FOCUS on

Dalla Svizzera al mondo: il digitale secondo Netcomm, i progetti di lastminute.com group, il charter nautico di Sailogy

Consorzio Netcomm, giovedì 21 maggio 2015

il CLUB delle TESTE PENSANTI

netcomm
IL CONSORZIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

i numeri del Club

- ✓ **5 anni di vita**: il Club è stato fondato a Milano il 13 maggio 2010
- ✓ **da 3 anni a Roma**: la community capitolina si è riunita per la prima volta il 15 marzo 2012 al Boscolo Exedra
- ✓ **93** i membri attivi: **47 a Milano, 46 a Roma**
- ✓ **13 donne presenti** (il 14% del totale)
- ✓ **28** imprenditori, **55** top manager, **10** docenti universitari e professionisti
- ✓ **60 i Focus organizzati in 5 anni**
- ✓ **21,5 presenze** per meeting: media 2012 / 2015
- ✓ **139 speaker**
- ✓ **1.295 partecipanti**

dati aggiornati al 14.5.2015

le Teste Pensanti di oggi

Adriano Meloni, Sunrise Travel

Alfredo Pezzani, UVET AmEx

Angelo Ghigliano, eDreams OdigeO

Antonella Ferrari, Gattinoni Mondo di Vacanze

Claudio Cristofaro, Contur / Fespit

Claudio Martinolli, Valtur

Cosimo Bruno, MSC Crociere

Cristina Tasselli, Fiera Milano

Corrado Lupo, iGroup / Nuove Vacanze

Davide Prella, ex New Travelers Italia

Diego Pedrani, Expedia

Edoardo Quaglia, PayPal

Felice Calabretta, Auratours

Francesco Rusconi, Rusconi Viaggi

Frederic Naar, Naar T.O.

Gianni Rotondo, Royal Caribbean Intl.

Gian Paolo Vairo, Welcome Travel Group

Giuseppe Boscoscuro, past president ASTOI

Josep Ejarque, FourTourism

Laura Liguori, Portolano Cavallo studio legale

Luca Adami, Reiseplatz

Luigi Maderna, Fiavet Lombardia

Luigi Martini, Valtur

Luigi Porro, Uvet American Express

Marco Ficarra, HSE24

Mario Mazzei, Gruppo Uvet

Michele Bortolotto, MindCube

Paolo Locatelli, Trenitalia

Piergiorgio Reggio, Blue Team Travel Group

Remo Bodrato, Seastar

Roberto Lavarini, Università IULM

Roberto Natali, Welcome Travel Group

Simone Cassanmagnago, Valtellina Turismo

Stefano Bajona, Onirikos

Stefano Simei, TH Resorts

gli speaker di oggi

Roberto Liscia
presidente
Netcomm - il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano

Fabio Cannavale
founder & chairman
lastminute.com group

Manlio Accardo
CEO
Sailogy

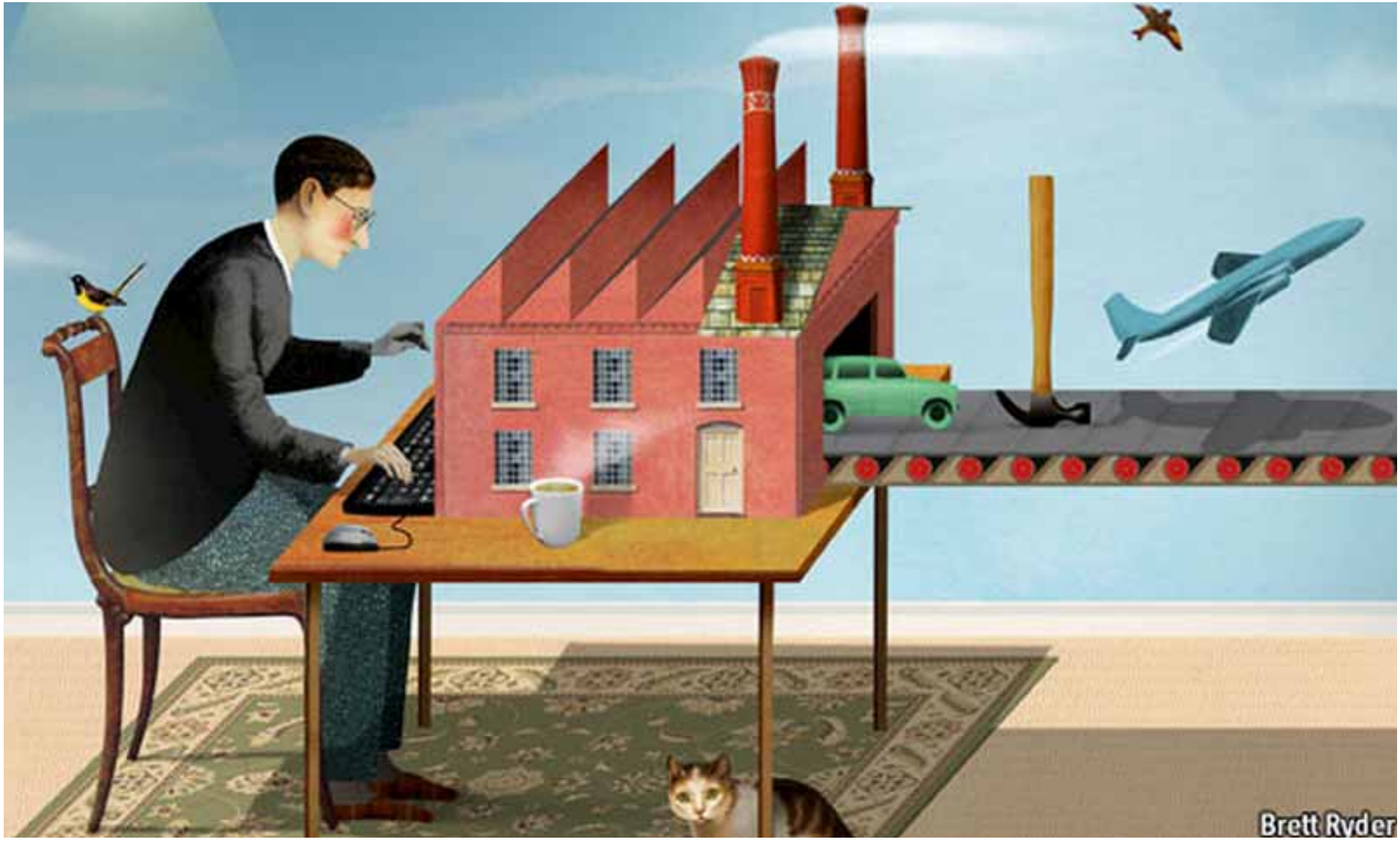
Turismo e digitale
evoluzione e opportunità

Roberto Liscia

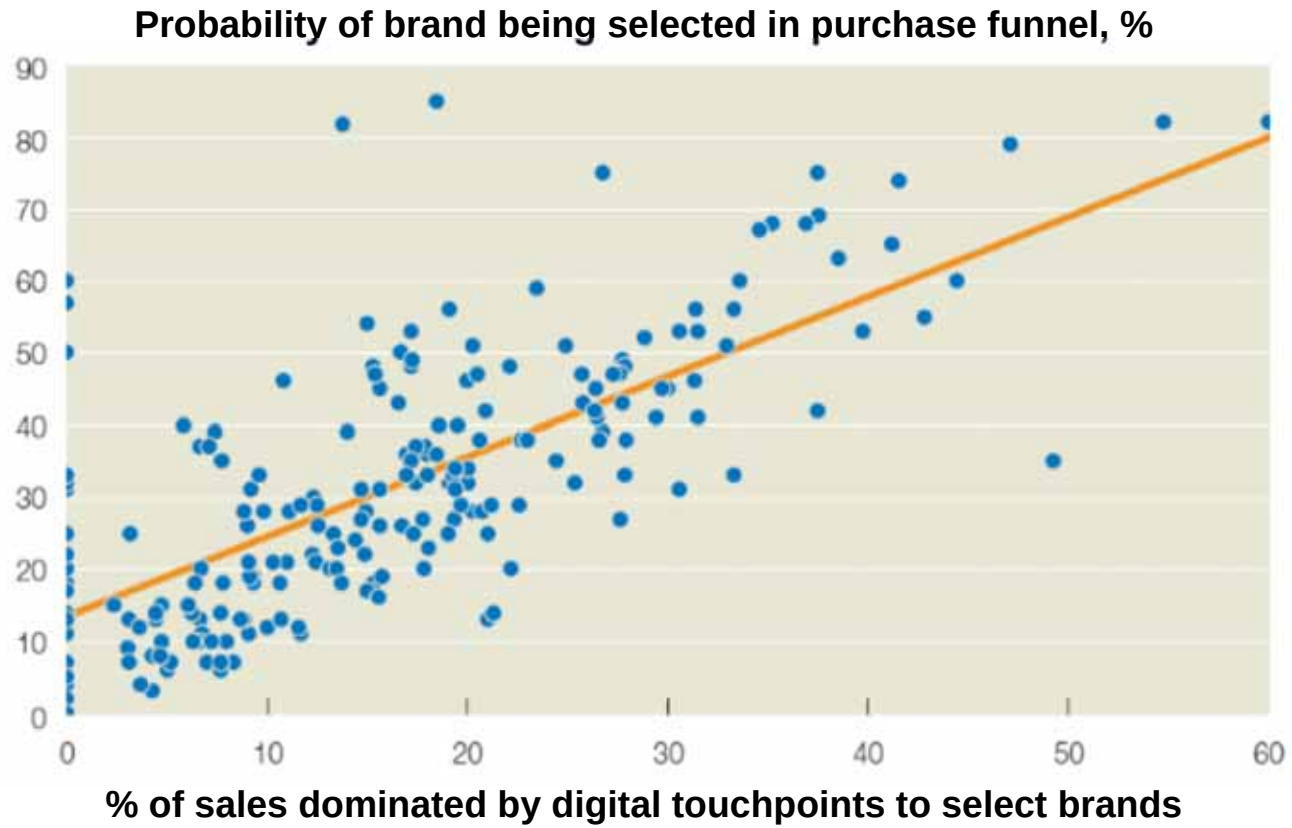
Presidente Netcomm

21 maggio 2015, Milano

L’impresa digitale è in profonda trasformazione



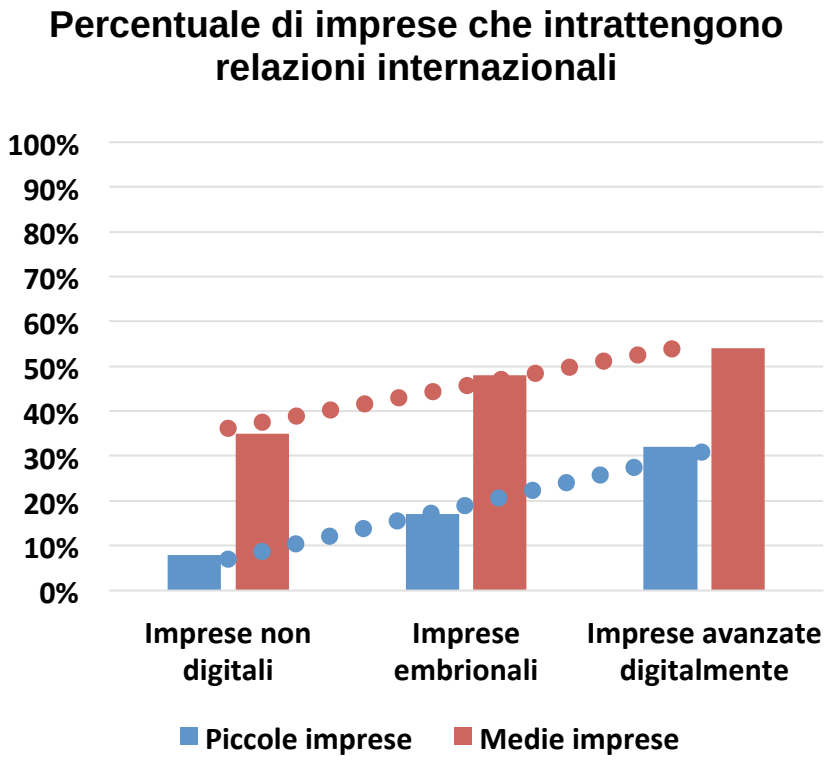
L'impatto del digitale sulle vendite

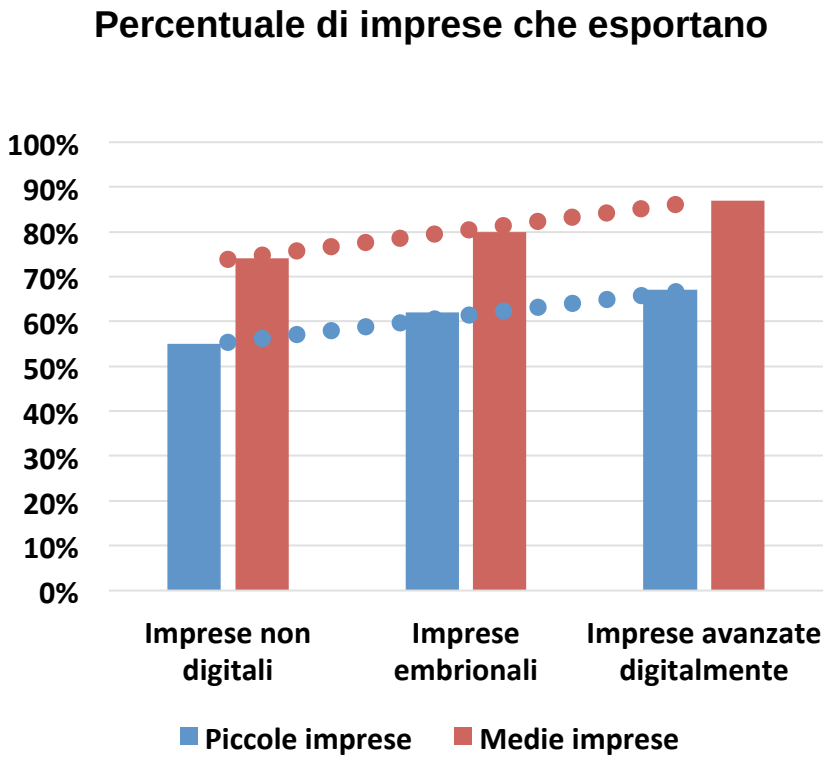


Source: McKinsey digital matters survey cevering 70% of discretionary spending for about 15.000 European households. 2012-2013

Le società con maggiori capacità digitali sono in grado di convertire le vendite ad un tasso 2,5 volte superiore delle aziende con un minor livello digitale

Impatto del digitale sulle relazioni internazionali e sulle esportazioni delle PMI italiane

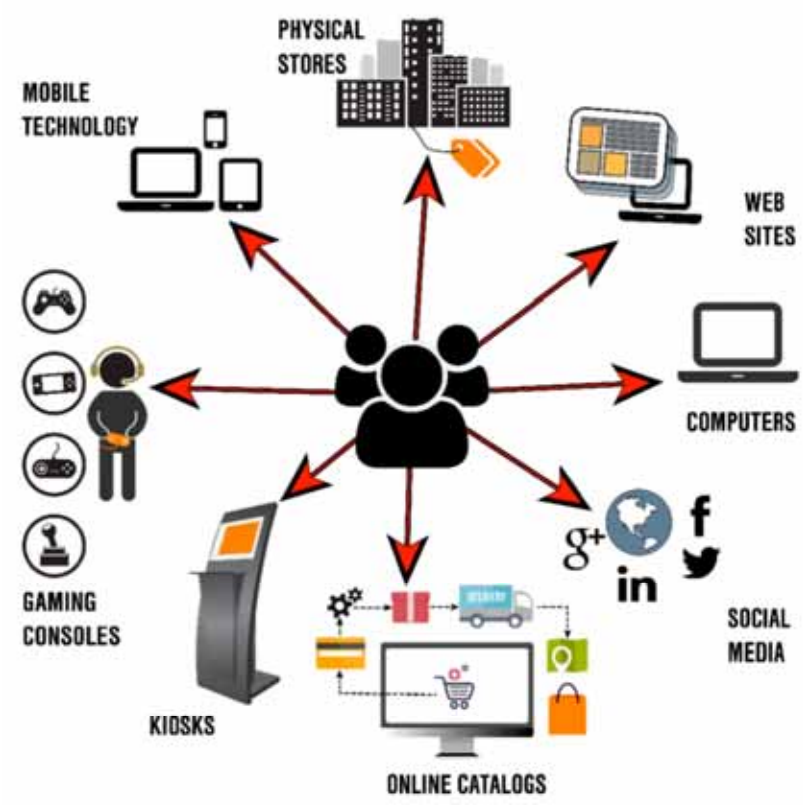




Fonte: Internet & Export, Il ruolo della Rete nell'internazionalizzazione delle PMI, Google Doxa (2013)

Al crescere del livello di maturità digitale, aumenta la percentuale di PMI che intrattengono rapporti internazionali, nonché la percentuale di imprese che fanno export

Convergenza di tutti i canali



- I canali tradizionali adottano strumenti digitali
- I canali digitali si arricchiscono di touch point fisici
- I customer journey sono sempre più articolati tra i diversi canali

La lotta di canale è solo nella testa delle aziende

Il consumatore è già omni-canale

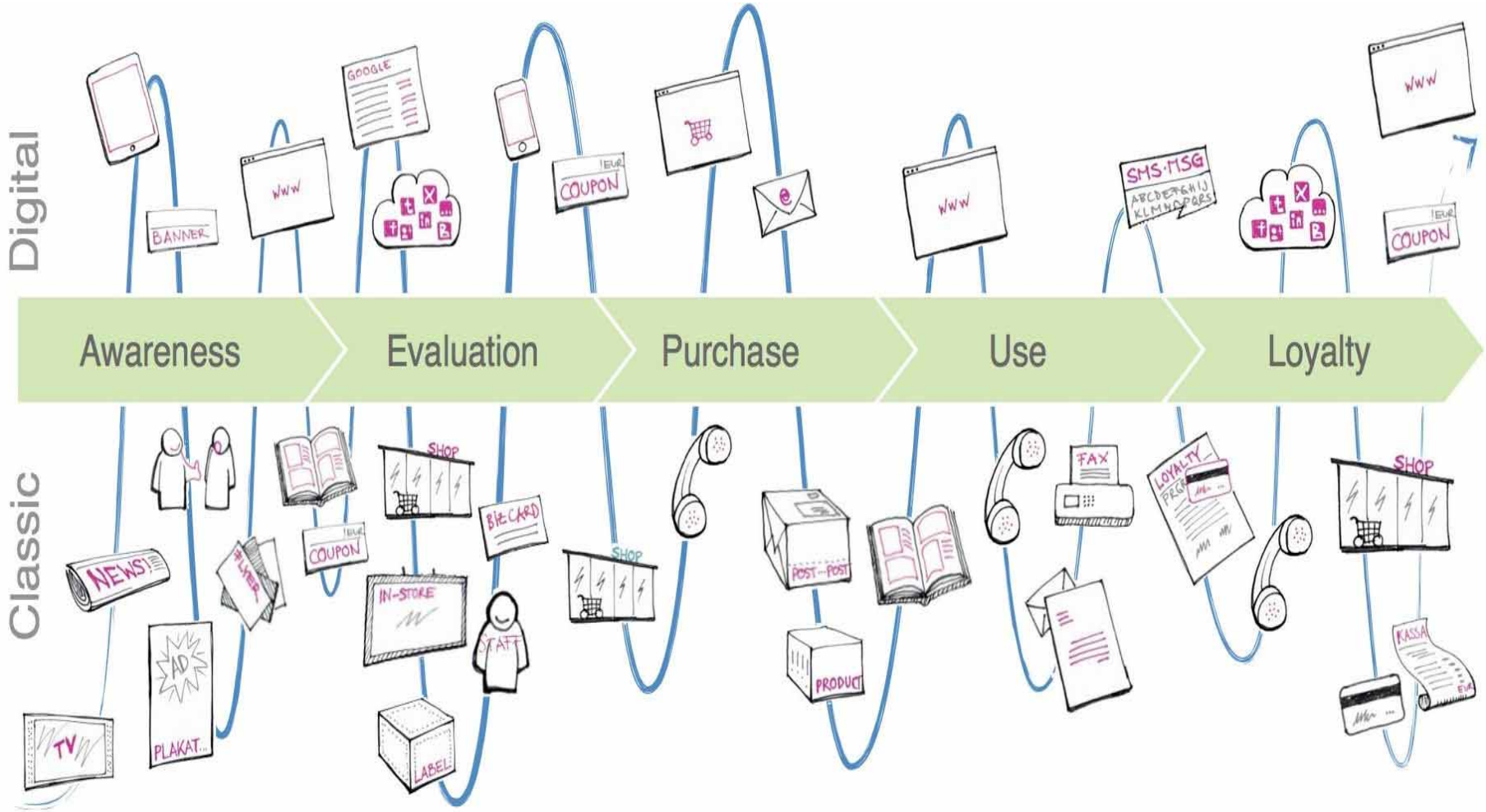
Il super consumatore

Il consumatore oggi

- Si informa
- Compara
- Decide
- Acquista
- Crea
- …

Il consumatore detiene il controllo sul processo di acquisto e sui canali coinvolti

Il super consumatore si muove indifferentemente sui diversi canali



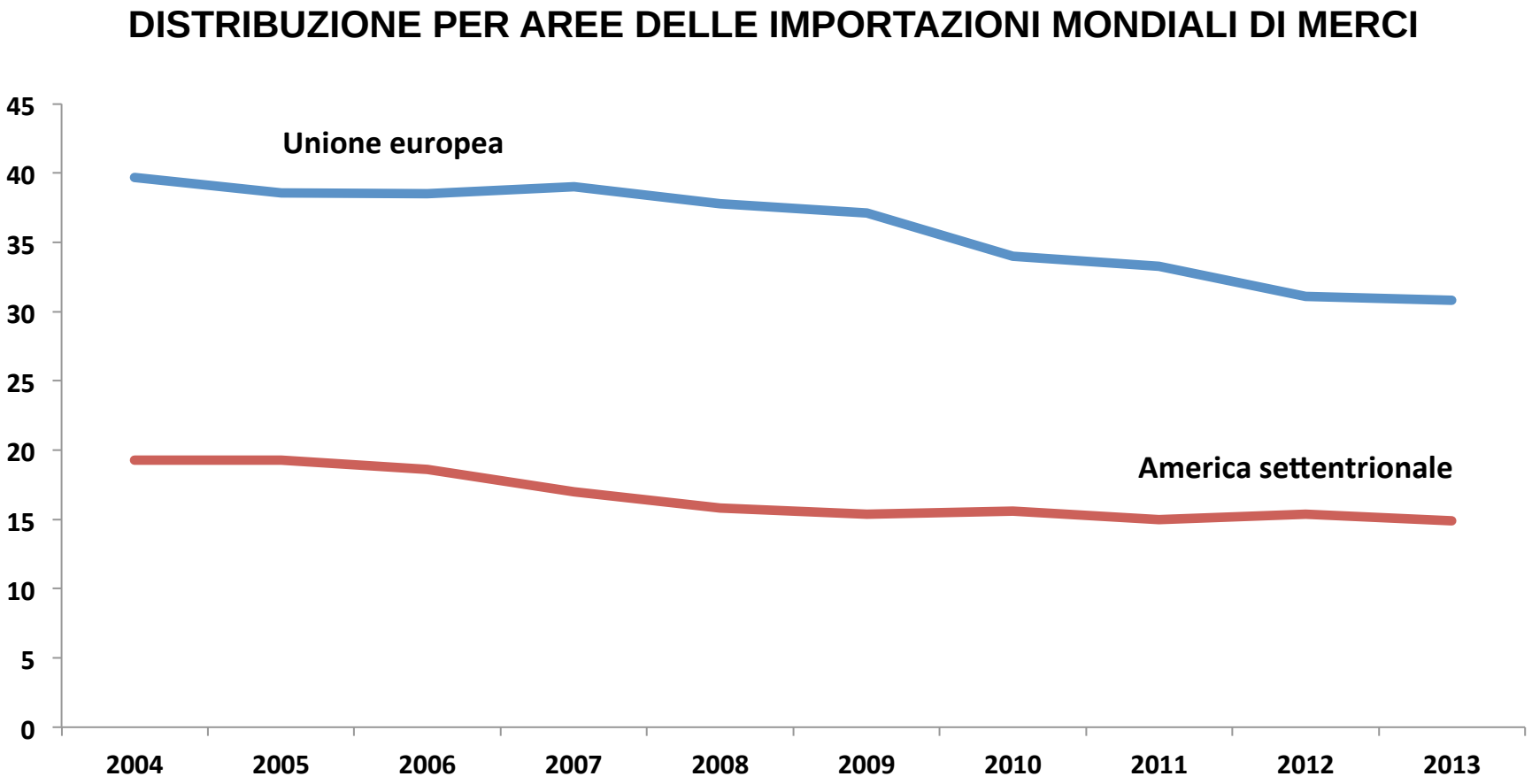
Re-Economy e Sharing Economy

- Non solo possesso ma anche condivisione, riutilizzo, …

Nuove opportunità di business dalla re-economy e dalla sharing-economy

Export mondiale

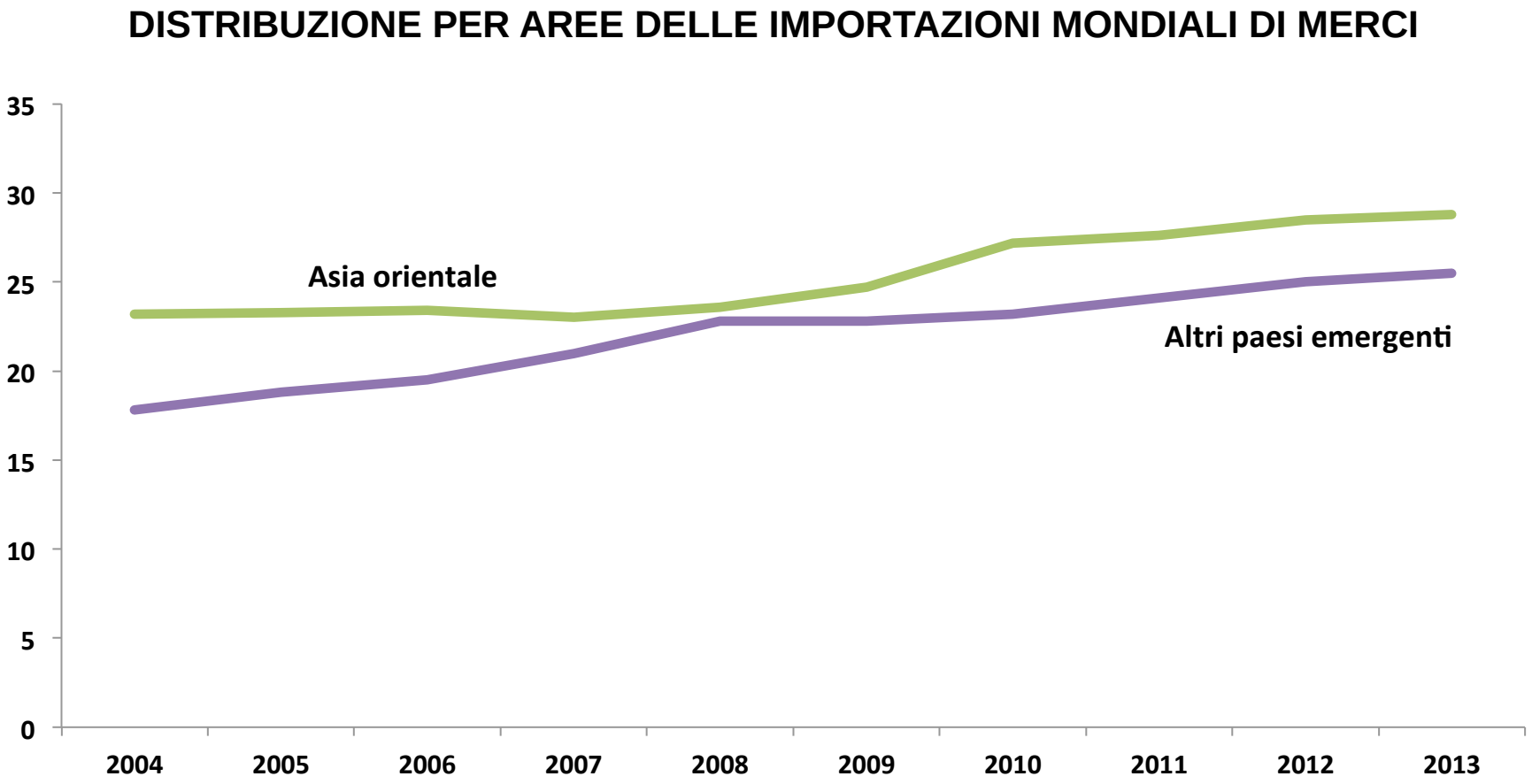
Cala l'importanza di Europa e America Settentrionale



Fonte: elaborazioni ICE su dati Fmi-Dots e, per Taiwan, Taiwan Directorate Genral of Customs

Export mondiale

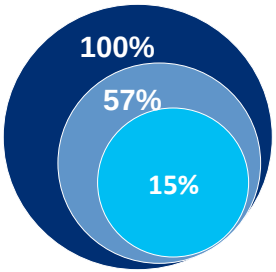
Crescono mercati emergenti come Medio Oriente e Asia



Fonte: elaborazioni ICE su dati Fmi-Dots e, per Taiwan, Taiwan Directorate Genral of Customs

L'e-commerce nel mondo

Principali dati



7,360 million
people live in the world

4,200 million
people use the Internet

1,100 million
people are e-shoppers

Forecast 2015
$ 2,100 bn
Turnover E-commerce Goods & Services

Asia-Pacific	$ 740 bn	+18%
Europe	$ 545 bn	+13%
North America	$ 495 bn	+ 9%
Latin America	$ 39 bn	+17%
MENA	$ 21 bn	+24%

Global
$1,840 bn +18%
Total B2C e-sales 2014 of goods and services

Top 10 e-commerce countries in turnover

China	$ 500
Usa	$ 460
UK	$ 162
Japan	$ 150
Germany	$ 93
France	$ 75
Australia	$ 40
Canada	$ 26
Russia	$ 23
S. Korea	$ 22

* B2C & C2C goods & services, excluding insurances

Cross-border B2C E- commerce
Most popular countries:

USA	45%
UK	37%
China / HK	26%
Canada	18%
Australia	16%
Germany	14%

"94 million consumers buy cross-border and this number is expected to grow"

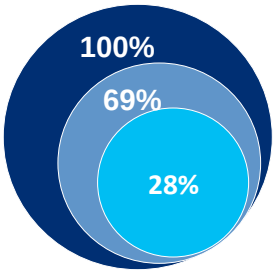
Estimated share of online goods in total retail of goods **5.0%**

Fonte: Ecommerce Europe, European B2C E-commerce Report 2015

netcomm

L'e-commerce in Europa

Principali dati



818 million
people live in Europe

565 million
people use the Internet

231 million
people are e-shoppers

Forecast 2015
€ 470 bn
Turnover E-commerce Goods & Services

West	€ 204 bn	+12%
Central	€ 102 bn	+ 9%
South	€ 46 bn	+12%
North	€ 36 bn	+ 9%
East	€ 22 bn	+17%

Europe	€ 410 bn	+11%
EU 28	€ 330 bn	+13%

2.2% eGDP
€ 17.3 trn GDP 2014

6.1% Estimated share of online goods in total retail of goods

Top 5 mature e-commerce countries in turnover (million)

UK	€ 122,000
Germany	€ 70,000
France	€ 56,800
Netherlands	€ 13,900
Austria	€ 11,000

Top emerging countries

Russia	€ 17,000
Spain	€ 15,000
Italy	€ 14,400
Poland	€ 6,000

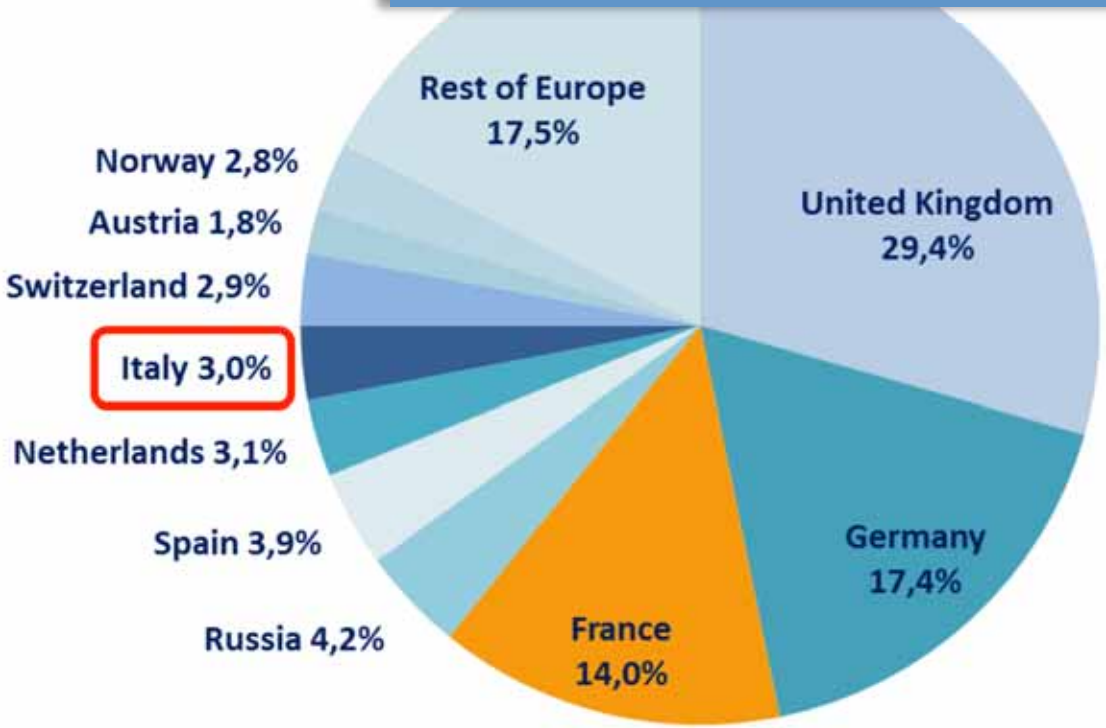
Fonte: Ecommerce Europe, European B2C E-commerce Report 2015

netcomm

Il ritardo dell'Italia

TOP 10 COUNTRIES SHARE OF EUROPEAN B2C E-COMMERCE MARKET
Share of European B2C E-commerce market, 2014

Quota di mercato dell' e-commerce in Europa



Fonte: Ecommerce Europe 2015

L' Italia non è tra i paesi più rilevanti in Europa per valore del mercato e-commerce

netcomm

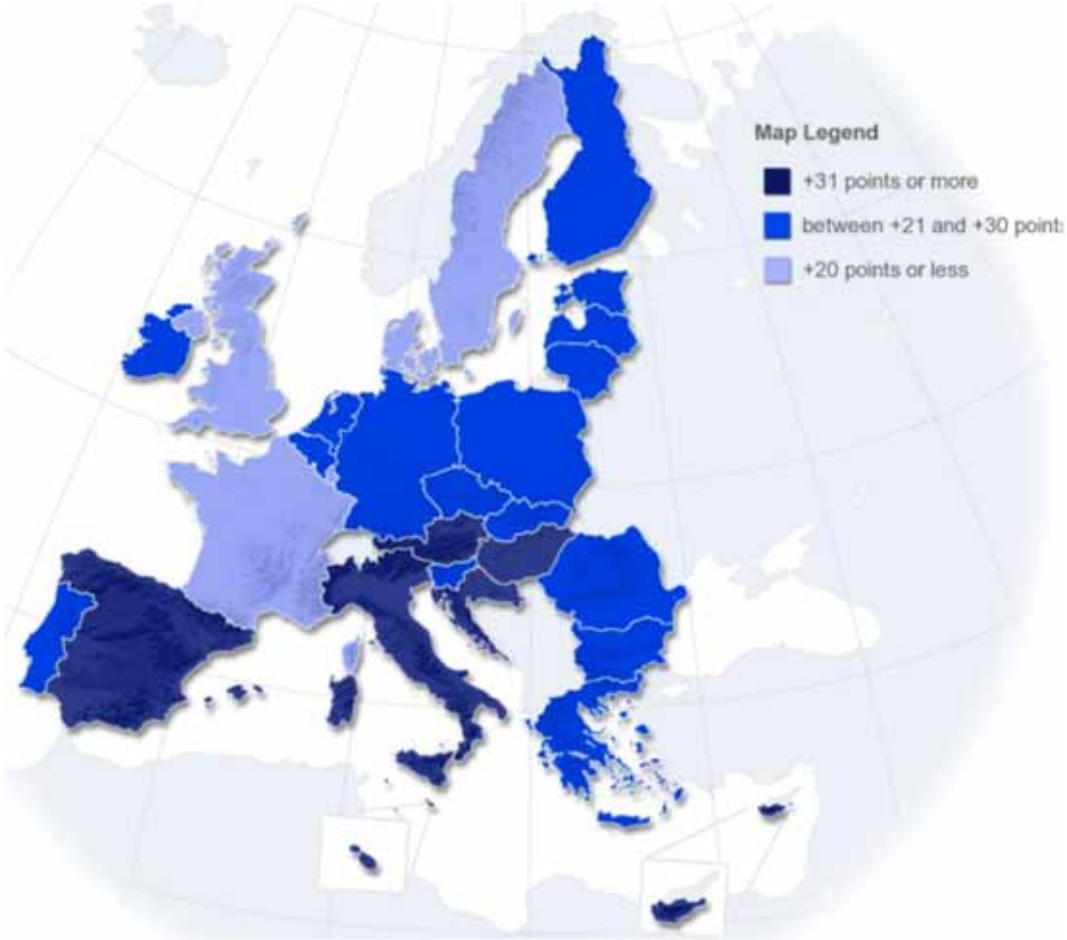
L'utilizzo dei device nel mondo

Focus sull'Europa

Utilizzo dello smartphone per accedere ad Internet in Europa

IT	68%	+41
EU 28	61%	+26

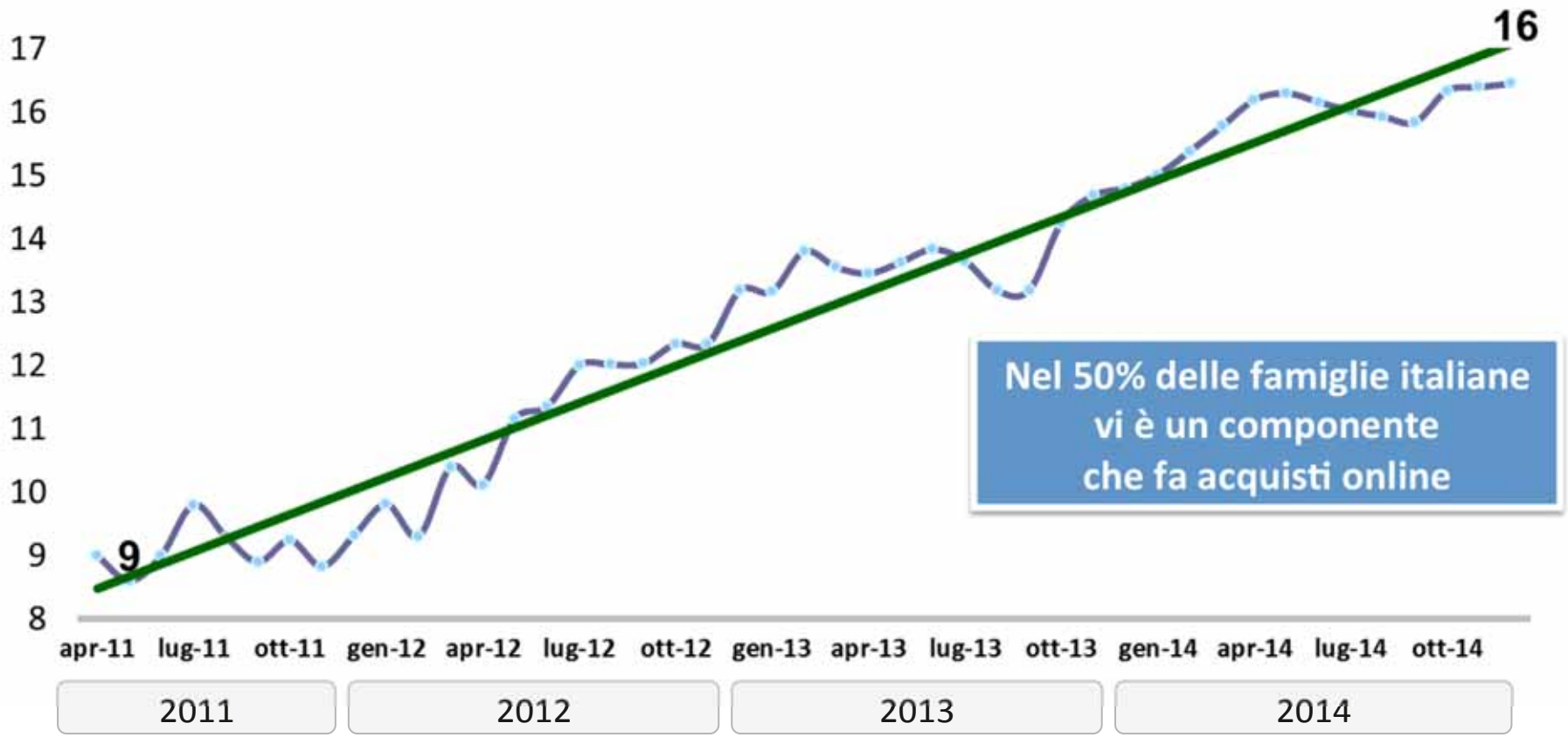
Fonte:
SPECIAL EUROBAROMETER 423, 2014 vs 2013



Il 2014 ha visto un aumento annuo nell'uso di smartphone in tutti i paesi europei
L' incremento maggiore è stato in Italia e Spagna

Trend acquirenti online

Acquirenti online attivi nei tre mesi precedenti il mese di rilevazione (in milioni)



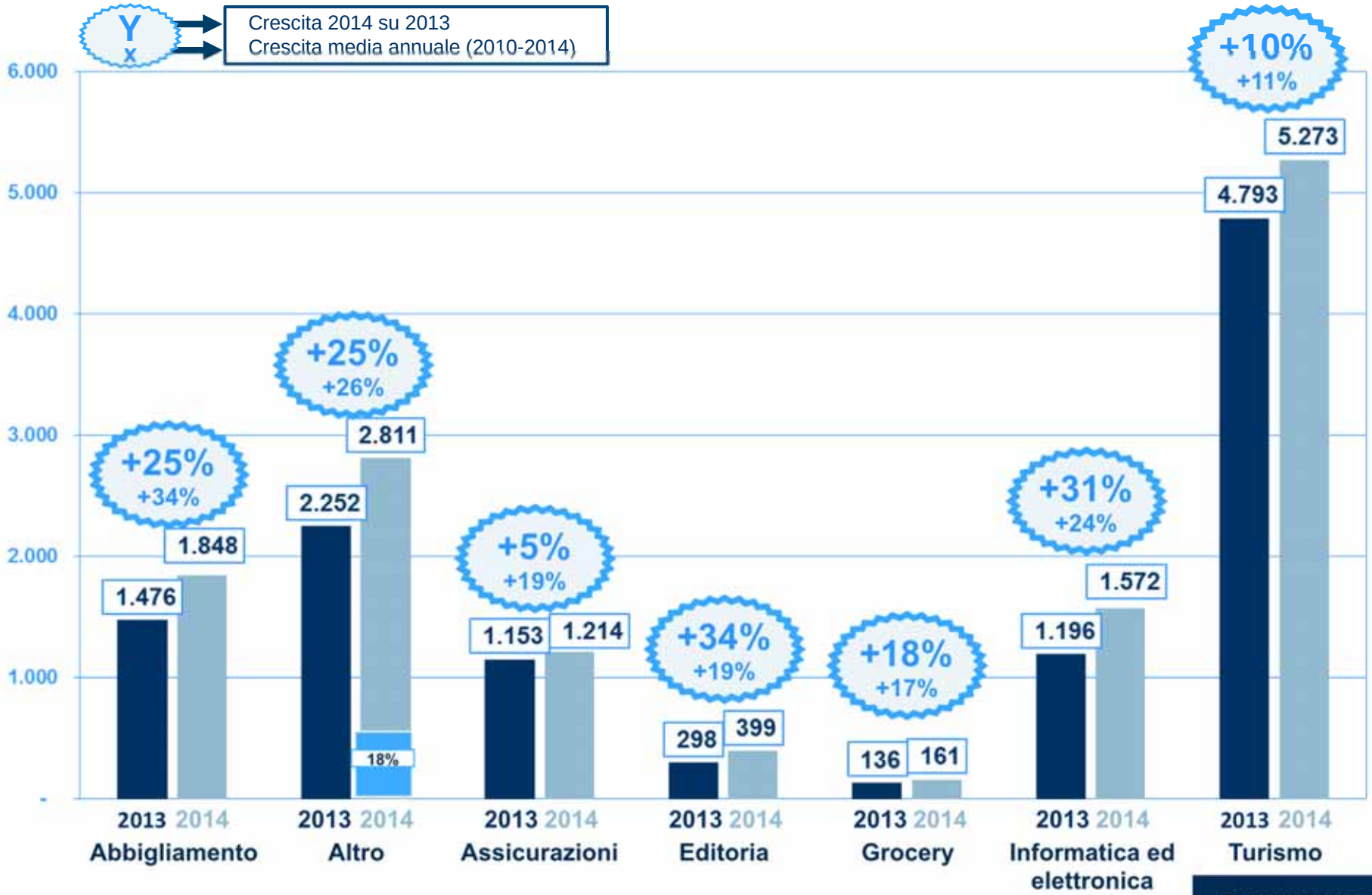
Fonte: Net Retail, Netcomm 2014

La dinamica delle vendite eCommerce B2c in Italia (2006-2014)

netcomm

OSSERVATORI.NET digital innovation

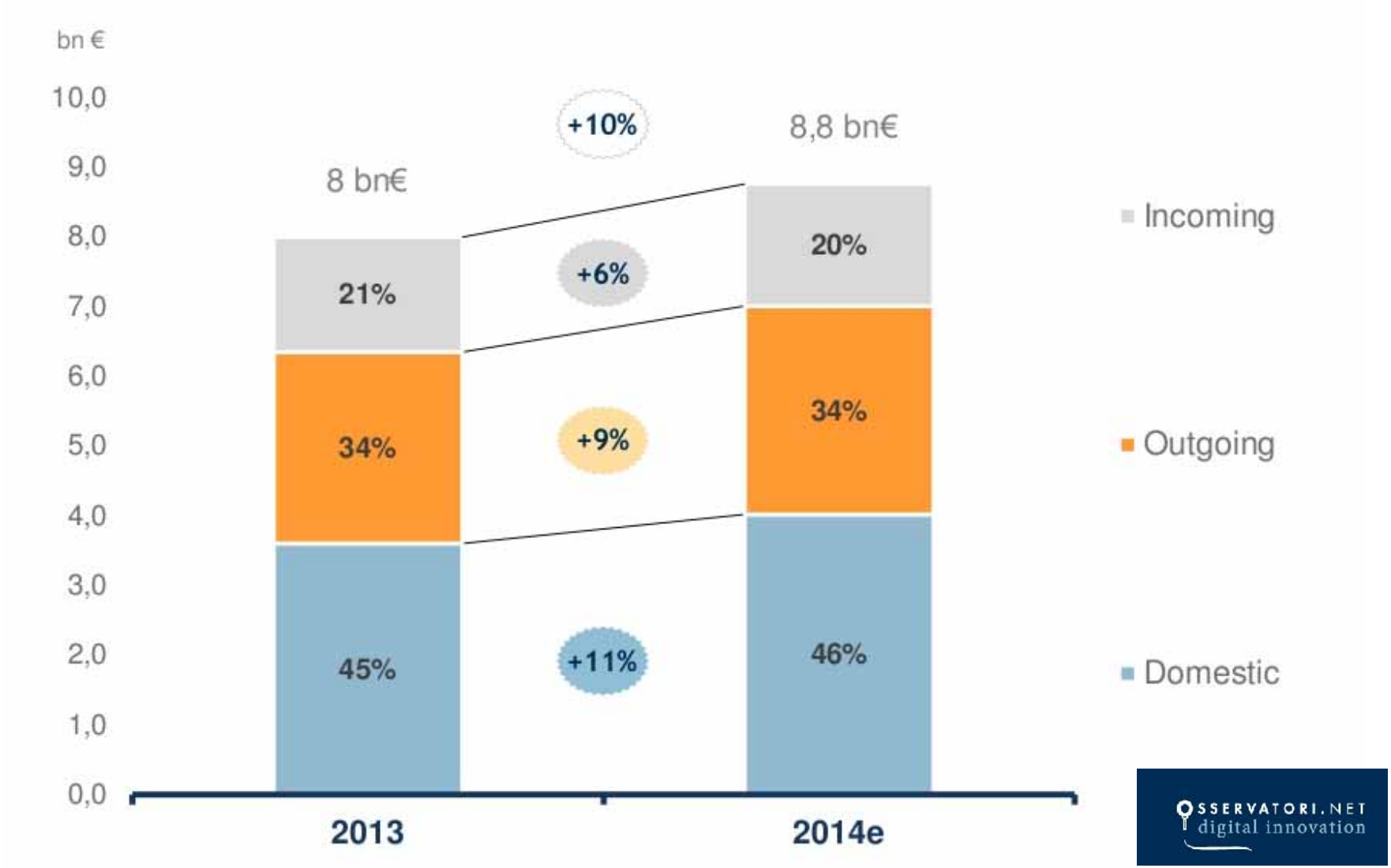
La dinamica delle vendite e i tassi di crescita per comparto merceologico (2013-2014)



netcomm

OSSERVATORI.NET digital innovation

L'incoming è tuttora residuale nelle vendite digitali



netcomm

Alcune start-up italiane del travel e-commerce hanno avuto grande successo…

ANNI 90 - HOTEL

ANNI 2000 – VOLI LOW COST

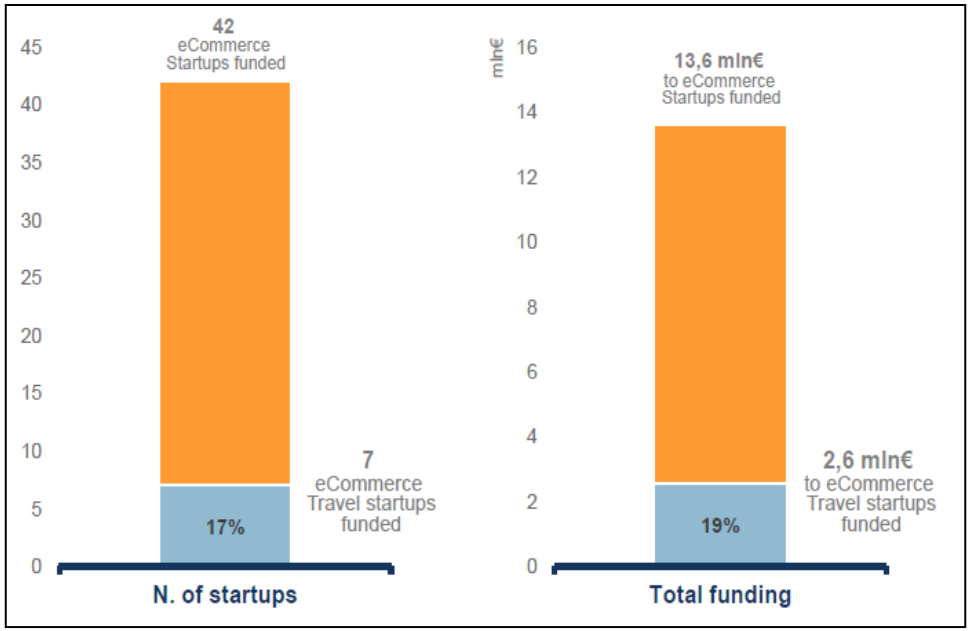
venere.com
prenota hotel, b&b e appartamenti

Venduta a Expedia
Per 250M€

quasi Vola gratis
Tutti i voli in un click!

Quotata a Ginevra
698M di franchi svizzeri

...eppure, in Italia, gli investimenti in start-up di travel e-commerce sono limitatissimi



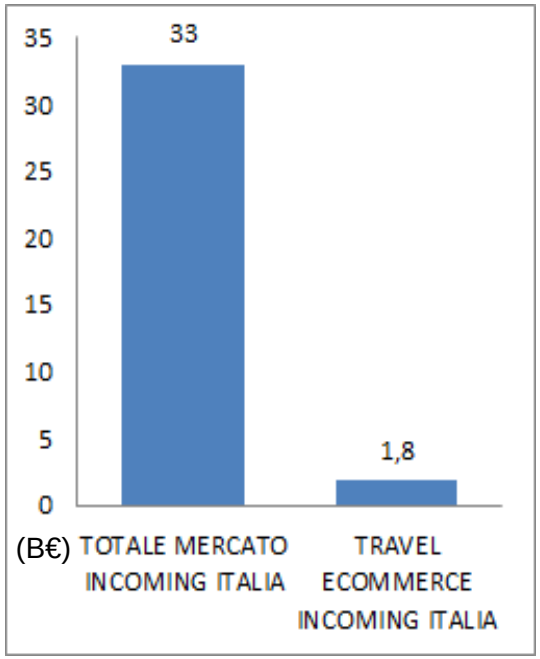
- nel 2012/13 sono stati investiti 220M€ in start-up tecnologiche
- il 6% degli investimenti è andato in start-up e-commerce (42 deal)
- **solo l'1% in start-up di travel e-commerce (7 deal per un totale di 2,6M€)**
- nel resto del mondo sono state finanziate 165 start-up di travel e-commerce con mediamente 11M € di fondi ciascuna

In Italia vi sono ancora ampie opportunità d'investimento seed in questo mercato

musement

La prima da 15 anni ad aver raccolto 5M €

…di sicuro il mercato incoming Italia è in continua crescita…



- Il mercato travel italia vale 110B€ di cui 33B€ di incoming Italia che è in crescita del +6% (Banca d'Italia 2014).
- L'incoming Italia intercettato da operatori e-commerce «italiani» vale 1,8 B€, in continua crescita (+10%; Netcomm 2014)
- Il 75% dell'incoming e-commerce è relativo a vendita di biglietteria di voli e treni (Polimi/Netcomm 2014)
- Solo il 12% dell'incoming e-commerce è dato dalla vendita di prodotto experience per un valore complessivo di 180M€ (Polimi/Netcomm 2014) ovvero l'1,6% dell'intero mercato

Il prodotto experience venduto in ecommerce dagli operatori italiani di incoming travel è solo l'1,6% del mercato totale…

…eppure il prodotto sul quale l'Italia ha un evidente vantaggio competitivo

..di sicuro la nuova frontiera è il prodotto experience di cui l'Italia è tra i leader

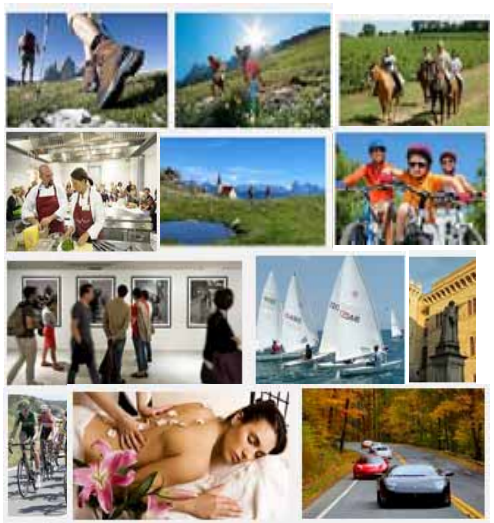
ANNI 90 - HOTEL

venere.com
prenota hotel, b&b e appartamenti

ANNI 2000 – VOLI LOW COST

quasi Vola gratis
Tutti i voli in un click!

NOW – PRODOTTO EXPERIENCE



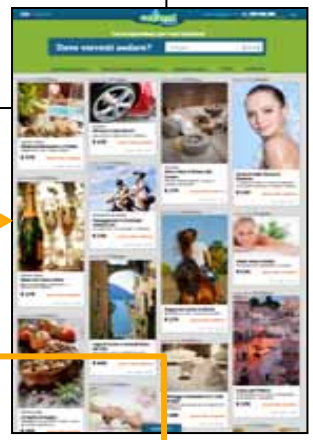
La nuova frontiera è il prodotto experience per il quale l'Italia è destinazione TOP al mondo (EXPO)

L’eTravel District ridurrà il time to market e i costi di setup e operativi

L’accesso all’Etravel District permetterà alle start-up di approvvigionarsi in modo collaborativo di prodotto travel experience e di distribuirlo in modo personalizzato

eTravel District

IL DISTRETTO ITALIANO DELL’ETRAVEL BUSINESS



Grazie all’eTD ogni start-up potrà risparmiare fino a 2M€ di investimenti e almeno 18/24 mesi di go to market

Obiettivi di Netcomm Travel e dell'eTravel District

- Permettere alle startup italiane dell'etravel di approvvigionarsi in modo semplice e automatico del prodotto da vendere alle migliori condizioni di mercato
- Permettere alle startup italiane di poter usare, a condizioni economiche sostenibili, una piattaforma tecnologica completa, affidabile e scalabile di gestione end2end del prodotto e dei suoi processi di vendita
- Stimolare la creazione collaborativa di prodotto incoming experience di qualità
- Facilitare il go to market delle startup italiane nell'online travel business soprattutto incoming; ma, anche outgoing
- Formare nuove figure professionali dell'etravel, quali i promo-contrattisti
- Creare nuovi posti lavoro per specialisti dell'etravel business
- Stimolare la creazione ed il finanziamento delle start up italiane dell'etravel

Facilitare nascita ed il successo di operatori di travel ecommerce Italiani

grazie

Roberto Liscia
presidente
Netcomm - il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano

netcomm
IL CONSORZIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

Fabio Cannavale
founder & chairman
lastminute.com group

Da Volagratis a Bravofly, da Rumbo Group a lastminute.com group

lastminute.com

Mer 20/05/2015

Il Sole 24 ORE

Bravofly cambia nome e diventa lastminute.com

Un cambio di nome da 16 milioni. Bravofly Rumbo (società svizzera con capitali italiani e importanti attività in Spagna) diventerà lastminute.com. Il gruppo quotato a Zurigo ha deciso ieri di assumere il nome della società comprata nello scorso marzo, presentando contestualmente una campagna di marketing su quello che sarà il nuovo brand di punta, con un valore (16 milioni) più che raddoppiato rispetto agli investimenti dello scorso anno. Del resto con l'acquisizione di lastminute.com Bravofly punta a raddoppiare le dimensioni attuali. Nell'assemblea di ieri però la società non ha presentato agli azionisti solo il piano di investimenti. A far da contraltare ci dovrebbero essere «importanti sinergie», con una «consistente riduzione dei costi operativi»; un passo necessario per un'azienda che nel 2014 ha visto aumentare il fatturato ma - complici la crescente concorrenza e i costi dell'Ipo - ha visto una contrazione di margini e utili. (G.Ve.)

grazie

Fabio Cannavale
founder & chairman
lastminute.com group

lastminute.com

Manlio Accardo
CEO
Sailogy

Dal Ticino alla conquista del mare

Come Sailogy.com sta digitalizzando la nautica

Sailogy

Sailogy
Boating Made Simple

$200Bn ULTRA FRAGMENTED MARKET

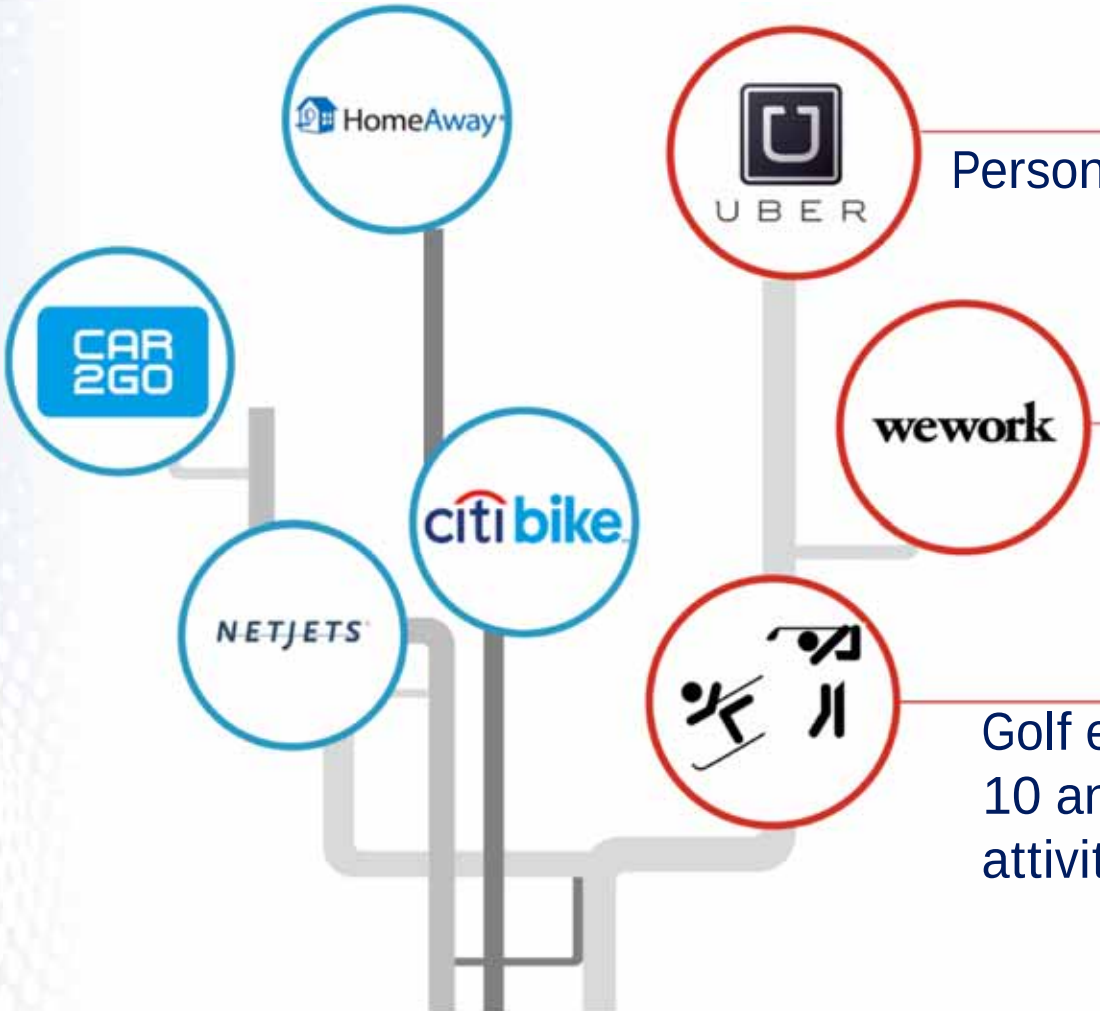
Andare in barca è economico, facile e avvincente

€50

Prezzo medio a notte a persona

Trend sempre crescenti di “sharing” e di “lusso accessibile”

Trend sempre crescenti di “sharing” e di “lusso accessibile”



Personal Driver

Ufficio fully-serviced

Golf e Sci si sono trasformati in 10 anni da passatempo *d’elite* a attività di massa

BOATING
IS READY
TO BECOME
THE NEW GOLF

Sailogy
The boating services market-place
12,000
boats
(doubling every year)
1,200
destinations
70K
boat picture

Sailogy mostra solo imbarcazioni di armatori professionisti

Grandi Vantaggi per gli armatori

- Listare il prodotto su sailogy è gratuito
- Gli armatori pagano solo in caso di vendita
- Servizi fotografici fatti da professionisti
- Video e interviste per i partners migliori
- Contatto diretto con i clienti

Define your vacation
Choose your boat
Finalise booking
Chat boat vacation
Customise trip
30 sec
9€
All **charter docs** generated in real-time and delivered to customer and charter operator

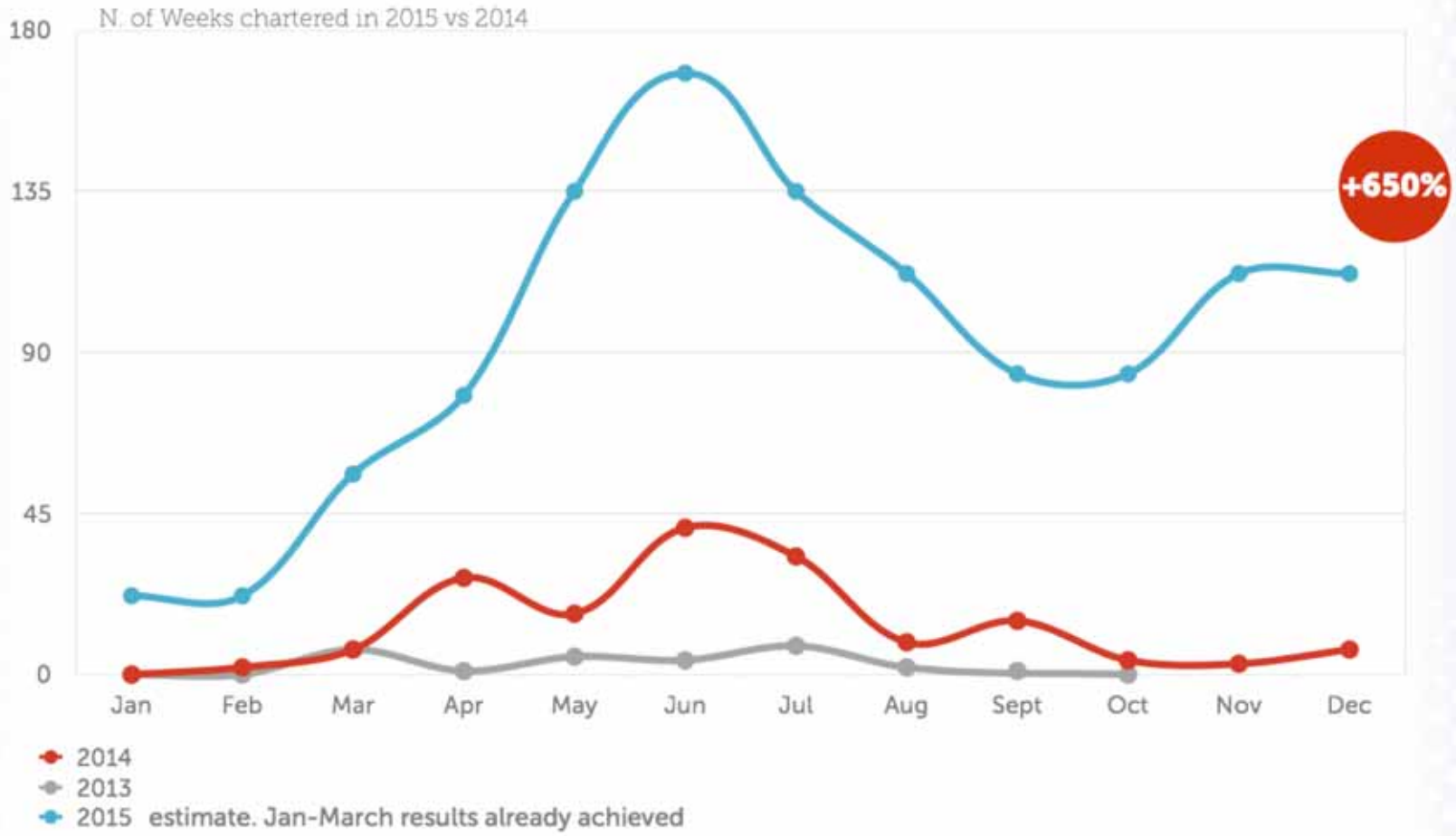
All **charter docs** generated in real-time and delivered to customer and charter operator

AUTOMATED ALERTS
BASED ON USER ACTIONS

TAILOR-MADE
CHARTER CONSULTING

Multilingual **customer support team** of 6 people (doubling every year)

Il mercato sostiene il nostro business model basato su qualità e trasparenza



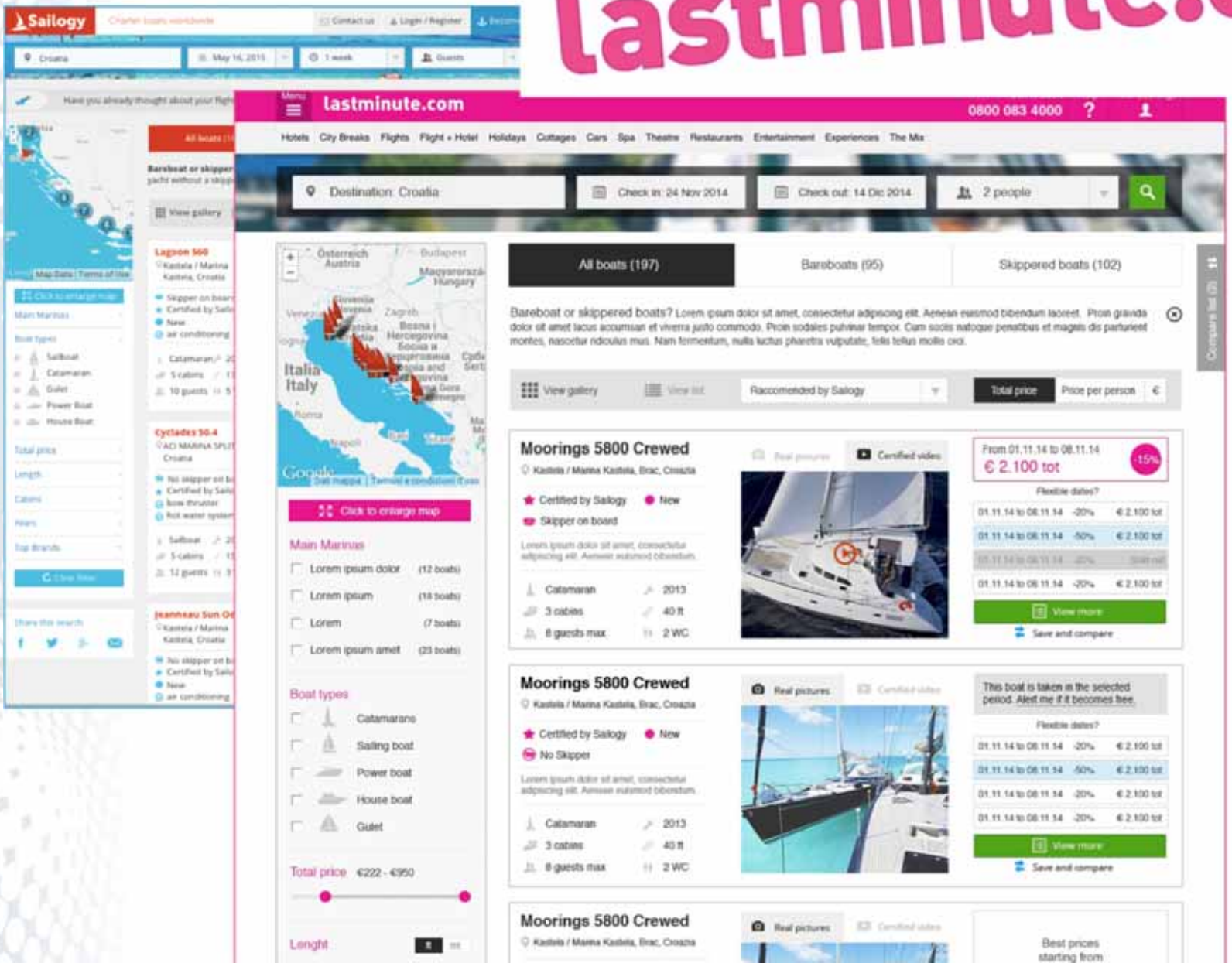
QUINTESSENTIALLY

RECOMMENDED

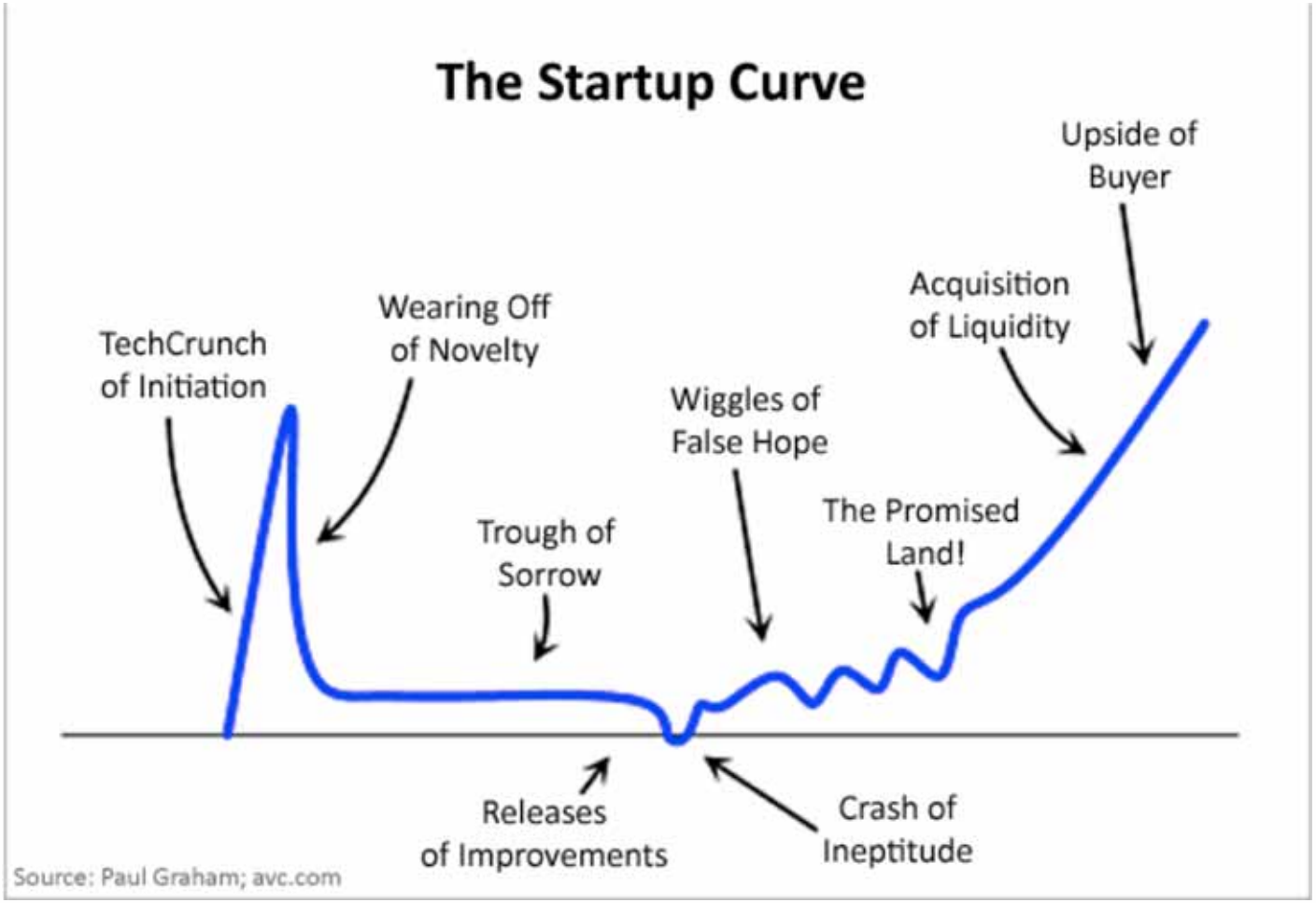
www.quintessentially.com

YACHTING PARTNERS
INTERNATIONAL

lastminute.com



Negli ultimi 3 anni Sailogy ha avuto il percorso “tipico” delle start-up



Il trasferimento in Ticino ha rappresentato per Sailogy il momento di svolta

- Investimento da Fondazione AGIRE → chf 500K
- Uffici centrali serviti e organizzati
- Network con aziende locali e autorità
- **Partnership con Università della Svizzera Italiana per programma stage**
- **Reputazione internazionale elevatissima**
- **Rapporto limpido con amministrazione (ruling)**
- **Cuneo fiscale minimo**

Sailogy
Fornitore di servizi nautici a 360°
Shore Services
Insurance, Transport, Restaurants
Dingy - Day Cruise
Moorings
Boat Charter
Professional and P2P
Superyachts
Buy and Rent
Find Crew Members

grazie

Manlio Accardo
CEO **Sailogy**
ma@sailogy.com

Sailogy

i prossimi FOCUS on

L’intermodalità, la nuova sfida per Trenitalia

Roma, sede Trenitalia, giovedì 25 giugno h 17.00

L’ineluttabile declino delle piccole/medie reti di agenzie

Milano, Unione del Commercio Turismo e Servizi, giovedì 2 luglio h 17.00

il CLUB delle TESTE PENSANTI

per contatti

Roberto Gentile

335 6419780

rgentile@network-news.it

www.ilclubdelletestepensanti.it