

**2020**

# **Report annuale sull'e-commerce italiano:**

**come si sta evolvendo il  
commercio digitale nel  
nostro Paese**

**idealo**

# Introduzione

Come ogni anno, idealo ha analizzato il comportamento d'acquisto online degli italiani che utilizzano la comparazione prezzi. I dati messi a disposizione dal nostro portale, leader in Europa, comprendono le statistiche sui prodotti più acquistati online, dall'elettronica di consumo alla moda, interessanti indicazioni sui profili demografici degli utenti in materia di abitudini d'acquisto digitale e dati legati ai fenomeni digitali di massa degli ultimi anni.

## **Siamo tutti consumatori digitali**

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. Il presente report,

infatti, ha come obiettivo quello di fornire un quadro completo e aggiornato di ciò che è attualmente, in Italia, il commercio digitale.

I dati a disposizione di questo studio derivano dalle intenzioni di acquisto di circa 70 milioni di utenti mensili, registrate sui sei portali nazionali di idealo (Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria), e da due sondaggi commissionati da idealo a Novembre 2019 e Febbraio 2020 a Bilendi – uno dei principali fornitori mondiali di soluzioni relative al campionamento e alle ricerche di mercato.

L'indagine demografica ha coinvolto oltre 1500 consumatori digitali italiani. Il campione è rappresentativo unicamente della popolazione attiva sul web – gli italiani

digitalizzati sono quasi 50 milioni, ovvero l'82% della popolazione, secondo il report Digital in 2020 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

*Con nostra grande gioia il White paper di idealo, anno dopo anno, è diventata una pubblicazione attesa dagli addetti ai lavori e non, poiché riesce a dare una panoramica completa e neutrale dell'utente digitale italiano e dello stato del commercio digitale nel nostro Paese. Proprio per questo, anche quest'anno siamo andati ad approfondire nello specifico alcuni aspetti che hanno caratterizzato il 2019, come ad esempio la conferma della predilezione del mobile e l'avvicinamento al mondo dell'online anche di target finora poco affini al commercio elettronico, basti pensare agli over 65. Quando si fa un'analisi è importante avere dei punti di riferimento, e proprio per questo abbiamo arricchito il nostro White paper con interessanti confronti con gli altri Paesi*

*europei nei quali è presente idealo: Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria. Abbiamo analizzato gli e-store che offrono i migliori prezzi sul mercato e le dinamiche, a noi molto care, del Dynamic Pricing e della Pink Tax, oltre che più in generale il ruolo della donna negli acquisti online. Proprio perché si tratta di un settore incredibilmente dinamico, riteniamo sia essenziale realizzare questa analisi almeno una volta all'anno, per fotografare anche tutti quei fenomeni di massa che si stanno diffondendo sul nostro territorio, come il Black Friday o l'Amazon Prime Day, Speriamo che il nostro studio, al quale abbiamo lavorato intensamente, possa essere di supporto e di interesse per tutti coloro interessati alla tematica, ma anche per coloro*

*che nel mondo dell'online stanno muovendo ora i primi passi. Ringraziamo, infine, il nostro Partner Bilendi che ci ha supportato nella raccolta dei dati. A tutti voi, buona lettura.*

### **Fabio Plebani**

*Country Manager di idealo Italia*

# Indice

Introduzione .....	I
La ricerca di ideale: l'e-commerce in Italia.....	II
L'80% degli e-shopper acquista online almeno una volta al mese .....	1
Il ritratto del consumatore digitale italiano .....	3
Over-55: in crescita le ricerche online .....	5
In Italia lo shopping online è sempre più mobile .....	7
Mobile vs Desktop in Italia (differenze regionali).....	9
La fluttuazione dei prezzi in basi al genere.....	10
I consumatori digitali si affidano a recensioni online e test.....	13
Le possibilità di risparmio del canale online .....	14
Prezzo ideale. Quando il prezzo lo stabilisce l'utente .....	15
Elettronica e moda: i settori trainanti dell'e-commerce italiano.....	17
E-commerce in Italia: le differenze tra le varie regioni.....	20
Acquisti online in estate: l'e-commerce non va in vacanza .....	25
I prodotti più venduti in Italia e in Europa nel 2019 .....	27
Gli smartphone preferiti dagli italiani .....	31
Black Friday e Cyber Monday: un fenomeno che ormai ha conquistato anche l'Italia .....	36
Big player vs e-shop minori: chi propone le offerte più convenienti?.....	41
Cross Border Trade - Il commercio transfrontaliero .....	45
Conclusioni e previsioni per il futuro .....	47

# L'80% degli e-shopper acquista online almeno una volta al mese

**43,5**  
milioni di  
e-shopper  
(per prodotti  
e servizi)

## Frequenza d'acquisto in rete

In base a un sondaggio effettuato a Febbraio 2020, l'80% degli acquirenti digitali italiani effettua, in media, almeno un acquisto online al mese, un valore più alto di quattro punti percentuali rispetto a quello di un sondaggio analogo commissionato da Idealo nel 2019. 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 (20%, almeno una volta a settimana);
  - abituali (80%, almeno una volta al mese);
  - sporadici (20%, una volta ogni trimestre o meno).
- ottenere una panoramica sui negozi che vendono un prodotto specifico (15,5%)
  - comparare i prezzi (15,0%)
  - leggere le opinioni degli utenti (11,4%)
  - leggere i rapporti di prova (10,8%)
  - leggere le opinioni di esperti (10,3%)
  - comparare i prodotti (9,8%)
  - confrontare le offerte di negozi fisici con quelle online (9,3%)
  - comparare opzioni e tempi di consegna (8,3%)
  - comparare opzioni di pagamento (7,4%)
  - osservare l'andamento dei prezzi (6,5%)

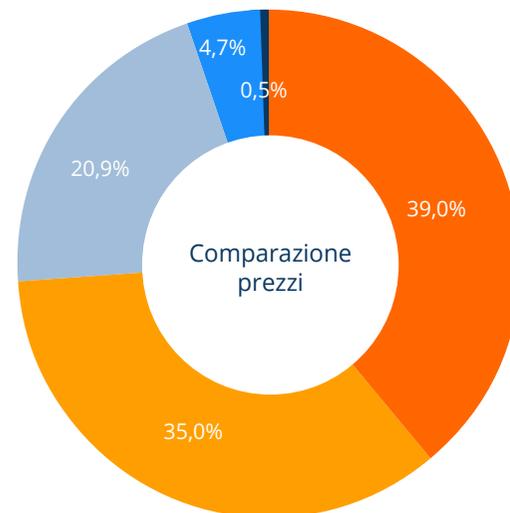
Tale divisione mostra come il mercato digitale italiano sia dominato dagli acquirenti abituali: un e-consumer italiano su due acquista online almeno una volta al mese se non di più. Interessante notare quali siano le ragioni di utilizzo della comparazione prezzi:

- ottenere una panoramica sui prodotti di una categoria specifica (37,0%)
- raccogliere informazioni su un prodotto specifico (15,6%)

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



- Almeno una volta a settimana
- Almeno ogni due settimane
- Almeno una volta al mese
- Almeno una volta ogni quattro mesi
- Almeno una volta ogni sei mesi



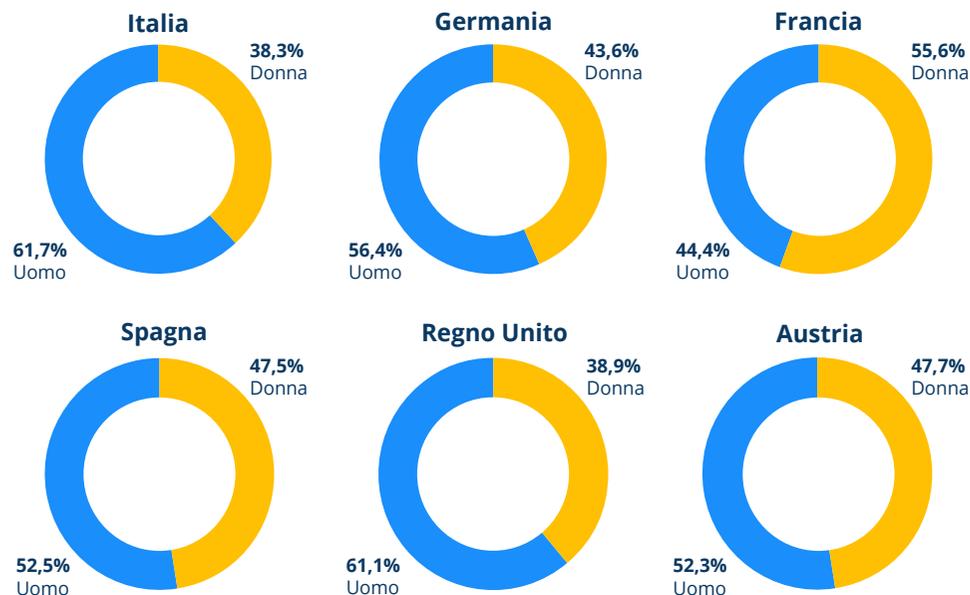
- Sempre
- Molto spesso
- Spesso
- Raramente
- Mai

Da un'indagine demografica condotta da Bilendi per conto di idealo nel mese di Febbraio 2020.

# 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, ad eccezione della Francia, la maggior parte delle ricerche online è effettuata da uomini. Per quanto riguarda l'Italia, il loro peso è pari al 61,7% mentre quello delle donne si attesta al 38,3%.

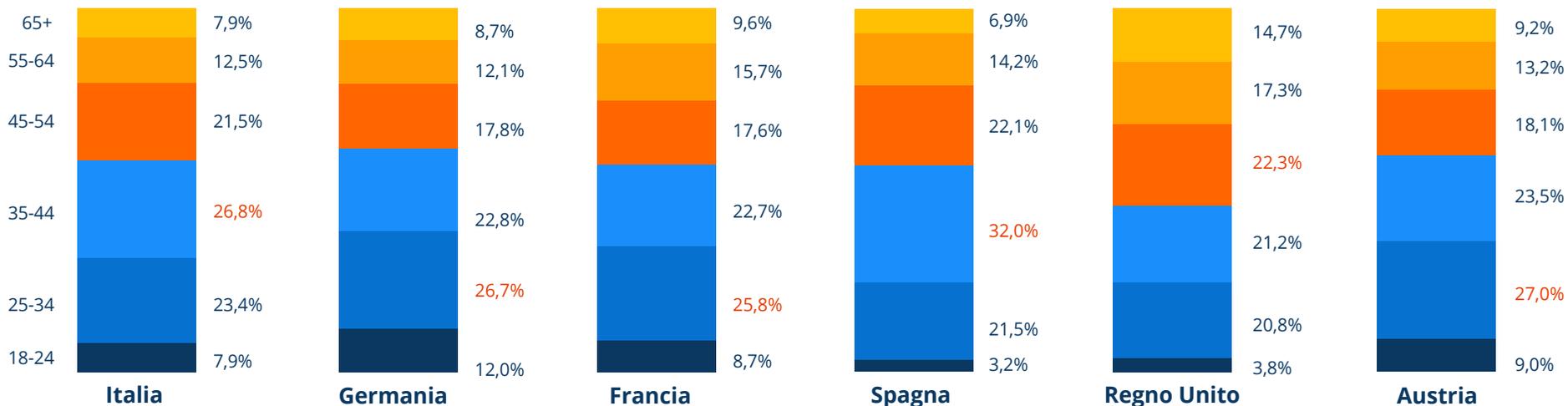
## Intenzioni di acquisto online in Italia ed Europa: Più uomini che donne



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online in base al genere sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi. Periodo: 2019. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

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 26,8% del totale, seguiti dai 25-34enni (23,4%) e dai 45-54enni (21,5%). 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 e i 44 anni

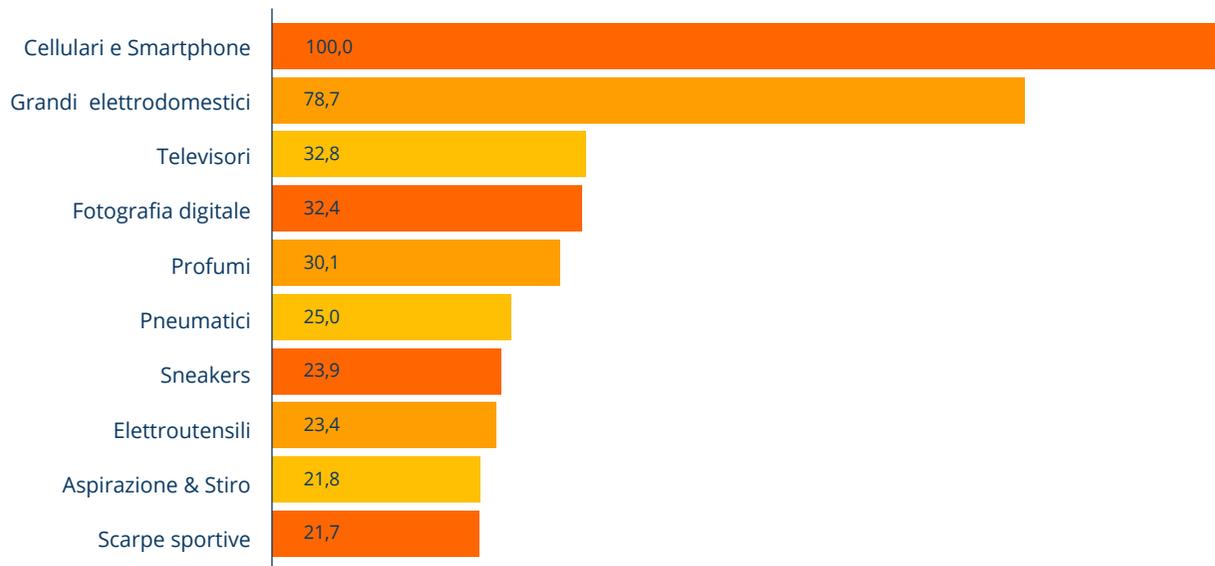


idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi in base al device utilizzato. Periodo: 2019. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

# Over-55: in crescita le ricerche online

Gli over 55, pur non essendo nativi digitali e rappresentando sì la percentuale minore (il 20,4% di tutti i visitatori di idealo Italia), hanno comunque, nel 2019, comparato prezzi in media ogni giorno per il 5,0% in più rispetto all'anno precedente.

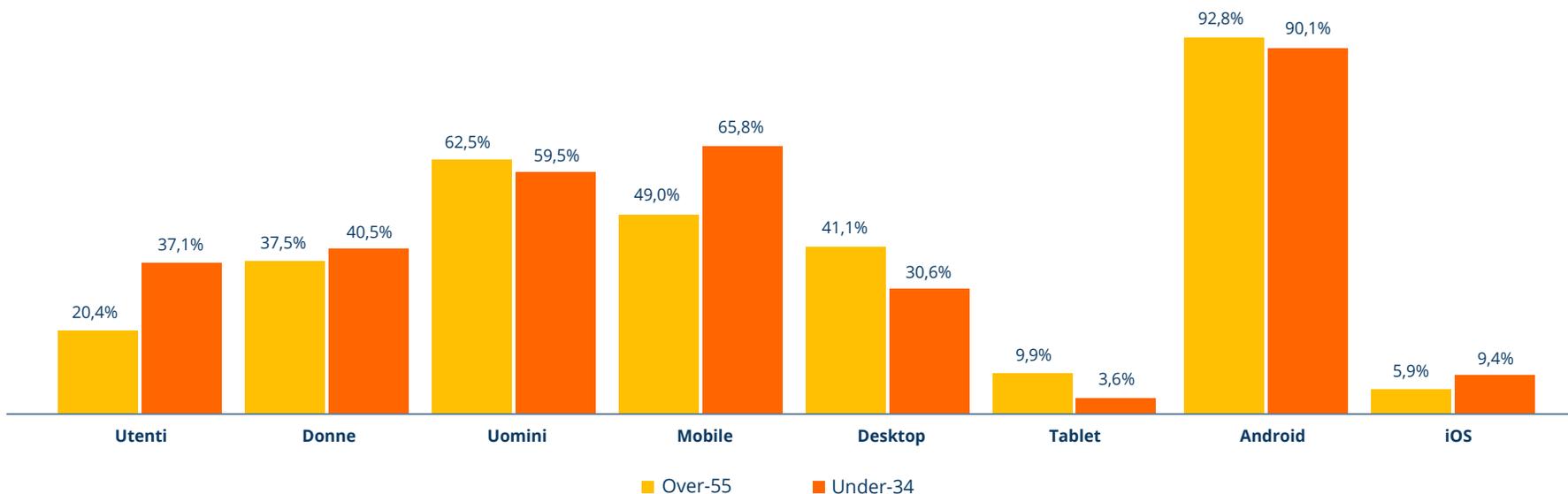
Le dieci aree dell'e-commerce over 55 che in assoluto hanno registrato un maggior numero di ricerche sul portale italiano di idealo sono state:



Come nell'edizione precedente del white paper, idealo ha rilevato un certo interesse per quelli che potrebbero essere dei regali per i nipotini, come per esempio bambole, bici per bambini e mini passeggini, senza dimenticare le sneakers.

Rilevante anche l'attenzione nei confronti di prodotti vintage, come i giradischi, e di quelli per cani e gatti, come pappe e cucce. Non mancano, infine, anche ricerche curiose come sex toys, preservativi e infine spumanti. Molto interessante, è anche il confronto con gli utenti under-34:

### E-Commerce in Italia: Over-55 vs Under-34

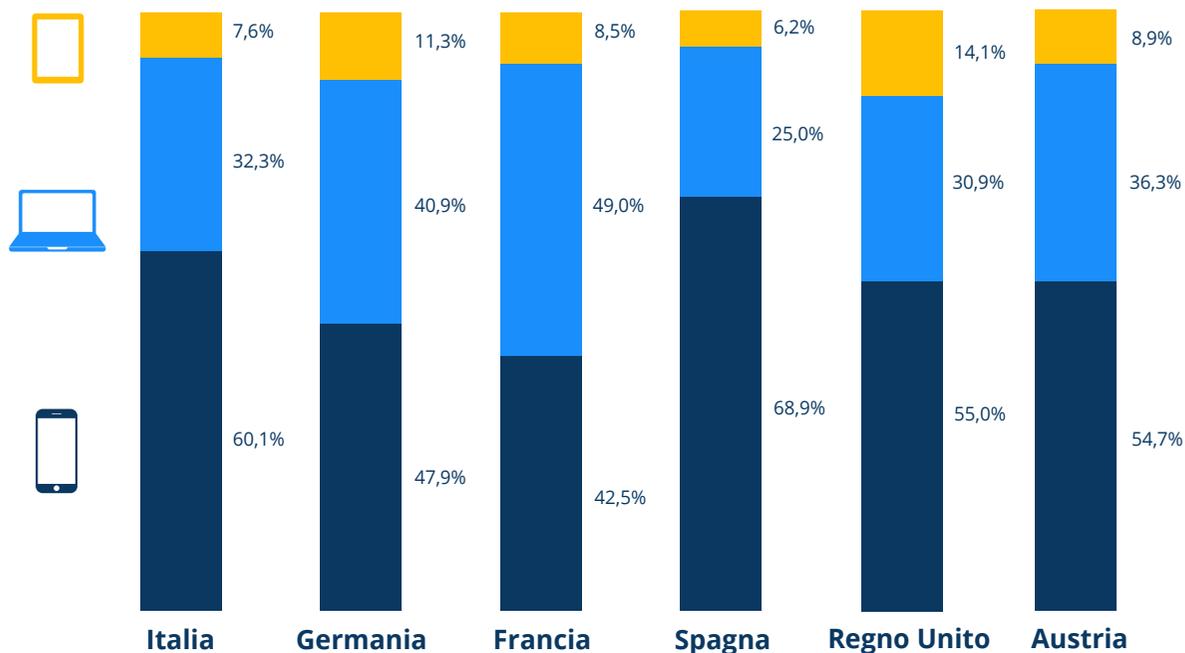


idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto sul proprio portale italiano nel corso del 2019. In particolare, sono state prese in considerazione gli Over-55 e gli Under-34.

# In Italia lo shopping online è sempre più mobile

Un consumatore italiano su due utilizza lo 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: 32,3% da PC o laptop, 60,1% da smartphone e 7,6% da tablet.

## Il dominio del mobile nell'e-commerce

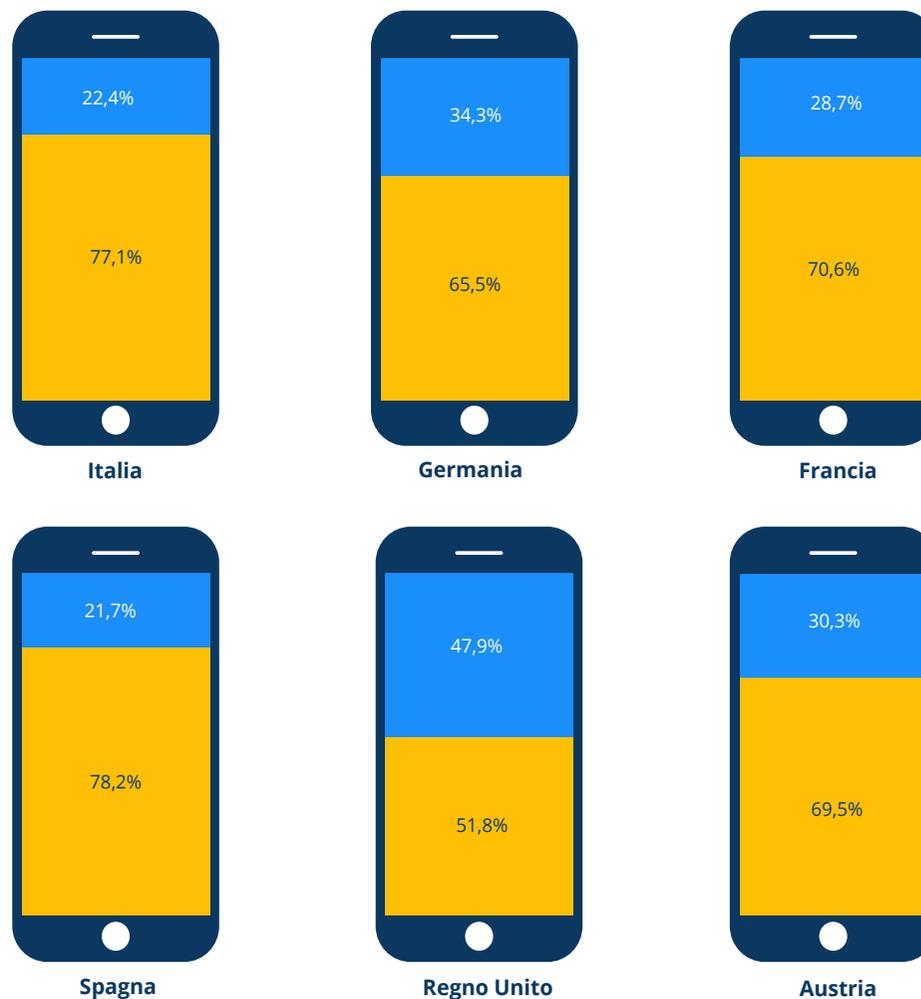


idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi in base al device utilizzato. Periodo: 2019. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

## Acquisti online via mobile: Android il sistema operativo preferito

Chi si connette in mobilità preferisce un dispositivo Android nel 77,1% dei casi mentre iOS si attesta sul 22,4%. È la Francia l'unico paese in cui 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, Austria e Germania.

■ Android  
■ iOS



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi in base al sistema operativo mobile utilizzato. Periodo: 2019.

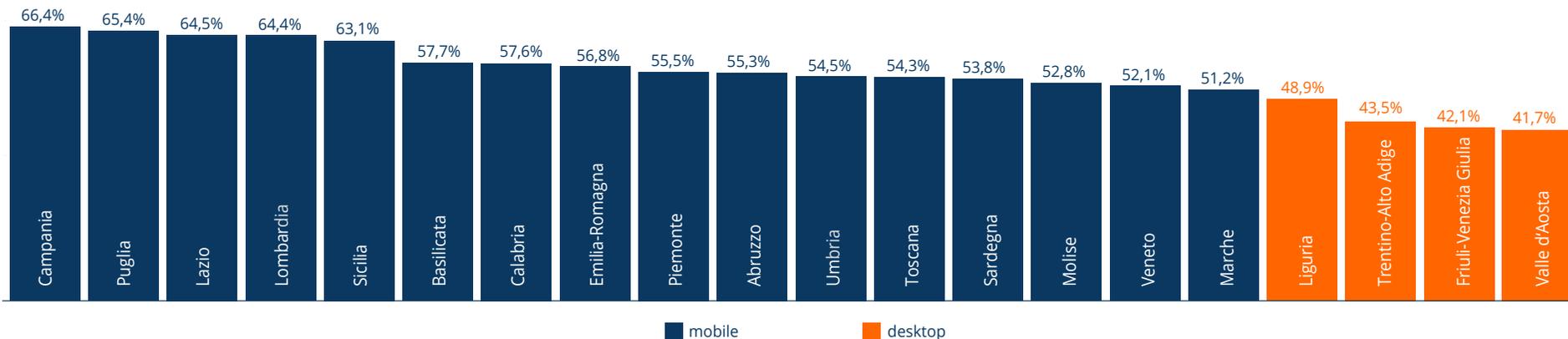
# Mobile vs Desktop in Italia

Quali sono le regioni in cui si comparano i prezzi soprattutto da mobile? Quali, invece, preferiscono ancora il desktop? Ecco la quota di traffico mobile sul portale italiano di ideale nel 2019.

Gli utenti che visitano il portale italiano di ideale da mobile sono disposti a spendere sino al 7,2% in più rispetto a chi naviga da desktop.

Secondo ideale, infatti, il costo minimo totale nell'arco del 2019 dei dieci prodotti più acquistati da mobile ammonterebbe a 2.502,14 euro, mentre quello dei dieci prodotti più acquistati da desktop ammonterebbe a 2.334,84 euro.

## Intenzioni di acquisto in Italia via mobile



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto via mobile a livello regionale sul proprio portale italiano nel corso del 2019.

# La fluttuazione dei prezzi in base al genere

Come varia il prezzo in base al genere? In base ai dati del white paper 2019, idealo aveva 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%.

Per l'edizione 2020 del proprio white paper, idealo ha analizzato 15 categorie merceologiche presenti sul proprio portale italiano per conoscere i prezzi medi nell'arco di un anno (2019) dei prodotti per lui e per lei e capire così se, in qualche modo, i prezzi per gli stessi articoli differiscono in base al genere. Analizzando almeno cinque prodotti a campione tra quelli più popolari

sul portale, per ognuna delle nove categorie merceologiche oggetto dello studio, idealo ha individuato come i deodoranti femminili e i prodotti per il trattamento del viso da donna tendano a costare rispettivamente il +51,1% e il +57,2% dei corrispettivi maschili.

Per quanto riguarda, invece, le scarpe sportive e i prodotti per la cura del corpo, questi costerebbero di più per gli uomini (+11,4% nel primo caso e addirittura +39,6% nel secondo rispetto al prezzo medio per le donne). Un'altra categoria merceologica della quale si parla spesso in riferimento alla pink tax è quella dei profumi.

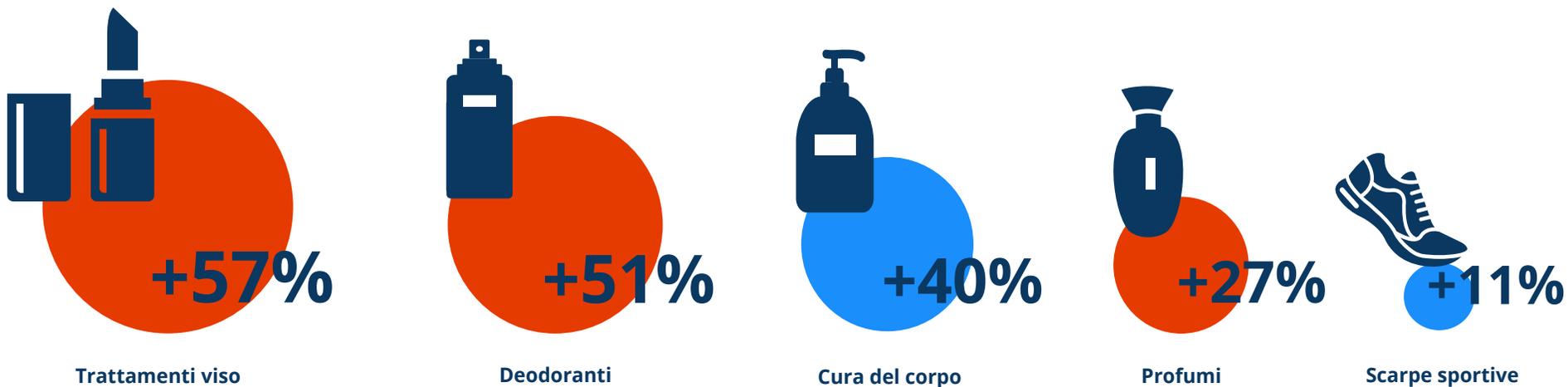
Analizzando 27 profumi tra quelli più popolari presenti sul proprio portale italiano, idealo ha individuato come i profumi da donna tendano a costare in media il

+27,0% rispetto a quelli da uomo a parità di prodotto.

Si tratta di una differenza media di +12,30 centesimi di euro a millilitro. In 20 casi su 27 il prezzo per millilitro più alto è stato per le donne.

## Pink Tax vs Blue Tax in Italia

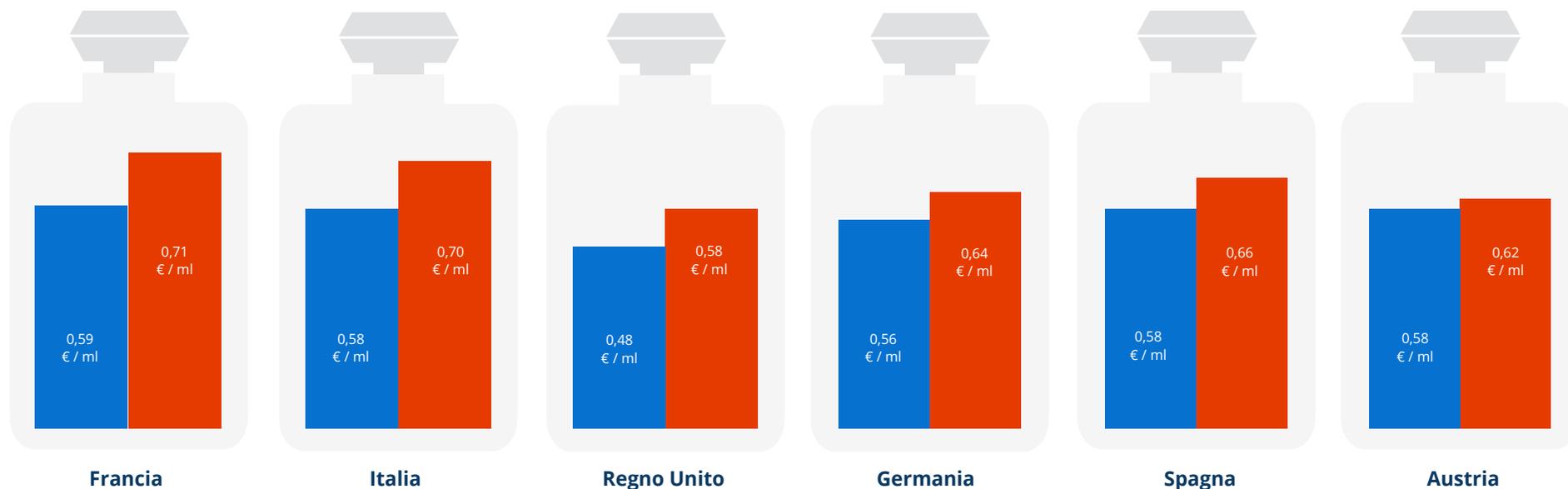
### La fluttuazione dei prezzi in base al genere



Per alcune categorie sul proprio portale italiano, idealo ha selezionato almeno 5 prodotti con una variante per lui e una per lei. Per ogni variante, idealo ha calcolato il prezzo medio nel corso del 2019 per determinare l'eventuale presenza di una pink tax o di una blue tax media per ogni categoria.

Per quanto riguarda i profumi, inoltre, anche negli altri paesi europei in cui è presente l'idealo è possibile evidenziare la presenza di una pink tax:

## Profumi & Pink-Tax: in quali paesi costano di più per le donne?



idealo ha analizzato 27 profumi disponibili in versione maschile e femminile sui propri portali nazionali. In particolare, per ogni variante è stato calcolato il prezzo medio per millilitro nel 2019. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

# I consumatori digitali si affidano a recensioni online e test



Il **95%** legge spesso test o guide all'acquisto.



Il **92%** legge spesso recensioni e opinioni di altri utenti.



Il **69%** è più propenso ad acquistare un prodotto se è disponibile la consegna presso un punto di ritiro.



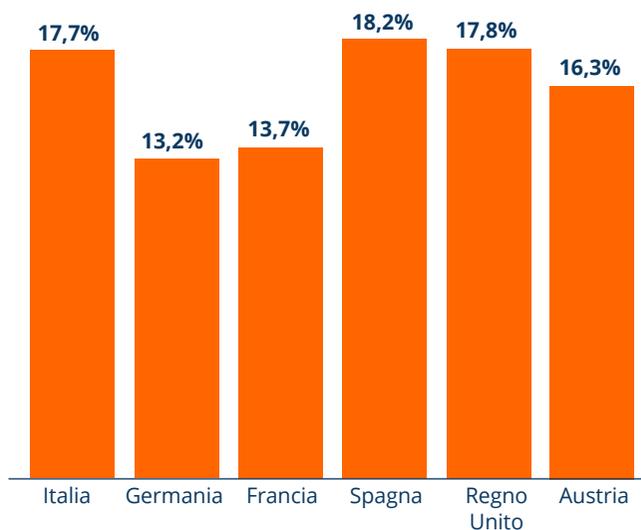
Il **63%** è disponibile ad acquistare presso un negozio online meno noto se è possibile risparmiare.

Da un'indagine demografica condotta da Bilendi per conto di ideale nel mese di Febbraio 2020.

# 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 risparmio massimo online possibile è stato calcolato per le venti categorie con il maggior numero di intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo nel 2019. In particolare, per ogni categoria sono stati presi in considerazione i prezzi medi mensili ed è stato calcolato il risparmio massimo medio nell'arco di un anno. I risultati di questa analisi sono poi stati estesi anche agli altri paesi europei:

## In quale paese fluttuano di più i prezzi?



idealo ha calcolato la fluttuazione media dei prezzi nell'arco di un anno per le seguenti categorie sui propri portali nazionali: Aspirapolvere, Caschi moto, Casse altoparlanti, Console di gioco, Cuffie, Fotocamere digitali mirrorless, Frigoriferi, Notebook, Obiettivi fotografici, Pneumatici estivi, Profumi donna, Scarpe da corsa, Scarpe outdoor, Scarpe per bambini, Smartphone, Smartwatch, Sneakers, Tablet, Televisioni, Videogiochi. Periodo: 2019. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

In particolare, i risparmi massimi medi per il portale italiano di idealo nel 2019 sono stati i seguenti:

- Videogiochi (-37,6%)
- Casse altoparlanti (-29,1%)
- Aspirapolvere (-28,5%)
- Obiettivi fotografici (-21,9%)
- Televisioni (-20,8%)
- Console di gioco (-20,4%)
- Scarpe per bambini (-20,0%)
- Smartphone (-19,6%)
- Cuffie (-19,3%)
- Tablet (-16,5%)
- Frigoriferi (-16,1%)
- Smartwatch (-15,3%)
- Scarpe outdoor (-14,9%)
- Notebook (-14,7%)
- Sneakers (-14,3%)
- Pneumatici estivi (-13,5%)
- Scarpe da corsa (-10,3%)
- Fotocamere digitali (-9,7%)
- Profumi donna (-7,4%)
- Caschi moto (-4,5%)

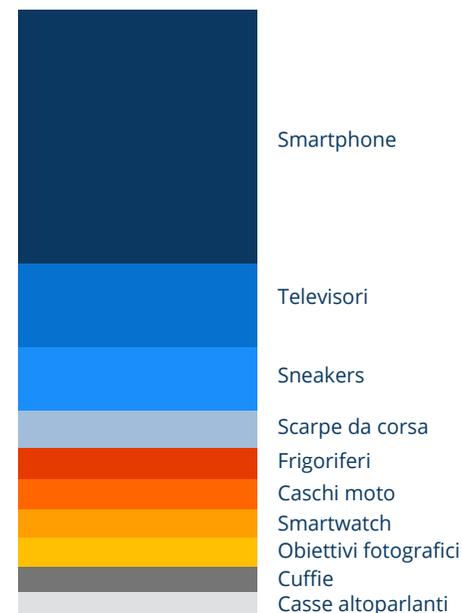
# Prezzo ideale. Quando il prezzo lo stabilisce l'utente

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 dagli utenti.

Le categorie maggiormente coinvolte in Italia vanno dalla tecnologia ai grandi elettrodomestici per la casa, dall'abbigliamento alle console di gioco. Nel dettaglio, i primi dieci articoli per i quali gli e-consumer italiani hanno attivato la funzione "prezzo ideale" sono:

- Smartphone (Score = 100,0)
- Televisori (33,2)
- Sneakers (24,9)
- Scarpe da corsa (14,6)
- Frigoriferi (12,5)
- Caschi moto (11,8)
- Smartwatch (11,4)
- Obiettivi fotografici (11,2)
- Cuffie (10,3)
- Casse altoparlanti (10,2)

## 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: da Gennaio a Dicembre 2019.

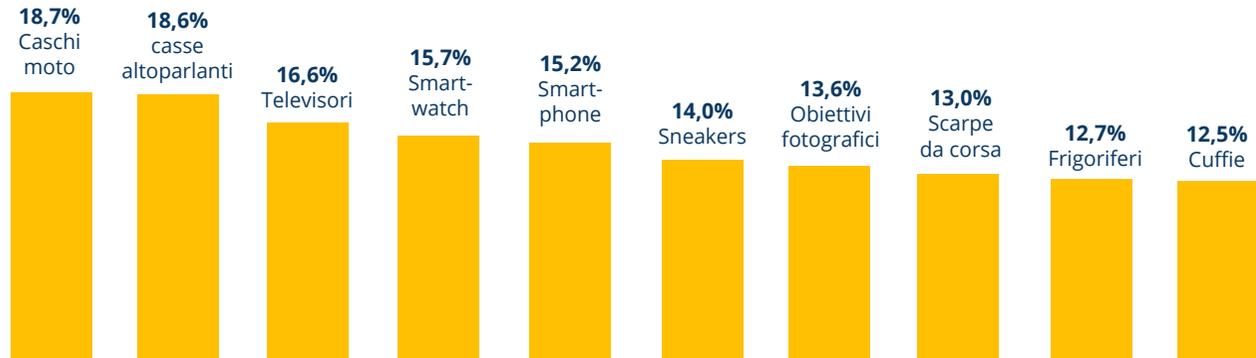
Per quanto riguarda gli sconti desiderati dagli utenti rispetto al prezzo medio degli ultimi tre mesi, se consideriamo le dieci categorie che hanno avuto il maggior numero di attivazioni della funzione “prezzo ideale” tra Gennaio e Settembre 2019, il risparmio medio richiesto dagli utenti del nostro paese è stato pari al 15,1%.

In Germania, il risparmio desiderato per la relativa Top-10 si attesta intorno al 13,4%. Questo valore è invece pari al 13,8% per la Francia e al 14,6% per la Spagna. Per quanto riguarda Regno Unito e Austria, infine, gli utenti vorrebbero risparmiare rispettivamente il 18,3% e il 15,4%.

risparmio maggiore per le sneakers. Infine, in Spagna, Regno Unito e Austria le richieste più alte sono state relative alle Casse altoparlanti, ai giochi PS4 e ai profumi unisex.

In Germania, la categoria della relativa Top-10 per la quale è stato desiderato lo sconto più alto è quella dei LEGO. In Francia, invece, gli utenti hanno richiesto il

## Prezzo ideale in Italia: il risparmio desiderato



Per ogni categoria, Idealo ha analizzato il risparmio medio richiesto sul proprio portale italiano tramite funzione „prezzo ideale“. Periodo: da Gennaio a Dicembre 2019.

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

## I prodotti più desiderati in rete dagli italiani

Sempre in base al sondaggio commissionato da Idealo, elettronica, moda e accessori, con le sneakers in particolare, sono le categorie merceologiche più desiderate online dagli Italiani. A seguire troviamo i prodotti per la bellezza, i profumi, i videogiochi e i giocattoli insieme a tutto quanto è necessario per lo sport. Inoltre, grande rilevanza hanno i prodotti per l'arredamento e quelli per gli animali.

- Elettronica (74,9%)
- Moda & Accessori (64,4%)
- Scarpe & Sneakers (57,5%)
- Bellezza & Profumi (46,9%)
- Giocattoli & Gaming (45,1%)
- Sport & Outdoor (38,3%)
- Arredamento & Giardino (32,2%)

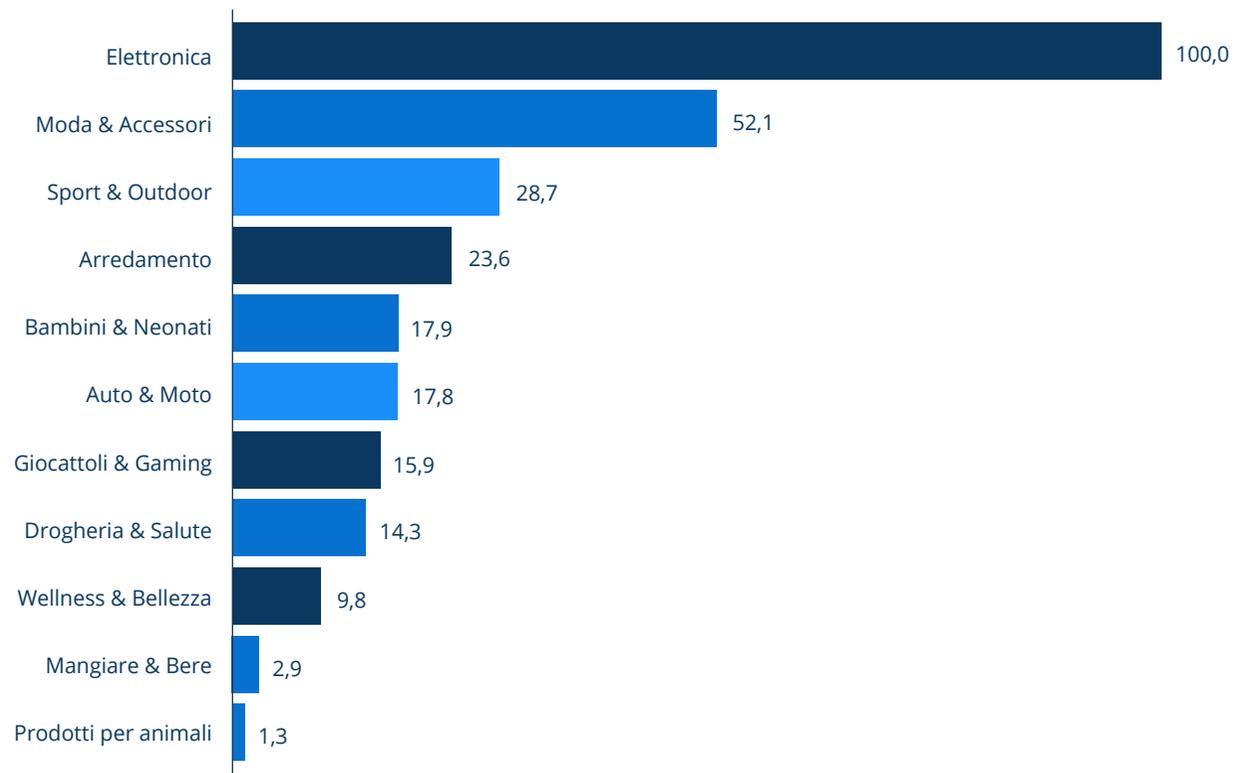
- Mangiare & Bere (28,8%)
- Prodotti per animali (28,1%)
- Salute & Medicinali (26,5%)
- Bambini & Neonati (17,0%)
- Auto & Moto (13,2%)
- Articoli erotici (10,9%)
- Altro (9,3%)
- 

Allo stesso modo, il sondaggio ci fornisce un quadro attendibile delle categorie per cui le persone utilizzano maggiormente la comparazione prezzi.

- Elettronica (67,0%)
- Scarpe & Sneakers (47,2%)
- Moda & Accessori (46,2%)
- Bellezza & Profumi (31,6%)
- Giocattoli & Gaming (29,3%)
- Sport & Outdoor (25,4%)
- Arredamento & Giardino (22,4%)

- Salute & Medicinali (18,8%)
- Prodotti per animali (18,5%)
- Mangiare & Bere (16,1%)
- Auto & Moto (14,9%)
- Bambini & Neonati (9,2%)
- Articoli erotici (5,7%)
- Altro (4,5%)

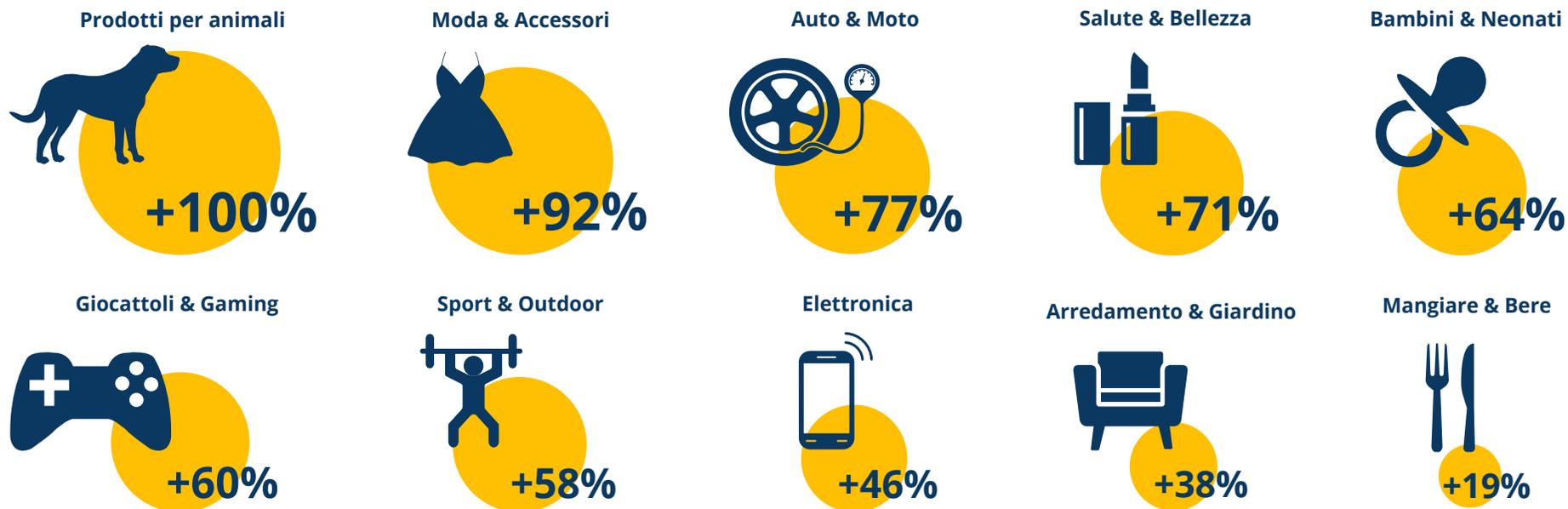
Questi dati sono simili all'andamento delle intenzioni di acquisto registrate sul portale italiano di Idealo nel 2019, qui di seguito espresse come score compreso tra 0 e 100:



Un altro dato interessante, inoltre, è quello relativo alla crescita dell'interesse online sul portale italiano di idealo nel 2019 rispetto al 2018:

- Prodotti per animali (+100,1%)
- Moda & Accessori (+92,3%)
- Auto & Moto (+77,4%)
- Salute, Bellezza & Drogheria (+71,3%)
- Bambini & Neonati (+64,1%)
- Giocattoli & Gaming (+60,2%)
- Sport & Outdoor (+57,7%)
- Elettronica (+46,3%)
- Arredamento & Giardino (+38,2%)
- Mangiare & Bere (+18,6%)

## E-Commerce in Italia nel 2019 La crescita delle macrocategorie su idealo



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto nel 2019 per le dieci macro-categorie presenti sul proprio portale italiano. I dati sono poi stati messi a confronto con quelli del 2018 per valutare la crescita di interesse.

# 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. Le sneakers si assicurano il

secondo posto in tutta Italia. Altra categoria che interessa molteplici regioni è quella delle macchine fotografiche digitali, al terzo posto in ben sedici regioni italiane. Fanno eccezione Campania, Puglia e Abruzzo, con i televisori terzi in classifica, e la Valle d'Aosta che si distacca da ogni trend con le scarpe da corsa che si classificano terze.

## E-commerce in Italia: l'analisi demografica

L'analisi effettuata da Idealo sul proprio portale italiano ha rivelato che sono gli uomini ad informarsi online di più prima di effettuare un acquisto, ma quali sono le regioni in cui, ogni 100mila abitanti, le donne si dimostrano più interessate alla comparazione prezzi e, quindi, agli acquisti online?

- Lazio (Score = 100,0)
- Lombardia (94,3)
- Emilia-Romagna (58,2)
- Toscana (54,3)
- Piemonte (54,1)
- Liguria (54,1)
- Veneto (49,2)
- Campania (49,0)
- Puglia (47,8)
- Sardegna (47,0)
- Trentino-Alto Adige (45,1)
- Marche (44,9)
- Sicilia (43,8)
- Abruzzo (37,6)
- Friuli-Venezia Giulia (37,4)
- Umbria (33,4)
- Calabria (26,4)
- Molise (22,7)
- Valle d'Aosta (20,7)

- Basilicata (19,0)

Questo, invece, il dato relativo alla crescita delle ricerche online al femminile (2019 vs 2018) sul portale italiano di idealo:

- Basilicata (+20,5%)
- Puglia (+20,4%)
- Molise (+17,9%)
- Umbria (+17,6%)
- Sicilia (+13,7%)
- Trentino-Alto Adige (+13,0%)
- Liguria (+11,5%)
- Valle d'Aosta (+11,1%)
- Marche (+3,7%)
- Lombardia (+2,7%)
- Piemonte (+2,7%)
- Emilia-Romagna (+1,0%)
- Campania (-1,0%)
- Sardegna (-1,5%)
- Veneto (-3,5%)
- Toscana (-4,4%)
- Friuli-Venezia Giulia (-7,0%)
- Calabria (-11,5%)
- Abruzzo (-13,2%)
- Lazio (-17,7%)

Nel corso del 2019, inoltre, idealo ha registrato una propensione sempre maggiore a usare il mobile. Ecco la classifica regionale (ponderata a ogni 100mila abitanti):

- Lazio (Score = 100,0)
- Lombardia (99,2)
- Emilia-Romagna (54,0)
- Campania (50,9)
- Piemonte (48,6)
- Toscana (47,5)
- Puglia (47,3)
- Veneto (43,5)
- Liguria (42,2)
- Sicilia (42,2)
- Marche (39,3)
- Trentino-Alto Adige (37,7)
- Sardegna (35,1)
- Abruzzo (33,2)
- Umbria (30,3)
- Friuli-Venezia Giulia (27,0)
- Calabria (22,8)
- Molise (18,5)
- Basilicata (15,8)
- Valle d'Aosta (15,0)

In particolare, la regione in cui si è avuta la maggiore crescita nell'uso del mobile per la comparazione prezzi e, quindi, per gli acquisti online è stata la Puglia, che ha visto quasi raddoppiare le proprie intenzioni di acquisto online via mobile:

- Puglia (+92,3%)
- Basilicata (+91,2%)
- Umbria (+89,2%)
- Valle d'Aosta (+79,5%)
- Liguria (+77,9%)
- Trentino-Alto Adige (+75,9%)
- Marche (+69,4%)
- Piemonte (+67,5%)
- Sicilia (+65,1%)
- Emilia-Romagna (+53,4%)
- Campania (+46,1%)
- Lombardia (+43,7%)
- Sardegna (+41,4%)
- Friuli-Venezia Giulia (+40,1%)
- Veneto (+39,1%)
- Toscana (+38,4%)
- Molise (+38,0%)
- Calabria (+27,4%)
- Abruzzo (+17,1%)
- Lazio (+6,0%)

Quali sono, infine, le regioni italiane con i consumatori digitali più giovani ogni 100mila abitanti, vale a dire quelli under-34? Si tratta di Lazio, Lombardia ed Emilia-Romagna:

- Lazio (Score = 100,0)
- Lombardia (98,5)
- Emilia-Romagna (59,3)
- Campania (58,4)
- Piemonte (55,6)
- Puglia (52,9)
- Veneto (52,3)
- Toscana (52,2)
- Sicilia (51,0)
- Trentino-Alto Adige (50,0)
- Marche (49,4)
- Liguria (49,0)
- Abruzzo (39,3)
- Sardegna (39,0)
- Friuli-Venezia Giulia (36,2)
- Umbria (34,3)
- Calabria (29,2)
- Molise (23,8)
- Basilicata (20,7)
- Valle d'Aosta (20,1)

La quota dei più giovani è cresciuta maggiormente in Umbria, Molise e Valle d'Aosta, se mettiamo a confronto le intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo nel 2019 rispetto a quelle del 2018:

- Umbria (+26,2%)
- Molise (+23,6%)
- Valle d'Aosta (+22,6%)
- Liguria (+21,9%)
- Puglia (+20,9%)
- Sicilia (+18,5%)
- Basilicata (+15,3%)
- Lombardia (+13,1%)
- Emilia-Romagna (+13,0%)
- Piemonte (+11,9%)
- Trentino-Alto Adige (+11,1%)
- Marche (+7,2%)
- Veneto (+4,4%)
- Friuli-Venezia Giulia (+3,8%)
- Campania (+1,6%)
- Toscana (+1,5%)
- Sardegna (-0,1%)
- Abruzzo (-7,4%)
- Calabria (-11,4%)
- Lazio (-12,4%)

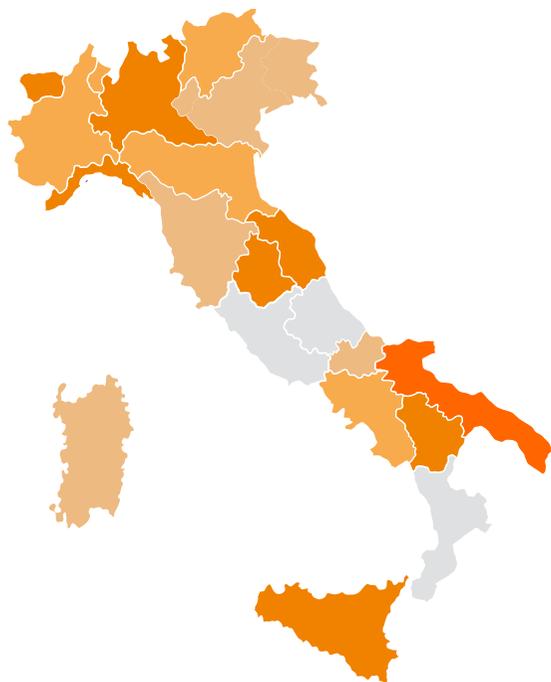
Nel corso del 2019, inoltre, sono stati registrati diversi "boom dell'e-commerce", vale a dire crescite di interesse pari a oltre il +200% rispetto al 2018. Tra queste, per esempio:

- Accessori per seggiolini auto
- Monopattini elettrici
- Integratori alimentari
- Smartwatch
- Cuffie
- Videogiochi
- Capsule e cialde per caffè

Per numerose top-categorie, in ogni caso, la crescita nelle intenzioni di acquisto online è stata maggiore del +50% rispetto al 2018. Tra queste, per esempio, si segnalano:

- Sneakers (+185,8%)
- Pneumatici estivi (+131,1%)
- Giochi PS4 (+93,5%)
- Console di gioco (+92,2%)
- Casse altoparlanti (+ 91,1%)

## E-commerce 2019: interesse regionale In quali regioni è cresciuto di più l'interesse online?

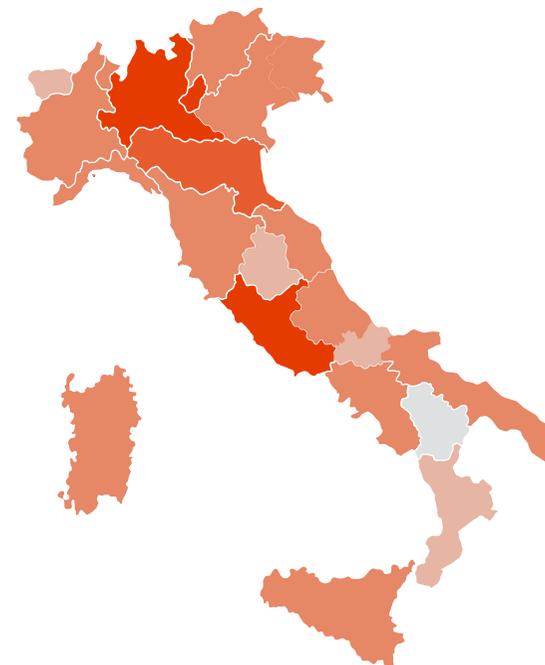


Crescita interesse online



idealo ha analizzato l'interesse online nel 2019 sul proprio portale italiano. Le regioni più scure sono quelle con il maggior aumento di interesse online rispetto al 2018.

## E-commerce 2019: interesse regionale In quali regioni è più forte l'interesse online?



Intenzioni di acquisto (Score)



idealo ha analizzato l'interesse online nel 2019 sul proprio portale italiano. Le regioni più scure sono quelle con il maggior numero di intenzioni di acquisto ogni 100mila abitanti, il cui valore è stato espresso sotto forma di score (da 0 a 100).

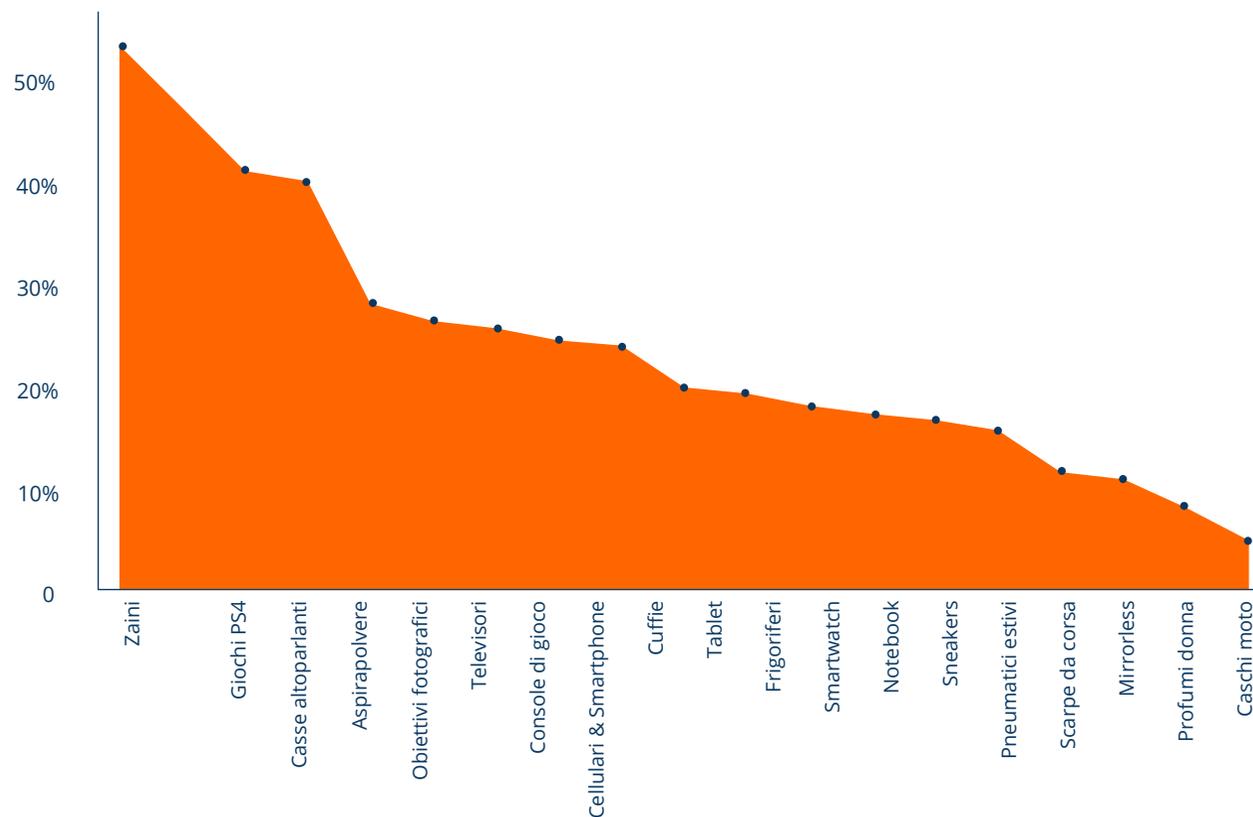
## La fluttuazione dei prezzi nel corso dell'anno

Nel corso del 2019 i prezzi dei prodotti sono fluttuati del 23,7% se consideriamo la media delle fluttuazioni per le prime 20 categorie maggiormente cercate nel 2019, sempre in base all'interesse online sul portale italiano di idealeo.

Nel dettaglio, i prodotti della top-20 di idealeo i cui prezzi hanno subito maggiori oscillazioni sono stati:

- Zaini (53,3%)
- Giochi PS4 (47,2%)
- Casse altoparlanti (41,0%)
- Aspirapolvere (40,0%)
- Obiettivi fotografici (28,0%)
- Televisori (26,3%)
- Console di gioco (25,6%)
- Cellulari & Smartphone (24,4%)
- Cuffie (23,9%)
- Tablet (19,8%)

## E-Commerce in Italia nel 2019 La fluttuazione dei prezzi per le top-categorie



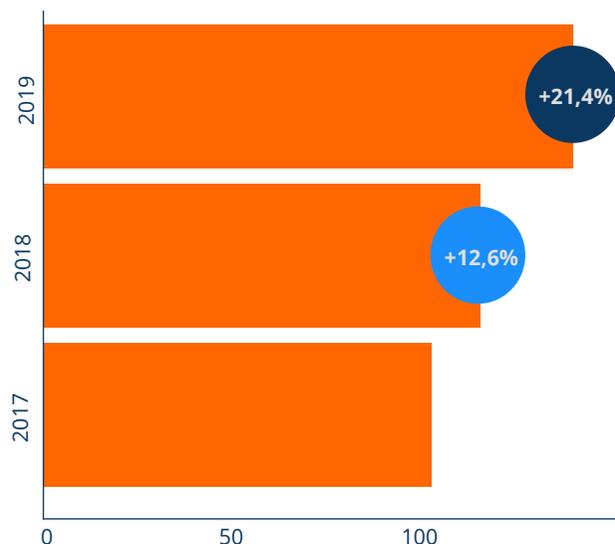
idealeo ha analizzato i prezzi medi mensili nel 2019 per le categorie (top-20) con il maggiore interesse online sul proprio portale italiano. Per ognuna di queste, il mese più vantaggioso è stato poi messo a confronto con quello più caro.

# Acquisti online in estate: l'e-commerce non va in vacanza

Al contrario di quanto si possa pensare, i mesi di Giugno, Luglio e Agosto non sono affatto "morti" dal punto di vista degli acquisti online, merito anche del maggiore tempo libero e di eventi commerciali come l'Amazon Prime Day.

Anche in estate l'e-commerce gode di ottima salute: basti pensare che dal 21 Giugno al 22 Luglio 2019 sono state evidenziate +21,4% di ricerche online rispetto allo stesso periodo del 2018 (confrontando il 2018 con il 2017, invece, viene evidenziato un +12,6%).

## L'e-commerce non va in vacanza



idealo ha analizzato l'andamento dell'interesse online estivo sul proprio portale italiano, mettendo a confronto il 2019 con il 2018 (+21,4%, dal 21 Giugno al 22 Luglio di ogni anno). Allo stesso modo è stato messo a confronto il 2018 con il 2017 (+12,6%, dal 21 Giugno al 22 Luglio di ogni anno).

Le dieci categorie con il maggior interesse online nel periodo estivo sono state (in ordine di ricerche online): smartphone, sneakers, frigoriferi, scarpe da corsa, televisori, profumi donna, zaini, caschi moto, lavatrici e cuffie.

Tra i tipi di prodotto meno cercati in questo periodo vi sono invece, a sorpresa, piscine, ventilatori e prodotti solari, segno forse che gli e-consumer sono ormai informati e consapevoli del fatto che per ottenere i migliori prezzi è (quasi) sempre meglio effettuare gli acquisti fuori stagione.



Che prodotti conviene acquistare nel periodo estivo per possibilità di risparmio? Considerando le categorie presenti sul portale italiano di idealo, in particolare quelle con il prezzo medio migliore nel mese di Luglio – rispetto ai restanti 11 mesi dell’anno – sono state:

- giacche e cappotti donna (-35%)
- fotocamere mirrorless (-12%)
- televisori (-11%)
- trapani (-9%)
- frigoriferi (-7%)
- calzature outdoor (-7%)
- lavatrici (-3%)
- scarpe da corsa (-3%)
- orologi sportivi (-1%)
- cucine con piano cottura (-1%)

Complessivamente, per questi prodotti, a Luglio è possibile avere un risparmio massimo medio del -8,8% rispetto allo stesso acquisto effettuato nel resto dell’anno.

Effettuando la stessa analisi per il mese di Agosto, le categorie con il miglior prezzo medio in questo periodo sono invece state:

- pneumatici invernali (-25%)
- stampanti multifunzione (-15%)
- sneakers (-12%)
- scarpe basse da uomo (-11%)
- pneumatici estivi (-8%)
- mobili per il bagno (-8%)
- giacche outdoor (-6%)
- smartphone (-5%)
- monitor (-2%)
- fitness tracker (< -1%)

Per queste tipologie di prodotto, invece, il risparmio massimo medio si attesta al -9,1% per l’acquisto effettuato nel mese di Agosto.

# I prodotti più cercati in Italia e in Europa nel 2019

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 europei.

## Italia

- Apple AirPods 2 (2019)
- Dr Martens 1460 donna
- Apple iPhone XR
- Apple iPhone 7
- FIFA 20
- Nintendo Switch
- Sony PlayStation 4 (PS4) Slim
- Apple iPhone 11
- Samsung Galaxy A50
- Adidas Stan Smith

## I prodotti più desiderati online In Italia nel 2019



Apple AirPods



Dr. Martens 1460



Apple iPhone XR



Apple iPhone 7



FIFA 20



Nintendo Switch



PS4 Slim



Apple iPhone 11



Samsung Galaxy A50



Adidas Stan Smith

idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto sul proprio portale italiano nel corso del 2019.

# I prodotti più desiderati online In Europa nel 2019

	1	2	3	4	5
<b>Francia</b>	 Iphone Xr	 Xiaomi Redmi Note 7	 Nintendo Switch	 Huawei P30 Pro	 Samsung Galaxy A50
<b>Spagna</b>	 Nintendo Switch	 Iphone Xr	 Satisfyer Pro 2	 Xiaomi Redmi Note 7	 Converse Chuck Taylor
<b>Regno Unito</b>	 Canon EOS 5D	 Apple AirPods	 Vans Old Skool	 Adidas Continental	 FIFA 20
<b>Austria</b>	 Nintendo Switch	 Toniebox	 Iphone 8	 Iphone 7	 Huawei P30 Pro
<b>Germania</b>	 Nintendo Switch	 Iphone Xr	 Iphone 8	 Samsung Galaxy A50	 Huawei P30 Pro

idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto sui propri portali nazionali nel corso del 2019. Paesi: Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

## Top-20 Produttori 2019 in Italia

Pos.	Produttore	2019 vs 2018
1	Samsung	+
2	Apple	+
3	Adidas	+
4	Nike	+
5	Xiaomi	+
6	Huawei	+
7	Sony	+
8	LG Electronics	+
9	Canon	+
10	Bosch	+

Pos.	Produttore	2019 vs 2018
11	Dr. Martens	+
12	Garmin	+
13	Nikon	+
14	Saucony	+
15	Dyson	+
16	The North Face	+
17	LEGO	+
18	Makita	+
19	Asus	+
20	Nintendo	+

## Top-20 Categorie 2019 in Italia

Pos.	Categorie	Score	2019 vs 2018	Pos.	Categorie	Score	2019 vs 2018
1	Smartphone	100,0	+	11	Tablet	10,1	+
2	Sneakers	55,7	+	12	Fotocamere digitali mirrorless	9,7	+
3	Cuffie	21,6	+	13	Notebook	9,4	+
4	Televisori	21,4	+	14	Aspirapolveri	9,3	+
5	Scarpe da corsa	19,1	+	15	Giochi PS4	9,3	+
6	Smartwatch	18,4	+	16	Casse altoparlanti	9,1	+
7	Caschi moto	12,9	+	17	Obiettivi	8,3	+
8	Profumi donna	12,4	+	18	Pneumatici estivi	9,2	+
9	Frigoriferi	11,6	+	19	Zaini	8,1	+
10	Console di gioco	10,3	+	20	Scarpe bambini	8,1	+

# Gli smartphone preferiti dagli italiani

In base alle intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo, il mercato online degli smartphone è cresciuto del +75,7% nel 2019 rispetto all'anno precedente.

La top-5 degli smartphone maggiormente cercati nel 2019 vede al primo posto l'Apple iPhone XR, seguito dall'Apple iPhone 7 e dall'Apple iPhone 11. Nelle altre due posizioni della classifica troviamo il Samsung Galaxy A50 e lo Xiaomi Redmi Note 7.

idealo ha anche individuato lo smartphone più desiderato per ogni top-produttore: Apple iPhone XR, Samsung Galaxy A50, Xiaomi Redmi Note 7, Huawei P30 Pro e Honor View 10 Lite.

## Smartphone in Italia: i top-modelli Il modello più desiderato per ogni top-produttore



idealo ha individuato gli smartphone più desiderati sul proprio portale italiano nel 2019, uno per ogni top-produttore: Apple iPhone XR, Samsung Galaxy A50, Xiaomi Redmi Note 7, Huawei P30 Pro e Honor View 10 Lite.

## Auricolari in Italia: i top-modelli Il modello più desiderato per ogni top-produttore



idealo ha individuato gli auricolari più desiderati sul proprio portale italiano nel 2019, uno per ogni top-produttore: Apple AirPods 2 (2019), Samsung Galaxy Buds SM-R170, Xiaomi Mi AirDots, Huawei FreeBuds 3 e JBL Free X.

I brand ai quali sono riconducibili le maggiori intenzioni di acquisto di smartphone sono:

- Apple (+83,1% di ricerche rispetto al 2018)
- Samsung (+117,0%)
- Xiaomi (+206,9%)
- Huawei (+28,9%)
- Honor (+14,3%)
- 

Analizzando, invece, i produttori in crescita sul mercato italiano questi sono:

- OPPO (oltre il + 300% di ricerche rispetto al 2018)
- Brondi (oltre il +300%)
- OnePlus (+300,3%)
- Xiaomi (+206,9%)
- Samsung (+117,0%)

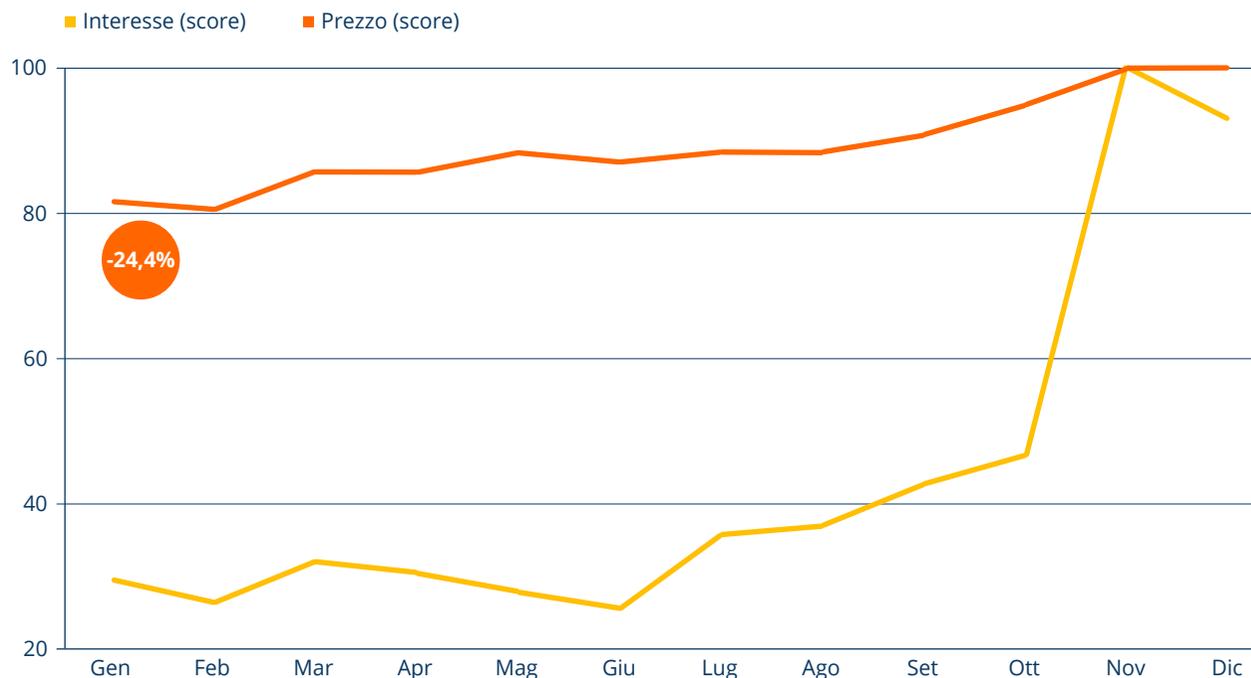
Analizzando il 2019, il mese nel quale i prezzi degli smartphone sono stati i più bassi in assoluto è stato Febbraio; quello più caro, invece, Dicembre.

Considerando complessivamente la

categoria, coloro che hanno acquistato uno smartphone a Febbraio hanno potuto risparmiare il -24,4% rispetto allo stesso acquisto effettuato nel mese risultato più caro.

Considerando tutti i modelli di smartphone presenti sul portale italiano di idealo - circa 5mila - il prezzo medio di un singolo device è pari a 394,35 euro, vale a dire il +9,8% rispetto a quello del 2018.

### Smartphone: interesse vs prezzo A Febbraio un risparmio massimo medio del 24,4%

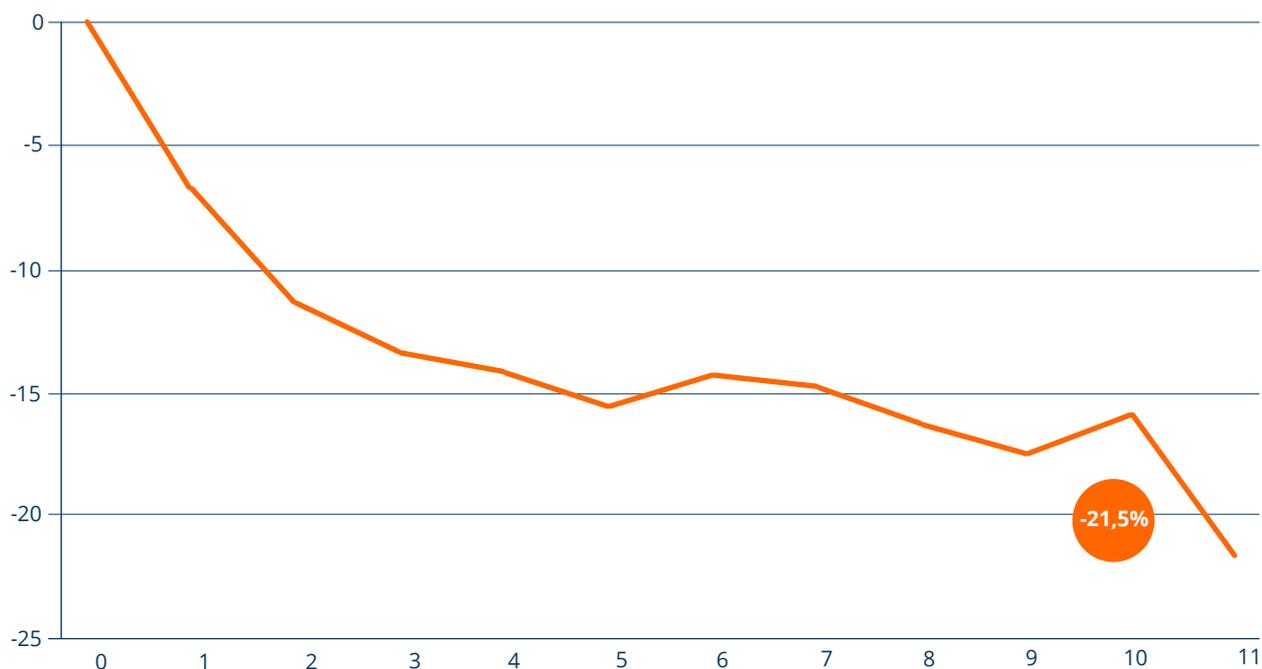


idealo ha analizzato l'interesse e i prezzi medi mensili nel 2019 per la categoria degli Smartphone sul proprio portale italiano. Il mese più vantaggioso (Febbraio) è stato poi messo a confronto con quello più caro (Dicembre).

Infine, analizzando i ribassi medi per i 20 top-modelli della categoria nel corso del 2019 è possibile vedere come dopo tre mesi, rispetto al primo mese del 2019 in cui idealeo ha registrato un prezzo medio

mensile di partenza per ogni singolo modello, il ribasso sia stato del -11,3%, dopo sei del -15,5%, dopo nove di -16,2% e dopo un anno del -21,5%.

### Smartphone: andamento del prezzo Dopo un anno un ribasso medio del 21,5%



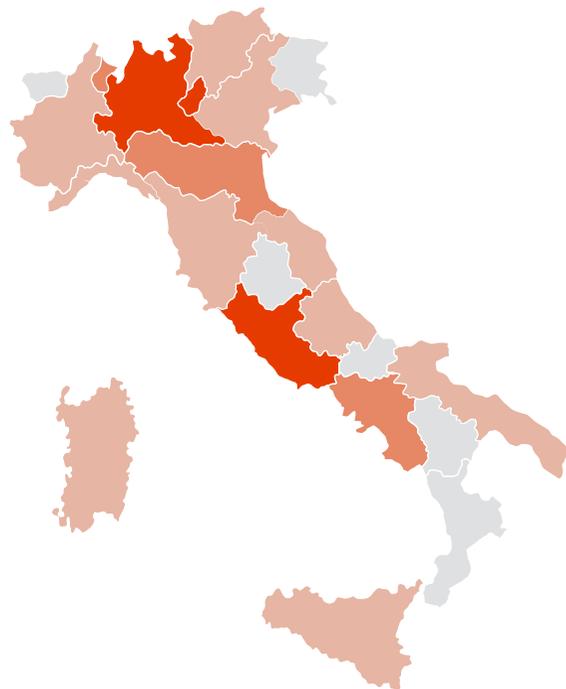
idealo ha analizzato i ribassi medi mensili per i 20 top-modelli della categoria Smartphone sul proprio portale italiano nel corso del 2019.

### Le ricerche online relative a cuffie e auricolari

Se gli Apple AirPods 2 sono stati tra i top seller del 2019 è anche vero però che non si tratta dell'unica tipologia di auricolari viene cercata dagli e-consumer italiani.

Secondo idealeo, infatti, tra gli altri auricolari che interessano particolarmente i nostri concittadini vi sono i Samsung Galaxy Buds SM-R170, Xiaomi MI AirDots, Huawei Free-Buds 3 e JBL Free X.

## Smartphone Xiaomi: interesse regionale In quali regioni è più forte l'interesse online?



Intenzioni di acquisto (Score)



## Smartphone Huawei: interesse regionale In quali regioni è più forte l'interesse online?

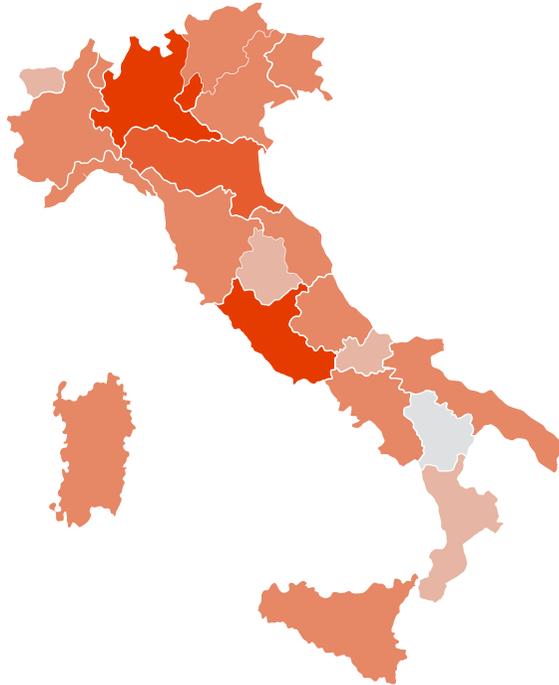


Intenzioni di acquisto (Score)



idealo ha analizzato l'interesse online per gli smartphones Xiaomi e Huawei nel 2019 sul proprio portale italiano. Per ogni grafico, le regioni più scure sono quelle con il maggior numero di intenzioni di acquisto ogni 100mila abitanti, il cui valore è stato espresso sotto forma di score (da 0 a 100).

## Smartphone Apple interesse regionale In quali regioni è più forte l'interesse online?



Intenzio di acquisto (Score)



## Smartphone Samsung interesse regionale In quali regioni è più forte l'interesse online?



Intenzio di acquisto (Score)



idealo ha analizzato l'interesse online per gli smartphones Apple e Samsung nel 2019 sul proprio portale italiano. Per ogni grafico, le regioni più scure sono quelle con il maggior numero di intenzioni di acquisto ogni 100mila abitanti, il cui valore è stato espresso sotto forma di score (da 0 a 100).

# Black Friday e Cyber Monday: un fenomeno che ormai ha conquistato anche l'Italia

## Black Friday 2018

Tra le categorie di prodotti maggiormente cercate nel nostro paese in occasione del Black Friday 2018 ideale ha evidenziato casse altoparlanti, orologi sportivi, aspirapolvere, robot da cucina, tablet e televisori.

La Top-5 dei prodotti più desiderati in assoluto durante il Black Friday 2018 ha visto al primo posto lo smartspeaker Google Home Mini seguito dagli auricolari Apple AirPods di prima generazione, dalle scarpe Dr Martens 1460 da donna, dagli smartphone Xiaomi Redmi Note 5 e Xiaomi Mi A2 lite.

Completano la classifica Nintendo Switch, Sony Playstation 4 (PS4) slim, Apple iPhone SE, Huawei MediaPad T5 10 e Samsung QE-Q6FN.

Nel 2018, le dieci categorie di prodotto più convenienti sono state:

- casse altoparlanti (-48,0%)
- LEGO (-21,3%)
- obiettivi fotografici (-13,0%)
- macchine fotografiche reflex (-11,5%)
- smartphone (-11,0%)
- videogiochi (-9,8%)
- smartwatch (-9,7%)
- fotocamere digitali (-9,5%)
- notebook (-9,2%)
- tablet (-7,8%).

## I Black Friday addicted: grande attenzione nel Nord Italia nel 2018

Nel 2018, tra gli utenti più attivi, al primo posto si è posizionata la fascia di e-consumer tra i 35 e i 44 anni (28,7%); sono seguiti i giovani tra i 25 e i 34 (21,9%) e in una posizione solo leggermente inferiore

gli adulti tra i 45-54 anni (21,4%). Gli uomini anche nel 2018 si sono confermati i più appassionati con il 60,3% delle ricerche (le donne "solo" il 39,7%).

La suddivisione tra ricerche da mobile, desktop e tablet ha visto primeggiare la prima tipologia di dispositivi, utilizzata nel 58,5% delle ricerche. È seguito poi il desktop (34,3%) e infine il tablet (7,2%).

In che regioni nel 2018 ha inciso maggiormente l'effetto Black Friday? Considerando le ricerche effettuate nei quattro giorni di sconti (dal venerdì al lunedì), e confrontandole con le quattro settimane precedenti, al primo posto delle regioni più interessate troviamo il Trentino-Alto Adige, seguito da Umbria, Piemonte, Veneto, Lombardia, Toscana, e infine Emilia-Romagna. Le tre

regioni italiane meno coinvolte sono state, invece, Valle d'Aosta, Sicilia e Basilicata.

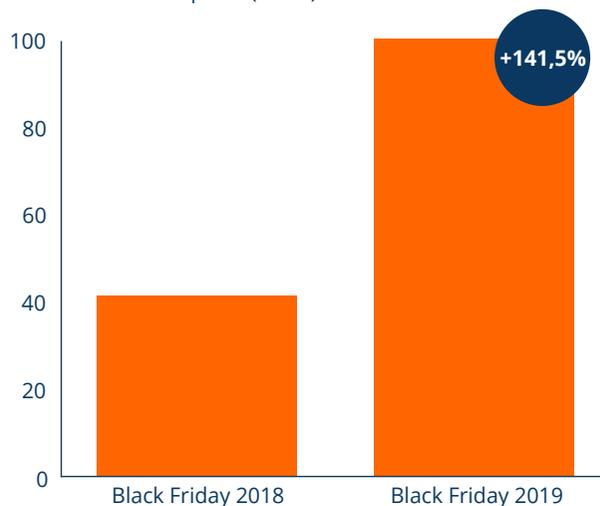
- Trentino-Alto Adige (+68,4%)
- Umbria (+57,8%)
- Piemonte (+55,1%)
- Veneto (+54,7%)
- Lombardia (+51,9%)
- Toscana (+51,9%)
- Emilia-Romagna (+50,6%)
- Marche (+49,2%)
- Molise (+46,9%)
- Liguria (+46,9%)
- Lazio (+45,2%)
- Friuli-Venezia Giulia (+42,3%)
- Puglia (+41,4%)
- Abruzzo (+39,8%)
- Calabria (+39,8%)
- Campania (+37,1%)
- Sardegna (+35,1%)
- Valle d'Aosta (+33,5%)
- Sicilia (+27,7%)
- Basilicata (+26,6%)

## Black Friday 2019. Un vero successo anche in Italia

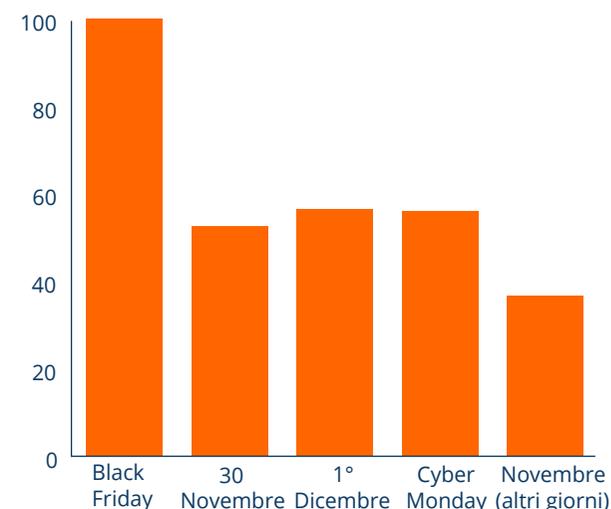
Secondo i primi dati rilevati dopo il Black Friday 2019, idealo ha osservato una crescita sulle intenzioni di acquisto per l'Italia pari al +141,5% rispetto al "venerdì nero" dell'anno precedente.

### Black Friday in Italia: Un fenomeno in crescita

■ Intenzioni di acquisto (score)



idealo ha analizzato l'interesse online (score da 0 a 100) nel giorno del Black Friday 2019 e lo ha messo a confronto con il giorno del Black Friday 2018. Portale: idealo.it



idealo ha analizzato l'interesse online (score da 0 a 100) sul proprio portale italiano nel periodo compreso tra il 1° Novembre e il 2 Dicembre 2019.

Facendo lo stesso confronto con i numeri registrati dal portale il venerdì precedente alla giornata di sconti online, è possibile osservare un aumento del +84,9%.

Allo stesso modo, anche la Black Week 2019, da lunedì 25 a venerdì 29 Novembre, ha registrato un dato decisamente positivo (+75,8%) rispetto ai valori della Black Week precedente (19-23 Novembre 2018).

Questo a dimostrazione del fatto che l'interesse degli italiani nei confronti delle possibilità di risparmio offerte dal Black Friday continua a crescere di anno in anno. 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 registrato durante la settimana prima del Black Friday 2019 (22-28 Novembre) un uso del +114,0% rispetto alla settimana immediatamente precedente (15-21 Novembre).

## **Black Friday 2019. La classifica delle categorie e dei prodotti**

La classifica delle categorie di prodotto più gettonate per il Black Friday 2019 secondo il portale italiano di 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.

Scompaiono, nella top-10 dell'edizione 2019, le categorie di prodotto per la casa e per lo sport, presenti invece in classifica sia nel 2018 che nel 2017. Nel 2019 è stato il settore dell'elettronica a primeggiare, a riprova di un maggior interesse per il fine pratico all'acquisto, che predilige scelte ponderate e perspicaci intuizioni di risparmio. Ecco la classifica delle prime dieci categorie e le relative percentuali di interesse online, calcolato sulla base delle intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo tra il 29 Novembre e il 2 Dicembre 2019:

- smartphone (13,5%)
- sneakers (5,0%)
- cuffie (4,5%)
- smartwatch (3,6%)
- televisioni (3,0%)
- console di gioco (2,5%)
- notebook (1,7%)
- tablet (1,7%)
- giochi ps4 (1,5%)
- profumi donna (1,4%)

Le categorie con la maggiore crescita di interesse online durante il Black Friday 2019, rispetto al venerdì precedente, sono state le seguenti:

- cuffie (+262,6%)
- notebook (+147,9%)
- aspirapolvere (+147,0%)
- tablet (+141,3%)
- scarpe da corsa (+137,6%)
- console di gioco (+128,4%)
- sneakers (+124,9%)
- televisori (+124,8%)
- asciugatrici (+118,6%)
- smartphone (+116,4%)

I primi dieci prodotti maggiormente cercati su idealeo durante il Black Friday 2019 vedono il dominio di alcuni colossi del tech, con soluzioni che però non riguardano solo smartphone:

- Apple AirPods 2 (Cuffie)
- Apple iPhone 11 (Cellulari e Smartphone)
- Nintendo Switch (Console di Gioco)
- Xiaomi Mi Band 4 (Smartwatch)
- Apple AirPod Pro (Cuffie)
- Xiaomi MI 9T Pro (Cellulari e Smartphone)
- Dr. Martens 1460 (Stivali)
- Dyson Cyclone V11 Absolute (Aspirapolvere)
- FIFA 20 (PS4) (Giochi PS4)
- Xiaomi Redmi Note 8 Pro (Cellulari e Smartphone)

### **Black Friday 2019. Il profilo dell'utente italiano**

Secondo i dati di Google Analytics relativi al portale idealeo.it, gli italiani hanno utilizzato diversi device per approcciare le offerte del Black Friday.

Il sorpasso dello smartphone (66,3%) nei confronti del PC (29,6%) è ormai un dato di fatto, come già successo nel 2018. Rimane ancora limitato l'uso del tablet (4,1%) per fare acquisti.

Sempre attraverso lo strumento di analisi di Google, è possibile indicare le regioni maggiormente interessate dal fenomeno del venerdì nero 2019 (in termini di intenzioni di acquisto ogni 100mila abitanti):

- Lombardia (Score = 100,0)
- Lazio (87,9)
- Trentino-Alto Adige (62,0)
- Emilia-Romagna (57,8)
- Piemonte (53,5)
- Toscana (53,4)
- Veneto (49,8)
- Liguria (49,2)
- Puglia (45,4)
- Marche (44,4)
- Friuli-Venezia Giulia (43,5)
- Campania (42,1)
- Sicilia (38,8)
- Umbria (38,0)
- Abruzzo (35,0)

- Sardegna (31,6)
- Molise (20,0)
- Valle d'Aosta (19,5)
- Basilicata (18,2)
- Calabria (18,0)

Per ogni singola regione, inoltre, il confronto con il venerdì precedente ci può fornire un'idea di quanto importante sia stato l'effetto Black Friday nel corso del 2019:

- Trentino-Alto Adige (+117,2%)
- Valle d'Aosta (+97,8%)
- Veneto (+80,6%)
- Friuli-Venezia Giulia (+80,2%)
- Emilia-Romagna (+77,7%)
- Marche (+77,0%)
- Puglia (+76,8%)
- Umbria (+76,0%)
- Piemonte (+74,2%)
- Lombardia (+72,2%)
- Molise (+71,4%)
- Lazio (+71,2%)
- Toscana (+70,7%)
- Sicilia (+68,9%)
- Liguria (+65,9%)
- Basilicata (+62,3%)
- Calabria (+61,5%)
- Sardegna (+53,5%)
- Campania (+52,6%)
- Abruzzo (+47,1%)

Come per l'e-commerce in genere, gli uomini si mostrano in prima linea anche in questa occasione, con un interesse del 62,7%, a fronte del 37,3% raggiunto dalle utenti donne. Nella classifica per età troviamo al primo posto gli utenti tra i 35 e i 44 anni (28,2%), seguiti dalla fascia dei 25-34 anni (25,3%); terzo posto per gli e-consumer dai 45 ai 54 anni (con il 21,7%).

Nelle ultime tre posizioni troviamo, in ordine, la fascia d'età 55-64 anni (9,6%), quella dai 18 ai 24 anni (con il 8,6%), infine gli over 65 (per il 6,1%), probabilmente per minori possibilità di spesa o per minor attitudine all'uso degli strumenti online.

### **Cyber Monday 2019. Un'ulteriore opportunità di risparmio**

Per quanto riguarda il Cyber Monday 2019, le intenzioni di acquisto sono aumentate del +97,7% rispetto all'edizione precedente e del +193,0% se confrontate con un normale lunedì (quello precedente), a dimostrazione del fatto che ormai è possibile parlare di Black Week.

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

Sulla base dei dati di Idealo, il 33,7% dei prodotti con il prezzo più conveniente appartiene ad Amazon (9,6%) e ad Amazon Marketplace (22,1%); a seguire, nel 13,6% dei casi, troviamo invece prodotti di eBay.

Tutti gli altri negozi online italiani raggiungono, complessivamente, il 54,7%. Si tratta di un risultato molto interessante, con un crescita del 10,5% rispetto ai dati del white paper precedente.



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: dal 12 Febbraio 2019 all'11 Febbraio 2020.

## 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 35,2% di tutte le intenzioni di acquisto nel 2019).

Idealo ha analizzato l'intera categoria scoprendo che nel 67,2% 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 15,8% mentre Amazon e il relativo Marketplace hanno raggiunto insieme il 17,0%.

Maggiori probabilità di risparmio sono garantite dagli e-shop anche per i prodotti legati a salute e bellezza (61,0%) così come per auto e moto (58,9%).

Passando agli altri portali analizzati da idealo, il 22,3% delle offerte con il prezzo più basso relativamente a prodotti per bambini è offerto da Amazon, a cui appartiene anche il 18,3% delle offerte relative a cibi e bevande e il 16,6% delle migliori offerte per prodotti del settore sport e outdoor.

Il 49,7% delle offerte con il prezzo più basso per il settore moda e accessori appartiene invece ad Amazon Marketplace, a cui sono riconducibili anche il 35,6% delle migliori offerte per bambini e neonati e il 32,3% delle offerte per cibi e bevande.

Infine, il 35,1% delle offerte più vantaggiose per cibi e bevande si trova su eBay, che per i prodotti per animali raggiunge una quota del 32,3% e per i giochi, videogiochi compresi, il 20,3%.

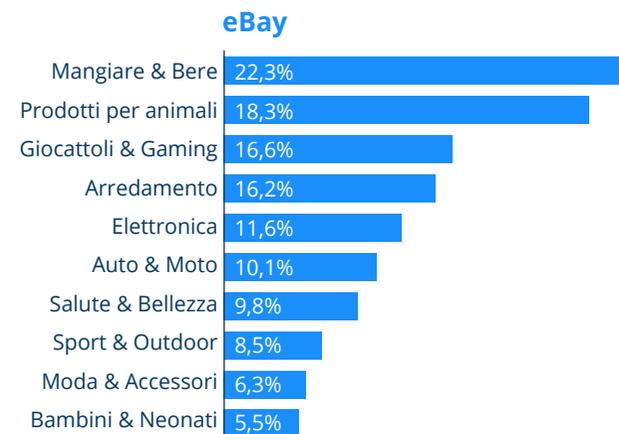
## Big player vs e-shop italiani: le opportunità di risparmio online



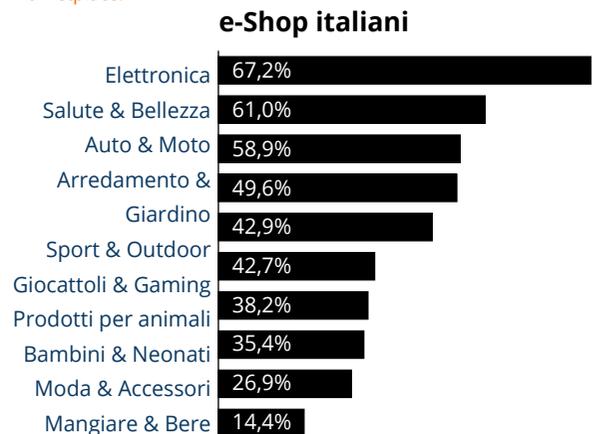
Il 22,3% delle offerte con il prezzo più basso per il settore „Bambini & Neonati“ è dovuto ad Amazon.



Il 49,7% delle offerte con il prezzo più basso per il settore „Moda & Accessori“ è dovuto ad Amazon Marketplace.



Il 35,1% delle offerte con il prezzo più basso per il settore „Mangiare e Bere“ è dovuto a eBay.



Il 67,2% delle offerte con il prezzo più basso per il settore „Elettronica“ è dovuto agli e-shop italiani.

## **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.

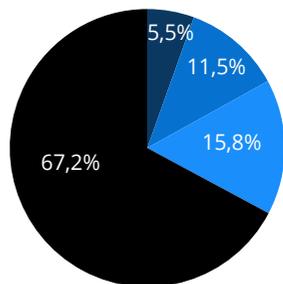
Le categorie rimanenti, infine, sono quelle in cui eBay ha proposto l'offerta migliore in termini di prezzo: Mangiare & Bere e Prodotti per animali (38,2%).

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.

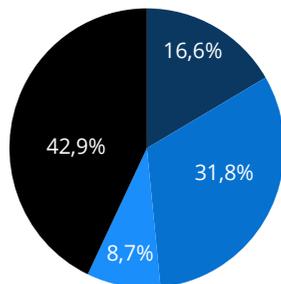
## Dove si trova l'offerta più bassa? L'analisi per categoria



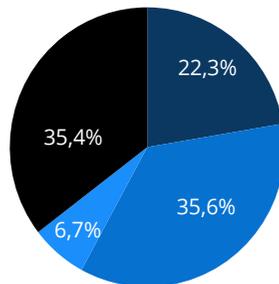
### Electronica



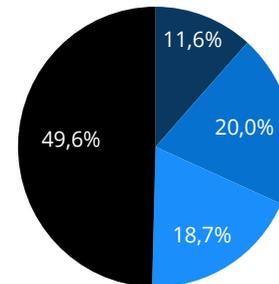
### Sport & Outdoor



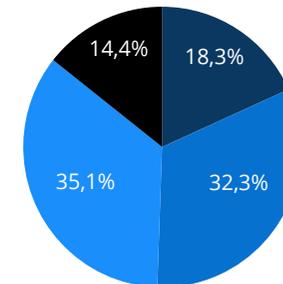
### Bambini & Neonati



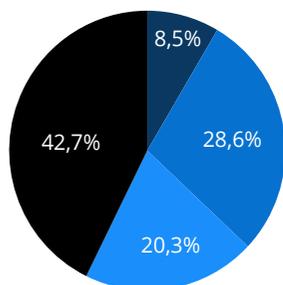
### Arredamento & Giardino



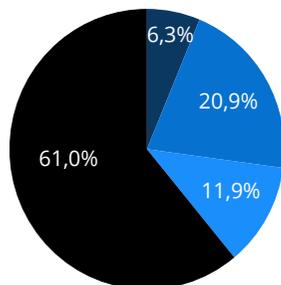
### Mangiare & Bere



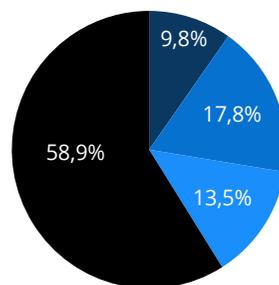
### Giocattoli & Gaming



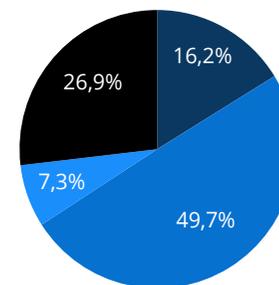
### Salute & Bellezza



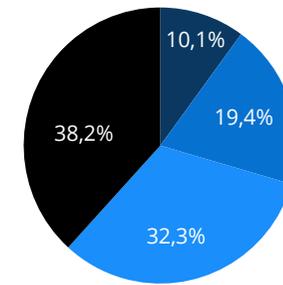
### Auto & Moto



### Moda & Accessori



### Prodotti per animali



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: dal 12 Febbraio 2019 all'11 Febbraio 2020.

# 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.

Per 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.

Se consideriamo i 100 prodotti con più intenzioni di acquisto nel 2019 sul portale italiano di idealo, circa un quarto di essi ha avuto un prezzo medio nell'arco di un anno che è stato più basso in Europa rispetto all'Italia.

Considerato ciò, risulta immediato il vantaggio che i consumatori italiani possono ottenere grazie agli acquisti tran-

sfrontalieri per alcuni prodotti: 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. Questi i dati elaborati da idealo e relativi al proprio portale italiano:

- Il 24% degli e-shop che vendono in Italia ha la sede all'estero.
- Il 27% dei negozi digitali in Italia presenta il proprio e-shop nella lingua inglese, oltre all'italiano. Il 22% in tedesco, il 22% in francese e il 20% in spagnolo.
- Nell'11% dei casi è possibile pagare utilizzando la Sterlina britannica.

Questi, invece, i dati complessivi relativi ad altri quattro paesi in cui è presente idealo, vale a dire Francia, Spagna, Regno Unito e Austria:

- Il 33% degli e-shop che vendono in questi quattro paesi hanno sede all'estero.
- Il 33% dei negozi digitali presenta il proprio e-shop nella lingua inglese, oltre a quella del proprio paese. Il 35% in tedesco, il 26% in francese, il 22% in spagnolo e il 3% in italiano.
- Nel Regno Unito, nel 40% dei casi è possibile pagare in Euro. In Francia, Spagna e Austria, nel 17%, 13% e 36% dei casi rispettivamente è possibile scegliere la Sterlina britannica come valuta di pagamento.

## I metodi di pagamento sicuri, in Italia e all'estero

Gli unici metodi di pagamento per gli acquisti online da ritenersi sicuri sono la carta di credito e l'account PayPal. Solo tramite queste due modalità, infatti, in caso di problemi, si riesce ad ottenere un rimborso di quanto speso.

Al contrario, sarebbero invece da evitare bonifici e ricariche PostePay se il negozio non spedisce o non effettua il rimborso: le somme pagate, infatti, verrebbero perse in caso di problemi.

Attualmente, ci sono ancora alcuni negozi che offrono il pagamento in contrassegno che però prevede sempre un costo aggiuntivo a discrezione del negozio. Alcuni di questi, inoltre, chiedono comunque una percentuale del valore dell'ordine da pagare in anticipo.

Il **24%** degli e-shop che vendono in Italia ha la sede all'estero.

Il **27%** degli e-shop in Italia utilizza anche la lingua inglese.

L'**11%** degli e-shop in Italia prevede il pagamento anche con la Sterlina.

# Conclusioni e previsioni per il futuro

Come abbiamo potuto vedere, l'e-commerce nel nostro Paese è una pratica in continua crescita ed evoluzione, pur mantenendo alcuni punti saldi come il fatto che è quasi sempre l'uomo ad effettuare il maggior numero di ricerche, in particolar modo per tutto ciò che concerne l'elettronica di consumo, l'abbigliamento sportivo o gli articoli per la casa e il giardinaggio. Le donne, invece, superano gli uomini in termini di intenzioni di acquisto quando si tratta di articoli per l'infanzia, prodotti di bellezza o ancora articoli per la cura del corpo o per la pulizia della casa.

Tutto sommato, comunque, possiamo affermare che il commercio digitale coinvolge uomini e donne di ogni fascia di età, dai giovanissimi fino agli over 65, tutti accomunati dalla ricerca di risparmio ma anche da tutti quei vantaggi che offre il mondo della digitalizzazione, in questo caso degli acquisti.

Dalla nostra analisi è risultato che il consumatore digitale italiano è ormai un consumatore

al quanto consapevole. La prova, ad esempio, è che la richiesta di risparmio desiderato di circa il -15% coincide con la possibilità di risparmio effettivo del -17%. Oppure, che nelle stagioni estive dove ci si aspetterebbe una forte vendita di piscine o ventilatori proprio queste categorie registrano un calo, perché gli utenti sanno che è più conveniente acquistare al di fuori della stagionalità di utilizzo di un dato prodotto.

Nonostante l'e-commerce italiano goda quindi di ottima salute, per dare un ulteriore incentivo al commercio digitale – e in particolare supportare gli e-shop italiani, piccoli e medi – quest'anno per la prima volta abbiamo organizzato una due giorni di sconti online, gli "idealo days" (30 e 31 Marzo).

La nostra idea è stata quella di voler offrire un'alternativa tutta Italiana al Black Friday o all'Amazon Prime Day (ad esempio) che potesse da un lato sostenere l'economia del nostro territorio ma anche i consumatori

digitali italiani a risparmiare con sconti a partire dal -10%. In questo momento così delicato, infatti, nel quale l'economia italiana è come non mai in crisi a causa delle conseguenze del Coronavirus, abbiamo voluto aiutare gli e-shop nel continuare a fare ciò che sanno meglio fare: vendere. Se infatti il commercio italiano si è fermato, con conseguenze che secondo gli esperti dureranno mesi se non anni, dobbiamo contare ora come non mai sul commercio online, grazie al quale è possibile far risollevarre l'economia italiana.

Spero che le informazioni apprese con questo White paper vi siano utili per il vostro business e che vi spingano ad essere coraggiosi e a tentare nuove strade, noi siamo qui per aiutarvi e sostenervi. Concludo con la mia tipica frase:

*Opportunities don't happen, you create them!*

**Fabio Plebani**

Country Manager di idealo Italia



# Metodologia

Tutti i dati, salvo diversa indicazione, sono stati rilevati da idealo internet GmbH nell'ambito di un sondaggio somministrato tra il 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 con i dati del 2019 è un aggiornamento della versione precedente, relativa all'anno 2018. 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
- Bruna De Cristofaro, del dipartimento Content Marketing di idealo Italia

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



- Fabio Plebani, Country Manager di idealo per l'Italia
- Andrea Raffaelli, Responsabile del dipartimento Partner Management International di idealo
- Giacomo Capobianco, Account Manager di idealo Italia
- Jessica Kiefl, del dipartimento Customer Insights di idealo
- Johanna Müller e Dorothee Kunze del dipartimento Marketing Design di idealo
- Istituto di ricerche di mercato Bilendi
- Seigradi, agenzia di relazioni pubbliche e marketing communication

## Ringraziamenti

Un ringraziamento particolare per il supporto e la collaborazione:

## 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 20 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. idealo è una partecipazione di maggioranza di Axel Springer SE.

## Marzo 2020, 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.