

eCommerce: presentati a Netcomm Forum Live i nuovi paradigmi di sviluppo del commercio digitale in Italia.

Il lockdown triplica i nuovi consumatori online in Italia tra gennaio e maggio: 2 milioni rispetto ai 700 mila di un anno fa

Rispetto alla crescita organica di 700 mila nuovi consumatori online nei primi 4 mesi dell'anno, nel 2020 si sono aggiunti ulteriori 1,3 milioni di clienti: è la digitalizzazione generata dal lockdown, che ha portato il numero totale di nuovi utenti a 2 milioni.

A quasi due mesi dall'inizio del lockdown, è l'eCommerce il settore che crescerà di più a livello mondiale con l'impatto del Covid-19. Pet care (+154%), cibi freschi e confezionati (+130%), prodotti per la cura della casa (+126%) e della persona (+93%) sono i settori che crescono di più online.

Click&Collect e eCommerce di prossimità sono i nuovi paradigmi di consumo degli italiani che andranno a consolidarsi anche in futuro.

La stampa può registrarsi a [questo link](#) per seguire l'evento

Tutte le news e le immagini in alta risoluzione sono disponibili a [questo link](#)

Milano, 6 maggio 2020 - In un solo mese, dall'inizio della crisi sanitaria, si è registrato un **salto evolutivo** verso il digitale di **10 anni**: le abitudini di acquisto e i comportamenti dei consumatori italiani si sono spostati a favore dell'eCommerce, che ha garantito continuità di servizio per numerose attività e per i cittadini.

Dall'inizio del 2020 a oggi sono **2 milioni** i **nuovi consumatori** online in Italia (in tutto 29 milioni), **1,3 milioni** dei quali, secondo le stime di Netcomm, sono da attribuire all'impatto dell'emergenza sanitaria del Covid-19. Negli stessi mesi dello scorso anno (da gennaio e maggio 2019), infatti, si registravano 700.000 nuovi consumatori: si tratta della crescita organica che il mercato eCommerce si aspettava anche nei primi 4 mesi del 2020, se non fossero subentrati la crisi del Coronavirus e il conseguente lockdown.

È l'eCommerce il settore che crescerà di più (fino a **+55%**) a livello mondiale con l'impatto

del Covid-19, seguito da **modern food retail**¹ (fino a +23%) e vendita all'ingrosso di **prodotti farmaceutici** (fino a +15%)².

Diversi settori, come quello del *fashion&lifestyle*, sono stati colpiti più duramente di altri anche online, ma il 77% dei merchant online ha dichiarato di aver acquisito **nuovi clienti** durante questa fase di emergenza sanitaria³.

Trend nella spesa quotidiana

Dal punto di vista delle **vendite online**, si è registrata una vera e propria impennata nei settori che fino a poche settimane fa erano considerati emergenti: a registrare l'incremento maggiore, da fine febbraio a metà aprile, è infatti il **pet care (+154%)**; seguito da **cibi freschi e confezionati (+130%)**; **prodotti per la cura della casa (+126%)** e della **persona (+93)**⁴. Non solo approvvigionamento alimentare per gli esseri umani e igiene per la cura personale e della casa, dunque: gli italiani comprano online anche per soddisfare le esigenze dei propri animali domestici, fedeli compagni di quarantena per milioni di persone.

Queste le principali evidenze sull'evoluzione dell'eCommerce in Italia, con l'arrivo del Covid-19, presentate oggi durante la plenaria di apertura dell'edizione di **Netcomm Forum Live**, ospitata il **6 e 7 maggio 2020** da una nuova piattaforma digitale che replicherà tutte le potenzialità della grande fiera dell'eCommerce, il Netcomm Forum.

*“Stiamo assistendo a un'evoluzione inaspettata dei modelli di consumo degli italiani. A cambiare in tempi record sono state soprattutto le modalità di spedizione e di consegna. Il **Click&Collect**, ovvero la possibilità di ordinare online un prodotto e di ritirarlo in negozio da parte del cliente, ha registrato una crescita del **+349%**⁵ e ci aspettiamo che nei prossimi mesi diventerà un'abitudine sempre più consolidata, poiché consente flessibilità, adattamento alle esigenze di mobilità e, soprattutto, distanziamento sociale”* commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**. *“Un modello che ha preso piede in Italia in questi quasi due mesi di lockdown è il **proximity commerce**, che permette l'integrazione tra i grandi player del commercio elettronico e i piccoli negozianti, i quali, grazie alla logistica e alle piattaforme di delivery, possono raggiungere i clienti residenti nelle zone limitrofe. Si tratta di un servizio che ha finalmente raggiunto cittadine e piccoli centri abitati che fino a poche settimane fa non avrebbero immaginato di poterne beneficiare e difficilmente i consumatori rinunceranno a questa comoda pratica.”*

Tuttavia, emerge che la tendenza a una logica omnicanale è ancora molto bassa, come basso rimane il livello di gestione smart dei negozi tramite app che consentano ai consumatori di localizzare lo store più vicino, pagare, ricevere sconti e programmi fedeltà. Dall'analisi condotta da Netcomm su circa 280 insegne di diversi settori, che rappresentano circa 46.000

¹ Si intende la modalità di acquisto multicanale nel settore alimentare: ordini online via sito eCommerce, social network, app di messaggistica; click&collect; eCommerce di prossimità

² Fonte: Statista

³ Fonte: [Survey Netcomm, Marzo 2020](#).

⁴ Fonte: Ricerca effettuata da IRI per Netcomm

⁵ Fonte: IRI

punti vendita, risulta infatti che solo il **79%** possiede un canale eCommerce attivo e solo il **37%** è abilitato al ritiro o al reso in store di prodotti acquistati online.

“In questi giorni di emergenza sono tante le domande che ci poniamo sugli effetti e sulle mutazioni che ci attendono nel mondo del commercio” aggiunge **Valentina Pontiggia, Direttore dell’Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano**. *“Tra le poche certezze c’è a mio avviso la vicinanza, la dipendenza che i canali online e fisico hanno dimostrato con forza in questo momento difficile. Durante il lockdown, il digitale per tanti ha rappresentato l’unica (e preziosa) occasione per mantenere viva una relazione con i propri consumatori. Per altri l’eCommerce è stato motore di crescita esponenziale delle vendite, ma le operations hanno dettato con violenza i ritmi e soprattutto hanno imposto i limiti. Quando avremo lasciato alle spalle questa crisi, l’eCommerce svolgerà un ruolo indispensabile per la ripresa del commercio e dei consumi: come individui cercheremo una nuova normalità, sicuramente più digitale. Una sfida importante per il nostro Retail”*.

“In questo scenario in continua evoluzione, le sfide per le aziende e le PMI non sono poche, ma altrettante sono le opportunità per trasformare e innovare il proprio business.” Conclude **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**: *“Acquisire le competenze tecnologiche più adeguate è la chiave per accelerare o avviare per la prima volta il percorso verso l’eCommerce, un settore che mai come in questo momento ha dimostrato di essere non più solo un accessorio, ma un servizio fondamentale per le imprese e per i cittadini.”*

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.

Ufficio stampa Netcomm Mirandola Comunicazione

Alessandra Fulgoni

alessandra@mirandola.net

+39 349 4122999

Marco Ferrario

marco.ferrario@mirandola.net

+39 320 7910162

netcomm@mirandola.net