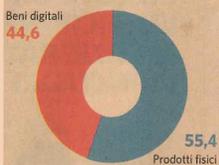


COSA COMPRA

Le categorie degli acquisti online
Valore relativo nell'ultimo trimestre, in %
■ BENI DIGITALI E SERVIZI ■ BENI FISICI



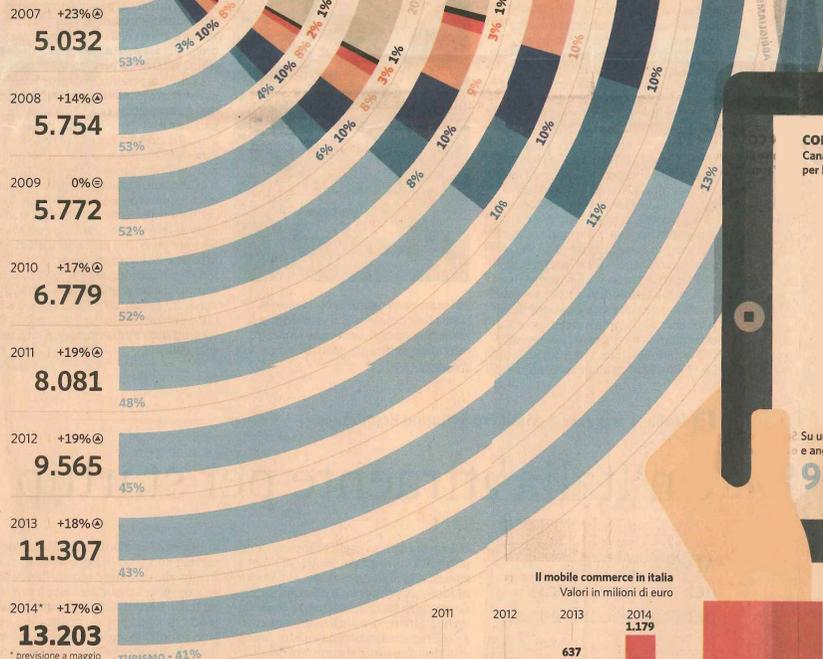
La tipologia di beni acquistati
Quota % sul totale



Identikit di acquirenti online

LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

La dinamica delle vendite eCommerce B2c in Italia. Valori in milioni di euro, variazione % anno su anno e distribuzione % per comparto merceologico.



Il mobile commerce in Italia



CHI È L'UTENTE

Il profilo degli acquirenti online



La distribuzione geografica



COME PAGA

Incidenza di utilizzo dei diversi sistemi di pagamento



CON COSA COMPRA

Canali e dispositivi per l'acquisto online



Incidenza degli ordini effettuati da un dispositivo mobile



COME LE AZIENDE LO CONVINCONO

Strategie di conversione



PERCHÈ DECIDE PER L'ACQUISTO FISICO

Informazione online per l'acquisto offline: perché



PERCHÈ NON COMPRA ONLINE

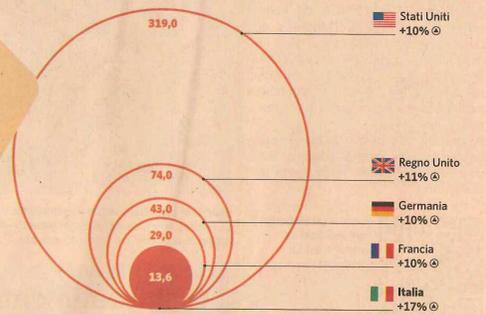
Ragioni della mancata esperienza di acquisto online



CONFRONTO INTERNAZIONALE

Valore eCommerce 2014

Valori in miliardi di euro e variazione % 2014 su 2013



SOURCE: elaborazione Nova24 su dati Osservatorio eCommerce B2c - Netcomm - Politecnico di Milano e Casaleggio Associati 2014