

Consumi. Analisi Casaleggio sull'e-commerce via telefonino: i ritardi di Nokia

# Sfida iPhone-Blackberry per il carrello della spesa

## Tre aziende su 10 punteranno sullo shopping via cellulare

Daniele Lepido  
MILANO

Con qualche investimento mirato e una manciata di rischio calibrato, l'Italia potrebbe essere il futuro *eldorado* dell'e-commerce sui telefonini. Un business che, secondo Gartner, coinvolgerà già dall'anno prossimo 526 milioni di persone in tutto il mondo.

Se le prime due condizioni - coraggio nel fare impresa e calcolo del rischio - sono variabili ancora troppo dipendenti dall'incertezza delle aziende, il secondo è un dato di fatto: l'Italia non solo è (storicamente) uno dei paesi con il tasso più elevato di penetrazione dei cellulari, ma è anche quello che si è fatto sedurre con più convinzione

dall'evoluzione tecnologica dei prodotti. È quanto emerge dalla ricerca *E-commerce in Italia 2010* realizzata da Casaleggio Associati, che oggi sarà presentata a Milano insieme con Barclays. Uno studio che spiega come la nostra sia la prima tra le maggiori nazioni europee per numero di utilizzatori di smartphone. Che tradotto significa: la "base" sulla quale operare c'è, ora bisogna offrire prodotti e servizi.

Sempre secondo il report Casaleggio in Italia i possessori di smartphone sono il 28% sul totale degli utenti che hanno in tasca un cellulare. Quasi uno su tre, prima di Spagna (23%) e Stati Uniti (17%). Sono quindi 10 milioni i navigatori che da Trieste a Palermo accedono a internet tramite dispositivi mobili, circa il 40% sul totale di 25 milioni di navigatori. E il commercio elettronico effettuato dai nuovi telefonini potrebbe nei prossimi anni raggiungere cifre di tutto rispetto: secondo Abi Research, da qui al 2015 le vendite nel mondo tramite dispositivi mobili dovrebbero sfiorare i 120 miliardi

di dollari, con una crescita di quasi sette volte rispetto ai 18,3 miliardi del 2009.

Eppure le aziende italiane tardano a investire nel canale del mobile internet: lo studio di Casaleggio racconta come solo il 14% delle imprese che nel nostro paese fanno e-commerce stia attuando una vera strategia nel settore, anche se il 35% ha in programma di investire tra la fine di quest'anno e il prossimo e il 30% sta concretamente pianificando di permettere l'acquisto con il cellulare. Inoltre il 20% pensa di utilizzare il mobile per campagne di marketing, un altro 20% per lanciare servizi informativi via sms e il restante 25% per rassegne di prodotto e comparazione dei prezzi. «Ma il vero dato significativo - racconta Davide Casaleggio - è che ben il 45% del campione non ha piani che riguardano investimenti in progetti sul mobile, un numero che sottolinea come quest'ambito sia ancora poco sfruttato dalle realtà che fanno e-commerce».

Gli obiettivi di chi investe sono chiari: l'aumento delle vendi-

te (28%) e la fidelizzazione dell'utente (23%). Per quanto riguarda i settori commerciali, tra i prodotti più acquistati via telefonino ci sono ancora i contenuti digitali come le applicazioni software, la musica e i videoclip, ma anche l'elettronica di consumo (57%), libri (42%), vestiti (34%) e gioielli (16%). Ma su quali piattaforme si investe? «Fino al 90% degli investimenti delle aziende nel comparto del commercio elettronico su cellulare è dedicata all'iPhone della Apple - sostiene Casaleggio - e il rimanente 10% viene spartito tra Blackberry e Android». Restano al palo, a quanto sembra, Nokia e il suo negozio virtuale Ovi, per una guerra che il colosso finlandese, pure fresca di nuovo amministratore delegato, non potrà permettersi di perdere. Almeno non in questa misura.



<http://danielelepido.blog.ilssole24ore.com>



A pagina 47

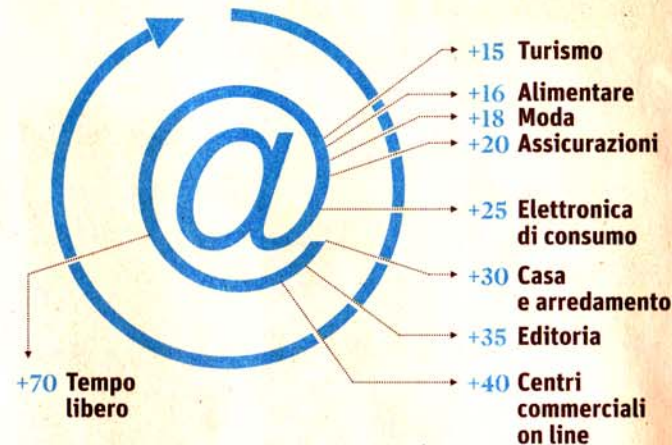
Nokia silura il capo degli smartphone

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Acquisti online

### STIMA DI CRESCITA 2010 IN ITALIA

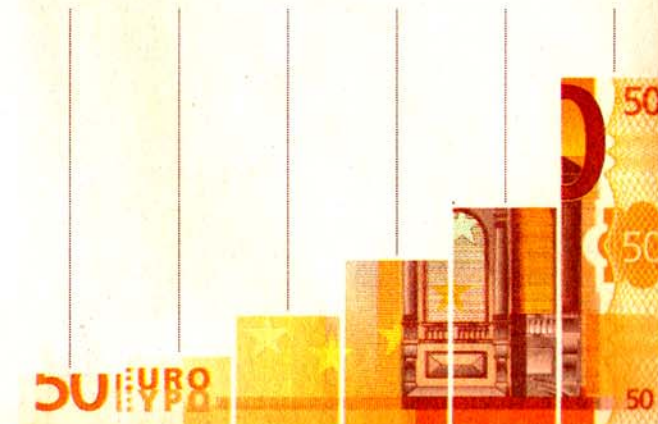
Dati in %



### FATTURATO IN ITALIA

Dati in milioni di euro

Anno	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fatturato	1.645,6	2.123,4	3.286,2	4.868,3	6.364,9	10.037,5



Fonte: Casaleggio Associati