



Aprile 2022

NET RETAIL

Gli acquisti digitali degli italiani

INDICE DEL DOCUMENTO

Lo sviluppo del Net Retail in Italia	04
Il percorso verso l'acquisto	13
I beni e servizi acquistati	19
Sistema di pagamento	24
Delivery & download e soddisfazione	28
Device utilizzato nell'acquisto online	32
Le soluzioni digitali nei negozi fisici	35
Live streaming commerce	48
Note metodologiche	51

Il consorzio del Commercio Digitale Italiano



Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è l'associazione di riferimento del settore e-commerce in Italia e uno stakeholder chiave nel dialogo sull'evoluzione regolamentare del mercato digitale a livello nazionale ed europeo.

Netcomm riunisce circa 450 aziende, tra società internazionali e piccole e medie realtà di eccellenza e rappresenta oggi la più ampia comunità professionale del digitale in Italia, in grado di fornire una visione autorevole e anticipatrice delle evoluzioni generate dalle tecnologie sul mercato e sul fare impresa.

Dal 2005 il Consorzio mette a disposizione una piattaforma esclusiva di contenuti formativi, ricerche, casi e modelli di riferimento nel digitale.

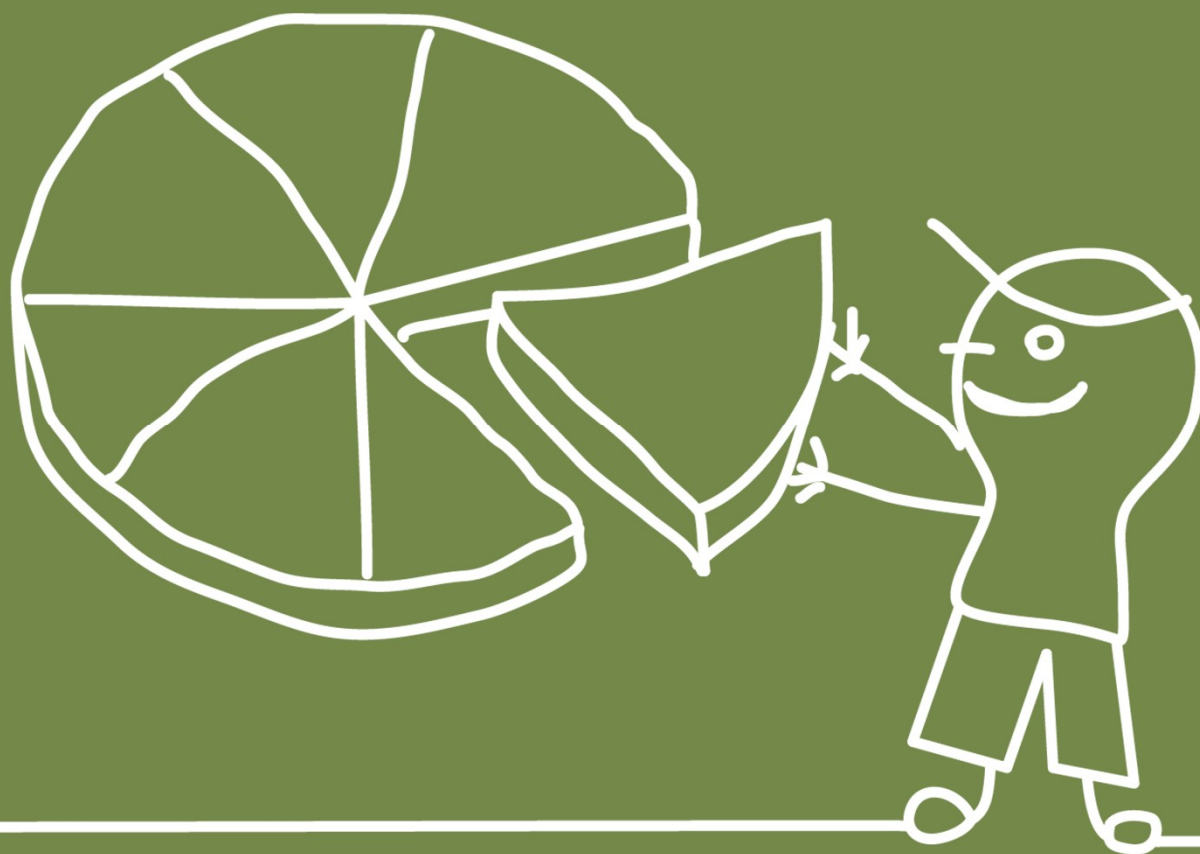
Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico che coinvolge oltre 150.000 aziende in Europa.

I principali ambiti nei quali Netcomm è impegnato riguardano:

sviluppo di **studi e ricerche** sul mondo sul commercio digitale

- promozione di un palinsesto di **eventi** creando occasioni di approfondimento e di networking
- creazione di **gruppi di lavoro** che analizzano dal punto di vista economico e regolamentare le primarie industry del commercio digitale e le tematiche di business innovation più rilevanti
- dialogo e rappresentanza presso le istituzioni italiane ed europee in materia di **regolamentazione del mercato digitale**
- attività di **comunicazione** sul territorio nazionale
- affiancamento delle aziende associate tramite un **supporto legale, fiscale e servizi convenzionati**
- progettazione e gestione di **percorsi formativi** focalizzati sui temi dell'e-commerce e della digital transformation
- sostegno all'**internazionalizzazione** delle aziende italiane e del Made in Italy
- diffusione delle competenze digitali nei cittadini italiani e la creazione di strumenti a sostegno degli acquisti online quali il **sigillo Netcomm**, che identifica i siti di e-commerce affidabili e di qualità.

LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA IN ITALIA



L'ECOMMERCE IN ITALIA

Dimensioni e trend

Indicatore	Valore	Variaz pre pandemia
Utenti Internet in Italia 15+ (settimanali)	42,5 milioni	+9,6%
Acquirenti online tra utenti Internet	77,8%	+16,9 p.p.
Acquirenti online nel trimestre	33,3 milioni	+40,2%
Acquirenti online abituali (una volta al mese)	23,9 milioni	+44,7%
Acquirenti online ogni 100 abitanti 18+	66,0	+40,2%
Quota di acquirenti online uomini	51,9%	-0,6 p.p.
Età media degli acquirenti online	42,2 anni	- 0,8 anni
Acquisti online nel trimestre	127,9 milioni	+45,7%
Quota acquisti online da dispositivi mobili	55,6%	+10,2 p.p.
Quota acquirenti online via App nel semestre	57,2%	+13,5 p.p.
Valore mensile acquisti online nel 2021	4.950 Mio €	+33,1%
Quota a valore degli acquisti di prodotti	73,9%	+ 20,8 p.p.
Media acquisti online pro-capite nel trimestre	3,83	+ 3,9% Y/Y
Valore acquisti online nel 2021	51,8 B€	+36,3% Y/Y
Previsione valore acquisti online nel 2022	56,4 B€	+8,9% Y/Y

Gli indicatori – se non diversamente indicato - si riferiscono al mese medio del primo trimestre 2022

La differenza rispetto al periodo pre-pandemico confronta i dati del 2019 con quelli del 2022

L'ECOMMERCE IN ITALIA

Alcuni indicatori del fenomeno

33,3 milioni
Acquirenti online
negli ultimi tre mesi
(marzo 2022)

78,6
Acquisti online di
prodotti fisici ogni
100 acquisti online
(marzo 2022)

58,9 €
spesi online dalle
donne ogni 100€
spesi online da tutti
gli italiani
(marzo 2022)

+36,3%
Incremento di valore
eCommerce rispetto
al periodo pre-
pandemia
(2022 su 2019)

57,2%
Quota di acquirenti
online che negli ultimi
sei mesi ha fatto
acquisti via App su
dispositivo mobile
(marzo 2022)

11,9 SU 100
acquisti online presso
merchant di retailer
tradizionali
(marzo 2022)

31,5 milioni
Consegne medie
mensili di prodotti
acquistati online
(stima anno 2022)

14,0
Pacchi ritirati in un
luogo fisico ogni 100
pacchi spediti per un
acquisto online
(marzo 2022)

57
Età media degli
acquirenti online di
prodotti
enogastronomici
(marzo 2022)

(Età media acquirenti online = 42,5)

20,1%
Quota di acquirenti
di sesso femminile
negli acquisti online
di Assicurazioni
(marzo 2022)

54,9%
(marzo 2022)

Acquisti online presso un
merchant sul quale si era
già acquistato in passato

4.700 M€
Valore mensile medio
degli acquisti online
degli italiani nel 2022
(marzo 2022)

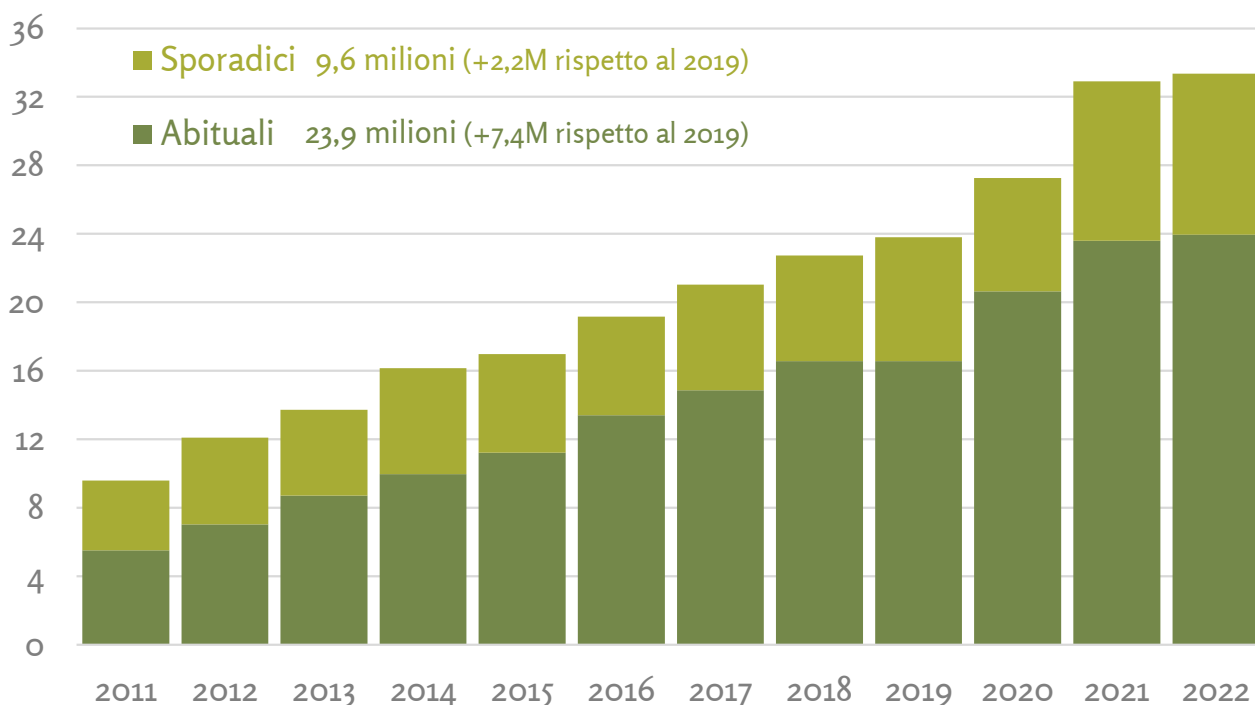
50,1
Acquisti originati da
Smartphone ogni 100
acquisti online
(marzo 2022)

1,39 milioni
Consegne mensili in
negozi di prodotti
acquistati online
dallo stesso retailer
(marzo 2022)

3,6 pagamenti su 100 con Smartphone nei negozi dei top 271 retailer (marzo 2022)

LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

La diffusione dell'esperienza di acquisto online in Italia

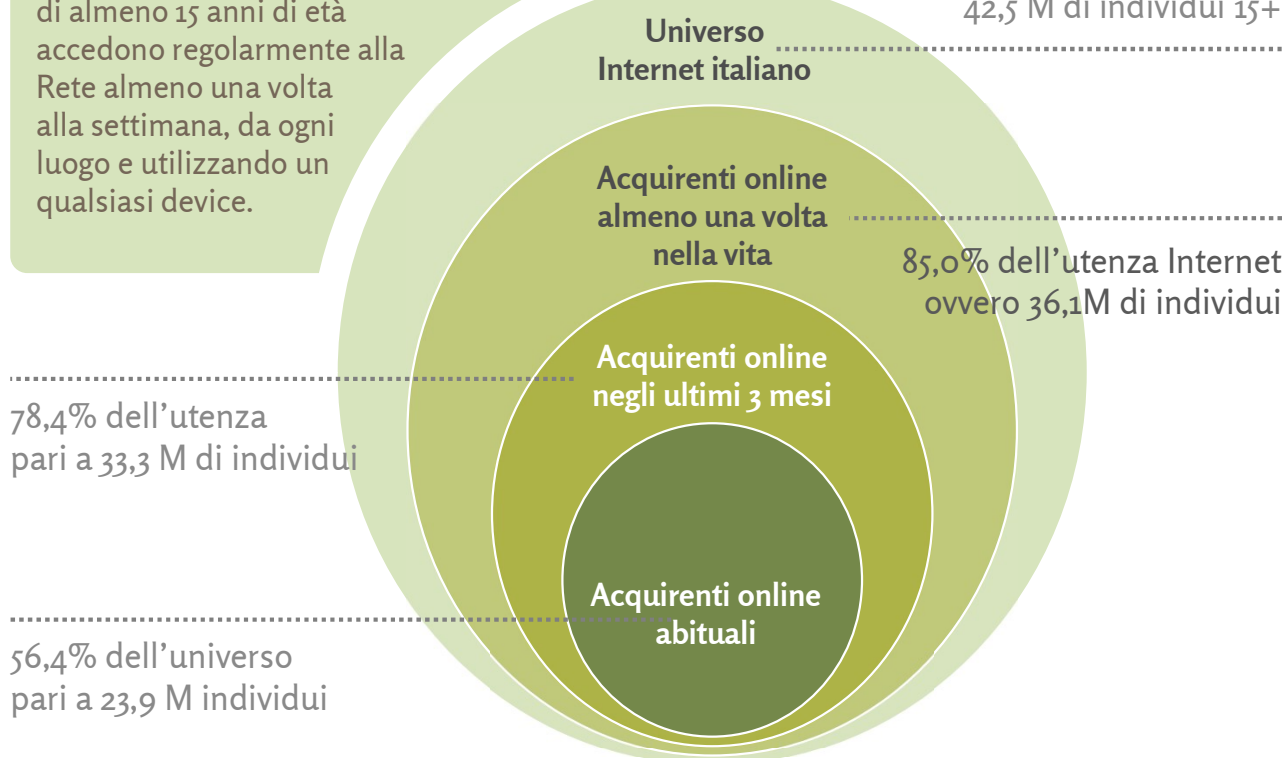


Milioni di acquirenti online nel trimestre, distinti tra sporadici e abituali: negli ultimi tre anni (dal periodo pre-pandemia) gli abituali sono cresciuti tre volte tanto gli sporadici

Le dimensioni dell'utenza Internet italiana

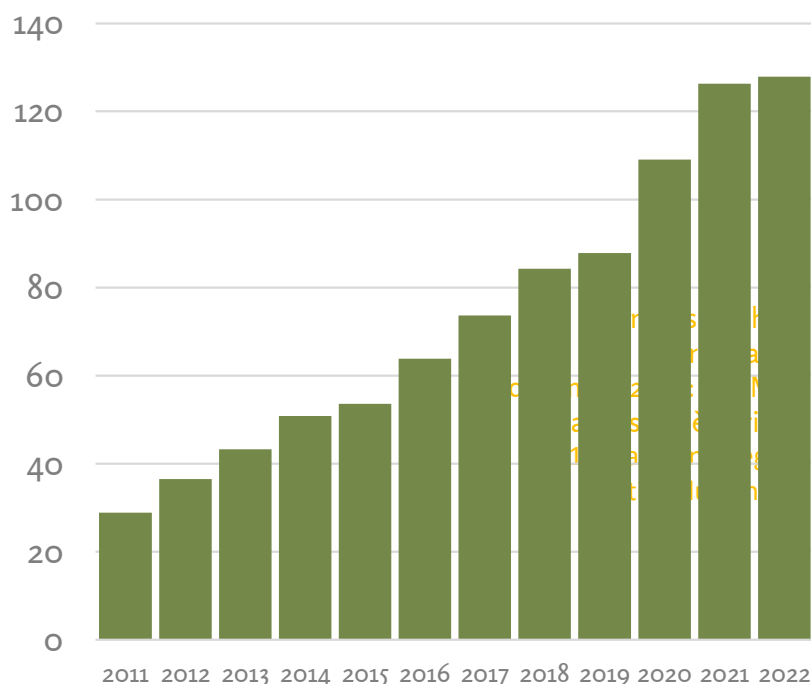
In Italia 42,5 milioni di individui di almeno 15 anni di età accedono regolarmente alla Rete almeno una volta alla settimana, da ogni luogo e utilizzando un qualsiasi device.

Totale utenza Internet italiana
42,5 M di individui 15+

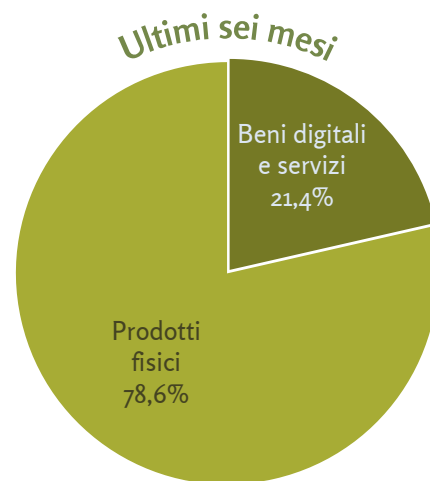


LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

Il numero di atti di acquisto online



Numero di acquisti online nel trimestre (in milioni) generati da acquirenti italiani su siti in Italia e all'estero



Il numero di acquisti online

- 127 milioni di atti d'acquisto online nel I trimestre 2022
- +45,7% rispetto allo stesso periodo del 2019 (pre-pandemia)
- la quota di acquisti di prodotti prevale sui servizi quando fino al 2016 era prossima alla parità

Gli acquirenti online italiani hanno compiuto in media 1,3 acquisti al mese primo trimestre del 2022. Il numero di acquisti online cresce in modo costante e ha superato le 100 milioni di transazioni per trimestre nel 2020. La spinta della pandemia si è protratta fino al 2021 e ora si è esaurita. Ogni 100 acquisti online, negli anni 2014-2018 il circa 60 riguardavano prodotti fisici e 40 servizi e beni digitali. Il rapporto tra prodotti e servizi è cambiato notevolmente negli ultimi tre anni e ora si contano quasi 4 acquisti di prodotti per ogni acquisto di servizi e beni digitali. Il fenomeno è anche segnato da una chiara stagionalità, con un in favore dei prodotti nei mesi invernali e una ripresa dei servizi in primavera. La frequenza media di acquisto media è pari a 4 transazioni per acquirente attivo nel trimestre e la sua distribuzione consente di distinguere tra acquirenti abituali (persone che acquistano in media almeno una volta al mese) e acquirenti sporadici (meno di tre acquisti nel trimestre). L'eCommerce è guidato dal segmento degli acquirenti abituali: 23,9 milioni di individui (7,4 in più rispetto al periodo pre-pandemico) che generano la quasi totalità del valore dell'eCommerce italiano.

Gli acquirenti sporadici (9,6 milioni)

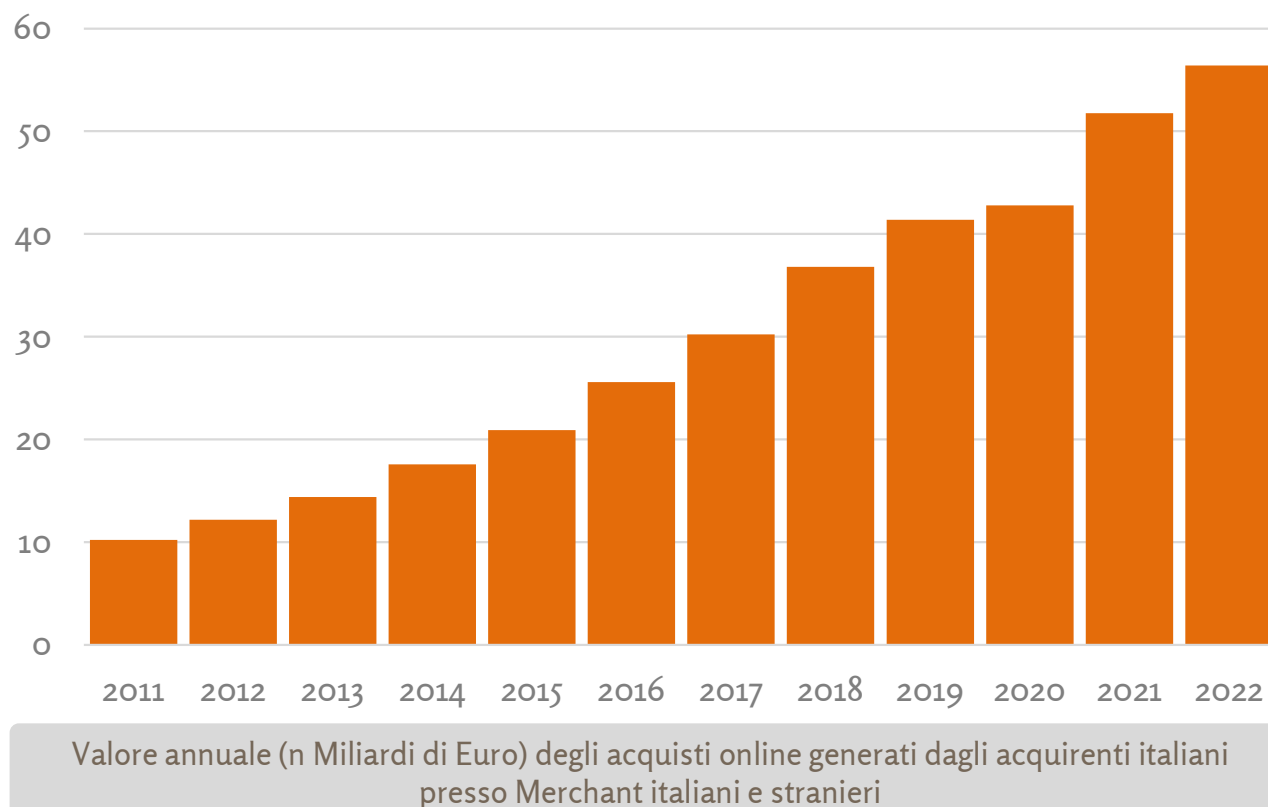
- uno o due acquisti nel trimestre
- effettuano l'11% delle transazioni del trimestre
- scontrino medio del 29% inferiore alla media
- generano il 9% del valore totale degli acquisti online

Gli acquirenti abituali (23,9 milioni)

- tre o più acquisti nel trimestre
- effettuano l'89% delle transazioni del trimestre
- scontrino medio superiore alla media (+11%)
- generano il 91% del valore totale degli acquisti online

IL VALORE DEGLI ACQUISTI ONLINE

Il valore degli acquisti online sviluppato dagli italiani



Nel 2022 si prevede che il valore complessivo degli acquisti online generati dagli acquirenti online italiani raggiunga la cifra di **58 miliardi di euro**.

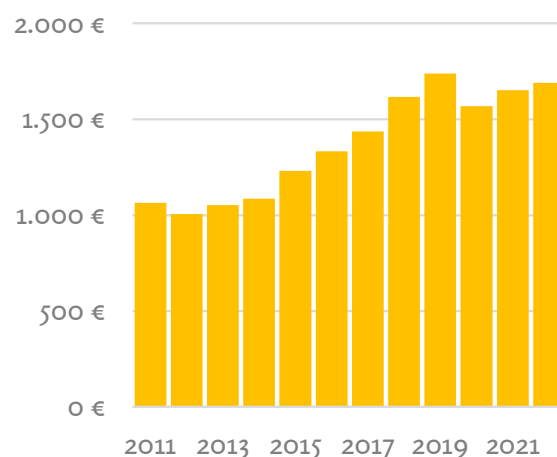
La crescita del valore è stata costante dall'inizio delle rilevazioni, nel 2011, fino al 2019, intorno al 20% anno su anno. La pandemia ha generato una discontinuità e nel 2020 la crescita si è limitata a poco più del 3% sull'anno precedente.

Tuttavia, il dato del 2020 è una media che si ottiene dalla forte crescita dell'eCommerce di prodotti e la significativa riduzione di servizi e beni digitali, in particolare nel settore dei trasporti e del turismo.

Il valore pro-capite annuale degli acquisti online ha seguito un profilo di sviluppo diverso negli anni: è cresciuto tra il 2012 e il 2019 e poi si è stabilizzato, dopo un calo del 10% nell'anno della pandemia causato dalla consistente riduzione degli acquisti nel settore del turismo.

La crescita dell'eCommerce è quindi da attribuire a due fattori: l'allargamento della base degli acquirenti e l'aumento di frequenza (abitudine) di acquisto online.

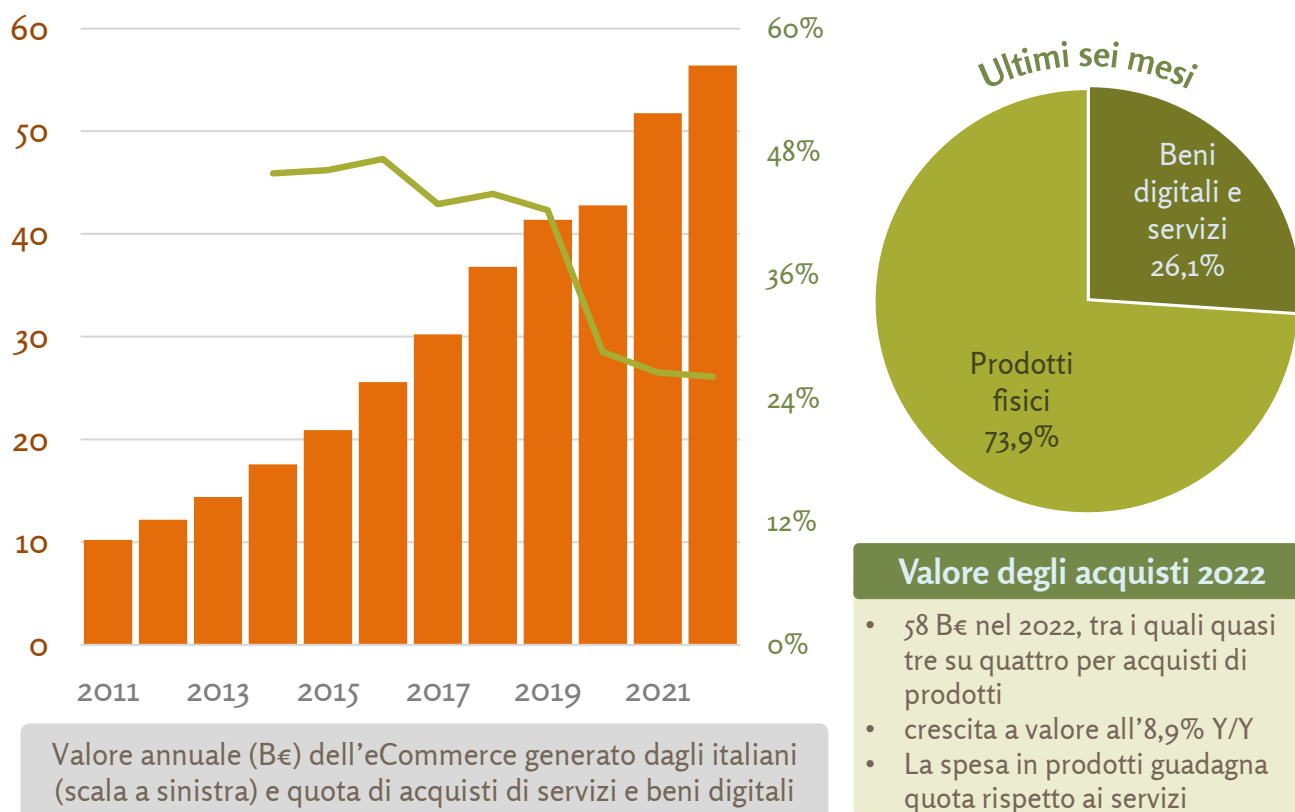
La spesa media annuale degli acquirenti abituali è cinque volte quella degli sporadici.



Valore pro-capite degli acquisti online

VALORE E QUOTA DEGLI ACQUISTI ONLINE

Il contributo dell'online ai volumi complessivi del retail



Dall'inizio delle rilevazioni di Net Retail, il numero di acquisti online di prodotti è sempre stato superiore a quello per servizi e beni digitali. Tuttavia, lo scontrino medio più elevato nel caso di acquisti di servizi ha mantenuto fino al 2019 una quota in valore quasi pari tra le due categorie, con una leggera prevalenza dei prodotti.

Tale equilibrio è stato profondamente alterato dalla pandemia di Coronavirus. La domanda di prodotti è notevolmente aumentata nei mesi del primo lockdown (primavera 2020) e, allo stesso tempo, il blocco degli acquisti di viaggi e turismo ha influenzato negativamente la quota di servizi e beni digitali. Il risultato è un nuovo equilibrio che in termini di acquisti vede la quota di servizi beni digitali ridotta a poco più del 21% e in termini di valore al 26%.

In definitiva, la pandemia ha stimolato 9 miliardi in più di acquisti online e sei milioni di individui si sono attivati nell'eCommerce dal 2020 al 2022.

La stima di valore dell'eCommerce per il 2022 indica che l'8% dei consumi delle famiglie italiane passerà quest'anno attraverso l'online. E' un dato quasi doppio rispetto a quello del 2017: si può affermare che negli cinque anni è cambiata la struttura del retail italiano.

Valore annuale dei consumi delle famiglie italiane⁽³⁾: 700 B€

eCommerce: 58 B€