

E-commerce. Le transazioni in mobilità raggiungono la quota dell'11%

I saldi attirano un internauta su due

Enrico Netti

■ Quindici milioni di e-shopper, un internauta italiano su due, a gennaio ha approfittato dei saldi online, mentre quasi un terzo dei 30 milioni di navigatori è un abituale acquirente delle vetrine online, con un incremento del 23,4% rispetto lo stesso mese del 2013. È quanto emerge dall'ultima analisi di Netcomm, in collaborazione con Human Highway, sui trend degli acquisti nel mondo digitale. Nonostante la prolungata crisi dei consumi le vendite online sono in grande spolvero, mentre i canali tradizionali del commercio tengono a fatica. A gennaio l'indicatore dei consumi di **Confcommercio** ha fatto segnare un -1,6% in termini tendenziali, con una perdita più pesante per quanto riguarda gli acquisti.

«I primi mesi del 2014 confermano il trend di crescita con un costante aumento degli eshopper - commenta Roberto Liscia, presidente di Netcomm, il consorzio italiano del commercio elettronico -. È l'effetto dei saldi e dei magri bilanci delle famiglie, che cercano di cogliere le occasioni offerte dalle vendite flash e dai buoni sconti che convincono anche i più indecisi ad acquistare online a prezzi molto accessibili».

Tra i prodotti più venduti capi d'abbigliamento, libri, smartphone, tablet, computer e cosmetici, mentre tra i servizi spiccano trasporti e ricariche telefoniche. Scelte quasi sempre fatte con un pc, ma negli ultimi tempi sta rapidamente aumentando il numero degli acquisti fatti in mobilità, con smartphone. L'ultima rilevazione fissa all'11% la quota delle transazioni fatte con le app. «I volumi sono più che raddoppiati rispetto all'anno precedente e contempora-

neamente aumenta il livello di soddisfazione per questa modalità d'acquisto - sottolinea Liscia -. L'e-commerce beneficia anche dell'immediata condivisione della scelta sui canali social».

Con una crescita a due cifre che non conoscere soste i negozi online sono sempre più impegnati ad aggiungere nuove categorie. Nel caso di ePrice e Saldiprivati, due store di Banzai commerce, «il primo trimestre 2014 viene archiviato con un aumento delle vendite superiore al 30% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno» segnala Edoardo Giorgetti, a.d. di Banzai commerce -. In media il 40% degli acquisti su Saldiprivati viene fatto in mobilità, con una crescita degli acquisti d'impulso e della fedeltà alla marca». Con i settori dell'abbigliamento e dell'hi-tech in consolidamento Giorgetti ora guarda a nuove opportunità in tutti i prodotti per la casa («Nei grandi elettrodomestici in pochi mesi le vendite sono quasi raddoppiate») e per il tempo libero («Se solo i produttori spingessero un po' di più sull'online, incrocerebbero la domanda»).

Crescita a due cifre anche per Vente-privee, piattaforma francese di vendite evento con oltre 20 milioni di iscritti. «Nei primi mesi dell'anno gli acquisti sono cresciuti di circa il 35% - sottolinea Andreas Schmeidler, country manager Italia - con un leggero aumento della spesa rispetto ad altri Paesi». Gli m-shopper di Vente-privee spendono in media 97 euro e le categorie trainanti sono quelle dell'abbigliamento e dell'arredamento. Nelle prossime settimane Schmeidler punterà a inserire i prodotti hi-tech, piccoli e grandi elettrodomestici, infine il ticketing.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INUMERI

15 milioni

Gli eshopper

Quasi la metà degli internauti italiani ha fatto almeno un acquisto online nell'ultimo trimestre. I clienti abituali, quelli con almeno tre o più acquisti nel periodo, sono circa 10 milioni

90 euro

Lo scontrino medio

La spesa di un cliente abituale si aggira in media intorno ai 90 euro, mentre quella di un cliente meno assiduo supera di poco gli 80 euro. È in progressivo aumento il numero delle transazioni via smartphone

