

## Tendenze 2012: per le mamme italiane

### L'uovo di Pasqua è fuori moda

*Secondo l'analisi di Showroomprive.it, i regali di Pasqua sono l'occasione giusta per il cambio di stagione dei più piccoli*

Milano, marzo 2012 – Pasqua fa rima con uova di cioccolato? Sembra non sia più solo così. In questi ultimi anni si sta registrando una nuova tendenza per le festività pasquali: gli italiani non regalano più dolci, ma preferiscono fare regali utili e intelligenti, sempre all'insegna del risparmio.

L'e-commerce resta il canale preferenziale per acquistare regali: c'è chi pianifica un week end fuori porta e chi, in concomitanza con l'arrivo della primavera, approfitta di qualche giorno di vacanza per aprire il guardaroba e fare il famigerato "cambio di stagione". Showroomprive.it, una delle realtà più importanti nel mercato delle vendite private online e seconda realtà in Europa per volume di vendite, ha analizzato l'andamento delle vendite nel proprio sito e ha delineato l'identikit dello smart shopper che acquista regali per Pasqua.

#### L'e-commerce è rosa

Secondo Showroomprive.it, **3 utenti su 4 che si rivolgeranno al web alla ricerca di idee e di occasioni da regalo sono donne**. In Italia rappresentano infatti il 75% dei clienti online, di età media tra i 25 e i 50 anni. Ma il dato ancora più sorprendente è un altro. Se si parla di donne e shopping online, si immagina la *fashionista* di turno alla ricerca del capo ultra-griffato, che si sveglia presto per cogliere l'occasione imperdibile. La realtà che si delinea in relazione agli acquisti in vista di Pasqua appare differente: Showroomprive.it ha stimato infatti che **più del 60% delle donne che acquistano online sono mamme**.

#### Mamme alla riscossa

Nonostante la maggior parte delle persone che ricorre all'e-commerce sono donne, i "carrelli" dei siti di vendite evento sono pieni di articoli anche per uomo e soprattutto per bambino. Da un'analisi dei 10 oggetti più venduti su Showroomprive.it nel mese di marzo, **9 articoli su 10 riguardano l'abbigliamento per bambini**.

# showroomprive.it

*“La Pasqua coincide con l’arrivo della primavera, ed è il momento giusto per aprire il guardaroba e capire com’è la situazione del vestiario a disposizione dei propri bimbi. Spesso gli armadi sono pieni di vestiti troppo corti o troppo stretti, e si profila l’incubo della ricerca dei vestitini nuovi a prezzi esorbitanti”* dichiara **Stefano Zanetti, Responsabile marketing di Showroomprive.it.** *“Lo shopping online è la soluzione migliore per le mamme che vogliono acquistare bene e in modo intelligente. In altri paesi europei è un’abitudine più che consolidata, ma negli ultimi anni anche in Italia sta prendendo piede. Il motivo è molto semplice: si possono trovare articoli di alta qualità al 70% del prezzo originale, comodamente da casa, senza la preoccupazione di pensare a chi affidare i propri figli. Inoltre i vestiti per bambini si usano spesso solo una stagione: ecco perché acquistare questi articoli associando qualità e sconti fino al 70% si conferma la migliore soluzione e scelta praticata dalle nostre mamme, clienti fedeli e sempre al passo con la moda del momento”.*

Fare regali originali non solo diventa più rapido e di facile accesso, ma permette alle mamme di affrontare tranquillamente e senza troppi sprechi il cambio di stagione del guardaroba dei bambini. Se poi il regalo non dovesse andare bene, i siti di vendite evento garantiscono il **diritto di reso**, dando così la possibilità non solo di ponderare per bene le scelte, ma anche di essere rimborsati qualora il prodotto non fosse più di interesse al momento della consegna.

## **A proposito di Showroomprive**

Lanciato nel 2006, Showroomprive è una delle realtà più importanti nel mercato delle vendite private online.

Il sito organizza per i suoi membri vendite esclusive sui prodotti di grandi marche (prêt-à-porter, cosmetici, viaggi, decorazioni, etc), offrendo forti sconti (in media il 70% di sconto). Ad agosto 2010, il fondo d’investimento Accel Partners, primo nel settore di Internet e delle nuove tecnologie, ottiene una quota di minoranza nel capitale di Showroomprive.

La società ha registrato nel 2011 un fatturato di 180 milioni di euro e conta oggi 300 collaboratori. Con più di 3.500.000 ordini nel 2011 e circa 1.200 vendite al pubblico ogni anno, Showroomprive è diventato un attore fondamentale nel mercato delle vendite private e rappresenta l’unione perfetta delle competenze nel settore dell’e-commerce e in quello dello destoccaggio.

<http://www.showroomprive.it/accueil.aspx>

**Per ulteriori informazioni:**

**Showroomprive**

**Virginia Hernandez - +34 91 524 74 73 [virginia.hernandez@showroomprive.com](mailto:virginia.hernandez@showroomprive.com)**