

Scritto da Eva Forte
Martedì 26 Giugno 2018 13:09



La crisi del 2008 ha segnato un grosso spaccato nella natalità italiana. Da allora infatti, il numero di nascite è fortemente diminuito fino a contare in soli otto anni ben 100 mila bambini in meno. Non stupisce però, visti i costi alti dell'avere un figlio in Italia. Secondo i dati dell'Osservatorio Nazionale Federconsumatori si sa che la spesa media per mantenere un bebè solo nel primo anno di età va da un minimo di 7100 € ad un massimo di 15200 €. Numeri troppo forti per molte delle nuove famiglie.

Nel 2017, secondo i dati di idealo, l'interesse nei confronti della categoria Bambini & Neonati è cresciuto del 30,0% rispetto al 2016 e anche il trend per il 2018 è positivo, con un ulteriore +22,6% rispetto all'anno appena trascorso. Quindi sembra che qualcosa si stia muovendo: i prodotti maggiormente cercati sono quelli di prima necessità e quelli legati alla sicurezza ricevono l'attenzione maggiore, con una quota di interesse superiore di circa sei volte rispetto ai prodotti legati all'intrattenimento dei bambini (85.3% vs. 14.7%). Molto importante il collegamento tra beni per neonati e l'utilizzo dell'ecommerce: per quanto riguarda i beni di prima necessità, il risparmio medio utilizzando il canale online, [si attesta attorno al 10%](#). Quindi mettere al mondo un figlio diventa più facile con le giuste armi, ossia utilizzando i negozi online e cercando le migliori offerte sulla Rete. La redazione di idealo ha stilato una lista dei prodotti per bebè particolarmente convenienti se acquistati online: dai biberon che contano un risparmio medio del 26,6% (pari a circa 4,83€), ai pannolini con il 15,0% (3,02€), seggiolini per auto con il 10,3% (21,25€), sterilizzatori con il 9,1% (3,82€) e passeggini con il 7,9% (33,84€).

Si risparmia anche nel settore dell'intrattenimento con circa il 10,4%, con i libri per la prima infanzia tra i prodotti più convenienti da acquistare online (con un risparmio medio del 29,4% pari a circa 6,75 euro). Seguono i peluche con il 23,0% (9,75€), i giochi motori con il 13,1% (5,34€), le giostrine per bebè con il 12,5% (3,52€), le palestrine per neonati con il 12,2% (5,25€) e i giocattoli per il bagnetto con l'8,3% (1,55€). Infine, acquistando online articoli per bambini

Scritto da Eva Forte

Martedì 26 Giugno 2018 13:09

legati all'abbigliamento il risparmio medio si attesta intorno al 19,7% con al primo posto l'intimo per bebè, che garantisce un risparmio del 40,9% pari a circa 4,53 euro. In generale, utilizzando un comparatore prezzi per acquistare i principali prodotti legati alle tre differenti categorie, si può ottenere un risparmio totale di almeno 157 euro. Il bonus bebè arriva dall'e-commerce 3 l'bebè e i loro genitori digitali Chi sono i genitori digitali italiani che si informano online per fare acquisti? Secondo i dati di idealo, per i prodotti considerati necessari, come pannolini, passeggini e biberon, le persone più interessate si assestano in una fascia di età compresa tra i 25 e i 34 anni (44,6%), probabilmente coppie al proprio primo figlio. Per quanto riguarda le ricerche relative all'intrattenimento, il dato cambia e i più interessati si posizionano nella fascia tra i 35 e i 44 anni (43,6%). La ricerca ha anche evidenziato che circa il 70% di quanti si informano sul tema sono donne, sia che si parli di beni di prima necessità che di intrattenimento. E sempre all'incirca del 70% è la percentuale di coloro che si informano attraverso i canali mobile. Le regioni che mostrano il maggiore interesse in entrambe le categorie si confermano il Lazio e la Lombardia, vale a dire quelle maggiormente interessate all'e-commerce in Italia. Rispetto ad altre categorie, cambia il gradino più basso del podio, che va alla Toscana per l'intrattenimento e all'Emilia Romagna per i beni di prima necessità. Se teniamo conto che ciò che spinge gli utenti ad acquistare online è la ricerca del prezzo più conveniente, un dato che coinvolge il 75% degli intervistati secondo una nostra precedente ricerca sull'identikit del consumatore digitale in Italia, diventa subito chiaro perché l'e-commerce abbia coinvolto anche il settore della prima infanzia, considerato uno dei più cari in assoluto. I costi, spesso troppo alti, sono una delle barriere che frena le famiglie italiane al concepimento di un figlio, ma l'e-commerce sta contribuendo attivamente all'abbattimento di questo ostacolo.