

Class

IL CLIC GIUSTO È QUI

NEI MIGLIORI 50 NEGOZI DIGITALI

PER L'E-SHOPPING SU MISURA

Tecnologia, moda, viaggi, design, sport, food, cultura e servizi.
Dove trovare velocemente quello che stai cercando

di Chiara Cantoni

Online-offline: fino a ieri un binomio antagonista, oggi una coppia complementare. Almeno nelle aspettative del consumatore digitale, ultimo stadio nella scala evolutiva dei comportamenti d'acquisto, che dà ormai per scontata la continuità d'esperienza sui diversi canali. «Se 3 miliardi di persone nel mondo si informano via web e il 70% usa uno smartphone; se gli e-shopper hanno raggiunto quota 1,3 miliardi e un quarto compra anche all'estero, significa che lo shopping online è diventato l'attributo comportamentale di un più ampio fenomeno digitale planetario», spiega Roberto Liscia, presidente di Netcomm, consorzio del commercio elettronico italiano. «L'e-commerce ha vissuto quattro fasi, accompagnate da altrettanti profili di consumatori: la prima dei pure player, nati e attivi da subito sul web, ha attratto per lo più un pubblico di techno-fan. Poi, con gli operatori multicanale presenti sia online che in-store, è maturato il consumatore consapevole, avvezzo a confrontare le offerte; poi gli engager, ricorrendo ai social network, hanno puntato sull'utente partecipativo. Infine oggi, la fase della digital



disruption vede l'e-commerce come parte di un ecosistema digitale che ricomprende la vendita all'interno di un processo informativo più esteso, dove il focus si sposta dal prodotto alla comunicazione e ai servizi che lo accompagnano».

«Negli ultimi 20 anni abbiamo contribuito all'evoluzione digitale del consumatore, che oggi chiede affidabilità e sicurezza nell'acquisto, velocità nella spedizione», sostiene Claudio Raimondi, managing director di eBay Italia e membro di Ypo, network internazionale di a.d. e business leader. «L'utente, esposto a numerose informazioni, può sentirsi spaesato, a volte non si fida pienamente del canale e ha sempre meno tempo: eBay si impegna a guidarlo nella ricerca dei prodotti per lui realmente rilevanti, aiutando i meno esperti con semplici e chiare regole di sicurezza». Parola d'ordine, adeguarsi per non perdere il treno. Se Cina, Usa e Gran Bretagna, i primi tre paesi per e-commerce, sfrecciano ormai sui binari dell'alta velocità, l'Italia procede ancora sui pedali, con sole 40mila imprese che vendono online a fronte delle 800mila in Europa. «Mancano la cultura e le

I NUMERI DELL'E-COMMERCE IN ITALIA NEL 2015

DATI NETCOMM



Copertina



capacità d'investimento in logistica e tecnologie», osserva Liscia. «C'è poi un problema, non solo italiano, di fiducia nel digitale, nei pagamenti, nella privacy. Netcomm ha investito sul marchio Ecommerce Europe Trustmark, che certifica l'affidabilità dei siti e conta già a livello europeo oltre 10mila e-shop». Ciò detto, anche l'Italia si muove. Qualche dato dall'ultimo eCommerce Netcomm Forum. «Il valore degli acquisti online, raddoppiato in cinque anni, raggiungerà i 19,3 miliardi nel 2016 (+17%), generati da 18,8 milioni di consumatori italiani, 13 dei quali si informano in negozio dopo aver fatto ricerche in rete, mentre nove milioni consultano internet da mobile all'interno del negozio stesso. Segno che, anche nel nostro paese, va intensificandosi il rapporto cross-canale fra web e punto vendita».

Secondo le stime 2016 dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano, a trainare maggiormente la crescita sono i settori dell'abbigliamento (+25%), dell'informatica/elettronica di consumo (+22%), dell'editoria (+16%) e del turismo (+11%). «Sussiste ancora uno sbilanciamento a favore dei servizi sui prodotti, rispettivamente il 55% e il 45% del transato, con un tasso di penetrazione sulle vendite retail del 9% per i primi e di appena il 3% per i secondi. Che, però, oggi galoppiano a una velocità quasi tripla rispetto ai servizi: in uno o due anni mi aspetto il pareggio», spiega il direttore dell'Osservatorio, Riccardo Mangiaracina. «Soprattutto per-

ché finalmente stanno recuperando settori fino a ieri poco presenti sul web, come l'alimentare (+29%), l'arredamento (+39%) e il beauty. Con ritmi di crescita tali da smentire l'ipotesi di un consumatore poco maturo: in passato, le limitate performance dell'e-commerce italiano non sono dipese dalla scarsa domanda ma dall'offerta limitata. E con l'arrivo delle dot com, come Amazon o eBay, il mercato è subito fiorito, pungolando anche i nostri retailer a colmare il gap».

Meglio tardi che mai. E sempre più da mobile. «Viene da smartphone il 15% degli acquisti online», continua Mangiaracina. «Una percentuale in salita, che segue l'aumento dell'offerta dedicata, con app sempre più usabili, e la pratica dello showrooming: in negozio il cliente vede un articolo di suo interesse e, se costa meno, lo compra online in tempo reale. Altro fattore di crescita è il fenomeno delle vendite a tempo, dove, a fronte di stock e offerte limitate, l'istante d'acquisto fa la differenza». Tipica-



mente alle 7 del mattino, quando si apre la campagna e si è già in viaggio verso l'ufficio.

«In un mondo interconnesso, il mobile gioca un ruolo centrale, influenzando il 50% delle transazioni su eBay», conferma Raimondi. Le categorie più calde in Italia? «Casa e bricolage, ricambi auto e moto, tecnologia, abbigliamento e accessori: ogni 7 secondi si vende un ricambio, ogni 29 una luce a led, ogni 48 un paio di scarpe. Poi, però, c'è di tutto, secondo il motto "se esiste, lo trovi su eBay"».

COMPRARE TUTTO SU TUTTI I CANALI

Andreas Schmeidler, country manager Italia di Vente-privee.

Chi sono i clienti digitali?

Consumatori esigenti, maturi, desiderosi di vivere un'esperienza coinvolgente tanto online quanto offline, non solo nelle grandi città ma anche in provincia, al Sud e nelle Isole. I big data sono una grande risorsa ai brand: la sfida è interpretarli, sviluppando capacità predittive sempre più



efficaci per un servizio migliore. Notiamo, inoltre, che l'italiano spende più degli europei: abituato alla qualità, cerca manufatti pregiati e le marche.

Come l'e-commerce cambia le dinamiche di acquisto?

Lo smartphone è ormai un'appendice del qui e ora: il cliente consuma informazioni, beni e servizi quando vuole, confronta, commenta, sceglie e condivide in tempo reale. Si dovrà lavorare, e Vente-privee lo fa, secondo il concetto mobile first,

progettando in un'architettura processuale in cui la dimensione desktop passa in secondo piano.

Qual è il futuro del retail?

Di fronte a un consumatore dinamico, in grado di cercare da sé ciò che vuole, la sfida è differenziarsi anticipandone i bisogni e sviluppando sinergie prima sottovalutate. Il futuro, già realtà per Vente-privee, sta nell'integrazione sempre più profonda tra canali distributivi, laddove la scelta di finalizzare l'acquisto sarà dettata solo dalla circostanza. Essenziale, quindi, la coerenza del messaggio.

CON L'I-PAD LA DOMENICA POMERIGGIO

«Vado matta per gli asciugamani, le lenzuola, i corredi per la casa. Ne ho di tutti i tipi, comprati online, l'ultimo di Frette su Vente-privee, uno degli e-commerce che prediligo. Amo, la domenica mattina o talvolta il pomeriggio, concedermi un momento di relax: iPad alla mano, cerco gli articoli che mi interessano, confronto i prezzi e le offerte. Di tanto in tanto ordino prodotti olandesi su Real dutch food e Holland at home. Non è solo l'atto d'acquisto, è tutto il rituale: sul divano di casa, con la famiglia intorno, un buon caffè e il piacere di una pausa veramente mia. Mia figlia Ann Mari colleziona i personaggi delle Sylvania Families e spesso cerchiamo insieme su Amazon quello che le manca, mentre il mio compagno Roberto fa sempre scorta di jeans. Sto persino lavorando al lancio di un nuovo e-shop dedicato al mondo green & glam, dove sarà in vendita il mio libro, *Fior fior di idee*, insieme con piccoli oggetti decorativi per la casa, composizioni e bouquet floreali e prodotti tipici dall'Olanda. Sarà online a breve ma non posso svelare di più.»

Ellen Hidding, conduttrice tv



CASA E DESIGN

ARREDATUTTO.COM I migliori mobili e marche di elettrodomestici. Oltre 20mila articoli distribuiti secondo il modello del virtual reseller, al prezzo più basso e con i minimi tempi di consegna. Servizi accessori, come montaggio, ritiro usato, assistenza post-vendita.

DALANI.IT Shopping club con accesso riservato ai soci attivo in più nazioni. Il team di esperti è coordinato dalla style director Margot Zanni. Prezzi scontati fino al 70%.

ARTIMONDO.IT Raccoglie prodotti artigianali e fatti a mano dai migliori produttori di *Artigiano in Fiera Milano*, la più grande manifestazione internazionale di settore, che raduna ogni anno quasi 3mila imprese da tutto il mondo.

TUTTOBARBECUE.IT Specializzato in barbecue e accessori per veri grigliatori, con video dimostrativi che illustrano il funzionamento dei vari prodotti proposti.

DAWANDA.COM Dedicato a chi ama i prodotti unici e fatti a mano: 340mila maker vendono a 6,2 milioni di utenti 5,7 milioni di articoli, con 15 mila nuovi prodotti ogni giorno.

ETSY.COM Il più grande marketplace dell'hand made. Artisti e maker di tutto il mondo vendono i propri prodotti vintage e materiali per creare: 35 milioni di articoli e 25 milioni di acquirenti.



DALANI.IT

Poltroncina in legno di quercia e rattan marrone (66x88x110 cm) per donare un tocco country chic alla casa delle vacanze. Circa 400 euro.

CULTURA

ABEBOOKS.IT Per veri cultori: testi antichi e rari, articoli da collezione, prime edizioni e volumi autografati. Qualche esempio? *Madame Bovary* di Flaubert (26.459 euro), *The Catcher in the rye* di J.D. Salinger (3.862 euro).

Copertina



GILENA.IT Un cult per gli appassionati di motori: auto, moto, fuoristrada ecc. Libreria di facile navigazione, con la possibilità per l'utente registrato di essere avvisato quando un titolo esaurito torna disponibile.

IBS.IT. Primo player italiano dell'editoria in rete. Oltre alla spedizione a domicilio, è possibile farsi recapitare i libri anche nelle librerie del gruppo o presso i mille Tnt Point.

LASCATOLADEIGIOCATTOI.IT L'innovativa piattaforma web di Mattel, arricchita da un'app con la realtà aumentata, che facilita la ricerca del gioco giusto suggerito in base ai bisogni di crescita cognitiva e motoria del bambino, attraverso la selezione di filtri, come il genere di gioco, sesso, età... Consente, inoltre, di costruire scatole dei giocattoli virtuali da conservare o condividere sui social.

MACROLIBRARI.IT Per il benessere di corpo, mente e spirito. Spiritualità, salute, nuove scienze, arti di guarigione, trasformazione di sé, alimentazione naturale, stili di vita sani. In vendita anche dvd, cd e prodotti bio selezionati.

TICKETONE.IT Leader per biglietteria, informazione ed e-commerce per eventi di musica, spettacolo, sport e cultura. Servizio di alert e pagine sui principali social per essere sempre aggiornati sugli appuntamenti di interesse.

TOYS CENTER.IT Primo fra gli specializzati in giocattoli nella classifica di Bem Research. Dalle bambole e dai felpuche ai giochi creativi e di apprendimento, fino ai più moderni giochi interattivi

ZAVVI.COM Dvd, Blu-Ray, videogiochi, abbigliamento su personaggi di fumetti e videogiochi. La sezione Memorabilia è dedicata ai supereroi con poster, T-shirts ed action figures.

FOOD

CANTINADELLABIRRA.IT Oltre mille etichette speciali e artigianali provenienti da tutta Europa. Ampio spazio dedicato alla storia e alla filosofia dei birrifici, con scheda di degustazione per ogni prodotto.

CORTILIA.IT E-commerce agroalimentare a filiera corta, dal campo alla tavola. Frutta e verdura appena colte, formaggi freschi, carni, salumi e affettati, marmellate, conserve, uova, farina, vino e birra artigianale.

EATALY.NET Eataly a portata di clic con 2mila prodotti, videoricette, degustazioni e pacchetti viaggio per scoprire cantine e birrifici, su un'unica piattaforma che integra tutti i canali di vendita, dal retail al web al mobile.

ESSELUNGAACASA.IT Con oltre 10mila prodotti e promozioni, è il primo sito di spesa online in Italia nella categoria gdo (a pari merito con gli ipermercati Iper nella classifica di Bem Research).

FOODSCCOVERY.COM Il sistema automatizzato di ritiro e consegna in 24/48 ore permette di ricevere in pronta consegna oltre 1.500 eccellenze regionali, dai cannoli siciliani di Sant'Agata di Militello ai pasticciotti pugliesi.

FRUTTAWEB.COM Non solo mele e pere ma anche carambole, cherimoya e ogni tipo di rarità esotica e ogni genere di spezie, tuberi o radici, difficilmente reperibili.

ILPESCATOREONLINE.IT La più grande pescheria online. Offre le esclusive Fish Box firmate da chef prestigiosi. L'ordine viaggia in speciali confezioni isotermiche e arriva in 24/48 ore in Italia.

PRIMOTAGLIO.IT Per gli amanti di formaggi e latticini ma non solo. La particolarità del food commerce del gruppo Amodio sta nella produzione a richiesta: gli alimenti scelti vengono realizzati da una bottega artigianale, per poi essere consegnati entro 24 ore.

VINO75.COM Un sommelier digitale che affianca nella scelta, nell'acquisto e negli abbinamenti di vini, distillati e liquori, per oltre 1.400 etichette.

AMAZON.IT

Star Wars - Il risveglio della Forza. è ora anche in Blu-Ray. Un disco per il film e un altro per contenuti speciali e il documentario *I Segreti de Il risveglio della Forza.* 19,99 euro.



WINEOWINE.COM Guida gli utenti alla scoperta di vini di nicchia, difficilmente reperibili nelle enoteche tradizionali, selezionati da un team di enologi esperti fra produttori artigianali e piccole cantine.

SPORT

BLUE-TOMATO.COM Il regno degli sport su tavola, invernali ma non solo, più sneakers (oltre mille modelli), scarponi da snowboarding, da sci e scarpe da skate.

KELLER-SPORTS.IT Leader in Europa con oltre 130mila referenze per tennis, running, fitness & training. Il sistema Product Matching Engine facilita la ricerca dei prodotti, mentre un team di esperti è sempre pronto a rispondere

alle domande in live-chat, via e-mail, Facebook, Twitter e video illustrativi su YouTube.

MOTOBUYKERS.IT

Giacche, caschi, stivali, ricambi, abbigliamento per più di 15mila articoli per tutti gli stili: Racing, Touring, Custom, Off Road, Trail-Adventure, Scooter, Café Racer. Grandi sconti nella sezione Outlet.

MYPROTEIN.IT

Oltre 2mila fra integratori e alimenti dietetici per chi pratica sport, comprese le proteine e le miscele vegane Myprotein. Selezionando il proprio obiettivo (dimagrire, aumentare la massa magra ecc.) o il proprio sport (corsa, ciclismo, bodybuilding ecc.) nelle apposite sezioni, il sito consiglia i prodotti più indicati.

RUNTEC.IT

Store online dedicato al running e al podismo. Ogni articolo in vendita è stato testato e selezionato da uno staff di atleti agonisti, con l'obiettivo di offrire il miglior rapporto qualità/prezzo.

TOSONISELLERIASHOP.COM.

Oltre 100mila articoli per equitazione in pronta consegna, selezionati tra i brand leader del mercato equestre.

VAOLA.IT

Attrezzature, abbigliamento e calzature per le discipline outdoor, d'acqua, di montagna, invernali, per ciclismo, fitness, arrampicata con sconti fino al 50%.

TECNOLOGIA

BHPHOTOVIDEO.COM

Tempio newyorkese della tecnologia, popolare fra gli appassionati di fotografia. Affidabile e veloce nella spedizione.

EPRICE.IT

Principale marchio di Banzai. Oltre un milione di prodotti, pioniere nei servizi Pick&Pay, con sportelli automatici per il ritiro dei prodotti tutti i giorni h24. Premio Innovazione/Service design al Netcomm eCommerce Award 2015.

GAMESTOP.IT

L'interfaccia si adatta a tutti i device: è possibile acquistare con consegna espressa, prenotare se ritirare in negozio (oltre 430 in Italia) o acquistare articoli disponibili solo nel magazzino centrale, ricevendoli a casa senza spese di spedizione. Il portale integra il programma fedeltà GameStop+ e gli approfondimenti del blog GameSoul.it e GameInformer Digital.



GARMIN.IT

Varia Vision permette di mantenere le mani sempre sul manubrio e lo sguardo sullo strada mentre si consultano i dati. 388 euro.

MONCLICK.IT

Pc, tv notebook, telefonia, fotografia, prodotti It, videogame e Gps, elettrodomestici: oltre 45mila referenze, più l'assistenza pre e post acquisto di Project Informatica, con soluzioni su misura, quotazioni personalizzate, diverse tipologie di consegna e servizi di installazione.

REDCOON.IT

Una delle piattaforme europee più importanti con oltre 5,5 milioni di clienti in sette paesi. Ospita quasi tutti i prodotti presenti sul mercato. Ottime offerte nelle promozioni e per i prodotti ricondizionati. Possibilità di finanziare gli acquisti.

SOUNDERS.IT

Scoprire tendenze e prestigiose realtà di nicchia che rispondano alle esigenze dell'abitare contemporaneo. Questa la missione dell'azienda che distribuisce brand di alto profilo per sistemi audio integrati e di home entertainment.

MODA

BONPRIX.IT

Moda uomo, donna e bambino a prezzi vantaggiosi: tante promozioni con sconti fino al 60%. La consegna è gratuita con una spesa minima di 75 euro. È possibile usufruire della formula soddisfatti o rimborsati effettuando il reso entro 14 giorni dalla consegna.

DMTIES.COM

Laboratorio sartoriale italiano di cravatte, papillon e accessori in seta pregiata.

DREZZY.IT

È online il comparatore prezzi e prodotti dedicato alla moda del network di Trovaprezzi.it. La nuova grafica si affianca all'innovativa app che consente di fotografare con lo smartphone un capo o accessorio, visto in una vetrina o indossato da qualcuno, e cercare le offerte tra quelli più simili per colore, forma e trama.

KISSUOMO.IT

Negoziato di abbigliamento, scarpe e accessori da uomo in pieno street style. Il sito non solo vende i prodotti, ma li racconta con un blog, fotografie curate, descrizioni dettagliate dei materiali, curiosità di design e moda.

LANIERI.COM

Una piattaforma omnichannel del sartoriale su misura, che integra l'esperienza offline in atelier, dove configurare i capi col supporto degli style advisor Lanieri, e il canale digitale dove scegliere in autonomia fra oltre 100 tessuti pregiati, personalizzare i modelli, salvare le misure e finalizzare l'acquisto.

56%
la quota di mercato delle dot.com internazionali



Copertina



VIAGGI

LAREDOUTE.IT Fra i primi retailer al mondo per la vendita di moda (donna, uomo, bambino, intimo, articoli sportivi, calzature e accessori) e tessile per la casa. Ampia varietà di proposte sia di grandi firme sia di realizzazione propria. Prezzi imbattibili nella sezione Outlet.

LUISAVIAROMA.COM Con 5 milioni di visite al mese, è il primo retailer italiano di moda d'alta gamma online. Seleziona e consegna in tutto il mondo il meglio delle nuove collezioni di 600 fashion designer affermati e talenti emergenti. Il servizio esclusivo Buy it first consente di vedere in anteprima abiti e accessori delle nuove stagioni e di pre-ordinarli direttamente dalle ultime sfilate. Online dal 1999, realizza il 95% del fatturato sul web.

MRPORTER.COM Il nuovo status della moda maschile, grazie al mix di contenuti editoriali originali e la miglior selezione di abbigliamento e accessori aggiornati ogni settimana: oltre 300 top brand, da Brioni a Givenchy, da Gucci a Lanvin, una selezione di orologi, più di 32 marchi specializzati in abiti da cerimonia e il recente Mr Porter Sport. Consegne in oltre 170 paesi e ritiro gratuito per resi e cambi.

RALPHLAUREN.COM Il brand punta sull'integrazione dei canali fisico e online, in pole position nell'analisi di Exane Bnp Paribas e ContactLab sui top brand più digitali.

WOLFANDBADGER.COM Propone migliaia di firme della moda internazionale, grandi nomi ma anche stilisti di nicchia nelle categorie abbigliamento, gioielli e accessori, sia per uomo sia per donna. Una sezione è dedicata all'arredamento da interni.

YOOX.COM Frequenato emporio digitale delle grandi firme, di fatto è il principale polo del lusso online dopo la fusione con Net-a-porter. Oltre alla moda uomo, donna e bambino, propone prodotti d'arte e design. Curiosa la selezione speciale Amarcord ispirata all'immaginario felliniano negli anni della Dolce vita.

ZALANDO.IT Il più vasto assortimento di abbigliamento e scarpe online, con oltre 800 brand e 70mila prodotti, incluse le novità di stagione e, dallo scorso anno, anche attrezzature e capi sportivi. Consultazione più intuitiva, immagini più grandi, informazioni più ricche e pieno uso della tecnologia mobile grazie alla nuova app, che conferma l'impegno a diventare un'azienda mobile first. Spedizione e reso gratuiti.

BOOKING.COM Parte di Priceline, è leader nelle prenotazioni online (oltre un milione di pernottamenti ogni giorno) e il più popolare in Italia, secondo l'ultima classifica di Casaleggio associati. Garantisce i migliori prezzi per 901.426 strutture in 223 paesi e territori, tra cui 42.760 case vacanza sul nuovo sito Villas.com.

BABYGUEST.COM Piattaforma per il noleggio e acquisto di attrezzature per l'infanzia che aiuta i genitori in viaggio e rende gli hotel baby friendly. Per muoversi leggeri e trovare tutto a destinazione: dai braccialetti followkids alle fasce porta-bebè, ai seggiolini e total seat.

BED-AND-BREAKFAST.IT Il più grande circuito italiano di B&B. Ricco di foto, descrizioni, informazioni e idee viaggio per ogni tipo di ricerca, ospita 5 mila strutture verificate in 546 località. Oltre alle prenotazioni online, il call center risponde in cinque lingue.

BEEPRY.IT Comparatore di ricerca voli specializzato negli itinerari multi-tratta. La soluzione migliore per prezzo e semplicità è a portata di clic grazie a un algoritmo, in fase di brevetto, che elabora un maggior flusso di big data e parametri macroeconomici non contemplati dai competitor.

EXPEDIA.IT Fra i principali tour operator online, con oltre 150 siti di viaggio in più di 70 paesi. Per rispondere alla crescente domanda da mobile, ha lanciato Sell tonight, che consente agli hotel partner di dare maggior visibilità alle offerte Same

day; e Real-time feedback, per ricevere commenti immediati dagli ospiti su check-in, camera e sistemazione.

GUIDE ME RIGHT.COM Un marketplace dove acquistare esperienze locali in compagnia di una persona del posto (local friend) pronta a condividere tempo libero e stili di vita con il guest, consentendo di vivere al meglio la destinazione. Il tariffario di ogni guida locale è suggerito in base alla sua reputazione sul portale.

HOTEL TONIGHT.COM L'app mobile leader nelle prenotazioni alberghiere last minute, per chi fa dell'ultimo minuto una filosofia. In 10 secondi consente di prenotare una camera fra più di 15mila strutture a 4 e 5 stelle, in oltre 1.900 destinazioni, fino a 7 giorni prima della partenza, con sconti anche del 70%. L'opzione



BIGBENINTERACTIVE.IT

Il visore VR Headset, sviluppato da Bigben Interactive, consente di utilizzare le applicazioni con la dicitura VR a un prezzo low cost. 29,99 euro.

IN HOTEL CERCANDO LA MIA TAGLIA

« Sono in viaggio la maggior parte dell'anno e passo molto tempo nelle stanze d'albergo: io, il mio computer e la passione per la moda. Su internet vado a caccia di articoli che ho visto in giro ma non ho avuto il tempo di comprare, o capi della mia taglia che non ho trovato in negozio. Cerco di tutto, jeans, magliette, soprattutto scarpe. Porto il 40, un numero sempre più difficile da trovare nei punti vendita: per fortuna c'è il web. Ho appena comprato un paio di stivaletti di Yves Saint Laurent, scovandoli su un e-shop irlandese: alla fine, da qualche parte nel mondo, la mia taglia la trovo sempre, sono un ottimo e-shopper. L'acquisto che mi ha dato più filo da torcere, però, è stato un paio di jeans giapponesi, bellissimi ma introvabili fuori dal paese. Quanto ai marketplace, non ho particolari preferenze, li consulto tutti. Soprattutto di notte, in attesa di cominciare le serate in giro per i club: suonando sempre molto tardi, ho tutto il tempo dopo cena di navigare online, rigorosamente dal mio Mac. »

Bob Sinclair, disc jockey



Viaggi brevi rivela una lista accurata di hotel con le offerte migliori. Più di 14 milioni di download.

KAYAK.IT Oltre alla ricerca di voli, hotel, noleggio auto, consente di impostare alert via mail o sms per sapere quando cambiano i prezzi delle tratte d'interesse. La funzione Explore fornisce idee di viaggio in base all'aeroporto di partenza e al budget di spesa.

MUSEMENT.COM Sito e app in sette lingue che aggrega tour, musei, attrazioni, eventi e visite guidate in tutto il mondo, acquistabili in maniera semplice e intuitiva. Tra i vincitori, nel 2014, della Red Herring Top 100 Europe; selezionata tra le migliori nuove app e scelte dalla redazione negli Apple App store d'Europa.

OPENGOLF.IT Permette a golfisti italiani e stranieri di prenotare il campo e di scegliere tra molteplici pacchetti di vacanza golfistica. Il turista gioca e scopre le bellezze del territorio italiano alloggiando nei migliori hotel e resort.

SKYSCANNER.IT Tra i motori di ricerca dedicati ai voli più utilizzati al mondo. Trova le offerte delle compagnie aeree che applicano le tariffe migliori. Interfaccia semplice e veloce.

TRIPNEOPLE.COM Innovativa piattaforma che, attraverso la ricerca per passioni, permette di prenotare alloggi in base alle attività preferite dell'utente.

TRIVAGO.IT Il più grande motore di ricerca hotel al mondo, utilizzato ogni mese da 120 milioni di viaggiatori. Consente di confrontare i prezzi da più di 250 siti di prenotazione per oltre un milione di strutture, integrando 200 milioni di recensioni e 19 milioni di foto.

E INFINE...

AMAZON.IT Il marketplace n. 1 al mondo. Le recensioni dei clienti, lo shopping 1-Click, le raccomandazioni personalizzate, Prime, Logistica di Amazon, Aws, Kindle Direct Publishing, Kindle, Fire Phone, i tablet Fire, Fire Tv, Echo e Alexa sono alcuni dei prodotti e dei servizi innovativi introdotti da Amazon.

EBAY.IT Oltre 30mila venditori professionali e 70 milioni di articoli disponibili in ogni momento solo in Italia; 900 milioni di inserzioni provenienti da 200 paesi,

GOODBUYAUTO.IT Il primo in Europa per le auto usate (max 5 anni di vita e 100mila km) con la comodità dell'online, la certezza delle garanzie e la convenienza dei prezzi migliori. Il team fornisce una valutazione dell'usato grazie ai suoi ispettori per la certificazione delle vetture. L'auto viene consegnata a domicilio, con possibilità di reso entro 14 giorni.

IWOOT.COM Ovvero, I want one of those. Sito britannico con spunti per idee regalo, dove trovare oggetti assolutamente originali.

PIXTURY.COM Stampe artistiche di altissima qualità. Attiva dal 2014, si è subito affermata stringendo collaborazioni di rilievo, come quelle con Oliviero Toscani ed Enrico Labriola.

QVC.IT Già leader dello shopping televisivo, si afferma oggi come piattaforma multimediale e multicanale, dove trovare tutti i prodotti in vendita sul canale (Gioielli, Moda&Accessori, Bellezza, Cucina, Casa ed Elettronica). Attivissima la community online e sulla pagina Facebook.

47%
dei servizi
online è animato
dal turismo