



02/02/2022

## Shopping online sempre più popolare

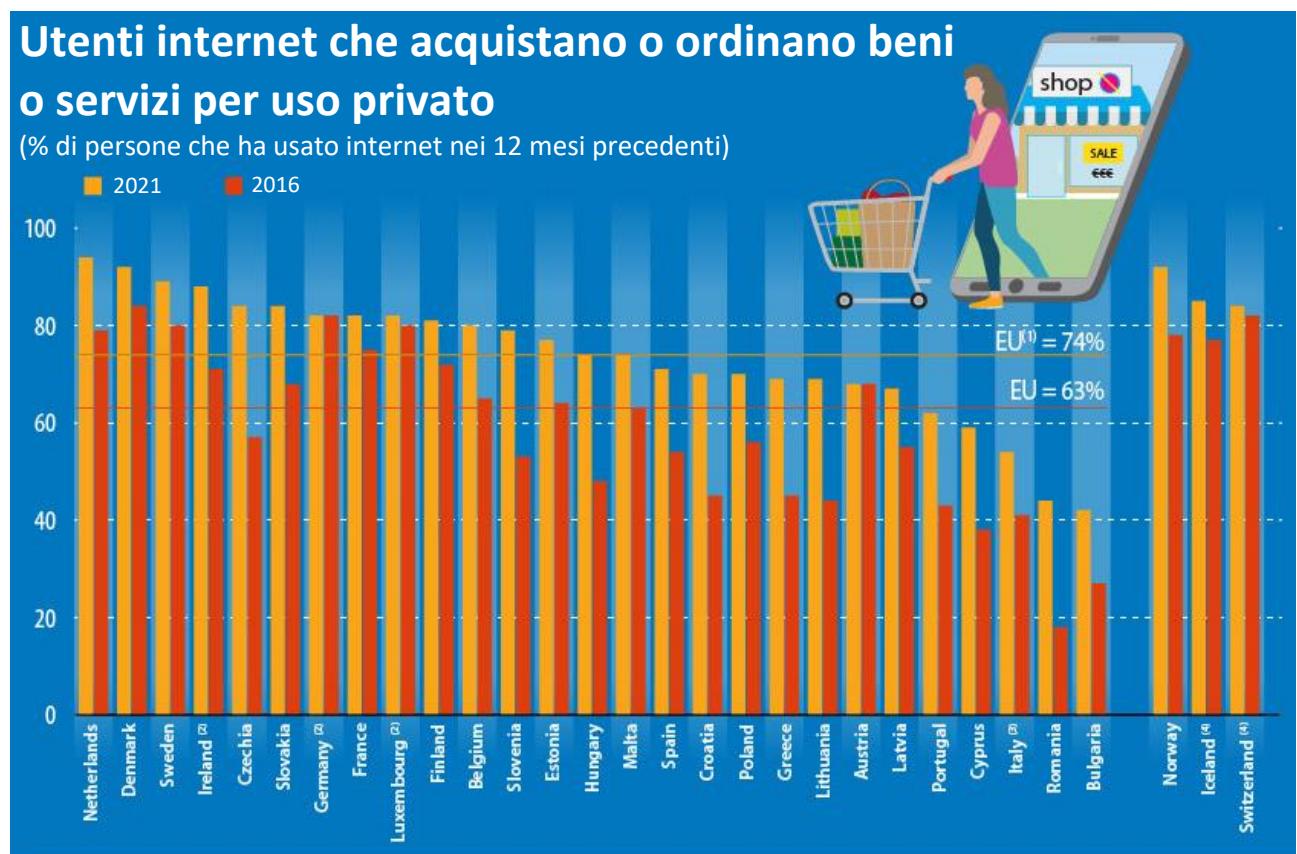
Lo shopping online continua a crescere in UE. Lo shopping tradizionale è stato influenzato dalle restrizioni COVID-19 e dai cambiamenti nelle abitudini e nelle preferenze che hanno avuto conseguenze sullo shopping online.

Nei 12 mesi precedenti l'indagine del 2021, il 90% delle persone di età compresa tra i 16 e i 74 anni in UE ha utilizzato Internet, il 74% dei quali ha acquistato o ordinato beni o servizi per uso privato. Lo shopping online è aumentato di 1 punto percentuale (pp) rispetto al 2020 (73% degli utenti di Internet) e di 11 pp rispetto al 2016 (63%).

Le quote più elevate di utenti di Internet che hanno acquistato o ordinato beni o servizi su Internet nei 12 mesi precedenti l'indagine sono state registrate nei Paesi Bassi (94%), in Danimarca (92%) e in Svezia (89%). Al contrario in Romania (44%) e Bulgaria (42%) meno del 50% ha fatto acquisti online.

## Utenti internet che acquistano o ordinano beni o servizi per uso privato

(% di persone che ha usato internet nei 12 mesi precedenti)



(1) stima

(2) interruzione nella serie

(3) 2020 invece di 2021 (4) 2017 invece di 2016

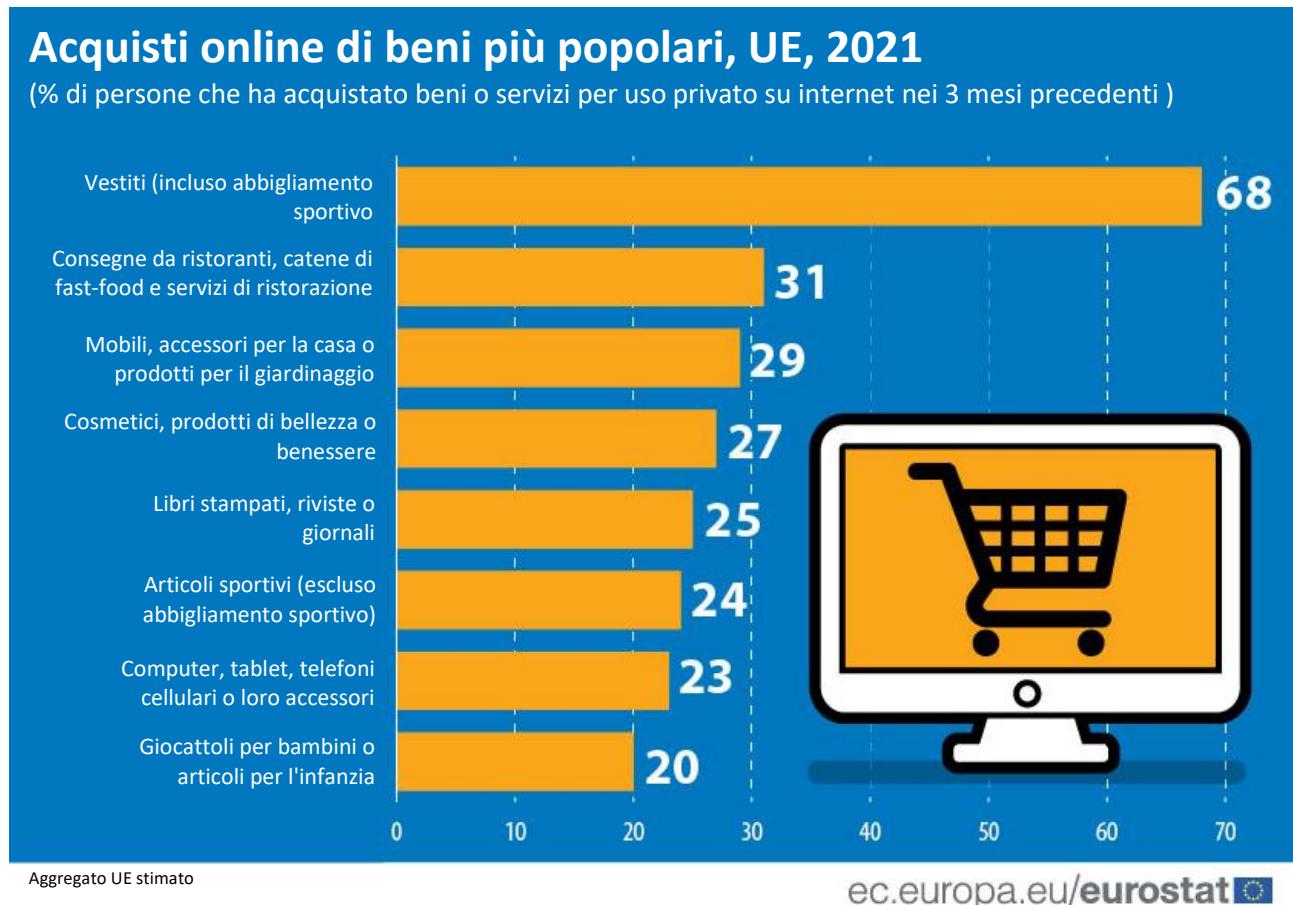
ec.europa.eu/eurostat

Fonte dati: [isoc\\_ec\\_ib20](#) e [isoc\\_ec\\_ibuy](#)

Negli ultimi cinque anni i maggiori aumenti dello shopping online tra gli utenti di Internet sono stati registrati in Repubblica Ceca (+27 pp), Slovenia, Ungheria e Romania (tutti +26 pp), così come Croazia e Lituania (entrambi +25 pp).

## Vestiti, scarpe e accessori: l'acquisto online più comune

Nei 3 mesi precedenti il sondaggio gli acquisti online più comuni di beni sono stati vestiti (incluso abbigliamento sportivo), scarpe o accessori (ordinati dal 68% degli acquirenti online), seguiti dalle consegne da ristoranti, catene di fast-food e servizi di ristorazione (31%), mobili, accessori per la casa o prodotti per il giardinaggio (29%), cosmetici, prodotti di bellezza o benessere (27%), libri stampati, riviste o giornali (25%), articoli sportivi (escluso abbigliamento sportivo) (24%), computer, tablet, telefoni cellulari o loro accessori (23%) e giocattoli per bambini o articoli per l'infanzia (20%).



Fonte dati: [isoc\\_ec\\_ibgs](#)

## Per maggiori informazioni:

- Italia: dati 2021 non disponibili. Di conseguenza l' aggregato UE è stato stimato. Germania, Irlanda e Lussemburgo: interruzione delle serie temporali. Islanda e Svizzera: dati 2016 non disponibili.
- I dati contenuti nella banca dati sono organizzati in base all'anno di indagine; i risultati di cui sopra per l'uso di Internet e l'e-shopping si riferiscono alle attività degli individui negli ultimi 12 mesi precedenti l'indagine. I dati sugli acquisti specifici di beni online coprono gli ultimi 3 mesi precedenti il sondaggio.
- I dati di questo articolo si basano sull'[indagine](#) annuale sull'uso delle ITC nelle famiglie e da parte degli individui.
- [Articolo](#) Statistics Explained sulle statistiche del commercio elettronico per i privati.
- [Panoramica](#) di Eurostat sull'economia e la società digitali.
- [Banca dati](#) Eurostat sull'economia e la società digitali.

