



## Mercato Aicel alla conference di Anes: i nuovi paradigmi dell'e-commerce portano verso il modello B2B2C

L'intervento del presidente dell'Associazione italiana commercio elettronico, Andrea Spedale, ieri a Milano durante l'iniziativa organizzata dall'Associazione Nazionale Editori di settore

Il mondo dell'e-commerce cambia pelle partendo dal B2B che, con 406 miliardi di euro di transito nel 2020 (dati osservatori.net Politecnico di Milano) costituisce la parte preponderante del settore. Il cambiamento avviene di pari passo con l'ingresso nel mercato della Generazione Z che, caratterizzata da significative competenze tecnologiche e orientata alla customization, subentra nel passaggio generazionale ai boomer. Diventa strategico per il futuro di ogni impresa chiedersi, dunque, se un buyer Gen Z comprerà un articolo professionale recandosi in negozio,

consultando un catalogo cartaceo o chiamando un agente rappresentante, secondo le dinamiche classiche. "La convergenza fra B2B e B2C da un lato e le differenze minime a livello normativo e burocratico dall'altro stanno portando sempre più le aziende ad essere presenti sui mercati con più modelli B2B e a ritagliarsi una posizione anche nel segmento B2C", commenta Andrea Spedale, presidente di Aicel. Si diffonde in particolare la tendenza delle realtà con più di 10 milioni di fatturato e un e-shop B2B attivo ad avviare anche un negozio fruibile dai consumatori per

incrementare o disintermediare il canale tradizionale. Secondo i dati dell'Osservatorio e-commerce B2B Cribis queste aziende sono oggi il 5%. "Emerge un nuovo modello di e-commerce che si può definire B2B2C: un processo di collaborazione, all'insegna della contaminazione, che crea canali di erogazione di servizi e prodotti reciprocamente vantaggiosi. Tecnologie e processi di vendita aziendali convergono sempre più verso logiche tradizionalmente più vicine al consumatore finale. Tuttavia le piattaforme B2B devono mantenere funzioni proprie del merca-

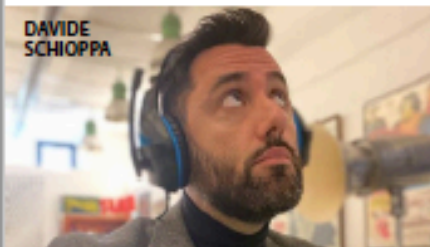


ANDREA SPEDALE

to business, usando gli strumenti digitali con l'obiettivo di semplificare l'acquisto e potenziare i canali commerciali tradizionali", conclude Spedale.

## Strumenti È disponibile in tutti gli store la nuova app targata Podcastory

Presente su sistemi Android e Apple, è un'applicazione totalmente gratuita dedicata agli appassionati e pensata come ambiente sicuro per i branded podcast dei clienti della factory



DAVIDE SCHIOPPA

Podcastory ha lanciato l'app omonima, disponibile per sistemi operativi Android e Apple, per avere sempre a portata di orecchie e di click i migliori podcast in modo del tutto gratuito. Grazie a un'interfaccia semplice e intuitiva, sull'applicazione si possono ritrovare in

modo immediato tutte le serie prodotte dalla prima podcast factory italiana. Lo sviluppo di un'app nativa segna un nuovo passo nella strategia di crescita di Podcastory, che già si è fatta apprezzare dal mercato per i suoi contenuti di qualità e assolutamente originali. "Podcastory App è la casa dei nostri podcast, dei branded podcast che produciamo per i nostri clienti e per tutti i veri appassionati di podcast. Lavoreremo per far crescere la nostra community e per garantire un'audience di qualità ai nostri clienti", commenta Davi-

de Schioppa, founder di Podcastory. "Podcastory App, infatti, è stata pensata appositamente per i podcast lover, ovvero per chi ama i podcast, ma di altissima qualità - prosegue Schioppa -. Dall'altra parte, è studiata anche per offrire ai brand un ambiente sicuro e protetto, in cui poter ascoltare - e far ascoltare - i propri branded podcast, senza il rischio di trovarsi su contenuti non in linea con il posizionamento del brand". Lo sviluppo dell'app è stato guidato da Alessandro Caggianelli, Project Manager con oltre dieci anni di

esperienza nel media come digital leader e oggi dedicato al Growth Hacking, in appoggio a start-up e fast growing company in tutto il loro percorso di digitalizzazione, dallo sviluppo fino al lancio e alla diffusione con l'obiettivo di scalare velocemente il business. Nel team guidato da Caggianelli gli sviluppatori di TangoDev azienda fondata da Leonardo Tonghini ed Emanuele Tonghini, e Nicolò Benigni, di Blooz. L'app sarà totalmente gratuita e senza necessità di registrazione (<https://shot.by/PODCASTORYAPP>), proprio per favorire la diffusione al grande pubblico. Il focus è sull'ascolto e l'esplorazione dei contenuti, oltre all'estensione per Apple Car Play e Android auto, vista la crescente fruizione dei podcast durante gli spostamenti in auto.