SCONTRINO PIÙ ALTO PER LE BORSETTE

SECONDO IL CONSORZIO NETCOMM TRA GLI ITALIANI SUL WEB (QUASI) UNO SU DUE HA FATTO SHOPPING ONLINE. IN TESTA ALLE PREFERENZE BALZANO T-SHIRT E SNEAKERS

di **Marta Casadei**

Recuperare in fretta il tempo perduto: sembra essere questo il motto degli italiani quando si parla di shopping sul web. Perché, se è vero che la partenza è stata più lenta rispetto ad altre realtà apparentemente più spavalde, il numero dei connazionali che compra online sta aumentando in maniera considerevole. A marzo 2013, secondo una ricerca condotta da Netcomm in collaborazione con Human Highway, è salito a 13,8 milioni, contro i 12 milioni registrati a novembre 2012: si tratta del 47,7% del totale degli utenti Internet in Italia.

Le cifre sono in crescita su tutti i fronti: «Nell'ultimo anno i compratori digitali in Italia sono aumentati del 55%: a marzo 2012 erano 9 milioni - dice Roberto Liscia, presidente di Netcomm, consorzio del commercio elettronico italiano -. Gli atti di acquisto sul web hanno registrato un'impennata del 50%: gli ultimi rilevamenti effettuati tra gennaio e marzo 2013 evidenziano una media di 3,5 acquisti a utente».

La moda rappresenta una grossa fetta dello shopping online: sempre secondo i dati Netcomm-Human Highway, sui quasi 14 milioni di acquirenti web, i cosiddetti e-fashion shopper sono ben 8 milioni. Un numero che registra una crescita importante: negli ultimi sei mesi i consumatori che hanno comprato un prodotto di moda online almeno una volta nella vita sono aumentati di 200mila unità.

Ad avere un ruolo da protagonista tra i prodotti acquistati su Internet sono i capi di abbigliamento le cui vendite via web nel 2012 hanno registrato un aumento del 33% rispetto al 2011: il 40,6% degli 8 milioni di e-fashion shopper rivela di aver comprato online almeno una volta nella vita un capo di abbigliamento, con una predilezione per le t-shirt (25,1%), i pantaloni (13,2%) e i vestiti (10%). A questa categoria fanno seguito le scarpe (36%), gli accessori (30,4%) e le borse da donna (15%).

A essere cresciute in particolar modo negli ultimi sei mesi sono state le vendite online di scarpe: secondo la ricerca di Netcomm e Human Highway ben 700mila nuovi utenti hanno ammesso di aver acquistato un paio di scarpe in Rete tra ottobre 2012 e aprile 2013. Che tipo di scarpe si comprano maggiormente su Internet? In barba a chi avrebbe scommesso sugli stiletti che tanto fanno gola alle signore, online trionfano gli acquisti di sneakers nelle varie declinazioni (36,4%), seguite da stivali (9%) e sandali (7,5%). In termini di scontrino medio, il segmento calzature batte quello dell'abbigliamento: gli italiani che comprano le scarpe online spendono in media 70 euro contro i 65 spesi per l'abbigliamento. La spesa più alta si riserva però all'acquisto di borse: 80 euro.

Sull'acquisto incidono tre fattori chiave: «La credibilità del sito, la convenienza del prodotto e il fatto che l'acquisto sia un'occasione che potrebbe non ripresentarsi in futuro risultano più rilevanti del brand», dice Liscia. Proprio l'importanza di questi elementi spiega l'andamento particolarmente positivo (+43%) registrato nel 2012 dai club di vendite online: questi siti, riservati a un numero ristretto di utenti e accessibili anche via mobile, permettono agli iscritti di ricevere direttamente sulla propria mail offerte ad hoc per acquistare, in un periodo di tempo limitato, capi d'abbigliamento, accessori e non solo. Ovviamente a un prezzo vantaggioso.

Uno dei club di maggior successo è vente-privee.com: nato in Francia nel 2001, oggi è presente in otto Paesi europei, tra cui l'Italia, e negli Usa in joint venture con American Express. Gli utenti registrati su vente-privee.com in Europa sono 18 milioni e, sebbene sul sito siano in vendita prodotti che spaziano dall'hi-tech al design, il primo settore in termini di fatturato e di visite resta la moda. In Italia, oltretutto, è in crescita: «Nel primo trimestre 2013 - dice Andreas Schmeidler, country manager Italia di vente-privee.com - le vendite dedicate alla moda realizzate sul sito italiano sono aumentate del 42% rispetto allo stesso periodo del 2012». Una fetta delle etichette che hanno stretto una partnership con vente-privee.com è costituita da aziende italiane: sono infatti circa 300 su 2000. «L'Italia ricopre un ruolo strategico sul nostro sito - conclude Schmeidler - e, di contro, il nostro sito rappresenta una vetrina molto importante per le aziende del Paese perché il 90% dei brand italiani viene proposto da noi a livello internazionale e, in seguito, ha riscontri più positivi anche nei negozi reali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CLASSIFICA

La tipologia dei beni acquistati online dagli italiani nel primo trimestre del 2013 (in %)



FONTE: Consorzio Netcomm



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



› *Per vente-privee.com, che in Europa conta 18 milioni di utenti registrati, la moda è il primo settore in termini di fatturato e di visite*

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato