



SETTORI DEL MADE IN ITALY

Prodotti di design per la casa, l'export supera quota un miliardo

Enrico Netti ▶ pagina 9

STILI&TENDENZE

Camicissima investe nei negozi in Italia e Cina

Chiara Beghelli ▶ pagina 10

MOTORI

La Vw Polo accelera su comfort e tecnologia

Giulia Paganoni ▶ pagina 11

E-commerce. Indagine della Alkemy sullo shopping di prodotti fisici attraverso i device

Consumi e acquisti online: Sondrio e Milano al top

«Sindrome della quarta settimana» anche per la spesa digitale

Fabio Grattagliano

Sondrio, Milano e la provincia di Verbano-Cusio-Ossola guidano la corsa agli acquisti di prodotti fisici online, mentre anche nell'e-commerce si consolida il fenomeno della cosiddetta "quarta settimana", ovvero la riduzione significativa dello shopping negli ultimi giorni del mese.

A conferma che la crescita del mercato e la diffusione della modalità di acquisto sui canali digitali rende sempre più «mainstream» l'e-commerce, avvicinando le dinamiche comportamentali dei consumi online a quelle tradizionali.

Il perimetro dell'indagine

La ricerca - realizzata dalla società Alkemy, digital enabler italiano - si basa su un campione di circa 50 mila ordini annui relativi agli shop online gestiti dalla società in tutte le principali categorie di prodotti (abbigliamento, prodotti per la cucina, prodotti per l'infanzia, arredamento, articoli di bellezza, alcolici, bevande, caffè) con l'esclusione dei servizi (banking, turismo, gaming). Il focus, quindi, è proprio sul comportamento degli acquirenti online rispetto ai fornitori di prodotti.

La mappa dello shopping

In valore assoluto le regioni con la maggior frequenza d'acquisto sono la Lombardia, il Lazio e il Veneto. In queste aree si concentra il 40% delle transazioni, mentre a livello provinciale la dinamica segue all'incirca la numerosità della popolazione, con Milano, Roma, Torino e Napoli al vertice.

I risultati cambiano sensibilmente se però si guarda alla densità dello shopping

SISTEMI DI PAGAMENTO

In alcune città del Sud, come Crotone, Caltanissetta e Trapani, l'utilizzo del contrassegno rappresenta la prima modalità (45%)

online, ovvero rapportando il numero delle transazioni agli abitanti. In questa graduatoria (si veda la tabella sotto) Sondrio risulta la provincia con la più alta propensione all'acquisto online, con la provincia di Verbano-Cusio-Ossola che cede lo scettro e scende al terzo posto. Deludenti, invece, i dati per Roma, che si conferma decisamente indietro nella propensione agli acquisti online rispetto a Milano (28° posto

contro il secondo di Milano).

Quando si compra online

Un altro dato che emerge con chiarezza è che gli acquisti online si concentrano all'inizio del mese, con un crollo deciso nell'ultima decade e una flessione ancora più consistente negli ultimi tre giorni. In sostanza, quella "sindrome della quarta settimana", rilevata un decennio fa con la flessione delle vendite di beni di prima necessità nell'ultima frazione del mese, si replica con una certa similitudine anche nella frequenza delle transazioni effettuate attraverso canali digitali.

«È un'ulteriore conferma di come l'e-commerce sia ormai diventato "mainstream" - sottolinea Duccio Vitali, amministratore delegato di Alkemy -, rispecchiando quindi tutte le caratteristiche del commercio tradizionale, compreso il delicato fenomeno della crisi economica che tocca molte famiglie italiane che faticano alla fine del mese. Rispetto ad alcuni anni fa, quando la maggior parte degli acquisti si concentravano nel fine settimana, a testimoniare un uso più sperimentale e di intrattenimento dell'e-commerce, oggi gli acquisti online hanno assunto un ruolo marcatamente più funzionale, sostituendosi per alcune cate-

gorie merceologiche alla spesa nei negozi. Così le transazioni si sono concentrate a inizio settimana (il 50% tra lunedì e mercoledì), quando in genere si fanno gli acquisti per tutta la settimana».

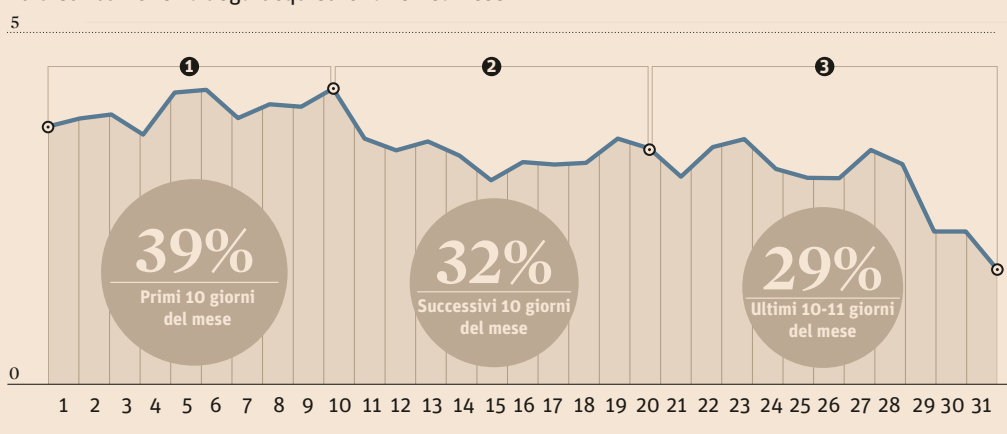
Sul versante delle fasce orarie predilette per acquistare online, quella che registra il maggior numero è tra mezzogiorno e le tre del pomeriggio, mentre tra le piattaforme preferite il desktop resta il device più utilizzato (57%), anche se lo smartphone cresce del 6% raggiungendo il 33% del totale.

Fonte: Alkemy

Le modalità dello shopping via web

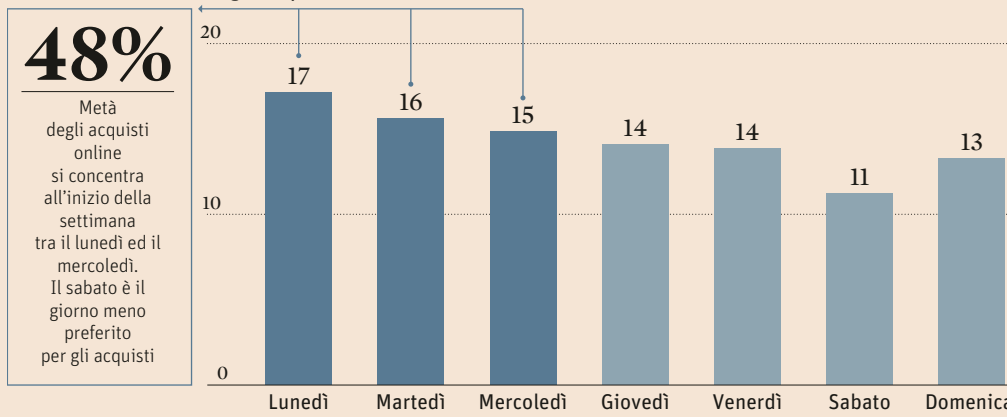
LE VENDITE DEL MESE...

La distribuzione % degli acquisti online nel mese



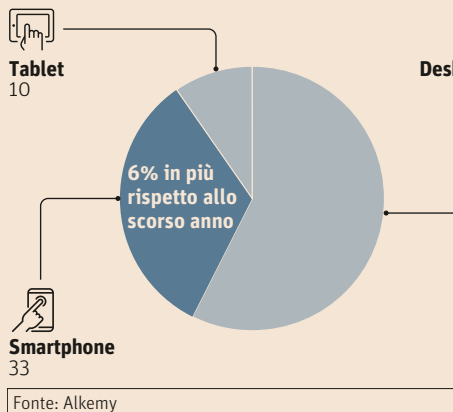
... E GIORNO PER GIORNO

La distribuzione % degli acquisti nella settimana



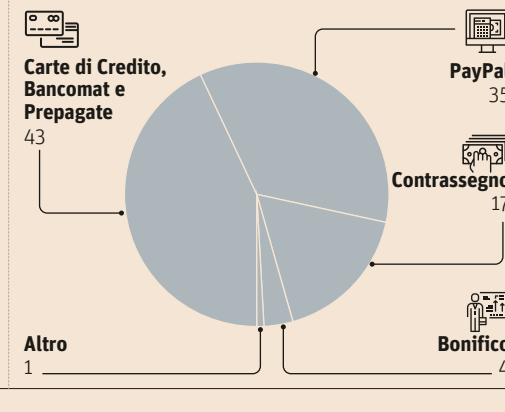
COME SI COMpra

La distribuzione % degli acquisti per device



COME SI PAGA

Metodi di pagamento scelti dagli acquirenti - In %



La classifica a livello territoriale

Gli acquisti online per provincia - Numero di ordini per cento abitanti

Rank	Provincia/Città Metropolitana	Ordini per cento abitanti	Rank	Provincia/Città Metropolitana	Ordini per cento abitanti	Rank	Provincia/Città Metropolitana	Ordini per cento abitanti
1	Sondrio	63,6	36	Torino	37,3	71	Alessandria	29,8
2	Milano	55,6	37	Cuneo	37,2		Ancona	29,8
3	Verbano-Cusio-Ossola	49,7	38	Rovigo	37,1	73	Forlì-Cesena	29,6
4	Siena	49,5	39	Valled'Aosta	36,8	74	Latina	29,4
5	Como	48,6	40	Crotone	36,5	75	Taranto	29,2
6	Imperia	47,2	41	Lecco	36,4	76	Teramo	28,6
7	L'Aquila	47,1	42	Brescia	36,1		Messina	28,6
8	Cagliari	47,0	43	Pisa	35,9	78	Macerata	28,2
9	Trieste	46,2	44	Vicenza	35,6	79	Benevento	27,9
10	Trento	45,9	45	Parma	35,3	80	Foggia	27,8
11	Nuoro	45,7	46	Pistoia	35,2		Enna	27,8
12	Vercelli	44,9	47	Lucca	34,4	82	Chieti	27,6
13	Prato	44,0	48	Novara	34,3	83	Rimini	27,4
14	Varese	43,6	49	Arezzo	34,2	84	Iernia	27,2
15	Reggio Emilia	43,4	50	Reggio Calabria	33,9	85	Pescara	26,5
16	Monza Brianza	43,3		Perugia	33,9	86	Oristano	26,2
	Vibo Valentia	43,3		Livorno	33,9		Pordenone	26,2
18	Viterbo	43,1	53	La Spezia	33,8	88	Bolzano	26,0
19	Bergamo	42,8	54	Rieti	33,3		Campobasso	26,0
20	Firenze	42,5		Biella	33,3	90	Agrigento	25,6
21	Fermo	41,3	56	Mantova	32,8	91	Terni	25,5
22	Grosseto	40,8	57	Pesaro e Urbino	32,6	92	Matera	25,1
23	Lodi	40,7		Massa-Carrara	32,6	93	Gorizia	25,0
24	Modena	40,4		Venezia	32,6		Napoli	25,0
25	Pavia	39,6		Cosenza	32,6	95	Palermo	24,1
	Cremona	39,6	61	Genova	32,5	96	Ragusa	23,9
27	Roma	39,3		Avellino	32,5	97	Caltanissetta	22,0
28	Belluno	39,1		Ravenna	32,5		Siracusa	22,0
29	Catanzaro	38,9		Ascoli Piceno	32,3	99	Sassari	21,7
30	Bologna	38,6	64	Piacenza	32,1	100	Lecce	20,4
31	Ferrara	38,2	65	Asti	31,2	101	Trapani	19,9
32	Potenza	38,1	66	Frosinone	31,0	102	Bari	19,1
33	Savona	38,0	67	Treviso	30,8	103	Brindisi	18,2
34	Padova	37,7	68	Udine	30,7	104	Catania	18,0
35	Verona	37,5	69	Salerno	30,4	105	Barletta-Andria-Trani	15,1
			70			106	Caserta	14,8

Fonte: Alkemy



WELFARE, LA CHIAVE VINCENTE DEL MONDO HR.

E SE VI DICESSERO CHE D'ORA IN POI...

LE SPESE SCOLASTICHE DEI BIMBI, LE VISITE MEDICHE, I WEEKEND FUORI PORTA, L'ISCRIZIONE IN PALESTRA, IL RISTORANTE IN CENTRO E PERSINO QUEL BELLISSIMO CORSO DI FOTOGRAFIA SOTTO CASA

SONO SPESE SOSTENIBILI E ALLA PORTATA DI TUTTI?

EASY WELFARE
A DISPOSIZIONE DELLE AZIENDE, A SUPPORTO DEL DIPENDENTE

www.easylwelfare.com

In onda

TUTTI I GIORNI ALLE 12

La salute protagonista a Radio24

Su Radio 24 spazio alla salute con Nicoletta Carbone, in onda tutti i giorni da lunedì a domenica alle 12 con tutte le informazioni utili su come adottare uno stile di vita salutare, a quali cure affidarsi, come avere un'alimentazione corretta e soprattutto a cosa non credere nel mare di notizie che circolano in rete per combattere le fake news.

«Obiettivo salute» da lunedì a venerdì propone le notizie d'attualità dalla ricerca nazionale e internazionale, commentate con i protagonisti e gli esperti, con un approccio divulgativo ma rigorosamente scientifico.

«Obiettivo salute» parte dai microfoni di Radio24 per estendersi sul sito www.radio24.it con approfondimenti online, interviste, il servizio del medico risponde, video e tutorial.

«Obiettivo salute Weekend» è l'appuntamento del sabato dedicato alla medicina, la prevenzione e il benessere psico-fisico, mentre la domenica è il giorno de «La Bufala in tavola», per dare la caccia alle tante bufale sull'alimentazione e riportare la verità a tavola.

www.radio24.it
Per i programmi e i podcast