

*Netcomm Forum 2022: presentata la nuova edizione di NetRetail sulle abitudini di consumo online degli italiani e sulle prospettive per il commercio omnicanale in Italia.*

## **Acquistare online diventa fenomeno di massa: più di un italiano su tre ha acquistato online negli ultimi 3 mesi**

*Sono 33,3 milioni gli italiani che hanno acquistato online nell'ultimo trimestre (+9,6 milioni rispetto al periodo pre-pandemia).*

*Il 72% del valore degli acquisti online nel 2022 sarà generato dai prodotti, poiché i servizi, in cui rientra il settore travel, scontano ancora forti contrazioni.*

*Le categorie in maggiore crescita in valore negli ultimi due anni sono: i contenuti digitali e di intrattenimento, arredamento e casalinghi, elettronica, attrezzatura sportiva e spesa alimentare.*

*Prevalgono gli acquisti con sistemi di pagamento digitale al momento dell'ordine (quasi il 90%), mentre scende l'uso di contante o bonifico, sia online che nei negozi fisici.*

*Live streaming eCommerce: un italiano online su due conosce il fenomeno e uno su dieci ha acquistato attraverso questo canale.*

**Milano, 4 maggio 2022** – Sono **33,3 milioni gli italiani** che hanno comprato online un bene o servizio negli ultimi tre mesi. Il **72%** del valore degli acquisti online nel 2022 sarà generato dai prodotti, poiché i servizi, in cui rientra il settore viaggi e travel, scontano ancora forti contrazioni per effetto delle restrizioni imposte dalla pandemia. E, infatti, i prodotti fisici si attestano fra le prime dieci categorie come incidenza negli acquisti online per gli ultimi sei mesi, con abbigliamento, seguito da salute & benessere, spesa alimentare e cosmetica, profumeria. A raggiungere le migliori performance di vendita sono i rivenditori nati online, gli **eRetailer**, e fra i sistemi di pagamento prevalgono le **carte** con solo il 10,4% degli ordini che vengono saldati alla consegna. L'online conferma la sua fondamentale rilevanza nell'orientare la decisione di acquisto nei canali fisici, soprattutto per elettronica ed elettrodomestici. Il livello di soddisfazione rilevato nell'eCommerce è elevatissimo (voto 8) e non trova confronti in altri settori dei servizi. Un italiano online su due conosce il fenomeno **live streaming eCommerce** e uno su dieci ha acquistato in questa modalità.

Questi sono alcuni dei risultati salienti contenuti nella nuova edizione dell'indagine **NetRetail**, una ricerca di Netcomm in collaborazione con Adform, FiloBlu, Oney, QVC Italia e TeamSystem, e presentata in occasione di Netcomm Forum.

*“Come si osserva dall'indagine NetRetail, dopo una forte crescita della base di eShopper generata dalla pandemia, nell'ultimo anno la situazione si è sostanzialmente stabilizzata”. Commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**. “La discontinuità generata dall'emergenza sanitaria degli anni precedenti da un lato ha contratto fortemente gli acquisti nel settore del turismo, ma dall'altro ha decretato la crescita e la diffusione dell'eCommerce a fenomeno di massa anche nel nostro Paese. E se, come abbiamo osservato in passato, per alcuni anni la crescita del valore dei prodotti è stata superiore ai servizi e ai beni digitali, si è anche argomentato che questa tendenza rappresentava un segno di maturità del mercato italiano. Un'evoluzione dovuta sia all'aumento dell'offerta sia al progressivo miglioramento del servizio di consegna (velocità, capillarità, costi contenuti, servizi a valore aggiunto). La pandemia è giunta nel momento in cui l'infrastruttura era pronta a sostenere l'aumento di una domanda in crescita e il sistema ha sostanzialmente retto l'impatto. Ma oggi a sostenere la crescita*

*degli acquisti online vi sono due fattori principali: l'allargamento della base degli acquirenti, che vediamo essere più di un italiano su due, e l'aumento della frequenza negli acquisti online. Anche in fatto di sistemi di pagamento, assistiamo negli ultimi due anni a un progressivo abbandono dell'uso del contante, che viene utilizzato in modo residuale, mentre la prevalenza di carte, digital wallet e sistemi digitali segna di fatto una forte maturazione nelle abitudini di acquisto online degli italiani".*

### **La fotografia del fenomeno**

Sono **33,3 milioni gli italiani che hanno comprato online un bene o servizio negli ultimi tre mesi** e hanno compiuto in media 1,3 acquisti al mese nel primo trimestre del 2022. Il numero di acquisti online cresce in modo costante e ha superato le 100 milioni di transazioni per trimestre nel 2020. La spinta della pandemia si è protratta fino al 2021, ma oggi si è sostanzialmente esaurita. Si contano quasi 4 acquisti di prodotti per ogni acquisto di servizi e beni digitali. L'eCommerce è guidato dal segmento degli acquirenti abituali: costoro nell'ultimo trimestre sono 17,4 milioni, con tre o più acquisti nel trimestre ed effettuano l'89% delle transazioni, generando il 91% del valore totale degli acquisti online con uno scontrino dell'11% superiore alla media. Gli acquirenti sporadici sono 9,6 milioni, con uno o due acquisti online nel trimestre, in grado di effettuare l'11% delle transazioni e uno scontrino medio del 29% inferiore alla media. Diminuisce, però, la tendenza al riacquisto, che oggi incide per il 54,9%.

### **Le categorie più acquistate dagli eShopper italiani: vince l'abbigliamento**

Il 72% del valore degli acquisti online nel 2022 sarà generato dai prodotti, che sono in costante crescita dal 2020, poiché i servizi, in cui rientra il settore travel, scontano ancora forti contrazioni per effetto delle restrizioni imposte. Parliamo, quindi, di **78,6 acquisti online di prodotti fisici** ogni 100 acquisti online a marzo 2022, con **31,5 milioni di consegne medie mensili** di prodotti comprati online. Al primo posto, con la massima incidenza nella base degli acquirenti online è l'Abbigliamento (45,8%) seguita dai prodotti di Salute e Benessere, acquistati almeno una volta dal 40,4% dei 33,3 milioni di acquirenti online. Inoltre, gli acquisti nelle prime 5 categorie sviluppano quasi metà del valore dell'online retail (il 46,4% ad aprile 2022).<sup>[1]</sup><sub>SEP</sub>

### **È sfida tra eRetailer e produttori**

A raggiungere le migliori performance di vendita sono i rivenditori nati online, gli eRetailer. I retailer multi-canale, provenienti dal contesto tradizionale e ora attivi anche nella vendita online, sono citati solo da un acquirente online ogni sei, una frequenza tra quattro e cinque volte inferiore rispetto alle citazioni rivolte agli eRetailer e una quota di mercato intorno al 10% sul numero di acquisti online. Le grandi insegne del commercio al dettaglio hanno ormai sviluppato un'offerta di acquisto online completa, ma l'associazione tra la prassi dell'acquisto online e il loro servizio è (ancora) debole tra gli acquirenti a distanza. Oltre ai Produttori e ai brand che offrono servizi di couponing, si segnalano i siti di «Vendite Private», outlet online per la vendita a forte sconto di giacenze di magazzino di prodotti di marca. Si tratta di pochi operatori piuttosto noti che insieme raccolgono il 3,3% delle citazioni degli acquirenti online.

### **I sistemi di pagamento**

Gli acquisti online sono in gran parte pagati al momento dell'ordine e solo nel 10,4% dei casi vengono saldati alla consegna o nel momento di utilizzo del servizio (per esempio, al termine di un soggiorno in hotel). La distribuzione per numero di acquisti vede una netta prevalenza dei sistemi basati sulle Carte con una progressiva discesa dell'utilizzo del Contante, che, tuttavia, non tende a zero, e del Bonifico Bancario. La categoria di prodotto e servizio acquistato influenza il sistema di pagamento utilizzato e questa scelta si riflette nell'importo medio dell'acquisto, decisamente più elevato della media per il bonifico bancario (4,4 volte la media).

### **Dove si effettua l'acquisto**

La diffusione degli Smartphone fa sì che, oggi, tra i 33,3 milioni di acquirenti online, più di metà di essi ha fatto almeno un'esperienza di acquisto utilizzando un'App su Smartphone negli ultimi sei mesi e il 10,4% almeno un acquisto utilizzando un'App su Tablet. In alcuni casi gli acquirenti online hanno compiuto i propri acquisti utilizzando unicamente le App dei merchant sui dispositivi mobili (l'1,5% degli acquirenti online su Tablet e il 17,9% su Smartphone). Infine, il segmento che utilizza tutti i dispositivi ha acquistato in tutte le tre modalità (il 6,2% degli acquirenti): due milioni di persone caratterizzate da un'elevata frequenza di acquisto e spesa pro-capite quasi due volte la media. Naturalmente, l'online orienta la decisione di acquisto tradizionale in due aspetti: prepara il terreno della decisione di acquisto che poi viene conclusa in un punto vendita; in secondo luogo, fornisce all'acquirente assistenza durante il momento decisivo dell'acquisto.

### **La consegna del prodotto**

Nell'ultimo semestre, 74 acquisti online su 100 sono stati prodotti fisici che sono successivamente stati recapitati o ritirati dall'acquirente. In oltre otto casi su dieci il bene è stato consegnato presso un indirizzo (più spesso in casa, talvolta un ufficio o un luogo terzo). Nel 13,9% dei casi i prodotti fisici acquistati online sono stati ritirati dal cliente presso un punto vendita o un punto di ritiro indicato dal Merchant. Si stima che gli acquisti a distanza genereranno nel 2022 il movimento di oltre 30 milioni di pacchi al mese in Italia, in crescita del 9% rispetto al 2021.

### **Live Streaming commerce: piace alle donne e 1 italiano su 10 ha comprato**

Oltre la metà degli italiani (51,8%) online conosce il fenomeno del Live Streaming, con intensità ed esperienze diverse: un italiano online su tre conosce il fenomeno ma non ha mai assistito a una diretta; il 6,9% ha partecipato a un evento senza acquistare; l'11% ha anche acquistato. La conoscenza ed esperienza del Live Streaming Commerce varia significativamente con l'età e il sesso: i più giovani e le donne hanno maggiore confidenza con questo fenomeno.

Tutte le informazioni sull'evento sono disponibili sul sito ufficiale di Netcomm Forum: <https://www.netcommforum.it/ita/>.

\*\*\*

### **Netcomm**

Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è l'associazione di riferimento del settore e-commerce in Italia e uno stakeholder chiave nel dialogo sull'evoluzione regolamentare del mercato digitale a livello nazionale ed europeo. Netcomm riunisce oltre 450 aziende, tra società internazionali e piccole e medie realtà di eccellenza e rappresenta oggi la più ampia comunità professionale del digitale in Italia, in grado di fornire una visione autorevole e di anticipare le evoluzioni generate dalle tecnologie sul mercato e sul fare impresa. Dal 2005 il Consorzio mette a disposizione una piattaforma esclusiva di contenuti formativi, ricerche, casi e modelli di riferimento nel digitale. Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico che coinvolge oltre 150.000 aziende in Europa. Per ulteriori informazioni: <https://www.consorzionetcomm.it>

### **Ufficio stampa Netcomm**

Create PR

[netcomm@createpr.it](mailto:netcomm@createpr.it)

Marco Ferrario

[marco.ferrario@createpr.it](mailto:marco.ferrario@createpr.it) | +39 345 628 6197

Alessandra Fulgoni

[alessandra.fulgoni@createpr.it](mailto:alessandra.fulgoni@createpr.it) | + 39 348 7798623

Giulia Bertelli

[giulia.bertelli@createpr.it](mailto:giulia.bertelli@createpr.it) | +39 347 794 8308

Alice Marchionni

[alice.marchionni@createpr.it](mailto:alice.marchionni@createpr.it) | +39 340 322 8649