Format srl - ricerche

Documento completo relativo al sondaggio[1]

(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)

1.TITOLO DEL SONDAGGIO

INDAGINE SUI CONSUMI: SALDI GENNAIO 2012 (COMMERCIANTI)

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Format srl

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia.

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia.

5. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

Dal 24 novembre al 2 dicembre 2011.

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Format srl - ricerche

6. MEZZO/MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI È PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO[2] (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

Ansa
Asca
Altalex

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

4 gennaio 2012

8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*)

Indagine di opinione sui consumi degli italiani in occasione dei saldi di gennaio 2012.

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Imprese italiane del commercio al dettaglio.

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

[2] Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento.
[3] Nel definire l'estensione territoriale del sondaggio è possibile scegliere tra due opzioni, la prima con l'elenco dei comuni oggetto della rilevazione, la seconda con il numero dei comuni suddiviso per area geografica.

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

ANCONA
ANDRIA
AOSTA
ASTI
AVELLINO
AVEZZANO
AVIGLIANO UMBRO
AVOLA
BARI
BARI SARDO
BARIANO
BOLOGNA
BOLZANO
CALTANISSETTA
CALTAVUTURO
CALTIGNAGA
CALUSCO D'ADDA
CALUSO
CALVELLO
CATANIA
CATANZARO
CAVASO DEL TOMBA
CAVASSO NUOVO
CAVERNAGO
CECCANO
CECINA
CEDEGOLO
CEFALU'
CEGLIE MESSAPICA
CELANO
CELENZA VALFORTORE
CELLAMARE
CELLARA
CELLATICA
CELLE LIGURE
CELLENO
CERAMI
CERANESI
CERANO
CERDA
CEREA
CERETE
CERIALE
CERIANO LAGHETTO
CERIGNOLA
CERNOBBIO

[4] Inserire, nella casella di testo, l'elenco dei comuni in formato tabella.

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti					
più di 5mila abitanti					
fino a 10mila abitanti					
tra 10mila e 100mila abitanti					
più di 100mila abitanti					
Totale					

11. METODO DI CAMPIONAMENTO *(inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione)*

Campione probabilistico rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio al dettaglio.
Estrazione casuale senza ripetizione.
Domini di studio del campione: Area geografica: n. 4 classi (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

12. RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio al dettaglio. Intervallo di confidenza 95% (Errore +/-5,0%).

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview).

[5] La suddivisione geografica delle Regioni segue la ripartizione dell' Istat:

- Nord Ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- Nord Est: Bolzano-Bozen, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
- Centro: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- Sud e Isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

14. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE;

Non reperibili	cifra ……287	% ……32,50
Rifiuti	cifra ……195	% ……22,10
Sostituzioni	cifra ……482	% ……54,60
Totale interviste effettuate	cifra ……400	% ……45,40

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

(*Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)*

A1. Si è parlato spesso sulla stampa di liberalizzazione totale dei saldi, Lei sarebbe d'accordo con una liberalizzazione totale dei saldi? (Una risposta)
• Sì
• No
Rispondenti: 100%

A2. Secondo lei i saldi liberi porterebbero ad un aumento dei consumi, ossia a maggiore vendite? (Una risposta)
• Sicuramente Sì
• Probabilmente Sì
• Sicuramente No
Rispondenti: 100%

A3. Secondo Lei i saldi liberi porterebbero ad una maggiore convenienza sul fronte prezzi per i consumatori? (Una risposta)
• Sicuramente Sì
• Probabilmente Sì
• Sicuramente No
Rispondenti: 100%

A4. Qual è la media di sconto (in percentuale) che proporrà negli articoli a saldo? (non leggere gli item, risposta spontanea)
• Meno del 20%
• dal 20% al 30%
• dal 30% al 40%
• dal 40% al 50%
• oltre il 50%
Rispondenti: 100%

A6. Come giudica la qualità dei prodotti che vengono venduti nei periodi dei saldi? (Una risposta)
• Molto buona
• Abbastanza buona
• Scadente
• Del tutto scadente
Rispondenti: 100%

A6a. Lei prevede che per la prossima stagione dei saldi il suo negozio sarà visitato …?
• In misura maggiore
• In eguale misura
• In misura inferiore
Rispondenti: 100%

A6b. Durante il periodo dei saldi invernali il suo negozio è visitato da nuovi clienti?
• Sì

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

[6] Inserire, nella casella di testo, l'elenco di tutte le domande.