

Focus di Netcomm sulle previsioni di acquisto online degli italiani per le prossime festività natalizie

Natale 2013: 7 milioni di italiani comprano online i regali

Oltre sette milioni di individui quest'anno compreranno almeno un regalo di Natale sul web: quasi due milioni di acquirenti in più dell'anno scorso e attese per due miliardi di euro di vendite online nella stagione natalizia

Da una ricerca condotta da Netcomm - Consorzio del Commercio Elettronico Italiano in collaborazione con Human Highway, le previsioni di acquisto online degli italiani per le prossime festività

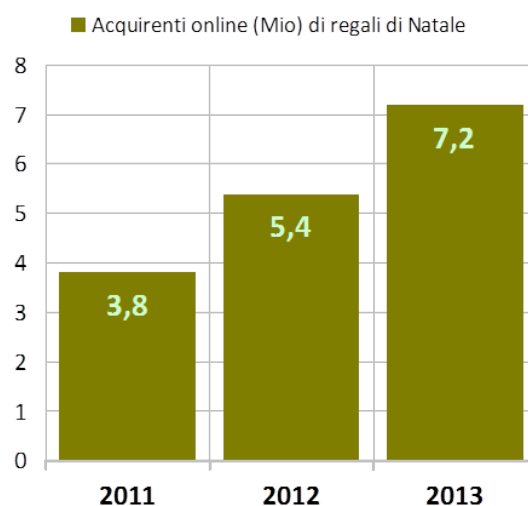
Milano, 17 dicembre 2013 - Anche in occasione delle feste natalizie, il commercio elettronico si riafferma come valvola di decompressione delle famiglie italiane per poter godere del clima festivo senza angosciarsi troppo per l'incerto contesto economico. Tra gli acquirenti online abituali, infatti, coloro che compreranno i propri regali di Natale su Internet salgono dal 37% del 2011 al 50% del 2013 (passando dal 44% del 2012): oltre 7 milioni di individui 1 milione e 800mila individui in più rispetto alla scorsa stagione 2012.

A sostegno di questo dato, il forte aumento degli acquirenti "Online first": il 20% degli intenzionati ad acquistare almeno un regalo di Natale online dichiara che li acquisterà tutti o in maggioranza attraverso Internet. Si tratta di un segmento molto particolare, formato da quasi un milione e mezzo di individui, più che doppio rispetto allo scorso anno. Sono persone che si rivolgono in prima istanza alla Rete per una buona parte dei loro acquisti abituali, dai libri all'elettronica, dai viaggi ai contenuti digitali. Con l'emergere nell'ultimo anno di nuove categorie di prodotti: la cosmetica, particolari prodotti alimentari, l'arredamento e gli accessori per la casa.

La stagione natalizia 2013 è quindi destinata a registrare un incremento della spesa online rispetto ai dati rilevati nel 2012: saranno ampiamente superati i due miliardi di euro di acquisti negli ultimi due mesi dell'anno, con un incremento del 20/25% rispetto all'anno scorso. Le stime ottimistiche sono supportate dai 7,2 milioni di individui che si stima acquisteranno almeno una parte dei propri regali di Natale online, a fronte dei 5,4 milioni che hanno effettivamente utilizzato il canale eCommerce nel periodo natalizio 2012.

Questo quanto emerge dai dati di una ricerca condotta da Netcomm, Consorzio del Commercio Elettronico Italiano in collaborazione con Human Highway, che ha analizzato la propensione all'acquisto online su un campione formato da uomini e donne di età superiore ai 18 anni residenti su tutto il territorio nazionale e rappresentativi della popolazione italiana che si connette alla Rete con regolarità almeno una volta alla settimana. La ricerca si è concentrata sugli ultimi 3 mesi con un focus particolare sulla propensione verso gli acquisti natalizi.

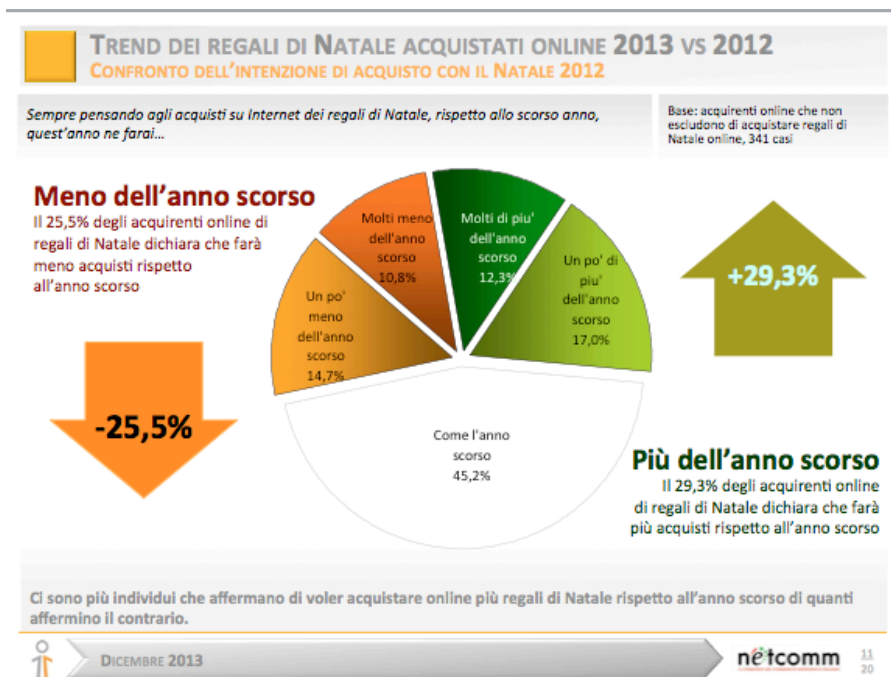
"Il 2013 è stato un anno ricco di sorprese positive anche per l'e-commerce italiano - dichiara Roberto Liscia, Presidente di Netcomm, Consorzio del Commercio elettronico italiano. Abbiamo assistito a una forte crescita degli eshoppers che hanno raggiunto la considerevole cifra di 14 milioni per la



convergenza di diversi fattori. Più di 30 milioni hanno oggi uno smartphone e ben 22 milioni di italiani lo usano per navigare. Secondo le nostre indagini oltre il 10% degli acquisti è fatto da uno smartphone o un tablet cifra più che raddoppiata rispetto al 2012. In un periodo di budget ristretti delle famiglie il settore delle flash sales e del couponing hanno giocato un ruolo estremamente positivo mettendo a disposizione dei più indecisi prodotti e servizi di qualità a prezzi molto accessibili. Sempre dall'osservatorio di Netcomm emerge un dato inequivocabile per spiegare la forte crescita di acquirenti a cui abbiamo assistito. Il 92% degli acquirenti ha dato un voto superiore a 7 (su 10) alla qualità del canale e alla soddisfazione risultante da tale processo di acquisto ed è evidente che il passaparola e i nuovi mezzi di accesso hanno dato una forte accelerazione allo sviluppo. Le vendite online supereranno nel 2013 gli 11 miliardi di euro, e 2 miliardi saranno le vendite del solo periodo natalizio, con un incremento inaspettato del settore dell'abbigliamento che è cresciuto del 30% e con una crescita molto più concentrata sui prodotti (+25%) rispetto ai servizi (+13%). Stiamo assistendo ad un forte interesse delle imprese, in particolare del Made in Italy e della grande distribuzione, alle prospettive che il digitale può offrire in un momento in cui i fattori recessivi stanno mettendo in discussione i modelli di business e di vendita tradizionali. Molti sono i progetti che sono in fase di avvio in settori che finora erano rimasti indecisi senza intervenire con strategie di sviluppo innovativo. In particolare vale la pena di sottolineare che oltre all'abbigliamento che è stato sicuramente il motore dello sviluppo degli ultimi anni, anche il food e l'arredamento hanno cominciato il loro percorso”.

AUMENTANO I WEB-SHOPPER NATALIZI

- il 50,4% degli acquirenti online (almeno una volta nella vita) cioè 7,2 milioni di persone ritiene molto probabile il ricorso a Internet come canale di acquisto dei regali di Natale: si tratta di 2 milioni di nuovi individui pronti ad acquistare regali online nella prossima stagione natalizia.
- Il 25,5% degli acquirenti online di regali di Natale dichiara che farà meno acquisti rispetto all'anno scorso, ma il 29,3% degli acquirenti online di regali di Natale dichiara che farà più acquisti rispetto all'anno scorso
- Il 19,7% degli acquirenti online prevede quest'anno di acquistare la gran parte dei propri regali di Natale online. Si tratta di un numero più che doppio di quello stimato l'anno scorso (1,4 milioni vs 600mila): sono persone che faranno del Web il canale preferenziale di ricerca e acquisto dei regali di Natale nel 2013



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. 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

Human Highway è un istituto di ricerca specializzato nell'analisi dei servizi, della comunicazione e del marketing online. L'attività di ricerca e d'indagine di Human Highway si svolge sul Web, mediante l'utilizzo di un panel rappresentativo della popolazione Internet italiana e grazie a un'innovativa suite di strumenti di ricerca per l'analisi dell'Internet economy, lo studio di efficacia delle campagne di comunicazione e la trasformazione dei media prodotta dalle tecnologie e dalla Rete. Human Highway è socio del Consorzio NetComm, per il quale cura la misurazione dell'indice mensile sull'eCommerce italiano.

Maggiori informazioni su: <http://www.humanhighway.it> o scrivendo a info@humanhighway.it