



Indagine di Confcommercio Lombardia su attività alimentari, non alimentari e miste

Acquisti per il Natale: per quattro negozi su dieci crescono del 20% i clienti attratti nel punto vendita grazie a sito e social

Il 70% delle attività con canale eCommerce prevede il ritiro in negozio

L'83% dei negozi ha un sito web e/o è presente sui social - soprattutto Facebook e Instagram, seguiti da WhatsApp - il 38% da più di 10 anni, il 43% da oltre cinque, mentre il 19% si è avvicinato nell'ultimo anno. Di queste imprese, sette su dieci dichiarano di aver avuto un incremento del proprio business e dei propri clienti grazie a questi strumenti. Per il 40% delle attività, la percentuale di clienti che si recano in negozio grazie a sito e social aumenta in media del 20% in occasione degli acquisti per le festività natalizie (così come per i saldi e il Black Friday).

Questi i principali risultati che emergono dall'indagine "Terziario e digitale: focus Commercio" di Confcommercio Lombardia, condotto su negozi alimentari, non alimentari e misti, il 90% dei quali microimprese, realizzata per approfondire i livelli di consapevolezza su una delle grandi transizioni che interessano il tessuto socioeconomico.

Dall'indagine emerge, inoltre, un aumento dell'utilizzo dei canali eCommerce: un negozio su quattro ne ha uno e la metà lo ha attivato negli ultimi cinque anni. Di questi, il 45% riscontra un aumento dei volumi di vendita e 7 su 10 prevedono il ritiro in negozio.

*"Sito web e social si dimostrano strumenti importanti per promuovere la propria attività e aumentare il flusso di clienti in negozio, soprattutto in occasione di importanti occasioni di vendita come le festività natalizie – dichiara il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia **Carlo Massoletti** - La relazione personale, d'altronde, risulta determinante anche per le imprese che hanno scelto di attivare un canale eCommerce, prevedendo nella maggior parte dei casi il ritiro in negozio".*

*"La dimensione delle imprese del terziario in generale, e del commercio in particolare - prosegue **Massoletti** - richiede un approccio mirato anche da parte delle Istituzioni, che devono immaginare misure e formazione specifiche per rendere il digitale uno strumento inclusivo e non esclusivo, un'opportunità diffusa e funzionale alle attività fisiche, dunque alla vitalità delle città".*

Milano, 20 dicembre 2024

Confcommercio Lombardia

Nicola Maselli tel. 027750246 – nicola.maselli@confcommerciolombardia.it

Ufficio stampa Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza tel. 027750222 relazioni.esterne@unione.milano.it