

## OTO Research presenta la ricerca sugli e-regali e fa chiarezza sul mercato

Un utente su 3 farà acquisti via web, 3 su 4 lo userà come vetrina

Anche quest'anno la ricerca di OTO Research sulla propensione a cercare online i regali di Natale fa chiarezza in mezzo alla mole di dati che affolla il mercato, mostrando tassi di crescita sorprendenti.

A partire dai dati della ricerca del 2005, confermati dalle rilevazioni degli accessi su siti di e-commerce e info-commerce registrati da Nielsen/Netrating nel dicembre 2005, si è notato un tasso di crescita del 25% per quanto riguarda l'info-commerce, e del 50% per quanto riguarda l'e-commerce di Natale. Quest'anno, infatti, salirà a 5 milioni il numero degli utenti che dichiarano che, sicuramente o probabilmente, acquisteranno online i propri regali natalizi.

E fra i regali preferiti, oltre a libri, cd e dvd (ormai classici dell'e-commerce natalizio), quest'anno gli intervistati iniziano a citare viaggi, biglietti per eventi, ma anche capi di abbigliamento e regali solidali.

Quelle che fino allo scorso anno sembravano essere barriere insormontabili, sono state surclassate da vantaggi quali la comodità e la praticità del mezzo. Per non parlare della componente legata al risparmio e alla convenienza, percepita dagli indecisi come principale vantaggio e leva che potrebbe convincerli ad acquistare su internet.

Insomma, aumenta la fiducia nel web, favorita anche dai servizi di pagamento quali PayPal e carte prepagate, che quest'anno hanno registrato tassi di crescita consistenti.

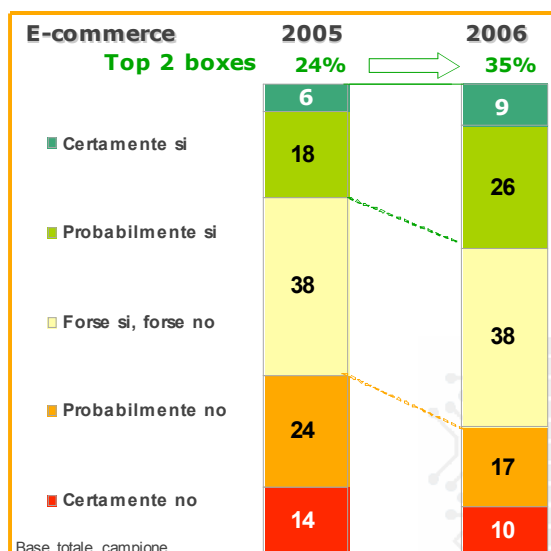
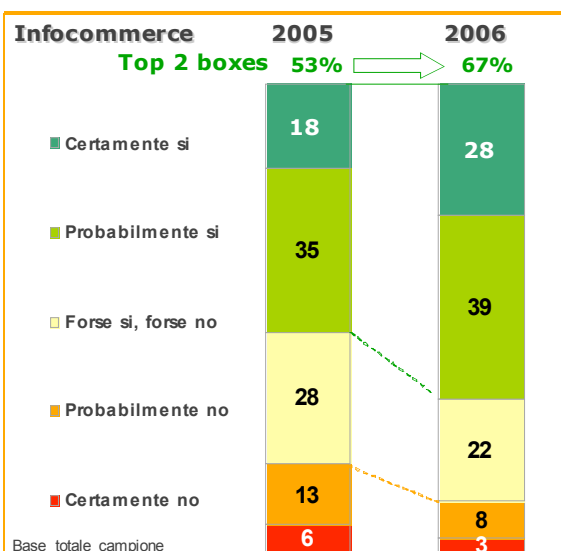
Federico Capeci, General Manager di OTO Research, commenta: "Sfruttare al massimo le potenzialità del web significa individuare i driver più adatti per ciascun target, a seconda del settore, della tipologia di utente e del suo rapporto col web. Proprio in questo momento così strategico per l'e-commerce nazionale risulta cruciale identificare le leve su cui operare per massimizzare gli investimenti. Quest'anno gli utenti internet sembrano ancora più predisposti verso il canale, ma ancora una volta sarà determinante quanto l'offerta sarà in grado di fare".



### Regali di Natale on -line 2005 vs 2006 : raccolta di informazioni



- I dati di info e e-commerce rispecchiano l'importante fenomeno di crescita di quest'anno: per il prossimo Natale 2/3 degli utenti internet raccoglieranno sul web informazioni in merito ai regali da fare e, se soddisfatti, acquisteranno di più (rispetto al 2005, si evidenzia una propensione positiva all'acquisto di + 11%)





- ▶ **Alcune differenze tra i regali online che piacerebbe fare o ricevere: si sottolinea il dato estremamente in contro tendenza dei pacchetti vacanze, uno dei regali più desiderati e dei meno regalati**

