



Comunicato stampa

Netcomm: cresce l'e-commerce in Italia

Sono 16 milioni gli acquirenti online tricolori

Milano, 27 settembre 2014

Partire dal consumatore. E' questo il messaggio che **Roberto Liscia**, presidente di **Netcomm**, ha lanciato alla platea dei partecipanti al convegno *“Lo status quo dell'e-commerce nel turismo”*, tenutosi oggi a Bergamo, in occasione della 14ma edizione di **NoFrills**, a fronte di **dati decisamente incoraggianti per l'e-commerce in generale e per il comparto turistico**. Negli ultimi 12 mesi è stato di 6,2 miliardi il fatturato generato dagli acquisti online del turismo. *“L'Italia è uno dei Paesi che può crescere di più nel digitale”*- ha affermato il presidente. Si pensi che nel 2011 erano 9 milioni gli acquirenti online tricolori e oggi sono 16 milioni. Non mancano, tuttavia, delle criticità: *“Una certa arretratezza nell'uso della moneta elettronica e negli strumenti di pagamento elettronici* - ha continuato il presidente -, *legata al forte uso di cash”*.

E-commerce non significa, ha sottolineato Liscia, che il negozio fisico sia morto: il trend cui si sta assistendo è il *“web shopping”*: il cliente va sul sito, ma spesso acquista nel negozio. L'online, inoltre, ha maggiore esigenza di punti di contatto (i cosiddetti touch point, cioè di punti di informazione) rispetto all'offline.

Il settore dei viaggi e turismo è, poi, il più **multicanale** dell'ecommerce: sono numerosi gli acquisti che vengono prenotati online e saldati in modo tradizionale alla consegna (cioè alla location/biglietteria) ma anche quelli prenotati in modo tradizionale (per es. telefonico) e saldati online (con un bonifico bancario anticipato, in particolare nel caso di soggiorni in agriturismi o case in affitto per le vacanze). Inoltre, una quota compresa tra l'8% e il 15% degli acquirenti di soggiorni e vacanze decide di effettuare un acquisto online dopo la visita in un'agenzia tradizionale. D'altra parte, il 25% degli acquisti di soggiorni e vacanze in un'adv avviene dopo che gli stessi acquirenti hanno maturato online la decisione di acquisto, generalmente attraverso la consultazione del sito della destinazione della loro vacanza.

E dunque l'agenzia di viaggi ha, o meglio, può ancora avere un ruolo rilevante. E' vero, però, che gli utenti sono quasi diventati *“super-consumatori”*, soggetti che hanno preso il comando e raggiunto una maggiore consapevolezza nelle scelte di acquisto, mentre produttore e distributore hanno perso *“oltre che il governo, anche la marginalità”*. Il processo va allora invertito, ha suggerito Liscia. *“Non semplicemente costruendo un sito dove vendere online, ma riappropriandosi della gestione del cliente”*, conclude Liscia.

Nota per i redattori:

NoFrills è l'unica manifestazione b2b turistica italiana che negli ultimi anni continua a crescere. Un evento con 120 eventi rivolti alla tecnologia, allo sviluppo, al cerco/offro lavoro, all'utilizzo di strumenti digital, a seminari e corsi di formazione, tavole rotonde, a numeri e statistiche, a focus sui viaggi di nozze sul mercato gay & lesbian e sul turismo accessibile. Nel 2013 oltre 12mila operatori hanno partecipato alla dodicesima edizione, di cui circa 8.700 agenti di viaggi e 3.300 espositori facendo registrare un incremento dell'5% rispetto all'edizione precedente.

Ufficio Stampa NoFrills

ufficiostampa@nofrills-expo.com

tel. 02 20204334