

IL SISTEMA FIERISTICO E I MARKETPLACE ONLINE

RISULTATI DELL'INDAGINE CAMPIONARIA

Human Highway per Fondazione Fiera Milano



PREMESSA

- E' stata realizzata un'indagine con l'obiettivo di analizzare il ruolo ricoperto dalle fiere e dai marketplace online come fonti di informazione e la possibilità che questi ultimi possano entrare nel mercato fieristico
- Sono state effettuate delle rilevazioni su due campioni di popolazione: uno composto da espositori di Fiera Milano e uno composto da un campione di popolazione attiva, al fine di confrontare i comportamenti
- Nel documento vengono presentati i risultati relativi al ruolo ricoperto da fiere e marketplace online come fonti informative



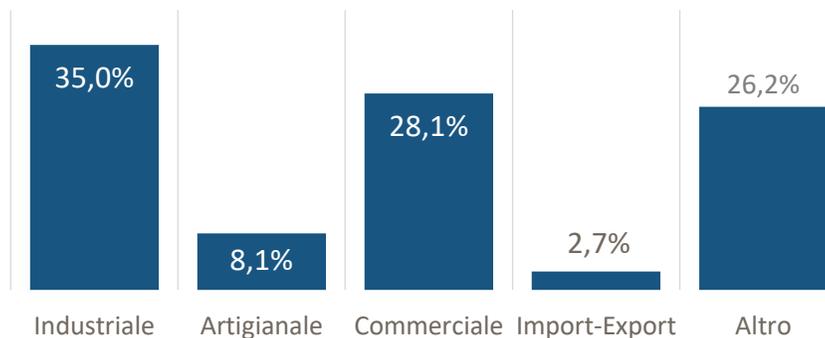
Il campione OpLine

Composizione sociodemo e profilo professionale

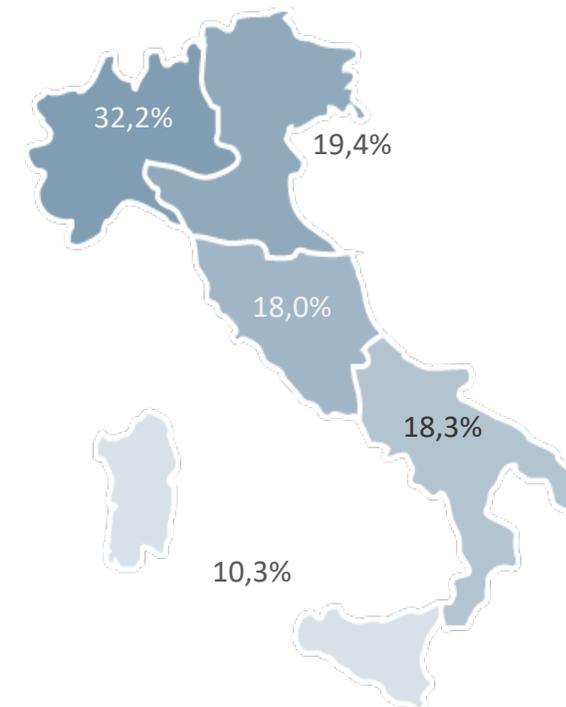
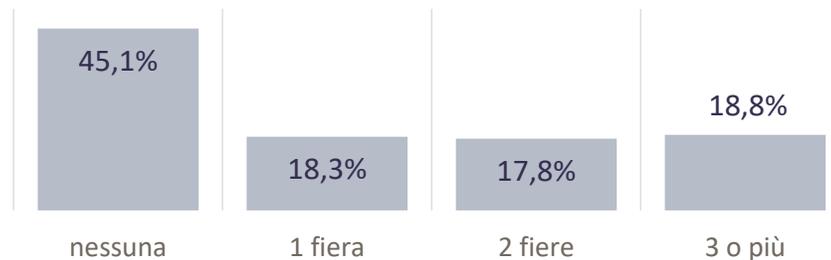
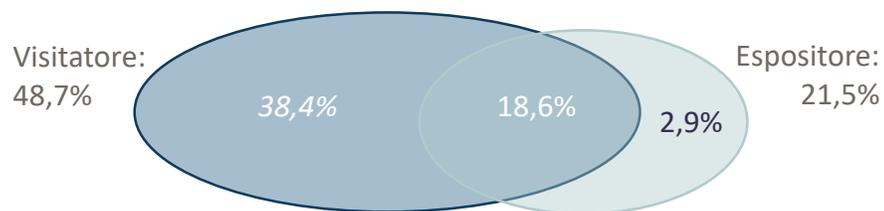
Il campione della ricerca sul campione di popolazione rappresenta un segmento di 12 milioni di persone attive, di almeno 25 anni e che non lavorano nella Pubblica Amministrazione.

La collettività è chiamata «**Popolazione attiva**» nelle slide di questo documento.

905
interviste effettuate



Poco più della metà ha partecipato a Fiere nell'ultimo anno, prevale la partecipazione come visitatori, doppia rispetto ad espositori.

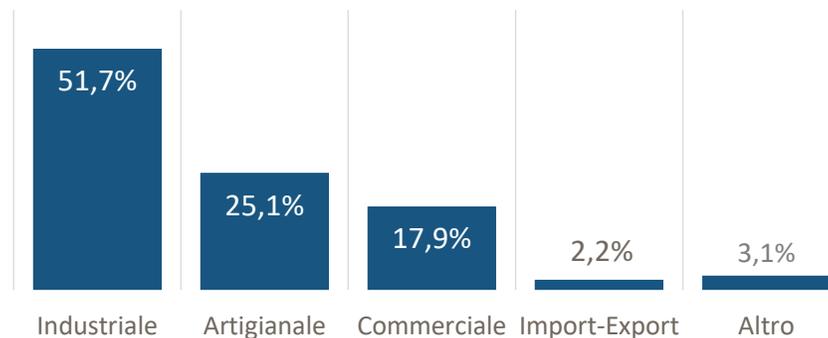


Il campione Fondazione Fiera Milano

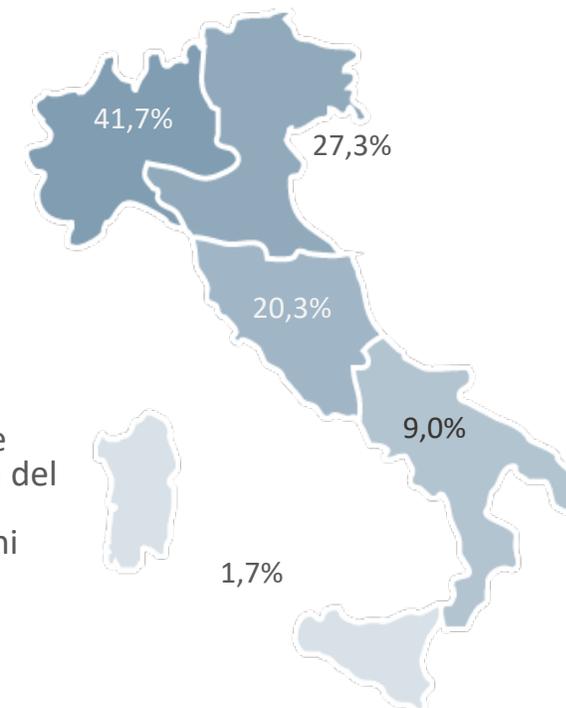
Composizione sociodemografica del field

Il campione della ricerca telefonica svolta sui clienti di Fiera Milano è rappresentativo degli espositori italiani delle principali manifestazioni che si tengono in Fiera Milano.

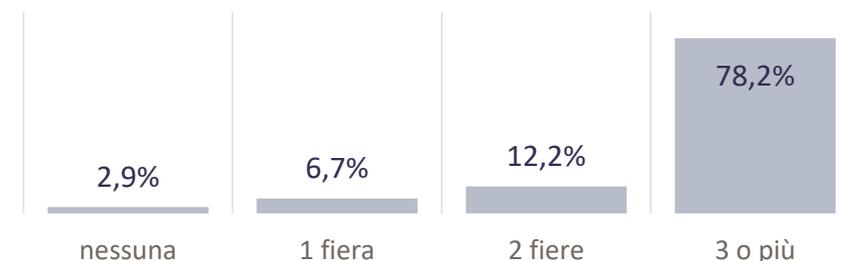
1513
interviste effettuate



Il campione si compone in maggioranza di aziende del settore industriale che in più di due casi su tre risiedono nelle regioni del Nord Italia. Quasi l'80% dei rispondenti partecipa a più di 3 manifestazioni all'anno.

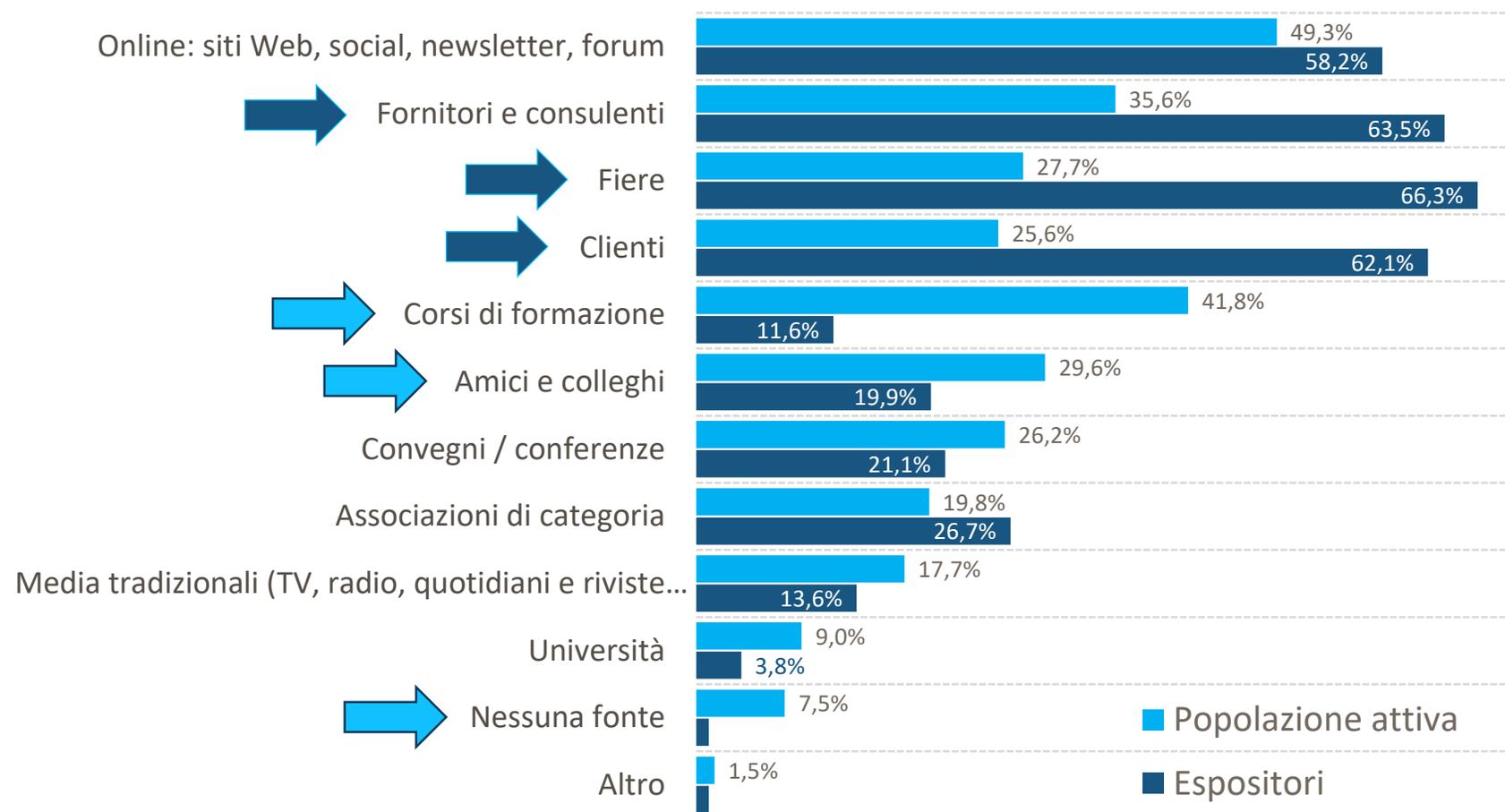


Visitatore: 79,9% Espositore: 93,2%



Le fonti di riferimento per l'informazione professionale

Canali e occasioni di informazione e aggiornamento



I clienti di Fiera Milano segnalano quattro canali di riferimento, uno solo dei quali è citato con la stessa frequenza dal campione di popolazione attiva (l'Online in tutte le sue declinazioni).

Le Fiere sono segnalate da due clienti di Fiera Milano su tre, la massima incidenza in entrambi i campioni analizzati.

Le differenze più evidenti tra i due campioni sono evidenziate con le frecce colorate.

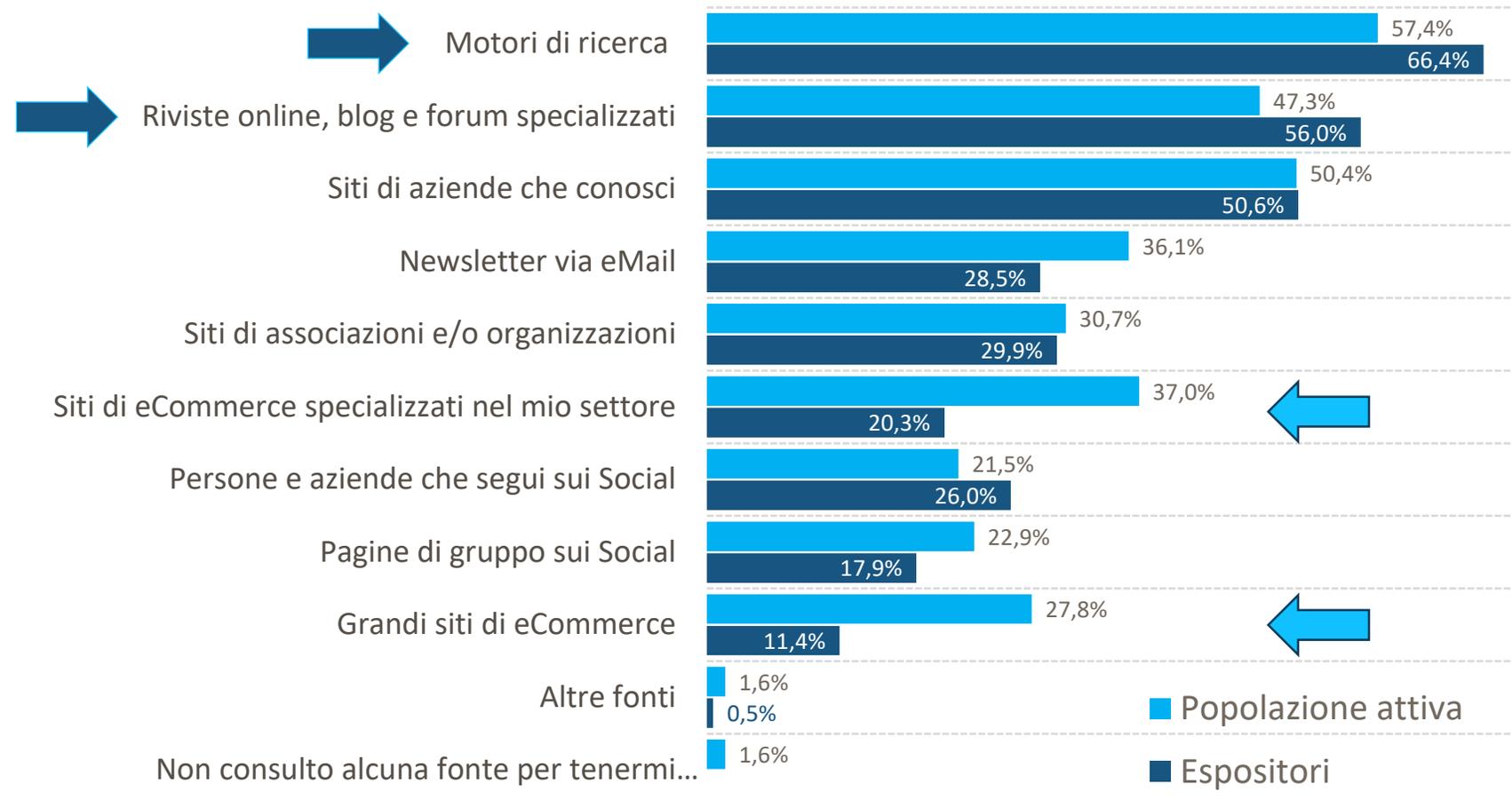
Pensa ai diversi modi in cui ti tieni aggiornato sulle novità che riguardano il tuo settore lavorativo (innovazioni di prodotti e tecnologie; nuovi soggetti che entrano nel mercato, evoluzioni e scenari futuri): quali sono le fonti tramite cui apprendi e ti informi sulle novità del tuo settore lavorativo?

Base: totale campione OpLine, 905 casi; totale campione FFM, 1523 casi.



Le fonti **ONLINE** di riferimento per l'informazione professionale

Canali e occasioni di informazione e aggiornamento sul mezzo digitale



Quando si passa a considerare solo l'Online, i due campioni hanno riferimenti più simili anche se alcune differenze rimangono evidenti. I siti di eCommerce, in particolare i grandi siti generalisti, ricevono un'attenzione molto maggiore dal campione di popolazione attiva rispetto agli espositori di Fiera Milano.

Interessante il ruolo svolto dai siti Web di aziende conosciute, un vero e proprio nuovo mezzo di comunicazione, di peso comparabile alle riviste online e superiore alle realtà associative.

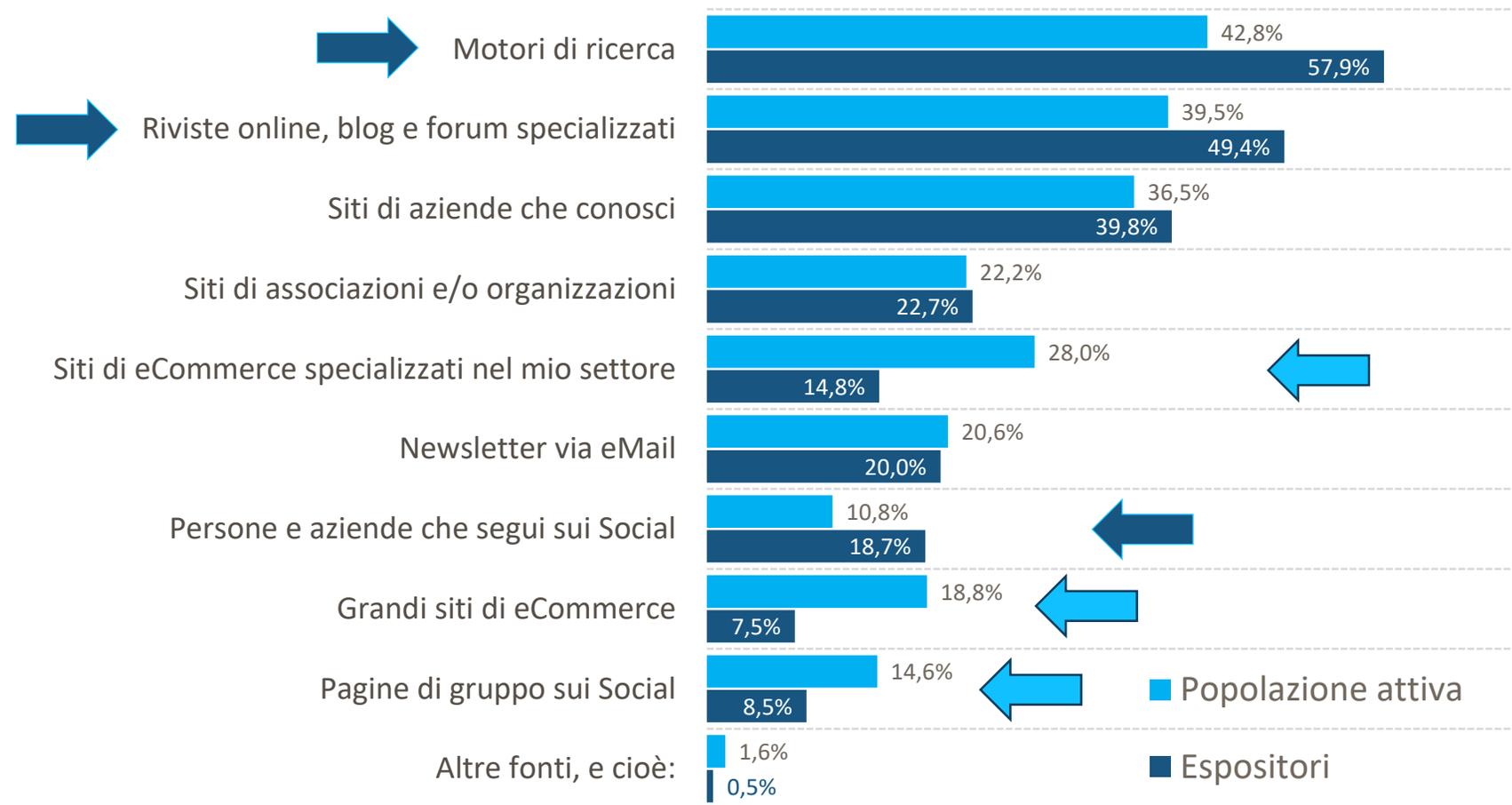
Quali di queste fonti di informazione online consulti e utilizzi per tenerti aggiornato su argomenti che riguardano il tuo settore lavorativo?

Base: totale campione OpLine, 905 casi; totale campione FFM, 1523 casi.



Le fonti **ONLINE** più preziose per l'informazione professionale

Scelta dei canali e delle occasioni di informazione e aggiornamento più importanti sul mezzo digitale



La preferenza per le fonti dipende dal campione e molte differenze risultano significative: gli espositori di Fiera Milano segnalano con maggior frequenza l'importanza di Google, delle riviste online e della presenza sui social di persone e aziende.

Viceversa, il campione di popolazione attiva cita in maggior misura i siti di eCommerce specializzati e generalisti e la presenza della propria azienda sui social.

Ci hai indicato tante fonti diverse. Quali sono le **tre fonti** che ritieni più importanti per informarti nel tuo lavoro?

Base: totale campione OpLine, 905 casi; totale campione FFM, 1523 casi.

