

**Italia, mercato eCommerce della ferramenta  
a quota 3,4 miliardi di euro.  
Il ruolo dell'AI nella trasformazione del comparto.  
Il convegno a settembre, nell'ambito di Bricoday 2025**

*Sfiora i 3 miliardi e mezzo il volume delle vendite online del comparto ferramenta in Italia, pari al 20% del totale (16,9 miliardi di euro).*

*Con previsioni di ulteriore crescita nel biennio 2025-2026.*

*Elettrotensili e giardinaggio le merceologie più ricercate.*

*Il ruolo dell'AI quale acceleratore della trasformazione del comparto:  
appuntamento al 25 settembre a Fiera Milano Rho, al convegno sul Phygital  
Retail nel Digital Village di Bricoday.*

*Milano, giugno 2025* – Il settore della ferramenta italiana sta vivendo una profonda transizione verso il digitale, trainata dall'espansione dell'eCommerce e dall'adozione sempre più diffusa dell'Intelligenza Artificiale.

Secondo gli ultimi dati resi noti dagli organizzatori di **Bricoday** – il principale appuntamento italiano dedicato agli operatori dei settori Fai da Te, Tecnico, Casa e Garden (in programma il 24-25 settembre 2025 a Fiera Milano Rho) – nel 2024 il valore dell'eCommerce nel comparto ha raggiunto i **3,4 miliardi di euro**, pari al **20% del fatturato complessivo**, che sfiora i **17 miliardi** (dato Assofermet).

*“Oggi oltre una ferramenta su tre è presente online, attraverso piattaforme proprietarie o marketplace”* – spiega **Alessandra Fraschini**, fondatrice dell'**Osservatorio Permanente Multi&Omnicanalità Ferramenta (OPMF)**. *“Il trend in crescita dell'omnicanalità fa prevedere un ulteriore aumento del 17% nel biennio 2025–2026”*. L'Osservatorio sarà tra i protagonisti della prossima edizione del *Bricoday Digital Village*, l'area tematica della fiera dedicata alle soluzioni digitali e innovative per il retail del settore. Il *Village* ospiterà piattaforme online, soluzioni gestionali, sistemi di pagamento, logistica avanzata, marketing e comunicazione digitale, e sarà accompagnato da un ricco programma di talk, workshop e tavole rotonde con esperti e player del settore e una importante attività di networking per favorire il dialogo tra innovazione e distribuzione.

L'**indagine** condotta da OPMF conferma il consolidamento della trasformazione digitale:

- il **35%** dei negozi tradizionali e professionali integra già un canale **eCommerce**.
- Il **30%** degli operatori sta lavorando all'integrazione strategica (**omnicanalità**) tra fisico e digitale (in crescita rispetto al 25% del 2023).
- Il modello **multicanale** rimane il più adottato, scelto dal **70%** del campione, anche se in leggero calo rispetto all'anno precedente.

La ferramenta, dunque, mantenendo saldo il ruolo del punto vendita fisico, si digitalizza. In questo scenario crescono, tra gli addetti ai lavori, l'attenzione verso l'aggiornamento delle competenze e l'adozione di strumenti innovativi:

- il **52%** delle aziende investe nella trasformazione digitale.
- Le **priorità** includono: formazione del personale (**73%**), nuovi gestionali integrati (**59%**), progetti online e multicanali (**49%**), comunicazione digitale (**34%**).

## Ferramenta online: cosa comprano gli italiani?

Secondo OPMF, la media annuale delle merceologie più vendute nel canale phygital indica **Elettrodomestici** al 63%, **Giardinaggio** al 27%, seguito da **Utensileria** al 18%, **Ferramenta e Sicurezza** al 14%. Colore e vernici e outdoor al 12%, Edilizia all'11%, DPI al 10%, Abbigliamento da lavoro al 9%; più distaccate le altre voci.

Il target più attivo appartiene in maggioranza al cluster di età 25-45 anni (**60%**), mentre aumentano la quota dei 45-60enni (**32%**) e dei giovanissimi, oggi all'**8%** (vs il 2% del 2023).

## Il ruolo dell'Intelligenza Artificiale in ferramenta

L'adozione dell'**Intelligenza Artificiale** rappresenta un ulteriore salto qualitativo per il settore, con strumenti che stanno trasformando profondamente l'esperienza d'acquisto, online e in store. Secondo i dati dell'Osservatorio, **il 36% dei negozi phygital** ha già integrato soluzioni di AI nelle proprie attività, tra cui:

- **Chatbot** (63%): per assistenza in tempo reale ai clienti e supporto post-vendita.
- **Content automation** (44%): per la redazione automatica di schede prodotto, articoli e contenuti marketing.
- **Data Analytics** (29%): analisi dei comportamenti di acquisto, gestione magazzino e previsione della domanda.
- **Supply chain intelligente** (13%): ottimizzazione logistica, riduzione tempi di consegna
- **Pagamenti smart** (11%) e **manutenzione predittiva** (5%).

Questi scenari saranno al centro del convegno **Phygital Retail**, in programma il **25 settembre** durante **Bricoday**. Un appuntamento coi leader di settore dedicato a esplorare come l'AI stia trasformando ogni aspetto del retail – dalla personalizzazione del customer journey alla comunicazione, alla gestione operativa del punto vendita.

Ma non solo.

Dopo la fase dell'**AI predittiva** e l'exploit dell'**AI generativa**, il 2025 sarà l'anno dell'**AI agentica**: una nuova frontiera in cui l'Intelligenza Artificiale agisce in modo proattivo e autonomo per raggiungere obiettivi specifici aprendo così orizzonti inediti nella gestione del punto vendita fisico, dall'ottimizzazione dei percorsi del cliente alla personalizzazione della comunicazione e, persino, alla riprogettazione delle planimetrie dei punti vendita.

---

### Bricoday

Fiera Milano-Rho | 24-25 settembre 2025 | cadenza: annuale | visitatori: professionali | Segreteria organizzativa: Tel. +39 02 89501604 - mail: [segreteria@bricoday.it](mailto:segreteria@bricoday.it) - [www.bricoday.com](http://www.bricoday.com)

**Bricoday** (XVII ed.) è il più importante evento B2B per i mondi del fai da te, tecnico, sistemazione e decorazione della casa, garden, punto di incontro per gli operatori dei diversi settori collegati a questi mondi. L'edizione 2024 ha visto la presenza di 412 espositori (+6% rispetto al 2023) in rappresentanza di tutte le merceologie del mondo brico tra le quali: autoaccessori, adesivi/sigillanti, edilizia, elettricità, domotica, ferramenta, legno, parquet, pennelli, vernici, utensileria; bagno/idraulica, casalinghi, pulizia, sistemazione, tessile, decorazione, illuminazione, clima; giardino-terrazzo, pet.