

La previsione di crescita delle vendite dai siti italiani per tutto il 2013, secondo l'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm–School of Management del Politecnico di Milano, si attesta intorno al 17%, per un fatturato stimato intorno ai 11,2 miliardi di euro.

Fra i principali comparti sono in crescita rispetto al 2012: l'abbigliamento (27%), l'informatica (24%), il grocery (18%), il turismo (13%), le assicurazioni (12%), l'editoria (4%).

In crescita del 23% l'export, composto per il 31% dall'abbigliamento e per il 55% dal turismo, per un valore totale di oltre 2 miliardi di euro.

Mette a segno un +160% il Mobile Commerce italiano a quota 427 milioni di euro

eCOMMERCE UN VOLANO PER LA RIPRESA DEL MADE IN ITALY

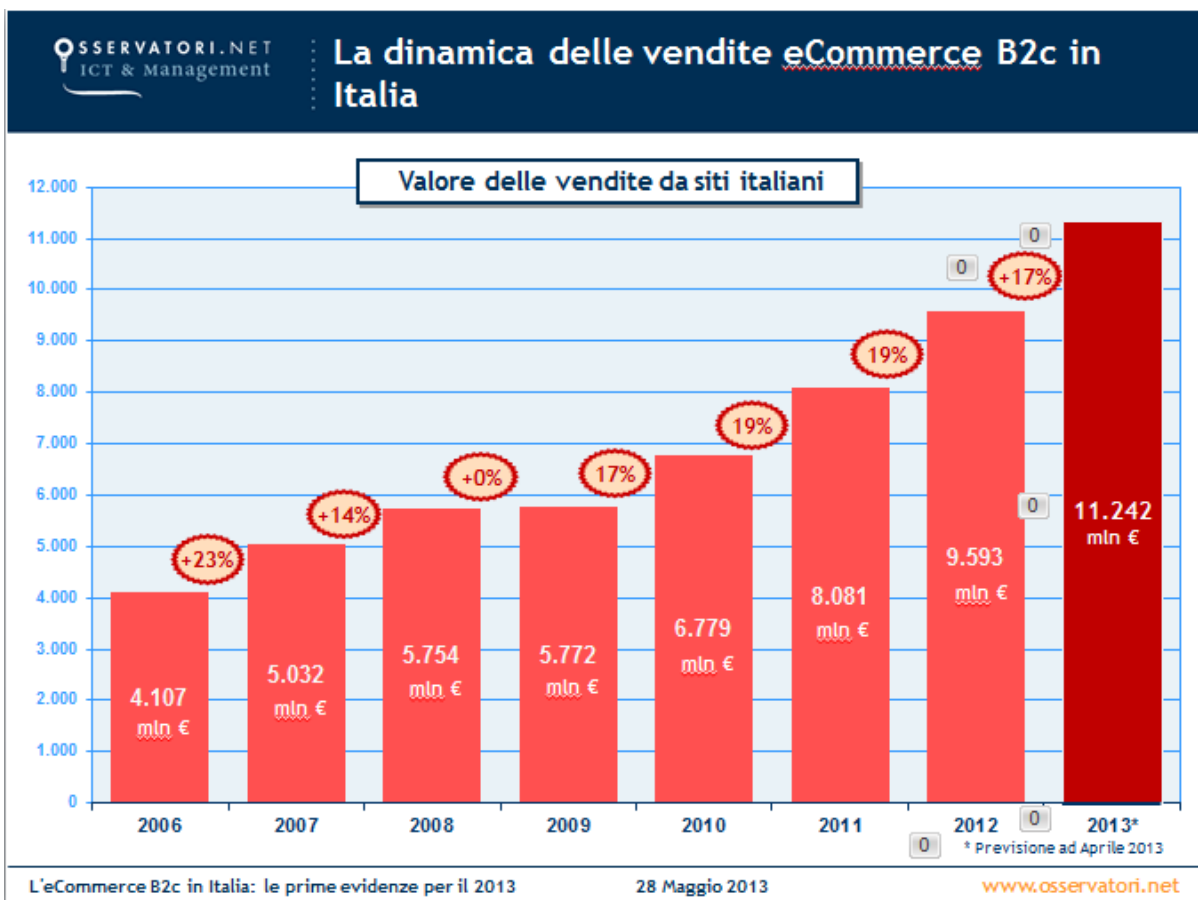
Da aprile 2012 ad oggi gli acquirenti online attivi sono aumentati di oltre il 50%, raggiungendo quota 13,6 milioni a fine aprile 2013 (fonte Human Highway-Netcomm), con un picco di 14 milioni di eShopper nel periodo natalizio. L'indagine Netcomm-ContactLab sui comportamenti d'acquisto dei consumatori ha analizzato le abitudini della popolazione di 5 Paesi Europei Italia, Gran Bretagna, Germania, Francia e Spagna, e mostrato che in Italia a fronte di quasi nove utenti su dieci (89%) che si informano online su prodotti e brand, solo tre su dieci (34%) acquistano online, mentre in UK l'infocommerce più frequentemente si tramuta in occasione di acquisto: nove inglesi su dieci tra gli utenti regolarmente connessi ad Internet acquistano online; in Spagna lo fa un utente su due.

Milano 28 maggio 2013 – Continua la crescita dell'eCommerce nel nostro Paese e si rivela confermato un trend positivo di incremento a doppia cifra dal 2010. Crescono del 50% rispetto all'aprile del 2012 gli utenti attivi online, con un picco di quasi 14 milioni di eShopper nel periodo natalizio. La grande propensione all'uso smartphone fa crescere del 160% il valore del Mobile Commerce, raggiungendo la quota di 427 milioni di euro.

Questo sono solo alcuni dei dati salienti presentati nel corso dell'ottava edizione del Netcomm eCommerce Forum 2013, alla presenza di oltre 4.000 invitati, tra aziende, professionisti e giornalisti, *"un'adesione che dimostra come l'eCommerce sia una grande opportunità per le nostre aziende, soprattutto nella difficile congiuntura economica"*, come sottolineato da **Roberto Liscia**,

Presidente di Netcomm- Consorzio del Commercio Elettronico Italiano.

*“Tutti i segnali e gli indicatori che definiscono l’eCommerce in numeri descrivono un settore in salute e crescita. Nessun comparto economico in questa fase di crisi profonda è stato in grado di correre con tale entusiasmo, anche e soprattutto grazie ad una crescita molto importante dei consumatori – continua **Roberto Liscia**. Le stime che mensilmente rileviamo come Netcomm insieme a Human Highway parlano di circa 14 milioni di individui che hanno acquistato online nei mesi scorsi. Stiamo parlando di popolazione di utenti cresciuta del 50% nel giro di 12 mesi! Persone che hanno finalmente rotto gli indugi, anche per effetto della crisi, e dal mero utilizzo di internet per avere informazioni sono passati agli atti di acquisto. Ma abbiamo ancora grandi margini e potenzialità, come rileva un’indagine condotta con ContactLab su un panel di 61mila consumatori italiani e di altri Paesi Europei che ci mostra come solo il 34% di chi naviga online poi acquista (in UK e Germania siamo nell’ordine del 90%). Anche in Europa, con Ecommerce Europe, l’Associazione europea di cui Netcomm fa parte come socio fondatore, i segnali che osserviamo sono ugualmente di segno positivo, con un incremento annuale delle vendite nell’ordine del 22% per il 2012. Parliamo di un fatturato complessivo di oltre 305 miliardi di euro, che pone l’Europa come il primo mercato mondiale, davanti agli USA, che sono a quota 280 miliardi di euro, seguiti da Asia-Pacifico con 216 miliardi di euro. Un trend positivo destinato a continuare, visto che anche le previsioni per i prossimi 5 anni stimano una crescita a doppia cifra per l’area euro. E anche le previsioni sul 2013 che leggiamo oggi elaborate col Politecnico di Milano confermano una crescita del 17%, per un fatturato stimato intorno ai 11,2 miliardi di euro.”*



In questi mesi Netcomm ha, pertanto, moltiplicato il proprio impegno, lavorando sui temi come trasparenza, codici di condotta e progetti di formazione, partecipando alle iniziative dell'Associazione Europea, lanciando un'evoluzione del Sigillo Netcomm, promuovendo il progetto "MyBank", organizzando missioni in Cina per favorire i nostri imprenditori, facendo parte della cabina dell'Agenda Digitale Italiana. L'eCommerce può davvero rappresentare il riscatto per le nostre imprese e un vero volano per competere sui mercati internazionali.

*"Non mi stancherò mai di sollecitare le nostre istituzioni, e soprattutto il Governo in carica, a continuare sulla via tracciata in tema di pagamenti elettronici, quali l'obbligo per le pubbliche amministrazioni di rendere disponibili i pagamenti con carte e home banking, così da accelerare i comportamenti digitali degli italiani – continua **Roberto Liscia**. La moneta elettronica rappresenta la vera frontiera che permetterà alle piccole imprese di superare gli ultimi tabù per l'ingresso in questo nuovo e promettente mercato globale dell'eCommerce. Un settore che ormai sta raggiungendo un'età e un'esperienza ragguardevole, al punto da essere la vetrina più efficace per presentare il nostro Made in Italy in tutto il mondo. Lo dimostrano le continue missioni in Cina che il nostro Consorzio sta promuovendo da mesi. Alcuni distretti manifatturieri se ne stanno rendendo conto e stiamo sviluppando una filiera di export multicanale verso la Cina per dare ai nostri brand e ai nostri artigiani la possibilità di far conoscere e vendere a quella popolazione immensa il frutto del loro talento".*

*"Secondo le nostre prime stime, la crescita del commercio elettronico italiano per il 2013 sarà intorno al 17%, un valore di poco inferiore a quello dello scorso anno, per un fatturato previsto di circa 11,2 Miliardi di euro – ha dichiarato **Riccardo Mangiaracina, Responsabile della Ricerca dell'Osservatorio B2c Netcomm-Politecnico di Milano** – "La crescita è trainata dalle vendite di prodotti, che, grazie all'andamento molto positivo soprattutto di Abbigliamento e Informatica ed elettronica di consumo peseranno nel 2013 quasi il 40% del totale vendite. Nel 2013 aumenterà ulteriormente la qualità e quantità dell'offerta online, grazie sia ai nuovi ingressi (soprattutto nei comparti dell'Abbigliamento e dell'Arredamento) che all'estensione della gamma da parte di alcuni player dell'eCommerce".*

FOCUS SUL CONSUMATORE ONLINE : INDAGINE NETCOMM-CONTACTLAB

Nell'indagine svolta su un panel di 61mila utenti sulle abitudini degli utenti internet italiani nell'acquisto online, parte integrante dello European Digital Behaviour Study 2013, si sono analizzati i comportamenti digitali della popolazione di cinque paesi europei: Italia, Gran Bretagna, Germania, Francia e Spagna. Solo il 34% degli italiani che navigano online decidono di acquistare, contro il 90% di UK, l'87% in Germania, il 79% in Francia e uno su due in Spagna.

L'E-COMMERCE E LE ALTRE PRINCIPALI OCCASIONI D'USO DI INTERNET

(base utenti 16-65 anni, %, attività svolte almeno una volta)

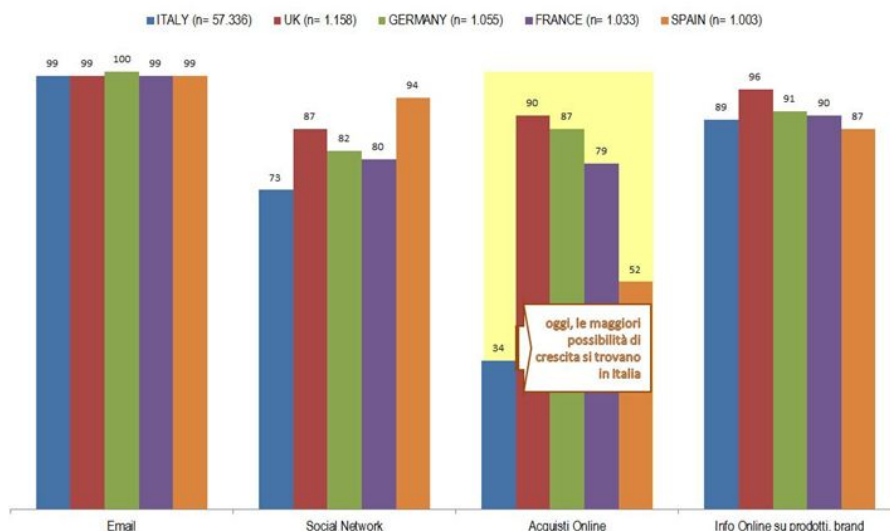


Fig. 1 – L'e-commerce e le altre principali occasioni di uso di internet, fonte ContactLab/Netcomm

Da una parte è sicuramente sintomo di una forte potenzialità di crescita ancora tutta da esprimere rispetto agli altri Paesi oggetto dell'indagine: l'indagine ci rivela, infatti, anche che l'8% di chi non ha ancora acquistato online pensa di effettuare il primo acquisto nei prossimi 12 mesi; a questi utenti si aggiunge un ulteriore 50% di utenti disposti a comprare online, anche se non sanno ancora esattamente quando. Di più, va confermandosi un circolo virtuoso per cui chi già acquistava, non solo in Italia ma in tutti i Paesi oggetto dell'indagine, nell'ultimo anno lo ha fatto più spesso e con maggiore varietà. A ciò si aggiungono anche se in forma più contenuta le diffidenze nei confronti dei pagamenti online, come testimonia anche la caratteristica tutta italiana di preferire il pagamento tramite carta di credito prepagata (lo dichiara il 48% degli utenti intervistati). Il dato sembra suggerire che chi aveva timori sulla sicurezza li ha risolti utilizzando le prepagate, dove carica importi limitati senza temere danni al proprio conto corrente. In tutti gli altri Paesi coinvolti dall'indagine la modalità di pagamento preferita è Paypal: lo dichiara il 68% degli inglesi, il 55% dei francesi, fino ad arrivare al 43% degli italiani. In Germania il 48% degli utenti dichiara di preferire il bonifico bancario. In caso di esperienza negativa che cosa si aspettano gli acquirenti online? Gli italiani mettono al primo posto il ritiro e la sostituzione dell'articolo difettoso senza costi aggiuntivi; i tedeschi invece puntano sull'efficienza delle procedure per il recesso mentre gli spagnoli manifestano una tipica esigenza di caring, che si traduce nella richiesta, fatta da più della metà degli intervistati, di un customer care sempre disponibile.

Ufficio stampa Netcomm:

Mirandola Comunicazione

Marisandra Lizzi – Simona Miele

marisandra@mirandola.net – simona.miele@mirandola.net

Tel.: 0524/574708 - 348/3615042 – 348/2509895 Skype: marisandralizzi – simomiele

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. Non è un caso che, sin dalla costituzione, ha ottenuto il patrocinio di ASSINFORM e della sua Commissione servizi e contenuti multimediali ANEE, attiva su questi temi già dagli anni Novanta. 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