

Cresce negli italiani la fiducia per gli acquisti via internet

Il commercio on line prende il volo

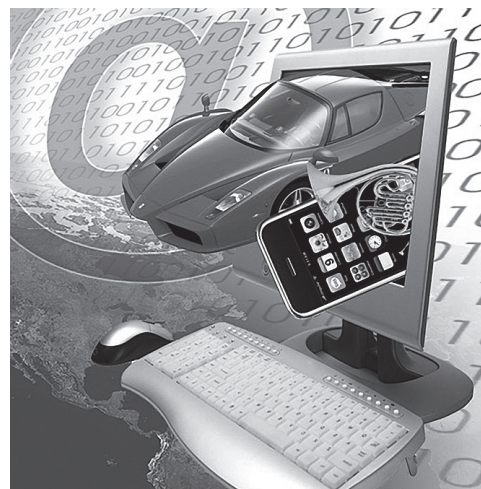
L'e-commerce non conosce crisi e tocca la quota di 6 miliardi di euro

di Luca Alessandri

Natale, tempo di regali. La crisi finanziaria dei cosiddetti subprime, scoppiata come un bubbone nell'estate del 2007, inizia a farsi sentire anche nell'economia reale e sull'Europa dei consumi soffia un vento gelido. Anche se Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, spiega che "nonostante l'aria di crisi e le evidenti difficoltà non ci sarà un crollo dei consumi", la sensazione generale è quella di un Natale e un capodanno all'insegna dell'austerità. Lo confermano sia un sondaggio commissionato dalla Confesercenti, secondo il quale il 65 per cento degli intervistati prevede di spendere meno dell'anno scorso, sia una ricerca del Censis che indica come, a causa della crisi, quasi il 40 per cento degli italiani è orientato a risparmiare maggiormente e un altro 29 per cento a tagliare i consumi. La stretta economica e la minor disponibilità di denaro spingono dunque alla ricerca affannata di sconti, offerte e promozioni, e in molti casi, l'acquisto di beni on line è visto come un'opportunità in più per conseguire un ulteriore risparmio. Se infatti il commercio "dal vivo" soffre, quello che sfrutta internet è invece in costante crescita e quest'anno si prevede che il suo fatturato, che si aggira intorno ai 6 miliardi di euro, metterà a segno un più 20 per cento rispetto allo scorso anno. Ma non è solo il prezzo a spingere verso

l'acquisto on line. Una ricerca realizzata da Netcomm, il consorzio dell'e-commerce italiano, ha evidenziato come tra i fattori chiave vi siano anche la comodità e la facilità con la quale è possibile trovare l'oggetto desiderato. All'interno dell'etichetta e-commerce si trovano tuttavia esperienze anche assai diverse fra loro, ciascuna con politiche e modalità di acquisto differenti, tanto che comprenderne il meccanismo non è sempre facile. **Accanto ai siti più tradizionali, strutturati più o meno come grandi vetrine, vi sono infatti** altre realtà assai interessanti. **www.ebay.it**, con quasi 900 milioni di pagine viste e 9 milioni di visitatori nella sola Italia (dati Nielsen Netratings) permette, per esempio, di partecipare a vere e proprie aste su oggetti nuovi o usati. Nata negli Stati Uniti nel 1995 e sviluppatasi in tutto il mondo a ritmi vertiginosi, la casa d'asta on line si è via via arricchita di funzionalità sempre più avanzate, quale per esempio il sistema dei cosiddetti *feedback*, piccoli commenti scambiati tra acquirenti e venditori al termine della transazione, visibili a chiunque e di fatto successivamente ineliminabili: il punteggio di feedback, ovvero la media tra i commenti positivi e quelli negativi, costituisce una vera e propria reputazione sulla quale è possibile basarsi prima di effettuare le offerte. In ogni momento, solo sul sito italiano si

trovano circa 2 milioni e mezzo di oggetti in vendita, il cui unico limite è la fantasia degli iscritti; su ebay è stata infatti venduta la moto con cui Valentino Rossi ha esordito nella classe 125, la maglia del centesimo gol in serie **A di Francesco Totti** ma anche una lampadina fulminata e una palla di neve del Texas del sud (a 70 euro). Se il meccanismo alla base di ebay è un meccanismo tradizionale, un sistema opposto caratterizza invece un particolare tipo di aste on line, nate nel 2006 in Svezia ed ora in rapida crescita anche nel nostro Paese. In questo caso vince colui che fa l'offerta più bassa, purché sia unica. Le offerte, che in questo tipo di aste hanno un costo, seppur piccolo, sono ovviamente segrete e vengono effettuate in un arco di tempo prestabilito, al termine del quale viene assegnato il premio. Tra i siti più frequentati ci sono **www.Bidplaza.it**, che conta più di 150 mila iscritti, e **www.you-bid.it**. Sul primo, per esempio, dal valore di 49 mila euro una Porsche Boxster è stata aggiudicata a 13,80 euro, un cellulare Nokia N95 per 0,60 euro, dal valore di 500 euro. I prezzi sembrano assolutamente irrisori, e viene da chiedersi dove traggano il loro guadagno i gestori del sito. La risposta è abbastanza semplice: per l'asta del Nokia, per esempio, sono state effettuate minimo



474 puntate (non sono infatti disponibili tutti i dati) a un costo di 2 euro l'una, per un totale di 948 euro; il gestore guadagna quindi su tutti gli iscritti che non hanno vinto il premio.

Ancora diversa è la modalità di vendita dei cosiddetti outlet on line, anch'essi importati dall'estero. Il primo ha aperto in Francia nel 2006. Si configurano come veri e propri club esclusivi dove è possibile registrarsi solo su invito delle aziende partner o di una persona già iscritta. Una volta entrati a far parte della comunità si viene regolarmente avvisati via e-mail della messa in vendita, di solito per pochi giorni, di prodotti di grandi marche con uno sconto che oscilla tra il 40 e il 60 per cento. In alcuni periodi dell'anno (le feste natalizie sono fra questi) l'invito è automaticamente emesso dallo stesso sito

all'atto della registrazione. Tra gli altri è possibile citare **www.born4shop.com** che, con circa 500 mila iscritti a metà 2008, in poco meno di due anni di attività e filiali aperte in Francia, Svizzera e Canada, è probabilmente una delle realtà più grandi; ma vi sono anche **www.saldiprivati.com** e **it.buyvip.com**. Quest'ultimo è presente anche in Germania, Austria, Spagna e Portogallo.

Vanno infine citati alcuni grandi portali quali **www.kelkoo.it**, **www.ciao.it** e **www.**

buycentral.it, che si occupano principalmente di confrontare prodotti e prezzi di migliaia di negozi on line. Cercando il prodotto desiderato, questi grossi motori di ricerca sono infatti in grado di segnalare agli utenti gli esercizi commerciali nei quali il bene è presente e, soprattutto, a quale prezzo.

Su Ciao, una delle aziende leader recentemente acquisita da Microsoft, per gli utenti registrati è anche possibile lasciare un commento sul prodotto, in maniera da orientare le scelte dei futuri possibili acquirenti.

Ricordiamo infine che per gli acquisti a distanza, ovvero tutti quelli effettuati al di fuori dei locali commerciali, esiste il diritto di recesso che prevede la possibilità di restituire la merce entro dieci giorni dalla data di ricevimento della stessa, fatte salve le spese di spedizione.