



Il Focus

App e Browser mobile in crescita nell'e-Commerce

n. 50 del 22 agosto 2016

a cura di Studio Associato Bortolazzi & Borghesani partner BHR Group

BHR Group
Via Antonio Canova, 7
37050 – Oppeano (VR)

Telefono +39 045/8538155
Fax +39 045/7130963
eMail info@bhrgroup.net

Cresce il cosiddetto m-commerce: ecco quanto incidono app e browser mobile sulle esperienze di acquisto online.

Crescono i numeri dell'e-Commerce o meglio il mobile commerce (anche detto m-commerce) in Italia: sono 8,6 milioni di italiani che acquistano via mobile ogni mese e il fashion performa meglio dell'elettronica. Questo è quanto emerge dai dati dell'indagine comScore MobiLens e Mobile Advisor, che evidenziano un andamento analogo anche in Europa: anche qui cresce l'acquisto di beni e servizi via smartphone.

I prodotti maggiormente acquistati online nel primo trimestre 2016 sono stati:

- abbigliamento e accessori (oltre il 35% degli utenti);
- articoli di elettronica di consumo (33%);
- libri cartacei (28%);
- biglietti (24%);
- prodotti per la cura personale (19,8%);
- buoni regalo (17,4%);
- giocattoli e biglietti aerei (entrambi 12,3%);
- articoli per sport e fitness (11,5%);
- hotel al 10%.

Nel contesto europeo l'andamento è simile anche se con alcune differenze a livello di adozione dello smartphone nelle diverse nazioni, esaminando anche l'utilizzo di applicazioni e browser per compiere acquisti da mobile. Con una penetrazione dello smartphone pari al 68,7%, di poco inferiore agli altri Paesi EU5, l'Italia è il mercato con il tasso di crescita maggiore in assoluto (+13,4%) del numero di utenti possessori di smartphone rispetto al mese di aprile 2015. In Francia e Germania si registrano le percentuali di possessori di smartphone più elevate nei mercati EU5 (80% nel mese di aprile 2016).

I Mobile Shopper, nel Regno Unito sono stati oltre un terzo nel mese di aprile, seguiti dagli italiani. Da mobile gli acquisti avvengono principalmente da browser (60% nei mercati EU5) piuttosto che da app, nonostante l'utilizzo di applicazioni nel complesso costituisca la componente principale del consumo di contenuti da mobile. A registrare la più elevata incidenza di acquisti da app sono stati Regno Unito e Germania, con percentuali pari

ALICE NEEL

