

Una nuova modalità del commercio elettronico: i marketplace

Anche il commercio elettronico si evolve e nascono nuove forme di transazione on line piu' agevoli e semplici che stanno riscuotendo buoni consensi.

MILANO. Icity.biz la società che si occupa del marketplace che fa capo al Gruppo UniCredito Italiano, ha condotto un'interessante e recente indagine mirata a comprendere l'effettivo utilizzo ed il livello di diffusione dei marketplace in Italia. Tale indagine è stata condotta nel corso di incontri organizzati in dieci città d'Italia per approfondire con i rappresentanti dell'imprenditoria e della P.A. locale il tema del marketplace come nuovo modello di business per aziende pubbliche e private. Il campione era composto da 400 rappresentanti di medie e grandi imprese pubbliche e private italiane appartenenti a diverse aree aziendali con una netta prevalenza di esponenti della funzione Acquisti e Finanza. Le risposte hanno evidenziato un aumento di fiducia nei marketplace, come valida alternativa ai tradizionali metodi di negoziazione. Il 29,4% degli intervistati, infatti, ha dichiarato di utilizzare già i marketplace per i propri acquisti, mentre ben il 44,5% sta pensando di adottarli. L'analisi e l'elaborazione delle risposte sono state effettuate da Sebastiano Missineo, docente di Marketing presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi dell'Aquila. Negli ultimi tempi, nell'ambito dei rapporti di new economy si sente molto parlare di Marketplace per determinate categorie merceologiche di prodotti con la possibilità di organizzare anche veri e propri mercati locali in grado di rispondere in modo flessibile alle esigenze dei diversi buyer. Con lo sviluppo del commercio elettronico si sono diffuse nuove modalità di vendita e di gestione delle relazioni fra produttori e fra produttori e consumatori. Sono quindi entrati a far parte del linguaggio comune nuove terminologie per indicare queste innovazioni rese possibili dall'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT). Il termine marketplace indica un "luogo" a disposizione di fornitori e clienti nel quale mettere in relazione domanda ed offerta di beni e servizi. Caratteristica principale dei marketplace è rappresentata dalla compresenza di più fornitori (più o meno concorrenti sulle medesime tipologie di beni e servizi) e dalla possibilità di creare una fitta rete di relazioni fra fornitori e potenziali clienti. I marketplace sono principalmente dedicati allo scambio di beni e servizi in un'ottica di "business to business" rispetto alla vendita diretta di piccoli quantitativi ad un singolo cliente privato (caratteristica del commercio business to consumer). [Michele Iaselli/STUDIOCELENTANO.IT]

Publicato il: 19 dicembre 2002

Fonte: [Michele Iaselli/STUDIOCELENTANO.IT](http://www.studiocelementano.it)

Autore: [Redazione FullPress](#)

Link: <http://www.studiocelementano.it>

News inserita in: [Varie](#)