



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

L'e-commerce incontra l'economia circolare

Noemi Pace

npace@unite.it

Il boom dell'e-commerce (1)

- La caratteristica che accomuna il settore dei beni durevoli, dei beni di consumo e il settore tessile e della moda è il ruolo dell'e-commerce.
- Negli ultimi 20 anni, le tecnologie online hanno trasformato radicalmente la vendita al dettaglio. I maggiori rivenditori del mondo sono oggi enormi multinazionali con catene del valore complesse , una caratteristica che ne fa attori chiave di qualsiasi processo di spostamento verso una maggiore circolarità.
- Per capire il ruolo fondamentale che queste aziende possono svolgere, dobbiamo prima capire le dinamiche di base all'interno del settore.

Il boom dell'e-commerce (2)

- Nel 1995, quando Amazon iniziò a vendere libri, lo shopping online era un fenomeno nuovo.
- Nel 2019 negli US il fatturato online totale ha superato di gran lunga quello registrato nei negozi fisici.
- L'e-commerce è decollato grazie alla sua capacità di soddisfare la domanda crescente da parte della società ad un costo identico o inferiore a quello imposto dai negozi «tradizionali».
- Il mix fra la riduzione dei costi di transazione, un'AI sempre più sofisticata e l'enorme incremento dei dati elettronici ha reso l'e-commerce una modalità allettante praticamente per ogni settore.

Il boom dell'e-commerce (3)

- L'esperienza di acquisto relativamente priva di attriti e di ostacoli ha condotto a un boom di consumismo. Il fenomeno è stato chiaramente visibile soprattutto in Cina, dove quasi 400 milioni di persone sono oggi considerate esponenti della classe media e hanno dunque una maggiore capacità di spesa.
- I dati che ne derivano in termini di fatturato sono sbalorditivi: lo shopping online rappresenta attualmente uno su sette acquisti retail effettuati in tutto il mondo, con un fatturato totale intorno a 3,500 miliardi di dollari nel 2019.
- Da una ricerca di Accenture è emerso che i canali online, che un tempo generavano meno vendite di tutti gli altri, stanno registrando un tasso di crescita annuale dell'8.8%.

Il boom dell'e-commerce (4)

- Il boom della connettività globale, della produzione in outsourcing e delle soluzioni logistiche complete, dall'imballaggio alla consegna, ha messo perfino gli imprenditori individuali in condizione di passare da un'idea iniziale allo sviluppo di un giro di affari da svariati milioni di dollari da ogni punto del mondo nel giro di qualche settimana.
- Il programma Logistica di Amazon, rivolto alla clientela business consente per esempio alle piccole imprese di strutturare la piattaforma, l'infrastruttura e l'ampia rete distributiva delle azienda per vendere i loro prodotti.
- Amazon dichiara che oltre un milione di piccole imprese negli US utilizzano il marketplace online per vendere i loro prodotti. Le imprese che si avvalgono di questo servizio accedono alla consegna gratuita in due giorni di Amazon Prime, oltre che al servizio clienti e al servizio di resa.

Un'alternativa più sostenibile?

- Non esiste un consenso chiaro sul fatto che siano i canali dell'e-commerce o i negozi fisici ad avere l'impronta ambientale maggiore.
- La trasformazione tecnologica in corso del settore retail è stata fino ad ora, dal punto della sostenibilità e della circolarità, tanto promettente quanto impegnativa.
- Da una parte offre un'opportunità senza precedenti di sottoporre la catena del valore della vendita al dettaglio a un'ottimizzazione sostenibile, per esempio attraverso l'incremento dell'efficienza in fase di approvvigionamento, produzione, stoccaggio e distribuzione.
- Dall'alto ha alimentato livelli e abitudini di consumo insostenibili: quantità maggiori di articoli di alto e basso valore, ordini più frequenti, consegne più rapide e maggiori possibilità di reso.
- I leader globali del retail dovranno dunque sviluppare strategie migliori e più sofisticate per mantenere l'equilibrio tra crescita e impatto ambientale.

Mettere in pratica la circolarità (1)

- L'economia circolare offre un modello sul quale gli operatori del retail possono basarsi per mantenere l'equilibrio tra crescita e impatto ambientale.
- Con l'applicazione dei principi circolari, le imprese possono accrescere la propria competitività e instaurare un legame più saldo con i clienti.
- Un esempio è offerto da Walmart, multinazionale retail americana, che ha cominciato a sposare i principi della circolarità e si è impegnata a raggiungere entro il 2025 l'obiettivo zero rifiuti mandati in discarica dalle sue strutture di US, Regno Unito, Canada e Giappone.
- Nel 2017 l'azienda ha pubblicato uno studio sulle emissioni associate ai diversi canali di vendita al dettaglio, nell'ambito della discussione in corso sul settore retail e sulla possibilità di ridurre le emissioni di CO2 generate nella fase di consegna dei prodotti.

Mettere in pratica la circolarità (2)

- A fronte della preoccupazione sempre più intensa per i rifiuti derivanti dai rifiuti e dagli imballaggi, Amazon nel 2018 ha investito 10 milioni di dollari in soluzioni di riciclo nell'ambito di una partnership con il *Closed Loop Fund*, ed è così riuscita a semplificare il riciclo per clienti e comunità locali.

<https://www.closedlooppartners.com/>

- Ha anche lanciato *Amazon Second Chance*, un' «unica destinazione dove i clienti di Amazon possono apprendere come ridurre al minimo il loro impatto sull'ambiente tramite il riutilizzo, il ricondizionamento e il riciclo».

<https://www.amazon.it/b?node=76231581031>

- In Cina, dove l'entità delle transazione legate all'e-commerce nel 2017 ha superato quella di Francia, Germania, Regno Unito e US messi insieme, Tencent e Alibaba hanno realizzato investimenti considerevoli nell'economia circolare.
- Per esempio, Alibaba ha investito in una piattaforma di riciclo di articoli elettronici di consumo, in una piattaforma di condivisione di vestiti.