

Comunicato stampa

Zurigo/Berna, 15 novembre 2016

*Barometro dell'e-commerce svizzero 2016***La semplicità dei pagamenti favorisce lo shopping online**

**Nell'ambito del barometro dell'e-commerce 2016 presentato dalla scuola universitaria di gestione di Zurigo (HWZ) e dalla Posta sono stati intervistati oltre 10'000 svizzeri: analogamente all'anno scorso, la metà di essi fa acquisti online almeno una volta al mese. Gli intervistati apprezzano la flessibilità oraria e la semplice confrontabilità delle offerte. Tuttavia, problemi tecnici o la mancanza di trasparenza nella procedura di pagamento comportano spesso l'interruzione dell'acquisto.**

Durante il barometro dell'e-commerce svizzero di quest'anno sono stati analizzati, tra l'altro, i motivi e la frequenza dello shopping online, i fattori alla base di un'esperienza di acquisto gradevole nonché i vantaggi e gli svantaggi dello shopping online. Il 50% delle persone intervistate fa acquisti in uno shop online almeno una volta al mese; un buon motivo per le imprese svizzere per approfondire meglio le esigenze degli acquirenti online svizzeri.

**Amazon e ricardo.ch ai primi posti**

Per la prima volta sono stati presi in considerazione anche i cosiddetti mercati virtuali. Tra i più amati figurano l'operatore internazionale Amazon e ricardo.ch. Amazon è molto amata in particolare nella Svizzera italiana. Il 74% degli intervistati apprezza la possibilità di confrontare prodotti durante l'acquisto su queste piattaforme, seguita dal raggruppamento di diverse categorie di prodotti (58%) e dalla trasparenza delle valutazioni dei prodotti (57%).

**Sono richieste la trasparenza e modalità di pagamento mirate**

In fase di acquisto, gli svizzeri attribuiscono particolare importanza alla semplicità del pagamento (91%) e alla certificazione dello shop online (82%). Ma sono proprio le modalità di pagamento a rappresentare un punto debole. Il 77% degli intervistati ha già interrotto almeno una volta la procedura di acquisto per l'assenza del metodo di pagamento preferito. Tra i più giovani (al di sotto dei 25 anni) questo fattore è ancora più decisivo (82%). La modalità di pagamento in assoluto più apprezzata indipendentemente dalla fascia d'età si conferma la fattura (85%), seguita dalla carta di credito (80%) e dalla carta di debito PostFinance (42%). Ulteriori motivi che comportano l'interruzione del processo d'acquisto sono la mancanza di opzioni di consegna (81%) o costi occulti (78%).

**L'utilizzo dello smartphone si conferma al livello dello scorso anno**

Solo il 20% degli intervistati utilizza lo smartphone spesso o sempre per fare acquisti online. Appena un quarto degli intervistati se ne serve occasionalmente, ma più della metà (56%) non lo utilizza mai o solo raramente. I motivi sono da ricercare nella visualizzazione troppo piccola dei prodotti, nella mancata ottimizzazione dei dispositivi mobili, nell'insufficiente descrizione della gamma di prodotti, in procedure di ordinazione macchinose e perplessità in merito alla sicurezza. L'utilizzo di smartphone si attesta sullo stesso livello dell'anno precedente.

**Lo studio**

Il Center for Digital Business della scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ ha realizzato il barometro dell'e-commerce svizzero su incarico e con il supporto della Posta. Il sondaggio è stato condotto dall'Istituto di management strategico: Stakeholder View dell'HWZ. Nel complesso, hanno partecipato 10'000 persone, di cui il 50% uomini e il 50% donne. Il 67% degli intervistati è di lingua tedesca, il 25% di lingua francese e l'8% di lingua italiana. Per ulteriori informazioni sintetiche è possibile consultare la pagina <http://e-commerce.posta.ch/barometro> e [www.fh-hwz.ch/e-commerce-2016](http://www.fh-hwz.ch/e-commerce-2016).

**L'HWZ e il Center for Digital Business**

Il **Center for Digital Business** presso l'HWZ è il punto di riferimento per il sapere digitale orientato all'applicazione. Svolge progetti di ricerca, offre cicli di studio, supporta le PMI con servizi di consulenza e progetti e mette a disposizione informazioni gratuite su temi legati al mondo digitale. Il centro è diretto da Manuel P. Nappo, «Digital Pioneer of the Year» 2013 nonché «Precursore digitale» 2015.

La **scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ** è membro della scuola universitaria professionale di Zurigo (ZFH). Con circa 2200 studenti e 500 docenti, l'HWZ è la principale scuola universitaria che offre esclusivamente corsi di studio paralleli all'attività professionale nel settore economico in Svizzera. Dispone di un'ampia offerta di cicli di studio paralleli all'attività professionale a livello di bachelor e di master e offre anche la possibilità di conseguire un dottorato.

**La Posta**

La Posta è un offerente di servizi di e-commerce a 360 gradi per commercianti online e clienti finali. In veste di partner del Center for Digital Business dell'HWZ, sostiene le trasformazioni in atto nel business digitale e promuove la trasmissione e la creazione di conoscenze.

**Contatto HWZ**

Aline Theiler, responsabile Attività mediatica, n. tel. 043 322 91 35, [aline.theiler@fh-hwz.ch](mailto:aline.theiler@fh-hwz.ch)

**Contatto della Posta**

Servizio stampa Posta, n. tel. 058 / 338 13 07, [presse@posta.ch](mailto:presse@posta.ch)