



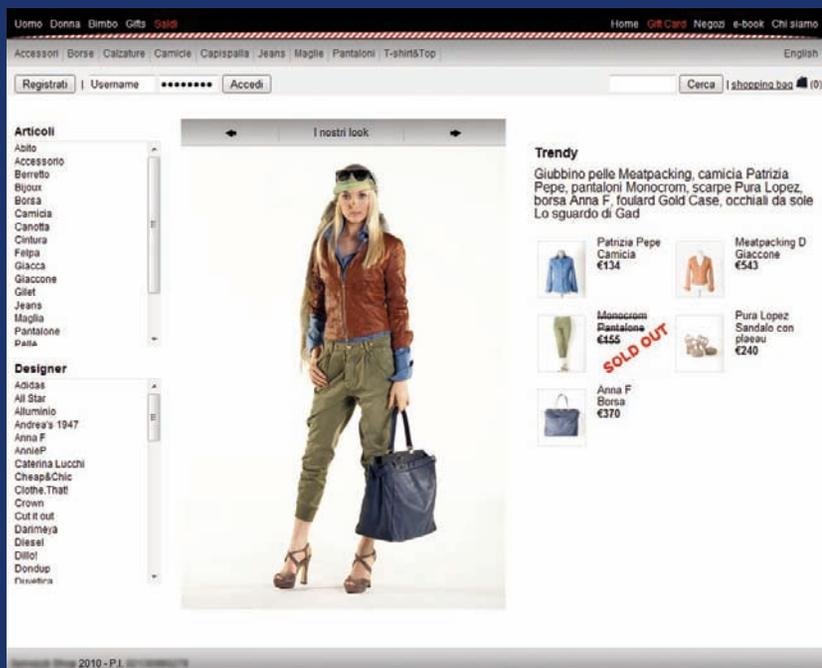
lusso. Un viaggio nel cyberspazio, alla scoperta degli store online delle grandi firme.

Una vera e propria mania, che ha contagiato tutti, da Diesel a Versus, fino a Furla. Gli stilisti cavalcano l'onda e sul web puntano a 360 gradi. E' gara al sito più fashion, che sia versatile però, accessibile ovunque e comunque, su Iphone o Android mobile devices. Obiettivo avere in streaming pure le sfilate, per ampliare la platea senza avere più confini. Dolce&Gabbana hanno voluto il live in streaming durante l'ultima settimana della moda. E da ora in poi lo **streaming** - appunto - sarà la comune parola d'ordine nell'ambiente, quando ci sarà da presentare nuove collezioni. Pure la Camera Nazionale della Moda si è adeguata.

L'antesignano, anche in questo, è stato Louis Vuitton, visto che sulla rete è addirittura dal 1995. Con una differenza, tra ieri e oggi: adesso basta qualche click ed è disponibile l'esclusivo servizio su misura *Mon Monogram*, attraverso il quale sarà possibile ordinare una borsa veramente unica, con tanto di iniziali stampate nella tela Monogram. Basta andare nel sito www.louisvuitton.com e cercare su 'personalizzazioni' il link per avviare le procedure.

Pure collegandosi al sito www.ralphlauren.com si può fare shopping. Non è d'obbligo trovarsi davanti ad un desktop casalingo o d'ufficio, ci si può trovare ad esempio anche in aeroporto, messi lì ad ammazzare il tempo: è sufficiente disporre dell'applicazione per Iphone o Ipad e così acquistare diventa un gioco.

Per chi punta al risparmio consigliamo gli affidabili siti multi-marca **Yoox**, **Privalia** e **Saldiprivati.com** (da poco fusa con **Born4shop**), dove posso fare affari acquistando capi griffati scontati fino al 70%!



I dati dell'e-commerce

Gli ultimi anni hanno visto sempre più persone e aziende avvicinarsi all'universo dello shopping online. Convenienza, vasto assortimento e crescente sicurezza dei pagamenti rendono sempre più appetibile fare acquisti sul web. Parallelamente, utenti e merchant stanno imparando ad apprezzare alcuni strumenti in grado di garantire trasparenza informativa ai consumatori e dare visibilità ai venditori, come gli shopping blog e i comparatori di prezzo. Sul web si trova proprio di tutto e il segreto dell'affare (pezzo buono e prezzo ottimo) sta nell'accorciamento della filiera distributiva. Un mercato che cresce anche in Italia, paese al primo posto tra quelli Ue per numero di utilizzatori di smartphone.

E' in quest'ottica che oggi il 14% delle aziende che in Italia fanno e-commerce sta già attuando una strategia mobile ed il 35% ha in programma di investire nell'ambito tra la fine 2010 e il 2011. Gli obiettivi principali delle aziende sono l'aumento delle vendite (28%) e la fidelizzazione dell'utente (23%). Non sorprende quindi che ben il 30% delle aziende e-commerce italiane stia pianificando di permettere l'acquisto da mobile, il 25% di utilizzare il mobile per campagne marketing, il 20% di utilizzare il servizio informativo via SMS e per il restante quarto di aziende per servizi come la review dei prodotti, la comparazione dei prezzi e il check dello stock di magazzino.

Il 17% delle aziende e-commerce italiane ha realizzato un'applicazione per smartphone (tipo iPhone o Blackberry), mentre il 18% ha predisposto il sito per la navigazione da mobile. Di queste circa la metà (42%) permette di consultare il catalogo dei prodotti, mentre un terzo (33%) consente di acquistare direttamente da dispositivo mobile. La vendita e-commerce da dispositivo mobile sta infatti acquisendo una nicchia dell'e-commerce anche se in Italia è limitata a pochi operatori in particolare nell'ambito trasporti e abbigliamento.

In relazione agli interessi degli utenti le aziende ritengono che i servizi mobile maggiormente appetibili siano: la consultazione del catalogo (27%), l'assistenza in tempo reale (23%), l'acquisto da mobile (22%), "trova il punto vendita" (14%) e le promozioni tramite sms (13%).