**SHOPPING ONLINE: GLI ITALIANI NAVIGANO DA MOBILE
MA ACQUISTANO DA PC**

*L’analisi di advisato.it, sito italiano emergente di codici sconto, svela la tendenza: i consumatori si informano su dispositivi mobili ma preferiscono acquistare da desktop.*

**Milano, aprile 2016**. Gli italiani **trascorrono sempre più tempo su dispositivi mobili** ma **acquistano stabilmente da desktop**. A dircelo è [**www.advisato.it**](http://www.advisato.it), noto sito di codici sconto, che ha monitorato il comportamento di circa 1 milione di utenti nel corso degli ultimi 15 mesi: nel corso del primo trimestre 2016 ben il **43% degli utenti ha consultato il sito in mobilità** (35% smartphone, 8% tablet), contro il **57% da desktop**. Solo un anno fa gli utenti che accedevano da desktop erano il 66% (25% smartphone, 10% tablet, nel primo trimestre 2015), con una **crescita degli smartphone di 10 punti percentuali**.

Ciò nonostante, i dati non rivelano una significativa crescita degli acquisti da mobile, confermando anche per il 2016 la **preferenza dei consumatori a concludere gli acquisti da desktop**: nel primo trimestre del 2016, infatti, ben **l’84% degli utenti ha effettuato un acquisto da un PC tradizionale**, a dimostrazione di una maggiore comodità o mancanza di totale fiducia degli utenti nell’utilizzo di altri dispositivi.

L’analisi ha inoltre evidenziato una **prevalenza nell’uso di dispositivi** basati su sistemi operativi **Android (53%)**, principalmente a marchio Samsung (35%), con un’interessante crescita di marchi emergenti (come ad esempio Huawei, al 4%). I sistemi operativi marchiati **Apple** si fermano **al 42%** del totale nel primo trimestre del 2016, contro il 47% circa di un anno fa.

“*Lo studio evidenzia le potenzialità del mercato e-commerce, e mette a fuoco le sfide più rilevanti che l’attendono: gli utenti italiani, sempre più a loro agio con smartphone e tablet, stentano ancora a effettuare acquisti da dispositivi mobili.”*, commenta **Luca Tuscano**, CEO di www.advisato.it. *“Per cogliere tali opportunità il mondo e-commerce dovrà focalizzare le proprie attenzioni sui temi legati all’usabilità e alle forme di mobile payment*”.

Completa l’analisi il **profilo del *couponista***: l’utente medio è di **età compresa tra i 25-34 anni**, è **donna** e **residente in una grande città**. Andando più nel dettaglio, il 33% degli utenti ha 25-34 anni, seguono gli utenti nella fascia 35-44 (27%), 18-24 (17%), 45-54 (13%), 55-64 (6%), 65+ (4%). Il 45% è di sesso maschile, contro il 55% di sesso femminile. A livello geografico, il 50% dell’utenza si concentra nelle grandi aree metropolitane italiane, Milano e Roma in testa (rispettivamente con il 21% e il 17%).

Tra le categorie merceologiche più richieste spiccano **Moda e Accessori**, con il **22**% degli acquisti, seguiti da **Viaggi** (19%), **Salute e Bellezza** (14%) e **Elettronica** (10%).

**Per maggiori informazioni, si prega di contattare:**

Silvia Rezzonico

silvia.rezzonico@advisato.com

348.1697565