

IL 6 E 7 MAGGIO IL PRIMO NETCOMM FORUM LIVE DIGITALE. LISCIA: «2 MILIONI DI E-SHOPPER IN PIÙ DA INIZIO ANNO»

E-COMMERCE, AVANTI TUTTA SU CLICK&COLLECT, PROXIMITY E SOSTENIBILITÀ

Aumentare l'offerta, trasparenza sui prezzi, spazi fisici con una nuova pelle, rafforzare la componente servizi e creare una vera omnicanalità sono le sfide future per il retail tradizionale

Si è chiusa con oltre 12.000 visitatori unici, che hanno trascorso una media di 2 ore sulla piattaforma e hanno totalizzato 30.000 accessi, la prima edizione digitale di **Netcomm Forum Live**, che si è tenuta il 6 e 7 maggio scorsi. Più di 6.000 persone hanno partecipato a meeting one to one per un tempo medio di 8,5 minuti, e in media ogni partecipante ha assistito a 3 degli 83 workshop proposti da 165 espositori. Il Consorzio, nel suo ruolo di punto di riferimento degli operatori nella filiera del digital retail, ha voluto lanciare un forte segnale di apertura al confronto e alla collaborazione tra imprese, in un momento storico in cui il comparto e-commerce si è rivelato strategico per fronteggiare le restrizioni dettate dall'emergenza sanitaria e svolgerà un ruolo indispensabile per la ripresa del commercio e dei consumi nella fase 2. «Un balzo di 20 anni, con due milioni di nuovi e-shopper da

inizio 2020, per un totale di 29 milioni: di questi, 1,3 milioni sono da attribuire all'emergenza», ha spiegato nella plenaria di apertura il Presidente **Roberto Liscia**. Negli stessi mesi dello scorso anno (da gennaio a maggio 2019), infatti, si registravano 700.000 nuovi consumatori: una crescita organica che il mercato si aspettava anche nei primi 4 mesi del 2020, senza l'emergenza. L'e-commerce è il comparto che crescerà di più, fino a +55%, a livello mondiale con l'impatto del Covid-19, seguito da modern food retail (ordini online via sito e-commerce, social network, app di messaggistica, click&collect, e-commerce di prossimità), fino a +23%, e vendita all'ingrosso di prodotti farmaceutici, fino a +15% (Fonte: Statista). Altri comparti, come il fashion&lifestyle, sono stati colpiti più duramente di altri anche online, ma il 77% dei merchant online ha dichiarato di aver acquisito nuovi clienti durante questa fase di emergenza sanitaria (Fonte: Survey Netcomm, marzo 2020).

CAMBIATE IN TEMPI RECORD LE MODALITÀ DI SPEDIZIONE E CONSEGNA

Dal punto di vista delle vendite online, a registrare l'incremento maggiore, da fine febbraio a metà aprile, è stato il pet care (+154%), seguito da cibi freschi e confezionati (+130%), prodotti per la cura della casa (+126%) e della persona (+93) (Fonte: IRI per Netcomm). «A cambiare in tempi record sono state soprattutto le modalità di spedizione e di consegna - ha dettagliato il Presidente -. Il click&collect, ovvero la possibilità di ordinare online un prodotto e di ritirarlo in negozio da parte del cliente, ha registrato una crescita del +349% (Fonte IRI) e ci aspettiamo che nei prossimi mesi diventerà un'abitudine sempre più consolidata. Un altro fenomeno da sottolineare è il proximity commerce così come l'attenzione alla sensibilità ambientale». Con abitudini, consumi e processi di



ROBERTO LISCIA

acquisto in evoluzione, 5 sono le sfide che i retailer tradizionali dovranno affrontare: «Aumentare l'offerta anche attraverso accordi e alleanze trasversali, trasparenza sui prezzi, spazi fisici con una nuova pelle, rafforzare la componente servizi e creare una vera omnicanalità», ha concluso Liscia. La logica omnicanale è tuttavia ancora bassa, così come il livello di gestione smart dei negozi tramite app che consentano ai consumatori di localizzare lo store più vicino, pagare, ricevere sconti e programmi fedeltà: su circa 280 insegne di diversi settori, che rappresentano circa 46.000 punti vendita, solo il 79% possiede un canale e-commerce attivo e solo il 37% è abilitato al ritiro o al reso in store di prodotti acquistati online. (V.Z.)