

Solo il Portogallo (34% della popolazione adulta) naviga meno dell'Italia (44%) e solo la Grecia (10%) acquista online meno di noi (12%), in un panorama dove la media europea di e-buyers è del 42%. Anche se è ancora il fanalino di coda del web, l'Italia sta comunque crescendo e nell'ultimo anno la diffusione di internet ha registrato un incremento del 14,3%, raggiungendo 12 milioni di famiglie, ovvero oltre la metà (57,5%) di quelle con un componente tra gli 11 e i 74 anni di età, la fascia di popolazione presa in considerazione dalla ricerca pubblicata da Audiweb e basata su 10.000 interviste.



Quasi il 60% dei nostri lettori, nel rispondere alla  "domanda del mese" di ottobre sul futuro della vendita online di pneumatici, ha risposto che l'e-commerce è sopravvalutato, mentre il 38,5% pensa che, se anche i tempi non sono ancora maturi, i pneumatici passeranno sempre di più attraverso il web. Certo è che internet è ormai anche in Italia, soprattutto per certe tipologie di prodotti, un formidabile mezzo per informarsi su caratteristiche, prestazioni e prezzi dei prodotti prima dell'acquisto attraverso i canali tradizionali e sempre più anche per l'acquisto diretto.



Il giro d'affari del commercio elettronico, secondo le previsioni di Netcomm, supererà a fine 2010 i 6,5 miliardi di euro e, a quanto dichiara Delticom AG, anche per i pneumatici il potenziale è enorme. Secondo l'edizione 2010 del rapporto "Pneumatici on-line" di Ipsos un giovane automobilista italiano su quattro può infatti immaginare di acquistare su internet le proprie gomme e in particolare apprezza la possibilità di comparare le varie tariffe (79%), la possibilità di ordinare comodamente da casa (78%) e la possibilità di risparmiare (77%).

Le statistiche dicono che gli utenti attivi nel giorno medio sono 3,7 milioni dell'area Nord-Ovest (il 25,2% della popolazione di riferimento), 2 milioni dell'area Nord-Est (pari al 22,3%), 2 milioni del Centro (il 21,7%) e 3,7 milioni dell'area Sud e Isole (il 18,5%). On line passiamo in media circa un ora e mezza al giorno durante la quale visitiamo ben 166 pagine. Il collegamento veloce via ADSL o fibra ottica è disponibile per il 67,8% delle famiglie (8,4 milioni), con un abbonamento flat nel 93,6% dei casi e con una chiavetta internet nel 22,2%. Il collegamento da casa è quello più frequente (63,6%), mentre è meno diffuso l'accesso dai luoghi di lavoro (il 39,1% degli occupati) e molto scarso da luoghi di studio (6,2%) o altre postazioni (3,8%) come internet point o biblioteche. Sono più connessi gli uomini (70,5%) che le donne (66,7%), più il nord e il centro (72%) che il sud (61,8%) e la maggior propensione viene registrata tra i giovani e tra i profili professionali di alto livello.