your product delivered when you shop online?

Basis: Have shopped online

■ Home delivery in daytime ■ Collect it yourself from a post box ■ Home delivery in evening

Top three international marketplaces

From which of the following e-commerce sites have you shopped online in the past year?

Basis: Have shopped online

87%
Allegro

31%
Zalando

23%
Alibaba

Most commonly bought products online

Percentage of e-commerce consumers who have made purchases from each respective product category over the past year.

