

Scopri e gestisci
oltre 500 eventi
Business ICT

Corriere DELLE **Comunicazioni** it

Scopri e gestisci
oltre 500 eventi
Business ICT

MERCOLEDÌ 16 APRILE 2014

Direttore Responsabile: Gildo Campesato

HOME » IT World » I-Com: In Italia consumatori più "consapevoli" grazie al Web

IL RAPPORTO

I-Com: In Italia consumatori più "consapevoli" grazie al Web

Secondo I-Com il 50% degli acquirenti usa i siti di comparazione prezzi prima di fare shopping. Facebook e Twitter i canali più adatti per cercare informazioni sui prodotti. Il presidente Da Empoli: "Internet è diventato lo strumento chiave per far valere i propri diritti"

di F.Me.



Internet "crea" un consumatore più attivo e più consapevole. Secondo il **terzo Osservatorio I-Com** quasi il 50% dei consumatori si è servito di siti di comparazione dei prezzi prima di compiere una scelta di acquisto e il 12,9% si è rivolto, nell'ultimo anno, ad una associazione dei consumatori, che raccolgono la fiducia di 2 italiani su 3.

I **siti aziendali** (41,3%) e il forum di discussione (38%) rappresentano le piattaforme online più utilizzate per il reperimento di informazioni su prodotti o servizi, mentre ancora poco consolidato sembra essere l'uso dei social network come canale prevalente di scelta (11,6%).

Concentrando l'analisi sui profili aziendali **Facebook e Twitter**, si evince che il 38,4% li usa già come mezzo informativo e il 17% ha segnalato una criticità su un prodotto o servizio tramite un social network aziendale. In particolare, quest'ultima modalità di utilizzo risulta essere particolarmente efficace, poiché chi vi ha fatto ricorso sostiene di aver risolto il problema del tutto (48,8%) o in parte (45,3%).

Il ruolo sempre più chiave del web si evince anche dallo studio del fenomeno dell'**e-commerce**: nel 2013 l'Antitrust ha sanzionato 11 soggetti operanti in questo settore, censurando 21 pratiche scorrette (20% sul totale delle pratiche commerciali illecite) per un totale di 570mila euro.

In generale, **Internet** si aggiudica nel 2013 la palma come canale di comunicazione più utilizzato per avviare azioni contro commerciali scorrette, con 89 pratiche sanzionate e 5.697.000 euro ingiunti (Agcm). Anche in materia di violazioni della privacy, Internet risulta essere il mezzo più ricorrente, con il 38% di ingiunzioni e il 14% di condotte sanzionate da parte del Garante di competenza.

La maturità dei consumatori nell'adottare comportamenti proattivi nella difesa dei propri diritti si manifesta in maniera particolare nei confronti dell'**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni** (Agcom): nel 60% dei procedimenti conclusi, è stato proprio il consumatore a segnalare l'irregolarità, contro il 24% dell'Agcom stessa e il 16% del Corecom.

"Quest'anno abbiamo voluto focalizzare l'attenzione su come i processi di digitalizzazione possano aiutare i consumatori ad effettuare scelte consapevoli di acquisto ma anche per far valere i propri diritti - spiega **Stefano da Empoli**, presidente di **I-Com** - Senza dimenticare problemi di digital divide che continuano a interessare una fascia importante della popolazione, non si possono più trascurare trend che riguardano ormai una maggioranza sempre più netta di italiani. Tutti devono fare la propria parte: le aziende, che in molti casi non sono ancora approntate ai social media o lo hanno fatto in maniera poco convinta, le autorità, che devono finalmente passare a una regolazione 2.0, che tenga conto delle nuove tecnologie, le stesse associazioni dei consumatori, che godono di notevole popolarità e fiducia presso i consumatori ma che debbono potenziare l'attività sul web".

Per quanto riguarda infine l'azione delle autorità. L'**Agcom** ha comminato sanzioni per 2,1 milioni, pari al 16% delle multe a tutela dei consumatori, preceduta dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, è il primo soggetto sanzionante (€ 6,9 milioni, pari al 54%), seguita dal Garante per la Protezione dei Dati Personali (€ 2,2 milioni, 17%).

©RIPRODUZIONE RISERVATA

15 Aprile 2014

TAG: i-com, consumatori, stefano da empoli, rapporto sui consumatori

ARTICOLI CORRELATI



IL RAPPORTO

I-Com: In Italia consumatori più "consapevoli" grazie al Web



IL DIBATTITO

E-commerce, ancora da sciogliere il nodo delle commissioni interbancarie



PUNTO DI VISTA

I-Com: customer care & Tlc, digitale chiave di sviluppo



I-COM

In principio è la rete