

---

# Domanda e offerta a confronto

Il sondaggio tra gli operatori del commercio online e il sondaggio tra i clienti 2021 a confronto, con particolare attenzione alla sostenibilità

## Offerta e domanda nello shopping online: sostenibilità in primo piano

Cosa desiderano i consumatori svizzeri in fatto di sostenibilità nell'e-commerce e come risponde il commercio online a queste aspettative? Trovate le risposte nel nostro confronto.





## Panoramica dei temi

Spedizione	4
Imballaggio	5
Gli aspetti della sostenibilità in un colpo d'occhio	6

## Spedizione

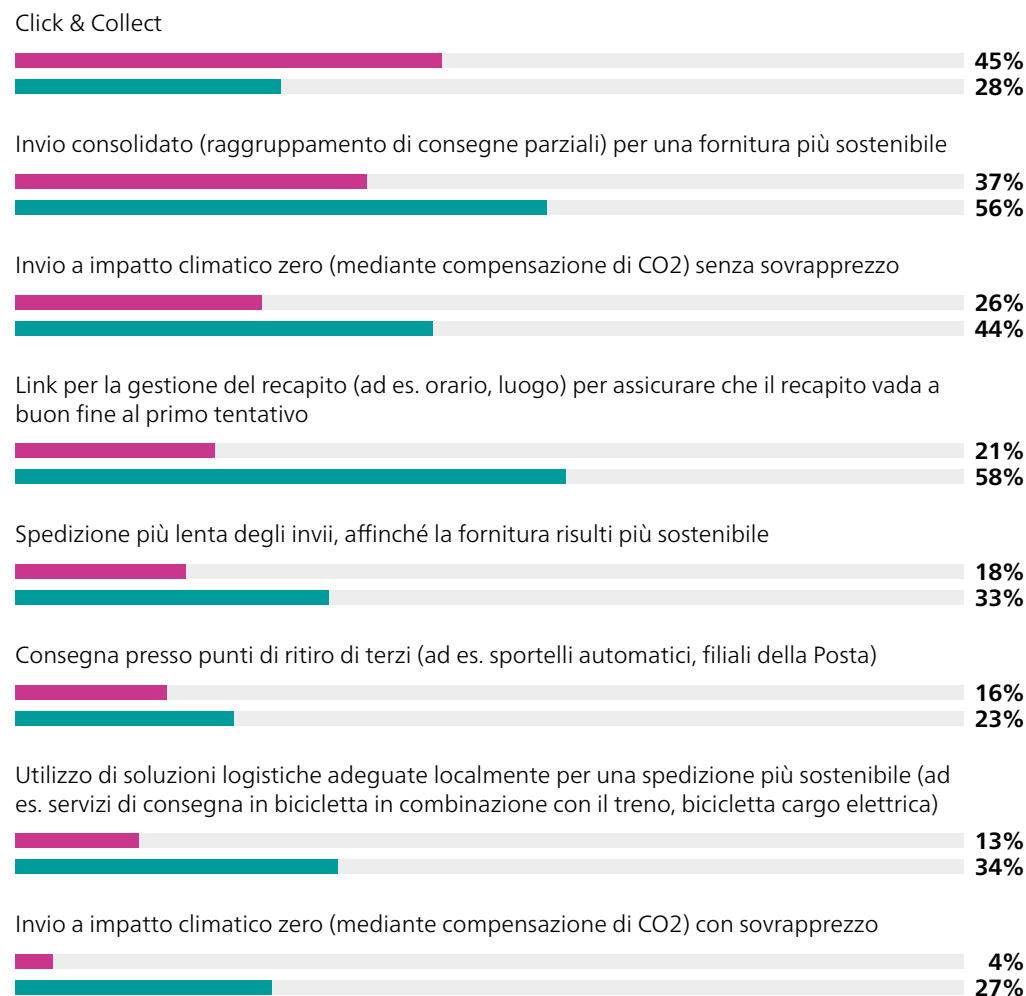
### Domanda a operatori del commercio online

Quali delle seguenti opzioni di spedizione ecologica offre ai suoi clienti?

### Domanda ai clienti

Quanto importanti sono per lei le seguenti opzioni di spedizione ecologica?

La maggior parte degli operatori del commercio online non soddisfa le esigenze dei propri clienti per quanto riguarda le opzioni di spedizione ecologiche.



## Imballaggio

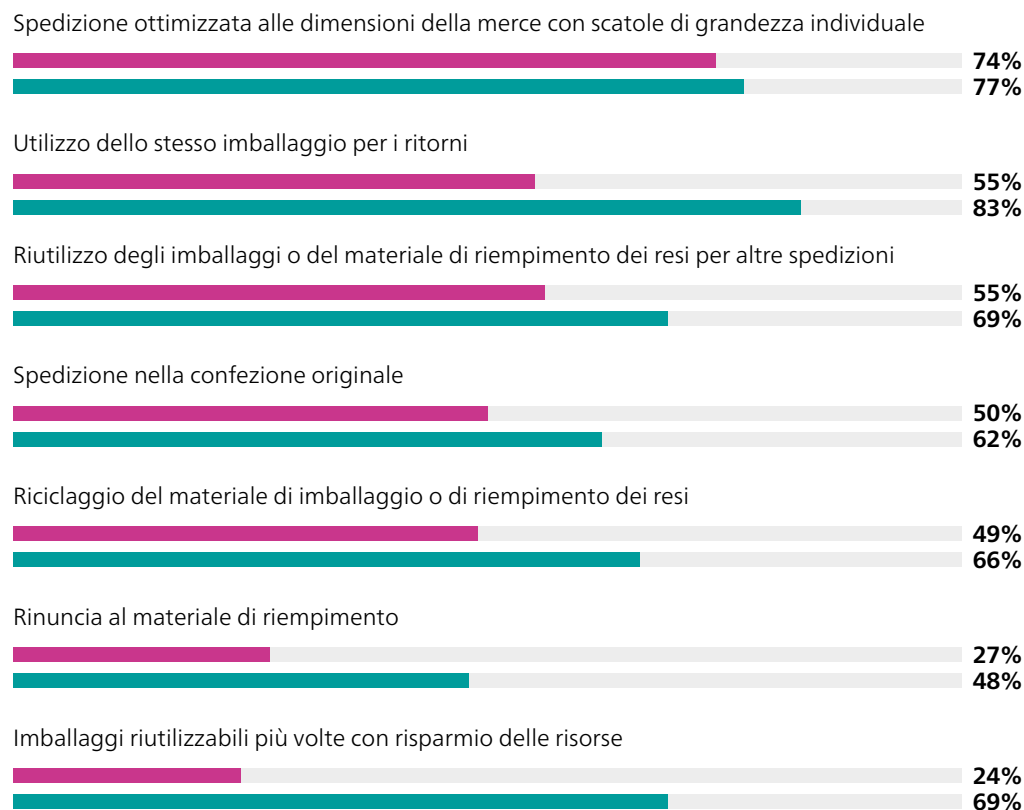
### Domanda a operatori del commercio online

Quali dei seguenti aspetti sta già attuando nel sistema di imballaggio?

### Domanda ai clienti

Quanto importanti sono per lei i seguenti aspetti relativi all'imballaggio della merce ordinata?

L'uso di imballaggi riutilizzabili è un'esigenza importante per i clienti che presenta ancora del potenziale sfruttabile dagli operatori del commercio.



## Gli aspetti della sostenibilità in un colpo d'occhio

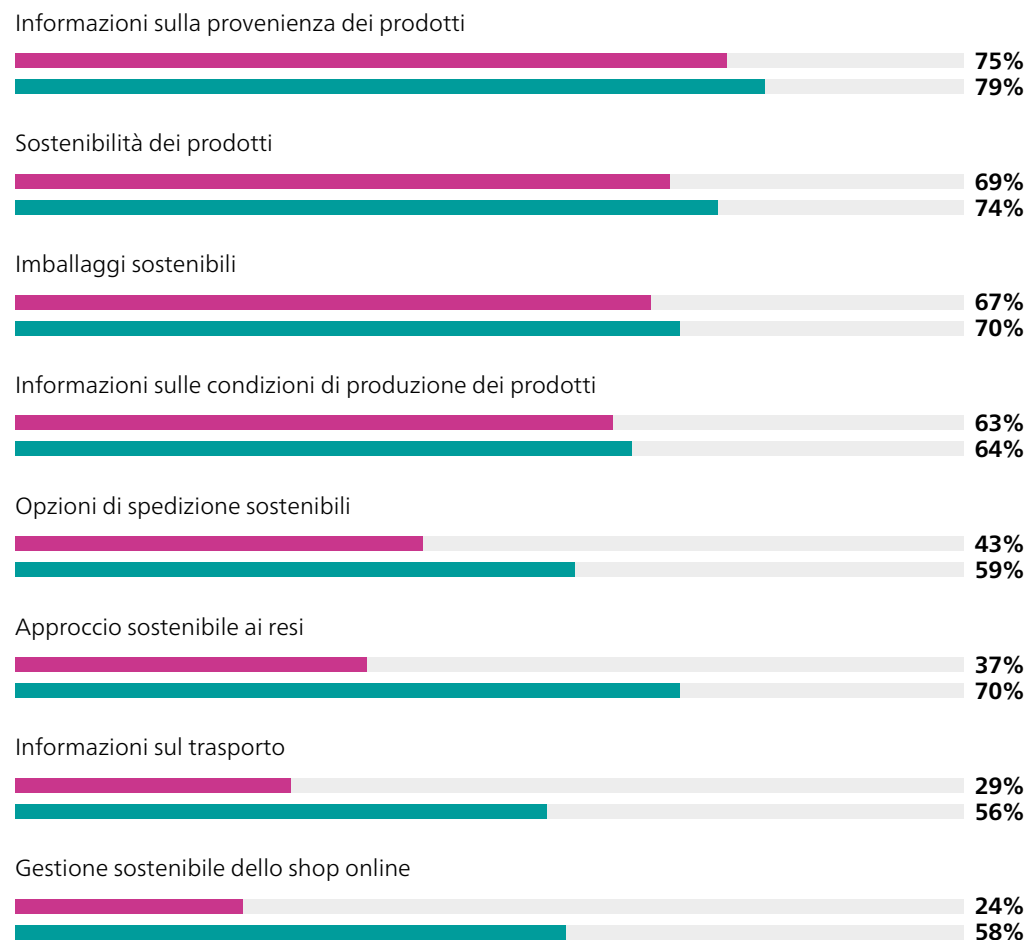
### Domanda a operatori del commercio online

Come stima l'importanza dei seguenti  
aspetti della sostenibilità per i suoi clienti?

### Domanda ai clienti

Quanto importanti sono per lei i seguenti  
aspetti della sostenibilità durante lo  
shopping online?

Gli operatori online sottovalutano l'importanza di una  
gestione sostenibile dello shop e degli invii di ritorno ai  
clienti.



# Organizzazione dello studio

## Struttura verifiche a campione

### Sondaggio tra i clienti 2021: Barometro dell'e-commerce svizzero



#### Dimensioni del campione

11'545 partecipanti (dato rettificato)



#### Periodo del sondaggio

Dal 18 al 31 maggio 2021



#### Metodo

Sondaggio online quantitativo



#### Domande

26 domande chiuse

I risultati di questa comparazione si basano sui seguenti studi «Barometro dell'e-commerce svizzero 2021» e «Sondaggio tra gli operatori del commercio online 2021: sostenibilità nell'e-commerce in Svizzera».

### Sondaggio tra gli operatori del commercio online 2021: Sostenibilità nell'e-commerce in Svizzera



#### Dimensioni del campione

248 commercianti online



#### Periodo del sondaggio

Dal 22 marzo fino al 30 giugno 2021



#### Metodo

Sondaggio online quantitativo



#### Domande

23 domande aperte, 1 semi aperta e 4 aperte

## Organizzazione dello studio

### Studio «Barometro dell'e-commerce svizzero 2021»

L'obiettivo consiste nel rilevare e analizzare le tendenze e il comportamento dei clienti nel mercato svizzero dell'e-commerce. L'approccio di ricerca scelto si fonda su uno studio empirico quantitativo. Il sondaggio è stato eseguito con l'ausilio di un questionario online. Il questionario includeva 26 domande chiuse e, seguendo la catena di creazione del valore, ovvero la catena dei processi nell'e-commerce, si articolava in vari temi: commercializzazione, ordinazione, pagamento, logistica, sostenibilità e assistenza alla clientela.

Le domande sulla commercializzazione e sull'ordinazione erano incentrate sulla frequenza degli acquisti online, sui motivi dello shopping online, sulle categorie di prodotti acquistate di preferenza in internet, sull'uso degli smartphone e dei tablet per lo shopping online nonché sui motivi che spingono a interrompere l'acquisto. Per quanto concerne il pagamento e la logistica, ci si è interessati soprattutto a raccogliere dati sulle modalità di pagamento e consegna preferite dai clienti nonché sull'imballaggio e il tema della sostenibilità del trasporto. La sezione dedicata all'assistenza alla clientela si è focalizzata sulle forme di contatto richieste. Come variabili demografiche sono stati rilevati il sesso, l'età e la lingua dei partecipanti allo studio.



## Organizzazione dello studio

### Studio «Barometro dell'e-commerce svizzero 2021»

Il sondaggio si è svolto nel maggio 2021. Per motivi di economia della ricerca e per raggiungere il maggior numero possibile di potenziali partecipanti al sondaggio, il questionario è stato reso noto tramite la newsletter per i clienti privati della Posta. Poteva quindi partecipare alla verifica a campione ogni potenziale cliente di e-commerce che avesse ricevuto il link al sondaggio con la newsletter o in altro modo (ad es. mediante inoltro).

Il sondaggio ha raccolto un campione di 12'078 partecipanti. Il tasso di completamento è stato di circa il 72%, il tempo medio di elaborazione di 12 minuti. In seguito sono stati rettificati i dati sui questionari interrotti e i tempi di elaborazione molto brevi al fine di garantire l'uniformità e la qualità dei dati. Al termine della rettifica il campione contava 11'545 partecipanti.

## Organizzazione dello studio

### Studio «Sondaggio tra gli operatori del commercio online 2021: Sostenibilità nell'e-commerce in Svizzera»

L'obiettivo dello studio era scoprire l'approccio dei commercianti online svizzeri nei confronti del tema della sostenibilità, le misure attuate e le problematiche affrontate. La sostenibilità è stata rilevata e analizzata lungo l'intera catena di creazione del valore nel commercio online. Quale approccio di ricerca è stato scelto uno studio empirico quantitativo. Per raggiungere il maggior numero possibile di potenziali partecipanti allo studio, il link al sondaggio è stato diffuso in maniera mirata in reti di commercio digitale svizzere.

Il questionario comprendeva complessivamente 23 domande chiuse, una domanda semi aperta e quattro domande aperte sui seguenti blocchi tematici: assortimento dei prodotti, funzionamento dello shop online, intralogistica e immagazzinamento, spedizione e imballaggio, ritorni, collaborazione con partner, esigenze dei consumatori, temi prioritari, competitività, comunicazione e marketing nonché tipo e dimensioni dello shop online. I dati sono stati rilevati da marzo a giugno 2021 nel quadro di un sondaggio online quantitativo. Al sondaggio hanno partecipato 248 commercianti online.

# Istituto per la Comunicazione e il Marketing (IKM)

## Scuola Universitaria Professionale di Lucerna – Economia

Presso la Scuola Universitaria Professionale di Lucerna, l'IKM si occupa dei settori di competenza comunicazione e marketing e li sviluppa costantemente. Particolare attenzione è rivolta alle esigenze derivanti dalla digitalizzazione.

In qualità di partner competente per l'apprendimento continuo (Life-long learning, LLL), l'IKM offre formati di formazione ai livelli Bachelor e Master negli ambiti della comunicazione e del marketing, nonché corsi di perfezionamento ai livelli CAS e MAS.

Nella ricerca e sviluppo orientati all'applicazione, l'IKM è partner attivo di aziende e di altre scuole universitarie nello sviluppo congiunto di innovazioni su base scientifica, nella conduzione di studi scientifici e nell'applicazione delle conoscenze scientifiche per l'economia e la società.

Per ulteriori informazioni: [www.hslu.ch/ikm](http://www.hslu.ch/ikm)

Scuola Universitaria Professionale di Lucerna – Economia  
Istituto per la Comunicazione e il Marketing (IKM)  
Zentralstrasse 9  
Casella postale 2940  
6002 Lucerna

Dott. Thomas Wozniak  
[thomas.wozniak@hslu.ch](mailto:thomas.wozniak@hslu.ch)  
[www.hslu.ch/ikm](http://www.hslu.ch/ikm)

# Institute for Digital Business

## La Scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ

L'Institute for Digital Business presso l'HWZ è il centro di riferimento per il sapere digitale orientato all'applicazione. Svolge progetti di ricerca, offre cicli di studio, supporta le PMI con servizi di consulenza e progetti e mette a disposizione informazioni su temi legati al mondo digitale. L'istituto è diretto da Manuel P. Nappo. Dal punto di vista metodologico, il barometro dell'e-commerce è frutto del lavoro dell'Institut für Strategisches Management: Stakeholder View (HWZ).

Per ulteriori informazioni:

[www.fh-hwz.ch/idb](http://www.fh-hwz.ch/idb)

[www.hwzdigital.ch](http://www.hwzdigital.ch)

Scuola universitaria di gestione di Zurigo (HWZ)

Institute for Digital Business

Manuel P. Nappo

Lagerstrasse 5

8021 Zurigo

[manuel.nappo@fh-hwz.ch](mailto:manuel.nappo@fh-hwz.ch)

[www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

## La Scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ

La Scuola universitaria di gestione di Zurigo HWZ è membro della scuola universitaria professionale di Zurigo (ZFH). Con circa 2200 studenti e 500 docenti, l'HWZ è la principale scuola universitaria esclusivamente parallela all'attività professionale nel settore economico in Svizzera. Dispone di un'ampia offerta di cicli di studio paralleli all'attività professionale a livello di bachelor e di master e offre anche la possibilità di conseguire un dottorato.

Per ulteriori informazioni:

[www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

[www.facebook.com/fhhwz](https://www.facebook.com/fhhwz)

[www.twitter.com/fhhwz](https://www.twitter.com/fhhwz)

Scuola universitaria di gestione di Zurigo (HWZ)

Lagerstrasse 5

8021 Zurigo

[www.fh-hwz.ch/ism](http://www.fh-hwz.ch/ism)

## La Posta

La Posta affianca le aziende nel commercio digitale. In veste di partner dell'Institute for Digital Business dell'HWZ, sostiene attivamente le trasformazioni in atto nel digital business e promuove la trasmissione e la creazione di conoscenze.

Per ulteriori informazioni: [www.posta.ch/digital-commerce](http://www.posta.ch/digital-commerce)

Posta CH SA  
Servizi logistici  
Wankdorffallee 4  
3030 Berna  
digital-commerce@posta.ch

Posta CH SA  
Servizi logistici  
Wankdorffallee 4  
3030 Berna

[digital-commerce@posta.ch](mailto:digital-commerce@posta.ch)  
[www.posta.ch/digital-commerce](http://www.posta.ch/digital-commerce)

