Comunicato stampa

**Recommerce, opportunità per le PMI e un’imprenditoria più green**

*Il Recommerce favorisce l’ascesa degli imprenditori green, mentre le PMI si adeguano alle richieste dei consumatori*

* Un quarto dei consumatori europei è disposto a partecipare al Recommerce qualora permetta loro di guadagnare o risparmiare denaro grazie alle proprie azioni.[[1]](#footnote-2)
* Un quarto dei piccoli imprenditori è disposto a investire il 20% del proprio fatturato totale per adottare processi più sostenibili.[[2]](#footnote-3)
* Visa ha lanciato una [piattaforma digitale](https://www.visa.co.uk/recommerce.html) dedicata al Recommerce per aiutare i privati e le piccole imprese a esaminare e conoscere meglio le attività di “ri-commercio” elettronico e promuovere comportamenti più sostenibili.
* Il progetto è nato grazie alla partnership strategica tra Visa e la Ellen MacArthur Foundation, che studia l’evoluzione dell'infrastruttura globale dei pagamenti a sostegno dei nuovi sistemi di economia circolare.

*Milano, 08 marzo 2023* **-** Una nuova ricerca condotta in tutta Europa per conto di Visa rivela che la crisi del caro vita e gli effetti ormai visibili del cambiamento climatico stanno spingendo i cittadini europei a rivedere le loro attuali abitudini di acquisto e a cercare modi più sostenibili per comprare e vendere prodotti e servizi. [[3]](#footnote-4)

Una ricerca di Opinium condotta per conto di Visa ha rilevato che l'87% delle persone intervistate in diversi mercati europei ha già partecipato ad almeno un'attività di Recommerce: un metodo più sostenibile di acquistare, riciclare e condividere beni e servizi. Tuttavia, i consumatori non sono ancora consapevoli che molti dei loro comportamenti stanno già contribuendo a un futuro più sostenibile e adottarli più spesso accelererà i cambiamenti in questo settore.

**Le 6 R**

I comportamenti del Recommerce, che comprendono il Rinnovo, la Ricarica, la Riparazione, la Rivendita, la Restituzione e la Ridistribuzione - intesi come la condivisione, lo scambio o la vendita a prezzi inferiori di oggetti di cui non si ha più bisogno o di cui si possiede una quantità eccessiva - sono chiamati da Visa le “sei R”. Tra queste, la **Rivendita** è il comportamento più comune e apprezzato, con oltre due quinti dei consumatori (45%) che rivendono beni almeno due volte l'anno. Un quarto (25%) delle PMI in Europa offre già opzioni di rivendita e la metà (48%) prevede di farlo in futuro. Poco più di un quarto (27%) dei consumatori è disposto a pagare per articoli da riparare, ristrutturare o adattare perché più convenienti o a un prezzo inferiore. I consumatori di età superiore ai 65 anni sono i più propensi a ricorrere alla **Riparazione** per allungare la vita dei prodotti. Come la Riparazione, anche la **Ricarica** è utilizzata dai consumatori come metodo per risparmiare, con quasi un terzo degli intervistati ad affermare che il risparmio dei costi è uno dei principali fattori che li spingono a investire. La **Restituzione** include il ritiro o l'accettazione dei prodotti alla fine del loro ciclo di vita ed è indicata come l'attività che gli utenti adotteranno con maggiore frequenza in futuro.[[4]](#footnote-5)

**Le motivazioni dei consumatori - L'ascesa dell'imprenditore green**

L'ultimo studio di Visa e Opinium dimostra che il riconoscimento delle opportunità finanziarie e la possibilità di risparmiare sui costi sono fondamentali per incoraggiare il Recommerce. Un quarto degli adulti intervistati ha dichiarato che vi aderirebbe se potesse trovare un modo per guadagnare dalle proprie azioni, ad esempio creando un'app per vendere abiti o mobili usati o ricevendo incentivi in denaro per ridistribuire le eccedenze alimentari.

Anche i benefici ambientali sono un fattore chiave per i consumatori. Visa ha rilevato che 9 adulti su 10 hanno partecipato attivamente ad attività ecologiche negli ultimi tre mesi e la stragrande maggioranza (93%) ha dichiarato di ritenere che il minore utilizzo di imballaggi abbia un impatto sull'ambiente e sulla società. Quasi la metà (43%) degli intervistati ha individuato nella riduzione dei rifiuti, degli imballaggi o della plastica il motivo principale che li ha spinti a partecipare all’economia Recommerce, ed è evidente che la combinazione di preoccupazioni ambientali e costi stia guidando la diffusione del ri-commercio elettronico.

**Lavorare insieme**

Come network globale leader nei pagamenti, Visa punta a rendere più facile, vantaggioso e accessibile per le persone e le imprese affidarsi al Recommerce per le loro attività quotidiane. Lavorando con partner strategici come la Ellen MacArthur Foundation, organizzazione benefica internazionale che sviluppa e promuove l'economia circolare - concepita per eliminare i rifiuti e l'inquinamento, far circolare i prodotti e i materiali e rigenerare la natura - Visa si impegna nel contribuire ad accelerare la transizione verso un'economia circolare più rigenerativa.

Visa ha creato una nuova [piattaforma digitale](https://www.visa.co.uk/recommerce.html) dedicata al Recommerce per aiutare i privati e le imprese a imparare, tramite risorse educative, come adottare le sei R del ri-commercio elettronico: Resale (Rivendita), Repair (Riparazione), Rental (Noleggio), Refill (Ricarica), Return (Restituzione) e Redistribution (Ridistribuzione). Come prossimo passo, Visa intende sviluppare un laboratorio di analisi comportamentale. Attraverso la ricerca e la collaborazione con clienti e partner, il laboratorio punta a individuare modi praticabili per implementare soluzioni concrete e mettere gli individui in condizione di adottare comportamenti più sostenibili nella loro vita quotidiana. "*Il nuovo Behavioural Insights Lab condurrà attività di ricerca per promuovere questa iniziativa, mentre la Ellen MacArthur Foundation garantirà che i suoi "Circular Design Principles" siano integrati e che le opportunità pre-competitive possano svilupparsi attraverso la sua rete"*, afferma Joe Murphy, Executive Lead Network della Ellen MacArthur Foundation.

*“La transizione da un'economia lineare "prendi, produci, butta via" a un'economia circolare e rigenerativa richiederà un cambiamento dell'intero sistema, ma l'ultima ricerca di Visa dimostra che esiste un chiaro interesse della società per opzioni più sostenibili. Lavorare insieme per fornire maggiore educazione e supporto sia alle PMI che ai consumatori continuerà a ispirare scelte più sostenibili a livello globale”, commenta* **Katherine Brown, Vice President Inclusive Impact & Sustainability in Europa di Visa.** “*Siamo focalizzati nel favorire la transizione verso un'economia più rigenerativa inclusiva e accessibile a tutti. Oggi, la ridistribuzione è già un comportamento diffuso nelle comunità, e aggiungendo questo elemento nei modelli di reimmissione in commercio guardiamo all'intero ciclo di vita di beni e servizi; attraverso la donazione o la vendita troviamo nuovi modi per ridistribuire quelli che non sono necessari o non possono essere utilizzati prima della scadenza ".* *\*\**

**Opportunità per le PMI: è dimostrato che il Recommerce incrementa il business**

Con il cambiare delle preferenze dei consumatori, cambiano anche le opportunità per le imprese. Entro il 2030, si stima che la transizione verso un'economia circolare in Europa rappresenterà un'opportunità economica da 900 miliardi di euro, e i dati indicano che le imprese ne stanno già beneficiando[[5]](#footnote-6). Visa riporta che le PMI che offrono il Recommerce hanno riscontrato una crescita del fatturato annuo del 22% negli ultimi due anni, con la possibilità di un'ulteriore crescita. La maggior parte dei consumatori (69%) ha dichiarato di essere più propensa ad acquistare prodotti o servizi da aziende che li aiutano a partecipare ad attività di Recommerce. È incoraggiante notare che quasi tutte le PMI intervistate in Europa (91%) hanno dichiarato di voler adottare pratiche più sostenibili, con un quarto che ha dichiarato di voler investire il 20% o più del proprio fatturato in attività di Recommerce.[[6]](#footnote-7)

Tuttavia, sebbene il futuro delle pratiche commerciali sostenibili sia promettente, l'economia del ri-commercio elettronico non è ancora consolidata. Un terzo degli adulti che hanno dichiarato di essere propensi a partecipare al Recommerce lo farà quando le attività diventeranno più facili e convenienti da utilizzare; inoltre un quinto degli intervistati non è sicuro della qualità di certi prodotti quando si tratta di noleggio e rivendita di oggetti di seconda mano.

Per maggiori informazioni sull'iniziativa Recommerce di Visa e per unirsi a Visa nel dare forma e accelerare la transizione verso un'economia più circolare, visitate il sito: [https://www.visa.co.uk/Recommerce.html](https://www.visa.co.uk/recommerce.html).

**- FINE -**

**NOTE**

**Informazioni sulla ricerca**

Ricerca commissionata da Visa e condotta da Opinium con 8.000 consumatori europei e 2.000 decisori europei di PMI, tra il 19 ottobre 2022 e il 25 ottobre 2022. I dati sono stati raccolti con un sondaggio online nel Regno Unito, in Francia, Germania e Polonia.

Visa ha commissionato a GlobeScan, una società indipendente di consulenza strategica e di insight, un sondaggio online per comprendere gli attuali comportamenti delle PMI e dei consumatori, nonché la futura propensione al commercio elettronico. Lo studio ha intervistato 7.000 consumatori e 1.750 micro, piccole e medie imprese (PMI), utilizzando panel di ricerca online consolidati in 7 Paesi: Francia, Germania, Grecia, Italia, Polonia, Svezia e Regno Unito. Il campione di consumatori è rappresentativo a livello nazionale di n=1.000 adulti di età superiore ai 18 anni per Paese, con quote stabilite per età, regione, sesso e istruzione. Le PMI sono state definite come: imprese con meno di 250 dipendenti e un fatturato inferiore a 50 milioni di euro nell'ultimo anno finanziario, ulteriormente suddivise in micro (>10 dipendenti), piccole (10-49 dipendenti) e medie (50-249 dipendenti) imprese.

\*I casi di studio, i confronti, le statistiche, le ricerche e le raccomandazioni sono forniti "COSÌ COME SONO" e sono intesi esclusivamente a scopo informativo e non devono essere considerati come consigli operativi, di marketing, legali, tecnici, fiscali, finanziari o di altro tipo. Visa Inc. non fornisce alcuna garanzia o dichiarazione in merito alla completezza o all'accuratezza delle informazioni contenute nel presente documento, né si assume alcuna responsabilità che possa derivare dall'affidamento a tali informazioni. Le informazioni contenute nel presente documento non sono da intendersi come consulenza legale o di investimento e si invitano i lettori a rivolgersi a un professionista competente nel caso in cui tale consulenza sia necessaria.

\*\*Questa presentazione contiene dichiarazioni previsionali ai sensi del Private Securities Litigation Reform Act del 1995 che riguardano, tra l'altro, [le nostre operazioni future, le prospettive, gli sviluppi, le strategie, la crescita aziendale e le prospettive finanziarie]. Le dichiarazioni previsionali sono generalmente identificate da parole come "crede", "stima", "si aspetta", "intende", "potrebbe", "progetta", "potrebbe", "dovrebbe", "continuerà" e altre espressioni simili. Tutte le dichiarazioni diverse da quelle di carattere storico potrebbero essere dichiarazioni previsionali, che si riferiscono solo alla data in cui vengono rilasciate, non sono garanzie di risultati futuri e sono soggette a determinati rischi, incertezze e altri fattori, molti dei quali sfuggono al nostro controllo e sono difficili da prevedere. Nei nostri documenti depositati presso la SEC descriviamo i rischi e le incertezze che potrebbero far sì che i risultati effettivi differiscano materialmente da quelli espressi o impliciti in queste dichiarazioni previsionali. Salvo quanto richiesto dalla legge, non intendiamo aggiornare o rivedere alcuna dichiarazione previsionale a seguito di nuove informazioni, eventi futuri o altro.

**Visa**

Visa (NYSE: V) è tra i leader mondiali nei pagamenti digitali e facilita transazioni tra consumatori, esercenti, istituzioni finanziarie e governi in più di 200 Paesi e territori. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso la rete di pagamenti più innovativa, conveniente, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Crediamo infatti che le economie capaci di includere tutti ovunque possano far crescere tutti ovunque e riteniamo l'accessibilità fondamentale nella movimentazione del denaro del futuro. Per maggiori informazioni, visita <https://www.visaitalia.com/>.

**Contatti ufficio stampa Visa**

Enrica Banti, Senior Manager Corporate Communication, Visa Italy bantie@visa.com

Alessandro Zambetti, DAG Communication a.zambetti@dagcom.com +39 338 9241387

Matteo Rasset, DAG Communication mrasset@dagcom.com +39 333 8032644

Barbara D’Incecco, DAG Communication bdincecco@dagcom.com +39 02 89054168

1. Opinium research, October 2022 [↑](#footnote-ref-2)
2. Opinium research, October 2022 [↑](#footnote-ref-3)
3. Opinium research, October 2022 [↑](#footnote-ref-4)
4. GlobeScan research, June 2022. [↑](#footnote-ref-5)
5. The Circularity Gap Report, Circle Economy, 2021  [↑](#footnote-ref-6)
6. Opinium Research, October 2022 [↑](#footnote-ref-7)