

# Osservatorio sulle tabaccherie 2026

## La tabaccheria come hub sociale

Documento completo relativo al sondaggio<sup>1</sup>

### 1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

### 2 Soggetto committente

FIT – Federazione Italiana Tabaccai

### 3 Soggetto acquirente

FIT – Federazione Italiana Tabaccai

### 4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Aprile - Maggio 2026

---

<sup>1</sup> 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.

**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.

Unità locale  
Via Sebastiano Caboto 22A  
33170 Pordenone, Italia

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



## **5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato<sup>2</sup>**

[https://www.tabaccai.it/index.php?option=com\\_content&id=1012&Itemid=1](https://www.tabaccai.it/index.php?option=com_content&id=1012&Itemid=1)

## **6 Data di pubblicazione del sondaggio**

21 settembre 2026.

## **7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio<sup>3</sup>**

Approfondire il valore della figura del tabaccaio come presidio locale, verificando se venga percepito come punto di riferimento affidabile e come elemento di sicurezza e riconoscibilità nella comunità.

## **8 Popolazione di riferimento**

Campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana oltre 18 anni, formato dagli utilizzatori delle tabaccherie.

## **9 Estensione territoriale del sondaggio**

Territorio nazionale

## **10 Metodo di campionamento<sup>4</sup>**

Campione a due stadi (popolazione italiana e popolazione italiana / utilizzatrice tabaccherie), stratificato, a probabilità costante negli strati.

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

Domini di studio del campione: aree geografiche (Nord Ovest; Nord Est; Centro; Sud/Isole); Fascia di densità abitativa (fino a 5.000 abitanti, tra

---

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

<sup>3</sup> *Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).*

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

5.000 e 50.000 abitanti, tra 50.000 e 100.000 abitanti, oltre 100.0000 abitanti).

## 12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste via web somministrate con il Sistema Cawi (Computer assisted web interview).

## 13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria complessiva: 1.600 casi (1.600 interviste a buon fine). Intervallo di confidenza 95% (Errore +2,5%).

## 14 Testo integrale delle domande<sup>5</sup>

**2. Con quale frequenza (da 0 a 5 in cui 0 sta per nulla frequente e 5 molto frequente) entra in tabaccheria per i seguenti servizi?**

|                                              | Per nulla<br>frequente | Molto<br>frequente |
|----------------------------------------------|------------------------|--------------------|
| A. Acquistare prodotti del tabacco           |                        |                    |
| B. Ricariche telefoniche                     |                        |                    |
| C. Ricarica carte prepagate (es. Postepay)   |                        |                    |
| D. Pagamento bollettini postali o bancari    |                        |                    |
| E. Pagamento multe                           |                        |                    |
| F. Lotto                                     |                        |                    |
| G. Superenalotto / WIN4LIFE / Gratta e Vinci |                        |                    |
| H. Corner scommesse (sportive e non)         |                        |                    |
| I. Acquistare biglietti trasporto            |                        |                    |
| J. Ritiro/spedizione pacchi                  |                        |                    |

---

<sup>5</sup> Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

- K. Carte regalo
- L. Servizi PagoPa
- M. Acquistare snack/bevande
- N. Ricaricare tessere di trasporto
- O. Acquistare prodotti di cancelleria/articoli regalo o gadget
- P. Acquistare biglietti per eventi
- Q. Servizi di stampa e fotocopia documenti
- R. Acquisto valori bollati e marche da bollo
- S. Info point per burocrazie e servizi pubblici o di quartiere
- T. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**4. Come valuta la fruizione di questi servizi in tabaccheria rispetto alla fruizione in altri punti (poste, banche, etc.) in termini di:**

|                                                           | Migliore | Uguale | Peggior |
|-----------------------------------------------------------|----------|--------|---------|
| Comodità della posizione della tabaccheria                |          |        |         |
| Velocità del servizio della tabaccheria                   |          |        |         |
| Semplicità del servizio in tabaccheria                    |          |        |         |
| Disponibilità dei servizi che mi occorrono in tabaccheria |          |        |         |
| Cortesia del tabaccaio (ovvero del tabaccaio)             |          |        |         |
| Professionalità del personale (ovvero del tabaccaio)      |          |        |         |

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**5. Quando entra in tabaccheria acquista spesso anche altro rispetto al motivo principale per il quale è entrato?**

- Sempre
- Spesso
- Raramente
- Mai

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**7. DOMANDA IN SERIE STORICA. (A chi ha dato un voto uguale o superiore a 6 alla domanda precedente) Quali disagi creerebbe?**

- A. È l'unico luogo che offre servizi finanziari nel mio quartiere/paese (Bollette, bonifici bancari)
- B. Non avrei più un posto -ovvero non ci sarebbe più un posto nel mio paese/quartiere dove praticare i giochi che preferisco (LOTTO, WIN4LIFE, scommesse sportive)
- C. La tabaccheria è un luogo dove mi posso incontrare con i vicini, con le altre persone del quartiere (del paese), perderemmo tutti qualcosa se venisse meno.
- D. Avrei difficoltà nell'acquistare prodotti di uso quotidiano (bevande, snack, giornali o prodotti per la pulizia domestica, etc).
- E. Creerebbe disagi per gli anziani o le persone a mobilità ridotta che dovrebbero recarsi in posti più scomodi, più lontani per fare le medesime cose che attualmente fanno da tabaccaio amico.
- F. Dovrei fare più fila in altri punti erogatori degli stessi servizi (es. poste)
- G. Dovrei utilizzare servizi online più complessi
- H. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 68%**

**8. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni rispetto alla tabaccheria?**

- |                                                                                      | Molto<br>d'accordo | Abbastanza<br>d'accordo | Poco<br>d'accordo | Per nulla<br>d'accordo |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|
| A. È un punto di riferimento per la comunità (per il suo quartiere, il suo paese...) |                    |                         |                   |                        |
| B. È uno dei servizi più presenti nel quartiere (paese, territorio...)               |                    |                         |                   |                        |
| C. Favorisce relazioni tra persone                                                   |                    |                         |                   |                        |
| D. Rende il quartiere più vivo                                                       |                    |                         |                   |                        |
| E. È un luogo dove si scambiano informazioni sul quartiere                           |                    |                         |                   |                        |

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**10. Quale aspetto della tabaccheria la fa sentire più sicuro nel frequentare il quartiere?**

- A. Presenza costante per via degli orari piuttosto lunghi
- B. Negozio sempre illuminato
- C. La frequentazione assidua di persone che entrano ed escono
- D. La conoscenza tra il tabaccaio e i clienti
- E. Controllo informale del territorio (Il tabaccaio e i clienti abituali osservano ciò che accade nel quartiere, contribuendo a una forma di vigilanza spontanea)
- F. Punto di appoggio in caso di necessità (In situazioni di difficoltà o emergenza, i cittadini possono rivolgersi al negozio aperto per chiedere aiuto o assistenza)
- G. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 72%**

**11. Quando acquisti o vende online, da dove preferisce spedire o dove preferisce ricevere i pacchi? Migliorata**

- A. A casa
- B. In un punto di ritiro come la tabaccheria
- C. In locker automatici (Non appartenenti alla tabaccheria)
- D. Sul luogo di lavoro
- E. In centri specializzati per servizio pacchi (es. Mailboxes...)
- F. Presso un vicino o portineria
- G. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**12. È al corrente che anche in tabaccheria è possibile ricevere e spedire pacchi?**

- Sì
- No
- Sì, ma la tabaccheria presso cui mi reco abitualmente non offre questo servizio

**TOTALE RISPONDENTI 50%**

**13. Per quali motivi preferisce il servizio pacchi della tabaccheria?**

- A. Vicinanza a casa
- B. Vicinanza a luogo di lavoro o università
- C. Comodità degli orari
- D. Maggiore sicurezza rispetto a farsi lasciare un pacco a casa
- E. Evito problemi con la consegna a domicilio
- F. Possibilità di ritirare quando si preferisce
- G. Non è necessario prendere un appuntamento
- H. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 50%**

**14. Il servizio di ritiro o spedizione pacchi le capita di utilizzarlo anche quando entra in tabaccheria per altri motivi?**

- Sì
- No

**TOTALE RISPONDENTI 50%**

**17. Quali prodotti alternativi al tabacco tradizionale utilizza più spesso o ha utilizzato negli ultimi 12 mesi?**

- A. Sigarette elettroniche
- B. Prodotti a tabacco riscaldato (es. IQOS, Glo, Vuse etc.)
- C. Dispositivi usa e getta (es. puff)
- D. Tabacco sfuso
- E. Sigari e sigaretti
- F. Non uso prodotti alternativi a tabacco tradizionale
- G. Non fumo

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**19. Quali iniziative le renderebbero più interessante la scoperta di nuovi prodotti in tabaccheria?**

- A. Informazioni sui prodotti disponibili
- B. Dimostrazioni o spiegazioni sul funzionamento
- C. Promozioni o offerte
- D. Eventi informativi
- E. Newsletter
- F. Canali Whatsapp/Telegram etc.
- G. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**20. Quanto è determinante nella sua scelta di una tabaccheria che essa offra una gamma ampia di prodotti, sia tradizionali sia innovativi?**

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**21. Quanto ritiene che il tabaccaio della tabaccheria dove si reca abitualmente eserciti la propria attività in modo innovativo?**

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**23. In quali modi preferirebbe essere informato sui nuovi prodotti, promozioni e tutto ciò che concerne i servizi della tabaccheria da lei più frequentata?**

- A. Direttamente dal tabaccaio nel punto vendita
- B. Cartelli o materiali informativi nel negozio
- C. Social media (Instagram, Facebook ecc.)
- D. Messaggi su smartphone o app
- E. Sito web della tabaccheria
- F. Altro
- G. Non sono interessato a ricevere comunicazioni

**TOTALE RISPONDENTI 100%**