

FINANZA & MERCATI

Il Sole **24 ORE**

Sconti sui siti web. Quattro milioni di utenti al minuto

Il Cyber Monday vince la sfida

Daniela Roveda
LOS ANGELES

Come hanno passato la giornata di ieri i lavoratori americani? Facendo shopping al computer. Al ritmo di quattro milioni di visitatori al minuto, i maggiori siti di e-commerce sono stati letteralmente presi d'assalto ieri dai consumatori americani alla ricerca di occasioni e sconti su Internet, dove la stagione natalizia è partita all'impazzata contrariamente a quanto non sia accaduto per i negozi tradizionali. Il Cyber Monday del 2007, il lunedì

successivo alle feste del Thanksgiving, ha segnato così il record assoluto di vendite online nel corso di una giornata. Secondo le proiezioni della società di ricerca ComScore Networks, i negozi virtuali potrebbero aver venduto un record di 700 milioni di dollari di merce a 72 milioni di consumatori determinati ad accaparrarsi a buon prezzo una Wii (la console di videogiochi) o un super-telefonino iPhone.

La metà di quei consumatori (per l'esattezza il 54,5%) si è però dilettata al computer inse-

guendo occasioni mentre era al lavoro, e ciò spiega perché il mondo aziendale americano - ad eccezione dei dettaglianti online - non ha condiviso l'euforia prenatalizia di Amazon.com o di Bestbuy. Il Cyber Monday costerà infatti 488 milioni di dollari in produttività persa alle società americane secondo i calcoli della società di consulenza Challenger, Gray&Christmas.

Chiunque si sia trovato davanti a un computer ieri, a casa o in ufficio, ha fatto certamente fatica a resistere alle tentazioni. Un intero sito - cyber-

monday.com - era a disposizione per semplificare le scelte dei consumatori e fornire tutte le informazioni rilevanti: l'elenco dei siti di e-commerce; per categoria o in ordine alfabetico, l'entità degli sconti e le offerte speciali, dall'acquisto di due capi al prezzo di uno alla spedizione gratis.

Se il successo del Cyber Monday è un'indicazione dell'andamento delle vendite online, quest'anno per Natale il giro d'affari dei siti di e-commerce potrebbe superare i 25 miliardi, un incremento del 20%. Una buona notizia quindi per il commercio al retail americano, rimasto lievemente deluso dal fiacco risultato

della prima giornata ufficiale di shopping natalizio venerdì scorso, il cosiddetto Black Friday. Nel giorno seguente a Thanksgiving, il numero di consumatori che si sono riversati nei centri commerciali è salito del 4,8%, ma gli acquisti procapite sono scesi del 3,5%. Nel corso di quel venerdì comunque i negozi americani hanno venduto 10,3 miliardi di dollari di merce, l'8,3% in più dell'anno scorso. Un aumento sensibile, ma insufficiente a modificare le previsioni della National Retailers Federation, che si aspetta un incremento di appena il 4% delle vendite natalizie, il più basso degli ultimi sei anni.