

Addio al reso gratuito anche in Italia?

Addio al reso gratuito anche in Italia? I segnali sulle nuove regole dei colossi dell'e-commerce: cosa sta cambiando.

I segnali di un cambiamento in arrivo

A partire dal 2023, alcuni colossi dell'e-commerce, come Amazon, Zara, H&M, J. Crew, Anthropologie e Abercrombie & Fitch, hanno iniziato a introdurre delle commissioni per le restituzioni di prodotti acquistati online. Questa novità, che ha inizialmente riguardato solo alcuni Paesi, ha suscitato un certo clamore tra i consumatori, che da tempo si lamentavano dell'abuso del reso gratuito.

In Italia, per il momento, il reso gratuito è ancora una prassi diffusa, ma non è escluso che possa essere introdotto anche nel nostro Paese nei prossimi mesi o anni. A sostegno di questa ipotesi ci sono diversi segnali, tra cui:

- L'esempio dei Paesi esteri, dove la tendenza al reso a pagamento è già in atto.
- La crescente pressione dei consumatori, che si sentono sempre più responsabili dell'impatto ambientale dell'e-commerce.
- I costi crescenti per le aziende, che devono sostenere le spese di spedizione e di smaltimento dei prodotti

restituiti.

Le motivazioni alla base del cambiamento

I motivi che hanno spinto i colossi dell'e-commerce a cambiare le regole sulle restituzioni sono diversi. Innanzitutto, il reso gratuito rappresenta un costo significativo per le aziende, che possono arrivare a sostenere spese superiori al 10% del fatturato. In secondo luogo, il reso gratuito può essere visto come un incentivo al consumo compulsivo, in quanto i consumatori sono meno propensi a valutare attentamente un acquisto se sanno di poterlo restituire gratuitamente. Infine, il reso gratuito ha un impatto negativo sull'ambiente, in quanto i prodotti restituiti spesso vengono smaltiti o distrutti.

Gli effetti del cambiamento sui consumatori

L'introduzione del reso a pagamento potrebbe avere un impatto significativo sui consumatori, sia in termini economici che pratici. Innanzitutto, i consumatori dovranno sostenere un costo aggiuntivo per i prodotti che non soddisfano le loro aspettative. In secondo luogo, la procedura di reso potrebbe diventare più complicata, in quanto i consumatori dovranno provvedere a spedire il prodotto a proprie spese.

Tuttavia, è importante sottolineare che il reso a pagamento non è una novità assoluta. In Italia, infatti, già oggi alcune aziende, come Zalando e Sephora, applicano delle commissioni per le restituzioni. Inoltre, il reso a pagamento è già previsto per alcuni prodotti, come i prodotti di elettronica e i prodotti alimentari.

Il futuro del reso gratuito