



idealo

Report annuale sull'e-commerce italiano

||| 2019 |||

Introduzione

Come ogni anno, idealo ha analizzato il comportamento d'acquisto degli italiani in rete e la trasformazione tecnologica e sociale innescata dall'e-commerce nel contesto italiano. I dati messi a disposizione dal nostro portale di comparazione prezzi, leader in Europa, comprendono le statistiche sui prodotti più acquistati online, dall'hi-tech alla moda, interessanti indicazioni sui differenti profili demografici degli utenti in materia di abitudini d'acquisto digitale e dati legati ai fenomeni digitali di massa esplosi sul web negli ultimi anni.

Siamo tutti e-consumer!

Quali sono le principali esigenze e i desideri che spingono gli italiani ad acquistare online? E quali sono in particolar modo i fattori che spingono il consumatore a utilizzare la comparazione prezzi? Il white paper

di idealo vuole rispondere a questi e a molti altri interrogativi. Obiettivo del report è quello di fornire un quadro completo e aggiornato di ciò che è oggi, in Italia, il commercio digitale.

I dati a disposizione di questo studio derivano dalle intenzioni di acquisto di circa 19 milioni di utenti mensili, registrate sui sei portali nazionali di idealo (Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria), e da un sondaggio condotto a fine 2018 da Bilendi – uno dei principali fornitori mondiali di soluzioni relative al campionamento e alle ricerche di mercato.

L'indagine demografica ha coinvolto oltre 1000 consumatori digitali italiani. Il campione è rappresentativo unicamente della popolazione attiva sul web – gli italiani

digitalizzati sono quasi 55 milioni, ovvero il 92% della popolazione secondo il report *Digital in 2019* di We are social e Hootsuite – ed è stratificato in base alle variabili demografiche: età, genere, livello di istruzione e regione.



La ricerca di idealo: l'e-commerce in Italia

Il mondo dell'e-commerce è un'opportunità o un pericolo per il commercio tradizionale? Il mercato italiano è in mano ai grandi siti americani? Queste sono solo alcune delle domande a cui abbiamo provato a dare una risposta.

Come di consueto siamo partiti dall'analisi del consumatore digitale tipico italiano andando però questa volta ad evidenziare particolarità e curiosità delle diverse regioni. Crediamo, infatti, che solo una conoscenza approfondita della propria clientela, sia essa online e/o offline, possa portare a sviluppi di prodotto e/o di strategia di successo.

Ci siamo volutamente poi soffermati sulla crescita della complessità dell'offerta digitale analizzando sia il fenomeno della fluttuazione

dei prezzi in base al genere che il dynamic pricing, due tematiche oggi molto dibattute tanto sul web quanto nelle arene politiche e mediatiche.

Supportati da Bilendi abbiamo fotografato la situazione dell'e-commerce in Italia cercando di dare un quadro completo ma allo stesso tempo sintetico. Il white paper di idealo vuole accendere punti di riflessioni e momenti di dialogo su quella che è diventata una pratica sempre più diffusa nella vita quotidiana di tutti noi.

Vi auguro una buona lettura.

*Fabio Plebani
Country Manager di idealo per l'Italia*

Indice

Introduzione	I
La ricerca di ideale: l'e-commerce in Italia.....	II
Il 76% degli e-shopper acquista online almeno una volta al mese.....	1
Elettronica e moda: i settori trainanti dell'e-commerce italiano.....	3
Il ritratto del consumatore digitale italiano	4
Un consumatore su due usa lo smartphone per lo shopping online	6
I consumatori digitali si affidano a recensioni online e test.....	8
Le possibilità di risparmio del canale online	9
Prezzo ideale. Quando il prezzo lo stabilisce l'utente	10
I prodotti più venduti in Italia e in Europa nel 2018	12
E-commerce in Italia: le differenze tra le varie regioni.....	15
Big player vs e-shop minori: chi propone le offerte più convenienti?.....	18
Black Friday e Cyber Monday in Italia	21
La fluttuazione dei prezzi in base al genere	29
Cross Border Trade - Il commercio transfrontaliero	33
Conclusioni e previsioni per il futuro	35
Metodologia.....	36
Autori, Contatti & Ringraziamenti	37



Il 76% degli e-shopper acquista online almeno una volta al mese

40

milioni di
e-shopper
(per prodotti
e servizi)

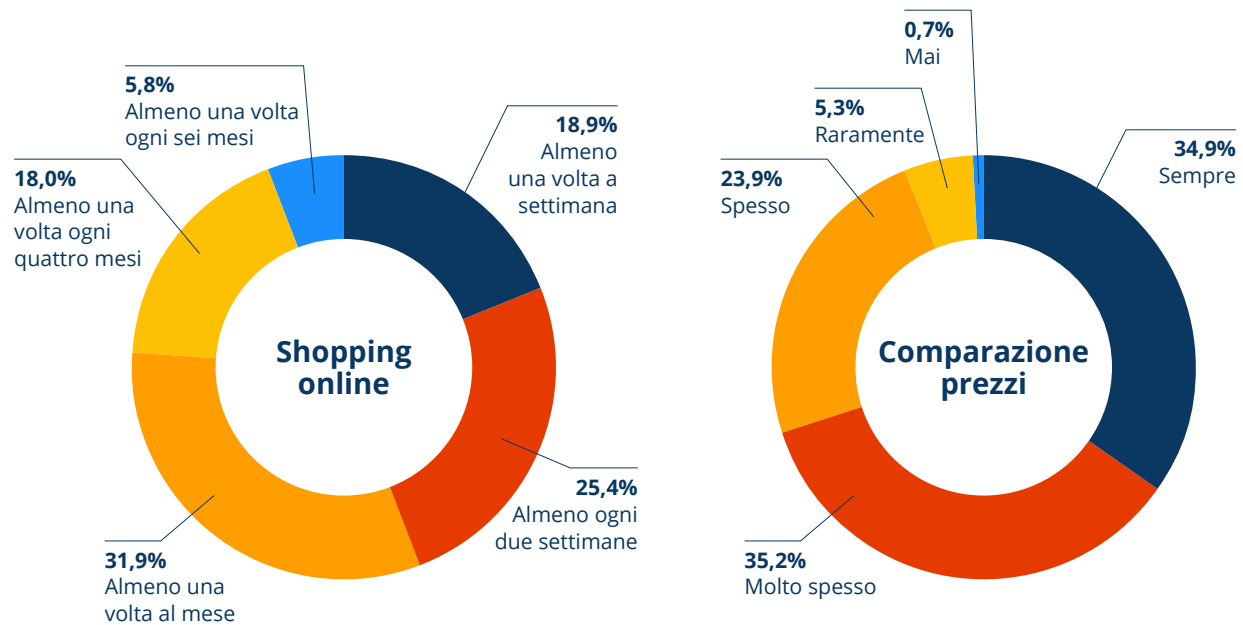
Frequenza d'acquisto in rete

Il 76% degli acquirenti digitali italiani effettua, in media, almeno un acquisto online al mese, un valore leggermente inferiore a quello di un sondaggio analogo commissionato da idealo nel 2017 (all'epoca il dato si aggirava intorno al 78%). Grazie ai dati di questa nuova ricerca, è possibile stimare la frequenza e la tipologia degli acquisti effettuati sul web dai consumatori, che possono essere divisi in:

- intensivi (19%, almeno una volta a settimana);
- abituali (57%, almeno una volta al mese);
- sporadici (24%, una volta ogni trimestre o meno).

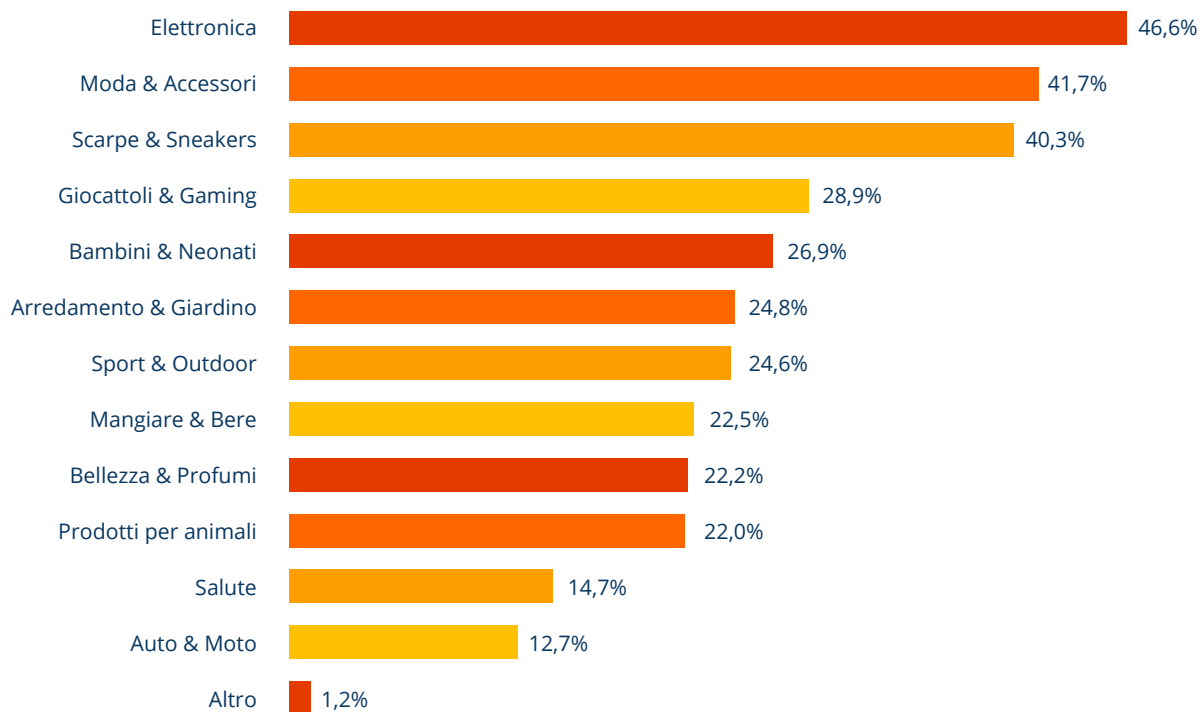
Tale divisione mostra come il mercato digitale italiano sia dominato dagli acquirenti abituali: un e-consumer italiano su due acquista online almeno una volta al mese se non di più. Interessante notare come il 35% del campione preso in esame consulti sempre un comparatore di prezzi prima di effettuare un acquisto. Un altro 35% se ne avvale invece molto spesso.

Frequenza dello shopping online e dell'uso della comparazione prezzi online



Elettronica e moda: i settori trainanti dell'e-commerce italiano

Utilizzo della comparazione prezzi a seconda delle categorie



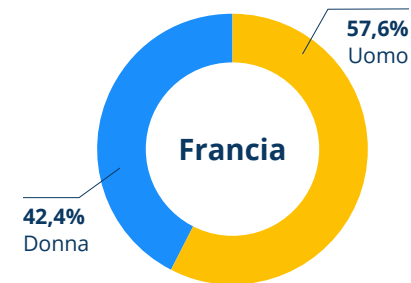
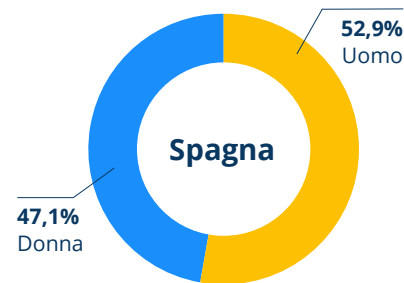
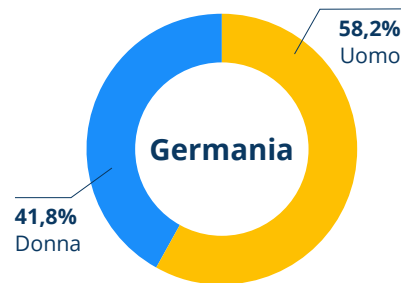
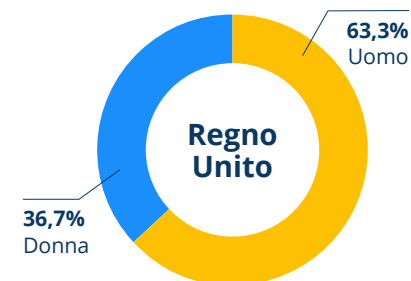
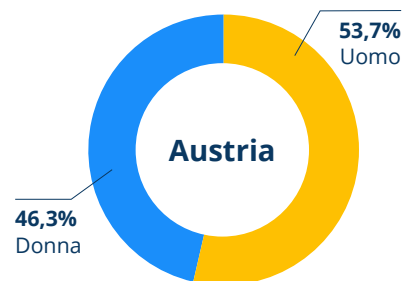
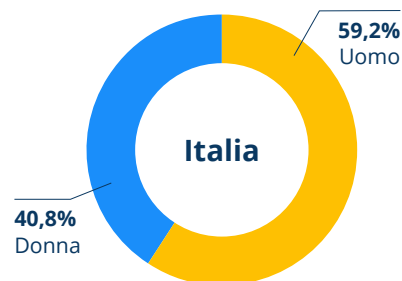
I prodotti più acquistati in rete dagli italiani

Elettronica, moda e calzature, le sneakers in particolare, sono le categorie merceologiche più desiderate online dagli italiani. A seguire troviamo i videogiochi e i giocattoli insieme a tutto quanto è necessario per i più piccoli. Inoltre, grande rilevanza hanno i prodotti per la cura del corpo così come il design e l'arredamento domestico.

Il ritratto del consumatore digitale italiano

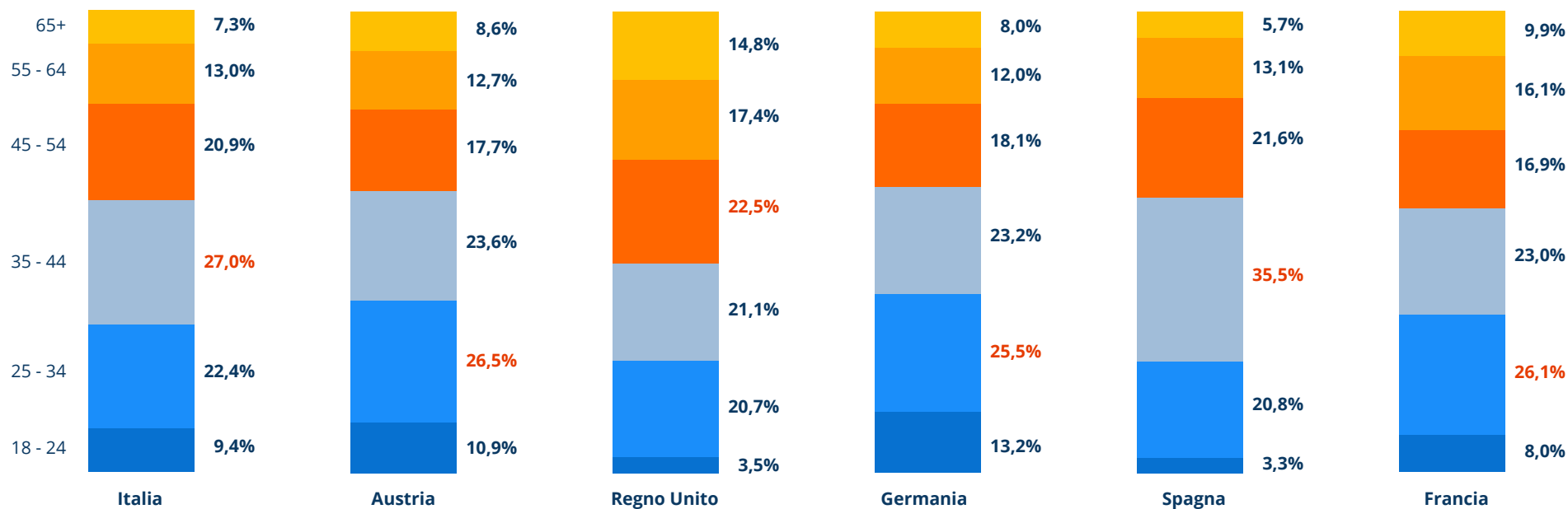
In generale, l'analisi dei dati demografici, delle preferenze e delle abitudini di acquisto, ci consente di creare il profilo demografico del consumatore online nei sei paesi in cui è presente idealo. In tutti i paesi, la maggior parte delle ricerche online è effettuata da uomini. Per quanto riguarda l'Italia, il loro peso è pari al 59,2% mentre quello delle donne si attesta al 40,8%.

Intenzioni di acquisto online in Italia: più uomini che donne. Lo stesso accade in Europa.



Un altro aspetto interessante è quello relativo alle fasce d'età. Nel nostro paese, i consumatori tra i 35 e i 44 anni sono quelli predominanti e rappresentano il 27,0% del totale, seguiti dai 25-34enni (22,4%) e dai 45-54enni (20,9%). In Germania, Francia e Austria la quota più alta è invece quella dei 25-34enni.

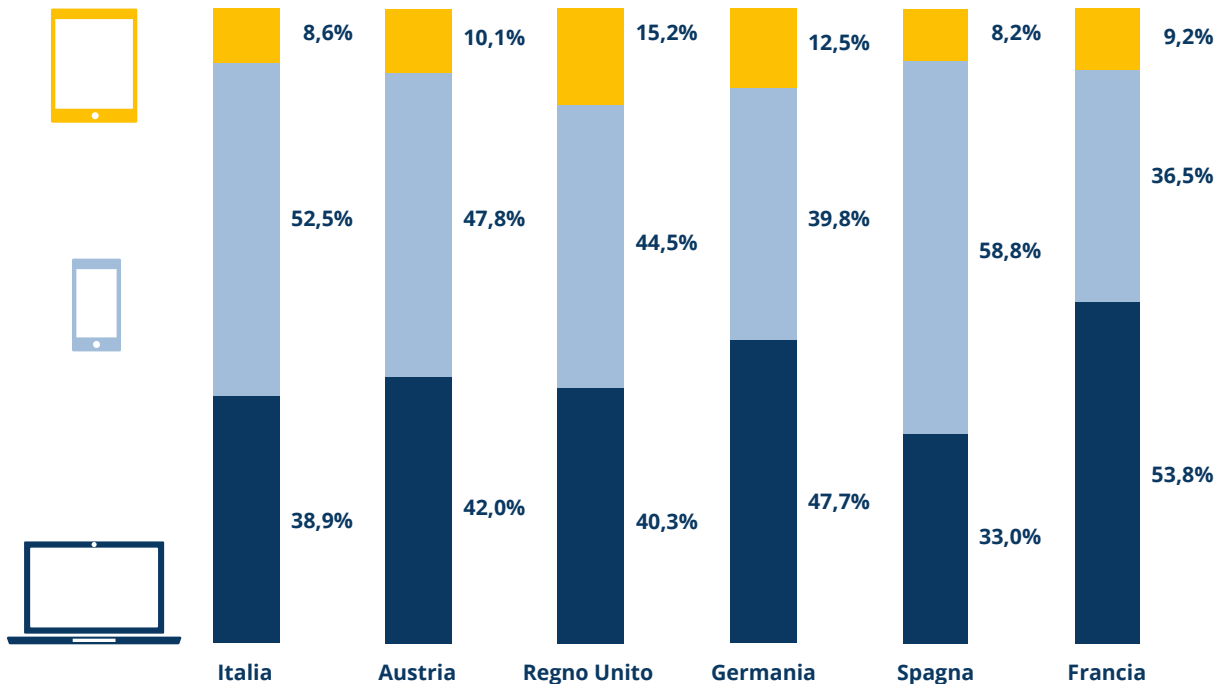
In Italia sono più propense agli acquisti online le persone tra i 35-44 anni



Un consumatore su due usa lo smartphone per lo shopping online

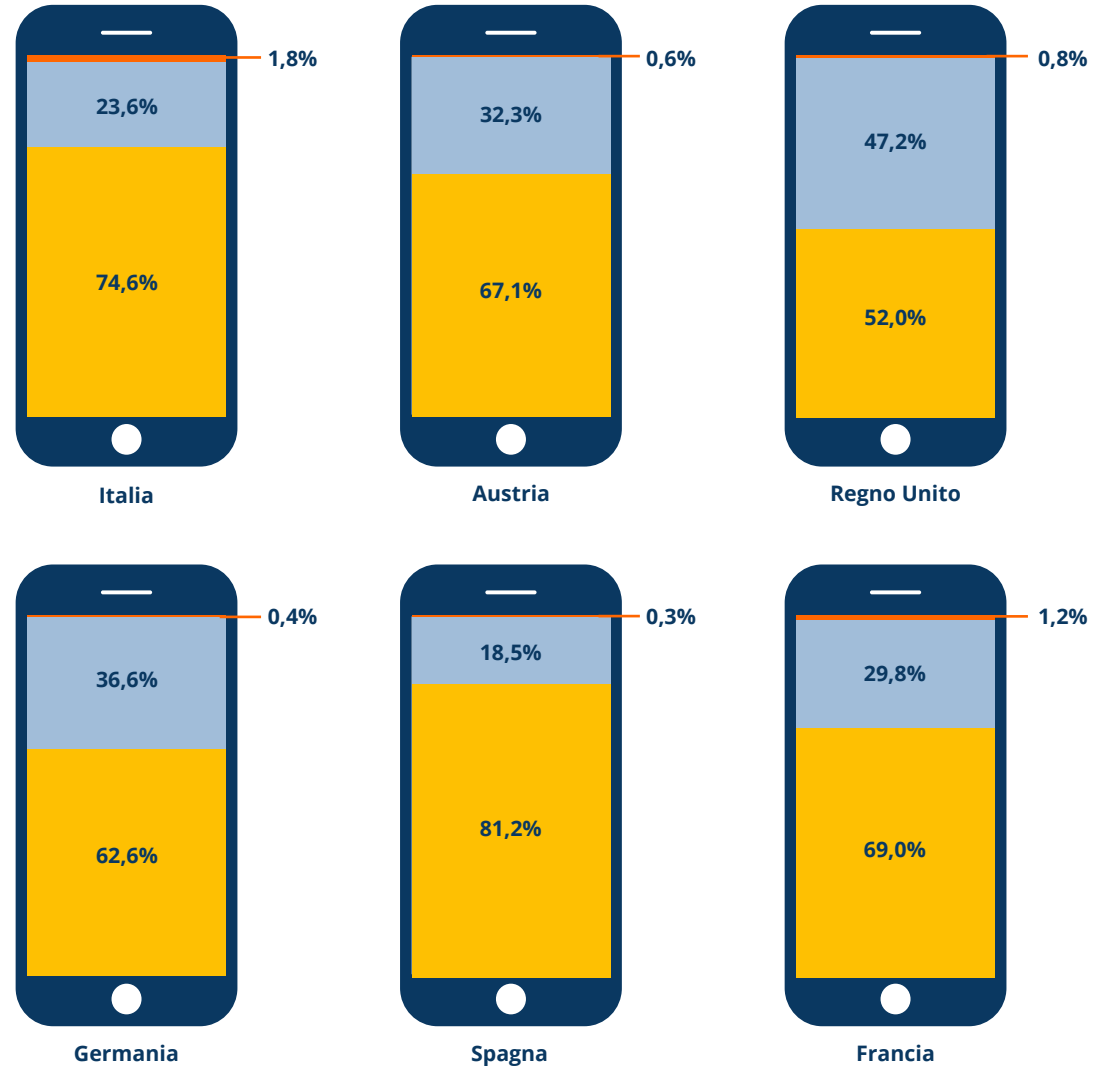
Un consumatore italiano su due utilizza uno smartphone per lo shopping online e per la comparazione prezzi. In particolare, ecco i dati ricavati dalle intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo: 38,9% da PC o laptop, 52,5% da smartphone e 8,6% da tablet. Chi si connette in mobilità preferisce un dispositivo Android nel 74,6% dei casi mentre iOS si attesta sul 23,6%. In Germania e Francia la quota del traffico desktop è più alta di quella mobile, una tendenza diametralmente opposta a quanto accade nel nostro paese, ma anche in Spagna, Regno Unito e Austria.

Il mobile domina nell'e-commerce



Mobile:

Android il sistema operativo preferito



Ricerche da mobile in Italia:

- Elettronica 43,2%
- Moda & Accessori 12,0%
- Sport & Outdoor 11,4%
- Giocattoli & Gaming 9,5%
- Arredamento & Giardino 8,8%
- Salute & Bellezza 6,6%
- Auto & Moto 5,4%
- Bambini & Neonati 2,0%
- Mangiare & Bere 0,6%
- Prodotti per animali 0,5%

I consumatori digitali si affidano a recensioni online e test



|| **93%**

legge spesso test o guide all'acquisto.



|| **66%**

è disponibile ad acquistare presso un negozio online meno noto se è possibile risparmiare.



|| **90%**

legge spesso recensioni e opinioni di altri utenti.



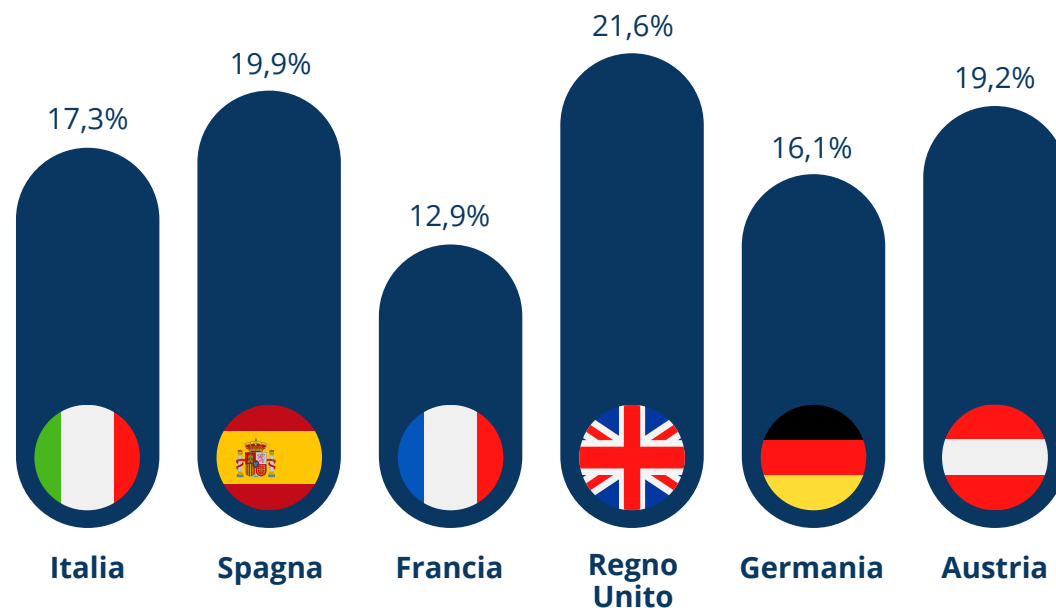
|| **65%**

è più propenso ad acquistare un prodotto se è disponibile la consegna presso un punto di ritiro.

Le possibilità di risparmio del canale online

I dati relativi all'andamento del prezzo di ogni prodotto mostrano importanti differenze tra i sei paesi europei in cui è presente idealo. Il possibile risparmio massimo online è stato calcolato per cinque categorie: frigoriferi, smartphone, televisori, passeggini e lavatrici. In particolare, per ogni categoria sono stati presi in considerazione i venti prodotti più popolari su ogni portale di idealo nel mese di febbraio 2019 ed è stato calcolato il risparmio massimo medio mensile per la categoria nell'arco di un anno. I risultati di questa analisi sono riassunti in tabella.

In quale paese fluttuano di più i prezzi?



Percentuale media calcolata a partire dal prezzo minimo e massimo dei prodotti con il maggiore interesse su idealo. Categorie: frigoriferi, smartphone, televisori, passeggini e lavatrici. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

Prezzo ideale. Quando il prezzo lo stabilisce l'utente

idealo possiede una specifica funzionalità che consente al consumatore di fissare il proprio prezzo ideale per un certo prodotto e di ricevere una notifica via E-Mail o App quando questo viene raggiunto oppure è più basso del valore atteso. L'analisi di questa funzionalità ha permesso di capire non solo quali sono le categorie e i prodotti che interessano maggiormente i consumatori digitali, ma anche qual è la percentuale media di risparmio desiderata.

Prezzo ideale: i prodotti sui quali si vuole risparmiare di più

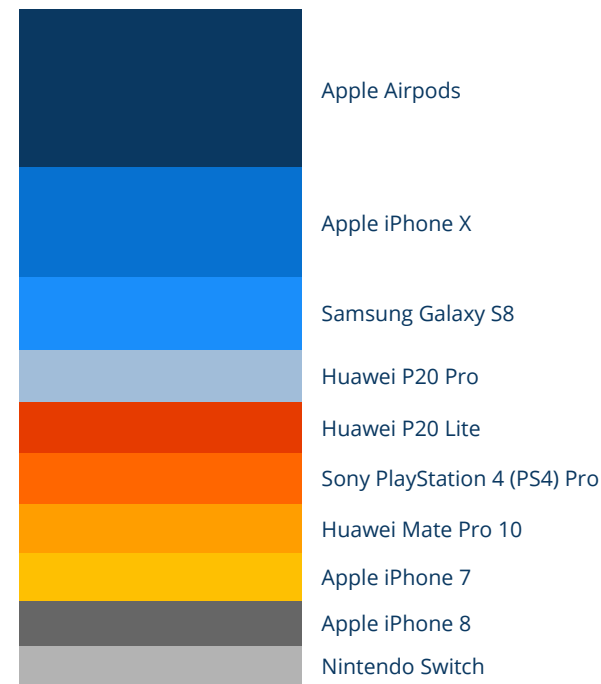
Le categorie di prodotti maggiormente coinvolte in Italia vanno dalla tecnologia ai grandi elettrodomestici per la casa, dall'abbigliamento alle console di gioco. Nel dettaglio, i prodotti per i quali gli e-consumer

italiani hanno attivato la funzione "prezzo ideale" sono:

- Apple AirPods
- Apple iPhone X
- Samsung Galaxy S8
- Huawei P20 Pro
- Huawei P20 Lite
- Sony PlayStation 4 (PS4) Pro
- Huawei Mate Pro 10
- Apple iPhone 7
- Apple iPhone 8
- Nintendo Switch

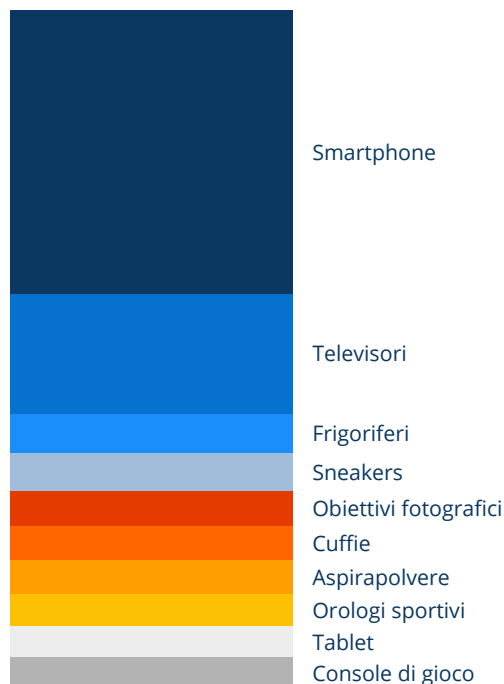
Interessante notare come tra questi 10 prodotti vi siano device Apple, Samsung e Huawei, ossia tre tra i brand che guidano il mercato italiano – ma non solo – degli smartphone.

Prezzo ideale in Italia: attivazioni per prodotto



Per ogni prodotto, idealo ha analizzato il numero di attivazioni della funzione "prezzo ideale" sul proprio portale italiano. Periodo: dal 1° Gennaio al 29 Novembre 2018.

Prezzo ideale in Italia: attivazioni per categoria



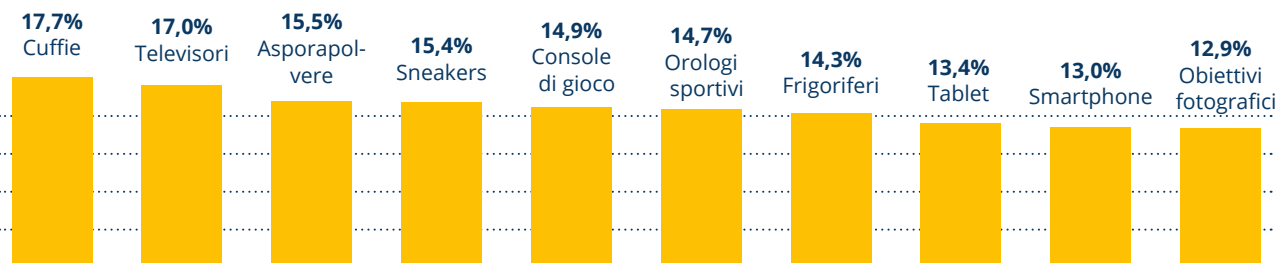
Per ogni categoria, idealo ha analizzato il numero di attivazioni della funzione "prezzo ideale" sul proprio portale italiano. Periodo: dal 1° Gennaio al 29 Novembre 2018.

Il prezzo ideale degli utenti online in Italia ed Europa

Secondo idealo, le categorie di prodotti in assoluto più coinvolte nella richiesta di prezzi inferiori sono le cuffie (risparmio del 17,7% desiderato dagli utenti), televisori (-17,0%), aspirapolvere (-15,5%), sneakers (-15,4%), console di gioco (-14,9%), orologi sportivi (-14,7%), frigoriferi (-14,3%), tablet (-13,4%), smartphone (-13,0%), e obiettivi fotografici (-12,9%). Per quanto riguarda i prodotti, se consideriamo i 25 che hanno avuto il maggior numero di attivazioni della funzione "prezzo ideale" nell'arco di tre mesi (dal 1° Settembre al 29 Novembre 2018), il risparmio medio richiesto dagli utenti del nostro paese è stato pari al 13,4%.

In Germania, la categoria per la quale è maggiormente richiesto il prezzo ideale è quella dei LEGO, per cui il risparmio desiderato si attesta intorno al 15,9%. Anche al primo posto dei prodotti più coinvolti dal "prezzo ideale" in Francia troviamo i LEGO (-17,6%). In Spagna vi è invece l'aspirapolvere (-17,1%), nel Regno Unito i profumi da uomini (-18,5%) e infine in Austria le cuffie (-18,6%). In tutti e sei i Paesi l'interesse online ruota principalmente intorno alle stesse categorie merceologiche. Si differenziano i tedeschi per la richiesta di risparmio ideale per le macchine da caffè espresso (-13,0%), i francesi per le schede grafiche (-12,1%) e gli inglesi per le biciclette da bambino (-9,6%).

Prezzo ideale in Italia: il risparmio desiderato



Per ogni categoria, idealo ha analizzato il risparmio medio richiesto sul proprio portale italiano tramite la funzione "prezzo ideale". Periodo: dal 1° Gennaio al 29 Novembre 2018. Dati relativi alla App di idealo (Android oppure iOS).

I prodotti più venduti in Italia e in Europa nel 2018

Sul portale italiano di idealo, i consumatori digitali hanno cercato e confrontato principalmente i prezzi di smartphone e di prodotti legati all'elettronica di consumo. In questo, gli utenti italiani mostrano una certa affinità con i consumatori tedeschi e francesi che hanno rivolto la propria attenzione verso molti modelli top di gamma Samsung o Apple. Nelle altre nazioni europee, gli interessi dell'audience digitale presentano una maggiore varietà: per esempio, console di gioco in Spagna e Regno Unito, dove sono anche presenti videogiochi e smartwatch.

I prodotti più desiderati online in Italia nel 2018



1



2



3



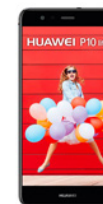
4



5



6



7



8



9

10



Top-20 Produttori 2018 in Italia

Pos.	Produttore	2018 vs 2017
1	Samsung	-
2	Apple	-
3	Huawei	-
4	Sony	+
5	Adidas	+
6	LG Electronics	+
7	Bosch	-
8	Canon	+
9	Xiaomi	+
10	Nike	+

Pos.	Produttore	2018 vs 2017
11	Nikon	+
12	Garmin	+
13	Candy	+
14	Asus	-
15	LEGO	+
16	Philips	+
17	Salomon	+
18	Panasonic	-
19	Beko	+
20	Whirlpool	+

Top-20 Categorie 2018 in Italia

Pos.	Categorie	Score	2018 vs 2017	Pos.	Categorie	Score	2018 vs 2017
1	Smartphone	100,0	-	11	Notebook	12,7	-
2	Sneakers	34,3	+	12	Obiettivi fotografici	11,5	+
3	TV	26,1	+	13	Fotocamere digitali mirrorless	10,2	+
4	Scarpe da corsa	21,4	+	14	Cuffie	10,0	+
5	Frigoriferi	19,9	+	15	Zaini	9,9	+
6	Tablet	13,3	-	16	Aspirapolvere	9,7	-
7	Caschi moto	13,2	+	17	Console di gioco	9,5	-
8	Macchine fotografiche reflex	13,2	+	18	Asciugatrici	9,0	+
9	Profumi donna	13,1	+	19	Giochi PS4	8,4	-
10	Lavatrici	13,1	-	20	Casse	8,4	+

Alla categoria con il maggiore interesse online nel 2018 è stato assegnato uno score pari a 100. Tutti gli altri sono proporzionali a questo valore di riferimento.

E-commerce in Italia: le differenze tra le varie regioni

L'Italia dell'e-commerce viene spesso rappresentata come un unico territorio omogeneo. Tuttavia, in base ai dati raccolti da Idealo, appare chiaro come da una parte ci siano trend simili in quasi tutti i territori, ad esempio per le ricerche legate a smartphone, scarpe, televisori e frigoriferi, indice che tra i beni più ricercati online ci sono sempre quelli di uso quotidiano o di prima necessità. Dall'altra, è curioso notare come anche attraverso l'e-commerce ci si renda conto delle differenze tra le varie regioni, che mostrano tratti distintivi, proprie peculiarità e curiosità inattese.

Innanzitutto, per quanto riguarda le categorie merceologiche più ricercate online in ogni regione, al primo posto vi sono sempre gli smartphone, ad eccezione del Molise in cui al primo posto troviamo le sneakers.

Queste mantengono ben saldo il secondo posto in Lazio, Campania, Emilia Romagna, Puglia, Marche, Sardegna e Basilicata, pur restando nel podio anche in Lombardia, Veneto, Piemonte, Toscana, Sicilia, Liguria, Abruzzo e Calabria. Altra categoria che interessa molteplici regioni italiane è quella dei frigoriferi, al secondo posto delle ricerche in Lombardia, Veneto, Piemonte, Toscana, Liguria e Umbria, a dimostrazione del fatto che l'e-commerce è la soluzione ideale anche quando si parla di grandi elettrodomestici.

E-commerce in Italia: elettronica di consumo e molto altro

L'elettronica di consumo ritorna nelle varie classifiche regionali con i notebook, sul podio in Trentino, Umbria e Molise e molto ricercati anche in Veneto, Marche, Abruzzo,

Piemonte, Emilia Romagna, Sicilia, Toscana e Basilicata; i televisori, particolarmente desiderati in Abruzzo, Toscana, Liguria, Campania, Puglia, Sardegna, Calabria, Friuli e Umbria, ed ancora i tablet, al quinto posto delle ricerche nelle Marche, in Trentino-Alto Adige e in Valle d'Aosta. E se la Lombardia si dimostra terra di appassionati motociclisti, con un quinto posto dedicato ai caschi moto, i molisani dimostrano invece una passione per il fai da te, con un quinto posto dedicato agli avvitatori.

L'indagine di Idealo sull'e-commerce rivela che è la Calabria ad essere la regione italiana più appassionata di fotografia, con fotocamere digitali mirrorless e reflex che imperversano nelle ricerche. In Basilicata, nelle ricerche più frequenti, compaiono caschi da sci e da snowboard; in Campania,

Sicilia, Puglia, Lazio e Molise i videogiochi, con preferenza indiscussa per Fifa 18, uno dei più venduti di sempre. Ma la regione Italiana che si discosta in particolar modo dalle altre in fatto di ricerche online è la Valle d'Aosta dove, oltre agli orologi sportivi, la maggior parte delle ricerche riguarda tagliaerba e lavastoviglie.

Veneto e Trentino, invece, le regioni più sportive d'Italia, nonché le uniche in cui tra le ricerche più frequenti vi è la categoria delle scarpe da corsa. Ancora qualche curiosità: tra i cinque prodotti più cercati in Friuli-Venezia Giulia c'è un modellino di una Lamborghini Diablo in scala 1:18; tra i top 5 prodotti in Umbria ci sono i cerchi in alluminio per auto mentre in Molise, tra le ricerche d'acquisto più frequenti, ci sono i barbecue a carbonella.

Top-20 Categorie 2018 in Italia per ogni regione

Regione	1° Posto	2° Posto	3° Posto
Val d'Aosta	Smartphone	Tagliaerba	Lavastoviglie
Piemonte	Smartphone	Frigoriferi	Sneakers
Liguria	Smartphone	Frigoriferi	Sneakers
Lombardia	Smartphone	Frigoriferi	Sneakers
Trentino Alto Adige	Smartphone	Notebooks	Obiettivi fotografici
Veneto	Smartphone	Frigoriferi	Sneakers
Friuli Venezia Giulia	Smartphone	Schede Madri	Sneakers
Emilia Romagna	Smartphone	Sneakers	Frigoriferi
Toscana	Smartphone	Frigoriferi	Sneakers
Marche	Smartphone	Sneakers	Frigoriferi
Umbria	Smartphone	Frigoriferi	Notebooks
Lazio	Smartphone	Sneakers	Frigoriferi
Abruzzo	Smartphone	Televisori	Sneakers
Molise	Sneakers	Smartphone	Notebooks

Regione	1° Posto	2° Posto	3° Posto
Campania	Smartphone	Sneakers	Videogiochi
Puglia	Smartphone	Sneakers	Videogiochi
Basilicata	Smartphone	Sneakers	Frigoriferi
Calabria	Smartphone	Fotocamere mirrorless	Sneakers
Sicilia	Smartphone	Videogiochi	Sneakers
Sardegna	Smartphone	Sneakers	Frigoriferi

E-commerce in Italia: l'analisi demografica a livello regionale

L'analisi effettuata da Idealo ha rivelato che sono gli uomini ad informarsi online di più prima di effettuare un acquisto, ma quali sono le regioni in cui sono le donne ad essere più attive? Al primo posto la Sardegna, seguita da Basilicata, Lazio, Lombardia e Sicilia; all'ultimo posto della classifica il Molise e la Valle d'Aosta.

Infine, anche se negli ultimi tempi l'utilizzo del mobile ha sorpassato quello di PC e

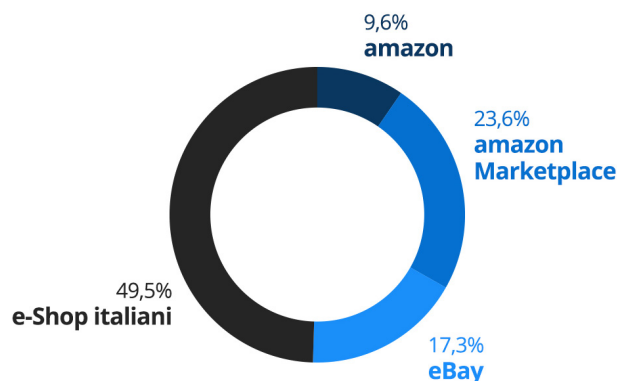
notebook, ci sono ancora alcune regioni italiane fedeli alla navigazione da desktop, come Valle d'Aosta (65,1%), Trentino (59,3%), Friuli (58,9%) e Liguria (57,2%), territori dove è cospicua la presenza di consumatori digitali over 44, ovvero quella fascia della popolazione che, probabilmente, predilige l'utilizzo dei computer, come se ci trovassimo di fronte a un digital divide generazionale. Al contrario, Idealo ha registrato una propensione a usare il mobile nel Lazio (57%), in Lombardia (50,9%) e in Campania (50,6%).

Le regioni italiane con i consumatori digitali più giovani? Sono quelle di Emilia-Romagna, Puglia, Sicilia, Calabria e Basilicata: è infatti in questi territori che gli under-44 costituiscono un'importante fetta dei consumatori digitali.

Big player vs e-shop minori: chi propone le offerte più convenienti?

Sulla base dei dati di idealo, il 33,2% dei prodotti con il prezzo più conveniente appartiene ad Amazon (9,6%) e ad Amazon Marketplace (23,6%); a seguire, nel 17,3% dei casi, troviamo invece prodotti di eBay. Tutti gli altri negozi online italiani raggiungono, complessivamente, il 49,5%. Tra questi, quelli che sono particolarmente competitivi in termini di prezzi convenienti sono realtà del settore e-commerce come bpm-power.it, eprice.it, euronics.it, maint-store.it, mediaworld.it, monclick.it, online-store.it, prezzoforte.it, unieuro.it e yeppon.it (in ordine alfabetico).

Dove si trova l'offerta più bassa?



Per questo studio, idealo ha analizzato tutte le offerte presenti sul proprio portale italiano, in particolare quelle con il prezzo più basso (spese di spedizione escluse) per ogni categoria. Periodo di analisi: dal 1° Agosto al 4 Novembre 2018.

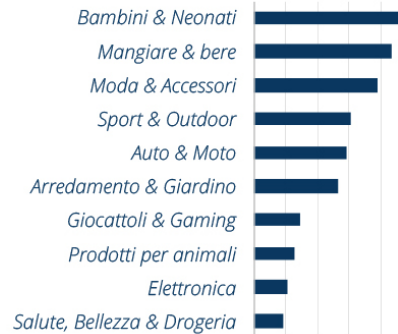
I negozi online e le opportunità di risparmio

Anche altri negozi online sono dunque in grado di garantire grandi possibilità di risparmio, al pari dei big player statunitensi. Un esempio lampante è quello dell'elettronica di consumo (settore trainante dell'intero e-commerce italiano con il 33,9% di tutte le intenzioni di acquisto nel 2018). idealo ha analizzato l'intera categoria scoprendo che nel 61,6% dei casi l'offerta più bassa è stata proposta da un e-shop italiano. Per capire la portata di questa cifra, si tenga presente che per eBay la quota si è fermata al 19,0% mentre Amazon e il relativo Marketplace hanno raggiunto insieme il 19,4%. Maggiori probabilità di risparmio sono garantite dagli e-shop anche per i prodotti legati a salute e bellezza (60,1%) così come per auto e moto (50,5%).

Passando agli altri portali analizzati da idealo, il 23,1% delle offerte con il prezzo più basso relativamente a prodotti per bambini è offerto da Amazon, a cui appartiene anche il 21,7% delle offerte relative a cibi e bevande e il 19,5% delle migliori offerte per prodotti del settore moda e accessori. Il 50,7% delle offerte con il prezzo più basso per il settore moda e accessori appartiene invece ad Amazon Marketplace, a cui sono riconducibili anche il 36,7% delle migliori offerte per il gaming e il 34,4% delle offerte per lo sport. Infine, il 38,2% delle offerte più vantaggiose per i nostri amici a quattro zampe si trova su eBay, che per cibi e bevande raggiunge una quota del 35,5% e per i giochi il 27,4%.

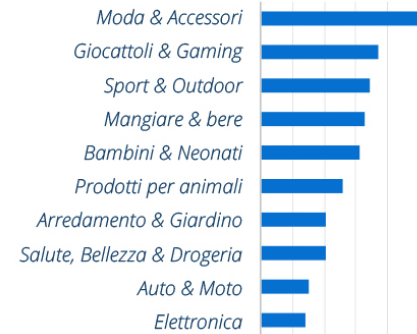
Le opportunità di risparmio online

amazon



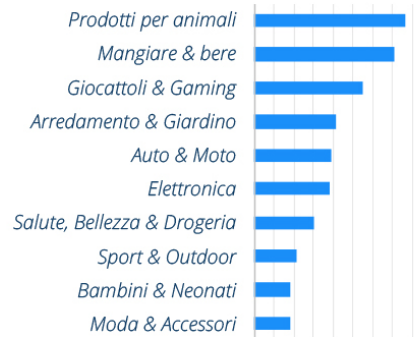
Il **23,1%** delle offerte con il prezzo più basso relativamente a "prodotti per bambini" è offerto da **Amazon**.

amazon Marketplace



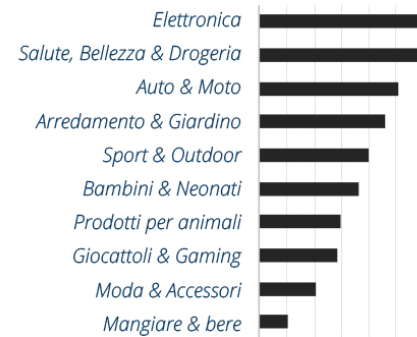
Il **50,7%** delle offerte con il prezzo più basso per il settore "moda ed accessori" appartiene invece ad **Amazon Marketplace**.

eBay



Il **38,2%** delle offerte più vantaggiose per "prodotti per animali" si trova su **eBay**.

e-Shop italiani



Per la categoria "elettronica", nel **61,6%** dei casi l'offerta più bassa è stata proposta da un **e-shop italiano**.

Per questo studio, idealo ha analizzato tutte le offerte presenti sul proprio portale italiano, in particolare quelle con il prezzo più basso (spese di spedizione escluse) per ogni categoria. Periodo di analisi: dal 1° Agosto al 4 Novembre 2018

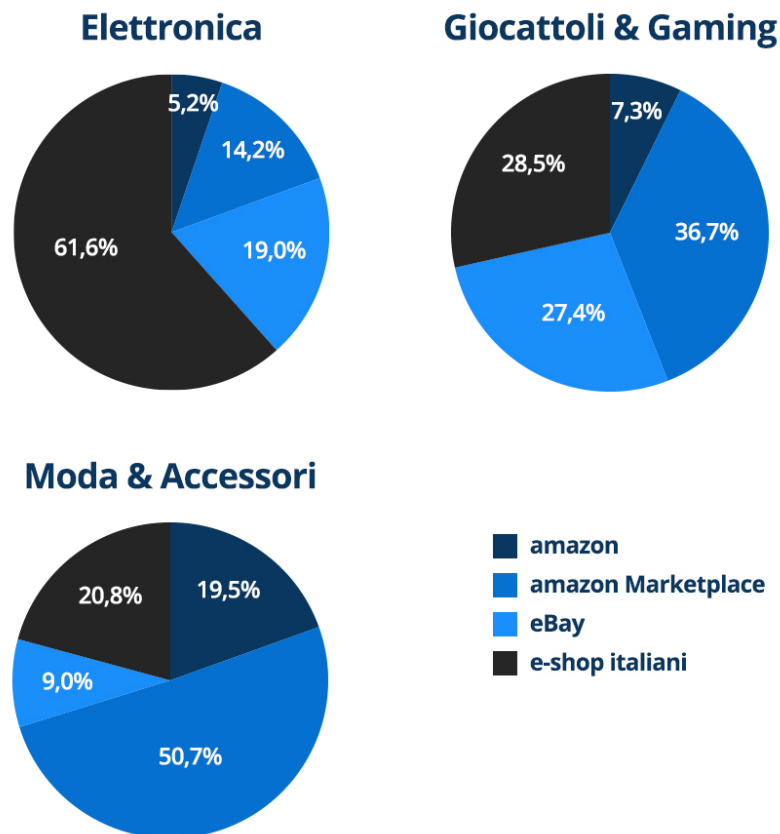
Dove si trova l'offerta più bassa? L'analisi per categoria

Un altro confronto interessante è quello per categoria. In sei casi su dieci, l'offerta più bassa è stata proprio quella di un e-shop italiano: Arredamento & Giardino (45,5% delle offerte), Auto & Moto (50,5%), Bambini & Neonati (36,4%), Elettronica (61,6%), Salute, Bellezza & Drogheria (60,1%) e Sport & Outdoor (39,7%). Per Giocattoli & Gaming (36,7%) così come per Moda & Accessori (50,7%) il prezzo più competitivo è stato proposto da Amazon Marketplace. Le categorie rimanenti, infine, sono quelle in cui eBay ha proposto l'offerta migliore in termini di prezzo: Mangiare & Bere e Prodotti per animali (38,2%).

In conclusione, dall'analisi risulta che gli e-shop italiani sono molto competitivi e possono riservare molte sorprese positive. Oltre ad Amazon ed eBay ci sono, infatti, tantissimi altri marketplace o portali che possono offrire veri e propri affari, talvolta perché specializzati in un determinato settore o perché promotori di particolari campagne promozionali che possono

essere facilmente individuate tramite la comparazione prezzi.

Analisi per categoria (tre esempi)



Per questo studio, Idealo ha analizzato tutte le offerte presenti sul proprio portale italiano, in particolare quelle con il prezzo più basso (spese di spedizione escluse) per ogni categoria. Periodo di analisi: dal 1° Agosto al 4 Novembre 2018

Black Friday e Cyber Monday in Italia

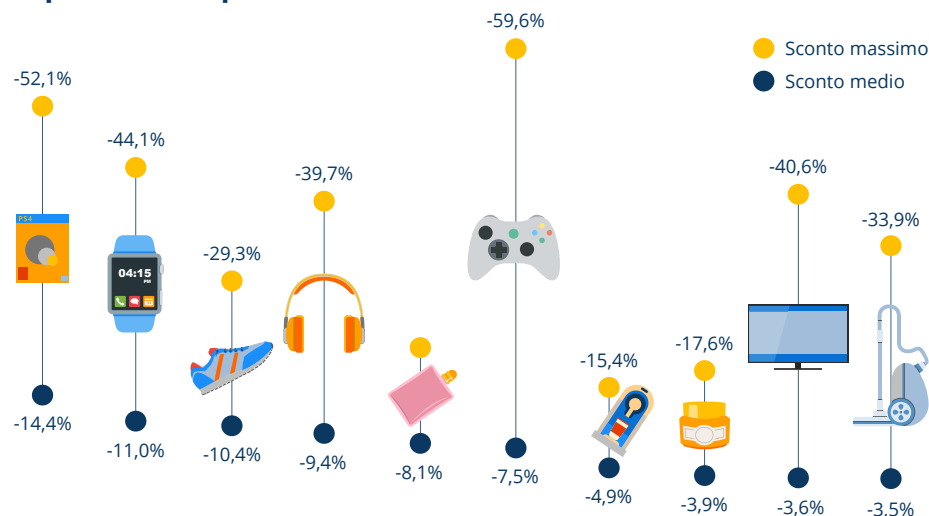
Black Friday 2017

Tra le categorie di prodotti maggiormente cercate nel nostro paese in occasione del Black Friday 2017 idealo ha evidenziato smartphone, televisori, asciugatrici, aspirapolvere e tablet. La Top-5 dei prodotti più desiderati in assoluto durante il Black Friday 2017 ha visto al primo posto lo smartphone Huawei P10 Lite, seguito da Apple iPhone 7, dalle scarpe Dr Martens da donna, da FIFA 18 e dall'iPhone SE. Completano la classifica Sony PlayStation 4 (PS4) Slim, Apple iPhone 6, Huawei P8 Lite (2017), Sony PlayStation 4 (PS4) Pro e Apple iPhone 6S.

Nel 2017, le cinque categorie di prodotto più convenienti sono state giochi PS4 (-14,4%), smartwatch (-11,0%), scarpe da corsa (-10,4%), cuffie (-9,4%) e profumi donna (-8,1%). Tra le altre categorie partico-

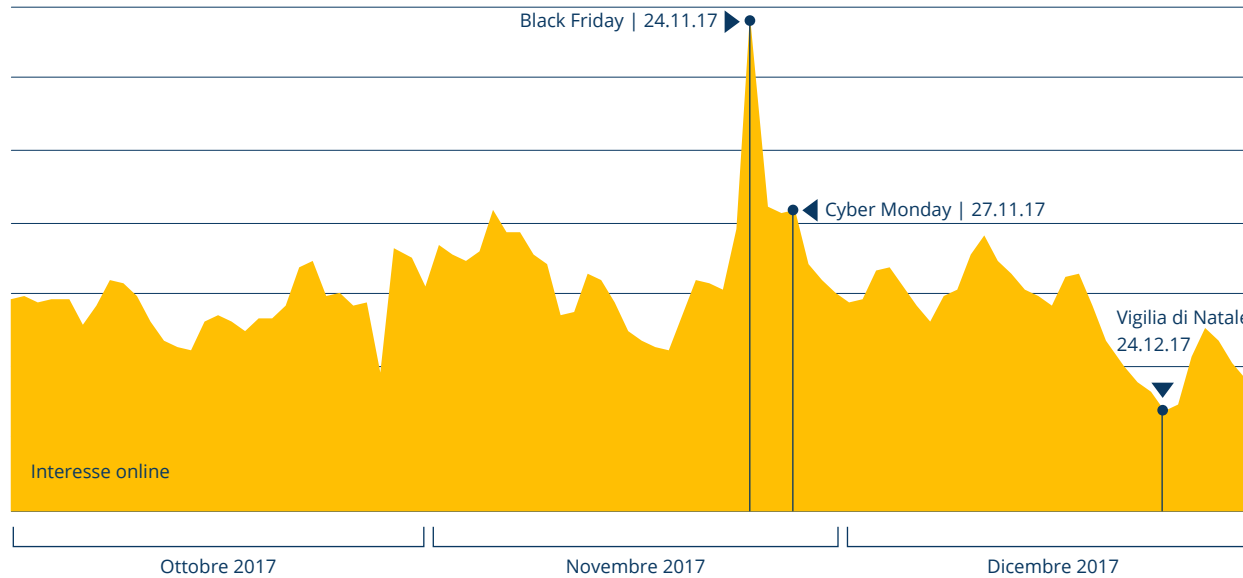
larmente convenienti vi sono state console di gioco (-7,5%), macchine per il caffè (-4,9%), prodotti per la cura del viso (-3,9%), televisori (-3,6%) e aspirapolvere (-3,5%).

Sconti durante il Black Friday - Risparmi medi possibili



Sconti medi per i primi 20 prodotti delle categorie più visitate su idealo.it durante il Black Friday 2017 (dal venerdì al lunedì) rispetto alle quattro settimane precedenti. Lo sconto massimo indica lo sconto più alto possibile tra i primi 20 prodotti nella categoria.

Con il Black Friday inizia la corsa ai regali di Natale



Andamento delle intenzioni di acquisto su idealo.it nel periodo compreso tra Ottobre e Dicembre 2017.

I Black Friday addicted: grande attenzione nel Nord Italia

Nel 2017, tra gli utenti più attivi, al primo posto si è posizionata la fascia di e-consumer tra i 35 e i 44 anni (27,9%); sono seguiti i giovani tra i 25 e i 34 (21,9%) e in una posizione leggermente inferiore gli adulti tra i 45-54 anni (21,0%). Anche in questo caso, gli uomini si sono confermati i più appassionati con il 64,1% delle ricerche (le donne “solo” il 35,9%). Così come anche negli altri periodi dell’anno, il picco delle ricerche è stato registrato tra le ore 21 e le 22.

Interessante notare come durante il Black Friday e il Cyber Monday 2017 le persone che hanno utilizzato il PC siano aumentate del 22,6% rispetto al periodo precedente. Anche in questa occasione il tablet si è confermato il dispositivo meno utilizzato (solo nell’8,3% dei casi). Le ricerche da desktop e da mobile, invece, hanno raggiunto valori simili: rispettivamente 46,6% e 45,1%.

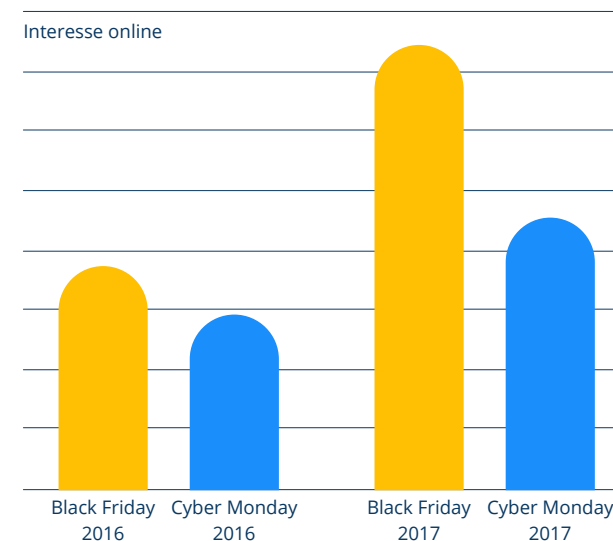
Ma in che regioni nel 2017 ha inciso maggiormente l'effetto Black Friday? Considerando le ricerche effettuate nei quattro giorni (dal venerdì al lunedì), e confrontandole con le quattro settimane precedenti, al primo posto delle regioni più interessate troviamo il Trentino-Alto Adige, seguito dal Friuli-Venezia Giulia, dalla Lombardia, dal Piemonte, dalle Marche e infine dal Veneto. Le tre regioni italiane meno coinvolte sono state, invece, Valle d'Aosta, Calabria e Molise.

Top-20 Categorie 2017 in Italia

Regione (aumento dell'interesse online)	
Trentino-Alto Adige	+59,9%
Friuli-Venezia Giulia	+44,5%
Lombardia	+37,6%
Piemonte	+36,9%
Marche	+36,9%
Veneto	+36,7%

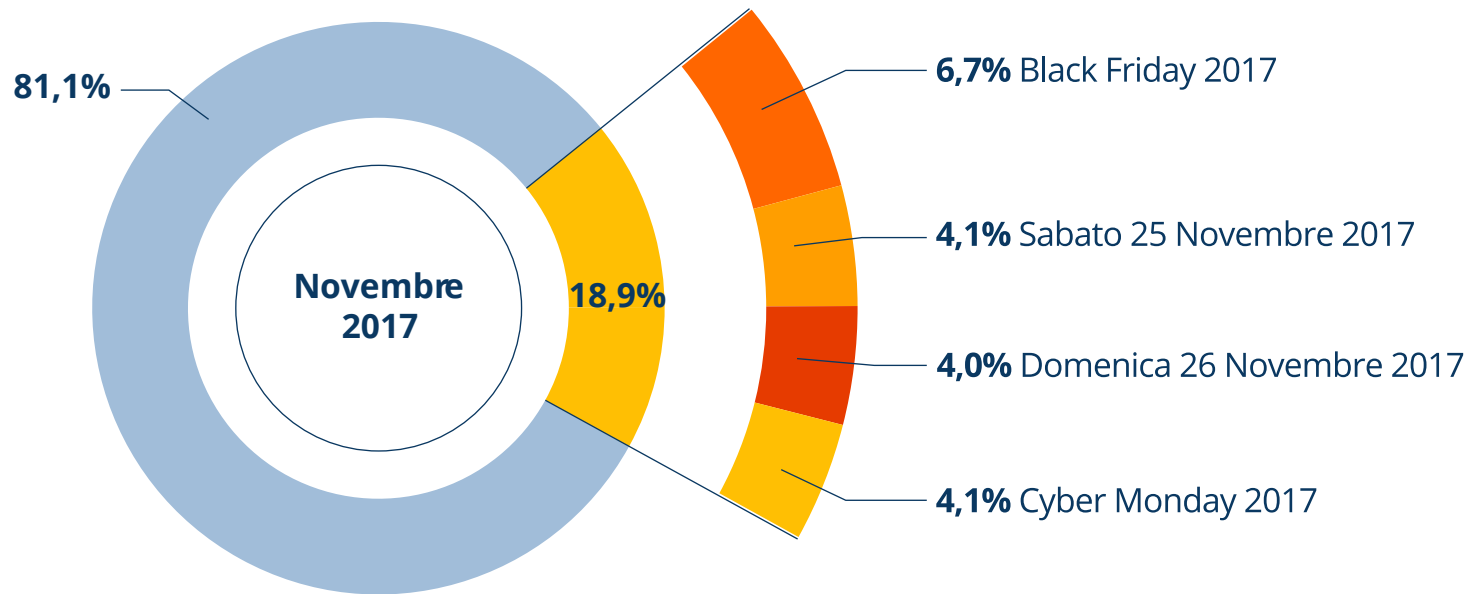
Emilia-Romagna	+35,6%
Liguria	+33,8%
Umbria	+30,9%
Abruzzo	+26,7%
Puglia	+26,0%
Toscana	+24,3%
Lazio	+21,8%
Sardegna	+20,4%
Basilicata	+18,0%
Sicilia	+17,5%
Campania	+16,6%
Valle d'Aosta	+16,4%
Calabria	+13,5%
Molise	+5,6%

Cresce il divario tra Black Friday e Cyber Monday



Confronto tra Black Friday e Cyber Monday in termini di intenzioni di acquisto. Confronto tra il 2016 e il 2017.

Intenzioni di acquisto a Novembre 2017 sul portale italiano di idealo



Ripartizione delle intenzioni di acquisto su idealo.it a Novembre 2017.

Black Friday 2018. Un vero successo anche in Italia

Secondo i primi dati rilevati dopo il Black Friday 2018, idealo ha osservato una crescita nelle intenzioni di acquisto per l'Italia pari al +25,1% rispetto al "venerdì nero" dell'anno precedente; facendo lo stesso confronto con i numeri registrati dal portale il venerdì precedente alla giornata di sconti online, è possibile vedere un aumento del +173,6%. Allo stesso modo, anche la Black Week 2018, da lunedì 19 a venerdì 23 Novembre, ha registrato un dato decisamente positivo (+55%) rispetto ai valori della "settimana media".

L'attenzione ai prezzi e una maggior accortezza nell'approcciarsi all'acquisto online sono dimostrate anche dall'aumento dell'uso della funzione "prezzo ideale"; questa funzione ha infatti registrato durante la settimana prima del Black Friday 2018 (16-22 Novembre) un uso del +73,4% rispetto alla settimana immediatamente precedente (9-15 Novembre).

Black Friday 2018. La classifica delle categorie e dei prodotti

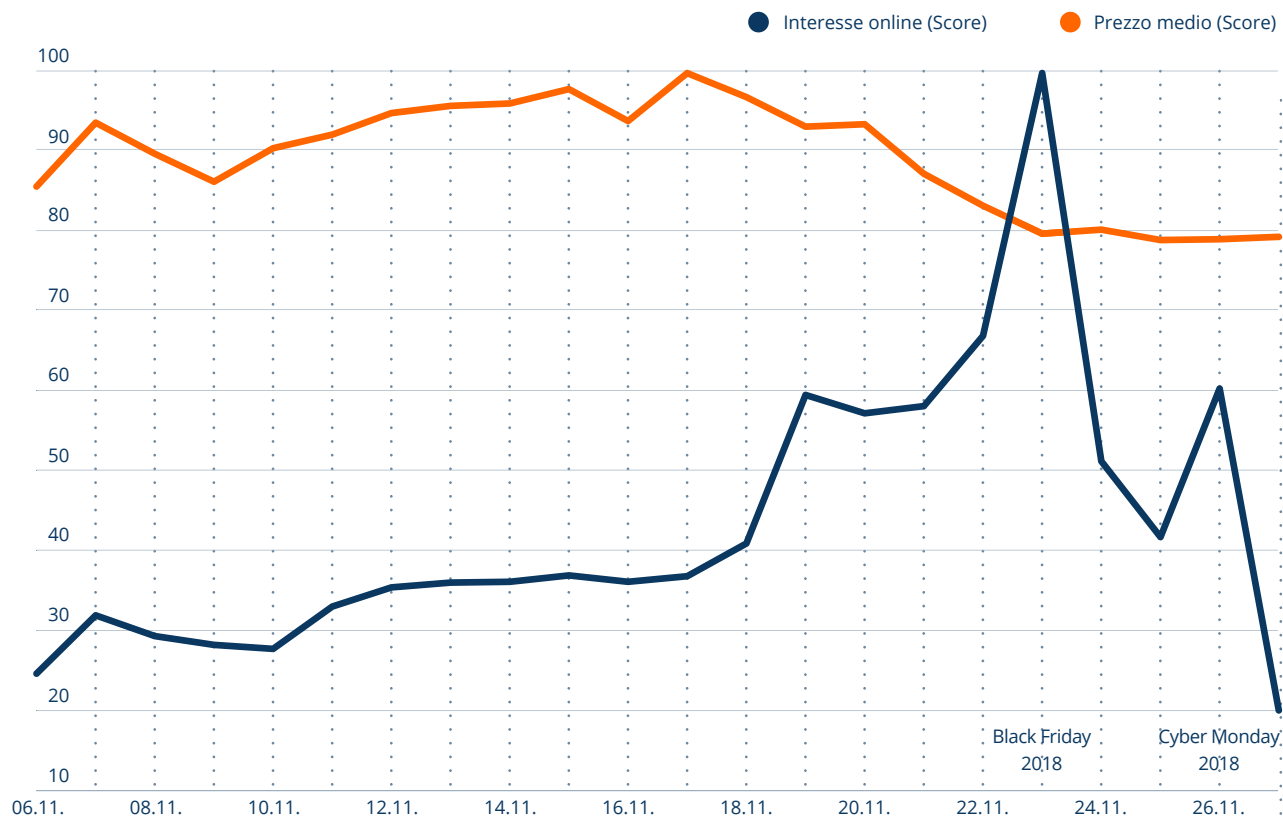
La classifica delle categorie di prodotto più gettonate per il Black Friday 2018 secondo idealo vede una netta propensione alla ricerca del risparmio nel settore tecnologico, ad esempio per quanto concerne gli smartphone. Ciò denota quanto sia importante per gli e-consumer trovare occasioni per spendere meno su questi prodotti, anche in vista dell'avvicinarsi del Natale. Presenti anche diverse categorie di prodotto per la casa e per lo sport, in linea con quanto accaduto già nel 2017, a riprova di un maggior interesse per il fine pratico e meno per l'approccio "ludico" all'acquisto. Ecco la classifica delle prime dieci categorie e le relative percentuali:

1. Smartphone (10,2%)
2. Televisori (4,2%)
3. Sneakers (2,9%)
4. Asciugatrici (2,8%)
5. Cuffie (2,1%)
6. Tablet (2,0%)
7. Casse (2,0%)
8. Notebook (1,6%)

9. Console di gioco (1,6%)
10. Aspirapolvere (1,4%)

Per queste categorie, idealo ha analizzato l'interesse online e l'andamento del prezzo medio sul proprio portale italiano nel periodo compreso tra il 6 e il 27 Novembre 2018. All'interesse più alto è stato assegnato uno score pari a 100. Tutti gli altri valori sono proporzionali a questo valore di riferimento. Allo stesso modo è stato ricavato uno score per l'andamento del prezzo medio. Nel grafico viene mostrato il risultato dell'analisi per la categoria degli smartphone. Tutti gli *altri grafici* sono invece disponibili sul sito di idealo Magazine.

Interesse online vs Andamento del prezzo medio



idealo ha analizzato l'interesse online e l'andamento del prezzo medio per la categoria Smartphone sul proprio portale italiano nel periodo compreso tra il 6 e il 27 Novembre 2018. All'interesse più alto è stato assegnato uno score pari a 100. Tutti gli altri valori sono proporzionali a questo valore di riferimento. Allo stesso modo è stato ricavato uno score per l'andamento del prezzo medio.

I primi dieci prodotti maggiormente cercati su idealo durante il Black Friday 2018 vedono il dominio di alcuni colossi del tech, con soluzioni che però non riguardano solo smartphone:

1. Apple AirPods (Cuffie)
2. Google Home Mini (Cassa wireless)
3. Dr. Martens 1460 donna (Scarpe)
4. Xiaomi Redmi Note 5 (Smartphone)
5. Xiaomi Mi A2 lite (Smartphone)
6. Beko DRY833CI (Asciugatrice)
7. Smeg DHT73LIT (Asciugatrice)
8. Nintendo Switch (Console di gioco)
9. Huawei P20 Lite (Smartphone)
10. Google Chromecast 2 (Streaming stick)

Black Friday 2018. Il profilo dell'utente italiano

Secondo i dati di Google Analytics, gli italiani nel 2018 hanno utilizzato diversi device per approcciare le offerte del Black Friday: la novità rispetto allo scorso anno è il sorpasso dello smartphone (52,8%) nei confronti del PC (41,1%) mentre rimane

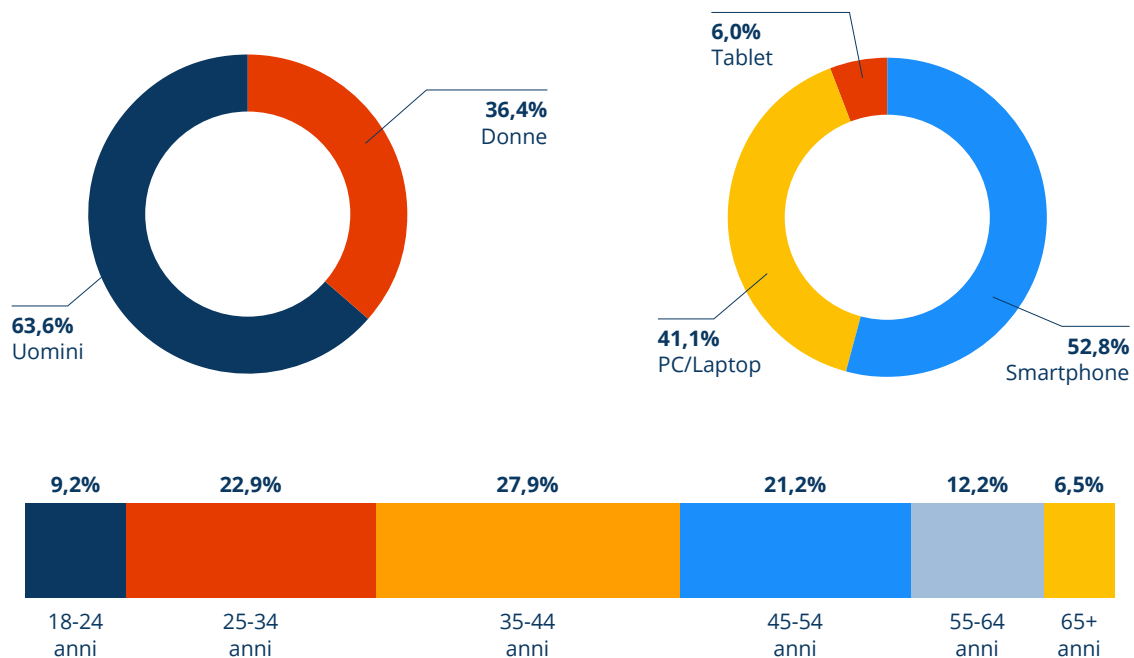
ancora limitato l'uso del tablet (6,0%). Sempre attraverso lo strumento di analisi di Google, è possibile indicare le regioni e le città maggiormente interessate dal fenomeno del venerdì nero (in termini di intenzioni di acquisto):

1. Lombardia (25,9%)
 2. Lazio (17,6%)
 3. Emilia-Romagna (6,7%)
 4. Veneto (6,6%)
 5. Piemonte (6,2%)
-
1. Roma (17,8%)
 2. Milano (17,5%)
 3. Torino (4,0%)
 4. Napoli (3,3%)
 5. Bologna (2,4%)

Come per l'e-commerce in generale, gli uomini si mostrano i più interessati anche in questa occasione, con un interesse del 63,6%, a fronte del 36,4% raggiunto dalle utenti donne. Nella classifica per età troviamo al primo posto gli utenti tra i 35 e i 44 anni (27,9%), seguiti dalla fascia 25-34 anni (22,9%); terzo posto per gli e-consumer dai 45 ai 54 anni (con il 21,2%). Nelle ultime

tre posizioni troviamo, in ordine, la fascia d'età 55-64 anni (12,2%), quella dai 18 ai 24 anni (con il 9,2%), infine gli over 65 (per il 6,5%), probabilmente per minor attitudine all'uso degli strumenti online.

Black Friday 2018: analisi demografica



Cyber Monday 2018. Un'ulteriore opportunità di risparmio

Per quanto riguarda il Cyber Monday 2018, le intenzioni di acquisto sono aumentate del 40,8% rispetto all'edizione precedente e del 2,8% se confrontate con lunedì 19 Novembre 2018, a dimostrazione del fatto che ormai è possibile parlare di Black Week. Ecco la classifica delle prime dieci categorie e le relative percentuali:

1. Smartphone (9,0%)
2. Televisori (3,8%)
3. Casse (2,6%)
4. Asciugatrici (2,6%)
5. Sneakers (2,3%)
6. Notebook (1,9%)
7. Tablet (1,8%)
8. LEGO (1,5%)
9. Cuffie (1,5%)
10. Aspirapolvere (1,2%)

La classifica dei primi dieci prodotti maggiormente cercati su idealo Italia durante il Cyber Monday 2018 ci mostra scelte molto simili rispetto all'ultimo Black Friday:

1. Google Home Mini (Cassa wireless)
2. Apple AirPods (Cuffie)
3. Google Chromecast 2 (Streaming stick)
4. Beko DRY833CI (Asciugatrice)
5. Xiaomi Mi A2 lite (Smartphone)
6. Dr. Martens 1460 donna (Scarpe)
7. LG 24MT49S (Televisore)
8. Smeg DHT73LIT (Asciugatrice)
9. Xiaomi Redmi Note 5 (Smartphone)
10. Apple iPhone X (Smartphone)

Anche i risultati ottenuti tramite Google Analytics, che ci permettono di tracciare il profilo di chi ha comprato online durante il Cyber Monday, sono riconducibili alla tipologia di utente che idealo ha registrato durante il Black Friday:

- Donne (37,9% degli utenti)
- Uomini (62,1%)

- 18-24 anni (8,4% degli utenti)
- 25-34 anni (22,2%)
- 35-44 anni (29,6%)
- 45-54 anni (20,8%)
- 55-64 anni (12,2%)
- 65+ anni (6,7%)

- Desktop (41,1% degli utenti)
- Smartphone (52,7%)
- Tablet (6,2%)

Infine, anche a livello regionale e locale i risultati sono in linea con quelli del venerdì nero:

1. Lombardia (25,7%)
2. Lazio (17,6%)
3. Veneto (6,8%)
4. Emilia-Romagna (6,6%)
5. Campania (6,5%)

1. Roma (17,8%)
2. Milano (17,0%)
3. Torino (4,0%)
4. Napoli (3,4%)
5. Firenze (2,3%)

La fluttuazione dei prezzi in base al genere

Come varia il prezzo in base al genere? idealo ha scoperto che le donne devono prestare particolare attenzione all'andamento dei prezzi in quanto i prodotti a loro dedicati sono caratterizzati da una fluttuazione media del 49,6%, dato ben superiore a quello relativo ai costi dei prodotti maschili, la cui variazione media si attesta "solo" intorno al 33,5%.

Seppur rilevando prezzi massimi simili, idealo ha evidenziato che le scarpe da tennis femminili nell'arco di tre mesi sono vittime di oscillazioni di prezzo in media fino al 106,8%, mentre i costi di quelle da uomo variano al massimo del 46,1%. Stesso discorso vale per le scarpe da corsa (con variazioni del 67,8% per le donne e "solo" del 34,3% per gli uomini) e per le sneakers (72,7% per lei e 51,9% per lui).

Quando si parla di profumi, la variazione media dei prezzi nell'arco di tre mesi è del 19,2% per quelli da donna e solo del 9,8% per quelli da uomo; per i trattamenti viso si parla di una variazione del 26,9% per lei e solo del 16,1% per lui e, infine, anche per prodotti quotidiani come i deodoranti, i prezzi variano del 36,2% per lei e solo del 16,9% per lui.

Prezzo dinamico per acquisti sporadici o frequenti

Analizzando questi dati, idealo ha rilevato come le variazioni di prezzo più alte siano principalmente legate a prodotti dall'acquisto sporadico, come sandali da trekking o scarpe da tennis, mentre i prodotti di uso quotidiano subiscono una variazione dei prezzi molto meno repentina: infatti, un prezzo dinamico con una fluttuazione

Prezzo dinamico in Italia - Per lui

79,0% Sandali da trekking



51,9% Sneakers



46,1% Scarpe da tennis



41,5% Scarpe da sport



34,3% Scarpe da corsa



33,5% Media



20,1% Scarpe outdoor



19,4% Cura del corpo



16,9% Deodoranti



16,1% Trattamenti viso



9,8% Profumi



idealo ha preso in esame i 5 prodotti più desiderati sul proprio portale italiano all'interno delle categorie di prodotto che consentivano una comparazione tra varianti maschili e femminili. In particolare, è stata analizzata la fluttuazione media dei prezzi delle singole categorie in un arco temporale di tre mesi, vale a dire dal 10 Settembre al 10 Dicembre 2018.

Prezzo dinamico in Italia - Per lei

106,8% Scarpe da tennis



72,7% Sneakers



67,8% Scarpe da corsa



53,0% Sandali da trekking



49,6% Media



49,5% Scarpe da sport



42,8% Scarpe outdoor



36,2% Deodoranti



26,9% Trattamenti viso



21,0% Cura del corpo



19,2% Profumi

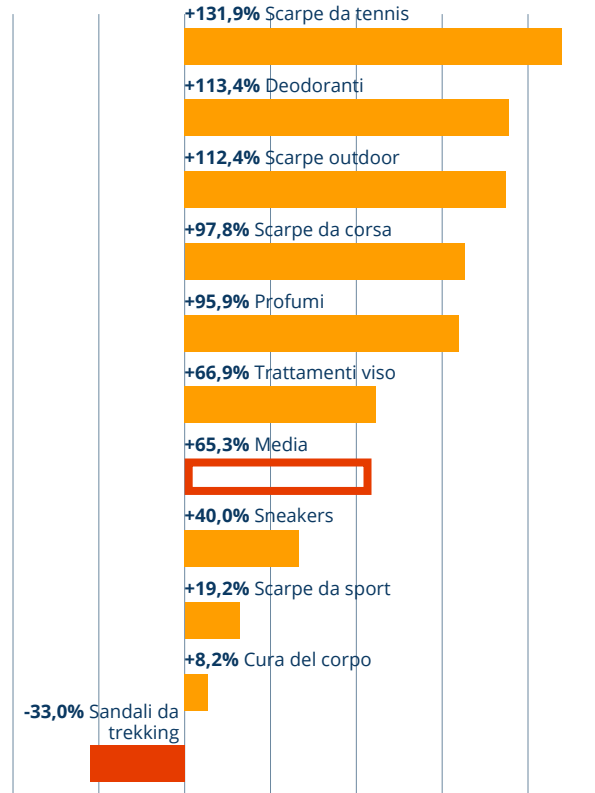


idealo ha preso in esame i 5 prodotti più desiderati sul proprio portale italiano all'interno delle categorie di prodotto che consentivano una comparazione tra varianti maschili e femminili. In particolare, è stata analizzata la fluttuazione media dei prezzi delle singole categorie in un arco temporale di tre mesi, vale a dire dal 10 Settembre al 10 Dicembre 2018.

eccessiva per queste categorie sarebbe subito avvertita dal consumatore, uomo o donna che sia.

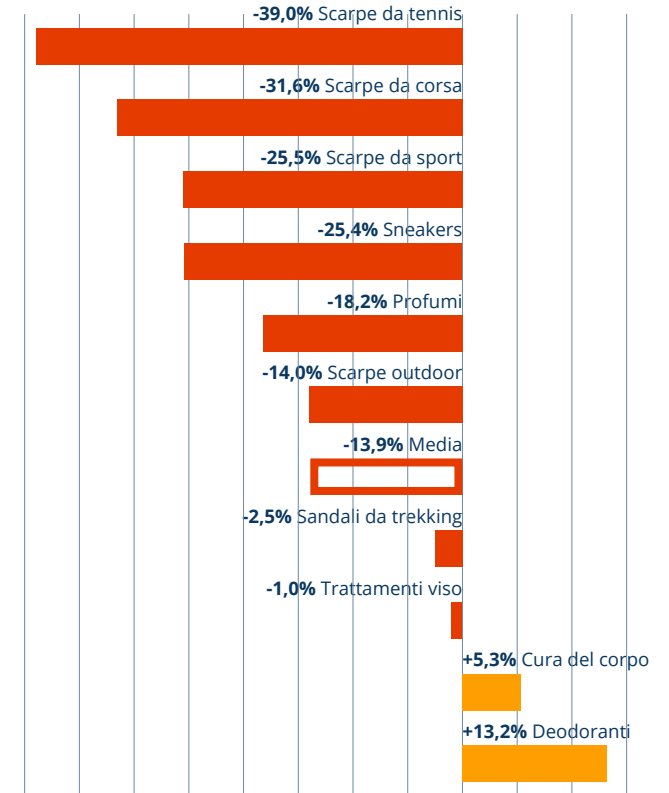
Il prezzo per le varianti femminili è più dinamico, in media, del 65,3% rispetto a quello degli analoghi maschili, per cui il pubblico femminile deve stare particolarmente in guardia per assicurarsi il prodotto di cui ha bisogno al prezzo più equo. Tuttavia, la maggiore oscillazione del costo delle versioni femminili ha anche un effetto positivo nell'annullare la Pink Tax "classica" perché può comportare risparmi importanti se si utilizzano tutti gli strumenti della comparazione prezzi per acquistare al momento giusto: infatti, i costi minimi medi di molte categorie di prodotto come scarpe o profumi sono svantaggiosi per l'uomo più che per la donna. Questo fatto si verifica in 8 casi su 10, con una differenza media del 13,9% a favore delle varianti femminili.

Dinamicità del prezzo in Italia - Lei vs Lui



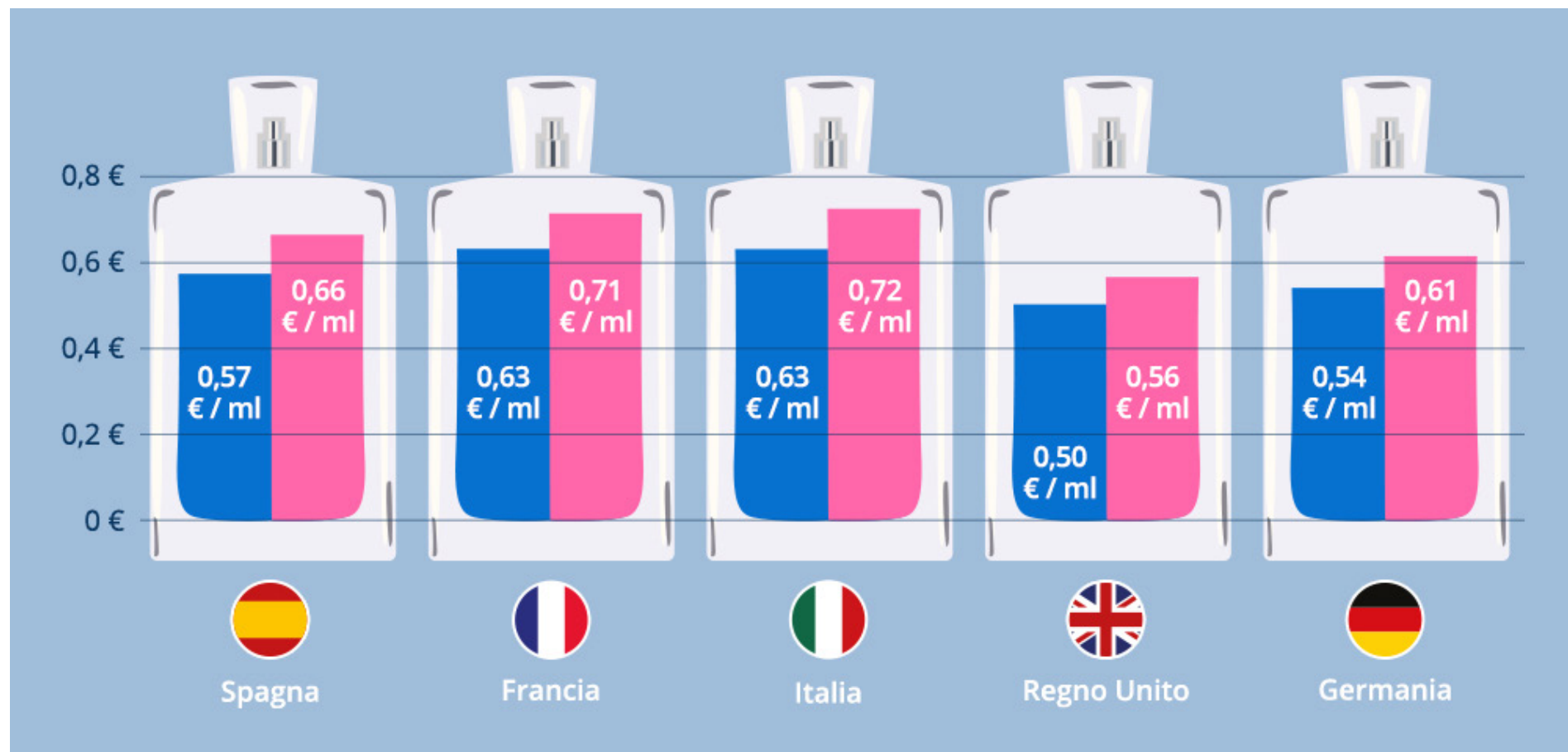
idealo ha preso in esame i 5 prodotti più desiderati sul proprio portale italiano all'interno delle categorie di prodotto che consentivano una comparazione tra varianti maschili e femminili. In particolare, idealo ha messo a confronto la fluttuazione media dei prezzi delle singole categorie per Lei rispetto a quelle per Lui in un arco temporale di tre mesi, vale a dire dal 10 Settembre al 10 Dicembre 2018.

Prezzo minimo medio - Lei vs Lui



idealo ha preso in esame i 5 prodotti più desiderati sul proprio portale italiano all'interno delle categorie di prodotto che consentivano una comparazione tra varianti maschili e femminili. In particolare, idealo ha messo a confronto il prezzo minimo medio delle singole categorie per Lei rispetto a quelle per Lui in un arco temporale di tre mesi, vale a dire dal 10 Settembre al 10 Dicembre 2018.

Pink-Tax: in quale Paese costano di più i profumi per donna?




Per realizzare questo studio, idealo si è basato su 50 fragranze disponibili in versione maschile e femminile e ha calcolato per ogni variante il prezzo minimo per ml su idealo Germania, Regno Unito, Francia, Spagna e Italia nei primi 15 giorni di Gennaio 2019. Immagine: © Everilda, Oksancia - stock.adobe.com

Cross Border Trade - Il commercio transfrontaliero

Il cross border trade, ossia la possibilità di vendere online anche all'estero, rappresenta un'opportunità per tutti gli attori coinvolti nella digital economy. Ad esempio, per quanto riguarda i vantaggi per i consumatori italiani, ci sono alcuni prodotti che possono essere più economici se acquistati al di fuori del nostro paese. Ad esempio, i notebook costano in media il 14.9% in meno se acquistati in Spagna, mentre per acquistare un'asciugatrice o un paio di sneakers si può risparmiare più del 15% se li si compra nel Regno Unito. Considerato ciò, risulta immediato il vantaggio che i consumatori italiani possono ottenere grazie agli acquisti transfrontalieri: possibilità di risparmio, quindi, ma anche la possibilità di accedere ad un'offerta più ampia e diversificata.

Il cross border trade rappresenta un'opportunità anche per gli stessi e-shop. Un recente report di Eurostat ha messo in luce come l'e-commerce in Europa gode di ottima salute: nel Regno Unito, ad esempio, l'86% degli utenti internet utilizza il canale online per fare acquisti, in Svezia la percentuale è dell'84% ed in Germania dell'82%. Considerando che in Italia la percentuale si attesta attorno al 43%, contro una media europea del 68%, risulta chiaro il vantaggio di un e-shop nostrano che decida di vendere anche all'estero: presentarsi su un mercato internazionale ed allargare notevolmente il proprio bacino d'utenza.

A fronte di netti vantaggi per tutti gli attori coinvolti, i dati di idealo fanno riflettere:



In Italia solo il **22%** degli e-shop vende anche al di fuori del proprio Paese.

Dato ben lontano da altre realtà europee come Spagna e Francia, in cui gli e-shop che vendono all'estero sono il 50%, ma anche Regno Unito e Germania in cui il dato è rispettivamente del 48% e del 46%.


Un altro dato poco incoraggiante messo in luce da idealo mostra una scarsa apertura dell'e-commerce italiano al resto d'Europa:



Solo **l'8%** dei negozi digitali in Italia presenta il proprio e-shop in una seconda lingua differente dall'italiano.

Si tratta di un dato, però, che risulta tendenzialmente basso in tutta Europa, e che vede gli e-commerce spagnoli e britannici in testa con il 24% di portali in doppia lingua, seguiti dalla Germania al 12% e dalla Francia al 10%.

Infine, al momento sono pochissimi gli e-shop italiani che hanno fatto qualcosa per quanto riguarda le possibilità di pagamento:



Solo nel **4%** dei casi è possibile pagare in una valuta differente dall'Euro.

Si tratta di un dato tendenzialmente basso in tutta Europa con gli e-shop inglesi che si aprono ad altre valute nel 24% dei casi, seguiti da quelli spagnoli (8%), tedeschi (4%) e francesi (2%).

Conclusioni e previsioni per il futuro

Il mondo dell'e-commerce rimane ad appannaggio dell'uomo nonostante la notevole crescita dei settori merceologici maggiormente legati al mondo femminile, primi tra tutti i prodotti legati alla bellezza. Proprio tali prodotti sono tra quelli maggiormente colpiti da nuovi "fenomeni" digitali come il dynamic pricing e la fluttuazione dei prezzi in base al genere, più comunemente definita "pink tax" o "blue tax". Interessante che proprio questi repentini cambiamenti dei prezzi si possano però tramutare in opportunità di risparmio, che l'utente italiano sta imparando sempre più a conoscere. Registriamo, infatti, una sempre maggiore consapevolezza nell'acquisto, anche delle fasce più mature della popolazione.

In generale, il quadro dell'e-commerce italiano si presenta ancora in crescita, nonostante la difficile situazione italiana che potrebbe rallentare anche il mondo digitale. In questo quadro sub-ottimale rincuora sapere che gli e-shop italiani sono in possesso di tutto

quanto serve per puntare ad accrescere le proprie fette di mercato. Spesso e volentieri sono proprio i piccoli negozi fisici, che aprendosi al mercato digitale, riescono a mettere in difficoltà le grandi aziende dell'e-commerce multinazionale. In quasi il 50% dei casi, infatti, queste piccole realtà sono in grado di offrire il prezzo migliore, risultando molto competitive, al pari dei big player.

Margini di miglioramento si registrano nell'internazionalizzazione delle realtà italiane. Solo il 22% degli e-shop italiani vende attualmente anche al di fuori dei confini nazionali, una differenza abissale se paragonata alle altre realtà europee. Si tratta di una grande opportunità che, soprattutto utilizzando l'attrattività del brand "Made in Italy", potrebbe portare i negozi nazionali a diventare leader di mercato a livello internazionale. Proprio per supportare meglio i propri negozi partner in questo processo, idealo ha avviato una cooperazione con ITKAM - Camera di Commercio Italiana

per la Germania. L'intento è quello di fungere da ponte tra le piccole realtà italiane e il pubblico europeo.

Considerando, infine, le categorie merceologiche che più cresceranno nei prossimi anni a livello digitale, il food and beverage in primis, risulta evidente come l'Italia possa giocare un ruolo chiave nei consumi digitali (e non) europei ed internazionali. Una sfida che deve essere però affrontata ora.

Spero che il white paper sia stato di vostro gradimento e abbia saputo non solo darvi risposte ma soprattutto regalarvi domande sul vostro modo di agire come utente o di essere sul mercato se siete un negozio, perché, come mi piace sempre dire ai miei collaboratori:

Opportunities don't happen, you create them!

Fabio Plebani
Country Manager di idealo per l'Italia



Metodologia

I dati del presente report derivano dall'analisi delle intenzioni di acquisto di circa 19 milioni di utenti mensili, registrate sui sei portali nazionali di idealo (Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria) tramite Google Analytics. I dati non riconducibili a Google Analytics, salvo diversa indicazione, sono stati rilevati da idealo internet GmbH nell'ambito di un sondaggio somministrato tra il 12/11 e il 15/11/2018 ad un campione rappresentativo di 1005 persone in Italia, intervistate dall'Istituto di ricerche di mercato Bilendi. I risultati si riferiscono a persone che hanno dichiarato di effettuare acquisti online almeno una volta negli ultimi sei mesi. La distribuzione per sesso e fasce d'età del campione selezionato è rappresentativa di quella della popolazione di riferimento in Italia.

Il presente report è un aggiornamento della versione precedente, relativa all'anno 2017. I dati di questo nuovo white paper possono essere utilizzati sotto Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0). È possibile condividere, riutilizzare liberamente e adattare il contenuto, anche per scopi commerciali, purché si riconosca una menzione di paternità adeguata, si fornisca un link alla licenza e si indichi se sono state effettuate delle modifiche.



Autori & Contatti

Antonio Pilelo, Responsabile della
Comunicazione di idealo per l'Italia

Ufficio stampa e redazione web
stampa@idealo.it
+39 06 94801514

Ringraziamenti

Un ringraziamento particolare per
il supporto e la collaborazione:

- Fabio Plebani, Country Manager di idealo per l'Italia
- Martin Wysterski, del dipartimento Customer Insights di idealo
- Istituto di ricerche di mercato Bilendi
- Seigradi, agenzia di relazioni pubbliche e marketing communication.
- I grafici e gli analisti del dipartimento Marketing di idealo

A proposito di idealo

idealo è un comparatore prezzi con oltre 145 milioni di offerte di oltre 30.000 negozi online. L'azienda viene fondata a Berlino nel 2000 e da allora è cresciuta costantemente. Dal 2006 entra a far parte del gruppo editoriale Axel Springer SE (editore anche di Bild Zeitung). Attualmente è presente in Germania, Austria, Regno Unito, Francia, Italia, Spagna, con sei portali nazionali. Nel corso dei suoi primi 19 anni di attività ha ricevuto eccellenti recensioni e ha vinto numerosi test condotti da enti autorevoli e indipendenti impegnati nella tutela dei consumatori. Nel 2014 ha ottenuto dall'ente di certificazione tedesco TÜV Saarland il

marchio di "comparatore certificato" per la qualità delle informazioni reperibili sul portale e le misure a protezione dei dati degli utenti. idealo mette a disposizione dei propri utenti centinaia di test sui prodotti e opinioni di altri utenti, non limitandosi ad offrire un servizio di comparazione per individuare i prezzi più convenienti, ma ponendosi anche come una guida autorevole e imparziale allo shopping on-line con schede tecniche, filtri di ricerca avanzati e recensioni di esperti. Oltre 800 persone provenienti da quasi 40 nazioni lavorano nella sede di Berlino.



Marzo 2019, Berlino

idealo internet GmbH
Ritterstr. 11
10969 Berlino (Germania)

Il contenuto di questo report è pubblicato sotto Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0). È possibile condividere, riutilizzare liberamente e adattare il contenuto, anche per scopi commerciali, purché si riconosca una menzione di paternità adeguata, si fornisca un link alla licenza e si indichi se sono state effettuate delle modifiche.

idealo