

# **IL COMMERCIO ELETTRONICO IN EMILIA-ROMAGNA**

*Fonte: Osservatorio regionale del commercio – Regione ER - Ervet*

## **Nota metodologica**

Le imprese del commercio dell'Emilia-Romagna che 'esercitano' l'attività di commercio elettronico erano, al 31 marzo 2015, 1.830. La costruzione di questa banca dati è stata particolarmente complessa poiché molti Comuni non hanno una raccolta e sistematizzazione delle comunicazioni in formato elettronico e i dati disponibili presso Infocamere spesso non riportano i recapiti telefonici delle imprese e tantomeno il nome del dominio. Le due fonti sono state comunque incrociate e si è provveduto alla raccolta delle informazioni anagrafiche indispensabili per condurre le indagini e all'individuazione del campione.

La rilevazione è stata effettuata attraverso la somministrazione di interviste telefoniche con metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) con un questionario semi-strutturato sottoposto ad un referaggio ed informatizzazione preventiva.

Le interviste sono state effettuate nel periodo aprile/maggio 2015.

I contatti sono stati pari a 1.830 e le interviste utili 221 (considerando rifiuti, attività nel frattempo cessate e risposte non utilizzabili), stimando così un errore statistico di +/- 6,23.

L'indagine realizzata, riguarda l'attività di commercio elettronico da parte delle sole imprese del commercio con sede in Emilia-Romagna e che sono presenti sul web in qualsiasi forma (vetrina o vendita).

La maggior parte delle imprese ha un'anzianità di presenza su internet superiore ai 2 anni (solo il 10,4% è presente da meno di un anno) e più del 17% è sulla rete da oltre 5 anni. Il campione intervistato è rappresentativo delle merceologie presenti nel commercio dell'Emilia-Romagna; si tratta di aziende per lo più individuali e con un numero di addetti da 0 a 3 prevalentemente gestite da persone al disotto dei 45 anni

La conseguenza più evidente della presenza in rete è **l'incremento delle vendite**: il **10%** circa indica un *"incremento elevato del fatturato"* (oltre il 50% del fatturato), un **44%** un *"incremento modesto"* ma comunque superiore al 10% e poco più del 24% indica un *"aumento lieve"*, al di sotto del 10%. La cosa altrettanto interessante, però, è che internet ha determinato anche un incremento delle vendite nel punto vendita in quasi il 28% delle imprese (27,60%) a significare che, in ogni caso, la presenza sul web rappresenta un'occasione preziosa di business per le imprese.

La conseguenza logica di questa situazione è il fatto che le imprese intervistate valutino positivamente il rapporto fra il costo sostenuto e il rendimento dell'attività su internet e solo l'8,6% indichi come negativo questo rapporto.

Dall'osservatorio del Commercio della Regione Emilia Romagna risulta che **l'82%** delle aziende del commercio al dettaglio che sono su internet sono attrezzate per *"vendere on-line"*, direttamente con il proprio *"sito aziendale"* (**74%** circa) o appoggiandosi anche a piattaforme di shopping on-line. Internet è visto come un'opportunità in più di *"business"*, e un canale di vendita aggiuntivo a quello tradizionale del *"negoziato fisico"*, in grado di allargare il proprio mercato di riferimento, all'*"Europa"* (al di fuori dell'Italia) per il **25,8%**, agli *"Stati Uniti"* per il **9,5%** e all'*Asia* per **l'8,6%**. Per il **40%** dei casi il sito aziendale è tradotto in *"inglese"* (anche in Tedesco per il 9% e in Francese per l'8%) e nel **60%** prevede *"la versione mobile"* - permettendo così in ogni momento la consultazione delle offerte da tablet e smartphone - e per **l'81%** non manca la presenza e *"l'attività di promozione del sito sui social network"*.

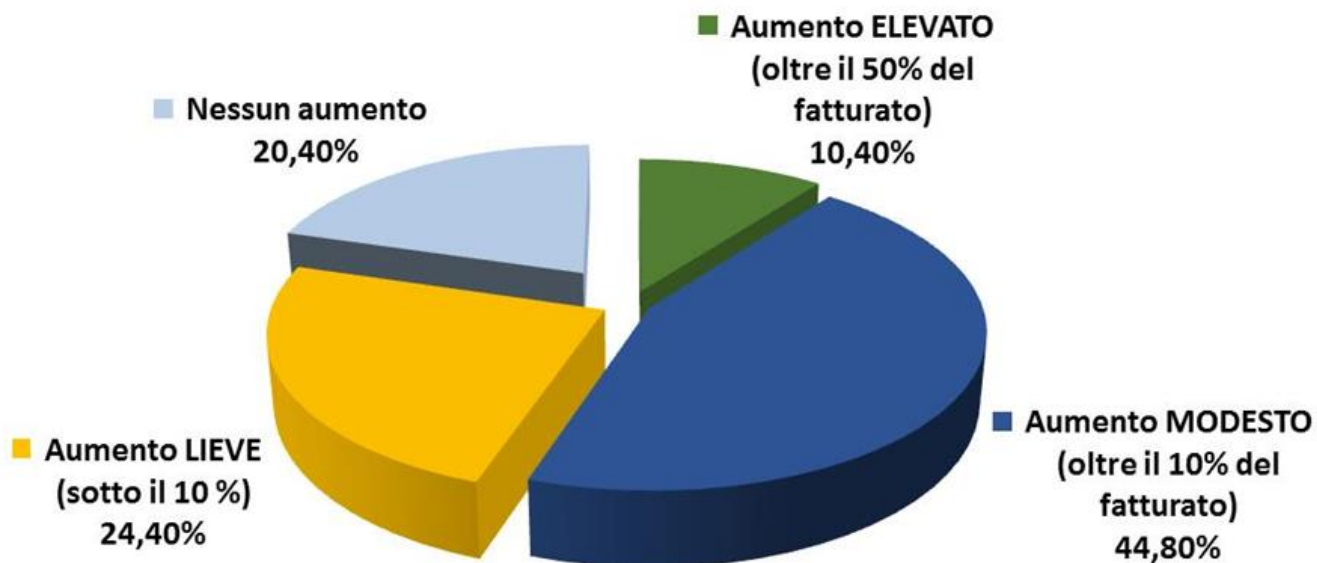
Chi fa *"e-commerce"* per il **78,3%** permette il *"pagamento direttamente on-line"* e, tra questi, la modalità più opzionata è quella di Paypal. Accanto al pagamento con *"Paypal"* (selezionato nel 72,4%) e con *"carta di credito"* (46%) convivono con successo anche strumenti più tradizionali come il *"bonifico"* (47%) o il *"pagamento alla consegna"* (17%), una valida alternativa per il cliente più restio a utilizzare metodi di *"pagamento immediati"*.

Il **59%** delle aziende che prevedono il pagamento direttamente on-line, si è attrezzata per fornire *"il servizio post-vendita"* in primo luogo per *"fidelizzare i clienti"* ma anche per *"distingersi dalla concorrenza"* o perché *"è opportunità per incrementare le vendite di altri prodotti"*.

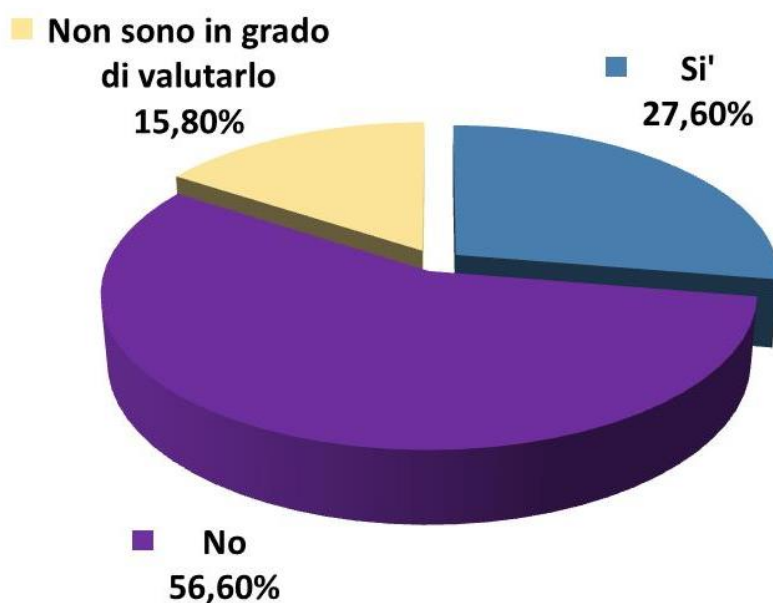
Per avere un riscontro circa la propria attività sul web, quasi il **40%** delle aziende utilizza programmi di *"monitoraggio degli accessi e dei comportamenti della clientela"* e si è attrezzata con sistemi di *"mailing/news-letter"* per comunicare con i clienti effettivi e potenziali. Oltre il 42% delle aziende dichiara di *"avere fatto investimenti per incrementare la propria visibilità sul web"*, focalizzandosi soprattutto su campagne tramite AdWords di Google, seguite da interventi sui social network (in particolare su Facebook, Twitter e Instagram), azioni di ottimizzazione del posizionamento sui motori di ricerca, pubblicità sui canali di comunicazione più tradizionali (come carta stampata, manifesti e volantini) e banner a pagamento su altri siti o portali.

La *"difficoltà a farsi trovare sul web"* rimane comunque il primo problema indicato dalle aziende, a seguire la *"gestione degli ordini"*.

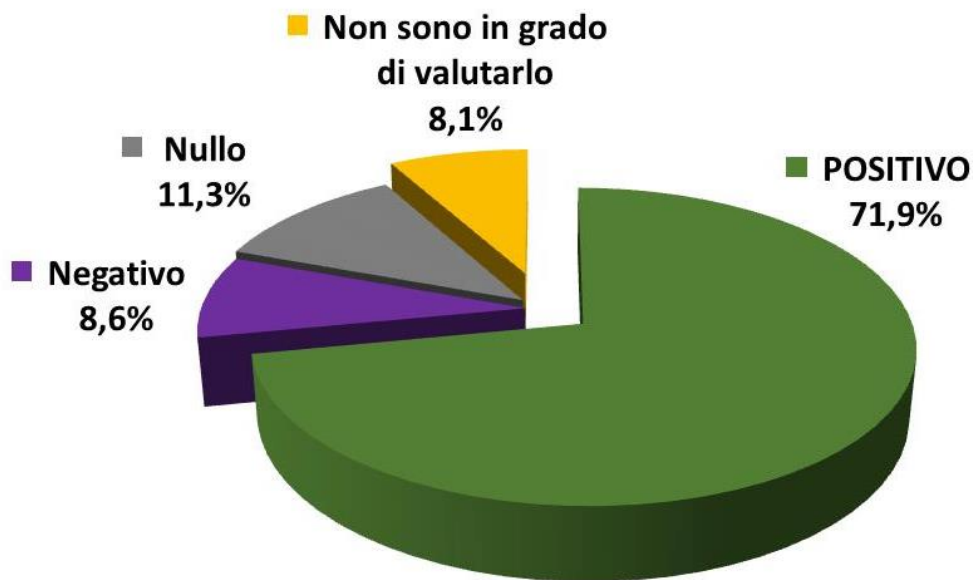
## LA PRESENZA IN INTERNET DELL'ATTIVITA' QUALE IMPATTO HA AVUTO SULLE VENDITE?



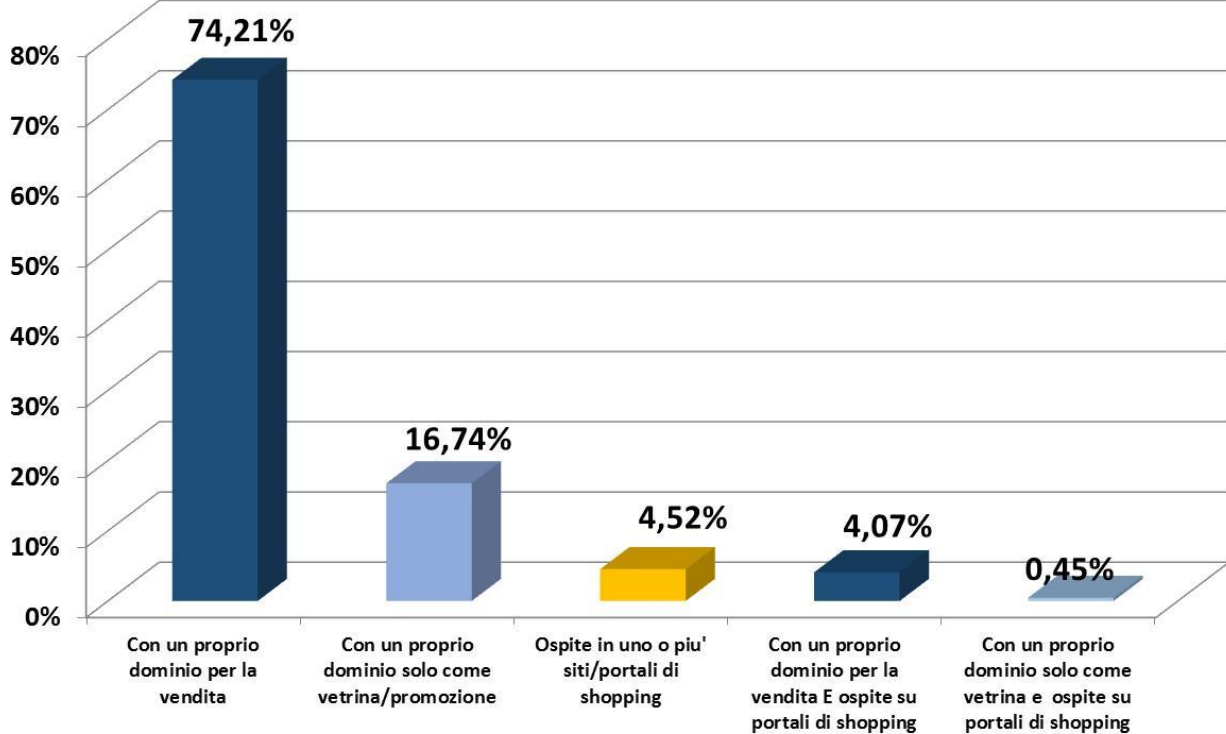
## LA PRESENZA NEL WEB DELL'ATTIVITA' HA DETERMINATO UN CONSEGUENTE AUMENTO DELLE VENDITE ANCHE SUL PUNTO VENDITA?



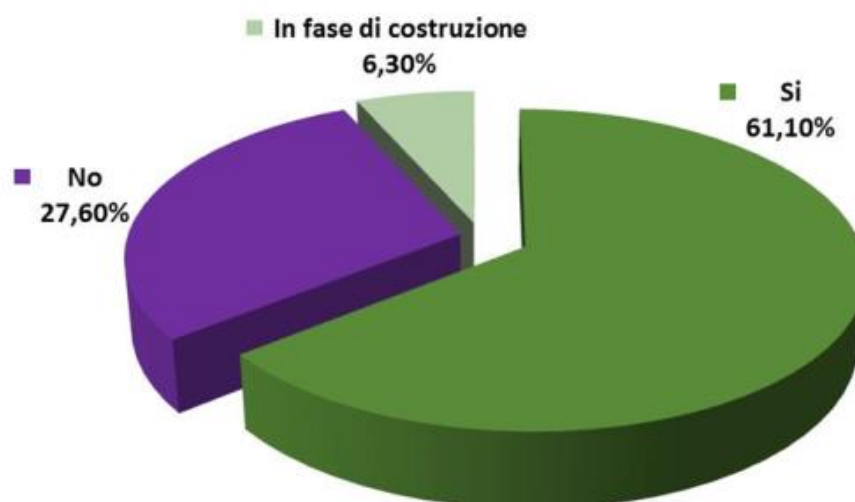
## COME VALUTA IL RAPPORTO COSTO/RENDIMENTO DELLA SUA ATTIVITA' SUL WEB?



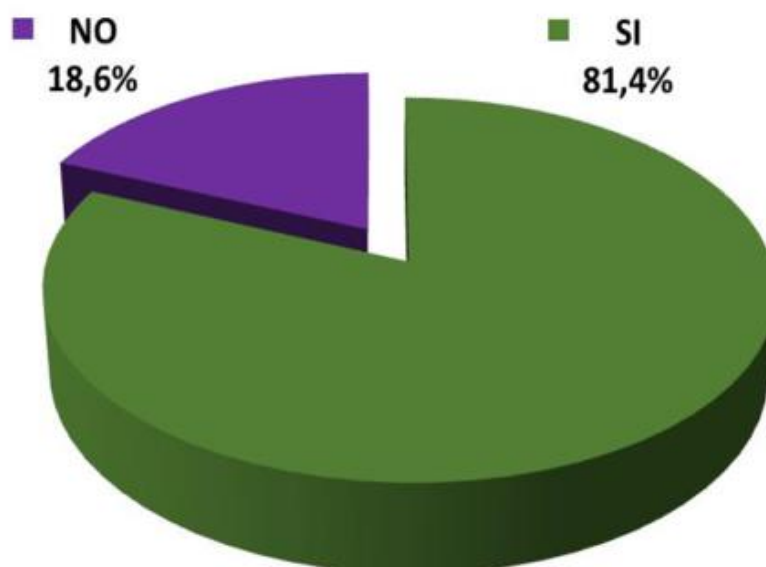
## LA SUA ATTIVITA' È PRESENTE IN RETE



## IL SITO AZIENDALE E' ANCHE IN VERSIONE MOBILE?

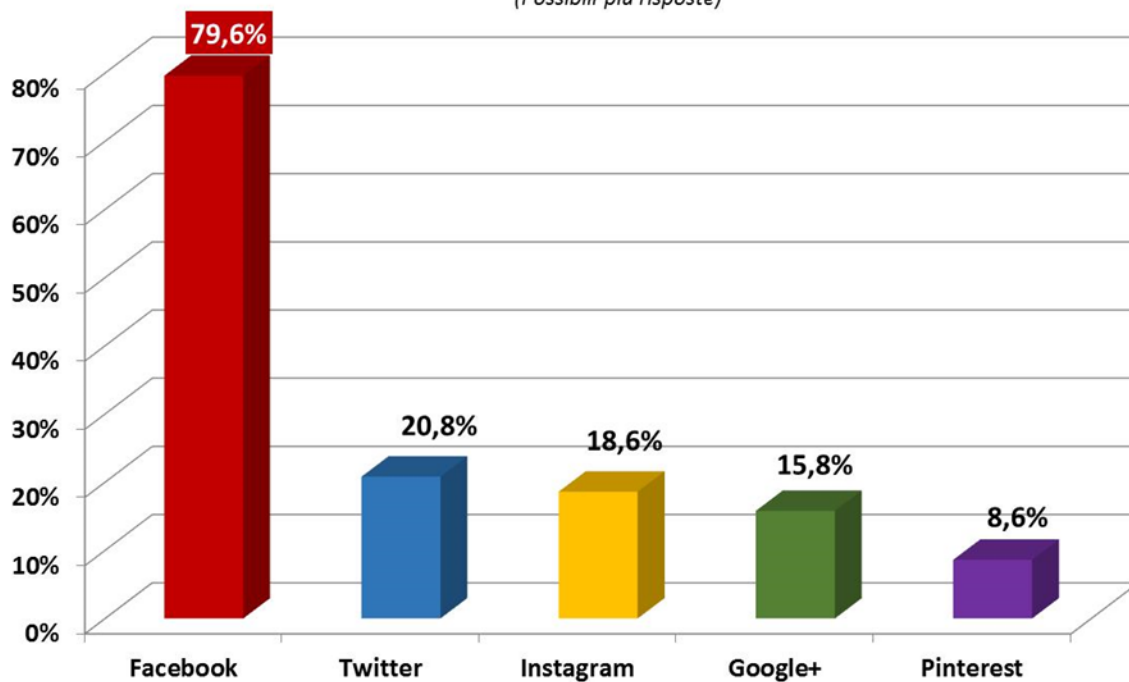


## E' PRESENTE CON LA SUA ATTIVITA' NEI SOCIAL MEDIA?



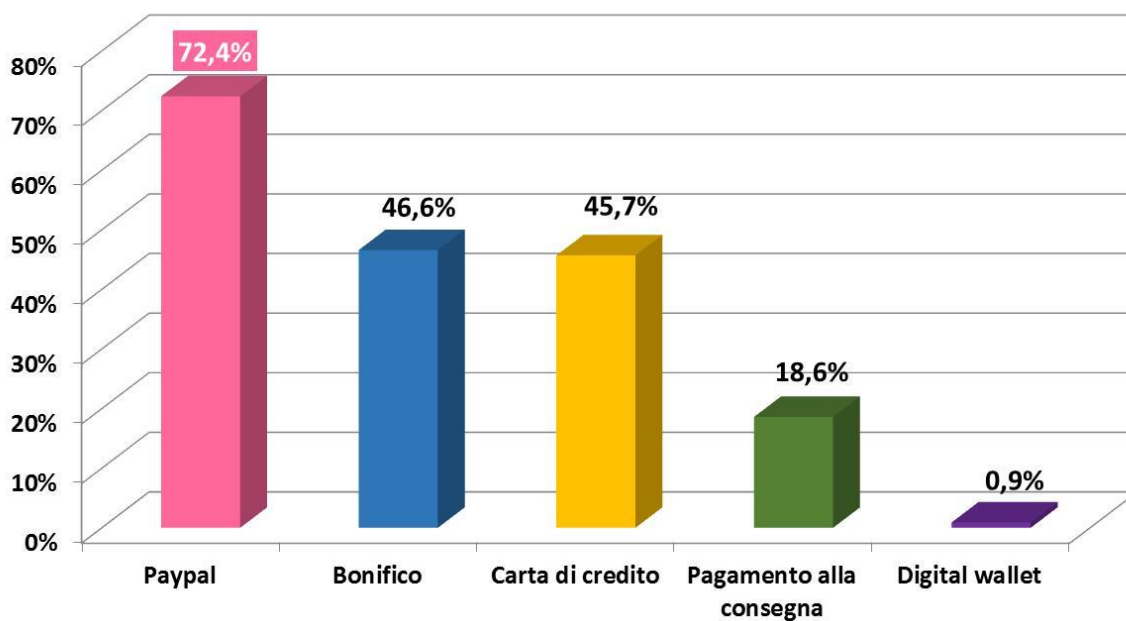
## SU QUALI SOCIAL MEDIA E' PRESENTE?

(Possibili più risposte)

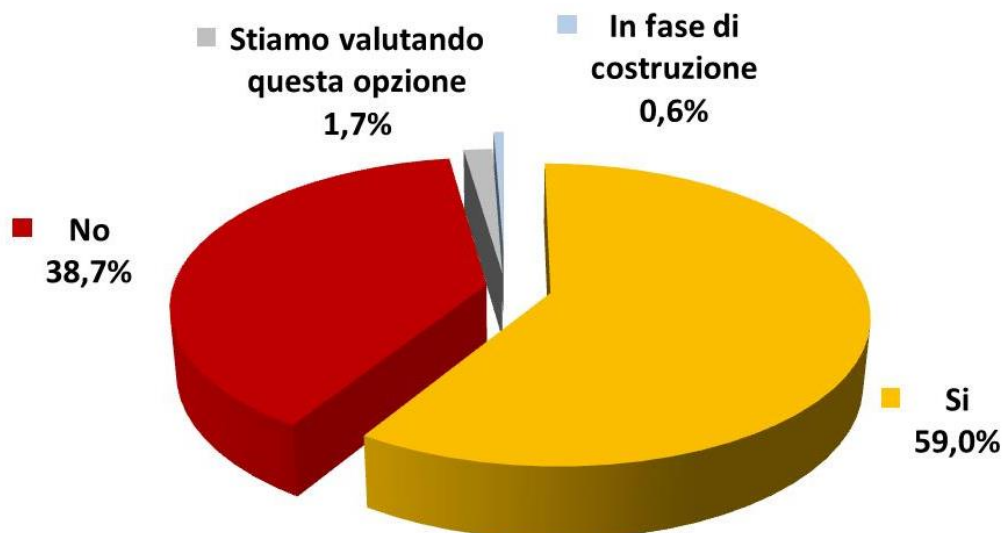


## PER L'ATTIVITA' DI E-COMMERCE, QUALI METODI DI PAGAMENTO USATE PREVALENTEMENTE?

(Possibili più risposte)



## AVETE PREVISTO IL SERVIZIO POST-VENDITA?



*Campione di riferimento: aziende che hanno attivato il pagamento on-line*

**Mi può indicare, per quale motivo ha deciso di essere presente sul web con la sua attività? In ordine d'importanza**

|                                     |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
| <b>Nuovo canale di vendita</b>      | <b>I° posto</b>   |
| <b>Opportunità di business</b>      | <b>II° Posto</b>  |
| <b>Presenza globale sui mercati</b> | <b>III° posto</b> |