

Studi e ricerche

a cura del Servizio Iniziative Redazionali Speciali

■ E-COMMERCE: BENE CASA, BEAUTY, TELEFONIA

I trend degli acquisti sul web nel 2009: sempre più italiani l'anno scorso si sono rivolti al web per i loro acquisti, cogliendo così le opportunità di ampia scelta, comodità e risparmio tangibile che offre l'e-commerce.

Secondo un'indagine realizzata da eBay, il primo sito di e-commerce in Italia, a fianco della categoria dei prodotti tecnologici, con un oggetto acquistato ogni 4 secondi (in particolare un cellulare o componente ogni 14 secondi), nel 2009 gli italiani hanno comprato su eBay soprattutto abbigliamento e accessori (un vestito o accessorio ogni 12 secondi), oltre che prodotti per la casa, l'arredamento e il bricolage (un oggetto ogni 17 secondi). Tra le curiosità, sono cresciuti del 146% sul 2008 gli acquisti di prodotti per animali (+5% nel 2008 rispetto al 2007) e dei termometri per bambini (+102% sul 2008, +9% nel 2008 rispetto al 2007).

Autore: eBay
www.ebay.it

■ LA SECONDA ONDATA DIGITALE

Per maggiori informazioni digita:
www.largoconsumo.info/042010/DOCSecondaOndataDigitale

Studio sull'evoluzione della Tv digitale in Italia: la prima "ondata" digitale è stata quella di Sky e ha modificato gli equilibri della televisione in Italia. La seconda ondata è quella della digitale terrestre, che si concluderà nel 2012. A un anno dallo switch-off della Sardegna, altre Regioni hanno spento o stanno spegnendo il segnale analogico, portando ulteriore fermento nel mondo televisivo e nei rapporti di forza tra le reti, con inevitabili ripercussioni sulle pianificazioni pubblicitarie.

L'effetto più evidente di queste due successive ondate digitali è la frammentazione dell'audience Tv. A sua volta, la frammentazione dell'audience ha due evidenti effetti negativi sui risultati delle pianificazioni pubblicitarie sulle reti tradizionali. Rispetto a

pochi anni fa, la copertura media (ovvero la percentuale del target che aveva la possibilità di vedere lo spot di una campagna) è diminuita di alcuni punti, a parità di pressione.

Autore: Media Italia
www.mediaitalia.it

■ A MILANO OGNI FAMIGLIA SPENDE 2.871 EURO AL MESE

Terzo Osservatorio sui prezzi e consumi a Milano: alti i consumi dei milanesi. La spesa media mensile totale delle famiglie del capoluogo lombardo nel 2008 è stata infatti di 2.871 euro, +15,5% rispetto ai consumi medi della famiglia italiana, 2.485 euro al mese, e +2,2% rispetto a quella del Nord, anche se in leggera diminuzione rispetto al 2007, -0,1%.

Ma nell'anno di inizio della crisi, si modificano le abitudini di consumo: a seguito dei rincari dei prezzi al consumo del primo semestre, riconducibili soprattutto all'incremento dei prezzi delle materie prime cerealicole ed energetiche, aumenta la spesa per i beni alimentari, dai 442 euro mensili in media del 2007 ai 466 nel 2008 (+5,4%), mentre rallenta quella per i consumi non alimentari, da 2.433 euro nel 2007 a 2.405 (-1,1%), che riduce il suo peso sul totale della spesa media mensile delle famiglie milanesi, dall'84,6% all'83,8%.

La voce più importante è per la casa, 17,5%, seguita da alimentari (16%), trasporti (9%) e sanità (6%).

Per maggiori informazioni digita:
www.largoconsumo.info/042010/DOCConsumiFamiglieMilano
Autore: Camera di commercio
www.milano.consumi.info

■ STABILI GLI IMMOBILI PER LA LOGISTICA

Indagine sull'andamento del mercato immobiliare per la logistica nel 2009: Cushman & Wakefield, uno dei maggiori service provider immobiliari nel real estate a livello mondiale, commenta i dati sull'andamento immobiliare per l'attività logistica nel 2009.

Per il terzo trimestre consecutivo, i canoni di locazione sono rimasti sostanzialmente invariati nei contesti locali e il mercato ha continuato a essere più stabile. Nel mercato delle locazioni, la domanda è limitata ma attiva. Alcuni operatori del mercato logistico conto terzi stanno consolidando le operazioni o rinegoziando i loro canoni.

Alcuni gruppi industriali stanno considerando operazioni di in-sourcing per la logistica.

Gli sviluppi speculativi hanno subito un rallentamento e i nuovi progetti procedono principalmente con accordi di pre-locazione. Infine, nel mercato degli investimenti si registra una lieve ripresa delle transazioni con rendimenti relativamente stabili. In ogni caso, l'attesa per fine anno era per un'ulteriore riduzione del volume degli investimenti nel comparto logistico.

Autore: Cushman&Wakefield
www.cushwake.com

■ PIÙ SALUTE NELLA SPESA DELLE DONNE ITALIANE

Indagine di O.N.Da sull'importanza dell'alimentazione per la salute: il 60% delle donne è consapevole che un'alimentazione sana ed equilibrata è uno strumento cardine per la tutela e la prevenzione della salute per sé e i propri cari.

Il concetto si scontra spesso, però, con impedimenti culturali e sociali molto forti: il poco tempo a disposizione, i pasti fuori casa (in particolare per le donne lavoratrici e single), i limiti culturali (1 donna su 4 non legge la lista degli ingredienti, indispensabile per potere distinguere un cibo di qualità, anche se solo il 10% si sente poco informata sul tema) e, in modo particolare, il prezzo dei cibi.

Il 75% chiede educazione alimentare in Tv e a scuola. Sono questi i dati principali emersi dalla ricerca, svolta su 500 donne tra i 30 e i 60 anni, dall'Osservatorio nazionale sulla salute della donna, con il supporto del Pastificio Rana.

Autore: O.N.Da
www.ondaosservatorio.it