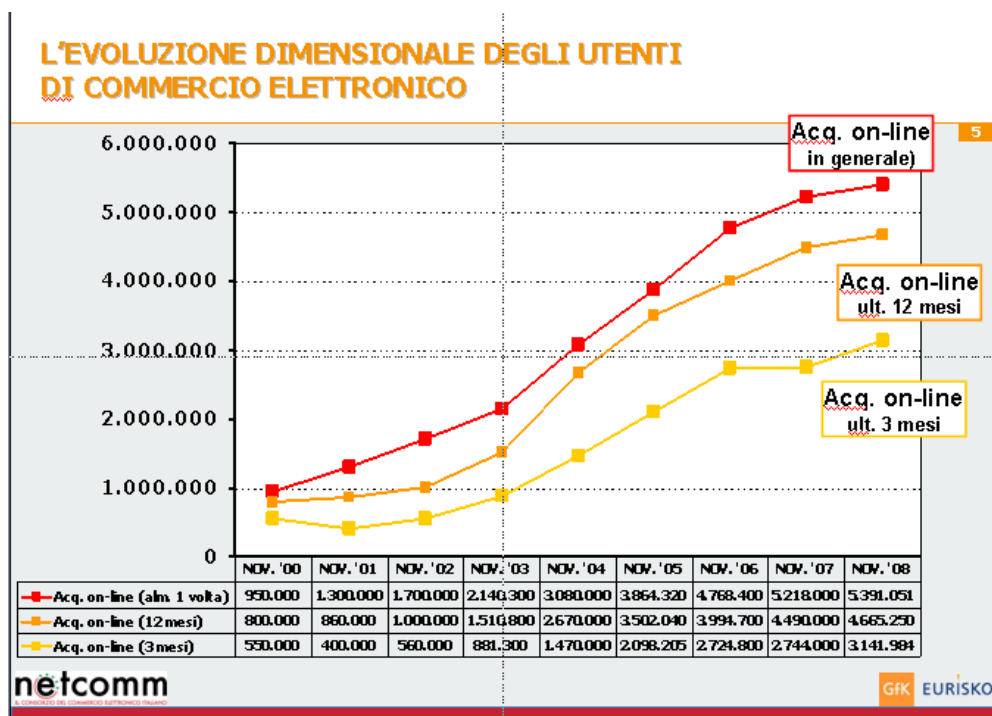


**Commercio elettronico: in crescita, nel 2009, la vendita di prodotti e il numero dei compratori on line, ma diminuirà il peso dei servizi**

*Nel 2008 l'e-commerce B2C chiude con un +18% (5,9 miliardi di euro), mentre nel 2009 dovrebbe restare stazionario. In crescita tutti i comparti relativi ai prodotti e le Assicurazioni. Diminuiranno di qualche punto percentuale i Viaggi e servizi vari come il ticketing e le ricariche. Si registra un aumento degli ordini in ogni settore (+10%) , ma un calo dello scontrino medio*

Milano, 14 maggio 2009 – Tre le ricerche presentate nell'ambito dell'e-commerce forum organizzato da Netcomm – Consorzio del Commercio elettronico italiano. Ne emerge un quadro generale molto positivo, nonostante alcune criticità imputabili alla congiuntura negativa e al forte squilibrio storico del settore che da anni vede prevalere il peso del Turismo sugli altri comparti. È naturale dunque che in un momento di difficoltà, le prime spese a essere tagliate siano quelle superflue come appunto le vacanze.

Il dato positivo è la forte crescita della vendita di prodotti, segno che le ultime resistenze verso il canale sono decisamente diminuite. Lo dimostra anche l'aumento del numero dei compratori che nel 2008 sono diventati oltre 5.300.000. La situazione è destinata ad evolvere se si considera che il 68% degli intervistati ha dichiarato di volere utilizzare la rete per informarsi in futuro prima di acquistare. È cresciuto notevolmente il tempo passato in rete negli ultimi 12 mesi (+527%).



Dalle interviste ai consumatori emerge che i principali driver di scelta riguardano in primo luogo la marca, la fama del sito, la presenza di canali tradizionali oltre a quelli online e anche sempre di più il passaparola, gruppi di discussione, blog e social network.

### Panorama europeo

Secondo i dati elaborati da Netcomm, il valore dell'e-commerce B2C italiano rispetto al resto dell'Europa occidentale rappresenta oggi il 3% (5,914 miliardi di euro su un totale di 130 miliardi di euro). Ma il trend iniziato nel 2007 e proiettato al 2011 con stime fino a 260 miliardi di euro prevede tassi di crescita per l'Italia superiori a tutti gli altri paesi europei e a quello degli Stati Uniti (180 miliardi di euro). Se infatti il valore di Francia, Germania e UK è del 70%, nei prossimi due anni e mezzo l'Italia crescerà del 30%, contro il 25% della Francia, il 20% della Germania e il 10-15% del Regno Unito.

Oggi gli e-buyer europei sono 150 milioni. In questo conteggio viene considerato e-buyer chiunque abbia effettuato almeno un acquisto on line nell'ultimo anno: in Italia gli e-buyer sono circa l'11% dei web user, molto al di sotto della media europea. Tra il 2004 ed il 2008 in Europa la percentuale di individui che ha acquistato su Internet per uso privato è passata dal 22%

al 34%. La percentuale di acquisti transfrontalieri è invece rimasta stabile negli ultimi due anni, rimanendo invariata intorno al 6-7%. Internet è il canale di vendita che ha registrato il maggior tasso di crescita negli ultimi tre anni (dati Euromonito12008)

È quanto emerge dall'analisi comparativa realizzata da Netcomm – Consorzio del Commercio Elettronico – che per la prima volta ha messo a confronto l'andamento nazionale rispetto ai principali paesi europei.

“Un falso mito da sfatare è che In Italia si usi poco l'e-commerce perché non ci si fida dei pagamenti elettronici. In realtà, dicono gli utenti interpellati da GfK Eurisko, ciò che conta veramente per più della metà dei nostri connazionali navigatori è la mancanza del contatto diretto con l'elemento umano e, anche, con la merce da acquistare. E non è nemmeno vero che chi fa e-commerce incappa spesso in problemi, dato che il 99% degli acquirenti elettronici si dichiara soddisfatto (nel 74% dei casi l'opinione è ottima). Evidenza, questa, che fa del commercio elettronico “il trionfo del servizio efficiente”, come afferma senza mezzi termini” **Edmondo Lucchi direttore Dipartimento New Media GfK Eurisko.**

Per informazioni e approfondimenti

Vitalba Paesano  
Capo Ufficio Stampa

-----  
GfK Eurisko  
Via Monte Rosa 19  
20149 Milan, Italy  
Tel. +39 02 438091  
Direct Line +39 02 43809 376

Mobile +39 338 9383436  
Fax +39 02 48009 526  
e-mail: [ufficio.stampa@gfk-eurisko.it](mailto:ufficio.stampa@gfk-eurisko.it)  
site: [www.gfk-eurisko.it](http://www.gfk-eurisko.it)