

Cresce del 15% rispetto al 2013 il valore complessivo dei mercati Internet consumer in Italia - intesi come tutti quei mercati rivolti al consumatore finale, abilitati dalla piattaforma Internet, ovvero fruiti tramite Pc/Tablet, Smartphone e Internet Tv. In valore assoluto si sfiorano i 16 miliardi di Euro, per l'esattezza 15,7 miliardi.

I mercati Internet non si fermano: nel 2014 sfiorano i 16 miliardi di euro

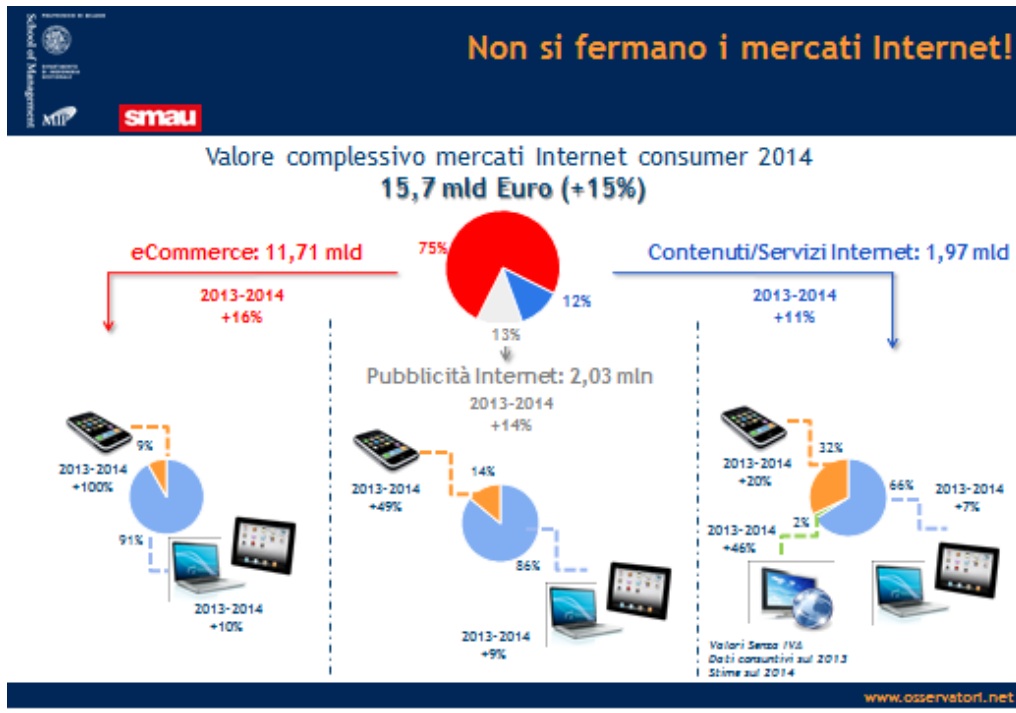
La stragrande maggioranza (88%) del valore dei mercati Internet consumer è ancora legata a Pc e Tablet (in crescita del 10% nel 2014), ma è la componente Smartphone a registrare i tassi di crescita più elevati (+73%), grazie in particolare al raddoppio delle vendite di prodotti e servizi non digitali (Mobile Commerce).

Smau - Milano, 22 ottobre 2014 - In occasione di SMAU Milano 2014, l'Osservatorio SMAU - School of Management Politecnico di Milano ha presentato i risultati della ricerca sui "Mercati Internet Consumer".

Cresce del 15% rispetto al 2013 il valore complessivo dei **mercati Internet consumer in Italia** - intesi come tutti quei mercati rivolti al consumatore finale, abilitati dalla piattaforma Internet, ovvero fruiti tramite Pc/Tablet, Smartphone e Internet Tv. In valore assoluto si **sfiorano i 16 miliardi di Euro**, per l'esattezza 15,7 miliardi.

La **stragrande maggioranza (88%)** del valore dei mercati Internet consumer è ancora legata a **Pc e Tablet** (in crescita del 10% nel 2014), ma è la componente **Smartphone** a registrare i **tassi di crescita più elevati (+73%)**, grazie in particolare al raddoppio delle vendite di prodotti e servizi non digitali (Mobile Commerce). Il peso dei mercati Internet su Smartphone, che in valore assoluto complessivamente arrivano a superare i 2 miliardi di Euro, passa così dal 9% del 2013 al 12% del 2014. Ancora irrilevante, invece, il ruolo delle Internet Tv, nonostante la sempre maggiore diffusione di schermi che portano Internet sul televisore di casa.

*La dinamica dei mercati Internet consumer è legata a tutti i comparti di riferimento, che continuano a crescere a due cifre: eCommerce (+16%), Pubblicità su Internet (+14%) e Contenuti/servizi Internet (+11%) - afferma **Andrea Rangone**, Coordinatore degli Osservatori della School of Management del Politecnico di Milano. Ed, in particolare, a trainare la crescita sono le componenti più innovative della rete, quali i nuovi device, le Applicazioni, i Social Network e i Video.*



eCommerce

L'eCommerce B2c, inteso come il valore degli acquisti online di prodotti e servizi non digitali da parte dei consumatori italiani, nel 2014 arriva a 11,7 miliardi di Euro (Iva esclusa), in **crescita del 16%** rispetto ai valori del 2013. Sul totale mercati Internet, il peso dell'eCommerce B2c è pari al **75%**. **Oltre il 90%** del mercato eCommerce è ancora rappresentato dall'acquisto su **Pc/Tablet**, ma la componente **Smartphone** è passata in un anno **dal 5% al 9%**. Non si registrano, invece, attività degne di nota di T-commerce (eCommerce su Tv).

eCommerce su Pc/Tablet

Il mercato eCommerce su Pc/Tablet vale nel 2014 quasi **11 miliardi di Euro**, in crescita di circa il 10%. L'acquisto di servizi rimane la componente predominante del mercato (61%), anche se la quota di mercato dei prodotti cresce passando dal 34% al 39%. Il solo settore del Turismo continua a generare quasi il 50% degli acquisti eCommerce su Pc/Tablet nel nostro Paese.

Mobile Commerce

Raddoppia l'acquisto di prodotti e servizi attraverso Smartphone (il cosiddetto **Mobile Commerce**). Nel 2014 il valore si attesta intorno al **miliardo di Euro** (Iva esclusa). Il comparto che in valore assoluto contribuisce maggiormente è il Turismo, seguito dall'Abbigliamento e dall'Informatica ed elettronica di consumo, in linea con quanto accade su Pc e Tablet.

Pubblicità su Internet

La pubblicità su Internet raggiunge per la prima volta la soglia dei **2 miliardi di Euro**, pari al **13% del totale mercati Internet**, in **crescita del 14%** rispetto ai valori del 2013. È un segnale fortemente positivo, alla luce dell'andamento ancora difficoltoso del mercato pubblicitario sui canali tradizionali: la televisione e la radio chiuderanno l'anno stabili o in leggera perdita, mentre la stampa cala ancora di oltre il 10%. Il mercato dell'Internet Advertising rimane prevalentemente concentrato nelle mani di **Pc/Tablet (86%)**, ma cresce velocemente la

componente legata agli **Smartphone** (passata dall'11% del 2013 al 14% del 2014); ancora non rilevante, seppur in crescita, la pubblicità su Internet Tv.

Pubblicità Internet su Pc/Tablet

La **pubblicità su Pc/Tablet** vale intorno ai **1,7 miliardi di Euro**, in crescita del **9%** rispetto al 2013. La crescita del mercato è dovuta principalmente alla raccolta pubblicitaria sui Social Network e ai formati Video, ma anche la componente legata alle Applicazioni per Tablet sta iniziando ad acquisire una certa rilevanza.

Pubblicità Internet su Smartphone

Il **Mobile Advertising** cresce ancora di quasi il **50%**, dopo essere più che raddoppiato nel corso del 2013, e nel 2014 si prevede arrivi a sfiorare quota **300 milioni di Euro**.

Contenuti e servizi Internet

Il **12% del valore dei mercati Internet** - pari quasi **2 miliardi di Euro** (Iva esclusa) - è rappresentato dalla spesa dei consumatori per acquistare **contenuti e servizi Internet a pagamento**, complessivamente in crescita dell'**11%** rispetto al 2013. Anche in questo caso la crescita è ancora più significativa se letta nello scenario complessivo del mercato dell'informazione e intrattenimento, dove, ad esempio, i ricavi Pay del mondo della Stampa subiscono ancora un calo superiore al 5% e anche la Pay Tv rallenta (-2% circa). **Due terzi** del mercato dei Contenuti e servizi Internet fanno riferimento ai canali **Pc/Tablet**; **poco meno di un terzo** allo **Smartphone**; ancora poco significativo (**2% circa**) il peso delle **Internet Tv**, anche se c'è forte attesa per la crescita dell'offerta e il possibile ingresso dei grandi player Over the Top internazionali, che sono già arrivati in alcuni paesi europei con i propri servizi Video.

Contenuti e servizi Internet su Pc/Tablet

I **contenuti e servizi Internet fruiti su Pc/Tablet** crescono del **7%**, per un valore complessivo di circa **1,3 miliardi di Euro**. A trainare in valore assoluto il comparto sono i giochi e le scommesse, anche se questi segmenti non sono più in crescita come negli anni passati. Crescite particolarmente interessanti si registrano invece nell'ambito delle Applicazioni per Tablet, dei contenuti Video in pay-per-view e dello streaming musicale, anche se, in valore assoluto, questi segmenti sono ancora limitati.

Contenuti e servizi Internet su Smartphone

I **contenuti Internet su Mobile** crescono, invece, di **circa il 20%**, arrivando così nell'intorno dei **630 milioni di Euro** in valore assoluto. Responsabile di tale crescita è principalmente la continua ascesa delle Applicazioni, con un valore più alto del 40% rispetto al 2013.

Ufficio stampa School of Management del
Politecnico di Milano
Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@polimi.it
Skype barbara.balabio
www.osservatori.net

Mirandola Comunicazione
Marisandra Lizzi - Marco Ferrario
Tel.: 0524/574708 - 3207910162
email: marisandra@mirandola.net
marco.ferrario@mirandola.net
Skype: marisandralizzi - marco.ferrario3