

# Come cambierà lo shopping degli italiani dopo il Covid-19

Secondo una ricerca di DS Smith, alcune abitudini maturate durante il lockdown potrebbero perdurare anche nella “nuova normalità”. Tra queste lo shopping online: il 48% del campione dichiara che aumenterà i propri acquisti online, con particolare riguardo ai beni dell’elettronica di consumo, alimentari, abbigliamento e cibo d’asporto.

di Lorenzo Lillo

**La modalità con cui effettuiamo acquisti quotidianamente potrebbe cambiare per sempre dopo il Covid-19, grazie ad uno sviluppo impetuoso dell’e-commerce, anche in settori precedentemente meno toccati dal fenomeno. È quanto sostiene una ricerca commissionata da DS Smith, azienda leader nel packaging sostenibile.**

## LA RIVOLUZIONE DELL’E-COMMERCE

Durante il lockdown, gli utenti che hanno effettuato acquisti on-line sono aumentati repentinamente - secondo stime di Netcomm Forum <sup>(1)</sup> sono cresciuti di 2 milioni nella prima parte dell’anno - e il 65% degli italiani intervistati dalla ricerca commissionata da DS Smith ha ammesso di aver incrementato i propri acquisti in Rete.

Una rivoluzione che sembra avere effetti permanenti, con circa un italiano su due (48%) che ha affermato che continuerà e aumenterà i propri acquisti online nel corso dei prossimi mesi. Questo dato è un segnale della fiducia che gli italiani ripongono nell’e-commerce, pari al 91% degli italiani che hanno effettuato acquisti on-line.

Tra le categorie più acquistate dagli italiani troviamo i prodotti per l’igiene, con il 41% del campione che ha dichiarato di aver aumentato i propri acquisti nel comparto, l’abbigliamento e l’elettronica di consumo (40%), i prodotti di bellezza (38%) e gli alimentari (37%). Proprio la spesa in Rete per prodotti

alimentari è cresciuta - secondo stime Netcomm Forum - del 130% da fine febbraio a metà aprile <sup>(1)</sup>. Ulteriori dati a sostegno dell’incremento delle vendite e-commerce durante il lockdown vengono dalla stessa DS Smith, che ha riportato un incremento della domanda per imballaggi alimentari e prodotti igienici pari al 100% dall’inizio della pandemia.

## LA NUOVA NORMALITÀ

La ricerca mostra inoltre come alcuni di questi trend siano destinati a rimanere nel prossimo futuro, con

I consumatori chiedono opzioni più sostenibili: **un quinto del campione**

ha dichiarato che farebbe più acquisti online se gli articoli fossero consegnati con imballaggi più



il 58% degli italiani che pensa di mantenere o aumentare gli acquisti di prodotti alimentari on-line rispetto ai mesi di lockdown. Questa tendenza è ancora più forte per l’acquisto di articoli di elettronica di consumo (74%), di abbigliamento (67%), beauty (65%) e per prodotti parafarmaceutici o per l’igiene della persona (62%).

Durante il lockdown è emersa anche la voglia di provare nuove piattaforme di vendita e-commerce: circa il 41% degli italiani ha infatti dichiarato di essersi iscritto a un sito e-commerce mai utilizzato in precedenza, e di aver usufruito di una promozione per acquisti in Rete (56%).

“Vi è stato un forte cambiamento nelle modalità di acquisto dei consumatori. Grandi e piccole imprese si sono infatti trovate a dover far fronte alla rapida crescita del commercio elettronico. Ciò ha permesso loro di continuare a operare anche nel periodo più difficile del lockdown” ha commentato Paolo Marini, Managing Director DS Smith Packaging Ita-

**65%** degli italiani dichiara di aver fatto più acquisti online durante il COVID-19.

**47%** degli intervistati afferma che aumenterà i propri acquisti online nei prossimi mesi.



Il Click and collect si è dimostrato un metodo di consegna molto comune.

**25%** lo ha utilizzato durante il lockdown

e il

**58%** continuerà a utilizzarlo in futuro.



lia. “Sta emergendo con chiarezza che molti di questi trend continueranno anche nel prossimo futuro. I consumatori infatti hanno trovato nuova fiducia e convenienza negli acquisti online in ogni settore merceologico. Le aziende che non stanno già trasformando il proprio business in ottica e-commerce rischiano di perdere un’opportunità importante”.

## I DRIVER DI ACQUISTO DEL CONSUMATORE DIGITALE

Le motivazioni d’acquisto on-line durante il lockdown variano a seconda del sesso e dell’età degli intervistati, anche se un driver comune sembra essere quello della convenienza.

I maschi prediligono la maggiore varietà dell’offerta in Rete, mentre le donne sottolineano lo stato di necessità (il non poter uscire di casa per recarsi in negozio) e l’acquisto a scopo ricreativo, come modo di passare il tempo durante le lunghe giornate di lockdown. Questa motivazione è condivisa anche da un’ampia quota di giovanissimi (18-24 anni, 35%). I giovani adulti sottolineano invece il risparmio di tempo derivante dagli acquisti in Rete, mentre le generazioni più anziane indicano come principale motivazione dell’acquisto in Rete il non potersi recare nel negozio fisico.

La possibilità di usufruire di resi gratuiti (36%) e tempi più celeri di consegna (32%) sono opzioni che renderebbero ancora più favorevole l’adozione massiccia dell’e-commerce da parte dei consumatori italiani.

L’attenzione per un packaging sostenibile gioca un ruolo sempre più rilevante anche in questo contesto: un consumatore su 5 ha infatti dichiarato di essere propenso ad effettuare più acquisti on-line se la merce fosse imballata con packaging riciclabile o con soluzioni più sostenibili, con una preferenza più marcata tra le donne, i giovanissimi e i giovani adulti.

A questo proposito, Francesco Barsanti, Sales, Marketing & Innovation Director di DS Smith Packaging Italia, ha commentato: “La ricerca mostra come gli imballaggi più sostenibili siano una reale esigenza dei consumatori. Come DS Smith, aiutiamo i nostri clienti a soddisfarle attraverso misure semplici come l’adozione di imballaggi green”. Infine, una maggiore integrazione tra negozio fisico e digitale potrebbe stimolare ulteriormente gli acquisti on-line, con il 31% degli italiani che hanno dichiarato di preferire gli acquisti fisici proprio per la possibilità di toccare con mano i prodotti prima dell’acquisto.

[www.dssmith.com](http://www.dssmith.com)



SCRIVI UN TUO COMMENTO QUI:

<http://www.editorialedelfino.it/come-cambierà-lo-shopping-degli-italiani-dopo-il-covid-19.html>