

17 luglio 2016

# Arredamento online, la nuova frontiera dell'interior

Una ricerca svela le (nuove) abitudini degli acquisti nel mercato dell'arredamento

G.M.



Sono abitudini relativamente nuove, forse nuovissime. L'eterno desiderio di allestire una **casa a propria immagine e somiglianza** si sposa oggi giorno con l'ultima, vera, inconfutabile frontiera dello shopping: **il web**. L'arredamento online è oramai parte integrante del settore *home & living*, il consumatore è digitale, il mercato è l'e-commerce.

Lo ha recentemente sottolineato una ricerca in merito alla [moda online](#). I consumatori navigano sul web per [risparmiare](#), in primis, ma anche perché l'assortimento è pressoché illimitato. L'88% di chi vuole arredare una casa si informa e trae ispirazione dal web. Ed è acquistando arredamento online che si spende circa metà del budget dedicato alla casa. Sono fati forniti da uno studio commissionato da [Dalani.it](#) all'Istituto di ricerca Doxa, raccolti fra giugno 2015 e giugno 2016. In questo anno, gli italiani che hanno utilizzato internet per fare acquisti dedicati alla casa hanno speso quasi 2000 euro in arredamento e oggetti di decorazione. Con una cifra media di 1.785 €, equamente suddivisa fra [negozi tradizionali](#) ed e-commerce.

**L'88% del campione preso in esame sceglie internet come negozio virtuale**, che oramai sbaraglia il passaparola, le riviste specializzate, l'informazione settoriale e televisiva. Internet è il luogo dove si compra, ma anche dove ci si informa, **si prende ispirazione**. I siti di e-commerce sono frequentati più volte alla settimana dai potenziali acquirenti (il 43%). Dato che conferma come questi marketplace virtuali abbiano acquisito un ruolo centrale nel mercato dell'interior.



## Arredamento online: cosa comprano gli italiani?

Si rivolge all'e-commerce chi è in cerca di **piccoli oggetti di arredamento, luci, decorazioni, tessile e accessori** per la cucina. Il negozio fisico rimane il preferito quando si parla di mobili di grandi dimensioni. Il target dello [shopping online in fatto di arredamento](#)? I 'Millennials', attenti alle tendenze ma sempre con un occhio al portafoglio. E capaci di apprezzare l'esclusività e il pregio di un elemento di design. **L'aspetto economico** li condiziona più degli altri intervistati, ma sono anche coloro che affrontano la spesa maggiore per la casa. I nati tra il 1980 e il 2000 inoltre utilizzano i social network per informarsi e prendere ispirazione.

Se guardiamo il genere anziché la generazione troviamo che le **donne** dimostrano una maggior oculatezza nella gestione degli acquisti più impegnativi. Dalla ricerca, le donne emergono come più impulsive quando si tratta di oggetti (il 55% acquista seguendo l'ispirazione). Tuttavia sono più razionali quando si tratta di grandi mobili. "Per la donna – afferma [Margot Zanni](#), fondatrice e Creative Director di Dalani Home & Living – la casa è lo specchio della propria personalità, dove tutto è in armonia e ogni cosa trova un suo posto. Per questo tende a vivere positivamente gli acquisti per la casa, anche quelli non previsti: nel momento stesso in cui si innamora di qualcosa e decide di comprarlo, sa già dove lo posizionerà e quale ruolo avrà all'interno della casa".