

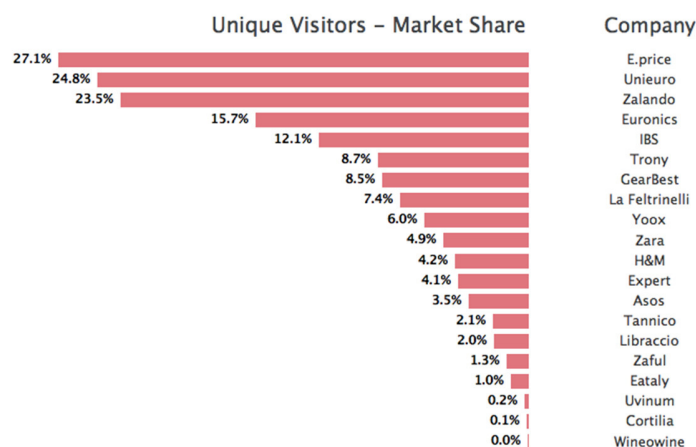
L'analisi di Ogury svela l'identikit dell'e-Christmas Shopper italiano

Secondo i dati emersi da un panel di oltre 500mila utenti ci aspetta un Natale all'insegna della tecnologia

Milano, 20 dicembre 2017- Secondo la recentissima stima di Coldiretti* almeno un terzo degli italiani ha detto addio alle vetrine dei centri commerciali per rivolgersi allo shopping online. Secondo la stessa stima, infatti, l'Italia è uno dei Paesi europei con il miglior trend di **"mobile addicted"** per lo shopping natalizio, con un numero sempre maggiore di persone che si affida al mobile per completare la lista dei regali da mettere sotto l'albero. A dirci come gli utenti si muovono nell'immenso mondo del web e delle app alla ricerca del regalo perfetto ci ha pensato un'analisi di Ogury – piattaforma di mobile data che fornisce la più completa visione del comportamento degli utenti mobile a livello globale - che tra novembre e dicembre 2017 ha preso in considerazione oltre 500 mila utenti mobile e i loro spostamenti sui siti e le app più popolari nei "classici" settori da regalo: tecnologia, elettrodomestici, moda, libri e cesti di leccornie.

La top 5 del Natale italiano

Per quanto riguarda i visitatori unici nel periodo monitorato, tra tutti gli e-commerce presi in considerazione dallo studio di Ogury, è [E.price](#) a guadagnarsi il podio come migliore sito di vendita specializzata con il 27,1%. Dietro di lui [Unieuro](#) che guadagna il 24,8% di visitatori. Mentre [Zalando](#), il pionieristico e-commerce nel settore dell'abbigliamento, appare al terzo posto con il 23,5% di visitatori unici. Sembra quindi che sarà un Natale all'insegna della tecnologia quello che ci apprestiamo a vivere, non solo per le modalità con cui acquistiamo i regali, ma anche per i doni che troveremo sotto l'albero. Anche il quarto posto in classifica, infatti, è occupato da un e-commerce specializzato in tecnologia ed elettrodomestici, [Euronics](#), con il 15,7% di utenti.



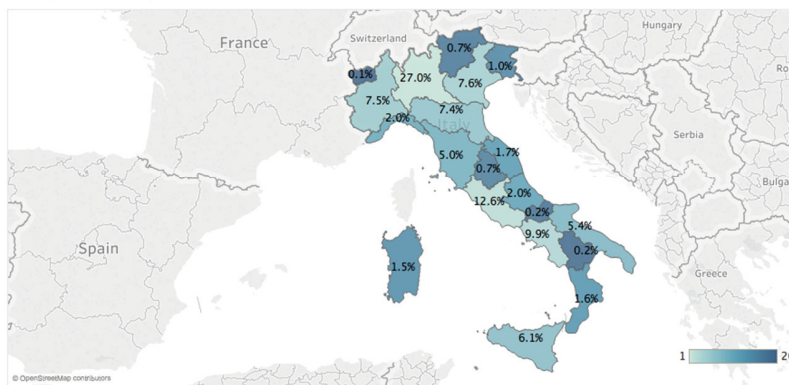
Un piccolo spazio però lo guadagnano anche i libri: è infatti [IBS](#) a chiudere la top 5 posizionandosi al quinto posto con il 12,1% di visitatori unici.

Rimangono fanalino di coda gli e-commerce di alimenti e vini; a quanto pare noi italiani per questo genere di regali preferiamo ancora affidarci ai nostri negozi di fiducia: perfino l'e-commerce di [Eataly](#) non guadagna più dell'1% degli utenti unici.

L'identikit dell'e-Christmas Shopper italiano

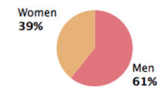
Ma chi sono gli italiani che comprano i regali di Natale da mobile? Quando si tratta di tecnologia gli uomini superano le donne, anche se di poco. Infatti, nei principali siti e app di questo settore la percentuale di utenti uomini si aggira intorno al 60-65% contro il 40%-35% di donne. Situazione

Competitive Map View

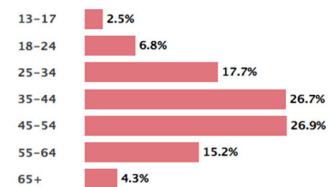


E.price

Gender



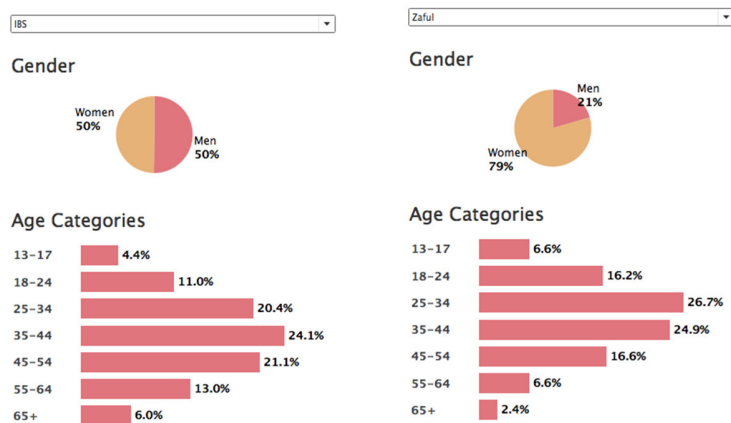
Age Categories



che si ribalta con i siti di abbigliamento, dove la percentuale di utenti donne è del 75% o più, eccezione fatta per Zalando, dove la percentuale di uomini sale a circa 40%, pareggiando quasi i conti.

Sul piano geografico, invece, è la Lombardia la regione dove risiede il maggior numero di "mobile e-Christmas shopper". La seguono in classifica il Lazio e la Campania, dove sembrano avere grande successo gli e-commerce di abbigliamento.

Anche l'età vuole la sua parte: dai dati di Ogury emerge che nella maggior parte dei casi gli utenti hanno tra i 45 e i 54 anni, fatta eccezione per alcuni e-commerce di abbigliamento come [Yoox](#), [Zalando](#), [Zara](#) e [H&M](#), dove gli utenti sono più giovani, con una fascia che si posiziona tra i 35 e i 44 anni. Anche app e siti di libri, come [IBS](#), [Feltrinelli](#) e [Libraccio](#), sembrano attrarre utenti più giovani, anche in questo caso la fascia di età è 35-44. Solo uno tra i numerosi e-commerce monitorati ha una maggioranza di utenti giovanissimi, (25-34); si tratta di [Zaful](#), specializzato in abbigliamento low cost.



L'analisi Ogury mostra quindi che, a differenza di quanto si tende a credere, non sono i millennial gli utilizzatori più frequenti degli e-commerce: c'è infatti una tendenza molto forte di generazioni "più vecchie" che hanno cambiato le loro abitudini di acquisto, spostandosi sempre di più verso il mondo degli acquisti via mobile.