

# L'e-commerce oggi in Italia: trend e dinamiche

## *documento informativo completo*

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

**soggetto che ha realizzato il sondaggio: Format Research Srl  
([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))**

**soggetto committente: Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi delle province del Friuli Venezia Giulia (Confcommercio Friuli Venezia Giulia)**

**soggetto acquirente: Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi delle province del Friuli Venezia Giulia (Confcommercio Friuli Venezia Giulia)**

**data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dal 28 marzo al 10 aprile 2019.**

**mezzo di comunicazione<sup>1</sup>:**

[www.rainews.it](http://www.rainews.it)

[www.triesteallnews.it](http://www.triesteallnews.it)

[www.asknews.it](http://www.asknews.it)

**Il Gazzettino Friuli**

**data di pubblicazione del sondaggio: 25 giugno 2019**

---

<sup>1</sup> Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio.

**Format Research s.r.l.**

Sede Legale  
Via Ugo Balzani 77  
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,  
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:  
04268451004  
Cap. Soc. € 25.850,00 i.v.  
[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

**temi / fenomeni oggetto del soggetto: Indagine sull'andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia – Focus sull'e-commerce**

**popolazione di riferimento:  
Imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia**

**estensione territoriale del sondaggio:**

Amaro	Pocenia
Aquileia	Polcenigo
Arba	Pontebba
Aviano	Porcia
Azzano Decimo	Pordenone
Bagnaria Arsa	Povoletto
Basiliano	Pozzuolo del Friuli
Bertiolo	Pradamano
Brugnera	Prata di Pordenone
Buja	Premariacco
Buttrio	Prepotto
Camino Al Tagliamento	Reana del Rojale
Campoformido	Remanzacco
Caneva	Ronchi dei Legionari
CAPRIVA DEL FRIULI	Roveredo in Piano
Carlino	Ruda
Casarsa della Delizia	Sacile
Cassacco	San Canzian d'Isonzo
Chions	San Daniele del Friuli
Cividale del Friuli	San Dorligo della Valle - Dolina
Codroipo	San Floriano Del Collio
Cordenons	San Giorgio della Richinvelda
CORDOVADO	San Giorgio di Nogaro
Cormons	San Giovanni al Natisone
Corno di Rosazzo	San Pier d'Isonzo
Dignano	San Pietro Al Natisone
Doberdo' del Lago	San Quirino
Duino-Aurisina	San Vito al Tagliamento
Enemonzo	San Vito al Torre
ERTO E CASSO	San Vito di Fagagna
Faedis	SAPPADA
Fagagna	Savogna d'Isonzo
Farra d'Isonzo	Sedegliano
Fiume Veneto	Sesto al Reghena

Fiumicello	Socchieve
Fogliano Redipuglia	Spilimbergo
Fontanafredda	Staranzano
Forgaria nel Friuli	Sutrio
FORNI AVOLTRI	TARCENTO
Forni di Sopra	Tarvisio
Gemona Del Friuli	Tavagnacco
Gorizia	Teor
Gradisca d'Isonzo	Tolmezzo
Grado	Tramonti di Sotto
Latisana	Tricesimo
Lignano Sabbiadoro	Trieste
Majano	TURRIACO
Maniago	Udine
Manzano	Vajont
Mariano Del Friuli	Valvasone
Martignacco	Villesse
Monfalcone	Vito d'Asio
Monrupino	Zoppola
Montereale Valcellina	
Mossa	
Muggia	
Muzzana del Turgnano	
Nimis	
Ovaro	
Pagnacco	
Palmanova	
Pasian di Prato	
Pasiano di Pordenone	
Paularo	
Pavia di Udine	

**metodo di campionamento: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia**

#### **rappresentatività del campione<sup>2</sup>:**

**Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia. Domini di studio del campione: Dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 49 addetti), Settore di attività (commercio all'ingrosso, commercio al**

---

<sup>2</sup> Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore.

**dettaglio, turismo, servizi), Territorio (Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine).**

**metodo di raccolta delle informazioni: Interviste somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).**

### **consistenza numerica del campione<sup>3</sup>**

**Numerosità campionaria complessiva: 1.536 casi (1.536 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 1.758 (33,1%); «rifiuti»: 2.024 (38,1%); «Sostituzioni»: 3.782 (71,1%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +2,6%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.**

### **testo integrale di tutte le domande (questionario)**

**28. La Sua azienda è in possesso di un sito web? (Una risposta)**

- |      |   |
|------|---|
| • Si | 1 |
| • No | 2 |

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**29. (Esclusivamente le imprese con un sito web) Quali sono le caratteristiche del sito web aziendale? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì)**

- |   |    |
|---|----|
| • È un sito istituzionale/vetrina         | __ |
| • È un sito di e-commerce                 | __ |
| • È un sito di informazione specialistica | __ |
| • È un blog/un diario digitale            | __ |
| • Altro (specificare)                     | __ |

**TOTALE RISPONDENTI 59,9%**

**30. (Esclusivamente le imprese con un sito web) Su una scala da 0 a 10, quanto ritiene che l'apertura del sito web abbia aiutato la Sua impresa in termini di...? (Una risposta per ciascun item. Utilizzo di una scala da "0", per nulla, a "10", molto)**

- |                               |       |
|-------------------------------|-------|
| • ...aumento della visibilità | __ __ |
|-------------------------------|-------|

---

<sup>3</sup> Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate.

- ...aumento delle vendite |\_\_|\_\_|
- ...aumento della credibilità/reputazione |\_\_|\_\_|
- ...possibilità di ottenere pubblicità a basso costo |\_\_|\_\_|

**TOTALE RISPONDENTI 59,9%**

**31. (Esclusivamente le imprese con un sito web) Lei direbbe che nello scorso anno (2018) i clienti che sono entrati in contatto con la vostra realtà aziendale a seguito di una ricerca online sono stati... (Una risposta)**

- Meno del 5% dei clienti totali 1
- Tra il 6 ed il 10% dei clienti totali 2
- Tra l'11% ed il 15% dei clienti totali 3
- Oltre il 16% dei clienti totali 4

**TOTALE RISPONDENTI 59,9%**

**32. La Sua impresa svolge attività di e-commerce attraverso siti aggregatori (ad esempio Ebay, Booking, Amazon, etc.)? (Una risposta)**

- Si 1
- No 2

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**33. (Esclusivamente le imprese che svolgono attività di e-commerce tramite sito web e/o siti aggregatori) In percentuale, quanto hanno inciso i seguenti fattori nella scelta di svolgere attività di e-commerce? (Una risposta per ciascun item; la somma deve fare 100%)**

- Possibilità di accedere a nuovi mercati |\_\_|\_\_|\_\_|%
- Possibilità di incrementare il livello dei ricavi |\_\_|\_\_|\_\_|%
- Possibilità di ridurre i costi di distribuzione |\_\_|\_\_|\_\_|%

**100%**

**TOTALE RISPONDENTI 15,6%**

**34. Facendo uguale a 100 il fatturato annuo della Sua impresa, quale percentuale di questo fatturato, a Suo avviso, deriva in modo diretto<sup>4</sup> o indiretto<sup>5</sup> dal web? (Una risposta percentuale per ciascun item)**

- |   |         |
|---|---------|
| • Diretto                                     | ____  % |
| • Indiretto                                   | ____  % |
| • Quota di fatturato non riconducibile al web | ____  % |
| <b>TOTALE FATTURATO IMPRESA</b>               |         |
| <b>100%</b>                                   |         |

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**35. (Esclusivamente le imprese che svolgono attività di e-commerce tramite sito web e/o siti aggregatori) Rispetto al 2017, il livello dei ricavi derivanti dall'attività di e-commerce della Sua impresa è...? (Una risposta)**

- |                     |   |
|---------------------|---|
| • Aumentato         | 1 |
| • Rimasto invariato | 2 |
| • Peggiorato        | 3 |

**TOTALE RISPONDENTI 15,6%**

**36. Quali tra i seguenti social network è solita utilizzare come "impresa"? (Possibili più risposte)**

- |                                  |    |
|----------------------------------|----|
| • Facebook                       | __ |
| • Linkedin                       | __ |
| • WhatsApp                       | __ |
| • Instagram                      | __ |
| • Pinterest                      | __ |
| • YouTube                        | __ |
| • Twitter                        | __ |
| • Non utilizziamo social network | __ |

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**37. (Esclusivamente le imprese che utilizzano social network) La Sua impresa utilizza i social network principalmente per: (Max due risposte)**

---

<sup>4</sup> E-commerce

<sup>5</sup> Aumento della *brand awareness* e della *brand reputation* aziendale

- Comunicare cosa facciamo |\_\_\_\_|
- Generare contatti commerciali |\_\_\_\_|
- Analizzare i dati legati al suo utilizzo |\_\_\_\_|
- Sviluppare l'immagine dell'impresa o i suoi prodotti |\_\_\_\_|
- Raccogliere opinioni e rispondere alle domande dei clienti |\_\_\_\_|
- Coinvolgere i clienti nello sviluppo di beni e servizi |\_\_\_\_|
- Informare i clienti delle nuove iniziative e proposte |\_\_\_\_|

**TOTALE RISPONDENTI 49%**