

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

Alessandra Pighi - Stefano Bogani