

In occasione del Netcomm e-Payment 2014 sono stati diffusi i risultati della ricerca "Epayment Behaviour" condotta in collaborazione con Human Highway e volta ad approfondire i trend dell'eCommerce in Italia con un particolare focus sull'utilizzo di device mobili e tradizionali nell'e-Shopping, insieme alle relative categorie di prodotto preferite acquistate, e sulla diffusione degli strumenti di pagamento elettronici e la tecnologia NFC.

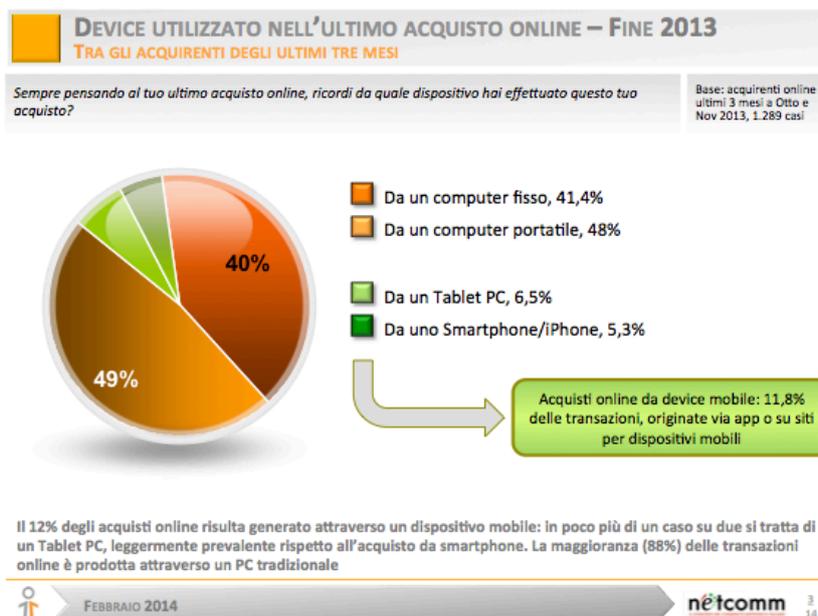
I pagamenti via mobile in crescita del 200%

Il numero di acquisti online effettuati da mobile passa dal 4% del 2012 al 12% di fine 2013, con una crescita del 200% e un valore intorno all'1,7 miliardi di euro.

Aumenta anche la conoscenza del sistema Nfc fra gli acquirenti dotati di smartphone

Milano, 7 marzo 2014 - Gli acquisti online in Italia sono un trend in costante crescita, ma è l'incidenza di quelli da smartphone e tablet che in un solo anno è più che raddoppiata, passando dal 4% del 2012 al 12% del 2013, con un +200% messo a segno in un solo anno e un valore di 1,7 miliardi di euro. E in poco più di un caso su due si tratta di una transazione che avviene da tablet, con una leggera prevalenza rispetto all'acquisto da smartphone.

Queste sono le principali salienze emerse in occasione del Netcomm e-Payment 2014, in cui sono stati diffusi i dati rilevati da Human Highway sui comportamenti degli utenti, con un focus specifico dedicato all'utilizzo per gli acquisti di device mobili e tradizionali, e alla propensione verso gli strumenti di pagamento più usati sul web.



"Nell'osservare i dati che presentiamo oggi sorprende la crescita e l'utilizzo dei device preferiti per effettuare gli acquisti: dal 2012 in cui era pari al 4%, si è passati a circa il 12% a fine 2013 - commenta Roberto Liscia Presidente di Netcomm e delegato Ecommerce Europe per l'Italia. Evidentemente i dispositivi mobili si confermano essere la vera tecnologia

abilitante nell'e-commerce e grazie alla diffusione capillare fra gli italiani - sarebbero circa 20 milioni di utenti in mobilità che usano sia tablet sia smartphone - si stanno collocando come un canale di vendita a disposizione di aziende e player che operano online. Un canale che risulta particolarmente vincente per alcune tipologie specifiche di prodotti e servizi, dai libri ai biglietti per eventi alle ricariche, per un valore complessivo intorno all'1,7 miliardi di euro. Anche le vendite private e i siti con un focus su abbigliamento e accessori testimoniano un'impennata negli acquisti tramite tablet e smartphone, proprio ad indicare come alcune merceologie siano molto affini all'utilizzo dei device mobili. Se proprio un settore, come quello della moda, emblema e fiore all'occhiello del nostro Made in Italy, registra nell'e-commerce tassi di crescita a due cifre, diventa di fondamentale importanza volgere il nostro appello al nuovo Governo, guidato da Matteo Renzi. Bisogna avere il coraggio, oggi ancora più che in passato, di investire sul digitale, aiutando le imprese ad aprire una loro presenza online, così da poter vendere alla platea di oltre 1 miliardo di eShopper nel mondo, che nel solo anno 2012 hanno speso oltre 900 miliardi di euro".

Alcune categorie di prodotti e servizi risultano più acquistate da mobile rispetto al PC tradizionale. Dalla ricerca emerge che i libri sono maggiormente acquistati da smartphone e tablet rispetto che da un normale computer fisso o portatile, trend riconducibile alla diffusione degli eBook fruibili da questo genere di dispositivi mobili. Stessa modalità d'acquisto riscontrano i biglietti per l'intrattenimento come il cinema o teatro grazie alle app dedicate. Gli utenti poi prediligono lo smartphone per comprare le ricariche telefoniche e ottenere credito sulla propria SIM in maniera più immediata. L'acquisto di musica e DVD persiste nel comparto tradizionale dei PC, strumento preferito per il download di questa tipologia di prodotti entertainment, probabilmente anche grazie alla duttilità degli stessi la cui fruizione può avvenire su più device tramite un solo momento di acquisto. Computer e smartphone non hanno ancora fatto il passaggio a mobile per l'esperienza di acquisto online, allo stesso modo dei biglietti per il trasporto e prenotazione di viaggi e vacanze.

Dall'indagine realizzata da Netcomm in collaborazione con Human Highway, si osserva che la distribuzione del sistema di pagamento utilizzato in occasione dell'ultimo acquisto su Internet da parte degli acquirenti online degli ultimi tre mesi vede al primo posto l'utilizzo di PayPal per il 41% dei casi, seguito dall'uso della carta di credito per il 47%, i contanti 5%, il bonifico per il 3%. I due sistemi di pagamento più affini agli acquisti online (PayPal e Carte) lasciano comunque spazio a due sistemi tradizionali: il bonifico bancario, utilizzato nel 3% dei casi e per pagamenti di importo elevato, e il pagamento in contanti al ricevimento della merce a cui fa ricorso un numero crescente di acquirenti, che ha recentemente superato l'incidenza del 5% tra tutti gli acquisti online. Seguono, infine, altri sistemi quali il bancomat (al ricevimento della merce), l'addebito su conto, i buoni acquisto e i coupon. Il valore delle transazioni generate su Internet con sistemi di pagamento diversi da Carte e PayPal è pari al 23% del totale degli acquisti online (circa tre miliardi nel 2013) e rimane sostanzialmente costante negli ultimi due anni.

Anche il grado di conoscenza della tecnologia Nfc (Near field communication) su telefonini e tablet è stata indagata nella rilevazione di Netcomm insieme a Human Highway. Si tratta di una tecnologia che permette di effettuare i pagamenti in prossimità, tramite un sistema che rileva la vicinanza dello smartphone ai dispositivi abilitati alla ricezione del segnale. All'inizio del 2013 la tecnologia NFC era ignota al 25% degli utenti Internet, percentuale scesa fino al 14% all'inizio del 2014. Aumenta inoltre in modo significativo il numero di individui che dichiarano di possedere un telefono abilitato alla comunicazione Nfc: dal 6,4% del 2013 all'11,1% del 2014 (28,4% se si considerano anche gli incerti a fronte del dato del 13,2% del 2013). Tuttavia, anche fra gli acquirenti abituali online, quasi un soggetto su tre non è ancora a conoscenza della tecnologia e pertanto non ha potuto rispondere alla relativa domanda riguardo alla disponibilità o meno di usufruire di tale tecnologia dal proprio telefono cellulare.

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

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