

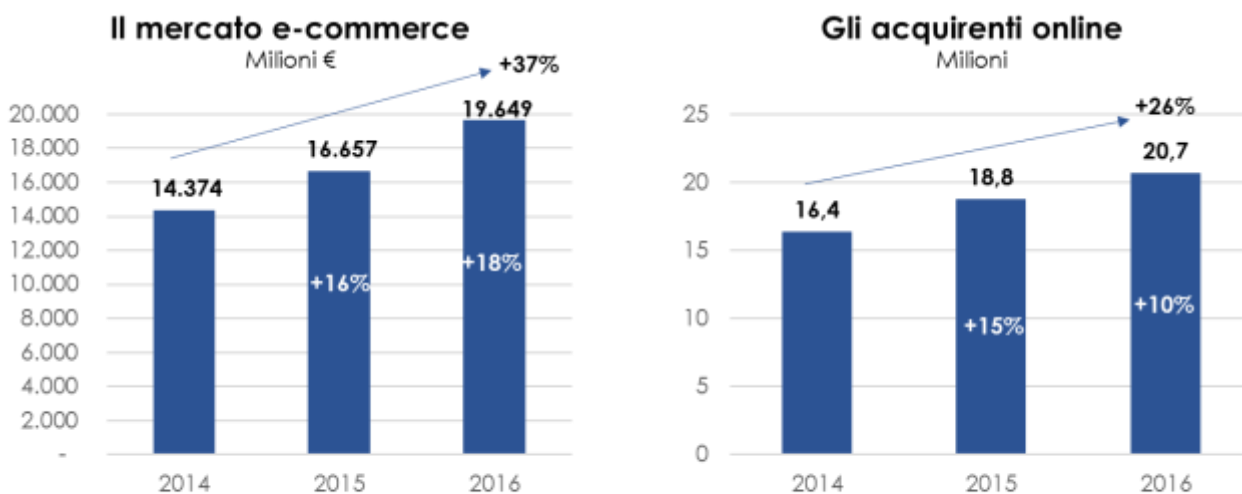
Agli italiani piace l'e-commerce multi-device, il 25% preferisce utilizzare dispositivi diversi. Boom di acquisti da smartphone: +80%.

Aumentano i consumatori che acquistano online ma cresce anche la spesa media e la frequenza d'acquisto nel canale digitale

Gli acquirenti online abituali rappresentano il 51,6% dell'utenza italiana, pari a 15,9 milioni

Turismo e viaggi, informatica ed elettronica, abbigliamento si confermano le categorie trainanti ma crescono anche Arredamento e Home Living, Food & Grocery ed Editoria

Milano, 27 febbraio 2017 – L'e-commerce in Italia continua la sua crescita: si amplia il pubblico degli acquirenti online, ma soprattutto aumenta il giro d'affari generato; mentre gli e-shopper nel 2016 sono cresciuti del 10%, raggiungendo quota 20,7 milioni di utenti, il valore delle transazioni ha subito un incremento del 18%, giungendo a sfiorare i 20 miliardi di euro.



Fonte: elaborazioni Netcomm gennaio 2017
su dati Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - School of Management Politecnico di Milano e
eCommerce index, elaborato da Human Highway per Netcomm

Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, evidenzia **la frequenza sempre maggiore con cui gli italiani fanno shopping online**. Gli utenti abituali, coloro che effettuano in media almeno un acquisto online al mese, sono infatti in forte crescita: nel 2016 sono aumentati del 25% e sono ormai quasi 16 milioni. Le spese di questi e-shopper pesano per il 94% sul giro d'affari totale dell'e-commerce italiano, a riprova del fatto che per questa ampia fetta di utenti l'acquisto online è ormai una routine.

La pratica di effettuare acquisti online è ormai estremamente generalizzata: l'83,6% degli utenti internet italiani ha comprato online almeno una volta nella vita e più della metà – il 51,6% – lo fa abitualmente. Si tratta di un mercato di dimensioni straordinarie, ma destinato a svilupparsi

ulteriormente: **per il 2017 Netcomm prevede infatti una crescita annua vicina al 19%, che dovrebbe portare il volume delle transazioni a circa 23 miliardi e mezzo di euro.** Tra i settori con trend in crescita per il 2017 ci sono: Arredamento e Home Living (48%), Food & Grocery (30%) e l'Editoria (+16%).

Un altro aspetto di particolare importanza evidenziato da Netcomm riguarda i canali scelti dagli utenti italiani per effettuare acquisti su internet e la loro redditività. Se il PC resta lo strumento preferito dagli e-shopper, **i dispositivi mobile guadagnano rapidamente terreno:** a dicembre 2016 il 26,1% degli acquisti è stato effettuato da tablet o smartphone. Se nel caso dei primi la crescita è tutto sommato ridotta (+14% rispetto al 2015), i secondi hanno evidenziato un vero e proprio boom: le transazioni sono cresciute dell'80% nel corso del 2016.

È quindi auspicabile che i commercianti puntino esclusivamente sul mobile, considerando i tassi di crescita? *“È importante che gli operatori dell'e-commerce offrano strumenti mobile-friendly, ma l'obiettivo non deve essere di migrare interamente il traffico verso smartphone e tablet. Occorre piuttosto puntare alla omnicanalità: la possibilità di acquistare ovunque offre una migliore esperienza all'utente, ma ha anche dei chiari ritorni economici per il commerciante”*, afferma **Roberto Liscia, Presidente del Consorzio Netcomm.** *“I nostri dati mostrano chiaramente che gli acquirenti multiplatforma, pur costituendo circa il 25% del totale, generano il 40% del valore complessivo. Il motivo è presto spiegato: un utente che può contare su strumenti pratici e flessibili sarà più soddisfatto e quindi più propenso a ritornare”*.

Per meglio identificare gli “everywhere shopper”, ossia gli utenti che effettuano acquisti da PC, tablet e smartphone, il Consorzio Netcomm con le elaborazioni di Human Highway ne ha tratteggiato un profilo: si tratta di un universo di un milione di individui (5,6% degli acquirenti online), principalmente uomini (64%), di età compresa tra i 25 e i 44 anni (70%), in possesso di una laurea (60%) e residenti in grandi centri urbani (43%). È interessante notare che per questa categoria di utenti **gli strumenti online non sostituiscono gli acquisti offline, ma anzi li supportano:** il 33,7% di loro dichiara infatti di utilizzare lo smartphone per orientarsi nell'acquisto in negozio. Un elemento che evidenzia come l'e-commerce non sia una minaccia per i punti vendita fisici, ma piuttosto costituisca un elemento imprescindibile di una strategia di crescita globale.

Gli everywhere shopper, inoltre, contribuiscono all'11,7% del Net Retail perché spendono oltre il 100% in più della media.

Le iniziative 2017

Il Consorzio Netcomm intende accompagnare la crescita dell'e-commerce nel 2017 potenziando e ampliando ulteriormente le proprie azioni a sostegno delle aziende e a tutela dei consumatori italiani. Con questo obiettivo, l'ampio portfolio di ricerche periodiche è destinato ad arricchirsi di nuovi **osservatori dedicati alle tematiche più rilevanti in ambito e-commerce e ad alcune delle industry più rilevanti online.**

Anche per il 2017 l'appuntamento di riferimento per le aziende italiane è con l'e-Commerce Forum, il 10 e 11 maggio, che quest'anno cambia nome in **NetcommFORUM**; saranno oltre 100 le conferenze e i workshop organizzati con speaker internazionali su argomenti di primario livello alla presenza di oltre 10.000 partecipanti previsti.

Novità di quest'anno, Netcomm affiancherà a questo evento quattro momenti di incontro e di scambio professionale, denominati NetcommFOCUS, ognuno dedicato a uno specifico settore chiave dell'e-commerce: Lifestyle, Food, B2B, Travel.

Grande attenzione verrà riservata anche all'ulteriore sviluppo e diffusione del [Sigillo Netcomm](#), il marchio che rassicura gli utenti certificando che chi lo espone offre loro qualità, adempimento degli obblighi di legge e attenzione verso le esigenze del consumatore. Nell'anno in corso il Consorzio Netcomm intende focalizzarsi soprattutto sui **settori farmaceutico e cosmetico**, in modo da garantire agli e-shopper la possibilità di acquistare online in tutta sicurezza prodotti facenti parte di queste delicate categorie merceologiche.

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 Pigoni - Stefano Bogani