

## **Black Week: un potenziale di 28,5 milioni di acquirenti digitali in Italia**

*Non solo promozioni: l'online conquista anche per la qualità e la velocità dei servizi*

*Un'opportunità per le PMI italiane per fidelizzare i consumatori e valorizzare le eccellenze del Made in Italy*

Milano, 25 novembre 2021 - Il **Black Friday** e il **Cyber Monday 2021** sono ormai alle porte e anche quest'anno l'**e-commerce** sarà il motore trainante di questa consolidata occasione di shopping per i consumatori italiani. L'online è infatti entrato stabilmente nelle abitudini di consumo nostrane, con **28,5 milioni di persone che lo utilizzano per i loro acquisti di prodotti e servizi**. Un bacino ancora più ampio se si pensa che spesso i consumatori digitali si prestano ad acquistare non solo per sé stessi, ma anche per i propri amici e parenti.

A premiare l'esperienza di acquisto online, tuttavia, non sono solo le promozioni, come in occasione della black week, ma anche la **qualità e la velocità dei servizi** ai quali possono accedere digitalmente i consumatori. Se infatti nel 2020 le vendite online sono state amplificate dall'emergenza sanitaria in corso, nel 2021 le ricerche condotte da **Netcomm** - il Consorzio del Commercio Digitale italiano - hanno dimostrato come l'e-commerce italiano sia cresciuto ulteriormente, segno di un apprezzamento e di un radicamento nell'usare i canali di acquisto online da parte degli italiani.

**A trainare le scelte d'acquisto** dei consumatori italiani online in questo periodo prenatalizio, saranno **le categorie del comparto fashion, luxury e lifestyle**, soprattutto per l'acquisto di abbigliamento, gioielli, arredamento e giocattoli. Come emerso dall'ultima ricerca di **Netcomm** in collaborazione con Veepee "Il Customer Journey di prodotti Fashion e Lifestyle", **nell'ultimo anno**, su un bacino di acquirenti online composto da circa 28,5 milioni di individui, **oltre 1 su 2 (circa 20 milioni)** ha utilizzato proprio il canale online per effettuare il suo ultimo acquisto nelle **categorie fashion&lifestyle**.

Seguono i prodotti per la salute, un settore che quest'anno ha già registrato una crescita del **+43,3% rispetto al 2020**, raggiungendo il **valore di 1,5 miliardi di euro** e abbracciando un bacino di utenza composto da **18 milioni di italiani online**<sup>1</sup>.

Non mancheranno gli acquisti di **prodotti tecnologici**, ma la novità per questi due importanti appuntamenti di shopping quest'anno è rappresentata dal **settore del Food & Grocery**, un settore che in Italia nel 2021 è **creciuto del +37,5%**, in particolare per l'acquisto di prodotti biologici, free-from e 100% italiani, che proprio grazie al digitale riescono meglio a far emergere i propri elementi distintivi<sup>2</sup>.

*“Gli oltre 28,5 milioni di italiani che acquistano online si aspettano certamente da questa black week offerte e promozioni, ma quello che è più interessante osservare è che ricercheranno contenuti personalizzati, servizi in tempo reale e valori intangibili in sintonia con i valori ambientali. La sostenibilità è certamente l'ambito di innovazione su cui i consumatori digitali si aspettano di più dai brand. Gli e-shopper del nostro Paese vogliono che le imprese si impegnino a innovare in ottica di sostenibilità tutti gli aspetti relativi al processo di produzione e di acquisto online di un prodotto: si aspettano soluzioni sostenibili nelle logiche di produzione, nelle modalità di consegna e spedizione, così come nell'utilizzo di confezioni riciclabili ed eco-friendly. La corsa al Natale sui canali online che parte in questi giorni rappresenta una grande opportunità per le piccole e medie imprese italiane: non solo per il crescente numero di consumatori digitali nel mondo, ma anche per le peculiarità dei canali digitali che ben si prestano a valorizzare gli elementi di eccellenza che spesso caratterizzano l'offerta delle aziende italiane”* conclude Liscia.

\*\*\*

#### **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 oltre 450 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**

Grazia Nappi | grazia.nappi@mirandola.net | +39 333 1862600

---

<sup>1</sup> Osservatorio Netcomm sul digital Health&Pharma, ottobre 2021

<sup>2</sup> Osservatorio Digital FMCG di Netcomm in collaborazione con NielsenIQ, settembre 2021