

2021

**Il report annuale di idealo
sull'e-commerce italiano**

idealo



Introduzione

Anche quest'anno, idealo ha analizzato il comportamento d'acquisto online degli italiani che utilizzano regolarmente la comparazione prezzi. I dati del nostro portale, leader in Europa, comprendono le statistiche sui prodotti più desiderati online, interessanti indicazioni sui profili demografici degli utenti in materia di abitudini d'acquisto digitale e tutte le novità legate ai fenomeni digitali di massa degli ultimi anni.

Secondo il report Digital in 2021 di *We are social e Hootsuite*, gli italiani digitalizzati sono 50,5 milioni, ovvero l'**83,7%** della popolazione. Quali sono le esigenze e i desideri che spingono gli italiani ad acquistare online? Quali sono, in particolare, i fattori che spingono il consumatore a utilizzare la comparazione prezzi?

Il white paper di idealo consente di rispondere a questi e a molti altri interrogativi, mettendo a disposizione di giornalisti e addetti ai lavori un quadro completo e aggiornato di ciò che è attualmente, in Italia, il commercio elettronico.

I dati analizzati derivano dalle intenzioni di acquisto di circa 72 milioni di visite Web mensili (dati SimilarWeb per il periodo compreso tra settembre 2020 e febbraio 2021), registrate sui sei portali nazionali di idealo (Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria), e da due sondaggi commissionati da idealo nel giugno 2020 e nel febbraio 2021 a Kantar – uno dei principali fornitori mondiali di soluzioni relative al campionamento e alle ricerche di mercato.

Le indagini demografiche hanno coinvolto ogni volta oltre 1500 consumatori digitali italiani, il campione oggetto di studio è rappresentativo unicamente della popolazione attiva sul web ed è stratificato in base alle variabili demografiche: età, genere, livello di istruzione e regione.

La ricerca di idealo: l'e-commerce in Italia

Nel corso degli ultimi anni, il white paper di idealo è diventato una pubblicazione molto attesa dagli addetti ai lavori e dai consumatori online perché fornisce una panoramica completa e neutrale degli utenti digitali italiani.

Il 2020, l'anno della pandemia di COVID-19, è sicuramente stato un anno storico per l'e-commerce italiano, caratterizzato da un marcato passaggio dall'offline all'online da parte dei consumatori e delle imprese italiane.

A causa del lockdown, target finora poco affini al commercio elettronico, per esempio gli over-65, si sono affacciati per la prima volta al mondo dello shopping online. D'altra parte, coloro che erano esperti acquirenti online già prima della pandemia hanno addirittura aumentato i loro acquisti in rete.

A trarne vantaggio sono state quasi tutte le categorie merceologiche. In particolare, categorie fino a ora poco sviluppate online, come quelle a tema Mangiare & Bere o Salute & Bellezza, hanno visto un considerevole aumento di interesse da parte dei consumatori online italiani.



Filippo Dattola
Country Manager di idealo per l'Italia

Quello della pandemia di COVID-19 è stato anche l'anno in cui tante piccole e medie realtà si sono affacciate all'e-commerce per la prima volta. Il nostro white paper intende anche essere un supporto proprio per queste ultime, con approfondimenti di mercato necessari per costruire un e-commerce di successo.

Infine, anche quest'anno abbiamo inserito nel nostro white paper diversi confronti con Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria, gli altri paesi europei in cui è presente idealo. Tra i numerosi temi trattati, è sicuramente opportuno segnalare i capitoli dedicati alla ricerca del miglior prezzo e ad alcune dinamiche oggetto di dettagliate analisi, come per esempio il dynamic pricing per mese, giorno o momento della giornata.

Ringrazio il nostro partner Kantar e vi auguro una buona lettura.


Indice

Introduzione	2
La ricerca di ideale: l'e-commerce in Italia	3
L'85% degli e-shopper acquista online almeno una volta al mese	6
Le principali categorie dell'e-commerce italiano	9
La comparazione prezzi durante la pandemia di COVID-19	11
Il ritratto del consumatore digitale italiano e di quello europeo	17
In Italia lo shopping online è sempre più mobile	20
Over-65: in crescita le ricerche online	23
Mobile vs Desktop in Italia	25
I consumatori digitali si affidano a recensioni online e test	27
La comparazione prezzi fa risparmiare	29
Il ruolo della stagionalità negli acquisti online	32

Il prezzo ideale viene scelto dagli utenti	36
I prodotti più desiderati in Italia	40
E-commerce in Italia: le differenze tra le varie regioni	45
Le migliori offerte arrivano anche dagli e-shop italiani	52
Il Black Friday è diventato un Black Month	57
Gli smartphone preferiti dagli italiani	64
Il prezzo dinamico per mese, giorno e fascia oraria	69
Cross Border Trade - Il commercio transfrontaliero	78
Non c'è e-Commerce senza social media	80
Conclusioni e previsioni per il futuro	83
Metodologia	84
Autori & Contatti & Ringraziamenti	85
A proposito di idealeo	86



L'85% degli e-shopper acquista online almeno una volta al mese



5 su 6
acquistano
online almeno
una volta al
mese

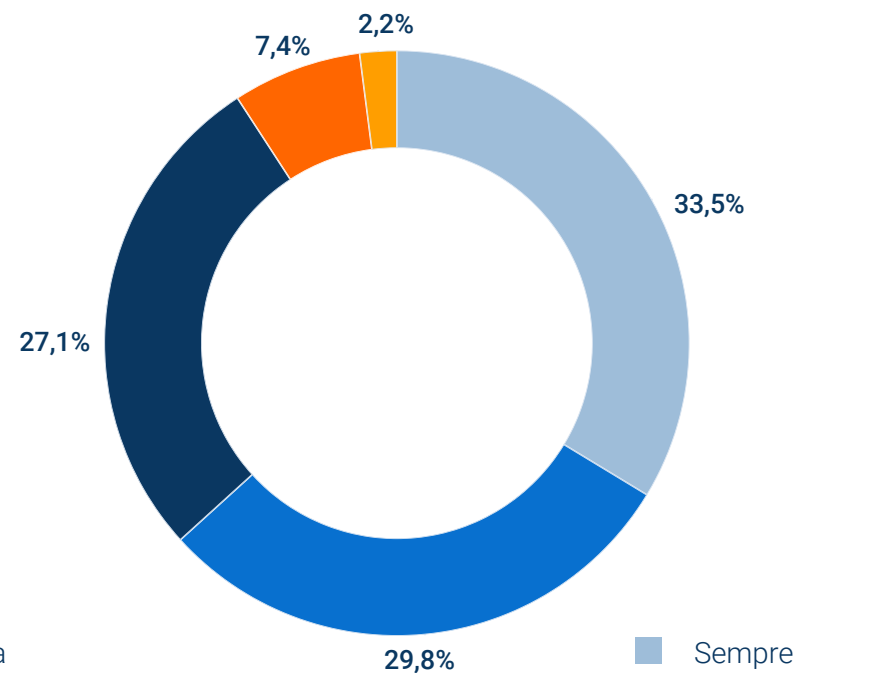
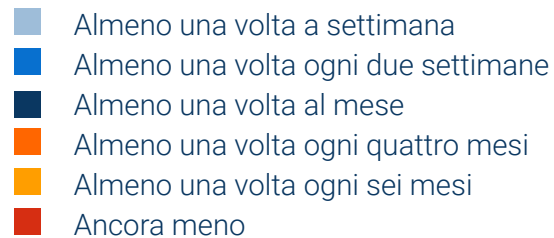
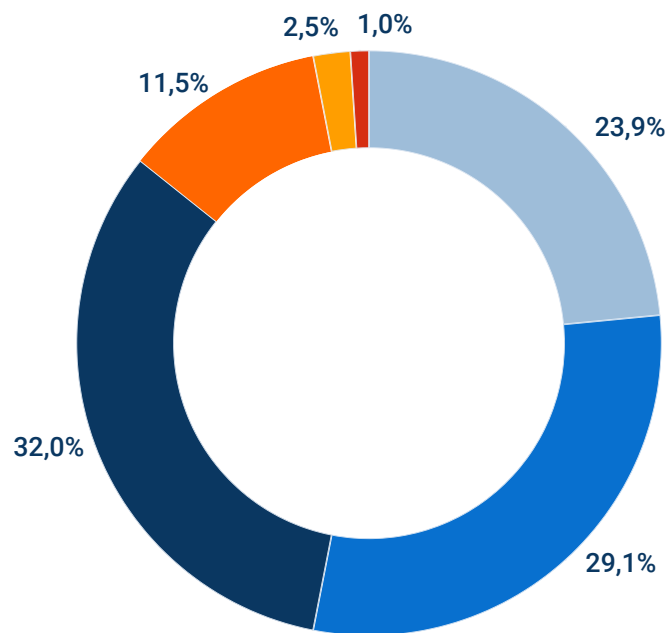
In base a un sondaggio effettuato nel marzo 2021, l'**85%** degli acquirenti digitali italiani effettua, in media, almeno un acquisto online al mese, un valore più alto di 5 punti percentuali rispetto a quello di un sondaggio analogo commissionato da Idealo nel 2020. Grazie ai dati di questa nuova ricerca, è possibile stimare la frequenza e la tipologia degli acquisti effettuati sul web dai consumatori, che possono essere divisi in:

- intensivi (23,9%, almeno una volta a settimana);
- abituali (61,1%, almeno una volta al mese);
- sporadici (15,0%, una volta ogni trimestre o meno).

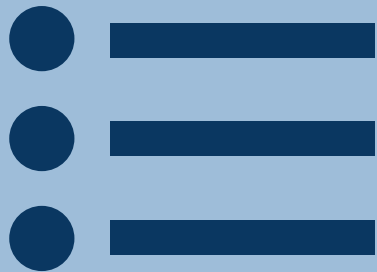
Il mercato digitale italiano è chiaramente dominato dagli acquirenti abituali: 5 su 6 acquistano online almeno una volta al mese, se non di più. Inoltre, in base a un sondaggio simile commissionato a giugno 2020, le ragioni di utilizzo della comparazione prezzi sono molteplici:

- Comparare i prezzi (39,0%)
- Raccogliere informazioni su un prodotto specifico (14,5%)
- Leggere le opinioni degli utenti (14,2%)
- Comparare i prodotti (13,9%)
- Comparare opzioni e tempi di consegna (12,3%)
- Ottenere una panoramica sui prodotti di una categoria specifica (12,2%)
- Ottenere una panoramica sui negozi che vendono un prodotto specifico (10,2%)
- Confrontare le offerte di negozi fisici con quelle online (9,7%)
- Leggere le opinioni di esperti (8,9%)
- Osservare l'andamento dei prezzi (8,6%)
- Comparare opzioni di pagamento (7,1%)
- Leggere i risultati dei test (5,5%)

Frequenza dello shopping online e dell'uso della comparazione prezzi



Da un'indagine demografica condotta da Kantar per conto di idealo nel marzo 2021.



Le principali categorie dell'e-commerce italiano

Sempre in base al sondaggio del giugno 2020, Elettronica, Moda & Accessori e Prodotti per la Bellezza & Profumi sono le tipologie di prodotto più acquistate online dagli Italiani. A seguire troviamo Scarpe & Sneakers, Giocattoli & Gaming e Medicine & Prodotti per la salute.

- Elettronica (54,6%)
- Moda & Accessori (42,7%)
- Prodotti per la Bellezza & Profumi (32,0%)
- Scarpe & Sneakers (30,2%)
- Giocattoli & Gaming (26,8%)
- Medicine & Prodotti per la salute (21,6%)
- Mangiare & Bere (20,4%)
- Sports & Outdoor (19,6%)
- Prodotti per animali (19,1%)
- Arredamento & Giardino (18,6%)
- Bambini & Neonati (10,1%)
- Auto & Moto (7,9%)
- Sessualità & Prodotti erotici (5,3%)
- Altro (13,1%)

Allo stesso modo, il sondaggio ci fornisce una precisa fotografia delle categorie per cui gli italiani utilizzano maggiormente la comparazione prezzi.

- Elettronica (66,5%)
- Moda & Accessori (46,2%)

- Scarpe & Sneakers (45,0%)
- Prodotti per la Bellezza & Profumi (33,7%)
- Giocattoli & Gaming (29,0%)
- Sports & Outdoor (28,1%)
- Arredamento & Giardino (26,5%)
- Medicine & Prodotti per la salute (21,4%)
- Mangiare & Bere (21,4%)
- Prodotti per animali (20,7%)
- Auto & Moto (18,8%)
- Bambini & Neonati (10,6%)
- Sessualità & Prodotti erotici (5,8%)
- Altro (4,6%)

Questi dati sono paragonabili all'andamento delle intenzioni di acquisto (score da 0 a 100) registrate sul portale italiano di ideale nel 2020:

- Elettronica (100,0)
- Moda & Accessori (44,9)
- Arredamento & Giardino (37,8)
- Sport & Outdoor (28,2)
- Salute, Bellezza & Drogheria (27,9)
- Bambini & Neonati (17,3)
- Auto & Moto (16,7)
- Giocattoli & Gaming (15,0)
- Mangiare & Bere (3,8)
- Prodotti per animali (1,5)



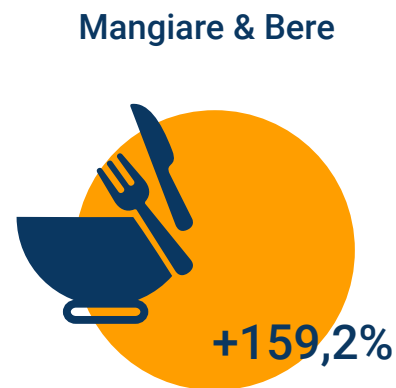
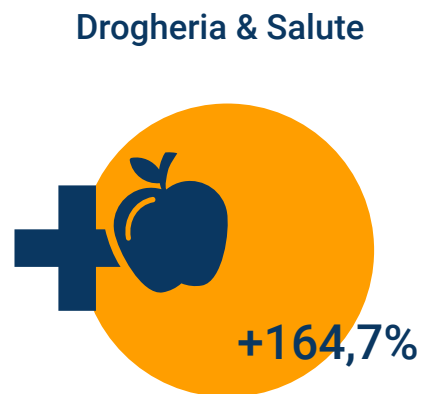
La comparazione prezzi durante la pandemia di COVID-19

Il 2020 è stato un anno molto particolare a causa della pandemia di COVID-19 che ha stravolto, tra le tante, anche le nostre abitudini digitali e di acquisto online. Molto interessanti, per questo motivo, sono i dati relativi alla crescita dell'interesse online per alcune categorie sul portale italiano di idealo rispetto al 2019.

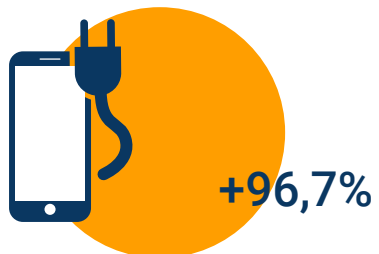
- Arredamento & Giardino (+190,5%)
- Drogheria & Salute (+164,7%)

- Mangiare & Bere (+159,2%)
- Prodotti per animali (+116,5%)
- Elettronica (+96,7%)
- Sport & Outdoor (+96,3%)
- Bambini & Neonati (+91,5%)
- Giocattoli & Gaming (+88,7%)
- Auto & Moto (+83,6%)
- Salute & Bellezza (+80,8%)
- Moda & Accessori (+72,7%)

L'e-commerce in Italia nel 2020 – Le macrocategorie con la maggiore crescita di interesse online



Electronica



Sport & Outdoor



Bambini & Neonati



Giocattoli & Gaming



Auto & Moto



Salute & Bellezza



Moda & Accessori



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto sul proprio portale italiano. Periodo: 2020 vs 2019.

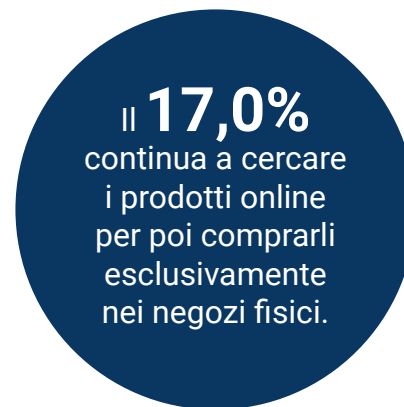
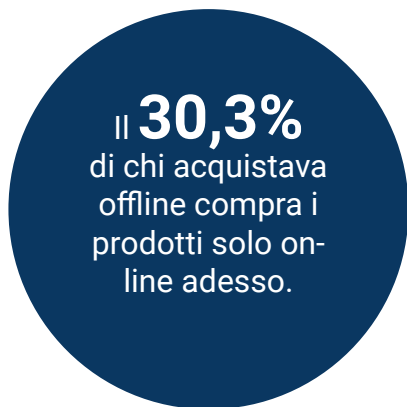
In base al sondaggio commissionato da idealo a febbraio 2021, è stato possibile rilevare che l'**86,7%** degli intervistati ha fatto una o più ricerche online sui prodotti prima di comprarli in un negozio fisico. In particolare, gli utenti hanno confrontato i prezzi per le seguenti tipologie di prodotto:

- Elettronica (64,3%)
- Scarpe & Sneakers (41,3%)
- Moda & Accessori (40,9%)
- Prodotti per la Bellezza & Profumi (31,8%)
- Giocattoli & Gaming (25,6%)
- Arredamento & Giardino (25,1%)

- Sports & Outdoor (24,8%)
- Medicine & Prodotti per la salute (20,7%)
- Mangiare & Bere (18,1%)
- Prodotti per animali (17,8%)
- Auto & Moto (17,1%)
- Bambini & Neonati (9,9%)
- Sessualità & Prodotti erotici (5,0%)
- Altro (2,3%)

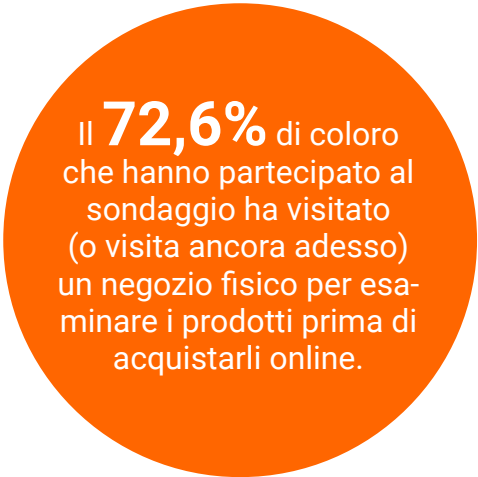
Tuttavia, questo comportamento è cambiato da quando è iniziata la pandemia di COVID-19, come descritto nella seguente infografica.

COVID-19 e il cambiamento delle abitudini di acquisto



All'opposto, dalla ricerca è anche emerso che il **72,6%** di coloro che hanno partecipato al sondaggio ha visitato (o visita ancora adesso) un negozio fisico per esaminare i prodotti prima di acquistarli online. In particolare, questa abitudine di acquisto è riconducibile alle seguenti categorie dell'e-commerce:

- Elettronica (52,9%)
- Scarpe & Sneakers (45,3%)
- Moda & Accessori (38,0%)
- Prodotti per la Bellezza & Profumi (21,0%)
- Sports & Outdoor (20,4%)
- Giocattoli & Gaming (19,4%)
- Arredamento & Giardino (18,4%)
- Prodotti per animali (10,5%)
- Mangiare & Bere (10,3%)
- Medicine & Prodotti per la salute (9,7%)
- Auto & Moto (9,1%)
- Bambini & Neonati (8,3%)
- Sessualità & Prodotti erotici (3,9%)
- Altro (1,6%)



Il **72,6%** di coloro che hanno partecipato al sondaggio ha visitato (o visita ancora adesso) un negozio fisico per esaminare i prodotti prima di acquistarli online.

Anche in questo caso, gli effetti della pandemia hanno cambiato, almeno in parte, il comportamento dei consumatori online. Tra coloro che visitavano i negozi fisici prima di acquistare online, a un anno dall'inizio delle restrizioni il **25,8%** ha dichiarato di comprare direttamente online, senza sfruttare la vetrina offerta dagli store fisici. Il **56,1%** ha invece ridotto questa abitudine mentre il **18,1%** continua a provare i prodotti nel mondo "reale" prima di acquistarli online.

Infine, la pandemia di COVID-19 ha spinto il **59,0%** degli Italiani a comprare di più online rispetto a prima. Il **37,3%** del campione ha continuato con lo stesso ritmo di prima mentre solo il **3,7%** ha acquistato di meno tramite il commercio elettronico. In particolare, le categorie per le quali adesso si acquista di più online sono state le seguenti:

- Elettronica (46,8%)
- Moda e accessori (44,7%)
- Scarpe e sneakers (35,6%)
- Cosmetici e profumi (29,5%)
- Cibo e bevande (25,3%)
- Giocattoli e gaming (22,1%)
- Salute e farmaci da banco (21,2%)
- Casa e giardino (18,7%)
- Prodotti per animali (15,8%)
- Auto e moto (5,1%)
- Articoli erotici (3,3%)
- Altro (3,6%)

Di pari passo, nel **61,0%** dei casi anche l'utilizzo della comparazione prezzi è aumentato. Inoltre, il **52,8%** degli intervistati ha dichiarato di aver comprato prodotti online che in passato erano stati acquistati raramente o mai.

Una percentuale molto consistente, vale a dire il **16,3%**, ha anche fatto un acquisto online per la prima volta. Per quanto riguarda il 2021, il **34,5%** degli utenti comprerà online ancora di più rispetto al 2020 mentre il 58,4% allo stesso modo. Solo il **7,0%** prevede di ridurre gli acquisti tramite e-commerce.

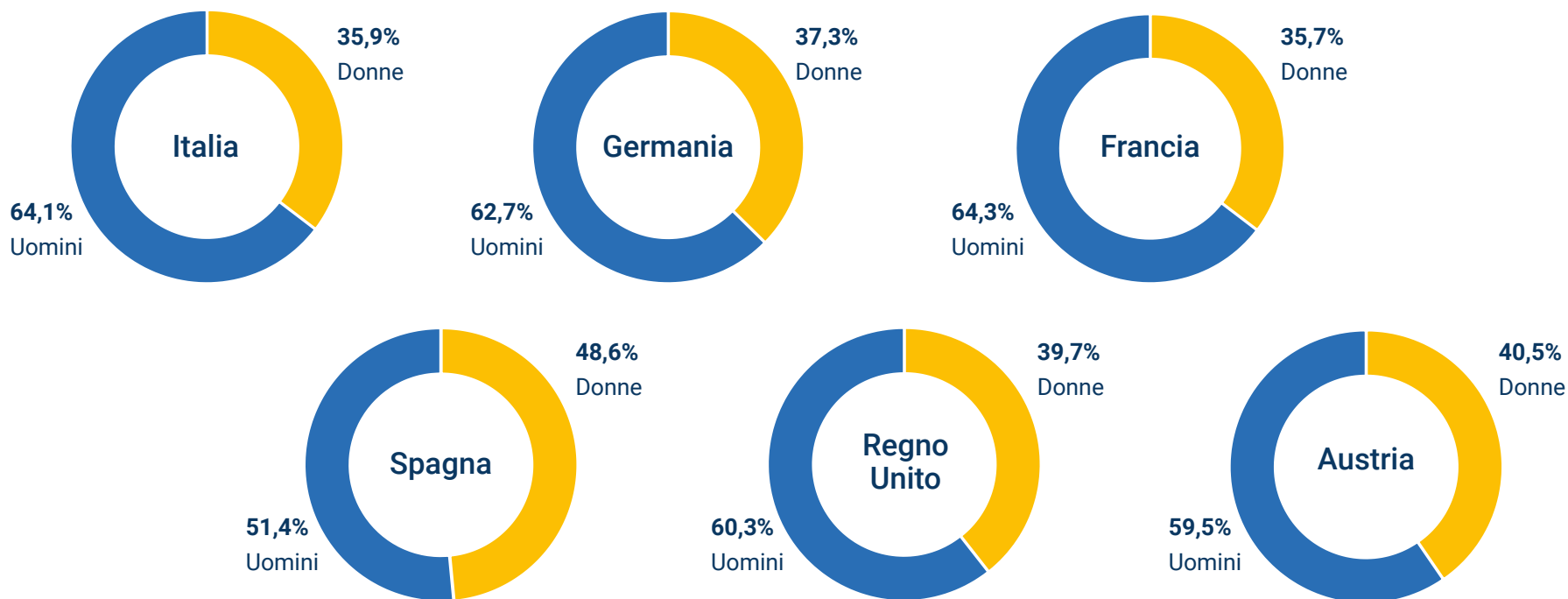


Il ritratto del consumatore digitale italiano e di quello europeo

L'analisi dei dati demografici, delle preferenze e delle abitudini di comparazione online, ci consente di creare il profilo demografico del consumatore digitale nei sei paesi in cui è presente idealo.

In tutti i paesi, la maggior parte delle ricerche online è effettuata da uomini. Per quanto riguarda l'Italia, il loro peso è pari al **64,1%** mentre quello delle donne si attesta al **35,9%**.

Intenzioni di acquisto online (per genere) in Italia ed Europa

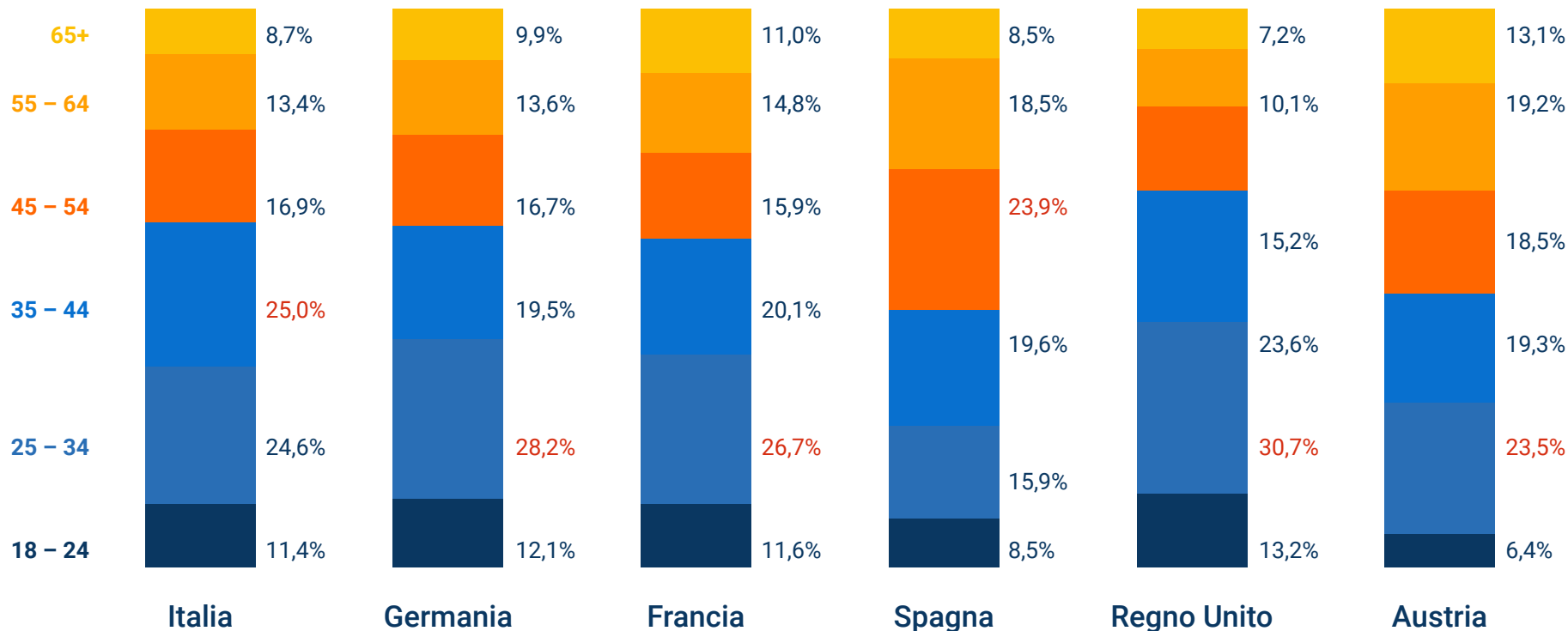


idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online in base al genere sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi. Periodo: 2020. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

Un altro aspetto interessante è quello relativo alle fasce d'età. Nel nostro paese, i consumatori tra i 35 e i 44 anni sono quelli

predominanti e rappresentano il **25,0%** del totale, seguiti dai 25-34enni (**24,6%**) e dai 45-54enni (**16,9%**).

Intenzioni di acquisto online (per fasce d'età) in Italia ed Europa



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online in base alle fasce d'età sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi. Periodo: 2020. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

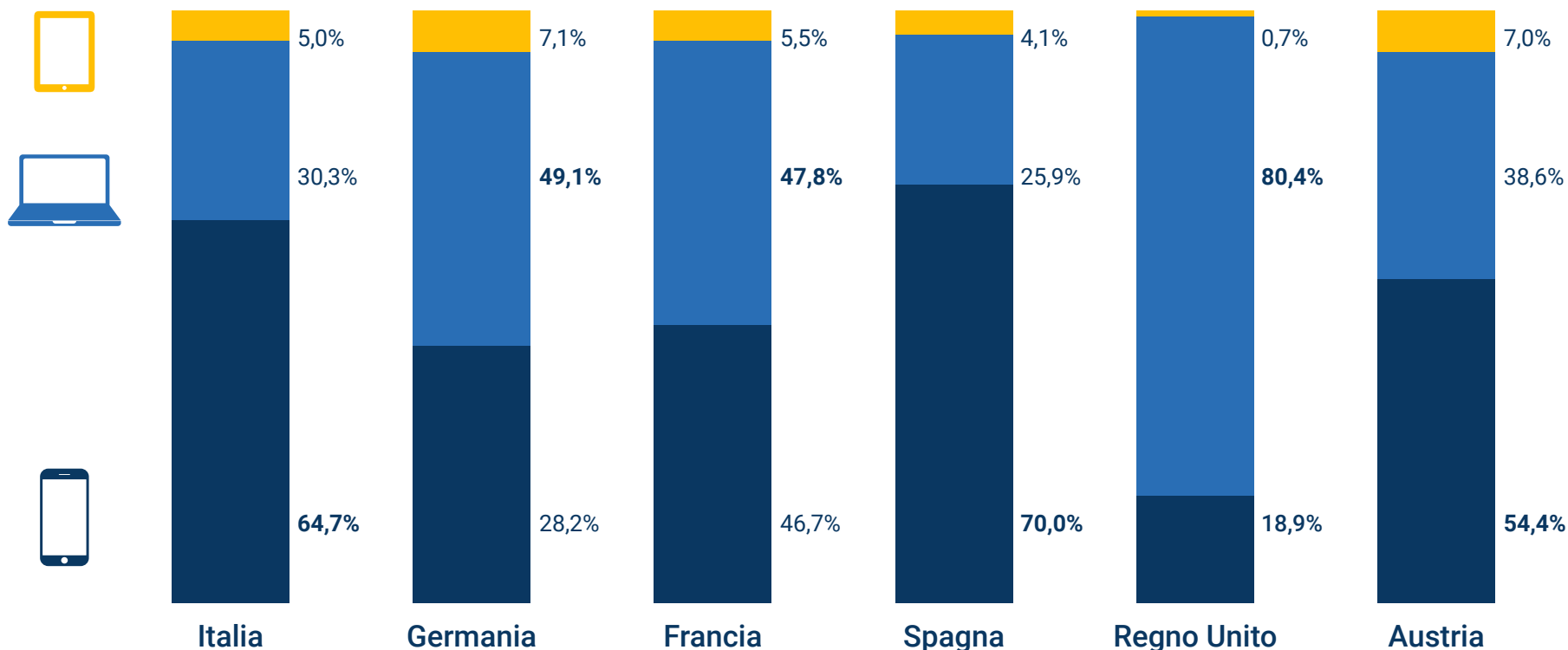


In Italia lo shopping online è sempre più mobile

Due consumatori italiani su tre utilizzano lo smartphone per lo shopping online e per la comparazione prezzi. In particolare, ecco i dati ricavati dalle intenzioni di acquisto sul portale italiano di

idealo: **64,7%** da smartphone, **30,3%** da PC o laptop e **5,0%** da tablet. Chi si connette in mobilità preferisce un dispositivo Android nel **77,3%** dei casi mentre iOS si attesta sul **22,7%**.

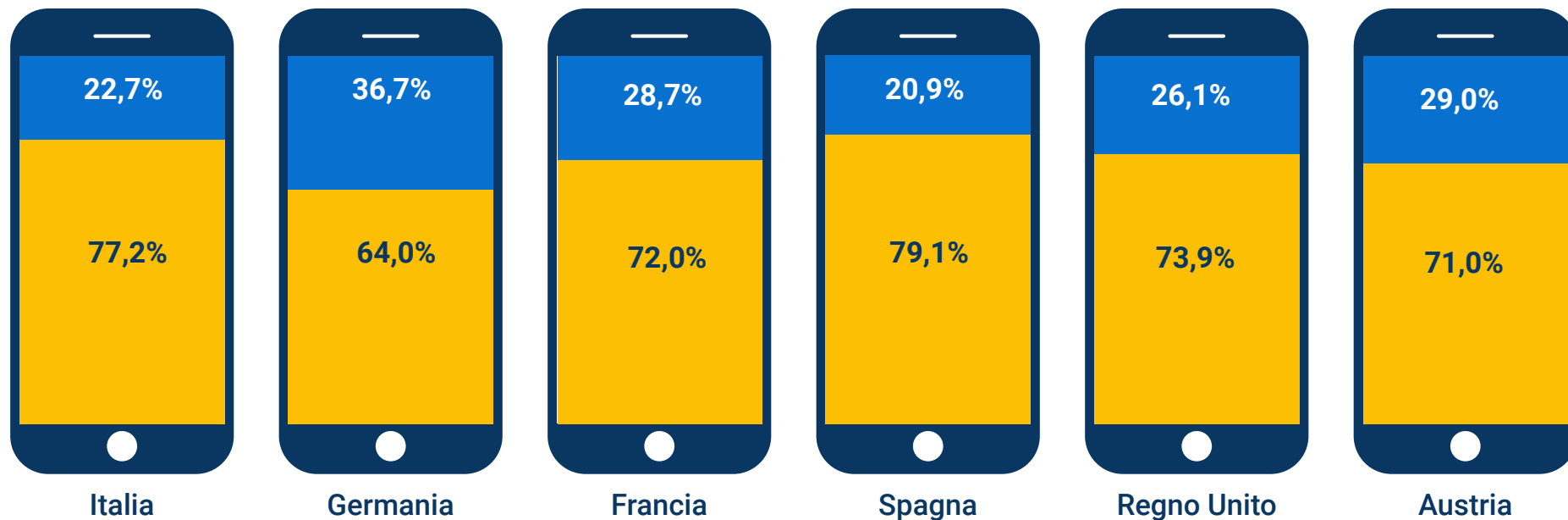
Intenzioni di acquisto online (per dispositivo di utilizzo) in Italia ed Europa



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online in base al dispositivo di utilizzo sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi.

Periodo: 2020. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.

Intenzioni di acquisto online via mobile (per sistema operativo) in Italia ed Europa



■ Android ■ iOS

idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online via mobile (in base al sistema operativo) sul proprio portale internazionale di comparazione prezzi.
Periodo: 2020. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria.



Over-65: in crescita le ricerche online

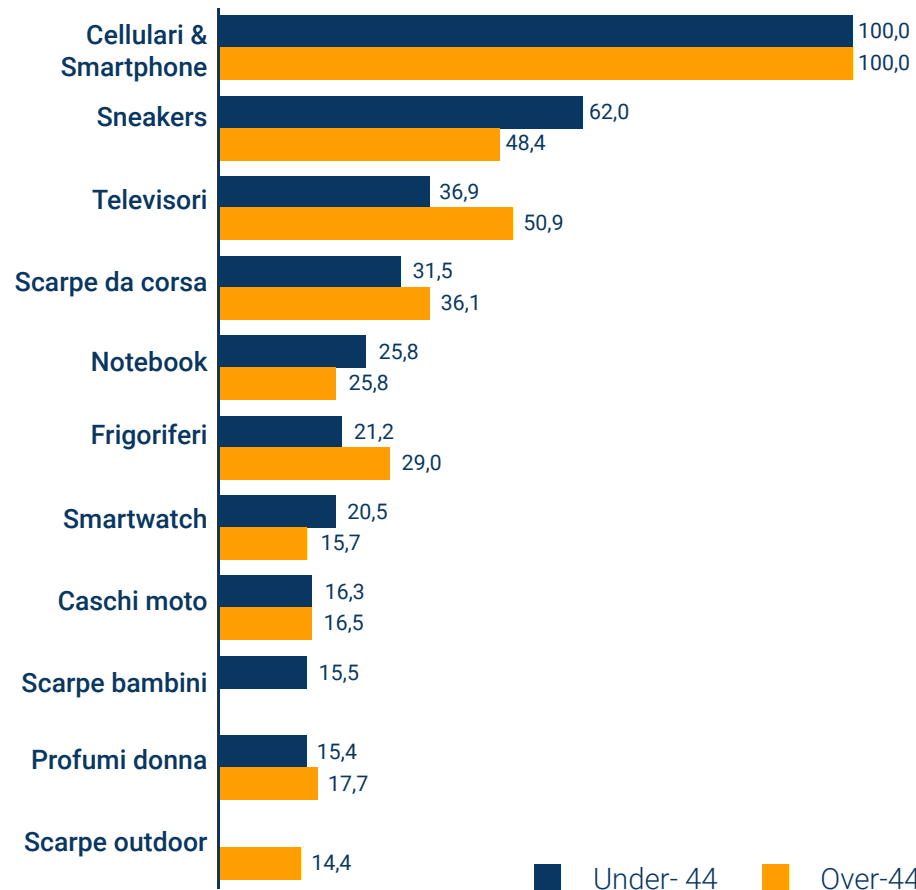
Gli over-65, pur non essendo nativi digitali e rappresentando la percentuale minore (l'**8,7%** di tutti i visitatori di idealo Italia), hanno comunque, nel 2020, comparato i prezzi in media ogni giorno per il **+68,8%** in più rispetto all'anno precedente.

L'avvicinamento al mondo dell'e-commerce da parte degli over-65 nel corso del 2020 è stato anche incentivato dalla necessità di superare l'isolamento fisico e sociale dovuto alla pandemia, inducendoli a riscoprire le nuove tecnologie e favorendone l'inclusione digitale.

Un andamento simile è stato registrato anche per le altre fasce d'età, con un vero e proprio boom nella fascia d'età 18 – 24:

- 18 – 24 (+142,8%)
- 25 – 34 (+77,6%)
- 35 – 44 (+47,6%)
- 45 – 54 (+16,4%)
- 55 – 64 (+62,9%)
- 65+ (+68,8%)

Le top-categorie in Italia in base alle fasce d'età



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto online in base alle fasce d'età (score da 0 a 100) sul proprio portale italiano di comparazione prezzi. Periodo: 2020.



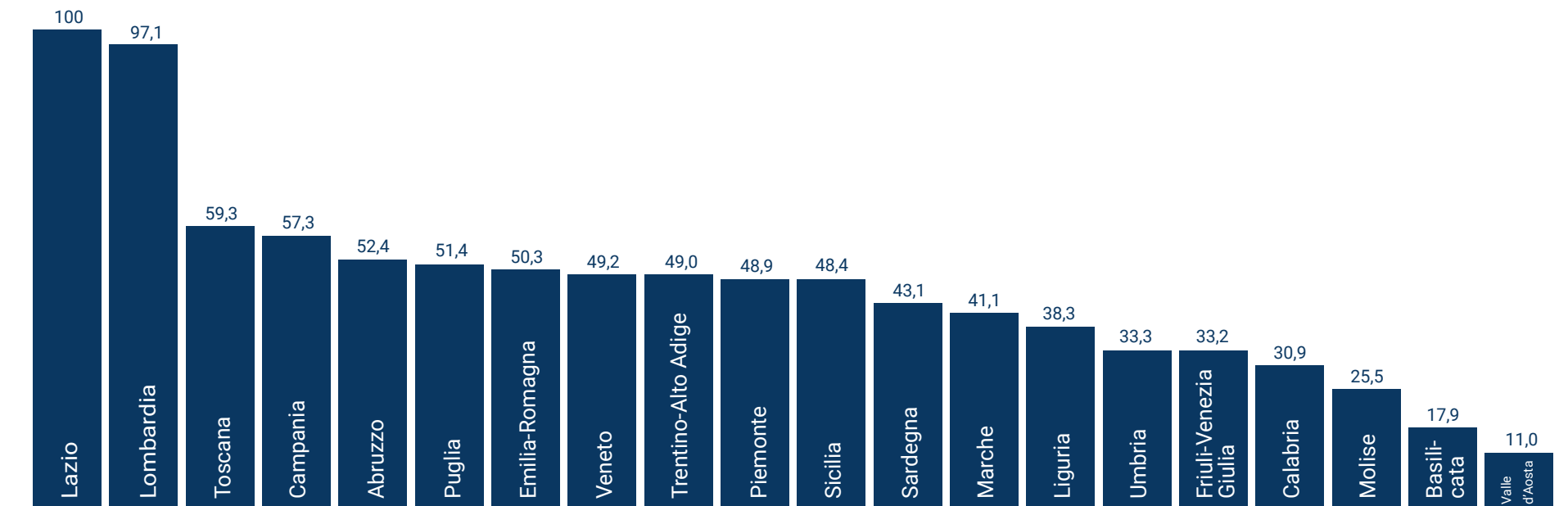
Mobile vs Desktop in Italia

Quali sono le regioni in cui si comparano i prezzi soprattutto da mobile? Quali, invece, preferiscono ancora il desktop? Ecco la quota di traffico mobile sul portale italiano di idealo nel 2020.

Gli utenti che visitano il portale italiano di idealo da desktop sono disposti a spendere sino al **2,8%** in più rispetto a chi naviga da mobile.

Secondo idealo, infatti, il costo minimo totale nell'arco del 2020 dei dieci prodotti più desiderati da mobile ammonterebbe a **2183,47 euro**, mentre quello dei dieci prodotti più ricercati da desktop ammonterebbe a **2245,51 euro**.

Intenzioni di acquisto via mobile in Italia – fasce d'età



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto via mobile ogni 100mila abitanti (score da 0 a 100) a livello regionale sul proprio portale italiano nel corso del 2020.



I consumatori digitali si affidano a recensioni online e test

Shopping online e comparazione prezzi: il comportamento degli utenti



Il **95%** legge spesso test o guide all'acquisto.



Il **68%** è disponibile ad acquistare presso un negozio online meno noto se è possibile risparmiare.



Il **92%** legge spesso recensioni e opinioni di altri utenti.



Il **68%** è più propenso ad acquistare un prodotto se è disponibile la consegna presso un punto di ritiro.

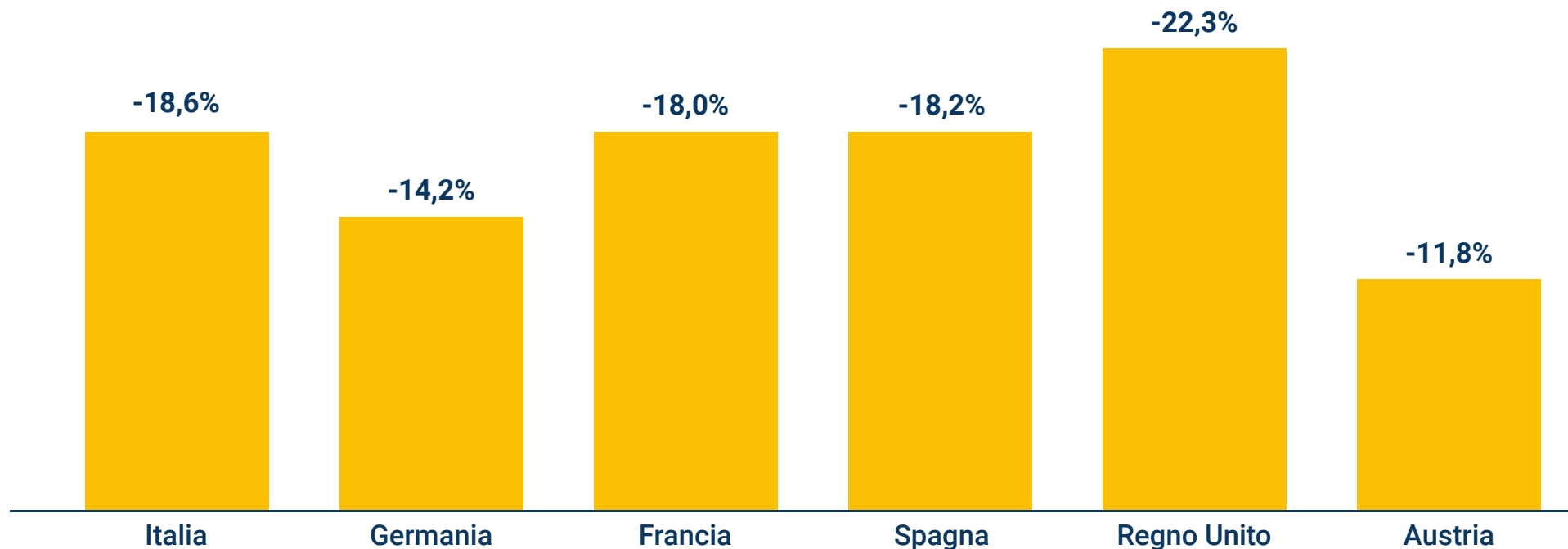


La comparazione prezzi fa risparmiare

Grazie al monitoraggio dell'andamento del prezzo di ogni prodotto presente su idealeo è stato possibile stimare le fluttuazioni per le categorie con il maggior numero di intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealeo nel 2020.

In particolare, per ogni categoria sono stati presi in considerazione i prezzi medi mensili ed è stato calcolato il risparmio massimo medio nell'arco di un anno. I risultati di questa analisi sono poi stati estesi anche agli altri paesi europei, sempre per le stesse categorie:

In quale paese fluttuano di più i prezzi?



idealo ha calcolato la fluttuazione media dei prezzi nell'arco di un anno per le seguenti categorie sui propri portali nazionali: Cellulari e Smartphone, Sneakers, Televisioni, Smartwatch, Scarpe da corsa, Console di gioco, Notebook, Tablet, Cuffie, Frigoriferi, Scarpe bambini, Profumi donna, Aspirapolvere, Caschi moto, Disinfettanti, Giochi PS4, Pneumatici estivi, Avvitatori. Periodo: 2020. Paesi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria

In particolare, i risparmi massimi medi nell'arco di un anno (ovvero le fluttuazioni massime dei prezzi) per le top-categorie del portale italiano di idealo nel 2020 sono stati i seguenti:

- Disinfettanti (-49,7%)
- Tablet (-40,4%)
- Stampanti multifunzione (-32,2%)
- Notebook (-21,7%)
- Televisori (-21,5%)
- Aspirapolvere (-21,3%)
- Smartwatch (-18,5%)
- Console di gioco (-16,8%)
- Frigoriferi (-16,4%)
- Avvitatori (-14,8%)
- Caschi moto (-14,3%)
- Giochi PS4 (-13,6%)
- Cellulari e Smartphone (-17,4%)
- Cuffie (-12,8%)
- Scarpe bambino (-10,0%)
- Scarpe da corsa (-9,2%)
- Pneumatici estivo (-9,1%)
- Sneakers (-7,2%)
- Profumi donna (-6,7%)

Se consideriamo la media dei risparmi massimi medi nell'arco di un anno per ogni top-categoria, otteniamo un dato generale per ogni paese:

- Regno Unito (-22,3%)
- Italia (-18,6%)
- Spagna (-18,2%)
- Francia (-18,0%)
- Germania (-14,2%)
- Austria (-11,8%)



Il ruolo della stagionalità negli acquisti online

Grazie ai dati del sondaggio commissionato da idealo a febbraio 2021, è stato possibile capire che molti utenti online fanno attenzione alla stagionalità quando acquistano online.

Il **19,5%** del campione preferisce comprare proprio durante la stagione più indicata. Il **22,0%** prima e il **10,8%** subito dopo a caccia di eventuali ribassi.

Il **47,7%** del totale, infine, non ha espresso alcuna preferenza a riguardo. Le motivazioni per cui è meglio acquistare nella stagione più indicata oppure fuori stagione sono molteplici:

Perché preferisci acquistare nella stagione più indicata?

Compro quando ne ho bisogno	58,6%
I prezzi sono più economici	27,6%
Non so in anticipo che cosa voglio	16,5%
Voglio essere alla moda	13,5%
Ho paura che il prodotto vada esaurito	13,5%
Altri motivi	1,0%

Perché preferisci acquistare fuori stagione (dopo la stagione più indicata)?

I prezzi sono più economici	68,5%
È più facile da ottenere	21,2%
Il prodotto riceve più recensioni	17,6%
Non faccio caso alle stagioni	10,3%
Altri motivi	0,6%

In generale, due utenti su tre (**64,0%**) pianificano in anticipo i propri acquisti online. Il **47,6%** lo fa non più di due settimane prima e il **30,1%** non più di un mese prima. Alcuni sono ancora più previdenti, vale a dire il **22,3%**, con acquisti che possono essere pianificati già 3 o più mesi prima.

Perché preferisci acquistare fuori stagione (prima della stagione più indicata)?

I prezzi sono più economici	46,4%
Mi piace comprare in anticipo	41,0%
Ho paura che il prodotto vada esaurito	22,2%
Voglio avere il prodotto per primo/a	15,0%
Altri motivi	1,2%

Per ogni stagione dell'anno, infine, è possibile individuare la percentuale di utenti che preferisce acquistare una determinata tipologia di prodotto proprio in quel periodo e non in un altro:

	Primavera	Estate		Autunno	Inverno
Moda & Accessori	43,3%	45,8%	Moda & Accessori	41,4%	41,4%
Tempo libero & Outdoor	42,7%	42,9%	Prodotti di bellezza	35,7%	37,3%
Sport	38,1%	38,7%	Arredamento	28,9%	35,4%
Giardino	36,5%	38,1%	Farmaci da banco	27,7%	29,8%
Prodotti di bellezza	36,4%	36,5%	Prodotti per animali	27,3%	26,6%
Arredamento	28,3%	25,0%	Sport	27,2%	25,0%
Prodotti per animali	26,0%	24,5%	Tempo libero & Outdoor	26,3%	24,7%
Farmaci da banco	22,7%	23,1%	Giocattoli	21,9%	23,1%
Giocattoli	17,8%	21,3%	Pneumatici auto/moto	15,7%	17,0%
Pneumatici auto/moto	11,4%	11,2%	Giardino	10,7%	7,4%



Il prezzo ideale viene scelto dagli utenti

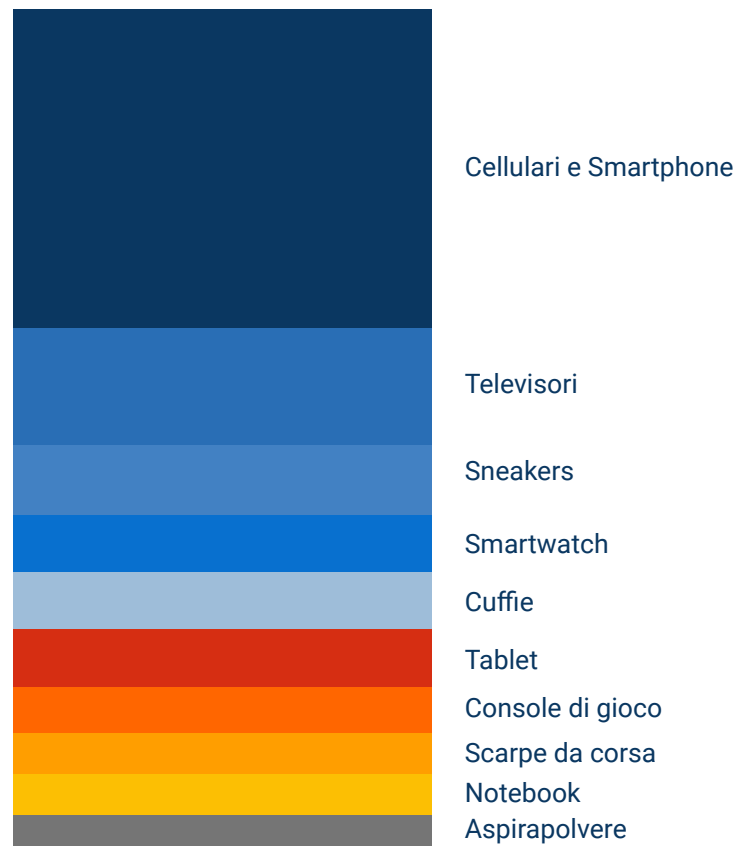
Su idealo è presente una specifica funzione che permette al consumatore di fissare il proprio prezzo ideale per un certo prodotto e di ricevere una notifica via e-mail oppure tramite l'App di idealo quando questo viene raggiunto oppure è più basso del valore atteso.

L'analisi del prezzo ideale ha permesso di capire non solo quali sono le categorie e i prodotti che interessano di più ai consumatori digitali, ma anche qual è il risparmio desiderato in media dagli utenti.

Nel dettaglio, ecco le prime dieci categorie del commercio elettronico per le quali gli e-consumer italiani hanno attivato la funzione "prezzo ideale" (score da 0 a 100):

- Cellulari e Smartphone (100,0)
- Televisori (37,7)
- Sneakers (22,6)
- Smartwatch (18,6)
- Cuffie (18,4)
- Tablet (18,3)
- Console di gioco (14,8)
- Scarpe da corsa (13,6)
- Notebook (13,0)
- Aspirapolvere (11,7)

Il prezzo ideale in Italia – Le attivazioni per categoria

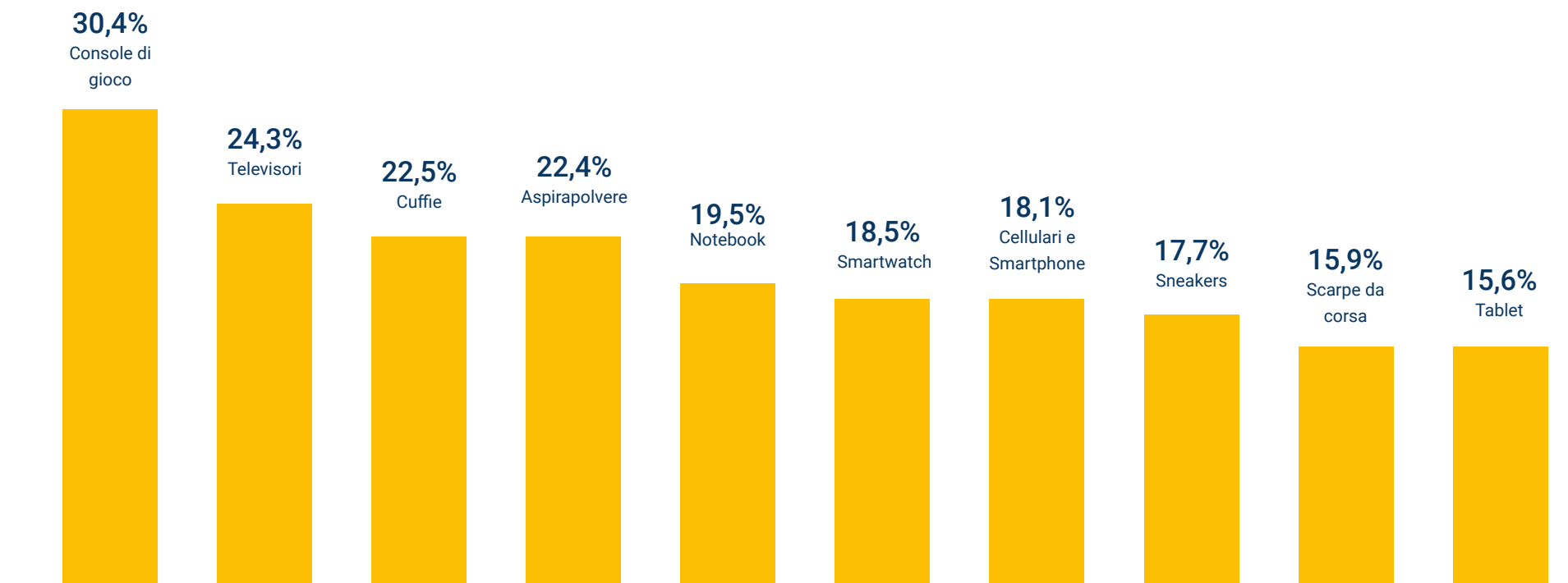


idealo ha analizzato il numero di attivazioni della funzione „prezzo ideale“ sul proprio portale italiano. Periodo: 2020. proprio portale italiano. Periodo: 2020.

Per quanto riguarda gli sconti desiderati dagli utenti rispetto al prezzo medio degli ultimi tre mesi, se consideriamo le dieci categorie che hanno avuto il maggior numero di attivazioni della

funzione “prezzo ideale” nel 2020, il risparmio medio richiesto dagli utenti del nostro paese è stato pari al **20,5%**. In dettaglio:

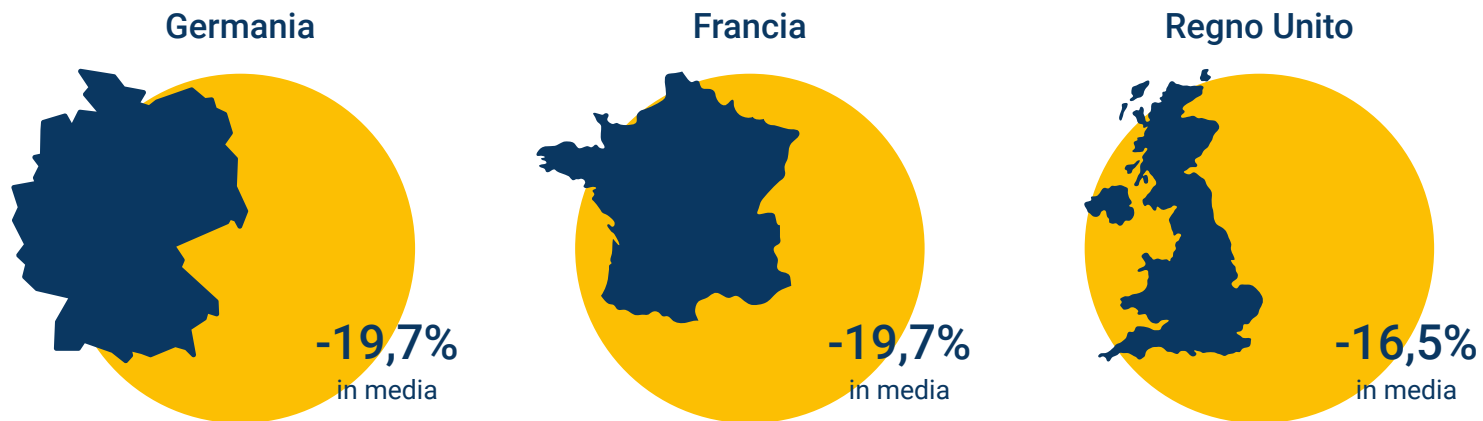
Il prezzo ideale in Italia – Il risparmio desiderato dagli utenti



idealo ha analizzato il risparmio medio richiesto sul proprio portale italiano tramite la funzione prezzo ideale. Periodo: 2020.

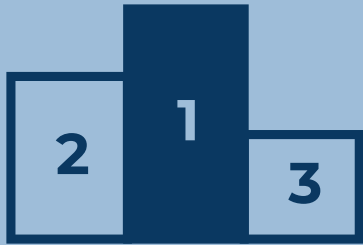
Se consideriamo alcuni dei paesi europei in cui è presente un portale di idealeo, ecco il risparmio medio desiderato dagli utenti se consideriamo le stesse categorie dell'Italia:

Il prezzo ideale in alcuni paesi europei – Il risparmio desiderato dagli utenti



idealo ha analizzato il risparmio medio richiesto sul proprio portale internazionale tramite la funzione prezzo ideale. Periodo: 2020.

Paesi: Germania, Francia e Regno Unito.



I prodotti più desiderati in Italia

Quali sono stati i prodotti più desiderati del 2020 sul portale italiano di idealo? I consumatori digitali hanno cercato e confrontato principalmente i prezzi di smartphone e di prodotti legati all'elettronica di consumo.

Ad entrare in classifica nel 2020 è stata la categoria dei disinfettanti, con due articoli igienizzanti: l'esplosione della popolarità dei disinfettanti è un ulteriore indice di cambiamento delle nostre abitudini di acquisto a seguito della pandemia da COVID-19.

1. Apple iPhone 11
2. Sony PlayStation 4 (PS4) Slim
3. AMUCHINA Gel Xgerm
4. Apple AirPods 2 (2019)
5. Nova Argentia Alcool Etílico Denaturato
6. Apple iPhone 11 Pro
7. Xiaomi Redmi Note 8 Pro
8. Xiaomi Redmi Note 9 Pro
9. FIFA 21
10. Nike Air Jordan 1 Mid

e-Commerce in Italia nel 2020 – I 5 top-prodotti



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto per ogni prodotto sul proprio portale italiano. Periodo 2020.

Le top-20 categorie nel 2020 in Italia

Smartphone	100,0	Piscine	13,6
Sneakers	53,0	Scarpe bambini	13,2
Televisori	28,7	Profumi donna	11,5
Smartwatch	23,2	Aspirapolvere	11,5
Scarpe da corsa	21,1	Caschi moto	11,3
Notebook	19,6	Disinfettanti	9,7
Console di gioco	15,8	Ricambi auto	9,5
Cuffie	15,4	Pneumatici estivi	9,0
Tablet	15,4	Avvitatori	8,9
Frigoriferi	14,1	Scarpe outdoor	8,8

idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto per ogni categoria sul proprio portale italiano (score da 0 a 100). Periodo 2020.

I boom dell'e-commerce nel 2020 in Italia – Oltre +200% di interesse online rispetto al 2019

Prodotti per la sicurezza sul lavoro	Tute sportive	Ciabatte
Webcam	Monopattini elettrici	Motoseghe
Tende da sole	Mini forni	Scarpe da basket
Tapis roulant	Tende per interni	Monitor
Guanti	Robot da cucina	Notebook
Ricambi auto	Regolacapelli & barba	E-Bike
Tappeti	Stampanti multifunzione	Letti
Sedie giardino	Cartucce per stampanti	Forni
Abiti da sera	Seghe circolari	Barbecue
Piscine	Integratori alimentari	

idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto per ogni categoria sul proprio portale italiano. Periodo 2020 vs 2019.

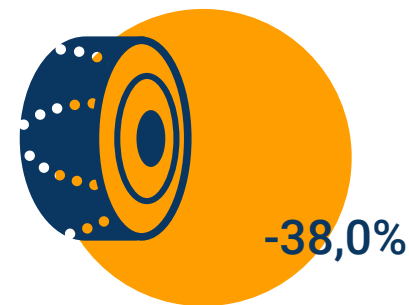
Altre categorie, invece, hanno registrato un calo di interesse nel 2020. A scendere maggiormente sono stati i prodotti legati ai viaggi e allo sport outdoor, conformemente alla necessità di ridurre i contatti con l'esterno dettata dalla pandemia di COVID-19. Per esempio:

- Scarpe da sport (-40,2%)
- Catene da neve (-38,0%)
- Seggiolini auto per bambini (-37,6%)
- Valigie (-35,1%)

Scarpe da sport



Catene da neve



Seggiolini auto per bambini



Valigie





E-commerce in Italia: le differenze tra le varie regioni

Il 2020 è stato un anno speciale per l'e-commerce con un incremento in termini di ricerche e interesse per gli acquisti online sul portale italiano di idealo pari al **+98,7%** rispetto all'anno precedente.

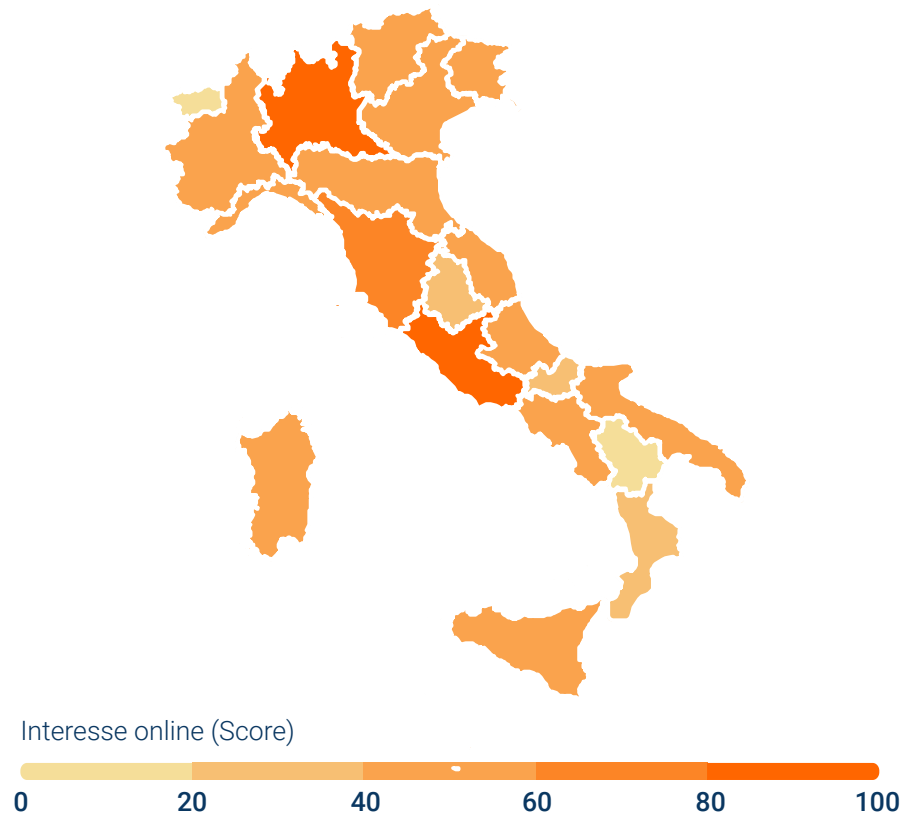
Si tratta di una crescita dovuta alle nuove esigenze dettate dalle disposizioni per far fronte alla pandemia di COVID-19 e alla maggiore offerta da parte di piccole e medie realtà che si sono attrezzate per la vendita via web.

A livello regionale, se Lazio, Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige sono le regioni maggiormente coinvolte ogni 100mila abitanti, il 2020 ha visto crescere soprattutto Molise, Abruzzo, Valle d'Aosta, Calabria e Campania.

- Lazio (100)
- Lombardia (94,1)
- Toscana (62,8)
- Emilia-Romagna (56,1)
- Trentino-Alto Adige (56,0)
- Veneto (54,3)
- Piemonte (53,8)
- Campania (52,8)
- Liguria (50,1)
- Puglia (49,6)
- Marche (48,5)
- Abruzzo (47,8)
- Sardegna (47,4)
- Sicilia (47,2)
- Friuli-Venezia Giulia (41,0)
- Umbria (36,8)
- Calabria (30,4)
- Molise (28,1)
- Basilicata (18,3)
- Valle d'Aosta (16,9)

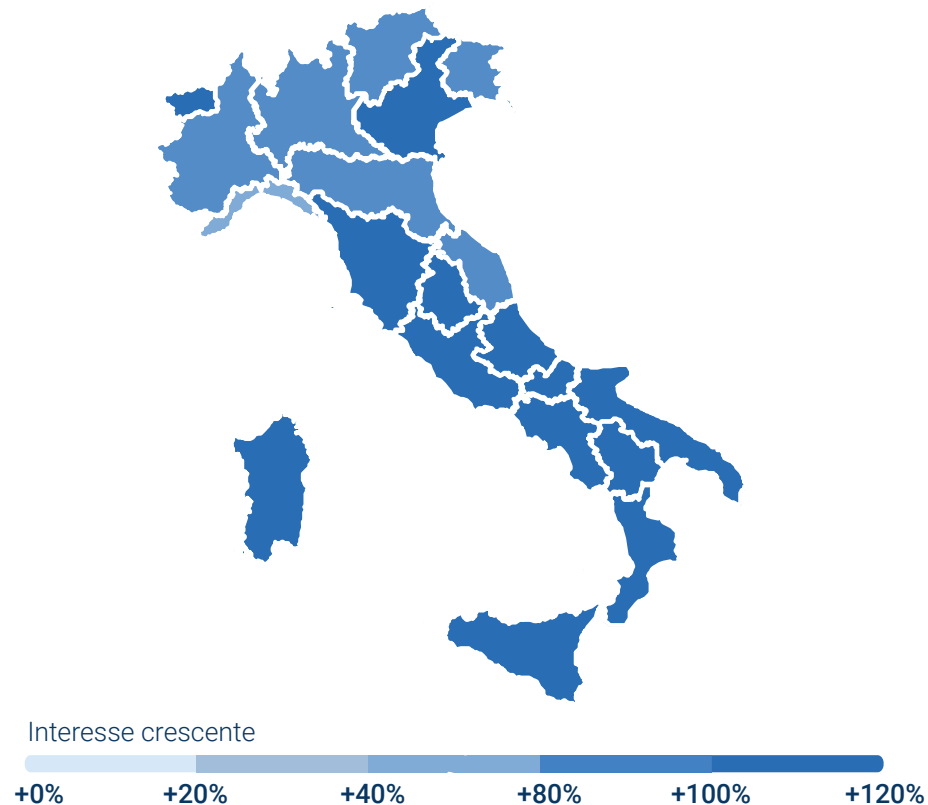
- Abruzzo (+115,5%)
- Basilicata (+87,5%)
- Calabria (+109,1%)
- Campania (+100,9%)
- Emilia-Romagna (+61,0%)
- Friuli-Venezia Giulia (+76,0%)
- Lazio (+82,1%)
- Liguria (+56,7%)
- Lombardia (+75,0%)
- Marche (+70,2%)
- Molise (+117,7%)
- Piemonte (+70,9%)
- Puglia (+92,9%)
- Sardegna (+94,5%)
- Sicilia (+100,2%)
- Toscana (+97,0%)
- Trentino-Alto Adige (+78,1%)
- Umbria (+81,4%)
- Valle d'Aosta (+112,0%)
- Veneto (+80,0%)

e-Commerce in Italia: interesse regionale – In quali regioni è più forte l'interesse online?



idealo ha analizzato l'interesse online nel 2020 sul proprio portale italiano. Le regioni più scure sono quelle con il maggior numero di intenzioni di acquisto ogni 100mila abitanti, il cui valore è stato espresso sotto forma di score (da 0 a 100).

e-Commerce in Italia: interesse regionale – In quali regioni è cresciuto di più l'interesse online?



idealo ha analizzato l'interesse online nel 2020 sul proprio portale italiano. Le regioni più scure sono quelle con il maggior aumento di interesse online rispetto al 2019.

L'analisi effettuata da idealo sul proprio portale italiano ha rivelato che sono soprattutto gli uomini a comparare i prezzi online prima di effettuare un acquisto, ma quali sono le regioni in cui, ogni 100mila abitanti (score da 0 a 100), le donne si dimostrano più interessate alla comparazione prezzi e, quindi, agli acquisti online?

- Lazio (100,0)
- Lombardia (95,9)
- Toscana (63,4)
- Valle d'Aosta (62,1)
- Abruzzo (58,4)
- Trentino-Alto Adige (53,4)
- Puglia (53,2)
- Campania (53,1)
- Sicilia (52,6)
- Veneto (52,5)
- Emilia-Romagna (51,9)
- Piemonte (50,1)
- Sardegna (44,0)
- Liguria (43,6)
- Friuli-Venezia Giulia (40,0)
- Marche (37,3)
- Calabria (30,0)
- Umbria (28,1)
- Molise (24,3)
- Basilicata (16,2)

Questo, invece, il dato relativo alla crescita delle ricerche online al femminile (2020 vs 2019) sul portale italiano di idealo:

- Molise (+153,2%)
- Valle d'Aosta (+112,7%)
- Sicilia (+106,8%)
- Abruzzo (+91,7%)
- Puglia (+90,3%)
- Calabria (+89,0%)
- Campania (+87,9%)
- Toscana (+85,4%)
- Friuli-Venezia Giulia (+83,7%)
- Lombardia (+83,4%)
- Lazio (+76,2%)
- Trentino-Alto Adige (+73,7%)
- Umbria (+67,4%)
- Veneto (+65,4%)
- Piemonte (+58,1%)
- Sardegna (+56,7%)
- Marche (+52,6%)
- Emilia-Romagna (+47,5%)
- Liguria (+24,3%)
- Basilicata (+10,8%)

Nel corso del 2020, inoltre, idealo ha registrato una propensione sempre maggiore a usare il mobile. Ecco la classifica regionale (ponderata a ogni 100mila abitanti e con score da 0 a 100):

- Lazio (100,0)
- Lombardia (97,1)
- Toscana (59,3)
- Campania (57,3)
- Abruzzo (52,4)
- Puglia (51,4)
- Emilia-Romagna (50,3)
- Veneto (49,2)
- Trentino-Alto Adige (49,0)
- Piemonte (48,9)
- Sicilia (48,4)
- Sardegna (43,1)
- Marche (41,1)
- Liguria (38,3)
- Umbria (33,4)
- Friuli-Venezia Giulia (33,2)
- Calabria (30,9)
- Molise (25,5)
- Basilicata (17,9)
- Valle d'Aosta (11,0)

In particolare, le regioni in cui si è avuta la maggiore crescita nell'uso del mobile per la comparazione prezzi sono state il Molise, la Calabria e l'Abruzzo:

- Molise (+212,5%)
- Calabria (+211,8%)
- Abruzzo (+202,2%)
- Toscana (+187,9%)
- Trentino-Alto Adige (+183,3%)
- Friuli-Venezia Giulia (+180,4%)
- Sardegna (+178,7%)
- Campania (+165,4%)
- Veneto (+161,5%)
- Sicilia (+161,2%)
- Basilicata (+156,6%)
- Puglia (+150,4%)
- Umbria (+150,1%)
- Marche (+140,1%)
- Lazio (+135,5%)
- Piemonte (+134,5%)
- Lombardia (+130,4%)
- Emilia-Romagna (+117,0%)
- Liguria (+108,2%)
- Valle d'Aosta (+75,9%)

Quali sono, infine, le regioni italiane con i consumatori digitali più giovani ogni 100mila abitanti (score da 0 a 100), vale a dire quelli under-24? Si tratta di Lazio, Lombardia e Campania:

- Lazio (100,0)
- Lombardia (97,4)
- Campania (74,0)
- Trentino-Alto Adige (70,6)
- Abruzzo (64,7)
- Toscana (64,7)
- Puglia (59,0)
- Veneto (58,1)
- Sicilia (57,7)
- Umbria (57,2)
- Piemonte (57,1)
- Emilia-Romagna (56,1)
- Marche (51,3)
- Sardegna (41,5)
- Liguria (40,3)
- Friuli-Venezia Giulia (40,1)
- Calabria (33,4)
- Molise (26,2)
- Basilicata (19,7)
- Valle d'Aosta (n.d.)

La quota dei più giovani è cresciuta maggiormente in Trentino-Alto Adige, Molise e Sardegna se mettiamo a confronto le intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo nel 2020 rispetto a quelle del 2019:

- Trentino-Alto Adige (+304,1%)
- Molise (+262,1%)
- Sardegna (+209,8%)
- Toscana (+191,5%)
- Campania (+188,9%)
- Umbria (+187,7%)
- Puglia (+172,9%)
- Calabria (+168,3%)
- Lazio (+167,1%)
- Emilia-Romagna (+166,3%)
- Friuli-Venezia Giulia (+162,7%)
- Lombardia (+156,2%)
- Piemonte (+135,2%)
- Veneto (+131,5%)
- Liguria (+127,1%)
- Abruzzo (+119,3%)
- Sicilia (+104,3%)
- Marche (+94,8%)
- Basilicata (+81,3%)
- Valle d'Aosta (n.d.)

Per gli over-65, invece, abbiamo la seguente distribuzione regionale dell'interesse online ogni 100mila abitanti (score da 0 a 100):

- Lazio (100,0)
- Lombardia (91,8)
- Toscana (73,3)
- Emilia-Romagna (68,5)
- Liguria (66,5)
- Abruzzo (64,5)
- Piemonte (56,4)
- Trentino-Alto Adige (51,8)
- Campania (51,0)
- Veneto (51,0)
- Puglia (48,5)
- Sicilia (46,5)
- Sardegna (45,5)
- Friuli-Venezia Giulia (39,0)
- Marche (38,9)
- Calabria (34,5)
- Umbria (32,8)
- Basilicata (17,9)
- Molise (15,1)
- Valle d'Aosta (n.d.)

La quota delle persone con più di 65 anni è cresciuta maggiormente in Calabria, Sicilia e Molise, se mettiamo a confronto le intenzioni di acquisto sul portale italiano di idealo nel 2020 rispetto a quelle del 2019:

- Calabria (+157,5%)
- Sicilia (+126,7%)
- Molise (+117,4%)
- Campania (+108,1%)
- Abruzzo (+104,1%)
- Emilia-Romagna (+97,4%)
- Basilicata (+94,6%)
- Trentino-Alto Adige (+79,1%)
- Puglia (+67,1%)
- Umbria (+62,3%)
- Lazio (+59,8%)
- Piemonte (+57,7%)
- Toscana (+55,7%)
- Veneto (+54,9%)
- Lombardia (+52,8%)
- Sardegna (+51,9%)
- Liguria (+41,0%)
- Marche (+29,4%)
- Friuli-Venezia Giulia (-6,3%)
- Valle d'Aosta (n.d.)



Le migliori offerte arrivano anche dagli e-shop italiani

Sulla base dei dati di idealo per il 2020 e per i primi due mesi del 2021, i negozi online italiani sono in grado di garantire grandi possibilità di risparmio (prezzo più basso, spese di spedizione escluse), al pari dei cosiddetti big player. Un esempio evidente è quello delle categorie Auto & Moto e Salute, Bellezza & Drogheria sul portale italiano di idealo:

- Auto & Moto (66,8%)
- Salute, Bellezza & Drogheria (56,2%)
- Sport & Outdoor (42,1%)
- Moda & Accessori (31,3%)
- Prodotti per animali (31,0%)
- Bambini & Neonati (28,5%)
- Elettronica (28,0%)
- Arredamento & Giardino (27,2%)
- Mangiare & Bere (26,3%)
- Giocattoli & Gaming (8,6%)

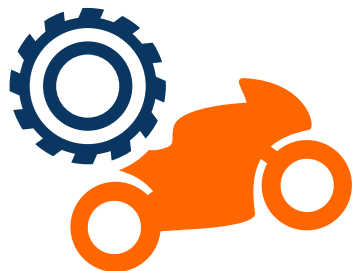
idealo ha anche analizzato le top-20 categorie del proprio portale italiano. In questo caso, le maggiori opportunità di risparmio derivano dalle offerte degli e-shop italiani relative agli pneumatici estivi, ai televisori e alle stampanti multifunzione.

- Pneumatici estivi (83,4%)
- Televisori (68,9%)
- Stampanti multifunzione (64,8%)

- Frigoriferi (64,7%)
- Caschi moto (63,4%)
- Tablet (60,8%)
- Scarpe outdoor (60,0%)
- Profumi donna (59,8%)
- Scarpe da corsa (49,2%)
- Cellulari e Smartphone (47,2%)
- Aspirapolvere (38,7%)
- Smartwatch (38,6%)
- Sneakers (35,9%)
- Avvitatori (33,5%)
- Notebook (31,6%)
- Piscine (31,1%)
- Scarpe bambini (26,8%)
- Cuffie (25,0%)
- Console di gioco (22,6%)
- Giochi PS4 (16,5%)

In conclusione, dall'analisi risulta che gli e-shop italiani sono molto competitivi e possono riservare molte sorprese positive. Oltre ai big player ci sono, infatti, tantissimi altri marketplace o portali che possono offrire veri e propri affari, perché specializzati in un determinato settore o perché in grado di attivare particolari campagne promozionali che possono essere facilmente individuate tramite la comparazione prezzi.

e-Shop italiani: le opportunità di risparmio online In quali macro-categorie ci sono le offerte con il prezzo più basso?



Auto & Moto
66,8%



**Salute, Bellezza
& Drogheria**
56,2%



Sport & Outdoor
42,1%



Moda & Accessori
31,3%



Prodotti per animali
31,0%



Bambini & Neonati
28,5%



Elettronica
28,0%



**Arredamento &
Giardino**
27,2%



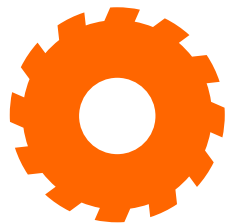
Mangiare & Bere
26,3%



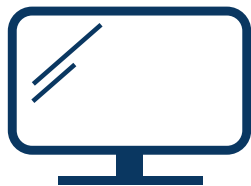
Giocattoli & Gaming
8,6%

idealo ha analizzato le offerte presenti sul proprio portale italiano (macro-categorie), in particolare quelle con il prezzo più basso (spese di spedizione escluse) proposte dagli e-shop italiani (big player esclusi) nel periodo compreso tra gennaio 2020 e febbraio 2021.

e-Shop italiani: le opportunità di risparmio online In quali top-categorie ci sono le offerte con il prezzo più basso?



Pneumatici estivi
83,4%



Televisori
68,9%



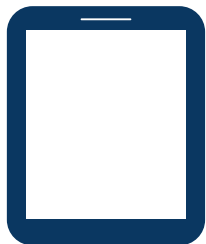
Stampanti multifunzione
64,8%



Frigoriferi
64,7%



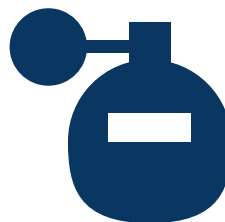
Caschi moto
63,4%



Tablet
60,8%



Scarpe outdoor
60,0%



Profumi donna
59,8%



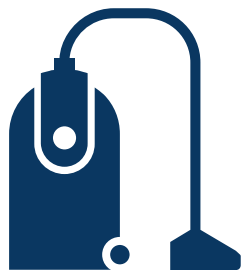
Scarpe da corsa
49,2%



Cellulari e Smartphone
47,2%

idealo ha analizzato le offerte presenti sul proprio portale italiano (categorie della top-20), in particolare quelle con il prezzo più basso (spese di spedizione escluse) proposte dagli e-shop italiani (big player esclusi) nel periodo compreso tra gennaio 2020 e febbraio 2021.

e-Shop italiani: le opportunità di risparmio online In quali top-categorie ci sono le offerte con il prezzo più basso?



Aspirapolvere
38,7%



Smartwatch
38,6%



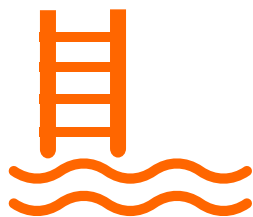
Sneakers
35,9%



Avvitatori
33,5%



Notebook
31,6%



Piscine
31,1%



Scarpe bambini
26,8%



Cuffie
25,0%



Console di gioco
22,6%



Giochi PS4
16,5%

idealo ha analizzato le offerte presenti sul proprio portale italiano (categorie della top-20), in particolare quelle con il prezzo più basso (spese di spedizione escluse) proposte dagli e-shop italiani (big player esclusi) nel periodo compreso tra gennaio 2020 e febbraio 2021.



Il Black Friday è diventato un Black Month

Le offerte e le promozioni del lungo weekend del Black Friday e Cyber Monday hanno conquistato anche nel 2020 i consumatori online, ma in Italia ed Europa si afferma la tendenza a trasformare le due giornate di sconti in un lungo mese di occasioni.

Le ricerche online nella giornata del Black Friday 2020, vale a dire il 27 novembre 2020, sono aumentate in Italia del **+25,0%** rispetto al Black Friday 2019 secondo i dati raccolti da Idealo.

Tuttavia, tutto il mese di novembre ha fatto registrare un'impennata di interesse (intenzioni di acquisto) del **+65,0%** rispetto allo stesso mese del 2019.

Questi dati indicano che già nelle settimane precedenti le offerte e promozioni hanno indotto ad anticipare gli acquisti rispetto al venerdì nero.

La tendenza a "spalmare" le offerte e le promozioni lungo tutto il mese di novembre e non concentrarle solo nella settimana del Black Friday si conferma anche nel resto d'Europa.

In Austria è stato boom di interesse online a novembre con un aumento del **+107,9%** delle intenzioni d'acquisto; molto alte le percentuali anche in Spagna con **+68,9%**.

Inferiori all'Italia ma comunque in crescita rispetto al 2019 le intenzioni d'acquisto anche in Regno Unito (**+32,3%**) e Germania (**+20,6%**).

Se nel corso del Black Friday 2019 i consumatori online si erano scatenati per accaparrarsi le migliori offerte sui prodotti **Apple**, **dall'iPhone 11** agli **AirPods2**, quest'anno il prodotto più cercato è stata la console **PlayStation 5**.

A catturare l'attenzione sono state soprattutto le offerte sui modelli appena superati dei prodotti di elettronica più amati, dagli smartphone, alle console di gioco, passando per smartwatch, cuffie Bluetooth e TV Led.

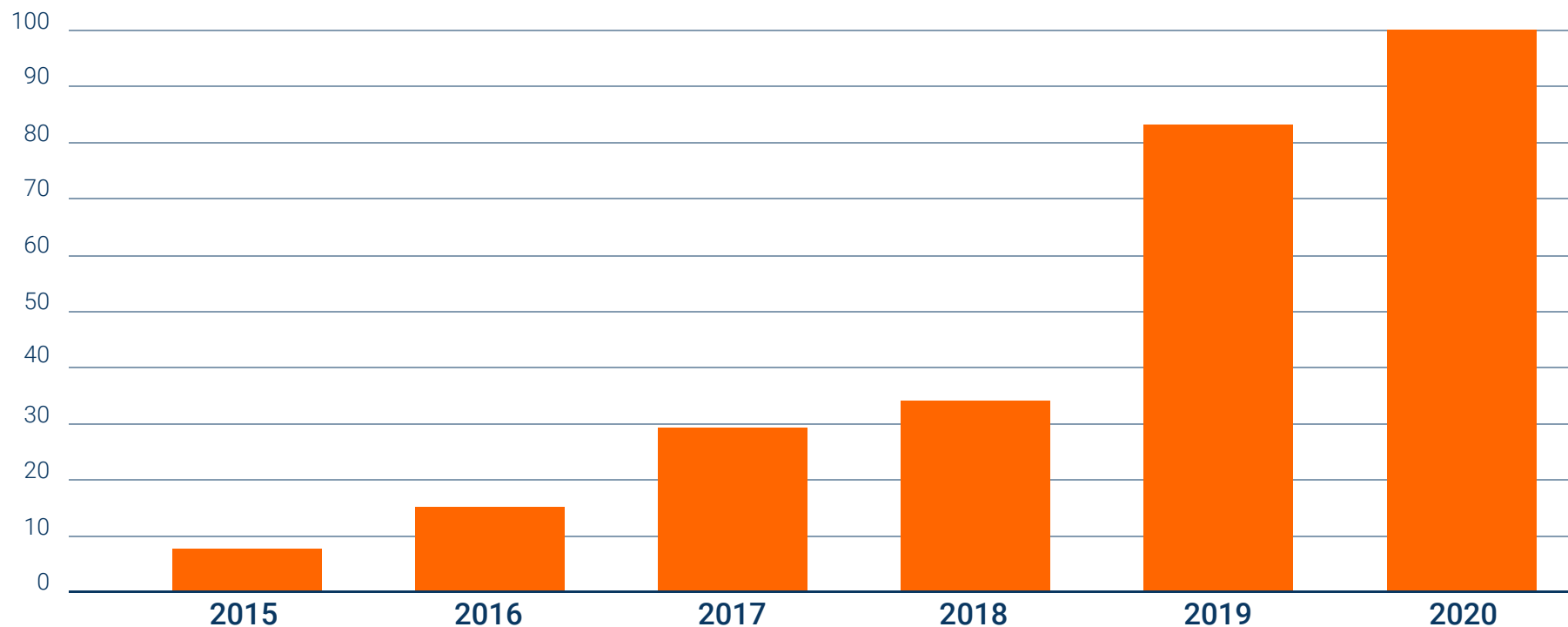
Questo dimostra che gli Italiani hanno imparato a conoscere l'andamento dei prezzi e ad approfittare del normale deprezzamento, soprattutto quando sul mercato sono presenti nuove versioni da poco rilasciate.

Al secondo posto delle ricerche online nella giornata del Black Friday 2020 si è classificato, infatti, **l'iPhone 11**; seguono la **PlayStation 4**, **l'Apple Watch 6**, il **televisore TU7170 della Samsung**, gli auricolari wireless **Samsung Galaxy Buds+** e **Apple AirPods 2** e il tablet **Apple iPad 2020**.

I prodotti di elettronica hanno monopolizzato le offerte del Black Friday 2020, ma guardando a tutte le offerte e promozioni del mese di novembre, le occasioni più interessanti e che hanno fatto aumentare le ricerche online si sono registrate anche tra i prodotti delle categorie sneakers, scarpe da corsa e aspirapolvere.

Anche se le offerte e gli sconti, quest'anno, si sono spalmate durante tutto il mese di novembre, nella Black Week 2020, la settimana del Black Friday, alcune categorie di prodotti e alcuni prodotti nello specifico sono risultati particolarmente convenienti rispetto alle settimane precedenti.

Black Friday in Italia: un fenomeno in crescita



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto (score da 0 a 100) sul proprio portale italiano durante il Black Friday. Periodo: 2015-2020.

Tra le categorie di prodotti più convenienti della settimana troviamo le cuffie, che hanno fatto registrare un ribasso medio del **-9,5%**, i giochi **PS4 (-8,4%)** le scarpe outdoor (**-7,0%**), i profumi donna (**-4,8%**) e i televisori (**-4,8%**).

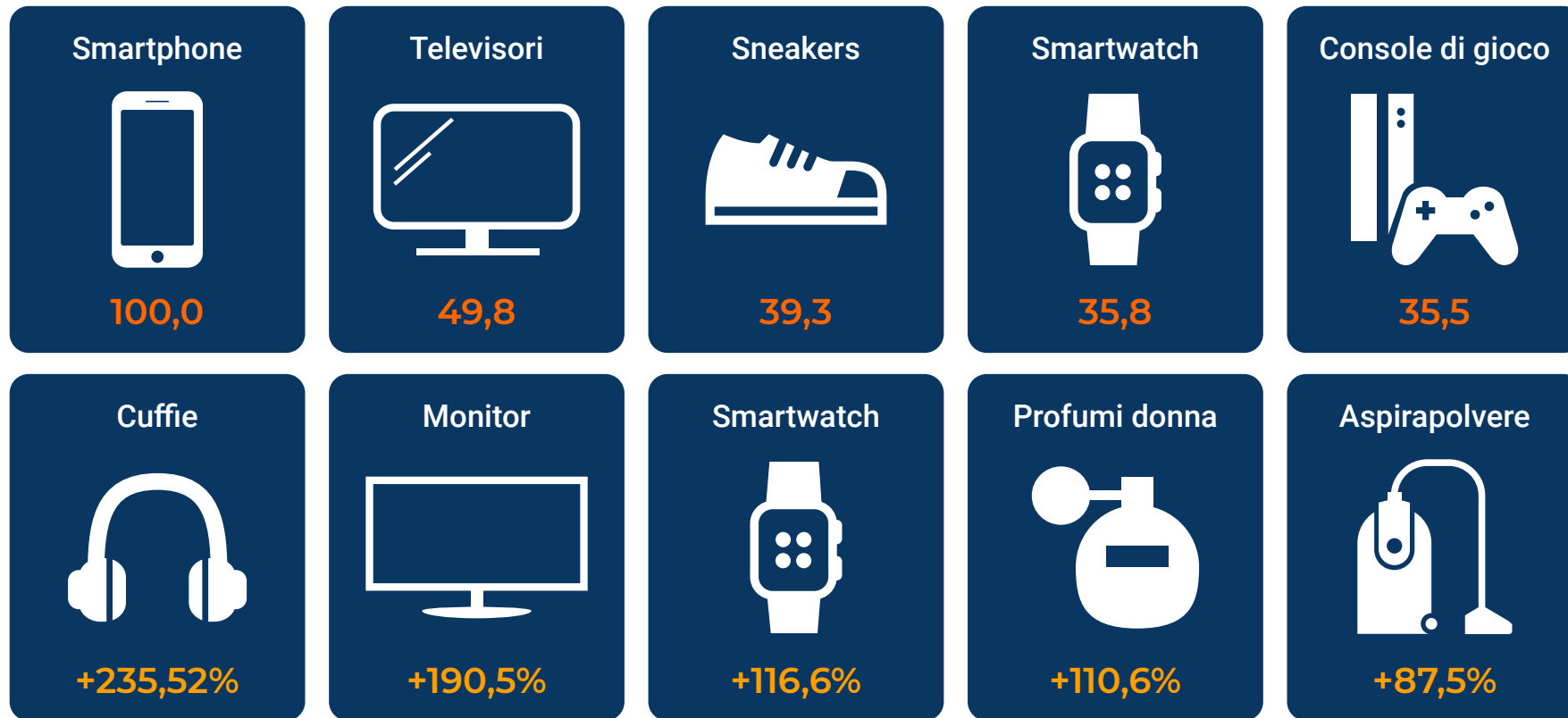
In conclusione, è sempre opportuno arrivare preparati ad occasioni di shopping come il Black Friday, scegliendo in anticipo cosa acquistare e confrontando sui vari shop il prezzo dei prodotti desiderati, prefissandosi il prezzo ideale al quale si è disposti a comprare.

Le opportunità di risparmio possono anche arrivare qualche giorno prima: sul portale idealo.it e sulla App di [idealo](http://idealo.it) (disponibile sia per iOS che per Android), è possibile attivare la funzione “prezzo ideale” che avvisa quando il prodotto monitorato raggiunge il prezzo da noi desiderato, aiutandoci a risparmiare ed effettuare acquisti consapevoli.

Infine, in che regioni nel 2020 ha inciso maggiormente l'effetto Black Month? Considerando le ricerche effettuate a novembre 2020 rispetto allo stesso mese del 2019, tra le regioni più interessate troviamo Calabria, Trentino-Alto Adige e Molise. Le tre regioni italiane meno coinvolte sono state, invece, Veneto, Emilia-Romagna e Liguria.

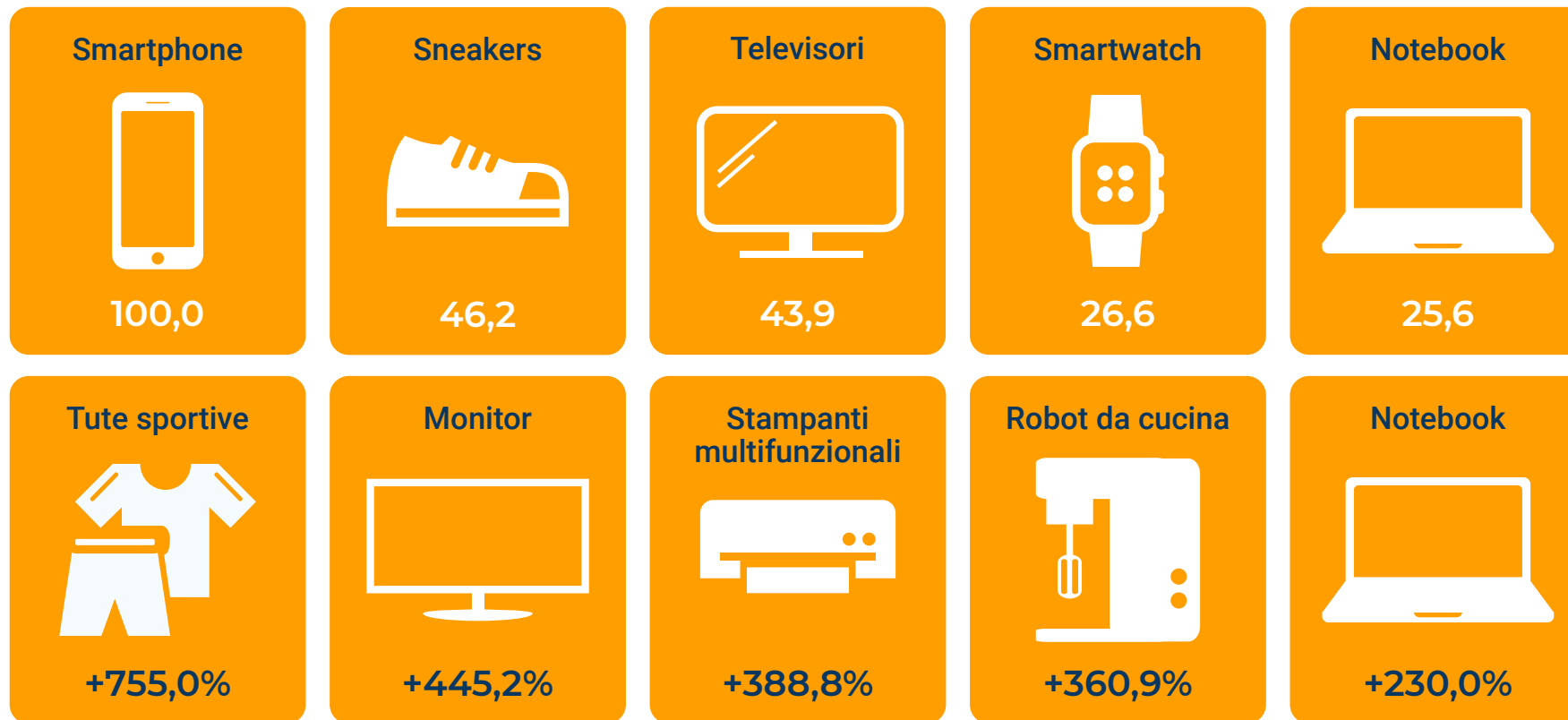
- Calabria (+145,7%)
- Trentino-Alto Adige (+86,1%)
- Molise (+74,3%)
- Toscana (+71,0%)
- Sicilia (+69,5%)
- Puglia (+66,9%)
- Campania (+66,8%)
- Friuli-Venezia Giulia (+62,2%)
- Abruzzo (+61,1%)
- Basilicata (+55,8%)
- Valle d'Aosta (+53,7%)
- Lazio (+52,2%)
- Piemonte (+46,2%)
- Lombardia (+46,0%)
- Sardegna (+45,1%)
- Marche (+42,2%)
- Umbria (+40,0%)
- Veneto (+38,5%)
- Emilia-Romagna (+32,2%)
- Liguria (+26,9%)

Black Friday in Italia. Le categorie più desiderate il 27 novembre 2020



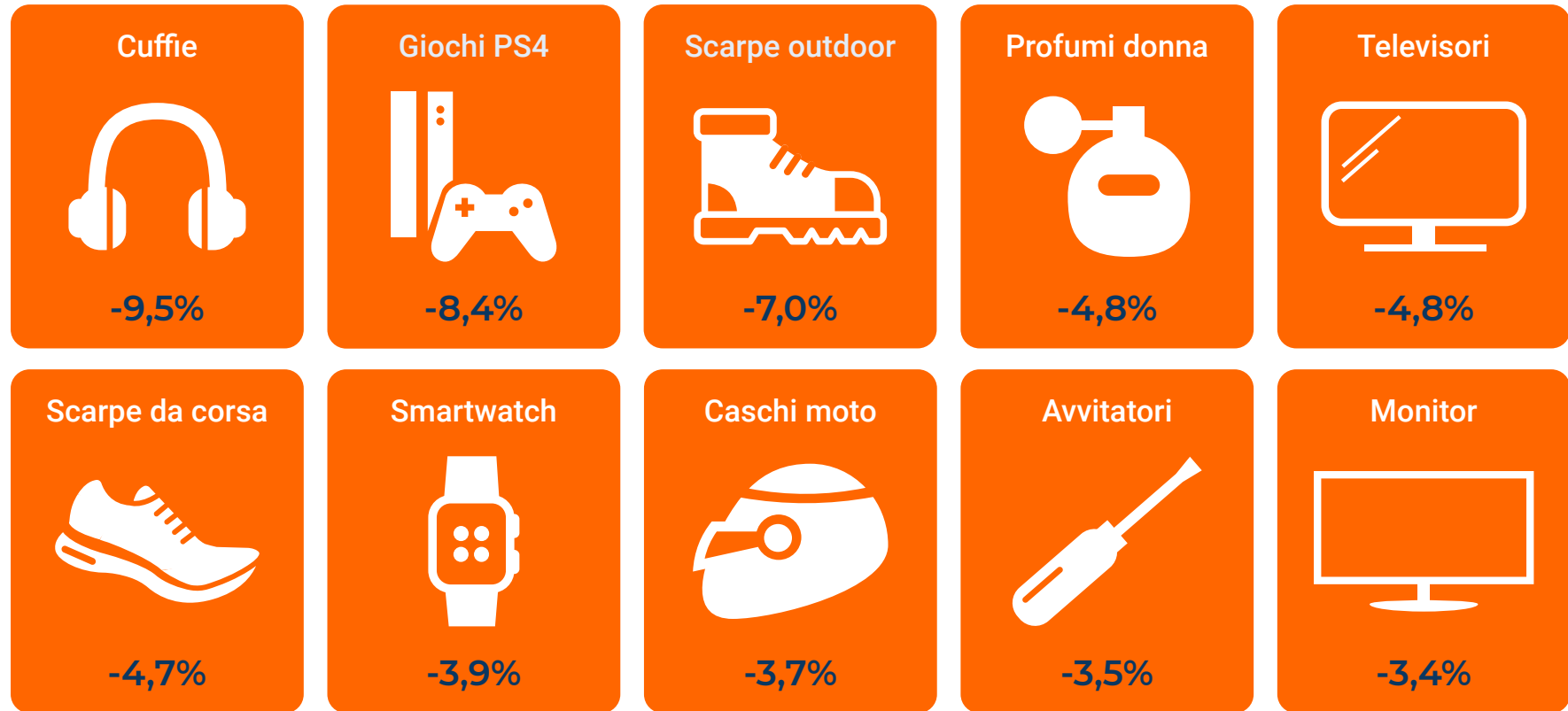
idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Quelle del 27 novembre 2020 (score da 0 a 100) sono state messe a confronto con quelle del 20 novembre 2020. Le categorie maggiormente in crescita rappresentano quelle più desiderate dagli utenti online durante il Black Friday 2020 rispetto al venerdì precedente.

Black Month 2020 in Italia. Un Black Friday lungo un mese



idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Quelle di novembre 2020 (score da 0 a 100) sono state messe a confronto con quelle di novembre 2019. Le categorie maggiormente in crescita rappresentano quelle più desiderate dagli utenti online durante il Black Month 2020 rispetto al Black Month 2019.

Black Week 2020 in Italia. Le categorie più vantaggiose



idealo ha analizzato i prezzi medi per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Quelle della Black Week 2020 (23-27 novembre 2020) sono stati messi a confronto con quelli delle cinque settimane precedenti (19 ottobre - 22 novembre 2020). Le categorie con i ribassi più consistenti hanno avuto le maggiori opportunità di risparmio in occasione della Black Week 2020.



Gli smartphone preferiti dagli italiani

In base alle intenzioni di acquisto sul portale italiano di *idealo*, il mercato online degli smartphone è cresciuto del **+60,6%** nel 2020 rispetto all'anno precedente.

La top-5 degli smartphone maggiormente cercati nel 2020 vede al primo posto **Apple iPhone 11**, seguito da **Apple iPhone 11 Pro** e **Xiaomi Redmi Note 9 Pro**. Nelle altre due posizioni della classifica troviamo **Xiaomi Redmi Note 8 Pro** e **Samsung Galaxy A71**.

idealo ha anche individuato lo smartphone più desiderato per ogni top-produttore: **Apple iPhone 11**, **Xiaomi Redmi Note 9 Pro**,

Samsung Galaxy A71, **Huawei P40 lite** e **OPPO Reno2**.

Se gli **Apple AirPods 2 (2019)** con custodia di ricarica sono stati tra i top seller del 2020 è anche vero però che non si tratta dell'unica tipologia di cuffie che vengono cercate dagli e-consumer italiani.

Secondo *idealo*, infatti, tra gli altri prodotti che interessano particolarmente coloro che si affidano alla comparazione prezzi vi sono **Xiaomi Redmi Airdots**, **Samsung Galaxy Buds SM-R175 Buds+**, **Sony WH-1000XM3** e **JBL TUNE 220 TWS**.

Smartphone: i top-modelli più desiderati su *idealo*



idealo ha individuato gli auricolari più desiderati sul proprio portale italiano nel 2020, uno per ogni top-produttore.

Auricolari: i top-modelli più desiderati su idealeo



idealo ha individuato gli auricolari più desiderati sul proprio portale italiano nel 2020, uno per ogni top-produttore.

I brand ai quali sono riconducibili le maggiori intenzioni di acquisto di smartphone sono:

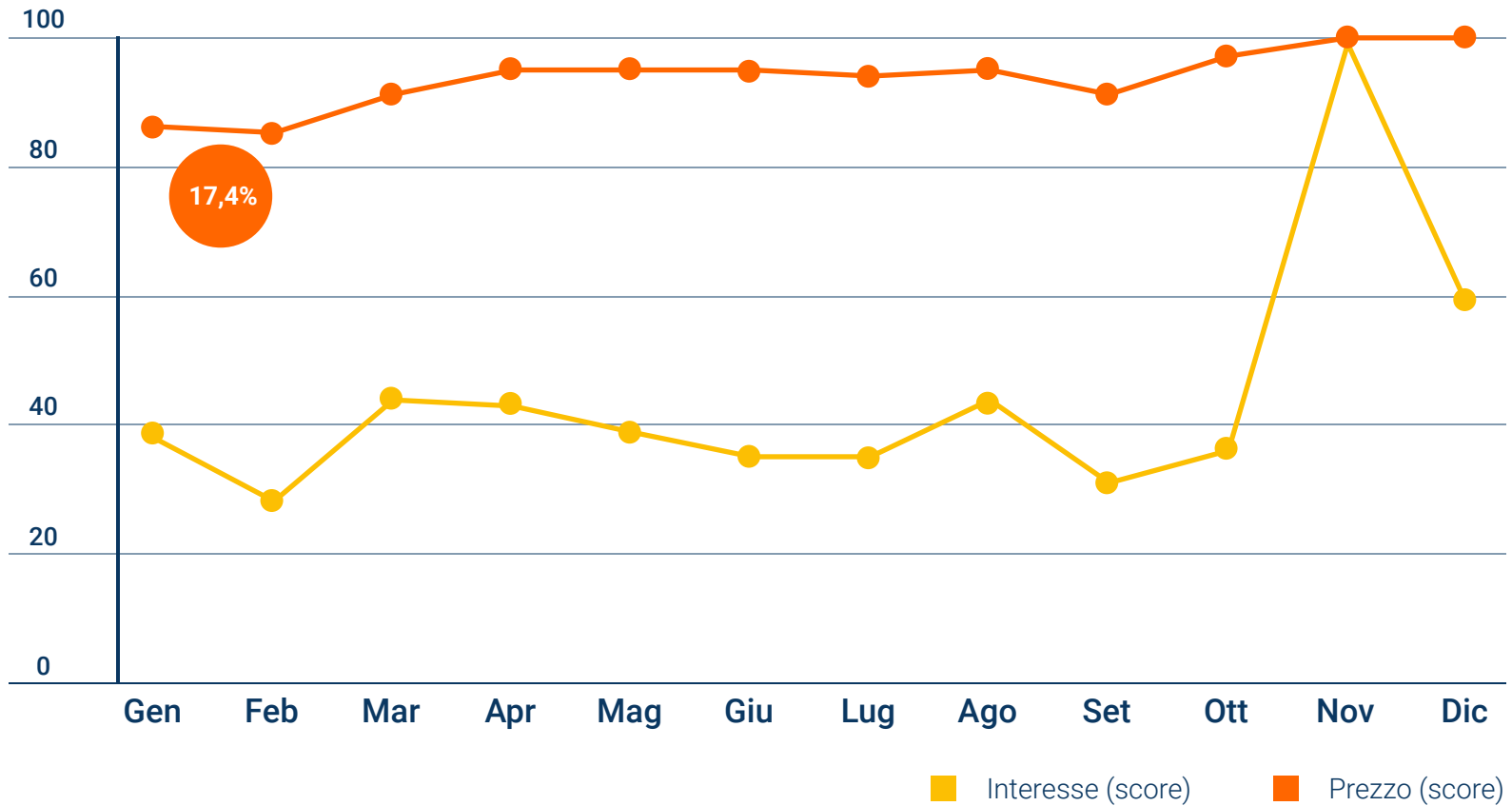
- Apple (100,0)
- Samsung (64,4)
- Xiaomi (60,8)
- Huawei (33,9)
- OPPO (5,6)

Se consideriamo la crescita di interesse nel corso del 2020 rispetto ai 12 mesi precedenti:

- OPPO (oltre +200%)
- Apple (+103,5%)
- Xiaomi (+58,6%)
- Samsung (+50,0%)
- Huawei (+21,3%)

Analizzando il 2020, il mese nel quale i prezzi degli smartphone sono stati i più bassi in assoluto è stato febbraio; quello più caro, invece, dicembre.

Smartphone: interesse vs prezzo - A febbraio un risparmio massimo medio del -17,4%

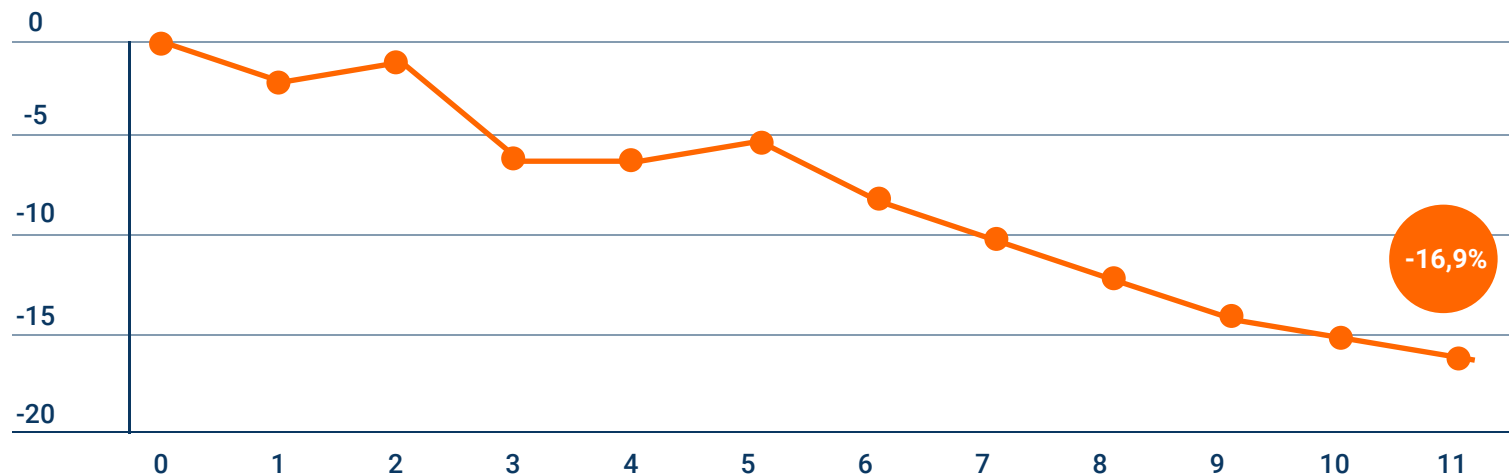


idealo ha analizzato l'interesse e i prezzi medi mensili nel 2020 per la categoria degli Smartphone sul proprio portale italiano. In particolare, il mese più vantaggioso è stato messo a confronto con quello più caro.

Considerando complessivamente la categoria, coloro che hanno acquistato uno smartphone nel mese più vantaggioso hanno potuto risparmiare il **-17,4%** rispetto allo stesso acquisto effettuato nel mese risultato più caro.

Considerando tutti i modelli di smartphone presenti sul portale italiano di idealo – oltre 5mila – il prezzo medio nel 2020 di un singolo device è stato pari a 422,65 euro, vale a dire il **+7,1%** rispetto a quello del 2019.

Smartphone: andamento del prezzo - Dopo un anno un ribasso medio del **-16,9%**



Infine, analizzando i ribassi medi per i 20 top-modelli della categoria nel corso del 2020 è possibile vedere come dopo tre mesi, rispetto al primo mese del 2020 in cui idealo ha registrato un prezzo medio mensile di partenza per ogni singolo modello, il ribasso medio sia stato del **-6,6%**, dopo sei del **-8,2%**, dopo nove del **-14,0%** e dopo un anno del **-16,9%**.

idealo ha analizzato i ribassi medi mensili per i 20 top-modelli della categoria Smartphone sul proprio portale italiano nel corso del 2020.



Il prezzo dinamico per mese, giorno e fascia oraria

Gli elettrodomestici per la casa: attenzione ai prezzi del lunedì!

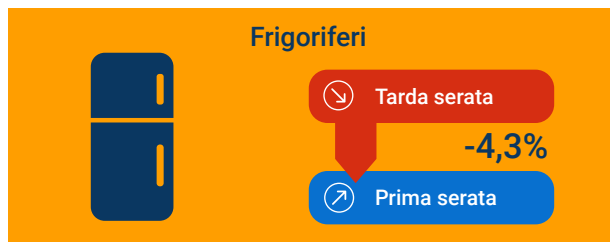
idealo ha preso in esame tre categorie di elettrodomestici per la casa e per ognuna ha identificato mese, giorno e fascia oraria in media più convenienti per effettuare l'acquisto online. Il giorno con i prezzi medi più alti per effettuare gli acquisti è comune a tutti: il lunedì!

Gli aspirapolvere conviene acquistarli a giugno (-12,8% rispetto al mese più caro dell'anno) e non a maggio, di sabato (-5,4% rispetto al giorno della settimana più caro) e non di lunedì, il pomeriggio, tra le 13 e le 18 (-4,8% rispetto alla fascia oraria più cara della giornata) e non in prima serata, tra le 18 e le 21.

I televisori conviene acquistarli a giugno (-18,9% rispetto al mese più caro) e non in ottobre, di martedì (-2,7% rispetto al giorno della settimana più caro) e non di lunedì, il pomeriggio, tra le 13 e le 18 (-5,6% rispetto alla fascia oraria più cara della giornata) e non la notte, tra mezzanotte e le 7 di mattina.

I frigoriferi conviene acquistarli a novembre (-12,6% rispetto al mese più caro) e non a settembre, di sabato (-3,4% rispetto al giorno più caro della settimana) e non di lunedì, in prima serata, tra le 18 e le 21 (-4,3% rispetto alla fascia oraria più cara della giornata) e non in tarda serata, tra le 21 e mezzanotte.

Elettrodomestici per la casa. Il prezzo dinamico mensile, settimanale e giornaliero



idealo ha analizzato i prezzi medi mensili, settimanali e giornalieri per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Per ognuna, il risparmio massimo medio mensile è stato calcolato mettendo a confronto il mese più vantaggioso con quello più caro. Lo stesso è stato fatto per i giorni della settimana e per le fasce orarie della giornata. Periodo oggetto di studio: dal 15 ottobre 2019 al 14 ottobre 2020. Fasce orarie prese in considerazione: notte (h.0-7), mattina (h.7-13), pomeriggio (h.13-18), prima serata (h.18-21), tarda serata (h.21-24).

Le scarpe: tante occasioni a gennaio!

Dall'analisi di idealo, che ha preso in esame tre generi di scarpe, le sneakers, le scarpe sportive e quelle da bambino, emerge che il mese migliore per il risparmio online è, per tutte, il mese di gennaio, quando si registrano i prezzi medi più bassi dell'anno. I mesi meno opportuni per acquistare online, cioè quelli dove i prezzi medi risultano più alti, sono invece aprile e maggio.

Le sneakers, le scarpe da ginnastica che oggi vengono indossate nel normale abbigliamento quotidiano, a gennaio costano in media il **-9,4%** rispetto al mese più caro, ovvero aprile.

Meglio acquistare di sabato (**-2,1%** rispetto al giorno più caro della settimana) e non di martedì, in tarda serata, tra le 21 e mezzanotte (**-1,9%** rispetto a tutte le altre fasce orarie della giornata).

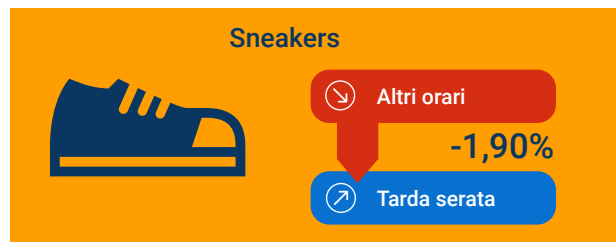
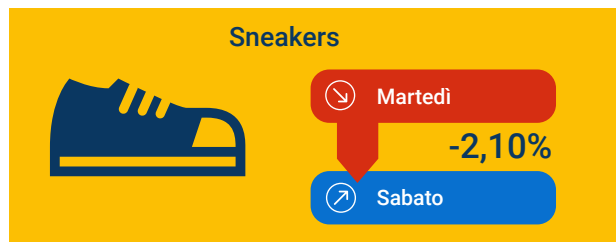
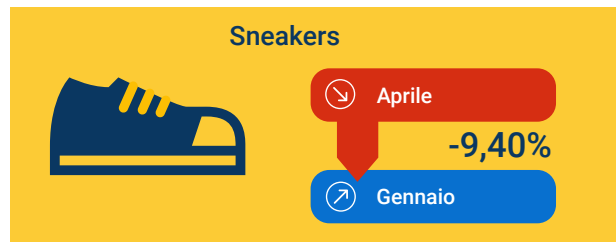
Per quanto riguarda le scarpe sportive, quelle per l'outdoor e la corsa, a gennaio si risparmia rispettivamente il **-11,7%** e **-14,5%** rispetto al mese più caro, ovvero maggio e aprile rispettivamente.

La domenica è il giorno migliore per effettuare gli acquisti (rispettivamente **-3,0%** e **-2,3%** rispetto al giorno più caro della settimana) mentre i primi giorni della settimana, lunedì e martedì, sono i meno vantaggiosi.

Per quanto riguarda le fasce orarie è meglio preferire il pomeriggio per le scarpe outdoor (**-6,1%** rispetto alla fascia oraria più cara, vale a dire la notte) e la tarda serata per le scarpe da corsa (**-3,8%** rispetto alla mattina).

Infine, per le scarpe per bambini a gennaio si spende il **-15,7%** rispetto al mese più caro (maggio); meglio il giovedì (**-2,5%** rispetto al giorno più caro della settimana) e non martedì; in qualsiasi ora della giornata (**-2,9%**) tranne che la mattina, tra le 7 e le 13.

Scarpe sportive e per bambini. Il prezzo dinamico mensile, settimanale e giornaliero



idealo ha analizzato i prezzi medi mensili, settimanali e giornalieri per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Per ognuna, il risparmio massimo medio mensile è stato calcolato mettendo a confronto il mese più vantaggioso con quello più caro. Lo stesso è stato fatto per i giorni della settimana e per le fasce orarie della giornata. Periodo oggetto di studio: dal 15 ottobre 2019 al 14 ottobre 2020. Fasce orarie prese in considerazione: notte (h.0-7), mattina (h.7-13), pomeriggio (h.13-18), prima serata (h.18-21), tarda serata (h.21-24).

Prodotti di elettronica: i più influenzati dal dynamic pricing

Sempre più spesso gli italiani si affidano all'e-commerce per confrontare e scegliere tra i prodotti di elettronica di consumo e, conseguentemente, è su questi articoli che si notano le fluttuazioni di prezzo più rilevanti. Individuare il momento più conveniente per pianificarne gli acquisti, dunque, può portare a risparmi elevati, fino a quasi il **-30%** tra un mese e l'altro in base alla categoria.

idealo ha analizzato le categorie dei prodotti di elettronica di consumo più desiderati e individuato quando conviene pianificare il loro acquisto.

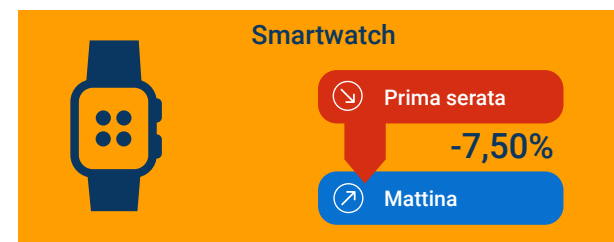
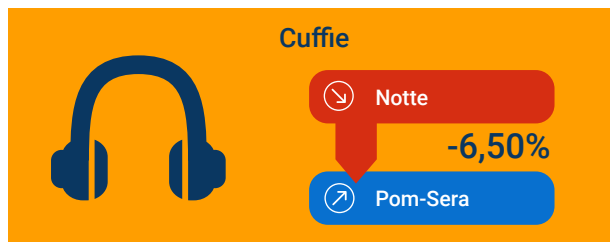
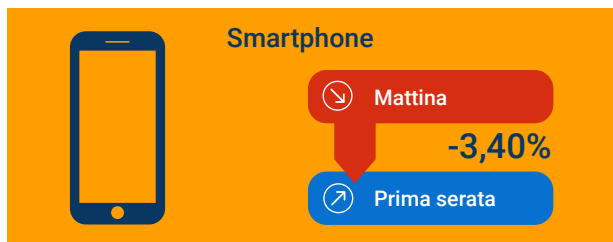
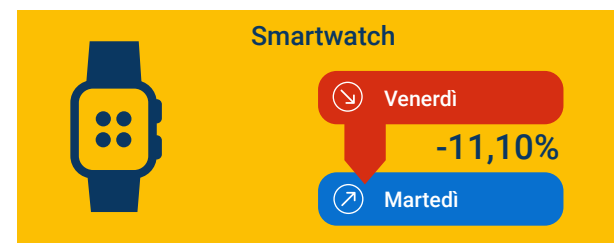
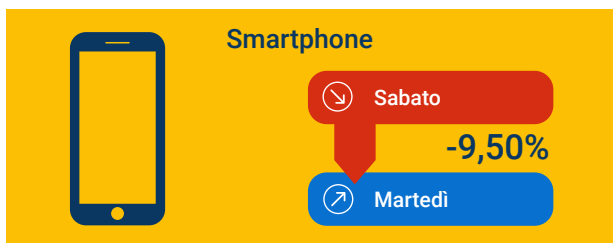
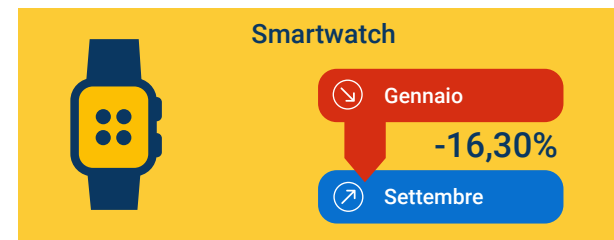
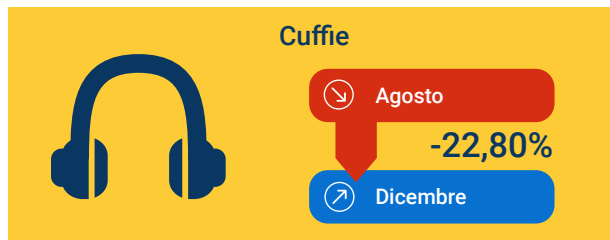
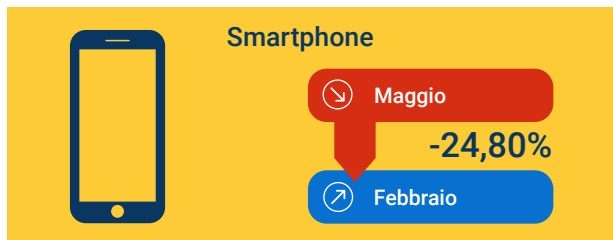
Per quanto riguarda i mesi più convenienti, su smartphone e tablet si risparmia acquistando rispettivamente a febbraio (**-24,8%** rispetto al mese più caro) e marzo (**-18,7%**). Conviene invece aspettare la fine dell'estate per gli altri prodotti di

elettronica: smartwatch e giochi per la PS4 a settembre (**-16,3%** e **-11,9%** rispetto al mese più caro), i notebook a novembre (**-27,5%**) e le cuffie e gli auricolari e le console di gioco a dicembre (**-22,8%** e **-15,8%**).

Via libera agli acquisti in qualsiasi giorno della settimana, tranne che per gli smartphone e gli smartwatch il cui acquisto andrebbe pianificato di martedì, giorno in cui il risparmio arriva al **-9,5%** per gli smartphone e **-11,1%** per gli smartwatch rispetto ai giorni più cari, rispettivamente sabato e venerdì.

Si risparmia qualcosina ancora se si sceglie di acquistare tablet e cuffie nel pomeriggio, tra le 13 e le 18 (**-5,3%** e **-6,5%** rispettivamente) e la mattina, tra le 7 e le 13, gli smartwatch (**-7,5%**).

Elettronica di consumo. Il prezzo dinamico mensile, settimanale e giornaliero



idealo ha analizzato i prezzi medi mensili, settimanali e giornalieri per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Per ognuna, il risparmio massimo medio mensile è stato calcolato mettendo a confronto il mese più vantaggioso con quello più caro. Lo stesso è stato fatto per i giorni della settimana e per le fasce orarie della giornata. Periodo oggetto di studio: dal 15 ottobre 2019 al 14 ottobre 2020. Fasce orarie prese in considerazione: notte (h.0-7), mattina (h.7-13), pomeriggio (h.13-18), prima serata (h.18-21), tarda serata (h.21-24).

I risparmi online che non ti aspetti!

In passato, per qualsiasi guasto o esigenza legata alla propria auto si andava direttamente dal meccanico. Ultimamente, invece, gli italiani hanno scoperto che acquistare online i ricambi auto, i pneumatici o gli accessori per la moto conviene.

idealo ha analizzato l'andamento dei prezzi nell'arco dell'anno di queste categorie di prodotti per stabilire quanto e quando effettivamente si risparmia di più.

Sui ricambi auto, come le batterie, le lampadine, e i prodotti per la manutenzione e la cura, si può risparmiare online fino a quasi

I prodotti per la disinfezione: la maggiore richiesta spinge in alto i prezzi

Uno degli aspetti della routine quotidiana che più ha risentito dell'effetto Covid-19 è il maggiore utilizzo dei prodotti per la disinfezione, dai gel mani ai disinfettanti e all'alcool etilico.

Il loro prezzo online negli ultimi mesi ha fatto registrare continui aumenti. Se nel 2019, infatti, il prezzo medio dei prodotti della

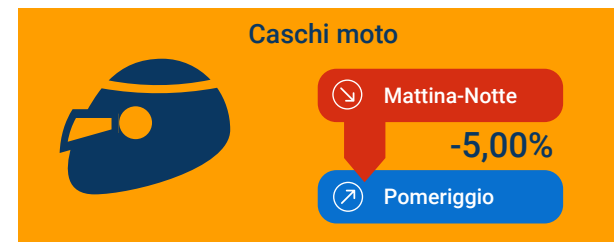
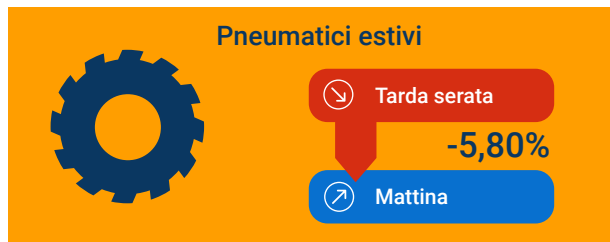
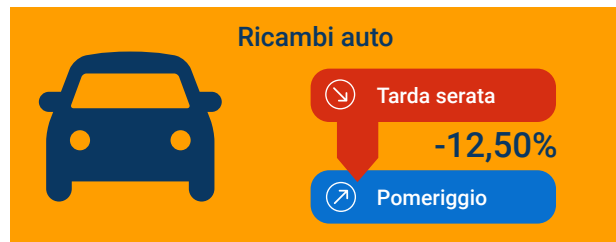
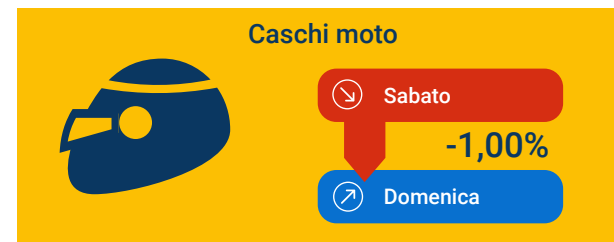
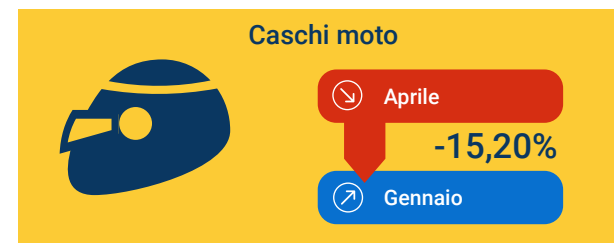
il **-35%** se si acquista a novembre, quasi il **-20%** sugli pneumatici estivi se li si acquista a febbraio e circa il **-15%** sui caschi moto comprati a gennaio.

Attenzione alla fascia oraria per i ricambi auto: se li si acquista nel pomeriggio, tra le 13 e le 18, si può risparmiare fino al **-12,5%** mentre la fascia oraria della tarda serata, tra le 21 e mezzanotte, è quella in cui i prezzi sono più alti.

categoria disinfezione è stato pari a **€7,70**, nel 2020 questo è salito a **€11,14**, con un aumento pari al **+43,4%** in un anno.

idealo ha voluto verificare se, con il monitoraggio dei prezzi e la scelta del momento giusto per acquistare, si possono ottenere dei risparmi. Pianificando il loro acquisto di venerdì si risparmia il **-10,6%** e il **-20,0%** se si compra nel pomeriggio.

Auto & Moto. Il prezzo dinamico mensile, settimanale e giornaliero



idealo ha analizzato i prezzi medi mensili, settimanali e giornalieri per ogni categoria presente sul proprio portale italiano. Per ognuna, il risparmio massimo medio mensile è stato calcolato mettendo a confronto il mese più vantaggioso con quello più caro. Lo stesso è stato fatto per i giorni della settimana e per le fasce orarie della giornata. Periodo oggetto di studio: dal 15 ottobre 2019 al 14 ottobre 2020. Fasce orarie prese in considerazione: notte (h.0-7), mattina (h.7-13), pomeriggio (h.13-18), prima serata (h.18-21), tarda serata (h.21-24).



Cross Border Trade - Il commercio transfrontaliero

I cross border trade, ossia la possibilità di vendere online anche all'estero, rappresenta un'opportunità per tutti gli attori coinvolti nella digital economy.

Per esempio, per quanto riguarda i vantaggi per i consumatori italiani, ci sono alcuni prodotti che possono essere più economici se acquistati al di fuori del nostro paese.

Se consideriamo i 100 prodotti con più intenzioni di acquisto nel 2020 sul portale italiano di idealo, circa il **60%** di essi ha avuto un prezzo medio nell'arco di un anno che è stato più basso in Europa rispetto all'Italia.

Considerato ciò, risulta immediato il vantaggio che i consumatori italiani possono ottenere grazie agli acquisti transfrontalieri per alcuni prodotti: possibilità di risparmio, quindi, ma anche la possibilità di accedere ad un'offerta più ampia e diversificata.

Il cross border trade rappresenta un'opportunità anche per gli stessi e-shop. Questi i dati elaborati da idealo e relativi al proprio portale italiano:

- Il **25%** degli e-shop che vendono in Italia hanno la sede all'estero.
- Il **32%** dei negozi digitali in Italia presenta il proprio e-shop nella lingua inglese, oltre all'italiano. Il **27%** in tedesco, il **27%** in francese e il **24%** in spagnolo.
- Oltre all'euro, nel **20%** dei casi è possibile pagare utilizzando la sterlina britannica.

I metodi di pagamento sicuri, in Italia e all'estero

Gli unici metodi di pagamento per gli acquisti online da ritenersi sicuri sono la carta di credito e l'account PayPal. Solo tramite queste due modalità, infatti, in caso di problemi, si riesce ad ottenere un rimborso di quanto speso.

Al contrario, sarebbero invece da evitare bonifici e ricariche Poste-Pay se il negozio non spedisce o non effettua il rimborso: le somme pagate, infatti, verrebbero perse in caso di problemi.

Attualmente, ci sono ancora alcuni negozi che offrono il pagamento in contrassegno che però prevede sempre un costo aggiuntivo a discrezione del negozio. Alcuni di questi, inoltre, chiedono comunque una percentuale del valore dell'ordine da pagare in anticipo.



Non c'è e-Commerce senza social media

Nel corso degli ultimi anni i social media sono cresciuti sempre di più fino ad avere un ruolo fondamentale nello sviluppo di una strategia di crescita per un'azienda. In particolare, con l'arrivo del lockdown, è stato riscontrato un boom di utenti a partire da marzo 2020. Il **73%** degli italiani ha infatti dichiarato di utilizzare più spesso i social network rispetto a prima della pandemia (Statista 2021).

La crescita delle nostre community (marzo 2021 vs marzo 2020):

- Facebook (+89%)
- Instagram (+83%)

In base all'esperienza di idealo, i social media rappresentano uno strumento utile per far conoscere il proprio brand. Secondo un sondaggio effettuato da Kantar per conto di idealo nel febbraio 2021, il **30%** degli intervistati ha infatti dichiarato di aver avuto un primo contatto con idealo proprio tramite i social media.

Follower delle pagine di idealo

Marzo 2020



+89%

Marzo 2021

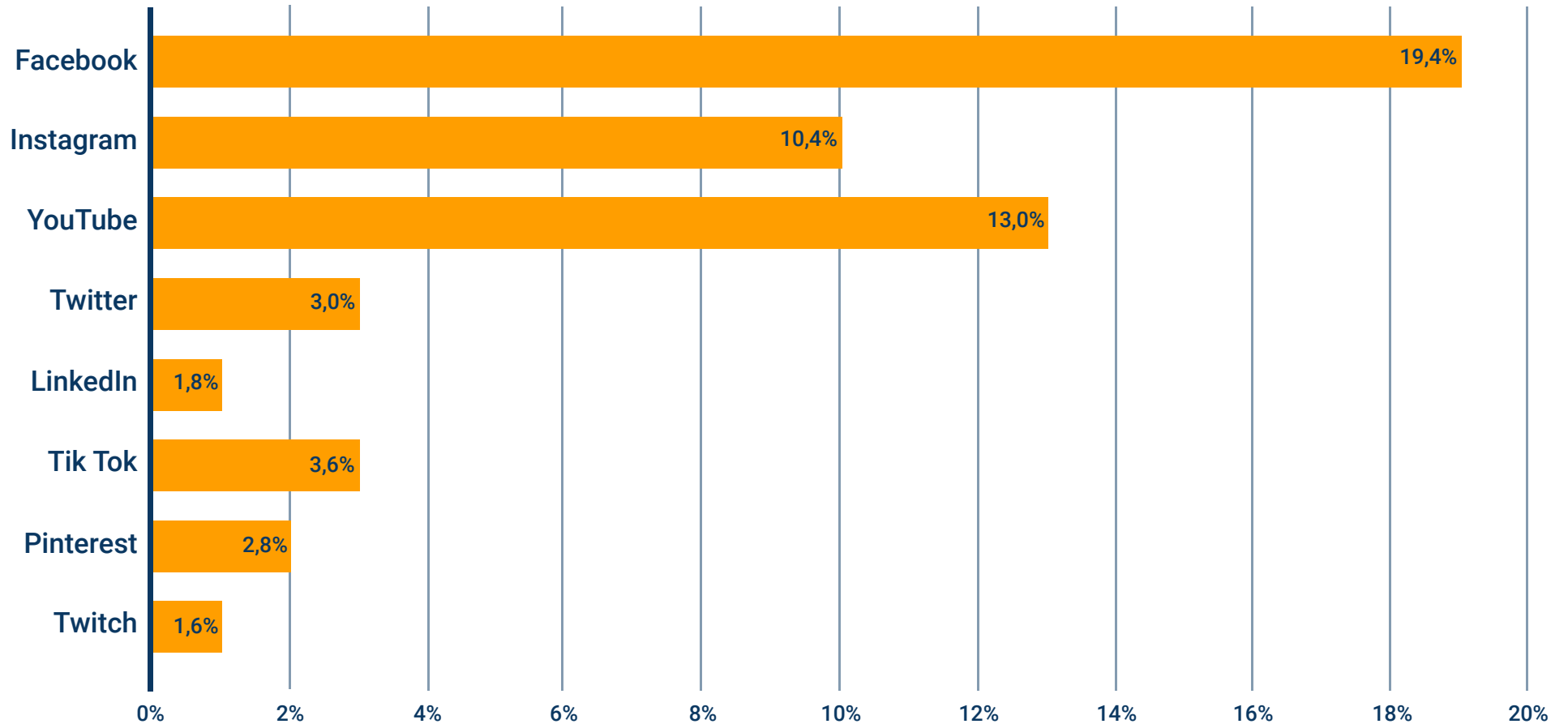


+83%



Aumento di follower sulle pagine Facebook e Instagram di idealo nell'anno della pandemia.

Piattaforme social dove idealo è conosciuto di più



Piattaforme social dove idealo è conosciuto di più (in base a un sondaggio effettuato da Kantar per conto di idealo nel febbraio 2021)

Conclusioni e previsioni per il futuro

Il 2020 è stato un anno di grandi cambiamenti, purtroppo resi necessari dalla pandemia di COVID-19. Per il mondo dell'e-commerce si è trattato di un momento storico che ha dato una spinta importantissima a un'industria già in crescita. Ne hanno soprattutto approfittato categorie merceologiche che in passato erano meno sviluppate sul mercato e-commerce, come per esempio quella del Mangiare & Bere.

*Dalla nostra analisi risulta che il consumatore digitale italiano è ormai un utente decisamente consapevole. La prova è, ad esempio, che la richiesta di risparmio desiderato (circa il **20,5%**) più o meno coincide con la possibilità di risparmio effettivo del **18,6%** grazie ai servizi offerti dalla comparazione prezzi. L'utilizzo del mobile come principale canale d'acquisto è ormai un elemento consolidato non solo per acquisti "istantanei" ma anche per quelli più ragionati, per esempio grazie all'utilizzo della funzione prezzo ideale sul nostro portale.*

*A livello generale, è confortante sapere come gli e-shop italiani siano riusciti a superare un difficile 2020, arrivando a proporre in un caso su tre un prezzo più competitivo dei cosiddetti big player. Similmente a un anno fa, ben il **68%** degli utenti è disposto ad acquistare da negozi online meno noti se vi è possibilità di risparmiare.*

idealo, da sempre impegnata nel supporto dei piccoli e medi shop italiani, ha riproposto con successo gli idealo Days (22-23 marzo 2021), la cui seconda edizione quest'anno si è svolta non solo in Italia, ma anche in Spagna.

Rilevante notare anche i cambiamenti a livello locale che hanno caratterizzato il 2020 con le regioni del Sud Italia diventate ormai protagoniste, con una forte crescita dell'interesse online nei confronti dell'e-commerce e della comparazione prezzi.

Seppur ancora in ritardo rispetto ai principali mercati europei, quello dell'e-commerce italiano mostra una vivacità interessante e con tassi di crescita tra i più alti in Europa nei settori Arredamento & Giardino, Drogheria & Salute, Mangiare & Bere e Prodotti per animali. Il biennio 2021-22 sarà un momento chiave per le PMI italiane per recuperare un gap importante, creato negli ultimi anni dai big player dell'e-commerce internazionale. Spero che le informazioni apprese con questo white paper vi siano utili per il vostro business e che vi spingano a essere coraggiosi e a tentare nuove strade. Noi di idealo siamo qui per aiutarvi e sostenervi.

Filippo Dattola

Country Manager di idealo per l'Italia



Metodologia

Tutti i dati, salvo diversa indicazione, sono relativi ai portali internazionali di idealo internet GmbH o sono stati rilevati nell'ambito di due sondaggi somministrati a giugno 2020 e febbraio 2021, in ogni occasione a oltre 1500 persone in Italia, intervistate dall'Istituto di ricerche di mercato Kantar.

I risultati si riferiscono a persone che hanno dichiarato di effettuare acquisti online almeno una volta negli ultimi sei mesi. La distribuzione per sesso e fasce d'età del campione selezionato è rappresentativa di quella della popolazione di riferimento in Italia.

Il presente report con i dati del 2020 è un aggiornamento della versione precedente, relativa all'anno 2019. I dati di questa nuova versione del white paper di idealo possono essere utilizzati sotto Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0).

È possibile condividere, riutilizzare liberamente e adattare il contenuto, anche per scopi commerciali, purché si riconosca una menzione di paternità adeguata, si fornisca un link alla licenza e si indichi se sono state effettuate delle modifiche.

Autori & Contatti



Antonio Pilelo

Responsabile della Comunicazione di
idealo per l'Italia



Bruna De Cristofaro

Del dipartimento Content Marketing di
idealo Italia



Caterina Casati

Del dipartimento Content Marketing di
idealo Italia

Ringraziamenti

Un ringraziamento particolare per il supporto e la collaborazione:

- **Filippo Dattola**, Country Manager di idealo Italia
- **Andrea Raffaelli**, Responsabile del dipartimento Partner Management International di idealo
- **Anna Gryszko**, Data Analyst del dipartimento Content Marketing International / External Communication di idealo
- **Anna Sophie Schulz** e **Dorothee Kunze** del dipartimento Design Hub di idealo
- **Edoardo Giambuzzi**, Social Media Specialist del dipartimento Content Marketing di idealo Italia
- **Jessica Kiefl**, del dipartimento UX-Research di idealo
- Istituto di ricerche di mercato **Kantar**
- **Seigradi**, agenzia di relazioni pubbliche e marketing communication

Ufficio stampa e redazione web

E-mail: stampa@idealo.it

Tel: +39 06 94801514

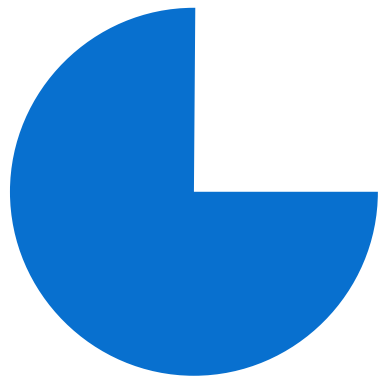
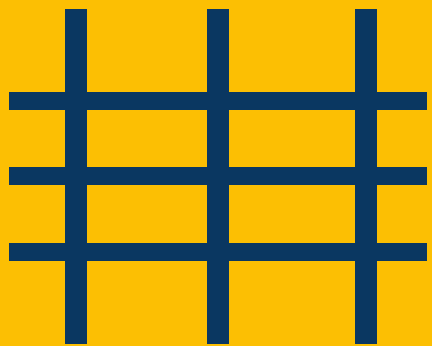
A proposito di idealo

idealo è un comparatore prezzi con oltre 145 milioni di offerte di oltre 30.000 negozi online. L'azienda viene fondata a Berlino nel 2000 e da allora è cresciuta costantemente. Dal 2006 entra a far parte del gruppo editoriale Axel Springer SE (editore anche di Bild Zeitung). Attualmente è presente in Germania, Austria, Regno Unito, Francia, Italia, Spagna, con sei portali nazionali.

Nel corso dei suoi primi 21 anni di attività ha ricevuto eccellenti recensioni e ha vinto numerosi test condotti da enti autorevoli e indipendenti impegnati nella tutela dei consumatori. Nel 2014 ha ottenuto dall'ente di certificazione tedesco TÜV Saarland il marchio di "comparatore certificato" per la qualità delle informazioni reperibili sul portale e le misure a protezione dei dati degli utenti.

idealo mette a disposizione dei propri utenti centinaia di test sui prodotti e opinioni di altri utenti, non limitandosi ad offrire un servizio di comparazione per individuare i prezzi più convenienti, ma ponendosi anche come una guida autorevole e imparziale allo shopping on-line con schede tecniche, filtri di ricerca avanzati e recensioni di esperti.

Oltre 800 persone provenienti da quasi 40 nazioni lavorano nella sede di Berlino. idealo è una partecipazione di maggioranza di Axel Springer SE.



Maggio 2021, Berlino

idealo Internet GmbH
Zimmerstraße 50
10888 Berlino
Germania



Il contenuto di questo report è pubblicato sotto Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0). È possibile condividere, riutilizzare liberamente e adattare il contenuto, anche per scopi commerciali, purché si riconosca una menzione di paternità adeguata, si fornisca un link alla licenza e si indichi se sono state effettuate delle modifiche.

idealo

