



11 agosto 2015



Consumi: l'utilizzo degli eCoupon in Italia

La maggior parte degli italiani che li usa se ne serve per acquistare prodotti alimentari



03:00 - La crisi economica ha modificato le abitudini dei consumatori. Nel corso degli ultimi anni, infatti, è cresciuta la quota di chi dimostra una maggiore attenzione alle offerte, agli sconti e alle promozioni. Ne sa qualcosa Groupon.



Nel secondo trimestre del 2015, Groupon, la società statunitense che dal 2008 permette agli iscritti al proprio sito di accedere ad offerte giornaliere di buoni sconti utilizzabili presso aziende locali o nazionali (ristoranti, palestre, centri bellezza, spa, viaggi...), ha assistito alla crescita (+6%) degli utenti attivi, considerati tali perché hanno acquistato almeno un coupon nell'arco dell'ultimo anno. Una parte dei quali è stata venduta in Italia: dopo la Gran Bretagna, del resto, il nostro Paese è il secondo mercato in Europa per numero di coupon venduti dall'azienda americana.

Oltre a quelle offerte da siti impostati sul modello di Groupon, esistono altre forme di risparmio. Come gli eCoupon, ad esempio. Gli eCoupon sono buoni reperibili su internet che, una volta stampati, garantiscono sconti sui prodotti che si possono acquistare sugli scaffali dei negozi della grande distribuzione organizzata (supermercati ed ipermercati).

Stando ai dati raccolti in un report condotto da [Kiwari](#), 5 milioni e 350 mila italiani – ovvero il 20% di chi naviga su internet – ne hanno stampato ed utilizzato almeno uno nel corso del 2013. Tuttavia gli eCoupon sono ancora scarsamente diffusi in Italia: ogni 1.000 coupon distribuiti negli Stati Uniti, nel nostro Paese ne vengono distribuiti soltanto sette contro i 360 della Gran Bretagna e i 90 della Francia.

La maggior parte degli italiani, che stampano ed utilizzano gli eCoupon, se ne serve per comprare generi alimentari: il 44% degli eCoupon, infatti, è stato usato per l'acquisto di alimenti, che comunque non rappresentano l'unico prodotto acquistato attraverso gli eCoupon. Il 27% è stato utilizzato per i prodotti per l'igiene della casa e il 26% per quelli di bellezza.

Il mercato potrebbe crescere nei prossimi anni, però. D'altronde gli italiani sono sempre più sensibili alle offerte: secondo un'analisi Coldiretti-Censis sulle strategie di risparmio degli italiani, diffusa qualche mese fa, circa una famiglia su tre ha ammesso di fare regolarmente scorta di alimenti in casa, approfittando di prodotti in offerta e promozioni.