



EY

Building a better
working world



La rivoluzione nell'industria del Design - EY point of View -

2° Convegno Design

Paolo Lobetti Bodoni

Responsabile Advisory Consumer Products & Retail
per l'area Mediterranea
(Italy, Spain, Portugal)

Dopo un periodo di stagnazione il mercato mostra segnali di crescita per i prossimi anni



L'Italia rimane un punto di riferimento del Design nel mondo

370 mila

Visitatori all'ultima edizione Salone del Mobile di Milano

67%

Del totale dei visitatori del Salone del Mobile provenienti da paesi stranieri

42

Aziende Italiane Partecipanti al Salone del Mobile di Shanghai



L'eCommerce continua a mostrare il suo potenziale di crescita



≈20 Bln €

Totale valore dell'eCommerce
in Italia

600 Mio€ >3%

Peso del Design sul
totale del giro d'affari
eCommerce

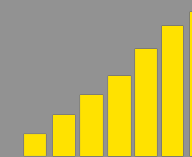


>3,5 Bln €

Totale valore esportazioni
attraverso canale eCommerce

>3,5%

Peso del Design eCommerce
sulle esportazioni



Da 120 Mln€ di fatturato
export eCommerce del
reparto...

...si prevede un target di
1 Bln totale
eCommerce
arredo di cui
500 Mln €
export per il
2020

In questo contesto le aziende del settore stanno rivedendo la loro strategia

Ricerca EY su aziende del comparto (n=102)

82%

Delle aziende stanno ridefinendo la loro strategia complessiva

68%

Stanno attraversando una fase di ridefinizione del business model

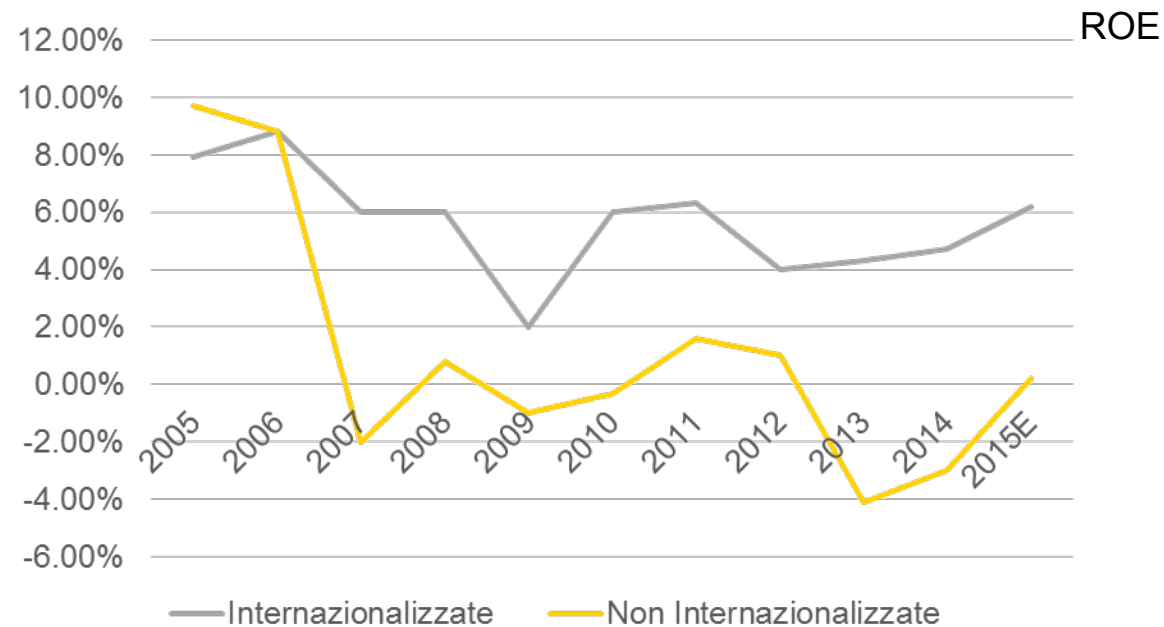
...agendo sui principali driver di crescita...





L'Internazionalizzazione è un'opportunità che le aziende del settore devono cogliere con un approccio che sia vincente

Impatto dell'internazionalizzazione sulla redditività



- ▶ **Le imprese internazionalizzate mostrano redditività superiore rispetto a quelle non internazionalizzate e una maggiore resilienza alle crisi**

Key Success factors per l'internazionalizzazione

- **Ricerca di vantaggi competitivi internazionali** basati sul **valore differenziale** del prodotto e non sul mero contenimento dei costi
- Target su **mercati più sviluppati**, in grado di apprezzare il **valore aggiunto del «made in Italy»**
- **Equilibrata struttura finanziaria**, con un utilizzo adeguato del debito
- Sfruttamento del potenziale **multicanale**
- Scelta dei giusti **partner commerciali**

Fonte: studio EY – CDR SDA Bocconi, «Export - L'internazionalizzazione dell'eccellenza italiana» (Aprile 2015)



La Generazione Y naturalmente integrata con le nuove tecnologie può essere un nuovo target per il settore...

I Millennials hanno già portato alcuni mercati alla completa trasformazione...



...ed oggi sono il “nuovo cliente” per il mercato dell’arredamento

Principali comportamenti dei Millennials

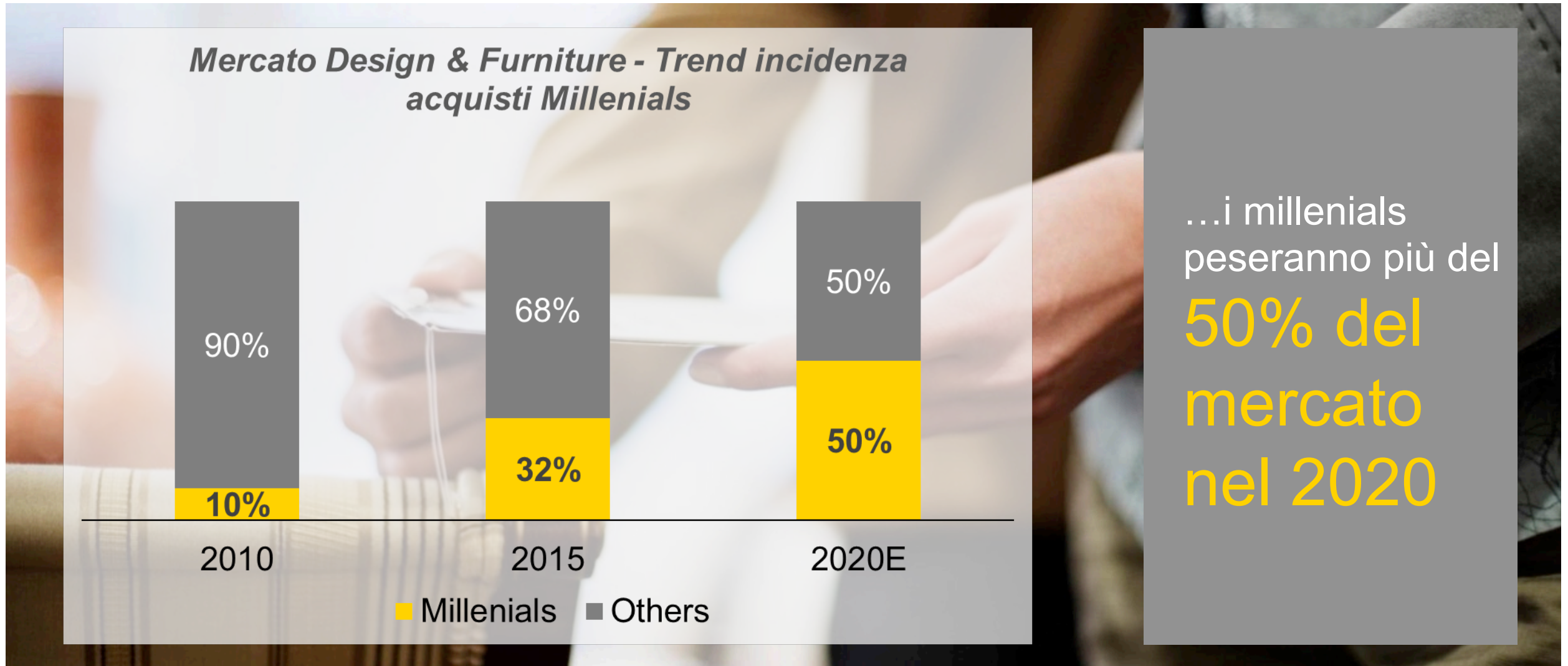
Canale Mobile preferenziale
«Cosa Vuoi Quando Vuoi»

Social Shopping

Approccio Pay-per-Use



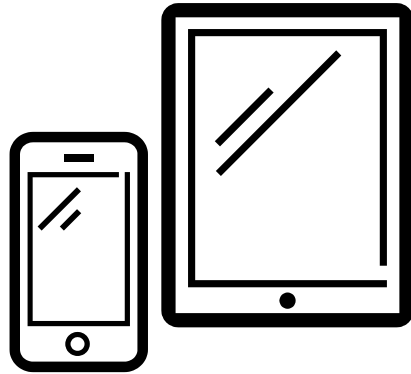
La Generazione Y naturalmente integrata con le nuove tecnologie può essere un nuovo target per il settore...





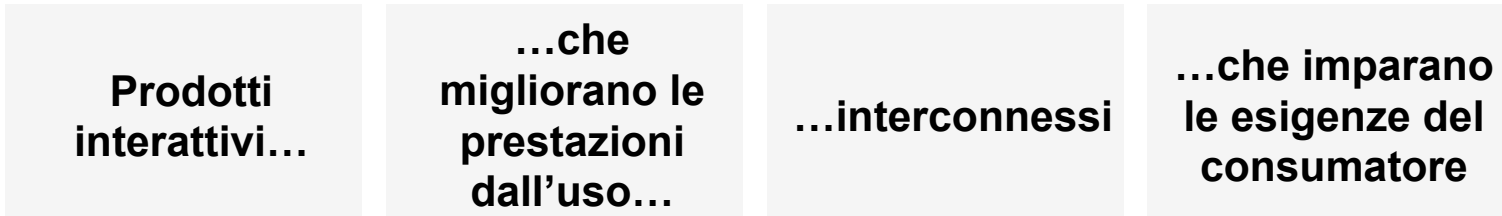
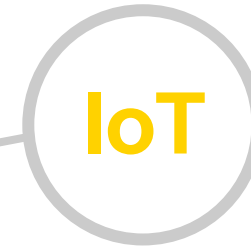
...con degli impatti, non solo sulla gestione dei canali, ma anche con l'offerta di prodotti e servizi

Accesso Mobile



Evidenze Mercato

- User Experience non ottimizzata
- Catalogo on line pdf non navigabile
- Scarse funzionalità multichannel



In un settore che mostra soprattutto Piccole imprese, il consolidamento sarà necessario sia per affrontare crescita strutturata che competitor internazionali

500.000 €

Fatturato medio delle
aziende del settore del
Design

<10%

Peso delle Top 20 Casa e
Design per fatturato sul totale
valore del mercato



Alleanze, aggregazioni, integrazione di filiera



Funding
(Minibond, Corporate funding, IPO,..)



Partnership con nuovi player
(Technology partners, distributori,...)

Il Canale digitale può essere sfruttato sia per la vendita diretta che per il B2B investendo su piattaforme comuni come entry strategy nell'e-commerce



Vantaggi vendita su Marketplace

- ▶ **Cliente:** accesso ad un'ampia gamma di prodotti, con conseguente riduzione dell'effort dedicato alla ricerca (tutti i prodotti visualizzabili su un unico sito)
- ▶ **Esercente:**
 - ▶ Nuovi canali (estero)
 - ▶ Nuovi clienti
 - ▶ Offerta di servizi avanzati

B2B



Resistenze al Marketplace

- ▶ Costi di commissione
- ▶ Competizione/ con i big player
- ▶ Know-how insufficiente

Marketplace



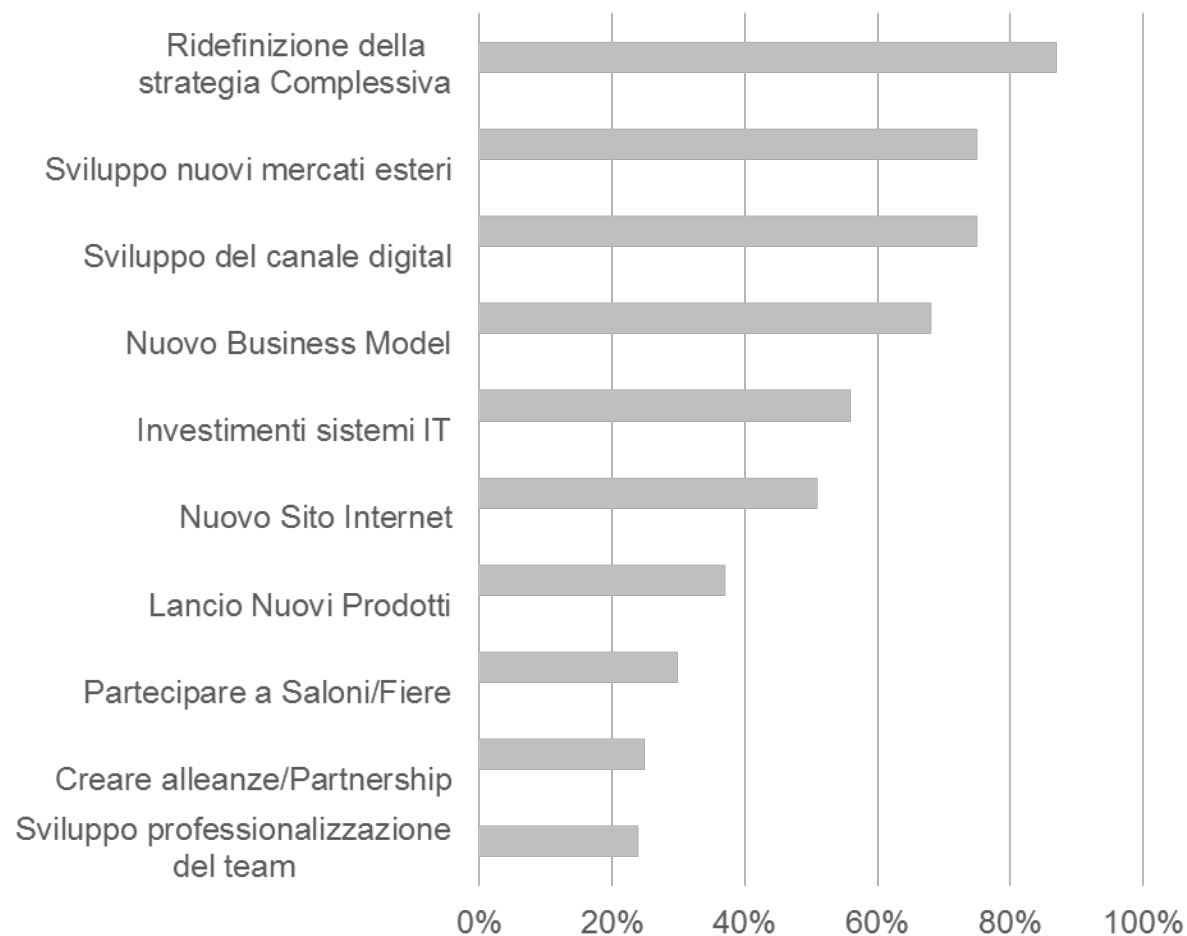
Fattori critici di successo

1. Integrazione Community Professionisti
2. Presentazione del prodotto
3. Gestione del prezzo e promo
4. Servizi di spedizione
5. Customer service

Quali sono le priorità su cui lavorare?

EY Research 2015

«Quali sono le 3 priorità su cui lavorerete nel prossimo anno?» (n=102)



Priorità suggerite da EY

01

Supportare la crescita del business e sviluppare l'**export** attraverso un approccio **multicanale**, garantendo la User Experience

02

Definire un **medium/long term strategy** di crescita (organica vs inorganica) per poter raggiungere una **massa critica**. Funding attraverso IPO, Minibond, etc.

03

Sfruttare il mercato **B2B** facendo leva sulle nuove tecnologie e creando **piattaforme** di sviluppo commerciale ad hoc

...e ricordiamoci...

I millennials stanno arrivando...





EY

Building a better
working world



GRAZIE