

Economia

08/10/2020

Economia

Società

Territorio Umbria

Turismo & Cultura

Finanza Per Le
ImpreseEdilizia &
Infrastrutture

Territorio Marche

In Evidenza

Imprese &
Internazionalizzazione

Flash

Management &
ImpreseTerritorio
Sardegna

Editoriale

Forum Norcia

Glocal Forum 2020

News Dall'Italia E
Dal Mondo

Territorio Toscana



Il distanziamento sociale cambia le abitudini dei consumatori online: il 93% preferisce consegne contactless

(Roberto Liscia, Presidente Netcomm)

Dopo il lockdown la frequenza di acquisto da parte degli utenti cresce del 79%. Costi troppo elevati di gestione, complessità legate alla logistica e mancanza di competenze sono i principali ostacoli allo sviluppo di canali eCommerce per le aziende italiane. Nel fashion i consumatori più digitali richiedono una maggiore attenzione della marca alla sostenibilità e all'inclusione sociale

L'accelerazione impressa dalla pandemia all'eCommerce non si è arrestata anche dopo il lockdown. Il periodo successivo, in particolare, ha visto crescere la **frequenza** all'acquisto online da parte degli utenti del **79%**. La **consegna contactless** - a casa come in ufficio - resta ancora quella preferita da oltre il **93% degli utenti**. Appare invece più improbabile una ripresa nel breve termine della frequenza del ritiro dei prodotti fuori casa (e-grocery escluso).

Complessivamente i **volumi di transazioni online** negli ultimi 12 mesi sono cresciuti del **15,4%**, il 7% solo nel lockdown, con la **richiesta di prodotto aumentata del 10%**. Uno scenario che ha visto alcuni servizi di eCommerce gestire una **domanda 10 volte superiore nella fase Covid**, generando nel 25% dei casi problemi nella logistica, con carenza di prodotti disponibili (26%) e un 18% di casi in cui non è stato possibile recapitare la merce.

Sono queste le principali evidenze emerse questa mattina in occasione dell'edizione speciale di [Netcomm Forum Live](#), in collaborazione con **NetStyle** e **TUTTOFOOD Milano**, che proseguirà in un format interamente digitale fino a domani.

*"Il consolidamento di abitudini di consumo sempre più ibride, tra canali fisici e digitali, e la tendenza a preferire modalità di acquisto e di pagamento contactless, mette di fronte le imprese italiane alla necessaria implementazione di tecnologie - Commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**- Tra i principali ostacoli legati allo sviluppo dell'eCommerce da parte di retailer medio-piccoli si trovano problemi legati ai **costi troppo elevati** di gestione (32%), difficoltà nel gestire gli aspetti inerenti la **logistica**(28%) e **mancanza di competenze** in materia di eCommerce (28%)".*

Per quanto riguarda invece il ricorso ai **marketplace**, secondo Netcomm, gli elementi critici vedono al 34% la non convenienza rispetto al posizionamento del **prezzo**, problemi legati alla **gestione della logistica e commissioni sulle**