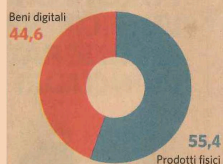


## COSA COMPRA

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



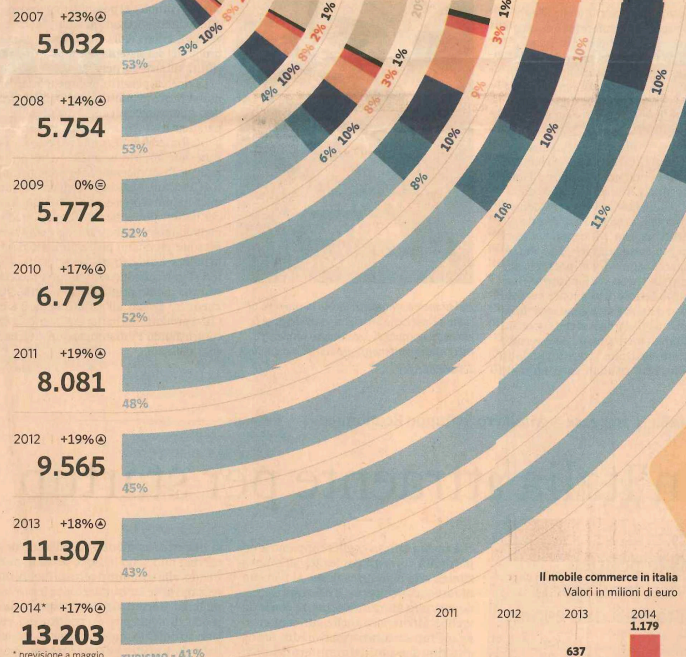
La tipologia di beni acquistati  
Quota % sul totale



## 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

Valori in milioni di euro



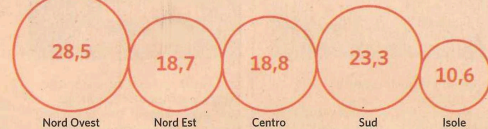
## CHI È L'UTENTE

Il profilo degli acquirenti online



### La distribuzione geografica

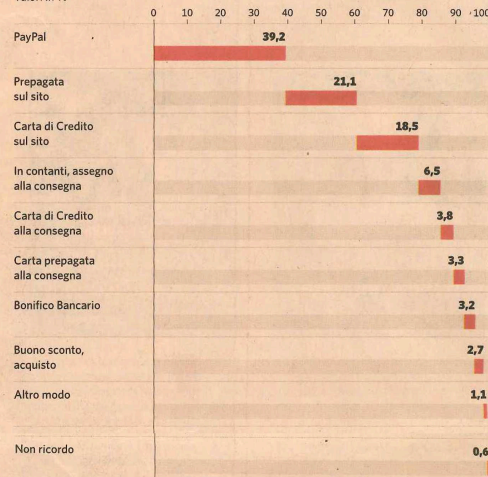
Valori in %



## COME PAGA

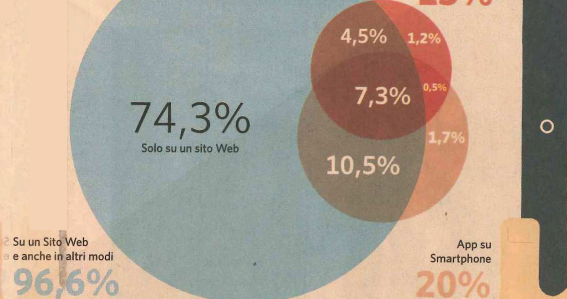
Incidenza di utilizzo dei diversi sistemi di pagamento

Valori in %



### CON COSA COMPRA

Canali e dispositivi per l'acquisto online



### Incidenza degli ordini effettuati da un dispositivo mobile

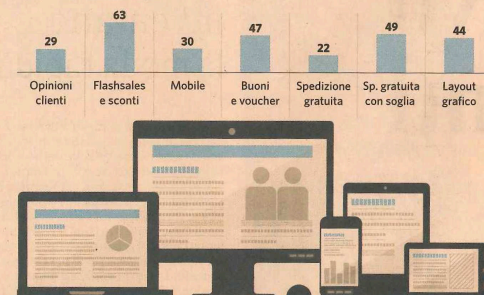
Valori in % sul totale degli acquisti online



## COME LE AZIENDE LO CONVINCONO

Strategie di conversione

Valori in %, risposta multipla



## PERCHÉ DECIDE PER L'ACQUISTO FISICO

Informazione online per acquisto offline: perché

Valori in %



## PERCHÉ NON COMPRA ONLINE

Ragioni della mancata esperienza di acquisto online

Valori in %



## CONFRONTO INTERNAZIONALE

Valore eCommerce 2014

Valori in miliardi di euro e variazione % 2014 su 2013

