

**Segmenti in crescita.** Il giro d'affari è passato in un anno da 25 a 80 milioni di euro

## Gli acquisti in rete crescono a tre cifre

MILANO.

È un tassello ancora minoritario ma cresce a tre cifre. Il click online per acquistare, da casa, lampade e librerie, sedie e complementi d'arredo è cresciuto, nel 2013, del +220 per cento. In pratica, si è passati da 25 milioni di euro di acquisti nel 2012 da siti italiani (verso l'Italia e l'estero) agli 80 milioni di euro del 2013.

Lo conferma l'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano. Piccoli numeri, certo, ma positivi, che per ora rappresentano lo 0,7% delle vendite sul mercato (nel 2012 erano lo 0,3%).

«L'e-commerce dell'arredo sta

crescendo in modo importante - ha spiegato il responsabile della rivelazione, Riccardo Mangiaracina -. Da un lato ci sono i retailer. I big dell'arredo, come Ikea e Mondo Convenienza, con canali da tempo strutturati online. Spesso non sono solo canali alternativi a quelli tradizionali, ma aiutano il cliente ad autoprogettarsi la cucina o la cameretta dei figli. Inoltre, non sono diffusi capillarmente su tutto il territorio e non possono consegnare dappertutto». Poi ci sono i portali specializzati, come Dalani.it, Lovli.it, Lovethesign, «dove il prezzo - ha aggiunto Mangiaracina - diventa

elemento essenziale per acquistare l'oggetto di design o la grande firma a prezzi molto ribassati». Aziende dell'arredo come Calligaris vendono attraverso il proprio sito web. Mentre Flou, con il portale Natevo, ha, dall'anno scorso, avviato un progetto di vendita tramite crowdfunding che coniuga domanda dei clienti e offerta di giovani designers.

Intanto proprio la settimana del Salone del Mobile, a Milano, è stato presentato un nuovo sito di e-commerce per il design italiano di alta gamma: Homu Design. Il Portale si propone come una boutique multibrand di oggetti di desi-

gn e arredamento per la casa.

«Homu Design - ha sottolineato il fondatore Michael Scatigna - è un sito di wholesale multimarca che si distingue dalle vendite private o dai canali verticali grazie ad un vasto assortimento, prevalentemente italiano, e un importante investimento per valorizzare al meglio il prodotto». In tutto 50 i brand commercializzati sin dal lancio del sito che, secondo Scatigna, triplicheranno nei prossimi mesi, insieme a un software che permetterà di visualizzare i mobili nell'ambiente di casa solo caricando la piantina della stanza. Infine, sarà disponibile la linea Homu Design, con mobili e oggettistica di designer attuali ma low cost.

**L. Ca.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

