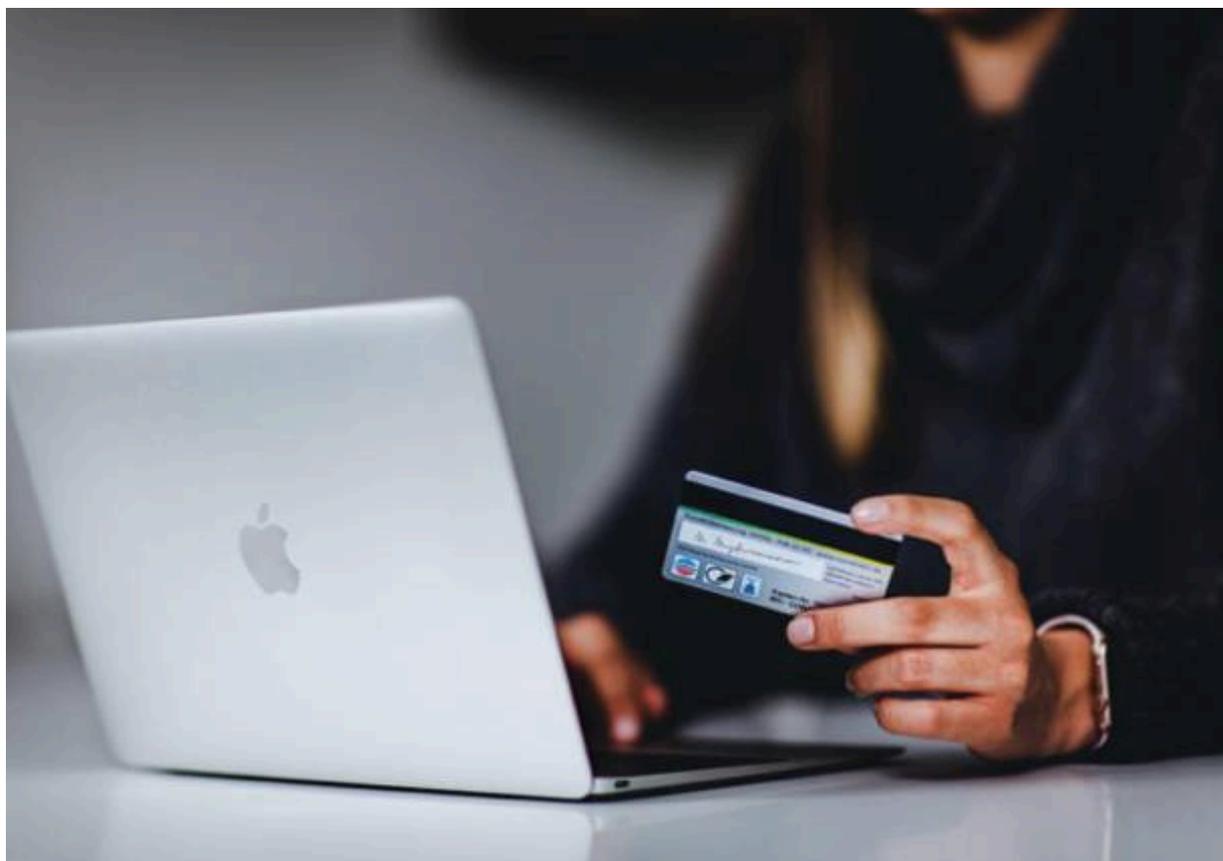


## Black Friday, le previsioni in attesa dell'evento

**Pubblicato:** Lunedì 11 Aprile 2022



Un dato incontrovertibile è nel passaggio epocale dell'anno 2020. La pandemia da Covid-19 ha ribaltato le abitudini di consumo, facendo da spartiacque tra il prima e il dopo. Se nel passato il passo verso gli acquisti online era timido, **le abitudini sono repentinamente virate** verso l'acquisto massivo tramite il canale virtuale: lo shopping alimentare e di ogni altro genere si è concentrato essenzialmente sul web.

Il volano della rivoluzione telematica sono stati principalmente i settori dell'alimentazione e i servizi di ristorazione mediante consegna a domicilio, le esigenze primarie hanno spinto la crescita del canale online in maniera esponenziale. Non tutti i settori però hanno registrato le stesse percentuali, alcuni ambiti del commercio online hanno infatti subito movimenti stagnanti e dato segnali di fatica del canale web. Qui il commercio online ha incontrato difficoltà.

Termometro degli eventi mondiali, il Black Friday nel 2020 ha registrato numeri per nulla incoraggianti. Da evento caldo del commercio si è trasformato in tiepido ristoro di una annata già provante. I numeri del web descrivono tutto, i dati Google parlano di **3.350.000 ricerche del termine "Black Friday"** nel 2019 contro 823.000 nel corso dell'anno successivo. Ben 75 punti percentuali in calo sono un dato che parla chiaro.

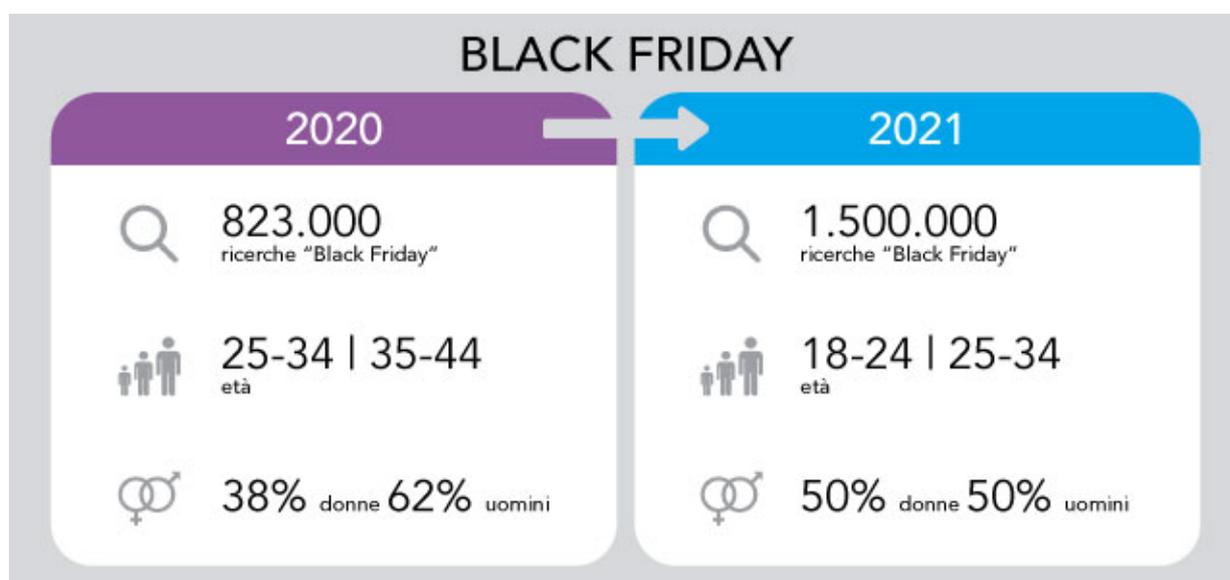
Sebbene i flussi web precedenti alla pandemia parlassero di ben altri volumi, un segnale di ripresa si è registrato nel corso del 2021. L'anno ha visto infatti una risalita dell'interesse verso l'evento promozionale dell'anno, il termine "Black Friday" è stato digitato 1.500.000 volte: si tratta di un dato che ha ben poco in comune con i successi del passato **ma segna un +82%** che suggerisce un cauto

ottimismo.

L'analisi firmata [Discoup.com](#) – che da anni studia l'impatto di [codici sconto](#) e [Black Friday](#) – sottolinea l'importanza delle visite “di ritorno”. L'utente tende ad ambientarsi sul portale per ritornare in occasione dell'evento promozionale. In sintesi, conoscere un sito durante il Black Friday spinge il cliente a ritornarvi anche dopo, i dati di ricerca lo confermano. Importante è l'andamento dei nuovi utenti, il 2021 indica un +33,58% rispetto all'anno precedente.

Lo studio ha considerato anche il criterio del genere, nel 2020 **solo il 38% dell'utenza era al femminile**. Il dato ha sottolineato informazioni importanti. Si tratta di un elemento che andrebbe valutato attentamente ma che tanto ha da dire sul peso del gentil sesso sulla rivoluzione del commercio online. La crescita del 2021 ha visto nuovamente una condizione di parità nei consumi da parte di uomini e donne.

Anche le età degli acquirenti hanno avuto un peso nell'analisi, il fattore ha suggerito dati importanti. L'andamento dei consumi online non ha visto un calo omogeneo bensì ha ampliato il divario tra le diverse fasce di età. Nell'anno 2020, le vendite – seppur minime – sono state supportate dal gruppo 25-34 e 35-44. **Alla crescita del 2021 ha contribuito la fascia 18-24** che ha eguagliato i consumi di quella 25-34.



Sebbene la tempesta dei numeri abbia sorpreso il mercato, le analisi effettuate da [Discoup.com](#) indicano un notevole interesse verso l'evento del Venerdì Nero. I dati di ricerca sui principali motori del web suggeriscono un certo brio nel mercato sin dai primi di ottobre. Il gigante [Mediaworld](#) ha colto il meccanismo partendo con una iniziativa di successo già a partire dai primi giorni di novembre, l'effetto accresce l'attesa del pubblico.

L'analisi costituisce in sostanza una fotografia degli eventi recenti dal punto di vista della “risposta online”, non smentisce ma sottolinea l'interesse del grande pubblico verso il Black Friday quale finestra dell'anno per ottenere prezzi di particolare vantaggio. L'adesione massiva dei brand di vendita alimenta l'onda dell'ottimismo, l'occasione è quindi in grado di fare da vero e proprio volano per i consumi attraverso il canale di vendita online.

Redazione [VareseNews](#)  
redazione@varesenews.it

