

Comunicato stampa

Lucerna, 21 ottobre 2020

Commercio online svizzero: ecco i suoi potenziali di sostenibilità

Circa la metà dei prodotti proposti dagli shop online svizzeri è fabbricata in modo sostenibile. È quanto emerge da un sondaggio sui commercianti online svolto nell'ambito di un progetto di ricerca della Scuola Universitaria Professionale di Lucerna e della Scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ su incarico della Posta. Un margine di miglioramento sussiste, secondo il team di ricerca, nella spedizione degli articoli, in particolare alla luce del crescente interesse dei consumatori per opzioni di invio sostenibili.

Con il sondaggio sui commercianti online 2020, condotto su incarico della Posta, la Scuola Universitaria Professionale di Lucerna ha analizzato per la prima volta la sostenibilità dell'e-commerce svizzero dal punto di vista degli operatori. A tal fine gli autori dello studio hanno intervistato 227 aziende in merito agli aspetti ecologici e sociali della catena di creazione del valore dei loro shop online.

Prodotti: gli shop online giudicano i propri assortimenti come prevalentemente sostenibili

Stando a quanto affermato dagli intervistati, gli shop online offrono articoli che sono fabbricati in larga misura in modo sostenibile. In media il 52% dei prodotti disponibili nei negozi online svizzeri sono realizzati con processi rispettosi delle risorse. Un'importanza ancora maggiore è attribuita agli aspetti sociali: il 77% dei prodotti è fabbricato infatti in condizioni di lavoro eque. «Il nostro studio dimostra che i temi legati alla sostenibilità nel commercio online svizzero sono un fattore importante», afferma Thomas Wozniak, responsabile dello studio e docente presso la Scuola Universitaria Professionale di Lucerna. Sorprende tuttavia che gli operatori contrassegnino solo raramente i prodotti sostenibili, visto che ciò avviene solo nel 14% degli shop intervistati, mentre soltanto l'11% offre un filtro di ricerca per selezionare gli articoli fabbricati in modo sostenibile. Secondo Wozniak, le aziende sono già consapevoli di questa lacuna e circa la metà delle organizzazioni consultate vorrebbe informare meglio i propri clienti in merito alla sostenibilità dei prodotti venduti.

Imballaggi: solo un terzo riesce a evitare la plastica

Oltre al prodotto anche gli imballaggi contribuiscono al bilancio di sostenibilità degli shop online. I commercianti online svizzeri dichiarano che il 56% degli imballaggi e il 48% del materiale di riempimento è riciclato. Solo un terzo riesce a evitare imballaggi di plastica. «Un punto critico è anche la dimensione dell'imballaggio», afferma Thomas Wozniak. Il 72% dei commercianti online opta per imballaggi commisurati alle dimensioni del prodotto. «In questo modo si possono sfruttare in modo efficiente le capacità di trasporto e risparmiare materiale», spiega il responsabile dello studio. In alternativa i commercianti online possono spedire gli articoli direttamente nell'imballaggio originale. Il 49% degli shop online lo fa già. Il ruolo dell'imballaggio diventa sempre più importante. Otto shop online su dieci prevedono che nei prossimi due anni i consumatori diventeranno più esigenti in materia di imballaggi sostenibili.

Spedizione sostenibile fino al destinatario?

Per i commercianti online la spedizione rappresenta una sfida particolare sul fronte della sostenibilità. «Abbiamo bisogno di idee innovative per trovare soluzioni sostenibili di spedizione dal magazzino al cliente», afferma Wozniak. Negli shop online svizzeri c'è un grande potenziale di ottimizzazione sotto questo aspetto. Solo il 15% delle aziende intervistate propone soluzioni

logistiche adeguate a livello locale e rispettose dell'ambiente, fra cui servizi di recapito in bicicletta in combinazione con il treno o trasporti con le eCargo bike. Quanto alla possibilità di scegliere una spedizione a impatto climatico zero, viene proposta ai clienti unicamente dal 15% degli shop online. «Non c'è quindi da stupirsi se solo un numero molto limitato di shop online informa attivamente i clienti sulle opzioni di spedizione sostenibili», continua Wozniak. D'altro canto c'è una grande disponibilità da parte degli operatori a migliorare la logistica in questo senso. Il 75% è incline a soluzioni di trasporto sostenibili, soprattutto sul cosiddetto ultimo miglio, ovvero l'ultimo tratto della catena di fornitura che coincide con il recapito a domicilio del pacco da parte del postino o della postina.

Punto di vista dei clienti: sempre più esigenti in materia di spedizione sostenibile

La Posta e la Scuola universitaria di gestione di Zurigo (HWZ) hanno allestito il barometro dell'e-commerce svizzero. Rispetto all'anno scorso, la percentuale di clienti svizzeri che almeno una volta a settimana acquistano su internet è aumentata di oltre il 13%. In particolare gli ultracinquantacinquenni hanno scelto gli shop online molto più spesso che nel 2019 (+25%). La percentuale degli utilizzatori di TWINT come mezzo di pagamento è cresciuta dal 17% al 29%. Anche in questo studio sono stati analizzati aspetti legati alla sostenibilità: i clienti danno molta importanza alle dimensioni della scatola commisurate al prodotto spedito (75%) e all'impiego di imballaggi riutilizzabili (73%). Inoltre, in Svizzera i consumatori preferiscono essere informati più sull'origine dei prodotti (79%) che sulle condizioni di fabbricazione (65%).

Ulteriori informazioni sul commercio online svizzero 2020

Maggiori informazioni sul sondaggio sui commercianti online e sul barometro dell'e-commerce nonché i due studi sono consultabili e scaricabili su <http://www.posta.ch/digital-commerce-studi>.

Contatti per gli operatori dei media

Scuola Universitaria Professionale di Lucerna
Dott. Thomas Wozniak, responsabile dello studio e docente
N. tel. +41 41 228 22 40, e-mail: thomas.wozniak@hslu.ch

Scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ
Lea Bischoff, servizio stampa
N. tel. +41 43 322 26 12, e-mail: lea.bischoff@fh-hwz.ch

La Posta
Jacqueline Bühlmann, Servizio stampa
N. tel. +41 58 341 37 80, e-mail: presse@posta.ch