

Comunicato stampa

Zurigo, 04.03.2019

Caratteri (spazi inclusi): 2'426

Il commercio online continua a crescere

Sette internauti svizzeri su dieci effettuano acquisti nei negozi online, vale a dire 4,4 milioni di persone con un'età minima di 14 anni. Gli acquisti online vengono effettuati con più frequenza nella categoria *Moda, abbigliamento e articoli sportivi*, ma le spese più significative riguardano la voce *Viaggi e voli*. Questo è ciò che emerge dalla ultime cifre dello studio NET-Metrix-Base 2018-2 sull'utilizzo di Internet in Svizzera, che pubblica per la quarta volta risultati sul tema degli acquisti online.

Le categorie chiave del commercio online

La categoria di prodotti *Moda, abbigliamento (incluse le calzature) e articoli sportivi* resta al primo posto relativamente agli acquisti online: 2,7 milioni di internauti svizzeri acquistano dei prodotti di questa categoria, il che rappresenta un incremento dell'11% in tre anni. Gli acquisti nelle categorie *Viaggi e voli* e *Biglietti per eventi e servizi promozionali* completano il quadro, rispettivamente con 2 milioni (+1%) e 1,8 milioni (+11%) di acquirenti online.

Tuttavia le spese più significative degli internauti svizzeri si registrano nelle categorie di prodotti *Viaggi e voli, Prodotti finanziari e assicurativi* e *Mobili, allestimenti e bricolage*. Il 56% delle persone che ha prenotato un viaggio o un volo su Internet ha speso più di 500 franchi nell'arco di un trimestre. Il 35% degli acquirenti di prodotti finanziari e assicurativi online e il 22% degli acquirenti di mobili, ristrutturazioni e bricolage su Internet ha analogamente speso più di 500 franchi per i rispettivi prodotti nel corso dello stesso periodo.

Comportamento d'acquisto specifico in base al sesso

Il commercio online ha successo per tutte le generazioni di internauti, pur diminuendo con l'età: l'83% degli internauti tra i 30 e 39 anni d'età effettua acquisti su Internet contro il 54% delle persone con almeno 60 anni di età.

Il numero di donne e uomini che effettuano acquisti online è simile, vale a dire all'incirca 2,2 milioni di persone per ognuno dei due sessi. Ma analizzando più in dettaglio le categorie di prodotti, gli uomini sono nettamente più numerosi delle donne per quanto riguarda gli acquisti di prodotti nel gruppo *Programmi (informatici), giochi e applicazioni*: 75% contro 25%. Nella categoria di prodotti *Cosmesi e sanità*, si verifica esattamente il contrario: con un rapporto di 7 a 3, le donne sono chiaramente sovrarappresentate.

Definizioni

Internauti	Persone che hanno utilizzato Internet nel corso degli ultimi 6 mesi al momento dell'inchiesta.
Negozi online	Negozi che distribuiscono le loro merci e/o servizi in Internet.
Acquirenti online	Utenti di Internet che effettuano acquisti di merci e/o servizi quando visitano dei negozi online.

Altre definizioni sono riportate nel nostro glossario alla pagina:

<https://www.net-metrix.ch/service/glossar>

Descrizione dell'indagine NET-Metrix-Base

Finalità dell'indagine	<ul style="list-style-type: none">• Fornisce i dati di base relativi al numero e alla composizione degli utenti di Internet.• Include dettagli socio-demografici, informazioni sui gruppi di utenti di Internet, luoghi e frequenza dell'utilizzo di Internet, nonché fruizione di siti web di diverso tipo, ecc.• Modulo tendenze a partire dall'edizione 2013-2 con variabili relative all'utilizzo di dispositivi mobili, servizi di streaming, social media, Online-Shopping e Online-Gaming.
Metodo di rilevazione	19'000 interviste condotte annualmente online e per telefono (CATI/CAWI). Popolazione: privati residenti in Svizzera e nel Liechtenstein con un'età minima di 14 anni.
Periodo della rilevazione	Continua
Pubblicazione	Due volte l'anno http://www.net-metrix.ch/produkte/net-metrix-base/publikation

NET-Metrix SA

La NET-Metrix SA è un'organizzazione di settore indipendente che si occupa principalmente di raccogliere informazioni sull'utilizzo di Internet in Svizzera e nel Liechtenstein. I dati rilevati nei campi del Traffic Measurement (utilizzo) e della User Research (utenti) consentono vari tipi di analisi sull'utilizzo di Internet e sul posizionamento dei singoli servizi sul web. I gestori di servizi Internet possono così avere una visione completa dell'utilizzo di Internet, mentre gli inserzionisti pubblicitari possono elaborare professionalmente i loro progetti sulla base di informazioni certe e indipendenti.

Contatti

Rocio Amarelle | Project Manager User Research | NET-Metrix SA | Bachmattstrasse 53 |
CH-8048 Zurigo | +41 (0) 43 311 79 33 | rocio.amarelle@net-metrix.ch | www.net-metrix.ch