

Sono oltre 12 milioni gli italiani che hanno fiducia nella rete per acquistare beni e servizi (+30% in un anno la crescita)

ECOMMERCE DI QUALITÀ PER I CONSUMATORI E PIATTAFORMA DEL MADE IN ITALY

Netcomm ha promosso un “Sigillo” che certifica sicurezza e affidabilità dei siti di eCommerce e a tutela dei consumatori ha recentemente varato un Codice di Autoregolamentazione relativo alle modalità di comunicazione e di diffusione degli sconti e della comparazione dei prezzi online.

Ma la rete è anche una vetrina straordinaria per le imprese del “Made in Italy”, che possono aprirsi a un universo globale di clienti

Roma, 22 novembre 2012 - *“Esiste un eCommerce sano e in salute, con oltre 12 milioni di clienti italiani, che comprano con fiducia su siti sicuri e trasparenti - commenta Roberto Liscia, Presidente di Netcomm - Consorzio del Commercio Elettronico Italiano. Questi consumatori colgono come acquistare online sia un vero e proprio risparmio in periodi di difficoltà economica e congiuntura negativa. La crescita del 30% degli eShopper rispetto allo scorso anno è spia di comportamenti che non si possono arrestare, ma della cui tutela dobbiamo farci carico con senso di responsabilità. Per questa ragione, Netcomm ha nel tempo promosso un “Sigillo di qualità” e i siti che lo espongono, dopo un iter di certificazione, si impegnano ad offrire un servizio facile, conveniente, trasparente e sicuro. E oltre a questa garanzia, abbiamo recentemente affiancato il primo “Codice di Autoregolamentazione”, relativo alle modalità di comunicazione e di diffusione degli sconti e della comparazione dei prezzi online. Il Codice, primo di una serie che stiamo promuovendo in questi mesi, naturalmente, non è un’alternativa alle norme che regolano questo settore, ma è un impegno serio e vincolante a garantire correttezza e trasparenza a tutti i clienti.*

Va, poi, qui sottolineato come l’online possa mettere in atto dei propri “anticorpi naturali”, ovvero come venga esercitata dai consumatori, soprattutto tramite i social, una rete di commenti anche negativi che isolano subito i venditori non virtuosi. Questi vengono “respinti” dal sistema e sono oggetto di feroci critiche e interventi da parte dei regolatori e dei media. C’è, quindi, una sorta di intelligenza collettiva che porta a premiare il merito e isolare chi tende a non comportarsi bene, a tutto vantaggio dei consumatori e del settore”.

“È, peraltro, fondamentale ricordare - continua Roberto Liscia - come l’eCommerce debba essere considerato una externalità positiva, che in un periodo di crisi da un lato riduce le uscite delle famiglie italiane e dall’altro è un volano di crescita delle PMI, che, vendendo online, possono offrire merci e prodotti ai consumatori di tutto il mondo. In un periodo così difficile è, infatti, cruciale poter offrire agli imprenditori del nostro “Made in Italy” delle piattaforme logistiche e di comunicazione su scala globale, per dare loro una ulteriore e concreta chance di competizione internazionale. Vale, poi, la pena sottolineare come nel giro di tre anni la ‘internet economy’ registrerà una crescita annua tra il 13% e il 18%, raggiungendo un valore di 59 miliardi di euro, quasi il doppio rispetto ai 31 miliardi del 2010. Il contributo che il web fornirà all’economia dell’Italia nel 2015 oscillerà tra il 3,3% e il 4,3% del Pil. Negli ultimi tre anni “le Pmi attive su internet hanno

infatti registrato una crescita media dell'1,2% dei ricavi, rispetto a un calo del 4,5% di quelle 'offline', e un'incidenza di vendite all'estero del 15% rispetto al 4% di quelle non presenti in rete". Secondo lo studio inoltre, in un ipotetico paese medio, l'aumento della diffusione di internet del 10%, comporta un aumento dell'occupazione dello 0,44% e dell'1,47% per quella giovanile (fonte: Boston Consulting Group e Google)".

Le ultime rilevazioni condotte da Netcomm con Human Highway descrivono in continua crescita il numero di acquirenti online sul suolo italiano. Gli eShopper che hanno comprato sulla rete negli ultimi tre mesi sono, stando a ottobre 2012, il 43,4% dell'universo dei navigatori internet, pari a 12,3 milioni di individui (erano 9,2 milioni un anno fa). Gli acquirenti online attivi dichiarano una frequenza media di acquisto pari a 3,5 transazioni per trimestre, poco più di una al mese. Tra gli ultimi acquisti effettuati troviamo al primo posto i libri (16,5% del campione), seguiti dai capi di abbigliamento (12%), dai biglietti di viaggio (11,3%), dalle ricariche telefoniche (8,2%). E proprio l'acquisto di prodotti emblema del Made in Italy, il "fashion", è fra i più gettonati dai consumatori, che interrogati in proposito rivelano di aver comprato almeno una volta un capo di vestiario per il 43,7%, un paio di scarpe per il 34%, accessori per il 31,6% e borse da donna per il 18%.

Netcomm - Il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano è stato costituito l'8 settembre 2005, ma le sue origini risalgono agli albori del commercio elettronico in Italia. Oggi Netcomm aderisce ad Assinform e Confindustria Digitale. Gli obiettivi sono: promuovere le iniziative che possono contribuire alla conoscenza e alla diffusione delle tematiche, dei servizi e delle tecnologie connesse al commercio elettronico. Stimolare la collaborazione delle imprese e degli imprenditori del settore, rappresentandoli nei rapporti con le istituzioni a livello nazionale, comunitario e internazionale. Definire standard di qualità dei servizi offerti dagli operatori e-commerce. Operare presso i media per una corretta comunicazione. Operare a favore del settore in termini di aspetti legali e fiscali, diritto di autore, sicurezza e tutto quanto faciliti lo sviluppo di un mercato digitale.

Maggiori informazioni www.consorzionetcomm.it

Ufficio stampa NETCOMM: Mirandola Comunicazione
Marisandra Lizzi-Simona Miele
marisandra@mirandola.net simona.miele@mirandola.net
Tel.: 0524/574708 - 348/2509895
Skype: marisandralizzi - simomiele