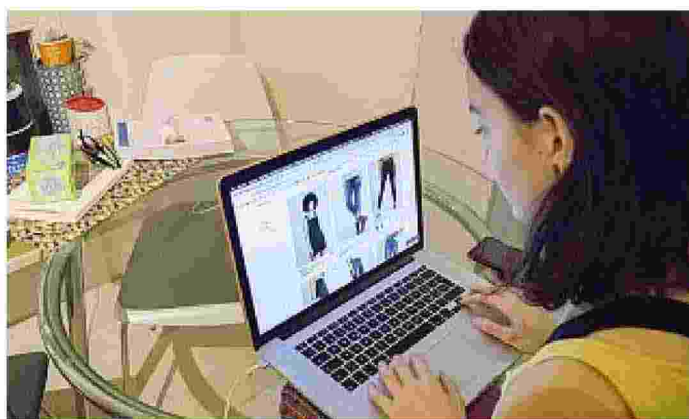


La «capitale» dell'e-commerce

Telefonini, elettrodomestici e caffè Quali prodotti si cercano in Rete «È milanese una ricerca ogni sei»



Per iscrivere i figli a scuola non dobbiamo più compilare moduli cartacei, ma lo facciamo online; nello stesso modo possiamo acquistare il biglietto del treno, prenotare una visita medica o stipulare l'assicurazione, acquistare qualsiasi cosa, o semplicemente confrontare i prezzi. Nel 2018, sul motore di ricerca Trovaprezzi, che permette di confrontare prodotti di ogni tipo, sono state fatte 160 milioni di ricerche e 26,7 milioni di queste venivano da Milano. Una su sei. La categoria più cercata dai milanesi — come pure a livello nazionale — è quella degli smartphone, seguiti da televisori, integratori e altri prodotti per la salute, vini, lavatrici e sneaker.

Un assortimento che mostra come sia vasto il ventaglio degli interessi di chi cerca, e spesso poi acquista, online. Nel 2018 il giro d'affari dell'e-commerce in Italia ha superato i 27,4 miliardi, crescendo del 16 per cento rispetto all'anno prima. Lo dicono i dati dell'Osservatorio B2c e-commerce del Politecnico: gli acquisti di servizi valgono circa 12 miliardi, dieci dei quali per il settore turismo, mentre i prodotti arrivano a 15. Fra questi, la fetta più importante riguarda l'elettronica, mentre il settore food vale «solo» 1,1 miliardi di euro (in crescita del 34 per cento). Questo comparto del mercato online comprende la ristorazione a domicilio, gli acquisti di enogastronomia e quelli di cibo e articoli per l'igiene «da supermercato». La crescita del settore è testimoniata anche dal monitoraggio delle vendite online dei prodotti di largo

consumo di Iri (azienda leader nelle ricerche di mercato), registrazioni mensili raccolte da tutti i principali attori: da Amazon a Supermercato 24, a tutte le catene di supermercati che raccolgono ordini online. Il valore del business per i prodotti «da supermercato», è di 425 milioni di euro. «Questo valore — fa notare Marco Colombo, direttore solution & innovation di Iri —

rappresenta solo lo 0,8 per cento del giro d'affari del settore, poco in confronto ad altri Paesi europei, però è significativo perché ha permesso di muovere verso un segno positivo la sostanziale stabilità del mercato. In pratica è stato l'unico elemento di crescita del settore».

Il prodotto più venduto è il caffè, soprattutto in capsule: le vendite online sono più che

Online
Non si ferma la crescita degli acquisti online nell'ordine del 16 per cento (foto Bozzo)

raddoppiate dal 2017. «Le scelte dei consumatori — commenta Colombo — sono da ricondurre a due componenti: l'offerta molto ampia online e l'alto livello di servizio che riguarda prodotti come caffè, integratori vitaminici e vino. Senza dimenticare che ordinando prodotti consegnati a casa è possibile approfittare delle offerte riservate ai formati più grandi».

Secondi in classifica sono gli affettati confezionati. In terza posizione troviamo l'acqua minerale non gassata, un acquisto tipicamente «italiano»; il valore aggiunto è dato dalla comodità della consegna a domicilio. Seguono i pannolini: l'acquisto online consente di approfittare delle offerte facendo scorta senza muoversi da casa. La quota di pannolini venduta online è pari al quattro per cento di quelli venduti nei negozi «fisici», molto se pensiamo che il peso medio dell'online si ferma allo 0,8 per cento. Al quinto posto troviamo integratori e complessi vitaminici, un articolo, spesso superfluo, che non conosce crisi.

Insomma, sempre più persone fanno acquisti online, e sempre più spesso con lo smartphone, mentre cala l'utilizzo del computer.

Valeria Balboni
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tendenze

● Il settore del food venduto tramite Internet vale oggi 1,1 miliardi di euro ed è in crescita del 34 per cento

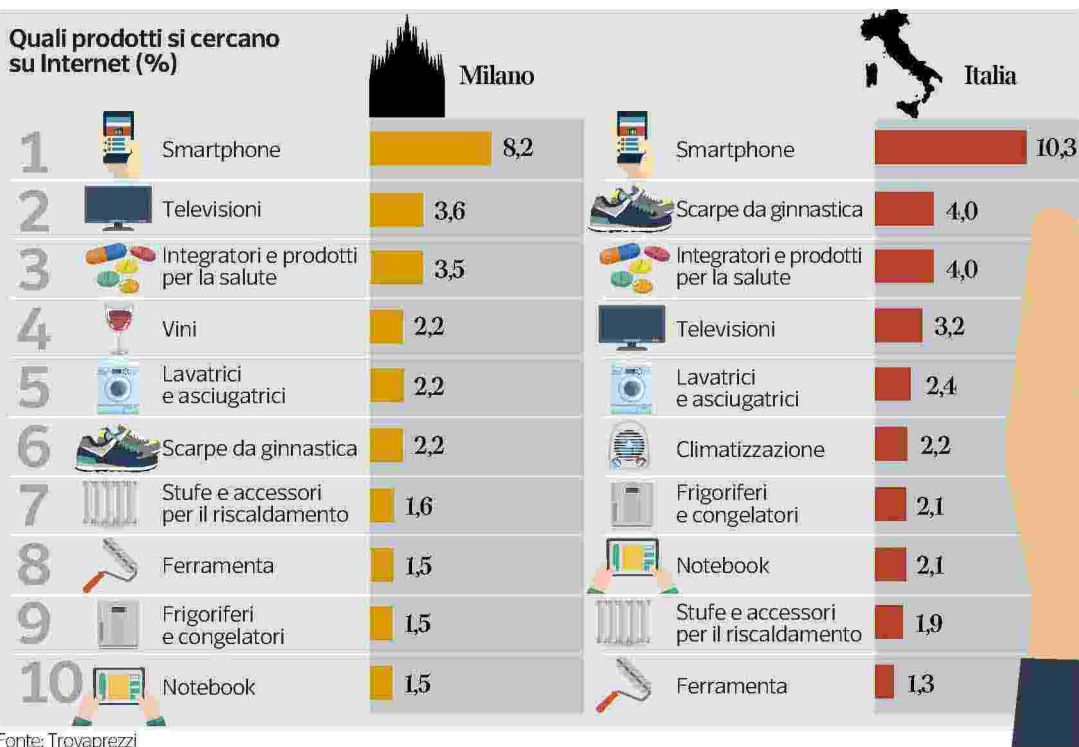
● In questa categoria rientrano la ristorazione a domicilio, gli acquisti di enogastronomia e quelli di cibo e articoli per l'igiene «da supermercato»

● Il business di prodotti da supermarket vale 425 milioni di euro ed è uno dei pochi elementi di crescita del settore



I NUMERI

Quali prodotti si cercano su Internet (%)



Fonte: Trovaprezzi

