

Social commerce in Svizzera: Già oltre la metà degli e-shopper acquista sui social media



Buchs, 13 novembre 2025. In Svizzera, sei persone su dieci ordinano regolarmente merci o servizi attraverso una piattaforma dei social media. Il social commerce è quindi molto più diffuso nel nostro paese rispetto alla media europea. Il più delle volte si acquista su Facebook, mentre TikTok conquista sempre più popolarità e si piazza al primo posto per quanto riguarda le conversion tra le grandi piattaforme. È quanto emerge da un sondaggio condotto dal fornitore di spedizioni pacchi DPD in 22 paesi europei.

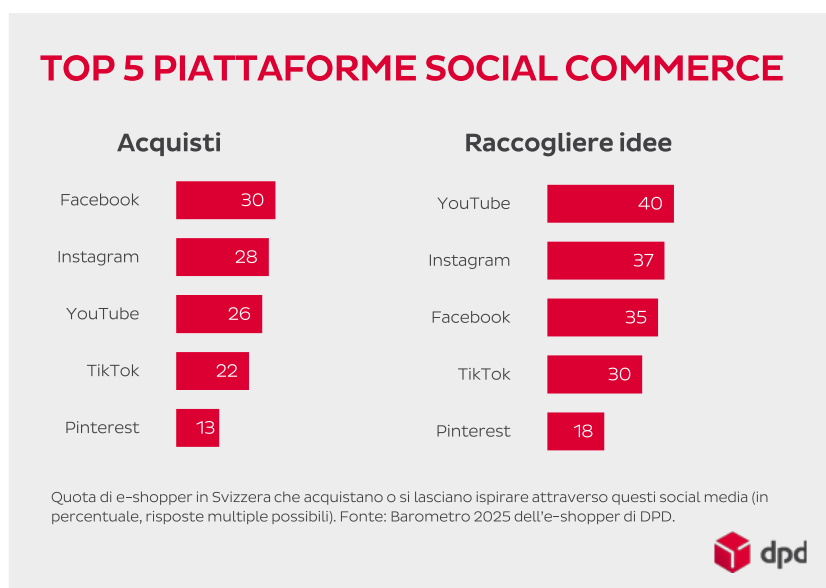
Il social commerce ha raggiunto la maggioranza della popolazione in Svizzera: il 59 % degli e-shopper regolari o occasionali acquista su almeno una piattaforma sociale, direttamente o tramite link di collegamento a uno shop online esterno. Una percentuale nettamente superiore alla media europea del 44 %. Solo gli e-shopper rumeni sono un po' più attivi sui social media (62 %). È quanto emerge dal Barometro 2025 dell'e-shopper di DPD.

Tre quarti degli oltre 1'000 intervistati in Svizzera hanno dichiarato di trarre ispirazione dai social media per gli acquisti online. Facendolo, non si limitano a cercare le informazioni sui prodotti dei fornitori. Sono interessati ai commenti e alle valutazioni di altri utenti, oppure alle dimostrazioni video e agli «unboxing» dei diversi Youtuber. Il 35 % degli e-shopper si

lascia ispirare dai consigli di parenti e amici sui social media. Solo il 25 % afferma che gli influencer hanno un'influenza simile sulle loro decisioni di acquisto.

Raccogliere idee su YouTube, acquistare su Facebook

La fonte d'ispirazione più popolare tra gli e-shopper svizzeri è YouTube. Il 40 % utilizza la piattaforma video, seguito da Instagram (37 %), Facebook (35 %), TikTok (30 %) e Pinterest (18 %). Come piattaforma di vendita, Facebook (30 %) si piazza al primo posto, seguita da Instagram (28 %), YouTube (26 %), TikTok (22 %) e Pinterest (13 %).



Un quadro diverso si ottiene confrontando la frequenza di utilizzo di un social media con gli acquisti su questa piattaforma (conversion). Qui Reddit e Pinterest ottengono i risultati migliori, con un netto vantaggio su X, TikTok, Facebook e Snapchat, che sono tutti più o meno uguali. Ad esempio, il 48 % delle persone che utilizzano Facebook almeno una volta alla settimana afferma di fare acquisti su questa piattaforma. Su YouTube la percentuale è solo del 32 %.

Campione europeo di vendite e resi

Lo studio fornisce informazioni interessanti sul comportamento di acquisto online anche al di là del social commerce. Mentre in Europa il 45 % dei privati vende prodotti di seconda mano sulle piattaforme online, in Svizzera la quota è del 60 %. In media vendono 20,5 oggetti all'anno su Internet: un record europeo.

Il 36 % degli e-shopper svizzeri dichiara di aver rispedito l'ultimo pacco ordinato su Internet. Si tratta di più del doppio rispetto al periodo pre-pandemia. In nessun altro paese europeo la quota di resi è così elevata come in Svizzera.

Per lo studio commissionato dal Gruppo Geopost, di cui fa parte DPD Svizzera, tra maggio e luglio 2025 sono state condotte oltre 30'500 interviste in 22 paesi europei. In Svizzera hanno partecipato al sondaggio oltre 1'000 persone. Il barometro si concentra sugli «e-

shopper regolari»: sono persone tra i 18 e i 70 anni che fanno acquisti online almeno una volta al mese, il che corrisponde all'80 % della popolazione.

Nuovi tool per clienti privati e piccole imprese

Il barometro dell'e-shopper allestito regolarmente serve a DPD anche come base di ottimizzazione del servizio clienti. Da quest'anno, i clienti privati e le piccole imprese possono inviare i loro pacchi in modo semplice e flessibile tramite il DPD Web Parcel Tool. Il bollettino pacco può essere generato, pagato e stampato online; con un sovrapprezzo di 5 franchi il pacco può essere ritirato a casa.

La nuova app myDPD risponde alla crescente esigenza di flessibilità in termini di tempo e luogo. Grazie a diverse numerose funzioni, come ad esempio la modifica del luogo o del giorno di recapito o la possibilità di impostare una preferenza di recapito con pochi clic, la gestione autonoma dei pacchetti non ha praticamente più limiti.

«In DPD osserviamo molto da vicino come cambia il comportamento degli e-shopper. L'attività C2C, l'invio di pacchi tra privati, è in rapida crescita. Con il DPD Web Parcel Tool e l'app myDPD abbiamo sviluppato una soluzione pratica per le piccole imprese e i privati. Questo gruppo di clienti beneficia inoltre dell'ampliamento delle nostre sedi out-of-home in collaborazione con Valora. Chi spedisce un pacco con DPD Web Parcel può consegnarlo in oltre 1'000 sedi in Svizzera nel punto più centrale», afferma Tilmann Schultze, CEO di DPD Svizzera.

Informazioni su DPD Svizzera

DPD Svizzera è uno dei fornitori privati leader di servizi espressi e pacchi in Svizzera. Con i suoi 1'200 collaboratori e conducenti gestisce ogni anno oltre 24 milioni di spedizioni di pacchi ad aziende e privati. L'azienda con sede a Buchs ZH è presente in Svizzera e nelle nazioni limitrofe con tredici sedi e oltre 1'000 DPD Pickup parcelshop. DPD Svizzera fa parte di Geopost.

<https://www.dpd.com/ch/it/>

Contatto per i media

DPD (Svizzera) SA

Marco Kaiser

presse@dpd.ch

<https://www.dpd.com/ch/it/>

<https://www.dpd.com/ch/it/e-shopper-barometer/>