

## Natale sempre più digitale: nel 2016 forte incremento di vendite online per le aziende socie di Netcomm

Milano, 13 febbraio 2017. I regali di Natale si acquistano sempre di più online: è quanto emerge da una ricerca svolta da [Netcomm](#), il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, che ha monitorato l'andamento delle vendite online dei propri soci nel periodo compreso tra metà novembre e fine dicembre 2016, evidenziando una crescita significativa delle transazioni.

La ricerca ha coinvolto i soci del Consorzio e i siti di e-commerce in possesso del [Sigillo Netcomm](#), che ne certifica la qualità, l'adempimento degli obblighi di legge e l'attenzione verso le esigenze del consumatore. Il risultato è la voce di aziende sia di grandi che di medio-piccole dimensioni, appartenenti a diversi settori che, rappresentando una parte del tessuto aziendale italiano, forniscono interessanti spunti di riflessione sul mercato e-commerce.

Rispetto al 2015 emerge un'interessante crescita: **l'80% delle aziende intervistate dichiara infatti di avere riscontrato un aumento delle vendite online** rispetto al Natale scorso. Aumento che, per circa un sito di e-commerce su quattro, ha preso le sembianze di una vera e propria impennata: **il 23% dichiara infatti di aver registrato un incremento superiore al 50%**.

La tendenza positiva ha riguardato sia le aziende di piccole dimensioni sia le grandi organizzazioni (con oltre 250 dipendenti). Tra i settori merceologici più performanti tra i soci di Netcomm **l'Informatica ed Elettronica** e al **Food & Grocery, dove la totalità delle aziende rispondenti ha dichiarato** una crescita rispetto al periodo natalizio dello scorso anno. Trend molto positivi si riscontrano anche per i **Servizi Business** (crescita per il 79% delle aziende rispondenti), **Arredamento** e **Servizi per la Casa** (70%) e **Abbigliamento** (67%).

Il Natale si conferma un momento cruciale per gli operatori di e-commerce: per quasi il 20% delle aziende rispondenti il valore delle vendite natalizie costituisce tra il 20% e il 40% dei ricavi annui e per il 4% oltre il 40%. È quindi ovvia l'importanza di attirare l'attenzione dei consumatori in tale periodo dell'anno; per questa ragione **il 73% degli intervistati dichiara di avere sviluppato iniziative ad hoc per stimolare le vendite sotto Natale**, utilizzando un mix di strumenti promozionali: in testa ci sono **gli sconti sui prodotti/servizi e le attività di comunicazione** (adottati rispettivamente dal 56% e dal 45% dei rispondenti). Anche le **promozioni sulle modalità di consegna e ritiro** sono state piuttosto utilizzate (21%); interessante osservare come il 27% dei rispondenti non abbia sviluppato particolari attività rispetto a quelle che svolge durante l'anno, segno che anche la stagionalità costituisce di per sé un interessante stimolo alla domanda.

**Cresce anche la percentuale di acquisti effettuati tramite dispositivi mobili** che hanno rappresentato un flusso di traffico e di acquirenti **per l'80% dei rispondenti**; da notare come la percentuale di vendite concluse attraverso questo device nel periodo natalizio sia stata superiore rispetto alla media della percentuale di vendite via smartphone registrata durante tutto l'anno:

- Il 44% dei rispondenti ha registrato tra l'1% e il 10% di incremento di vendite via smartphone
- Il 25% dei rispondenti tra il +11% e il +30%
- L'11% dei rispondenti oltre il +30%

*“Da questi dati si comprende come oggi sia fondamentale rendere l’esperienza mobile sempre più attraente e soddisfacente per gli utenti, dichiara Roberto Liscia, Presidente del Consorzio Netcomm. Per chi ha un sito di e-commerce è importante guadagnare la fiducia del cliente non solo ottimizzando la user experience di navigazione ma garantendo anche sicurezza delle transazioni, contenuti puntuali e mantenendo continuità tra l’esperienza web e mobile”*

Gli strumenti di pagamento preferiti dai compratori online sono risultati essere le **carte di credito** (73%) e il sistema **PayPal** (64%). Il contrassegno si dimostra ancora una forma di pagamento importante per il mercato italiano, con il **35% dei rispondenti** che lo ha indicato come uno degli strumenti maggiormente utilizzati dai propri clienti; una modalità di pagamento che risulta più vicina all’esperienza di fare acquisti in un negozio fisico.

Anche i soci di Netcomm sembrano seguire il trend generale dell’e-commerce italiano, che fatica ad affermarsi sull’export: il 50% dei rispondenti non ha realizzato vendite verso consumatori stranieri durante il periodo natalizio e il 33% ha registrato vendite cross-border tra l’1 e il 10%.

*“Solo il 12% degli operatori del commercio elettronico intervistati riesce attualmente ad attirare flussi consistenti dall’estero: ciò significa che c’è molto lavoro da fare, ma anche che **ci sono ottime prospettive di crescita per le aziende che sapranno sfruttare efficacemente i canali di vendita online**”, prosegue Liscia. “Il Made in Italy è apprezzato nel mondo perché è sinonimo di qualità, passione e attenzione per i dettagli; la possibilità di raggiungere direttamente il pubblico internazionale attraverso l’e-commerce online aiuterà le aziende più intraprendenti a crescere e ad affermarsi anche al di fuori del mercato nazionale”.*

**Netcomm** è il **Consorzio del Commercio Elettronico Italiano**, punto di riferimento in materia di e-commerce nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, Netcomm annovera tra i suoi consorziati più di 200 aziende che rappresentano sia società internazionali che piccole e medie realtà di eccellenza.

Il Consorzio si pone l’obiettivo di promuovere iniziative che contribuiscano alla conoscenza e alla diffusione del commercio elettronico, generando valore per l’intera filiera del settore. Attraverso un insieme di iniziative congiunte di diversa natura, Netcomm supporta le imprese nella loro evoluzione digitale a vantaggio dei consumatori e di tutto il sistema Paese. Tra queste, il Sigillo Netcomm, il sigillo per i merchant che offrono un servizio di qualità, trasparenza e affidabilità al consumatore finale.

Netcomm è tra i Paesi fondatori dell’Associazione Europea del Commercio Elettronico, Ecommerce Europe, nata con lo scopo di stimolare lo sviluppo del commercio elettronico a livello europeo.

**Ufficio Stampa Netcomm** | +39 02700251

[Netcomm@imageware.it](mailto:Netcomm@imageware.it)

Alessandra Pigoni - Stefano Bogani