

Ecommerce e Fashion&Lifestyle

L'emergenza sanitaria ha un impatto negativo sulle vendite online di questo settore, ma Netcomm invita a pensare alla fase 2 con una strategia che va oltre l'omnicanalità

L'88% delle aziende del *fashion & lifestyle* subisce il duro colpo del Coronavirus anche nelle vendite online, ma è aperta la strada verso lo "unified commerce"

La crisi sanitaria ha portato nuovi consumatori ad avvicinarsi all'ecommerce: il 77% delle aziende che vende online nei diversi settori ha dichiarato di aver acquisito nuovi clienti

Milano, 7 aprile 2020 - Se l'ecommerce sta rappresentando un canale vitale per tante aziende italiane che, grazie all'online, riescono a continuare le proprie attività, per altri settori, come quello del *fashion&lifestyle*, la sfida è ancora più dura.

Nelle ultime settimane di emergenza sanitaria, infatti, l'**88%** delle aziende in questo settore dichiara di aver registrato un **calo di fatturato**; per l'**8%** le vendite sono rimaste invariate e per il **4%** sono aumentate: un comparto che online vale 3,3 miliardi di euro nell'Abbigliamento e 1,7 miliardi di euro nell'Arredamento & Home living¹.

In generale, la diffusione del virus ha avuto un impatto negativo sulle imprese di servizi business to business, con oltre due terzi (69%) delle aziende che riscontra un calo di fatturato. Tuttavia, il **77%** delle aziende che vende online nei diversi settori ha dichiarato di aver acquisito **nuovi clienti**, a dimostrazione che la crisi ha portato diversi consumatori ad avvicinarsi per la prima volta agli acquisti online per necessità.

Sono queste le principali evidenze emerse dall'ultima indagine di Netcomm, che ha rilevato da un campione di 150 aziende italiane le principali criticità che stanno affrontando nell'attuale contesto di emergenza, con l'obiettivo di formulare riflessioni e suggerimenti per il prossimo futuro per aiutare gli imprenditori nella graduale, ma necessaria, prossima ripresa delle attività.

"La crescita a tripla cifra dell'ecommerce in queste settimane, con picchi importanti nell'alimentare e nell'approvvigionamento domestico, ha messo le aziende di fronte

¹ Osservatorio eCommerce B2c Netcomm-Politecnico di Milano, 2019:
<https://www.ipresslive.it/comunicates/26493/nel-2019-gli-acquisti-online-in-italia-sfiorano-i-316-miliardi-di-euro-15-e-quelli-da-smartphone-valgono-il-40-del-totale>

*all'evidenza che il digitale non è più solo un'opzione, ma una strategia chiave per lo sviluppo del proprio business.” Commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**, che continua: “L'indagine mette in evidenza che la crisi ha portato diversi consumatori ad avvicinarsi per la prima volta agli acquisti online, con il **77%** delle aziende nei diversi settori che ha dichiarato di aver acquisito nuovi clienti. Il commercio digitale sta dimostrando di essere non più solo un accessorio, ma un servizio fondamentale per le imprese e per i cittadini. Nonostante la diminuzione delle vendite, infatti, l'**81%** delle aziende del *fashion&lifestyle* ha dichiarato che il canale digitale ha rappresentato un valido supporto nella gestione dell'emergenza COVID-19”.*

Le aziende della moda, del design, della cosmetica e dell'arredo, dunque, hanno risentito particolarmente della flessione delle vendite, anche online, ma secondo Netcomm questo è il momento di pensare alla fase 2: *“Prossimamente assisteremo alla riapertura graduale dei siti di produzione e dei punti vendita, e le persone potranno finalmente tornare a circolare liberamente, anche se sarà necessario continuare a prendere le dovute precauzioni per la tutela della salute di tutti. E, a quel punto, il ruolo del commercio online sarà ancora più importante: molti preferiranno acquistare un capo di abbigliamento online, piuttosto che impiegare lungo tempo in fila o provare nei camerini gli stessi abiti magari appena indossati da altri. Le persone avranno bisogno di un valido motivo per uscire di casa e andare a fare shopping, per questo i negozi dovranno riaprire ancora più belli di prima e dovranno offrire un valore aggiunto di esperienza al semplice acquisto, che può avvenire anche online.”* Conclude **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**: *“Questo è il momento del cosiddetto unified commerce, che va oltre l'omnicanalità, mettendo al primo posto l'esperienza del cliente, abbattendo le barriere tra i canali e sfruttando una piattaforma comune.”*

Da sempre Netcomm sostiene la necessità di una profonda trasformazione digitale di tutte le imprese, mettendo a disposizione di manager e imprenditori **strumenti**, come eventi, workshop, seminari, ricerche, e **competenze verticali**, come logistica, digital marketing, pagamenti, normative di altissima qualità.

All'inizio del 2020, con la nascita di **Netcomm Netstyle**, è stato avviato un focus specifico proprio sull'**omnicanalità**, con l'obiettivo di educare le aziende del *fashion&lifestyle* a porsi in grado di servire i clienti online e offline, senza soluzione di continuità.

L'appuntamento di questo focus nei prossimi mesi sarà l'occasione per fare il punto della situazione e analizzare le prospettive di medio e lungo termine per tutti gli operatori delle filiere di questo settore, che, più di altri, vivrà una profonda trasformazione.

Netcomm

Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è il punto di riferimento in materia di e-commerce e retail digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, riunisce circa 400 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo dell'e-commerce e dell'evoluzione digitale delle imprese, generando valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori. Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico, e della Federazione del Digitale, la federazione per lo sviluppo del digitale in Italia.

Ufficio stampa Netcomm

Mirandola Comunicazione

Alessandra Fulgoni

netcomm@mirandola.net

alessandra@mirandola.net

+39 349 4122999

Marco Ferrario

marco.ferrario@mirandola.net

+39 320 7910162