

e-marketing

## **Il mercato dell'e-commerce italiano arriva lentamente alla maturità**

Buona notizia per l'Europa: il fatturato del commercio elettronico nei cinque principali paesi dell'Europa Occidentale (Gran Bretagna, Germania, Francia, Italia e Spagna) dovrebbe totalizzare 76,6 miliardi d'euro per il 2006, ovvero una progressione del 36% rispetto al 2005. Rispetto ai 25 paesi che compongono l'Europa, l'Italia si posiziona al penultimo posto, davanti alla Spagna, con 4 miliardi di euro, mentre la Gran Bretagna domina abbondantemente il mercato con i suoi 38 miliardi di fatturato!

Lo sviluppo dell'e-commerce in Italia si è comunque imposto come una tendenza economica irreversibile, anche se segue ritmi sensibilmente differenti da quelli dei vicini paesi europei. Sembrerebbe addirittura che il vero boom economico non sia ancora arrivato.

Gli italiani non sembrano del tutto convertiti all'acquisto on line. Secondo uno studio di e-Marketer basato su fonti diverse, con il loro 28% - ex equo con la Spagna – gli Italiani sono il fanalino di coda della classifica degli acquirenti on line, al contrario degli internauti d'oltre Manica – primi in classifica, 73% a fare acquisti su Internet – e lontani dietro la Germania (66%) e la Francia (57%). Inoltre il numero dei cyber-acquirenti italiani non è aumentato nel periodo compreso tra il primo trimestre 2005 e il primo trimestre 2006, al contrario degli altri paesi dell'Unione Europea.

Se però gli italiani non sono ancora dei ferventi adepti dell'e-commerce, sono proprio loro i più attenti al prezzo dei prodotti venduti sulla Rete. Secondo un rapporto Nielsen/NetRatings, infatti, per il 43% degli italiani (uno dei tassi più alti tra i paesi dell'Unione se paragonato alla media europea che è del 37,9%) la sola ragione per comprare su Internet è il prezzo, in genere più basso rispetto a quello proposto dai negozi tradizionali.

Va detto però che se non fa ancora parte integrante dei costumi degli italiani, tra il 2000 e il 2004 il mercato dell'e-commerce italiano è cresciuto del 400%. Sebbene quindi più lentamente che nel resto d'Europa, anche in Italia fare acquisti on line sta diventando un fatto naturale. Questa tendenza positiva è rafforzata dall'aumento continuo del numero di internauti e dei cyber-acquirenti, composti per la maggior parte da donne tra i 25 e i 45 anni con un livello sociale medio-alto.

L'e-commerce italiano è composto da settori chiave come i trasporti e il turismo (42% del mercato globale delle vendite on line): lastminute.it è un esempio di enorme successo con più di 500 biglietti venduti ogni giorno. Da segnalare anche settori come quello degli elettrodomestici, dell'informatica, delle assicurazioni e dei beni di consumo culturale (dischi, libri, DVD) che hanno superato il proprio punto di *break even* in materia di vendite in Rete.

Da aggiungere, inoltre, che in Europa i sistemi di pagamento on line sono numerosi e diversi a seconda del Paese di riferimento. In Italia, ad esempio, il 48% dei cyber-acquirenti preferisce pagare tramite prelievi automatici o tramite bonifico; la percentuale degli internauti che scelgono questa stessa modalità di pagamento sale in altri paesi europei: in Belgio è del 58%, mentre in Germania arriva al 64%.

In conclusione, secondo le proiezioni di e-Marketer, il mercato dell'e-commerce dovrebbe più che raddoppiarsi in Europa occidentale entro il 2010 per raggiungere i 187,6 miliardi di euro. L'Italia ha sicuramente delle belle prospettive di crescita davanti a sé.

Anne Confolant, per L'Atelier