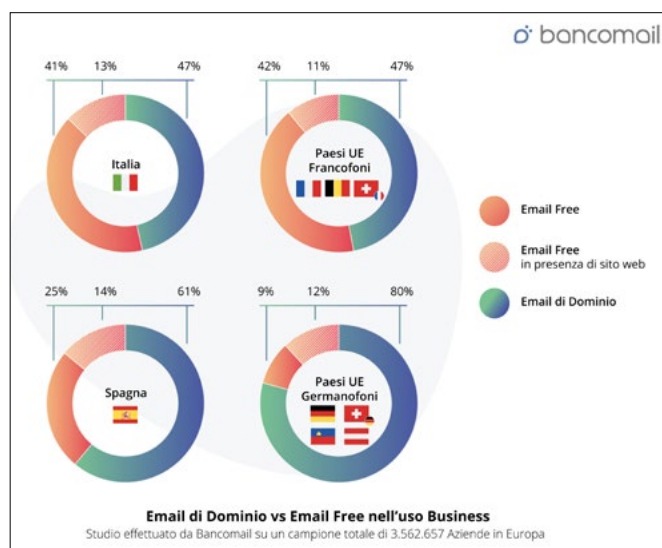




Utilizzare un indirizzo email free (come per esempio Gmail.com, Libero.it, Tiscali.it ecc...) oppure acquistare un dominio di posta elettronica adeguato al proprio brand? È questa una delle prime domande che si pone un professionista, oppure una piccola PMI, prima di avviare ufficialmente il proprio business. Ed è curioso scoprire che, a oggi, il 70% degli italiani predilige ancora email free rispetto a quelle di dominio, che, specie in un contesto lavorativo, possono apparire più professionali. Ad evidenziare questo trend è Bancomail (<https://www.bancomail.it/>), realtà attiva da oltre vent'anni nel fornire alle aziende database aggiornati in supporto alle proprie attività di marketing B2B, che ha analizzato oltre 3.500.000 indirizzi email di tutto il mondo scoprendo, tra le altre cose, importanti differenze tra l'Italia e il resto d'Europa. I Paesi europei germanofoni al primo posto per le email di dominio (nell'80% dei casi). Germania e Austria svettano in Europa nella percentuale di email di dominio acquistate, seguiti da Spagna (61%), Paesi europei francofoni come Francia e Belgio (47%) e infine Italia, anch'essa al 47%. È interessante notare poi come, nell'utilizzo della email free, spesso non vi sia neanche a corredo dell'attività un sito web: in Italia nel 41% dei casi, nei Paesi europei francofoni nel 42% dei casi, in Spagna nel 25% dei casi e nei Paesi europei germanofoni solo nel 9% dei casi email per contesti lavorativi: l'Italia è al primo posto per professionisti che utilizzano solo email free (il 70%); seguono i Paesi europei francofoni, con il 58%, la Spagna, con

Analisi Bancomail: il 70% dei professionisti predilige l'utilizzo di domini free rispetto a quelli a pagamento

Tra i preferiti svettano Gmail.com (34,2%), Libero.it (21,2%), Tiscali.it (7,8%), Alice.it (7,0%) e Virgilio.it (5,9%). Al contrario, sono i Paesi europei germanofoni a vantare il primato delle email di dominio (nell'80% dei casi). L'analisi di Bancomail



il 41%, e i Paesi europei germanofoni, con il 24% di utilizzo di email free. Relativamente alle realtà aziendali invece, e non solo a singoli professionisti, sono questa volta i Paesi europei francofoni a vantare la percentuale più alta (52%), seguiti da Italia (49%), Spagna (39%) e infine dai Paesi Europei germanofoni (20%). "Possiamo affermare che l'adozione delle email free non varia significativamente tra l'ambito aziendale e quello dei liberi professionisti, salvo che per l'Italia dove ben il 70% dei professionisti predilige l'utilizzo delle free email a quelle di dominio", spiega Alice Vezzoso di Bancomail commentando i

dati analizzati dalla piattaforma. Nella graduatoria, seguono Libero.it (21,2%), Tiscali.it (7,8%), Alice.it (7,0%), Virgilio.it (5,9%), Tin.it (5,9%), Hotmail.it (4,8%), Yahoo.it (4,4%), Hotmail.com (2,6%) e Fastwebnet.it (1,3%). Per l'area tedesca, invece, il free-mail provider più utilizzato è T-online.de (36,2%) a dispetto di Gmail che incide solo per un 6%. In Spagna, così come in Italia, Gmail svetta maggiormente tra gli altri (44,8%), seguito a ruota da Hotmail (33,9%) e da Yahoo.es (7,9%). Nell'area francese, Orange (a cui appartiene anche il dominio Wanadoo.fr) conferma la sua supremazia, con un totale superiore al 50%.

"Dati come questi sono interessanti, poiché consentono di fotografare il comportamento degli utenti business europei e di formulare deduzioni sull'informatizzazione del settore, evidenziando al contempo le differenze tra le nazioni coinvolte. Ovviamente, nelle deduzioni vanno considerati i vari fattori che incidono sulle differenze, come ad esempio la diversa composizione del settore. In Italia, per esempio, va computata la rilevanza delle microimprese e del settore retail", spiega Andrea Mazzeo, Amministratore Delegato di Bancomail. Le motivazioni e le cause della scelta di mantenere o prediligere email free possono essere diverse: la grande funzionalità di suite che permettono di gestire con un unico account posta, calendario, documenti ecc; il sempre più frequente utilizzo delle pagine social come principale presenza web, ma anche la difficoltà di trovare fornitori IT competenti e volenterosi in grado di fornire soluzioni funzionali. Nei recenti periodi di crisi, infatti, sono molte le aziende che si sono "affacciate" sul web in maniera "frettolosa", spinte principalmente dall'esigenza di trovare nuove vie per la commercializzazione dei propri prodotti o servizi".