

L'eCommerce B2c di prodotto: cosa comprano gli italiani?

Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca 2022

Aula De Carli, Edificio B9 – Campus Durando, via Durando 10, Milano

10.00 – Introduce e presiede

Riccardo Mangiaracina, *Responsabile Scientifico, Osservatorio eCommerce B2c*

Presentano i dati della Ricerca

Valentina Pontiggia, *Direttore, Osservatorio eCommerce B2c*

Denise Ronconi, *Senior Advisor, Osservatorio eCommerce B2c*

Alice Chieppa, *Ricercatore, Osservatorio eCommerce B2c*

Intervento a cura di

Roberto Liscia, *Presidente di Netcomm ed Executive Board Member di Ecommerce Europe*

Discutono i risultati della Ricerca

Vanina Acqualagna, *Account Executive Large Enterprise, PayPal Italia*

Alfredo Celiberti, *CEO, Drop | e-business & love!*

Marco Cesare, *Regional VP, Mirakl*

Luigi D'Olivo, *Sales Manager, FIEGE Logistics Italia*

Andrea Di Nicolò, *eBusiness & Omnichannel Consultant, Luisa Spagnoli, invitato da Alpenite*

Massimiliano Ferrero, *Head of Commercial, Deliveroo Italy*

Omar Fogliadini, *Managing Partner, LIFEdata*

Cédric Le Palmec, *Commercial Sales Executive Italy, Adobe*

Stefano Luvisi, *Managing Director, Accenture Song*

Alessandro Riva, *Sales Manager Italy & Iberia, Akeneo*

Paolo Valassi, *Director – Sales & Digital Marketing, Aosom Italy*

Moderano

Riccardo Mangiaracina, *Responsabile Scientifico, Osservatorio eCommerce B2c*

Valentina Pontiggia, *Direttore, Osservatorio eCommerce B2c*

Samuele Fraternali, *Senior Advisor, Osservatorio eCommerce B2c*

13.00 – Chiusura dei lavori e light lunch di networking

La partecipazione è gratuita e riservata solo a merchant e retailer.

Per informazioni e registrazione scrivi a:

[eCommerceB2c@osservatori.net](mailto:ECcommerceB2c@osservatori.net)

In Italia, nel 2022, l'eCommerce relativo all'acquisto di prodotti continua a crescere, sebbene con un ritmo più contenuto rispetto allo straordinario balzo in avanti registrato negli ultimi due anni. L'incremento registrato dagli acquisti di prodotto è frutto di andamenti diversi nei singoli comparti merceologici. Il Food&Grocery continua a essere il settore più dinamico, seguito dall'Arredamento e home living, dall'Abbigliamento e dal Beauty.

Il Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca 2022 dell'Osservatorio eCommerce B2c, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, si propone di analizzare il mercato eCommerce B2c di prodotto e di approfondire le linee di evoluzione dei principali comparti merceologici (Abbigliamento, Arredamento e home living, Beauty, Food&Grocery).

MAIN PARTNER

Accenture Song

PARTNER



SPONSOR



CON IL PATROCINIO DI

