

Il report annuale di idealo sull'e-commerce italiano

idealo

2026

Indice

Indice	1	Energia, prezzo e nuove abitudini di consumo	17	L'avviso di prezzo come indicatore delle aspettative di spesa	34
Introduzione	2	La stagionalità dei prezzi e il calendario del risparmio	19	Attivazioni dell'Avviso di prezzo.....	35
Prefazione.....	3	I boom dell'e-commerce in Italia ed Europa	24	Risparmio desiderato in percentuale.....	35
Abitudini di acquisto online e utilizzo dei comparatori di prezzo	5	Boom in Italia (top-20).....	24	Risparmio desiderato in euro	35
Le principali categorie dell'e-commerce in Italia.....	6	Boom in Germania (top-5).....	25	Le migliori offerte arrivano anche dagli e-shop italiani	36
Analisi del consumatore digitale in Italia.....	9	Boom in Francia (top-5)	25	Le categorie dell'eccellenza italiana	37
Categorie più desiderate in base al genere	9	Boom in Spagna (top-5).....	25	In Italia (top-20)	38
Categorie più desiderate in base all'età	10	Boom nel Regno Unito (top-5)	25	In Germania (top-5)	39
Categorie più desiderate via Web	11	Boom in Austria (top-5)	25	In Francia (top-5)	39
Categorie più desiderate via App	12	L'impatto della stagionalità negli acquisti online	25	In Spagna (top-5)	39
Disponibilità ad acquistare presso un negozio online meno noto in base al genere	13	L'influenza del prezzo nelle decisioni di acquisto online	30	Nel Regno Unito (top-5)	39
Disponibilità ad acquistare presso un negozio online meno noto in base all'età	13	Prezzo in aumento & Interesse in aumento.....	30	In Austria (top-5).....	39
Variazioni di prezzo nell'e-commerce	14	Prezzo in aumento & Interesse in calo...30		Il mercato dell'usato.....	40
Incremento di prezzo, in percentuale.....	14	Prezzo in calo & Interesse in aumento...30		Il Black Month in Italia e le intenzioni di spesa dei consumatori.....	42
Incremento di prezzo, in euro	14	Prezzo in calo & Interesse in calo	30	Metodologia	46
Riduzione di prezzo, in percentuale.....	14	Differenze tra il prezzo medio e quello desiderato	31	Autore, Ringraziamenti, Contatti	47
Riduzione di prezzo, in euro	14	La comparazione prezzi come sinonimo di risparmio.....	33	A proposito di ideale	48
L'idealo Price Index	15	In percentuale	33	(Quarta di copertina).....	49
		In euro	33		

Introduzione

Anche quest'anno idealo presenta la propria analisi annuale sulle abitudini di acquisto online degli utenti che utilizzano strumenti di comparazione prezzi in Italia e in Europa. Attraverso l'osservazione dei dati raccolti sui portali internazionali di idealo, il report offre una lettura aggiornata delle principali tendenze dell'e-commerce, delle categorie di prodotto più ricercate e dei comportamenti che caratterizzano lo shopping digitale.

Il White Paper si propone di approfondire il ruolo della comparazione prezzi nel processo decisionale degli utenti, analizzando i fattori che incidono sulle scelte di acquisto online e le modalità con cui i consumatori utilizzano le informazioni disponibili per orientarsi in un mercato sempre più articolato. L'obiettivo è fornire a giornalisti, analisti e operatori del settore uno strumento di consultazione basato sui dati, utile per comprendere l'evoluzione dell'e-commerce e del consumo digitale in Italia.

Salvo diversa indicazione, le analisi presentate fanno riferimento ai dati del 2025 e riguardano i sei mercati europei in cui idealo è attivo: Italia, Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e Austria. Il report integra, inoltre, i risultati di due indagini demografiche realizzate dall'istituto di ricerca Kantar su incarico di idealo, condotte nei mesi di giugno e dicembre 2025.

Ciascuna indagine ha coinvolto oltre 2.000 utenti italiani attivi online, selezionati secondo criteri di rappresentatività relativi a età, genere, livello di istruzione e area geografica. I risultati si basano sulle risposte di persone che hanno dichiarato di aver effettuato almeno un acquisto online negli ultimi sei mesi.

Prefazione

(A cura di Pablo Marin, Country Manager di idealo per l'Italia)

L'e-commerce in Italia non è più una promessa. È una realtà che nel 2025 ha superato i 62 miliardi di euro di valore, con oltre 35 milioni di italiani che acquistano regolarmente online¹. Numeri che, anche solo cinque anni fa, sarebbero sembrati ambiziosi. Eppure, dietro questa crescita apparentemente lineare, si nasconde una trasformazione ben più profonda: non cambia solo quanto compriamo online, ma soprattutto come lo facciamo.

Il consumatore italiano del 2025 è più consapevole, più esigente e, soprattutto, più informato di quanto sia mai stato. Il 98% considera le promozioni un elemento determinante nelle proprie decisioni d'acquisto, il dato più alto in Europa. Otto italiani su dieci si documentano online prima di comprare qualsiasi cosa. E non si tratta solo di cercare il prezzo più basso²: si tratta di capire se quel prezzo ha senso, se è il momento giusto per acquistare, se esiste un'alternativa migliore. In un contesto in cui l'inflazione ha lasciato un segno duraturo sulle abitudini

di spesa, comprare bene non è più un'opzione. È diventata una competenza.

Lo vedo ogni giorno nel mio lavoro come Country Manager di idealo per l'Italia. Osservo come milioni di utenti usano la comparazione dei prezzi non solo per risparmiare, ma per prendere decisioni migliori. Confrontano, monitorano e, soprattutto, cercano conferme: vogliono capire se un prezzo ha davvero senso e se quello è il momento giusto per acquistare. In altre parole, lo shopping digitale sta passando dalla "caccia all'affare" alla qualità della decisione. Il comparatore di prezzi è diventato, per molti, uno strumento di pianificazione della spesa, quasi alla pari di un consulente finanziario domestico. E questo è un cambiamento culturale che va ben oltre la tecnologia.

Il 2025 è stato anche l'anno in cui l'attenzione al costo dell'energia si è consolidata come variabile strutturale nelle decisioni di acquisto degli italiani.

1 Osservatorio eCommerce B2c Netcomm – Politecnico di Milano, eCommerce B2c in Italia 2025, Netcomm Forum, maggio 2025.

2 Shopfully, The State of Shopping 2025, report sui comportamenti d'acquisto dei consumatori europei, 2025.

Non più un'emergenza, ma un criterio stabile. Categorie come caminetti, stufe e pannelli solari hanno registrato incrementi di interesse a doppia cifra, a conferma che il consumatore ragiona sempre più con una logica di lungo periodo. Allo stesso tempo, il mercato ha mostrato segnali di maturità: la crescita non è più guidata solo dal volume, ma dalla fiducia, dalla frequenza e dalla qualità della relazione tra negozio e consumatore.

C'è un dato di questo report a cui tengo particolarmente: la crescita del 43% delle intenzioni di acquisto verso marchi italiani.

In un mercato dominato dai grandi marketplace globali, i brand nazionali stanno guadagnando terreno. Le caffettiere moka, il vino, le mute da sub, prodotti che raccontano l'identità del nostro Paese, sono tra i più cercati non solo in Italia, ma anche in Germania, Francia e nel Regno Unito. Questo ci dice qualcosa di importante: il Made in Italy nell'e-commerce non è solo un'etichetta, è un vantaggio competitivo reale.

Questo White Paper nasce proprio da questa complessità. Attraverso i dati raccolti sui portali internazionali di idealo e due indagini condotte da Kantar su oltre 2.000

utenti italiani, offriamo una fotografia dettagliata di come sta cambiando lo shopping digitale nel nostro Paese. Analizziamo le categorie più desiderate, le variazioni di prezzo, l'impatto della stagionalità, il ruolo degli avvisi di prezzo e la competitività degli e-shop italiani rispetto ai grandi player internazionali.

L'obiettivo è semplice: fornire a giornalisti, analisti e operatori del settore uno strumento concreto, basato sui dati, per comprendere dove sta andando l'e-commerce in Italia. E, per chi gestisce un negozio online, offrire indicazioni utili per anticipare le tendenze, calibrare le strategie di prezzo e rispondere meglio alle aspettative di un consumatore che non si accontenta più.

Buona lettura.



Pablo Marin

Country Manager di idealo
per l'Italia

Abitudini di acquisto online e utilizzo dei comparatori di prezzo

Il sondaggio condotto nel mese di dicembre 2025 indica che l'85% degli utenti digitali italiani effettua almeno un acquisto online al mese, confermando la diffusione dello shopping digitale nelle abitudini di consumo.

I dati permettono di analizzare la frequenza degli acquisti online e di suddividere i consumatori in tre principali categorie:

Intensivi (25%):

utenti che acquistano online almeno una volta a settimana.

Abituali (60%):

consumatori che effettuano acquisti online con una frequenza compresa tra una e quattro settimane.

Sporadici (15%):

utenti che acquistano online una volta a trimestre o con minore frequenza.

Un'ulteriore indagine svolta nel giugno 2025 evidenzia come le motivazioni alla base della comparazione dei prezzi siano molteplici.

Tra le principali emergono:

1. **La consultazione di offerte speciali e sconti (44%)**
2. **La ricerca di informazioni su spedizioni e consegne (44%)**
3. **L'accesso a informazioni dettagliate sui prodotti (43%)**
4. **La lettura delle recensioni degli altri utenti (39%)**
5. **Il confronto simultaneo di più prodotti (36%)**
6. **L'attivazione di avvisi in caso di riduzione del prezzo (35%)**
7. **L'utilizzo di buoni sconto e codici promozionali (34%)**
8. **La creazione di liste di prodotti preferiti (33%)**
9. **La verifica dell'affidabilità dei negozi online (32%)**
10. **La consultazione di recensioni degli esperti (29%)**
11. **L'utilizzo del carrello della spesa (29%)**
12. **La gestione di un account personale (27%)**
13. **L'analisi dell'andamento storico dei prezzi (24%)**
14. **La consultazione di test ufficiali sui prodotti (22%)**

Le principali categorie dell'e-commerce in Italia

In base all'indagine condotta nel dicembre 2025, emergono alcune categorie che concentrano la maggior parte degli acquisti online effettuati dagli italiani nei tre mesi precedenti:



Il confronto tramite le intenzioni di acquisto, espresse tramite un indice da 0 a 100 rilevato sul portale italiano di idealo nel 2025, evidenzia differenze rilevanti tra acquisti effettivi e interesse potenziale:

ELETTRONICA

100,0

ARREDAMENTO & GIARDINO

38,1

MODA & ACCESSORI

24,6

SPORT & OUTDOOR

23,9

SALUTE, BELLEZZA & DROGHERIA

17,6

AUTO & MOTO

16,6

GIOCATTOLI & GAMING

13,0

BAMBINI & NEONATI

2,3

MANGIARE & BERE

2,0

PRODOTTI PER ANIMALI

1,4

Se consideriamo la crescita su base annua:

1. MANGIARE & BERE | **+95%**
2. ARREDAMENTO & GIARDINO | **+72%**
3. PRODOTTI PER ANIMALI | **+58%**
4. GIOCATTOLI & GAMING | **+56%**
5. SALUTE, BELLEZZA & DROGHERIA | **+49%**
6. MODA & ACCESSORI | **+46%**
7. SPORT & OUTDOOR | **+38%**
8. AUTO & MOTO | **+37%**
9. BAMBINI & NEONATI | **+32%**
10. ELETTRONICA | **+20%**

Approfondendo ulteriormente l'analisi, le categorie più desiderate sul portale italiano di idealo nel corso del 2025 risultano essere soprattutto prodotti tecnologici e articoli ad alta frequenza di utilizzo:

CELLULARI & SMARTPHONE

100,0

SNEAKERS

36,1

SCARPE DA CORSA

17,4

SMARTWATCH

17,2

TELEVISORI

17,1

SCHEDE VIDEO

16,2

NOTEBOOK

12,7

FRIGORIFERI

12,5

CASCHI MOTO

11,8

TABLET

10,5

PNEUMATICI ESTIVI

10,3

ASPIRAPOLVERE

10,2

CONSOLE DI GIOCO

10,2

OROLOGI

9,2

GIACCHE OUTDOOR

9,0

PROFUMI DONNA

9,0

CUFFIE

8,6

PROFUMI UOMO

8,0

LAVATRICI

7,7

ZAINI

7,4

■ ■ Analisi del consumatore digitale in Italia

L'analisi dei dati demografici, delle preferenze e delle modalità di utilizzo degli strumenti di comparazione online consente di definire in modo articolato il profilo del consumatore digitale in Italia:

GENERE

Categorie più desiderate

In base al genere

	 DONNE	 UOMINI
ELETTRONICA	34%	48%
MODA & ACCESSORI	51%	33%
COSMETICI & PROFUMI	50%	23%
SCARPE & SNEAKERS	34%	34%
SALUTE & FARMACIA	32%	18%
GIOCATTOLE & GAMING	20%	27%
PRODOTTI PER ANIMALI	22%	18%
MANGIARE & BERE	21%	18%
ARREDAMENTO & GIARDINO	19%	16%
SPORT & OUTDOOR	10%	20%
BAMBINI & NEONATI	10%	8%
AUTO & MOTO	5%	10%
ARTICOLI EROTICI	5%	7%

ETÀ

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64
ELETTRONICA	33%	40%	43%	47%	40%
MODA & ACCESSORI	44%	39%	43%	41%	36%
COSMETICI & PROFUMI	29%	33%	39%	40%	37%
SCARPE & SNEAKERS	26%	30%	38%	40%	33%
SALUTE & FARMACIA	15%	19%	25%	32%	31%
GIOCATTOLI & GAMING	24%	26%	30%	21%	13%
PRODOTTI PER ANIMALI	9%	19%	19%	27%	27%
MANGIARE & BERE	19%	18%	19%	24%	18%
ARREDAMENTO & GIARDINO	13%	17%	17%	19%	21%
SPORT & OUTDOOR	16%	16%	15%	15%	12%
BAMBINI & NEONATI	5%	9%	16%	7%	3%
AUTO & MOTO	8%	8%	6%	8%	7%
ARTICOLI EROTICI	9%	6%	7%	6%	2%

Categorie più desiderate

In base all'età

Categorie più desiderate via Web

WEB

CELLULARI & SMARTPHONE

100,0

SNEAKERS

36,4

SCHEDE VIDEO

18,2

SCARPE DA CORSA

17,3

SMARTWATCH

16,7

TELEVISORI

15,4

FRIGORIFERI

13,9

NOTEBOOK

13,0

CASCHI MOTO

12,1

PNEUMATICI ESTIVI

11,0

TABLET

10,6

OROLOGI

10,4

ASPIRAPOLVERE

10,3

CONSOLE DI GIOCO

9,7

GIACCHE OUTDOOR

9,4

PROFUMI DONNA

9,2

ZAINI

8,7

CUFFIE

8,6

LAVATRICI

8,2

SKIN CARE

8,1

Categorie più desiderate via App

APP

CELLULARI & SMARTPHONE

100,0

SNEAKERS

35,4

TELEVISORI

22,9

SMARTWATCH

19,0

SCARPE DA CORSA

17,4

CONSOLE DI GIOCO

12,0

NOTEBOOK

11,7

PROFUMI UOMO

10,8

CASCHI MOTO

10,7

TABLET

10,0

ASPIRAPOLVERE

10,0

SCHEDE VIDEO

9,4

SCARPE DA BAMBINO

9,4

CUFFIE

8,4

PROFUMI DONNA

8,3

FRIGORIFERI

8,1

PNEUMATICI ESTIVI

7,8

GIACCHE OUTDOOR

7,6

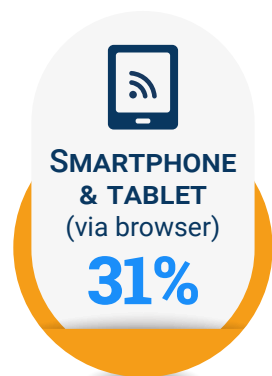
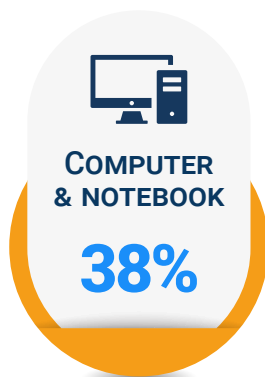
LAVATRICI

6,2

CONDIZIONATORI

5,6

Per quanto riguarda i dispositivi utilizzati per il confronto dei prezzi, emerge una prevalenza dell'uso di **smartphone e tablet** tramite applicazioni dedicate (**59%**), seguiti da **computer e notebook** (**38%**) e dall'utilizzo di **smartphone e tablet** tramite browser, senza app (**31%**).



Le principali modalità impiegate dagli utenti per il controllo dei prezzi dei prodotti includono:

1. La consultazione di offerte speciali e sconti (**48%**)
2. L'utilizzo di motori di ricerca (**48%**)
3. La consultazione di più marketplace (**34%**)
4. La verifica dei prezzi nei negozi fisici e il successivo confronto con quelli online (**25%**)
5. L'utilizzo di siti di comparazione prezzi (**23%**)



Inoltre, secondo il sondaggio condotto nel dicembre 2025, il **67%** degli utenti online dichiara di essere disposto ad acquistare presso un e-commerce meno conosciuto qualora ciò consenta di ottenere un risparmio.

Nel dettaglio:

Disponibilità ad acquistare presso un negozio online meno noto.

In base al genere

Donne	Uomini
66,0%	68,4%

Disponibilità ad acquistare presso un negozio online meno noto.

In base all'età

16-24	25-34	35-44	45-54	55-64
74,5%	71,7%	68,0%	62,8%	56,0%

Variazioni di prezzo nell'e-commerce

Nel corso del 2025 idealo ha analizzato l'evoluzione dei prezzi online per valutare l'impatto delle dinamiche inflattive sul mercato e-commerce. L'analisi prende in considerazione l'andamento dei prezzi medi registrati nel 2025, offrendo una lettura comparativa rispetto all'anno precedente.

Lo studio si basa sull'osservazione di oltre 2.000 categorie di prodotto presenti sul portale italiano di idealo, con l'obiettivo di individuare le principali variazioni di prezzo su base annua. Il monitoraggio dei costi medi consente di evidenziare sia le categorie che hanno registrato aumenti significativi sia quelle che hanno beneficiato di riduzioni di prezzo.

Focalizzando l'attenzione sulle prime 250 categorie del portale italiano, con esclusione del comparto calzature, emergono le tipologie di prodotto che hanno fatto segnare i maggiori incrementi annuali, sia in termini percentuali

sia in valore assoluto:

IN PERCENTUALE, PREZZO YoY(%)

- VASCHE IDROMASSAGGIO | +58%
- SCRIVANIE | +51%
- MEDIA PLAYER | +39%
- LAMPADINE | +38%
- CAPPE ASPIRANTI | +36%
- TENDE DA SOLE | +34%
- VOLANTI GAMING | +34%
- MINI FORNI | +33%
- TAVOLI | +30%
- CASSE AUDIO | +29%

IN EURO, PREZZO YoY(€)

- VASCHE IDROMASSAGGIO | +476€
- BICICLETTE ELETTRICHE | +275€
- CUCINE componibili | +223€
- CAPPE ASPIRANTI | +215€
- AMPLIFICATORI | +186€
- RICEVITORI AV | +178€
- COMPRESSORI | +176€
- CALDAIE | +165€
- DRONI | +150€
- PC DESKTOP | +139€

Di seguito sono riportate le categorie che, nel periodo analizzato, hanno registrato le riduzioni di prezzo più significative su base annua.

IN PERCENTUALE, PREZZO YoY(%)

- REFLEX | -33%
- PNEUMATICI PER CAMION | -31%
- PEZZI DI RICAMBIO PER ELETTRODOMESTICI | -30%
- CASSETTIERE | -23%
- BATTERIE AUTO | -21%
- BOX DOCCIA | -21%
- ACCESSORI PER ELETTRODOMESTICI DA CUCINA | -21%
- AUTORADIO 2 DIN | -18%
- SOFTWARE PER UFFICIO | -17%
- GAZEBO | -16%

IN EURO, PREZZO YoY(€)

- FOTOCAMERE REFLEX | -479€
- BOX DOCCIA | -249€
- PISCINE | -161€
- GAZEBO | -136€
- FOTOCAMERE DIGITALI MIRRORLESS | -129€
- ASPIRATORI INDUSTRIALI | -111€
- PROIETTORI | -98€
- AUTORADIO 2 DIN | -95€
- FOTOCAMERE DIGITALI COMPATTE | -85€
- DIVANI | -84€

L'idealo Price Index

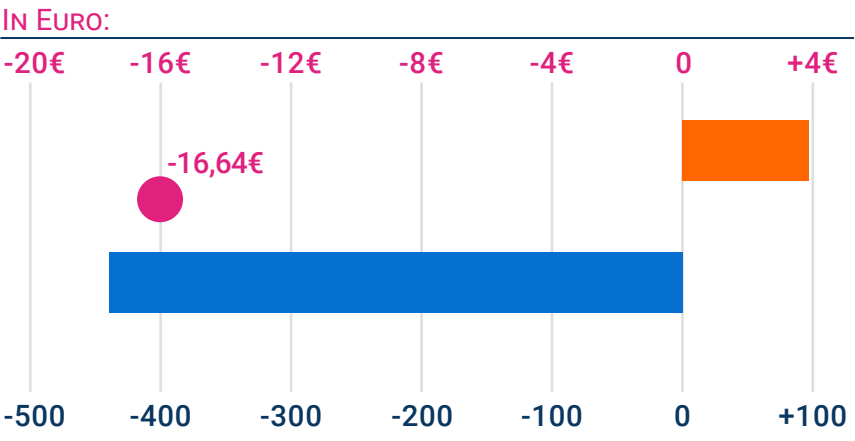
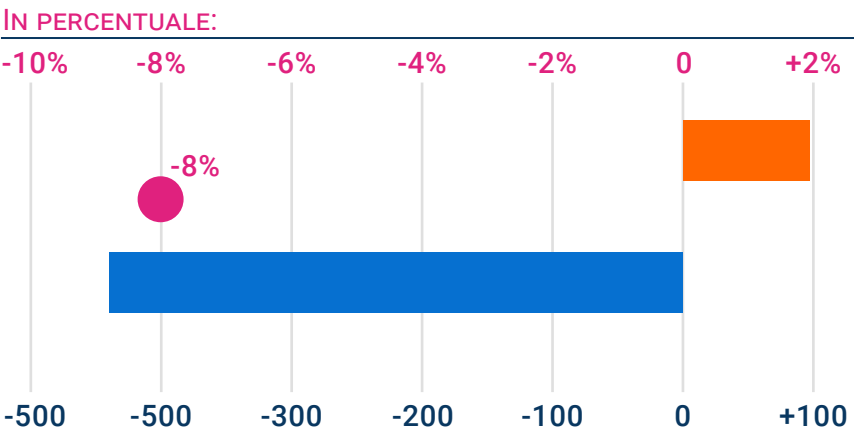
A inizio 2026, idealo ha introdotto un'analisi ancora più dettagliata dei prezzi con l'idealo Price Index, uno strumento che mostra in modo semplice e trasparente come evolvono i prezzi online di settimana in settimana. L'indice non si limita a indicare se i prezzi salgono o scendono, ma combina l'intensità della variazione con la sua diffusione sul mercato, offrendo una lettura immediata dell'andamento generale dei prezzi.

In concreto, l'idealo Price Index tiene conto sia della variazione media dei prezzi, espressa in percentuale o in euro, sia del numero di prodotti coinvolti negli aumenti o nei ribassi. In questo modo è

possibile capire non solo quanto cambiano i prezzi, ma anche quanto è esteso il fenomeno.

Ecco un esempio, per la categoria Materassi nella settimana del 10-16 marzo 2026 (rispetto a quella precedente):

 MATERASSI	Prodotti con prezzo in calo	440
	Prodotti con prezzo in aumento	98
	Prodotti con prezzo stabile	853
	Prezzo medio WoW (%)	-8,0%
	Prezzo medio WoW (€)	-16,64€



COME INTERPRETARE I GRAFICI:

- **BARRE BLU:** indicano il numero di prodotti che hanno registrato un calo di prezzo rispetto alla settimana precedente
- **BARRE ARANCIONI:** rappresentano il numero di prodotti che hanno subito un aumento di prezzo su base settimanale
- **PUNTO FUCSIA:** mostra la variazione media settimanale del prezzo, espressa in percentuale o in euro

Grazie a questa rappresentazione, l'idealo Price Index consente di cogliere a colpo d'occhio le dinamiche del mercato, fornendo segnali chiari e basati su dati reali.

Grazie a questa rappresentazione, l'idealo Price Index consente di cogliere a colpo d'occhio le dinamiche del mercato, fornendo segnali chiari e basati su dati reali.

Ecco altri esempi, per le top-5 categorie nella settimana del 10-16 marzo 2026:

1  SMARTPHONE	Prodotti con prezzo in calo	875
	Prodotti con prezzo in aumento	860
	Prodotti con prezzo stabile	2.489
	Prezzo medio WoW (%)	+0,5%
	Prezzo medio WoW (€)	+1,90€

2  SNEAKERS	Prodotti con prezzo in calo	19.891
	Prodotti con prezzo in aumento	9.350
	Prodotti con prezzo stabile	32.015
	Prezzo medio WoW (%)	-2,3%
	Prezzo medio WoW (€)	-1,95€

3  SCARPE DA CORSA	Prodotti con prezzo in calo	4.020
	Prodotti con prezzo in aumento	3.676
	Prodotti con prezzo stabile	11.500
	Prezzo medio WoW (%)	-0,29%
	Prezzo medio WoW (€)	-0,30€

4  NOTEBOOK	Prodotti con prezzo in calo	1.892
	Prodotti con prezzo in aumento	1.027
	Prodotti con prezzo stabile	3.424
	Prezzo medio WoW (%)	-1,98%
	Prezzo medio WoW (€)	-34,02€

5  TELEVISORI	Prodotti con prezzo in calo	486
	Prodotti con prezzo in aumento	270
	Prodotti con prezzo stabile	1.270
	Prezzo medio WoW (%)	-1,0%
	Prezzo medio WoW (€)	-8,66€

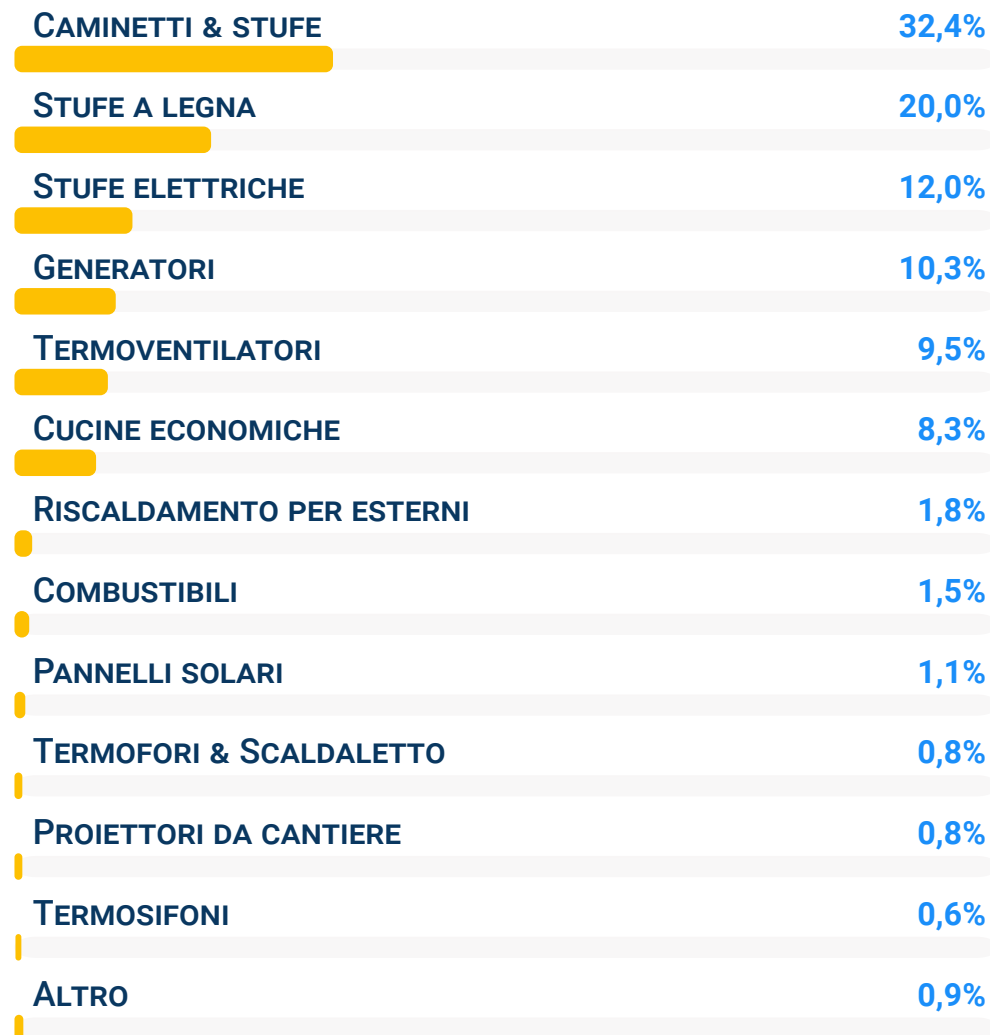
Energia, prezzo e nuove abitudini di consumo

Negli ultimi anni, il costo dell'energia è diventato una variabile strutturale nelle decisioni di spesa delle famiglie italiane, influenzando il modo in cui vengono valutati gli acquisti legati alla casa e ai consumi domestici. Anche nel 2025, in un contesto meno emergenziale, l'attenzione al contenimento dei costi di riscaldamento ed energia continua a orientare il comportamento degli utenti online come criterio stabile di scelta.

In questo scenario, la comparazione dei prezzi assume un ruolo centrale come strumento di pianificazione della spesa. Confrontare prezzi e offerte permette di valutare alternative, monitorare l'andamento dei prezzi nel tempo e individuare il momento più favorevole per l'acquisto, favorendo decisioni più consapevoli ed efficienti.

I dati sull'interesse online rilevati sul portale italiano di idealo nel 2025 confermano questa tendenza: le categorie legate al riscaldamento domestico risultano tra le più monitorate dagli utenti. In particolare, caminetti e stufe si collocano ai primi posti per numero di intenzioni di acquisto, segnalando una domanda orientata a soluzioni percepite come più efficienti o alternative rispetto ai sistemi tradizionali.

Nel dettaglio, se consideriamo le intenzioni di acquisto nel 2025:



Invece, rispetto al 2024:

- | | |
|---|--|
| 1. TERMOSIFONI +91% | 7. GENERATORE +32% |
| 2. CAMINETTI & STUFE +81% | 8. CUCINA ECONOMICA +24% |
| 3. PROIETTORI DA CANTIERE +81% | 9. RISCALDAMENTO PER ESTERNI +22% |
| 4. PANNELLI SOLARI +76% | 10. TERMOVENTILATORE +22% |
| 5. COMBUSTIBILE +61% | 11. STUFA ELETTRICA +11% |
| 6. STUFA A LEGNA +58% | 12. TERMOFORI & SCALDALETTO +1% |

Come evidenziato dall'analisi, la comparazione dei prezzi consente di individuare opportunità di risparmio anche in presenza di oscillazioni dei costi. Confrontando il mese più conveniente dell'anno con quello caratterizzato dai prezzi più elevati, emergono le seguenti riduzioni massime:

- | | |
|--|--|
| 1. ISOLAMENTO TERMICO -58% | 10. PROIETTORI DA CANTIERE -10% |
| 2. IMPIANTI FOTOVOLTAICI -41% | 11. STUFE A LEGNA -9% |
| 3. GENERATORI -29% | 12. LIMITATORI DI PORTATA -8% |
| 4. COMBUSTIBILI -29% | 13. TERMOSIFONI -8% |
| 5. RISCALDAMENTO PER ESTERNI -27% | 14. FUNZIONE DI RISPARMIO ACQUA -7% |
| 6. CUCINE ECONOMICHE -20% | 15. TERMOFORI & SCALDALETTO -5% |
| 7. CAMINETTI & STUFE -12% | 16. STUFE ELETTRICHE -4% |
| 8. PANNELLI SOLARI -11% | 17. TERMOVENTILATORI -4% |
| 9. BORSE ACQUA CALDA E CUSCINI TERMICI -10% | |

Nel complesso, questi dati mostrano come il tema dell'energia non sia più letto esclusivamente in chiave emergenziale, ma come parte integrante di un approccio più razionale e informato agli acquisti online, in cui il prezzo, il momento dell'acquisto e la comparazione diventano strumenti centrali per una gestione più efficiente della spesa.

La stagionalità dei prezzi e il calendario del risparmio

Nel corso dell'anno, la domanda per alcune categorie di prodotto tende a concentrarsi in specifici periodi, influenzata da fattori stagionali, promozionali o da esigenze contingenti. Questa dinamica può incidere sui livelli di prezzo, rendendo più complesso individuare il momento più favorevole per l'acquisto senza un'attenta osservazione dell'andamento dei costi.

In questo contesto, il monitoraggio dei prezzi nel tempo rappresenta uno strumento efficace per contenere la spesa e pianificare gli acquisti in modo più consapevole. La stagionalità non riguarda esclusivamente la frequenza di acquisto, ma si riflette anche nelle variazioni dei prezzi medi applicati durante l'anno.

Nel corso del 2025, idealo ha analizzato le intenzioni di acquisto e i prezzi medi rilevati sul proprio portale italiano, concentrandosi sui dati mensili delle prime 250 categorie di prodotto.

L'obiettivo è individuare i periodi dell'anno in cui i prodotti maggiormente desiderati presentano, con maggiore probabilità, livelli di prezzo più contenuti in relazione alla stagione.



Inverno

GENNAIO

- SNEAKERS
- SCARPE DA CORSA
- SCHEDE VIDEO
- CONSOLE DI GIOCO
- CASSE AUDIO

FEBBRAIO

- SCARPE OUTDOOR
- CONDIZIONATORI
- CASCHI BICI
- STIVALI UOMO
- BICI ELETTRICHE

MARZO

- NOTEBOOK
- GIACCHE OUTDOOR
- PC DESKTOP
- GIOCHI PS4
- STUFE ELETTRICHE



Ecco quando è più probabile che i prodotti più desiderati
abbiano un costo inferiore, in base alla stagione:

Primavera

APRILE

- PRODOTTI PER I CAPELLI
- SSD
- GAMEPAD
- MOBILI DA BAGNO
- DRONI

MAGGIO

- SMARTWATCH
- TELEVISORI
- GIACCHE & CAPPOTTI UOMO
- ACTION CAMERA
- CARTE DA GIOCO

GIUGNO

- CELLULARI & SMARTPHONE
- FRIGORIFERI
- PROFUMI UOMO
- PIANI COTTURA
- VITAMINE & INTEGRATORI



Ecco quando è più probabile che i prodotti più desiderati abbiano un costo inferiore, in base alla stagione:

Estate

LUGLIO

- LAVATRICI
- SCARPE PER BAMBINI
- RAM
- LAVASTOVIGLIE
- CASE PER PC

AGOSTO

- ASPIRAPOLVERE
- PROFUMI DONNA
- LEGO
- MACCHINE DA CAFFÈ A CAPSULE
- MACCHINE PER CAFFÈ ESPRESSO

SETTEMBRE

- PNEUMATICI 4 STAGIONI
- ROUTER
- BAULETTI PER MOTO
- PISCINE
- ALIMENTATORI PC

Ecco quando è più probabile che i prodotti più desiderati abbiano un costo inferiore, in base alla stagione:

Autunno

OTTOBRE

- CARTUCCE PER STAMPANTI
- OBIETTIVI FOTOGRAFICI
- KIT E CASSETTE DEGLI ATTREZZI
- MATERIALI DA INSTALLAZIONE

NOVEMBRE

- TABLET
- PNEUMATICI ESTIVI
- SKIN CARE
- PROFUMI UNISEX
- MONITOR

DICEMBRE

- CASCHI MOTO
- OROLOGI
- CUFFIE
- ZAINI
- PROCESSORI/CPU

Grazie alla comparazione dei prezzi, è possibile individuare opportunità di risparmio durante tutto l'anno. Sulla base delle analisi condotte, idealo ha identificato i periodi più favorevoli per l'acquisto delle principali categorie presenti sul portale italiano.

- Elevate possibilità di risparmio sui singoli prodotti
- Buone possibilità di risparmio sui singoli prodotti
- Possibilità di risparmio più contenute sui singoli prodotti



🇮🇹🇪🇺 I boom dell'e-commerce in Italia ed Europa

Nel corso del 2025 idealo ha analizzato l'evoluzione dell'interesse degli utenti per le diverse categorie dell'e-commerce, prendendo in considerazione i dati relativi al 2024. L'analisi mette in evidenza alcuni comparti che hanno registrato una crescita particolarmente significativa su base annua, distinguendosi per un incremento dell'interesse nettamente superiore alla media.

In particolare, emergono quelle categorie che hanno fatto segnare un aumento dell'interesse superiore al +200% rispetto all'anno precedente, configurandosi come aree di forte espansione all'interno del mercato e-commerce in Italia e negli altri paesi europei in cui idealo è presente.

Nel dettaglio:

🇮🇹 IN ITALIA (TOP-20)



È inoltre possibile estendere l'analisi ai principali mercati europei in cui idealo opera, confrontando le prime cinque categorie a maggiore crescita in base al numero di intenzioni di acquisto registrate:

BOOM IN GERMANIA (TOP-5)

1. CARTE DA GIOCO
2. ROBOT TAGLIAERBA
3. IMPIANTI FOTOVOLTAICI DA BALCONE
4. PANTALONI DA LAVORO
5. FARMACI VETERINARI

BOOM NEL REGNO UNITO (TOP-5)

1. SCHEDE VIDEO
2. CARTE DA GIOCO
3. RAM
4. CONDIZIONATORI
5. CASSETTE DA GIARDINO

BOOM IN FRANCIA (TOP-5)

1. RAM
2. ROBOT TAGLIAERBA
3. TAVOLI
4. ARMADI GUARDAROBA
5. GIOCHI NINTENDO SWITCH 2

BOOM IN AUSTRIA (TOP-5)

1. CARTE DA GIOCO
2. ROBOT TAGLIAERBA
3. RAM
4. PANTALONI DA SCI
5. ABBIGLIAMENTO DA CALCIO

BOOM IN SPAGNA (TOP-5)

1. ATTREZZATURE PER SOCCORSO STRADALE
2. RAM
3. DIVANI
4. LETTI
5. TAVOLI

L'impatto della stagionalità negli acquisti online

Attraverso l'analisi dei dati storici, idealo è in grado di valutare l'influenza della stagionalità sulle diverse categorie di prodotto presenti sul portale. Lo studio si basa su una serie triennale di dati riferiti al periodo 2023-2025 e consente di osservare come l'interesse degli utenti e i livelli di prezzo varino nel corso dell'anno.

Questa lettura risulta particolarmente rilevante per gli operatori dell'e-commerce, che possono utilizzare tali informazioni per pianificare le attività promozionali in modo più mirato e coerente con i cicli di domanda. L'analisi si concentra esclusivamente sull'andamento stagionale delle categorie considerate e non necessariamente sulle tipologie di prodotto che generano il maggior volume di intenzioni di acquisto su base annua.

GENNAIO

- ABITI DA SERA
- COSTUMI DI CARNEVALE & HALLOWEEN BAMBINI
- GIACCHE & CAPPOTTI BAMBINO
- GIACCHE DA SCI
- ANTIDOLORIFICI
- OCCHIALI DA SCI & DA SNOWBOARD
- STIVALI
- SCARPONI DA SCI
- ACCESSORI PER SPORT INVERNALI
- SCARPE DA NEVE

FEBBRAIO

- COSTUMI DI CARNEVALE & HALLOWEEN BAMBINI
- COSTUMI DI CARNEVALE & HALLOWEEN ADULTO
- ABITI DA SERA
- GIACCHE & CAPPOTTI BAMBINO
- SCARPONI DA SCI
- ANTIDOLORIFICI
- ACCESSORI PER SPORT INVERNALI
- GIACCHE DA SCI
- FORBICI DA GIARDINO
- OCCHIALI DA SCI & DA SNOWBOARD

MARZO

- VESTITI
- TAVOLINI DA SALOTTO
- PRODOTTI VETERINARI
- ABITI DA SERA
- MOBILI BAR
- TAVOLI
- FORBICI DA GIARDINO
- APPENDIABITI & GUARDAROBA
- PANCHE
- SEDIE

Inverno

Primavera

APRILE

- VESTITI
- SET MOBILI DA GIARDINO
- TRALICCI DA GIARDINO
- TAVOLI DA GIARDINO
- MOTOCOLTIVATORI
- PRODOTTI VETERINARI
- GAZEBO
- TAGLIAERBA
- DECESPUGLIATORI
- OMBRELLONI DA ESTERNO

MAGGIO

- DECESPUGLIATORI
- SET MOBILI DA GIARDINO
- OMBRELLONI DA ESTERNO
- SOLARI
- TAGLIAERBA
- SANDALI DONNA
- PRODOTTI VETERINARIO
- TENDE DA SOLE
- TAVOLI DA GIARDINO
- COSTUMI DA BAGNO DONNA

GIUGNO

- VENTILATORI
- PULITORI PER PISCINA
- COPERTURE & RIVESTIMENTI PER PISCINE
- POMPE PER PISCINA
- PISCINE
- VASCHE IDROMASSAGGIO
- TENDE DA SOLE
- SANDALI DONNA
- SOLARI
- CIABATTE

Estate

LUGLIO

- VASCHE IDROMASSAGGIO
- PULITORI PER PISCINA
- COPERTURE & RIVESTIMENTI PER PISCINE
- POMPE PER PISCINA
- CIABATTE
- PISCINE
- VENTILATORI
- CONDIZIONATORI
- SCARPE DA MARE
- GOMMONI & KAYAK

AGOSTO

- ULTERIORI ROBOT DA CUCINA
- ZAINI SCUOLA
- GOMMONI & KAYAK
- STAND UP PADDLE
- SCARPE DA MARE
- CIABATTE
- PULITORI PER PISCINA
- POMPE PER PISCINA
- BORSE FRIGO
- SANDALI DONNA

SETTEMBRE

- ZAINI SCUOLA
- SCARPE INDOOR
- KEYBOARD
- TAGLIASIEPE
- PNEUMATICI INVERNALI
- STIVALI DI GOMMA
- MOUNTAIN BIKE
- BORRACCE
- ZAINI
- CUCINE componibili

Autunno

OTTOBRE

- PNEUMATICI INVERNALI
- COMBUSTIBILI
- CALENDARI DELL'AVVENTO
- STIVALI DI GOMMA
- CUCINE componibili
- STUFE ELETTRICHE
- ASCIUGATRICI
- TERMOSTATI
- CAMINETTI & STUFE
- ARMADI GUARDAROBA

NOVEMBRE

- CALENDARI DELL'AVVENTO
- ALBERI DI NATALE
- CATENE DA NEVE
- ASCIUGATRICI
- STUFE ELETTRICHE
- TERMOSTATI
- DEUMIDIFICATORI
- PNEUMATICI INVERNALI
- RAM
- STIVALETTI

DICEMBRE

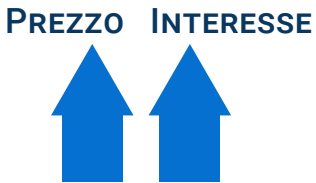
- ROBOT GIOCATTOLO
- GIOCATTOLI CREATIVI
- GIOCHI DA FESTA
- BERRETTI
- PLAYMOBIL
- CASE DELLE BAMBOLE
- VEICOLI GIOCATTOLO
- GIOCHI DI SOCIETÀ
- PELUCHE
- BAMBOLE

L'influenza del prezzo nelle decisioni di acquisto online

La sensibilità al prezzo descrive il grado in cui le variazioni di costo di un prodotto o servizio incidono sulle scelte di acquisto dei consumatori. In presenza di un'elevata sensibilità, anche oscillazioni di prezzo contenute possono determinare un aumento o una riduzione dell'interesse. Al contrario, una bassa sensibilità indica una maggiore stabilità della domanda, anche in presenza di rincari.

Per analizzare in modo strutturato queste dinamiche, idealo ha esaminato il comportamento degli utenti in relazione all'andamento dei prezzi e all'interesse espresso per le diverse categorie di prodotto. L'analisi prende in considerazione quattro distinti scenari di acquisto, individuando per ciascuno le categorie più rappresentative nel corso del 2025.

Questo approccio consente di offrire una lettura approfondita delle preferenze dei consumatori in funzione delle variazioni di prezzo, evidenziando come l'interesse possa reagire in modo differente a seconda del contesto e delle condizioni di mercato.

			
Prezzo in aumento & Interesse in aumento	Prezzo in aumento & Interesse in calo	Prezzo in calo & Interesse in aumento	Prezzo in calo & Interesse in calo
1. SNEAKERS 2. SCARPE DA CORSA 3. TELEVISORI 4. SCHEDE VIDEO 5. CASCHI MOTO	1. CELLULARI & SMARTPHONE 2. NOTEBOOK 3. PNEUMATICI ESTIVI 4. PNEUMATICI 4 STAGIONI 5. VITAMINE & INTEGRATORI	1. SMARTWATCH 2. FRIGORIFERI 3. ASPIRAPOLVERE 4. GIACCHE OUTDOOR 5. PROFUMI DONNA	1. VIBRATORI 2. DEUMIDIFICATORI 3. PC ALL IN ONE 4. PREPARATI PER MUSCOLI E ARTICOLAZIONI 5. DECODER DIGITALI

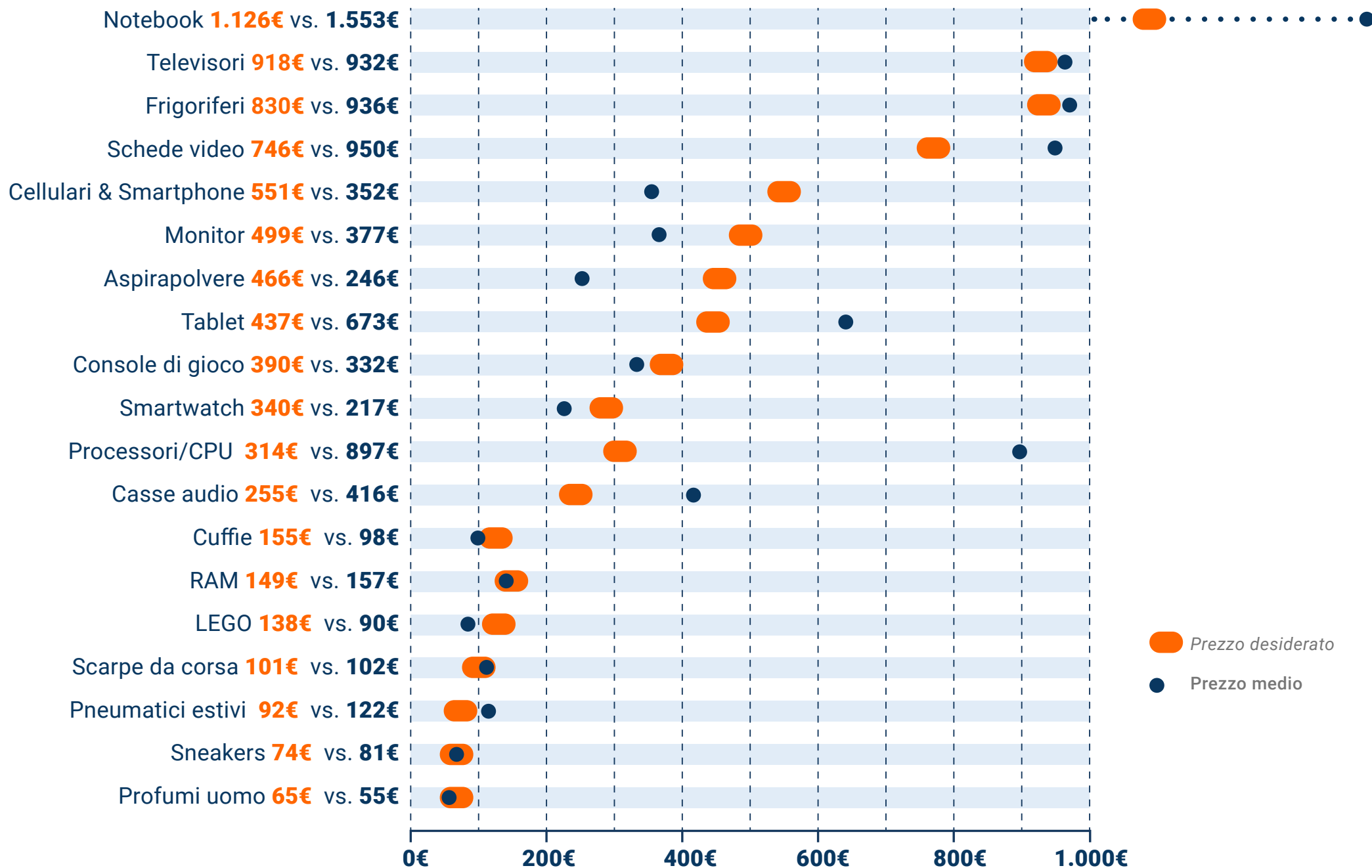
Differenze tra il prezzo medio e quello desiderato

Per ciascuna categoria di prodotto presente su [idealo.it](https://www.ideal.it) è possibile individuare un prezzo medio di riferimento sulla base dei dati rilevati nel 2025. L'analisi mostra tuttavia come una parte significativa degli utenti orienti le proprie scelte verso fasce di prezzo inferiori rispetto alla media, privilegiando soluzioni percepite come più convenienti.

Questo comportamento evidenzia il ruolo sempre più rilevante dello shopping online come canale attraverso il quale i consumatori cercano di ottimizzare la spesa, mantenendo al contempo un adeguato livello di qualità. La differenza tra prezzo medio di mercato e prezzo desiderato rappresenta quindi un indicatore utile per comprendere le aspettative di spesa degli utenti.

In questo contesto, le piattaforme di comparazione prezzi svolgono una funzione centrale, facilitando l'accesso a un'ampia offerta e consentendo di individuare rapidamente le opzioni più in linea con il budget prefissato. L'analisi delle categorie con il maggiore numero di attivazioni dell'Avviso di prezzo nel 2025 consente di osservare in modo puntuale come le preferenze degli utenti si distribuiscano tra le diverse fasce di prezzo.





La comparazione prezzi come sinonimo di risparmio

Nel 2025, l'analisi dell'andamento dei prezzi nel tempo si conferma un elemento centrale per comprendere le dinamiche di risparmio nello shopping online. Il monitoraggio dei prezzi medi mensili dei prodotti presenti su idealo consente di osservare le variazioni nel corso dell'anno e di individuare con maggiore precisione i periodi più favorevoli all'acquisto.

Per ciascuna categoria del portale italiano di idealo è stato calcolato il risparmio massimo medio su base annua, mettendo a confronto il mese caratterizzato dal prezzo più basso con quello in cui il costo medio risulta più elevato. Questo approccio permette di quantificare in modo oggettivo il potenziale di risparmio associato alla pianificazione degli acquisti.

Considerando le categorie che hanno registrato i più alti livelli di interesse sul portale idealo.it nel corso del 2025, emergono differenze significative tra i periodi dell'anno, a conferma dell'importanza della comparazione prezzi come supporto alle decisioni di acquisto consapevoli.

IN PERCENTUALE (%) (risparmio massimo medio)

- NOTEBOOK | -24%
- TELEVISORI | -23%
- CONSOLE DI GIOCO | -21%
- SNEAKERS | -21%
- SCHEDE VIDEO | -19%
- LAVATRICI | -19%
- CELLULARI & SMARTPHONE | -14%
- PROFUMI UOMO | -13%
- SMARTWATCH | -12%
- CUFFIE | -11%
- GIACCHE OUTDOOR | -11%
- SCARPE DA CORSA | -11%
- PROFUMI DONNA | -11%
- OROLOGI | -10%
- ASPIRAPOLVERE | -8%
- TABLET | -8%
- FRIGORIFERI | -7%
- CASCHI MOTO | -7%
- PNEUMATICI ESTIVI | -7%
- SKIN CARE | -5%
- ZAINI | -3%

In Euro (€) (risparmio massimo medio)

- NOTEBOOK | -456€
- TELEVISORI | -262€
- SCHEDE VIDEO | -222€
- LAVATRICI | -128€
- CONSOLE DI GIOCO | -84€
- FRIGORIFERI | -67€
- TABLET | -54€
- CELLULARI & SMARTPHONE | -54€
- OROLOGI | -30€
- SMARTWATCH | -29€
- ASPIRAPOLVERE | -21€
- SNEAKERS | -21€
- CASCHI MOTO | -16€
- GIACCHE OUTDOOR | -13€
- SCARPE DA CORSA | -12€
- CUFFIE | -11€
- PNEUMATICI ESTIVI | -8€
- PROFUMI UOMO | -8€
- PROFUMI DONNA | -7€
- ZAINI | -3€
- SKIN CARE | -2€



L'avviso di prezzo come indicatore delle aspettative di spesa

Nel 2025, gli strumenti di monitoraggio dei prezzi assumono un ruolo sempre più rilevante nel processo di acquisto online. Tra questi, la funzione “avviso di prezzo” di idealo consente agli utenti di definire una soglia di costo per un determinato prodotto e di ricevere una notifica quando il prezzo raggiunge o scende al di sotto del valore impostato.

Il prezzo target indicato dagli utenti rappresenta un segnale informativo di particolare interesse anche per i negozi online, in quanto riflette le aspettative di spesa dei consumatori. L'attivazione dell'avviso è infatti associata a una maggiore probabilità di conversione rispetto alla media, rendendo questo strumento un indicatore utile per la definizione delle strategie di prezzo e di sconto.

Per approfondire il fenomeno, idealo ha analizzato le categorie in cui la funzione “avviso di prezzo” è stata attivata con maggiore frequenza sul portale italiano nel corso del 2025, mettendo in relazione lo sconto desiderato dagli utenti con il prezzo medio rilevato nei tre mesi precedenti.



Attivazioni dell'Avviso di prezzo

CELLULARI & SMARTPHONE	100,0
SMARTWATCH	23,8
SCHEDE VIDEO	23,2
TELEVISORI	20,8
ASPIRAPOLVERE	16,8
CUFFIE	14,5
SNEAKERS	13,2
CONSOLE DI GIOCO	12,3
TABLET	12,0
SCARPE DA CORSA	12,0
NOTEBOOK	11,2
LEGO	9,2
MONITOR	7,5
PROFUMI UOMO	7,3
PNEUMATICI ESTIVI	6,9
CASSE AUDIO	6,8
SSD	6,7
PROCESSORI/CPU	6,4
FRIGORIFERI	5,7
RAM	5,7

Risparmio desiderato

IN PERCENTUALE (%)

- LEGO | -21%
- CASSE AUDIO | -21%
- TELEVISORI | -20%
- ASPIRAPOLVERE | -19%
- CONSOLE DI GIOCO | -19%
- SNEAKERS | -19%
- CUFFIE | -18%
- SMARTWATCH | -18%
- RAM | -18%
- SCARPE DA CORSA | -18%
- PROFUMI UOMO | -17%
- CELLULARI & SMARTPHONE | -17%
- NOTEBOOK | -17%
- SCHEDE VIDEO | -16%
- SSD | -16%
- MONITOR | -16%
- TABLET | -16%
- FRIGORIFERI | -16%
- PROCESSORI/CPU | -15%
- PNEUMATICI ESTIVI | -14%

In Euro (€)

- TELEVISORI | -244€
- NOTEBOOK | -234€
- FRIGORIFERI | -167€
- SCHEDE VIDEO | -160€
- CELLULARI & SMARTPHONE | -115€
- ASPIRAPOLVERE | -114€
- MONITOR | -100€
- CONSOLE DI GIOCO | -95€
- TABLET | -85€
- PROCESSORI/CPU | -82€
- SMARTWATCH | -76€
- CASSE AUDIO | -69€
- RAM | -47€
- LEGO | -38€
- CUFFIE | -35€
- SSD | -33€
- SCARPE DA CORSA | -22€
- SNEAKERS | -17€
- PNEUMATICI ESTIVI | -15€
- PROFUMI UOMO | -15€

■ ■ Le migliori offerte arrivano anche dagli e-shop italiani

Secondo i dati 2025 analizzati da idealo, i negozi online italiani continuano a offrire opportunità di risparmio rilevanti, comparabili a quelle dei principali operatori internazionali. Considerando il prezzo più basso disponibile ed escludendo i costi di spedizione, gli e-shop italiani risultano spesso competitivi in numerose categorie merceologiche.

In termini percentuali, la distribuzione delle offerte con il prezzo più conveniente attribuibili a un negozio online italiano è la seguente:

Macrocategorie - Offerte con il prezzo più conveniente su un e-shop

- | | |
|--|--|
| 1. SALUTE, BELLEZZA & DROGHERIA 63% | 6. ARREDAMENTO & GIARDINO 49% |
| 2. SPORT & OUTDOOR 62% | 7. MANGIARE & BERE 45% |
| 3. PRODOTTI PER ANIMALI 57% | 8. BAMBINI & NEONATI 39% |
| 4. AUTO & MOTO 55% | 9. ELETTRONICA 33% |
| 5. MODA & ACCESSORI 51% | 10. GIOCATTOLI & GAMING 16% |

Un'ulteriore analisi condotta da idealo sulle principali categorie presenti sul portale italiano conferma come anche gli e-shop nazionali siano in grado di proporre con frequenza le offerte più vantaggiose. Accanto ai grandi marketplace, operano numerosi negozi specializzati che riescono a competere grazie a una forte verticalizzazione dell'offerta e alla capacità di attivare campagne promozionali mirate nel corso dell'anno.

Considerando le categorie con il maggiore interesse su idealo nel 2025, la quota di volte in cui l'offerta più conveniente è stata proposta da un negozio italiano risulta la seguente:

Categoria - Offerte con il prezzo più conveniente su un e-shop

- | | | |
|---------------------------------|---|-----------------------------------|
| 1. TELEVISORI 71% | 8. PNEUMATICI ESTIVI 58% | 15. SMARTWATCH 54% |
| 2. PROFUMI UOMO 70% | 9. ZAINI 58% | 16. ASPIRAPOLVERE 52% |
| 3. PROFUMI DONNA 69% | 10. NOTEBOOK 58% | 17. CUFFIE 48% |
| 4. CASCHI MOTO 68% | 11. CELLULARI E SMARTPHONE 57% | 18. CONSOLE DI GIOCO 45% |
| 5. GIACCHE OUTDOOR 62% | 12. FRIGORIFERI 56% | 19. SNEAKERS 45% |
| 6. TABLET 62% | 13. SCHEDA VIDEO 56% | 20. OROLOGI DA POLSO 23% |
| 7. SCARPE DA CORSA 61% | 14. LAVATRICI 56% | |

Le categorie dell'eccellenza italiana

Nel corso dell'ultimo anno, l'interesse verso i marchi italiani ha registrato un incremento significativo. Nel 2025, sul portale italiano di idealo, le intenzioni di acquisto per i marchi nazionali risultano in aumento in tutte le principali categorie merceologiche rispetto al 2024, con una crescita complessiva pari al +43%.

L'analisi per macrocategoria evidenzia aumenti particolarmente marcati in alcuni comparti:

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. MANGIARE & BERE +88% | 6. ELETTRONICA +44% |
| 2. GIOCATTOLI & GAMING +77% | 7. MODA & ACCESSORI +38% |
| 3. AUTO & MOTO +75% | 8. ARREDAMENTO & GIARDINO +37% |
| 4. PRODOTTI PER ANIMALI +59% | 9. BAMBINI & NEONATI +30% |
| 5. SPORT & OUTDOOR +49% | 10. SALUTE, BELLEZZA & DROGHERIA +18% |

In termini di distribuzione complessiva delle intenzioni di acquisto per marchi italiani, la macrocategoria **Mangiare & Bere** concentra la quota maggiore.

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1. MANGIARE & BERE 38,9% | 6. SPORT & OUTDOOR 4,8% |
| 2. PRODOTTI PER ANIMALI 10,1% | 7. AUTO & MOTO 4,8% |
| 3. ARREDAMENTO & GIARDINO 8,9% | 8. MODA & ACCESSORI 2,4% |
| 4. BAMBINI & NEONATI 8,4% | 9. ELETTRONICA 2,0% |
| 5. SALUTE, BELLEZZA & DROGHERIA 7,4% | 10. GIOCATTOLI & GAMING 0,8% |

Se consideriamo le singole categorie:

■ ■ In Italia (top-20)



- 6. VINO | 68%
- 7. MUTE DA SUB | 66%
- 8. TRALICCI DA GIARDINO | 66%
- 9. MANUBRI MOTO | 65%
- 10. AFFETTATRICI | 65%
- 11. ACCESSORI MOTO | 64%

- 12. CAPSULE & CIALDE | 62%
- 13. SCARICHI MOTO | 61%
- 14. MASCHERE SUB & SNORKELING | 57%
- 15. TAVOLI DA STIRO | 57%
- 16. PENNARELLI E COLORI | 57%
- 17. FINESTRE CAMPER | 56%

- 18. MACCHINE SOTTOVUOTO | 55%
- 19. LAVELLI | 55%
- 20. ACCAPPATOI | 55%

L'analisi può inoltre essere estesa ai principali mercati europei in cui idealo è attivo, consentendo di confrontare il livello di interesse verso i brand italiani e di individuare le categorie che mostrano una maggiore attrattività anche al di fuori del mercato nazionale:

In Germania (top-5)

- 6. CAFFETTIERE MOKA | **68%**
- 7. CAMERE D'ARIA | **68%**
- 8. LATTIERE | **55%**
- 9. COPERTONI BICI | **55%**
- 10. GIUBBOTTI AD ASSETTO VARIABILE (GAV) | **54%**

In Francia (top-5)

- 6. CAFFETTIERE MOKA | **76%**
- 7. MANUBRI MOTO | **68%**
- 8. SCARICHI MOTO | **51%**
- 9. ATTREZZATURA SUB | **49%**
- 10. BORSE ACQUA CALDA E CUSCINI TERMICI | **47%**

In Spagna (top-5)

- 6. MANUBRI MOTO | **79%**
- 7. MASCHERE SUB & SNORKELING | **68%**
- 8. MUTE DA SUB | **58%**
- 9. ACCESSORI MOTO | **56%**
- 10. SCARICHI MOTO | **53%**

Nel Regno Unito (top-5)

- 6. MASCHERE SUB & SNORKELING | **75%**
- 7. CAFFETTIERE MOKA | **74%**
- 8. COPERTONI BICI | **36%**
- 9. CAMERE D'ARIA | **29%**
- 10. PINNE | **28%**

In Austria (top-5)

- 6. CAFFETTIERE MOKA | **75%**
- 7. ACCESSORI TENDE CAMPER | **61%**
- 8. CAMERE D'ARIA | **60%**
- 9. BILIARDINI | **47%**
- 10. COPERTONI BICI | **46%**

Il mercato dell'usato

Nel 2025 idealo ha analizzato l'andamento del mercato dei prodotti usati e ricondizionati sul portale italiano, osservando l'evoluzione dell'interesse degli utenti nel corso del 2025. I dati evidenziano una variazione negativa complessiva pari al **-5%** rispetto all'anno precedente, indicando un rallentamento della domanda per gli articoli di seconda mano.

Nonostante questa flessione, alcune tipologie di prodotto continuano a concentrarne una quota rilevante dell'interesse. In particolare, tra le principali categorie monitorate, gli smartphone ricondizionati si confermano tra i prodotti più ricercati, mantenendo una posizione di rilievo all'interno del mercato dell'usato online.

L'analisi prende in considerazione le cinquanta categorie con il maggiore livello di interesse sul portale italiano di idealo e offre una lettura utile per comprendere le dinamiche di un segmento che rimane rilevante, pur mostrando segnali di normalizzazione dopo la crescita registrata negli anni precedenti.

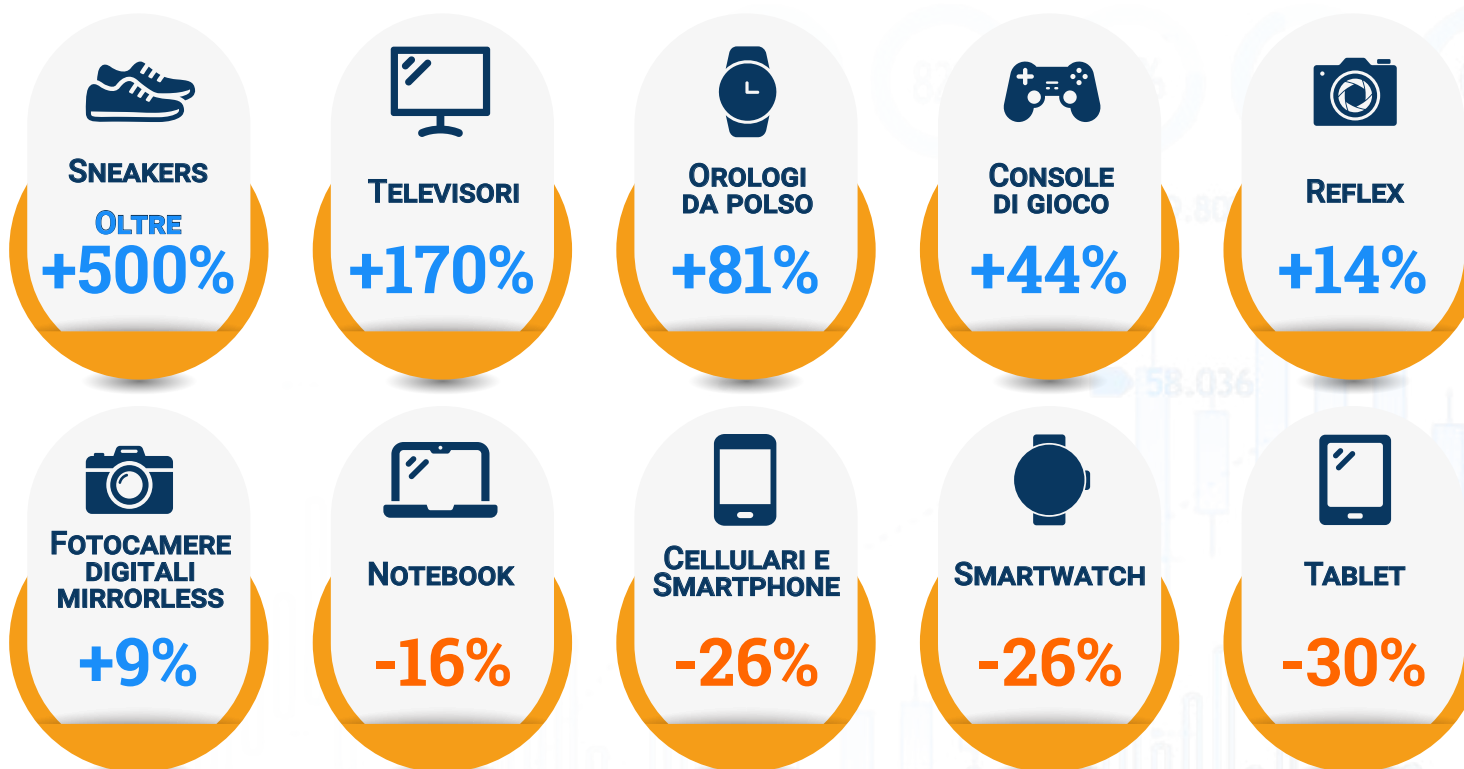
Intenzioni di acquisto (usato)

Rispetto
al totale usato:



Confrontando i dati del 2025 con quelli dell'anno precedente, emergono alcune categorie di prodotti usati che hanno registrato gli incrementi di interesse più rilevanti:

Intenzioni di acquisto (usato)

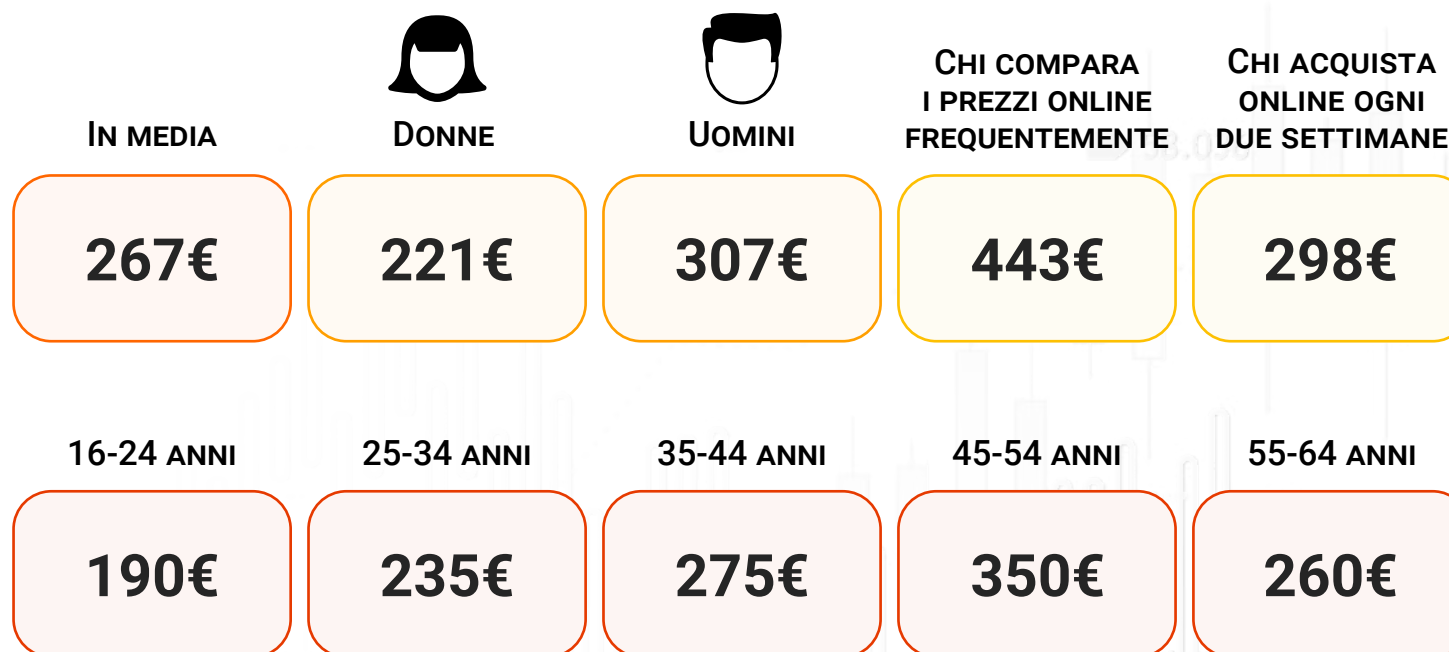


Il Black Month in Italia e le intenzioni di spesa dei consumatori

Nel contesto delle principali iniziative promozionali online, il Black Month (corrispondente al mese di novembre) continua a rappresentare un momento rilevante per i consumatori italiani. Secondo l'indagine annuale di idealo condotta in vista del Black Friday 2025, il 62% degli utenti ha dichiarato l'intenzione di effettuare almeno un acquisto durante il periodo promozionale.

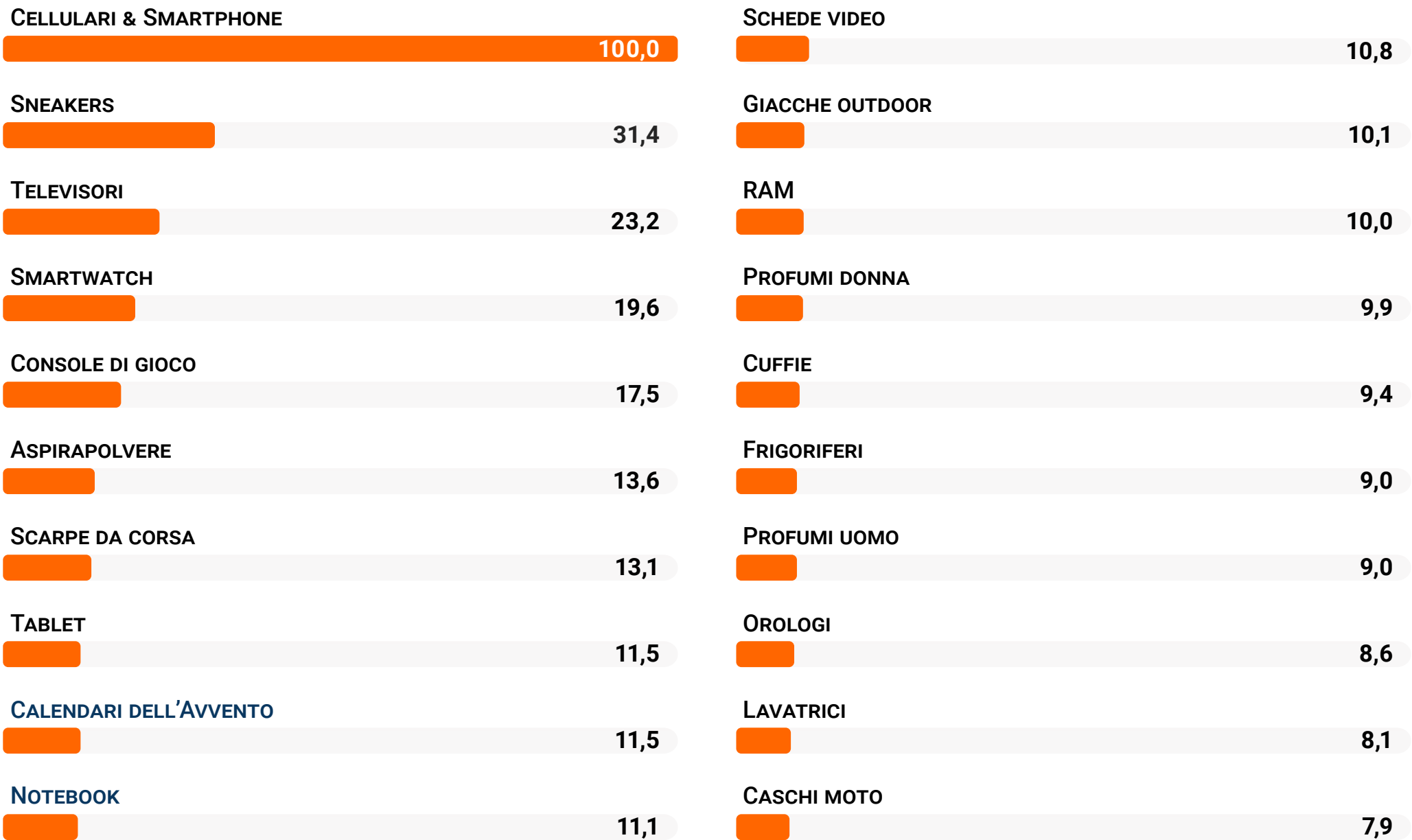
L'analisi evidenzia inoltre una differenziazione significativa dei budget di spesa in base alle fasce d'età. Il budget medio destinato agli acquisti si attesta sui 267€, con una spesa inferiore tra i consumatori più giovani (190€) e un valore più elevato tra gli utenti nella fascia di età compresa tra 45 e 54 anni, che raggiunge 350€.

Questi dati confermano il ruolo del Black Month come appuntamento centrale nel calendario dell'e-commerce, caratterizzato da una partecipazione trasversale e da livelli di spesa differenti in funzione delle caratteristiche sociodemografiche:



Nel corso del Black Month 2025 le categorie che hanno registrato il maggiore interesse sul portale italiano di idealo sono state le seguenti:

Score interesse (novembre 2025)

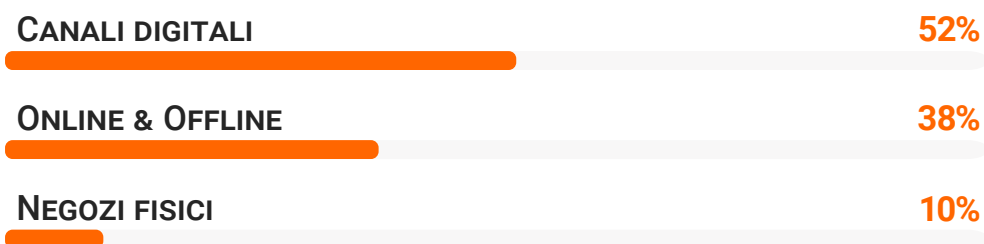


Di seguito sono riportate le categorie che hanno registrato il maggiore incremento in valore assoluto rispetto al mese precedente, ordinate in base alla crescita percentuale.

Categoria	Crescita MoM (%)	Score Crescita MoM (#)
1. RAM	+335%	18,8
2. CONSOLE DI GIOCO	+232%	29,9
3. CALENDARI DELL'AVVENTO	+224%	19,4
4. LEGO	+142%	8,7
5. ASPIRAPOLVERE	+137%	19,3
6. TELEVISORI	+130%	32,2
7. CUFFIE	+106%	11,9
8. MACCHINE PER CAFFÈ ESPRESSO	+100%	6,7
9. TABLET	+91%	13,4
10. LAVATRICI	+79%	8,8
11. PROFUMI DONNA	+78%	10,7
12. SMARTWATCH	+76%	20,7
13. CELLULARI & SMARTPHONE	+69%	100,0
14. GIACCHE OUTDOOR	+67%	9,9
15. PROFUMI UNISEX	+60%	6,8
16. PROFUMI UOMO	+50%	7,4
17. SNEAKERS	+43%	23,0
18. NOTEBOOK	+41%	7,9
19. SCHEDE VIDEO	+37%	7,1
20. SCARPE DA CORSA	+33%	7,9

Dall'indagine condotta nel mese di ottobre 2025 emerge come il Black Friday continui a rappresentare un appuntamento di rilievo per gli acquisti online.

In particolare, le modalità di acquisto durante il periodo promozionale si distribuiscono come segue:



Una quota pari al 13% del campione dichiara di non effettuare acquisti durante la stagione del Black Friday.

Le principali motivazioni riportate includono:

- la percezione che i prezzi non siano realmente più convenienti (**33%**)
- l'assenza di necessità di nuovi acquisti (**32%**)
- l'intenzione di ridurre i propri consumi (**27%**)
- la volontà di gestire il budget in modo più prudente (**24%**)
- la sensazione di possedere già tutto il necessario (**20%**)

Il Black Friday 2025 si conferma inoltre come un periodo rilevante per l'anticipo degli acquisti natalizi.

Una quota pari all'86% degli intervistati ha dichiarato infatti di aver preso in considerazione l'acquisto dei regali di Natale nel mese di novembre, al fine di beneficiare delle opportunità offerte dal Black Month.

BLACK MONTH 2025

Metodologia

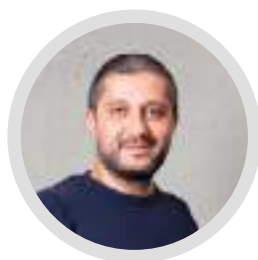
Salvo diversa indicazione, le analisi presentate in questo report si basano sui dati raccolti dai portali internazionali di idealo internet GmbH e sui risultati di due indagini demografiche realizzate dall'istituto di ricerca Kantar nei mesi di giugno e dicembre 2025. Ciascun sondaggio ha coinvolto oltre 2.000 individui residenti in Italia.

I risultati si fondano sulle risposte di utenti che hanno dichiarato di aver effettuato almeno un acquisto online nei sei mesi precedenti all'indagine. Il campione è stato selezionato in modo da garantire la rappresentatività della popolazione italiana in termini di genere ed età.

Il presente report, aggiornato con i dati del 2025, rappresenta un aggiornamento della versione precedente relativa al 2024 e integra le più recenti evidenze relative all'evoluzione dell'e-commerce e dei comportamenti di acquisto online.

I contenuti del White Paper di idealo sono distribuiti sotto Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0). La licenza consente la condivisione, il riutilizzo e la modifica del materiale, anche per finalità commerciali, a condizione che venga indicata la fonte, fornito un riferimento alla licenza e segnalate eventuali modifiche apportate.

Autori, Contatti & Ringraziamenti



Antonio Pilello

Responsabile della
Comunicazione di idealo
per l'Italia.

Un ringraziamento particolare per il supporto e la collaborazione:

- **Pablo Marin**
Country Manager di idealo per l'Italia
- **Giorgia Vincoletto e Arnaldo Pangia**
del dipartimento Brand & Communication di idealo per l'Italia
- **Anna Gryszko e Yousef Saad**
Data Analyst di idealo
- **Dipartimento UX-Research**
di idealo
- **Kantar**
Istituto di ricerche di mercato
- **Creativi Digitali**
Agenzia di comunicazione digital
- **Noesis**
Agenzia di Public Relations parte di NGF

A proposito di idealo

idealo è un comparatore prezzi internazionale con un totale di oltre 230 milioni di offerte da 50.000 negozi online. L'azienda viene fondata a Berlino nel 2000 e da allora è cresciuta costantemente. Dal 2006 entra a far parte del gruppo editoriale Axel Springer SE (editore anche di Bild Zeitung). Attualmente è presente in Germania, Austria, Regno Unito, Francia, Italia, Spagna, con sei portali nazionali.

Nel corso dei suoi primi 26 anni di attività ha ricevuto eccellenti recensioni e ha vinto numerosi test condotti da enti autorevoli e indipendenti impegnati nella tutela dei consumatori. Nel 2014 ha ottenuto dall'ente di certificazione tedesco TÜV Saarland il marchio di "comparatore certificato" per la qualità delle informazioni reperibili sul portale e le misure a protezione dei dati degli utenti.

idealo mette a disposizione dei propri utenti centinaia di test sui prodotti e opinioni di altri utenti, non limitandosi ad offrire un servizio di comparazione per individuare i prezzi più convenienti, ma ponendosi anche come una guida autorevole e imparziale allo shopping online con schede tecniche, filtri di ricerca avanzati e recensioni di esperti.

Circa 700 persone provenienti da quasi 60 nazioni lavorano nella sede di Berlino. idealo è una partecipazione di maggioranza di Axel Springer SE.

Marzo 2026, Berlino

idealo Internet GmbH

Zimmerstraße, 50

10888 - Berlino

Germania

idealo



Il contenuto di questo report è pubblicato sotto Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0).
È possibile condividere, riutilizzare liberamente e adattare il contenuto, anche per scopi commerciali, purché
si indichi la fonte in maniera adeguata, si fornisca un link alla licenza e si indichi se sono state effettuate delle modifiche.

▲ INDICE

▲ COPERTINA