



n.48 – 25 luglio 2014

FOCUS: Italia fanalino di coda per il Mobile Commerce in Europa

IN SINTESI

Secondo l'ultimo rapporto sull'adozione del Mobile Commerce da parte dei vendors partner dei propri portali internazionali, l'Italia si dimostra un Paese dal grande potenziale sul fronte della multicanalità ma caratterizzato dai consueti ritardi nei confronti delle altre imprese europee.

L'indagine - di Idealo, sito di comparazione prezzi - ha messo a confronto le soluzioni multicanale più diffuse per Mobile tra i siti e-Commerce europei, il totale degli investimenti in m-Commerce in Europa, le soluzioni scelte tra *responsive design* sito mobile, applicazioni mobili iOS o Android. In conclusione l'analisi fornisce alcune indicazioni su strategie collaudate in mercati più maturi per incentivare all'acquisto online la nuova generazione di utenti e consumatori mobili.

M-Commerce in Europa

Si preannuncia roseo il futuro per il Mobile Commerce, a fronte della sempre più rapida e crescente diffusione di smartphone e tablet, utilizzati soprattutto per navigare e acquistare su Internet. Solo in Italia, con l'adozione di strategie di vendita per Mobile, lo shopping da smartphone e tablet ha fatto registrare un incremento del +289% rispetto al 2013. Eppure l'Italia si posiziona ultima insieme alla Polonia nella classifica per compatibilità dei negozi online con i dispositivi mobili e solo il 50% degli shop italiani ha già investito nel Mobile (46% in Polonia), contro l'86% del Regno Unito che presenta l'offerta mobile più estesa e articolata, capace di generare il 40% del giro d'affari complessivo del Mobile Commerce europeo. A seguire c'è la Francia, con una media del 74% di shop online dotati di un sito compatibile con la navigazione su mobile o con una mobile App. È interessante notare come i tre principali Paesi in Europa per vendite online (Regno Unito, Germania, Francia) siano anche quelli più preparati ad affrontare la sfida della multicanalità integrata.



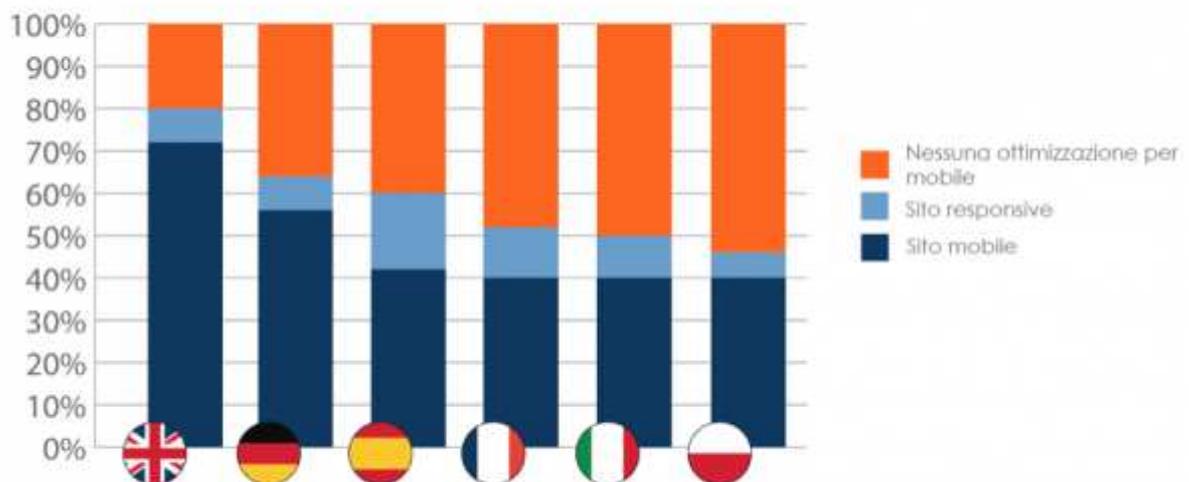
Quota percentuale dei migliori 50 negozi online presenti sulle singole piattaforme internazionali di Idealo con offerta shopping mobile (applicazione mobile e/o sito ottimizzato per mobile o responsive design)

idealo

Sito e-Commerce

La metà dei vendors italiani possiede un sito Mobile o un *design responsive*, peggio fa solo la Polonia con il 46%, però in Francia la percentuale sale al 52%, in Spagna al 60%, in Germania al 64%, nel Regno Unito all'80%. In generale, le imprese europee sembrano preferire, per l'82% dei casi, i siti ottimizzati per il Mobile, piuttosto che sui siti responsive.

Responsive design o sito mobile?
Percentuale negozi online a confronto in Europa*

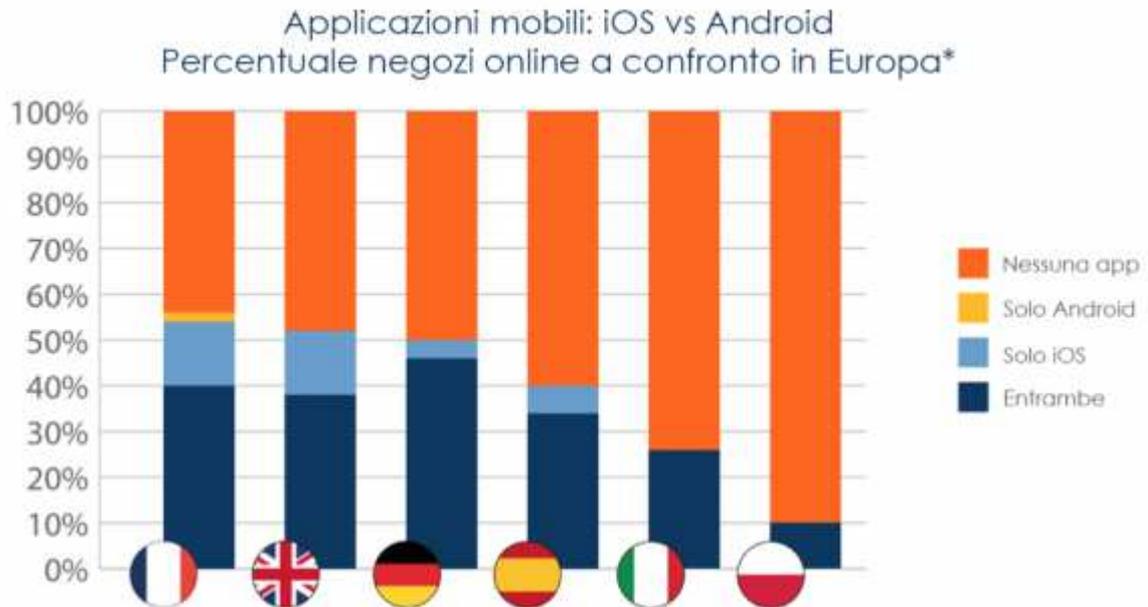


*Percentuale dei 50 migliori negozi attivi sulle piattaforme internazionali di Idealo dotati di sito responsive o ottimizzato per dispositivi mobili.

idealo

Applicazioni Mobile

Le imprese europee puntano più alla realizzazione di siti ottimizzati per smartphone e tablet che non allo sviluppo di mobile App, nonostante il loro forte potenziale di fidelizzazione. Questo in quasi tutti i Paesi, tranne la Francia dove il 56% dei vendors propone una mobile App, contro il 52% dei siti ottimizzati per i dispositivi mobili, a seguire ci sono il Regno Unito (52%) e la Germania (50%), la Spagna è sulla buona strada (40%), l'Italia (25%) e la Polonia (10%).



*Percentuale dei 50 migliori negozi attivi sulle piattaforme internazionali di idealo con app per lo shopping iOS e/o Android.

idealo

Tra i vendors che propongono mobile App, iOS predomina su Android, confermando il trend dei possessori di dispositivi iOS a spendere di più sul canale Mobile. Solo un vendor tra quelli considerati dall'analisi (francese) propone unicamente con una App Android, mentre i merchants italiani e polacchi o propongono sia App Android che iOS, oppure non ne propongono affatto.