

E-Commerce | Esigenze e politiche delle imprese in termini di servizi e logistica

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Yocabè.

3 Soggetto acquirente

Yocabè.

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 12 gennaio al 31 gennaio 2023.

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

¹ Documento completo relativo al sondaggio realizzato 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.

² Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

6 Data di pubblicazione del sondaggio

29 maggio 2023.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

CONSUMATORE: Rilevare, descrivere ed analizzare il comportamento del consumatore nei confronti degli acquisti online.

IMPRESE: Rilevare, descrivere ed analizzare le politiche dell'e-commerce, di sostenibilità ed internazionalizzazione da parte delle imprese.

8 Popolazione di riferimento

CONSUMATORE: popolazione Italiana di età superiore ai 18 anni

IMPRESE: imprese italiane che fanno e-commerce da almeno un anno o che hanno un account su un marketplace attivo e che abbiano un minimo di 100 spedizioni e-commerce al mese.

9 Estensione territoriale del sondaggio

Italia.

10 Metodo di campionamento⁴

Campione rappresentativo dell'universo di riferimento.

11 Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

CONSUMATORE: Campione statisticamente rappresentativo della popolazione Italiana di età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: Genere (uomo, donna); Area (nord-ovest, nord-est, centro, sud e isole); Classi di età (18-24 anni; 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni). I dati sono riportati all'universo.

³*Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).*

⁴ *Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione*

IMPRESE: Campione statisticamente rappresentativo delle imprese italiane che fanno e-commerce da almeno un anno o che hanno un account su un marketplace attivo e che abbiano un minimo di 100 spedizioni e-commerce al mese. Domini di studio del campione: Dimensione (2-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 49 addetti), Area geografica (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole), Settore: Alimentare (alimenti secchi e lunga conservazione), Casa e arredo (articoli per la casa), Moda (abbigliamento, calzature, gioielli, occhiali, accessori), Elettronica di consumo (hardware, telefonia, fotografia), Salute e bellezza (profumi, cosmetici, integratori), Sport e tempo libero (abbigliamento sportivo, accessori, strumentazione), Giochi per bambini.

12 Metodo di raccolta delle informazioni

IMPRESE: Interviste somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview)/ Cawi (Computer Assisted Web Interview).

CONSUMATORE: Interviste somministrate con il Sistema Cawi (Computer Assisted Web Interview).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

IMPRESE: Numerosità campionaria complessiva: 400 casi. Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,3%).

CONSUMATORE: Numerosità campionaria complessiva: 400 casi. Intervallo di confidenza 95% (Errore +4,2%).

14 Testo integrale delle domande⁵

CONSUMATORI:

1. Nell'ultimo anno con che frequenza ha effettuato acquisti sul web e/o sui social network?

- Almeno una volta tutte le settimane (E-shopper abituale)
- Almeno una volta al mese (E-shopper abituale)
- Una o due volte all'anno (E-shopper sporadico)
- Non ho effettuato acquisti online nell'ultimo anno, ma negli anni precedenti sì (Consumatore offline) -

⁵ Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

- Non ho mai effettuato acquisti online (Consumatore offline)

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. Quali categorie di prodotti ha acquistato online nell'ultimo anno?

- A. Generi alimentari
- B. Articoli per la casa
- C. Abbigliamento e calzature (moda)
- D. Gioielli e accessori (moda)
- E. Strumenti elettronici (non elettrodomestici)
- F. Profumi e cosmetici (salute e bellezza)
- G. Integratori (salute e bellezza)
- H. Abbigliamento e accessori sportivi (sport e tempo libero)
- I. Giochi per bambini
- J. Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

3. (Solo coloro che hanno effettuato acquisti online) Tramite quali dei seguenti canali effettua abitualmente i Suoi acquisti online?

- A. Sito o pagina web del brand o del produttore (ad esempio, il sito di un brand di moda)
- B. Sito o pagina web di un negozio fisico (ad es. Decathlon)
- C. Piattaforma marketplace (ad es. Amazon, E-bay, etc.)
- D. Siti di acquisto online (ad es. Groupon)

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. (Solo coloro che hanno effettuato acquisti tramite piattaforme di marketplace D3=C) Potrebbe indicarmi quali sono le piattaforme di marketplace da cui ha acquistato nell'ultimo anno?

- A. Amazon
- B. Zalando
- C. EBay
- D. Privalia
- E. Spartoo
- F. Manomano

- G. YOOX
- H. Coin
- I. Farfetch
- J. Decathlon

TOTALE RISPONDENTI 91%

5. (Solo coloro che hanno effettuato acquisti tramite piattaforme di marketplace D3=C) A Suo avviso, in che misura i seguenti aspetti rappresentano dei vantaggi dell'acquistare tramite piattaforme di marketplace?

- A. La sicurezza/garanzia di acquistare tramite un "brand" conosciuto
- B. Tempi di spedizione esattamente indicati, compresa la data di arrivo
- C. Spese di spedizione più economiche/gratuite
- D. Reso più economico/gratuito
- E. Altro

TOTALE RISPONDENTI 91%

5bis. (Solo coloro che hanno effettuato acquisti tramite piattaforme di marketplace D3=C) Quanto i seguenti aspetti potrebbero determinare la Sua scelta di acquistare da un e-commerce di un brand o di un negozio in alternativa al marketplace?

- A. Poter acquistare con spedizione gratuita
- B. Consegne più rapide
- C. Sapere esattamente il giorno in cui verrà consegnato il pacco
- D. Possibilità di acquistare in contrassegno
- E. Possibilità di fare un reso gratuito
- F. Maggiore semplicità della procedura di reso
- G. Sapere di acquistare direttamente da un piccolo negozio o produttore invece che da una multinazionale
- H. Altro

TOTALE RISPONDENTI 91%

6. Durante un acquisto online Le è mai capitato di imbattersi in uno dei seguenti problemi?

- A. Tempi di spedizione troppo lunghi

- B. Tempi di spedizione non definiti in fase di acquisto
- C. Eccessiva complessità del sito/piattaforma nel processo di acquisto
- D. Lentezza del sito/piattaforma
- E. Non mi sono fidato di acquistare sul sito/piattaforma perché poco conosciuta
- F. Non era disponibile il reso gratuito
- G. Troppo alti i costi di spedizione
- H. Altro
- I. Non ho mai avuto problemi

TOTALE RISPONDENTI 100%

6bis. (Solo coloro che hanno indicato almeno un problema a D6) Quanto questa problematica ha influito sui Suoi acquisti successivi sul medesimo sito?

- A. Tempi di spedizione troppo lunghi
- B. Tempi di spedizione non definiti in fase di acquisto
- C. Eccessiva complessità del sito/piattaforma nel processo di acquisto
- D. Lentezza del sito/piattaforma
- E. Non mi sono fidato di acquistare sul sito/piattaforma perché poco conosciuta
- F. Non era disponibile il reso gratuito
- G. Troppo alti i costi di spedizione
- H. Altro

TOTALE RISPONDENTI 76,3%

7. (Esclusi coloro che hanno indicato a D6 di non aver avuto problemi) Le è mai capitato di non concludere un acquisto online in corso d'opera a causa dei problemi che ha precedentemente indicato?

- Sì, mi è capitato
- Non mi è mai capitato

TOTALE RISPONDENTI 76,3%

IMPRESA:

1. La sua impresa vende i prodotti anche online?
 - L'impresa vende esclusivamente online

- L'impresa vende sia online che offline
- L'impresa non vende online

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. Da quanto tempo la sua impresa è attiva nell'e-commerce?

- L'attività di e-commerce è avviata da tempo (un anno o più)
- L'attività di e-commerce è nata di recente (meno di un anno)
- L'attività di e-commerce non è ancora avviata, ma è in programma

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. Quale modalità operativa di vendita utilizza la sua impresa per l'e-commerce?

- L'impresa utilizza un proprio sito dedicato all'e-commerce
- L'impresa si appoggia unicamente su canali di marketplace per l'e-commerce
- L'impresa dispone di un proprio sito per l'e-commerce ma allo stesso tempo si appoggia a canali di marketplace

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. (Solo coloro che NON utilizzano marketplace D4=1) La Sua azienda pianifica di appoggiarsi ad una piattaforma di marketplace per le vendite online?

- Sì, è in programma
- No, al momento non è in programma
- Certamente no

TOTALE RISPONDENTI 53,6%

6. (Solo per coloro che utilizzano marketplace D4=2 o 3) Quali sono i marketplace tramite i quali la sua impresa supporta il commercio online?

- A. Amazon
- B. Zalando
- C. EBay
- D. Privalia
- E. Spartoo
- F. Cdiscount

- G. Allegro
- H. La Redoute
- I. Farfetch
- J. Jd.com
- K. Tmall

TOTALE RISPONDENTI 46,4%

7. (TUTTI) Parliamo ora di logistica e-commerce. La Sua impresa che tipo di logistica utilizza (magazzino e trasporti)?

- Utilizziamo fornitori diversi (magazzino in proprio e corrieri del fornitore)
- Utilizziamo fornitori diversi (gestione del magazzino fornitore e corrieri del fornitore)
- Affidiamo tutto il ciclo ad un fornitore globale
- Ci affidiamo esclusivamente ai marketplace
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

7bis. La Sua impresa gestisce direttamente il customer service relativo alla logistica e-commerce?

- Sì, offriamo questo servizio
- No, lo affidiamo ad un fornitore esterno (diverso da fornitore globale)
- (Solo coloro che si affidano ad un fornitore globale, D7=3) Affidiamo anche questo al fornitore globale
- Utilizziamo il customer service del marketplace

TOTALE RISPONDENTI 100%

8. Quanto si ritiene soddisfatto della politica relativa alla logistica utilizzata attualmente dalla Sua impresa?

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. Quali sono le criticità maggiori che ha incontrato nella gestione della logistica dell'e-commerce?

- A. Il customer service

- B. Costi di logistica
- C. La gestione dei resi
- D. Le strategie per il rispetto dei tempi di consegna
- E. Adottare politiche di sostenibilità
- F. Eccessiva complessità degli aspetti burocratici
- G. Integrazione tecnologica
- H. Gestione dell'operatività
- I. Altro
- J. Nessuna criticità

TOTALE RISPONDENTI 100%

10. (Solo coloro che hanno indicato costi di logistica a domanda precedente) Su una scala da 0 a 10 quanto ritiene che le seguenti voci di costi per la logistica rappresentino un fattore di criticità?

- A. Costi di movimentazione della merce nel magazzino (picking, preparazione ordini, packing)
- B. Costi di ingresso della merce
- C. Costi relativi all'imballaggio degli ordini
- D. Costi di spedizione
- E. Costi di gestione dei resi
- F. Costi di stoccaggio
- G. Altri costi

TOTALE RISPONDENTI 12,7%

11. Qual è la figura professionale che nella Sua azienda si occupa di gestire gli aspetti logistici dell'e-commerce?

- Marketing manager
- Logistic manager
- E-commerce manager
- Responsabile operativo
- Imprenditore
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

12. (Solo le imprese che utilizzano fornitori diversi, D7=1 e 2) La Sua impresa intende cambiare le attuali politiche relative alla logistica? Quali?

- (Solo coloro che hanno indicato di gestire il magazzino in proprio D7=1) Esternalizzare la gestione del magazzino
- (Solo coloro che hanno indicato di affidare la gestione del magazzino ad un fornitore D7=2) Internalizzare la gestione del magazzino
- (Solo coloro che hanno indicato di affidare la gestione del magazzino ad un fornitore D7=2) Cambiare il fornitore che si occupa della gestione del magazzino
- Cambiare il fornitore che si occupa delle spedizioni
- (Solo coloro che affidano sia magazzino che trasporti a fornitori D7=2) Cambiare tutti i fornitori a cui ci affidiamo attualmente
- Intendiamo affidarci ad un global contractor
- Intendiamo affidarci esclusivamente ai marketplace
- No, non abbiamo intenzione di cambiare la politica di logistica attualmente utilizzata

TOTALE RISPONDENTI 81,7%

13. (Solo le imprese che utilizzano esclusivamente marketplace D7=4) La Sua impresa intende cambiare le attuali politiche relative alla logistica? In che modo?

- Internalizzare la gestione del magazzino
- Internalizzare la gestione del magazzino e cambiare fornitore per i trasporti
- Cambiare fornitore per la gestione del magazzino
- Cambiare fornitore per i trasporti
- Cambiare fornitore della gestione del magazzino e fornitore dei trasporti
- Intendiamo affidarci ad un global contractor
- No, non abbiamo intenzione di cambiare la politica di logistica attualmente utilizzata

TOTALE RISPONDENTI 2,5%

14. (Solo le imprese che utilizzano un global contractor D7=3) La Sua impresa intende cambiare le attuali politiche relative alla logistica? Quali?

- Internalizzare la gestione del magazzino

- Utilizzare fornitori diversi (magazzino in proprio e corrieri di un fornitore)
- Utilizzare fornitori diversi (magazzino ad un fornitore e corriere di un fornitore diversi da global contractor)
- Cambiare global contractor
- Intendiamo affidarci esclusivamente ai marketplace
- No, non abbiamo intenzione di cambiare la politica di logistica attualmente utilizzata

TOTALE RISPONDENTI 7,9%

15. (TUTTI) Quali sono le principali difficoltà che la Sua impresa ha incontrato/sta incontrando nello sviluppo del proprio e-commerce?

- A. Gli investimenti necessari per il marketing
- B. Acquisizione ordini
- C. Utilizzo delle piattaforme tecnologiche
- D. Gestione della logistica
- E. Costi di spedizione
- F. Caratteristiche del prodotto
- G. Componenti esterne

TOTALE RISPONDENTI 100%

15bis. A Suo avviso, quanto le difficoltà riscontrate nella gestione della logistica e-commerce rappresentano un ostacolo alla crescita del proprio business online?

TOTALE RISPONDENTI 100%

16. La sua impresa commercia online con l'estero?

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

17. (Rispondono solo le imprese che commercializzano con l'estero) Nell'ambito della sua attività con l'estero, Le è mai capitato di dover gestire problematiche logistiche con clienti stranieri? Se sì, quali?

- A. Costi di spedizione

- B. Capacità di lavorare con corrieri esteri
- C. Aspetti fiscali
- D. Logistica delle spedizioni
- E. Resi con clienti stranieri
- F. Nessuna difficoltà

TOTALE RISPONDENTI 44,7%