

## **DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO**

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002, e 237/03/CSP, su G.U. 285 del 9 dicembre 2003)

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autore :</b>                                              | Indicod-Ecr                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Committente:</b>                                          | Indicod-Ecr                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Tipo di rilevazione:</b>                                  | Sondaggio di opinione tramite interviste online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Oggetto del sondaggio</b>                                 | Sondaggio su opinioni relative all'economia, all'andamento della propria attività e a temi di carattere generale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Universo di riferimento</b>                               | Industria manifatturiera e commercio all'ingrosso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Unità intervistate</b>                                    | 991 casi selezionati da 1017 rispondenti su 34000 contatti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Tipo di campione e criteri di estrazione</b>              | Questionario inviato ai soci Indicod-ecr dotati di posta elettronica (34000 casi). Estrazione del campione fra i 1017 rispondenti secondo criteri prestabiliti; campione rappresentativo del settore manifattura e commercio all'ingrosso. Campione post-stratificato secondo le dimensioni di settore di appartenenza, area geografica e dimensione d'impresa (fatturato). Riponderazione all'universo tramite pesi basati sul censimento Istat delle imprese industriali e dei servizi. |
| <b>Estensione territoriale</b>                               | Tutto il territorio nazionale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Date di realizzazione sondaggio</b>                       | 25 giugno 2010 – 23 luglio 2010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Metodo di raccolta delle informazioni</b>                 | La rilevazione è stata effettuata in modalità elettronica: a tutti gli associati che disponevano di un indirizzo e-mail, è stato inviato un messaggio di posta elettronica contenente una breve presentazione del progetto ed un indirizzo internet al quale collegarsi per la compilazione del questionario.                                                                                                                                                                             |
| <b>Margine di errore massimo (livello di confidenza 95%)</b> | +/- 3.1% totale campione. Quando riportati separatamente, a livello di manifattura l'errore massimo è del 3.6% e per il commercio all'ingrosso è del 6.4%.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Verifica della coerenza delle risposte</b>                | Il questionario viene scritto in apposito linguaggio informatico che contiene i controlli di coerenza che si attivano all'atto della compilazione del questionario stesso.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

**I dati relativi alla grande distribuzione non hanno la pretesa di rappresentare l'universo.**

## QUESTIONARIO

### OSSERVATORIO ECONOMICO SUGLI ASSOCIATI INDICOD-ECR

Percezioni per il I semestre 2010 e attese per il II semestre 2010 – tot. rispondenti

■ Ruolo ricoperto dal rispondente all'interno dell'impresa:

- ☐ Titolare o socio ☐ Responsabile marketing  
☐ Presidente, direttore, amministratore ☐ Responsabile acquisti  
☐ Responsabile amministrativo ☐ Altro (specificare) \_\_\_\_\_  
☐ Responsabile commerciale

#### PRIMA SEZIONE – IL CONTESTO NAZIONALE

1. Negli ultimi sei mesi, a suo parere la situazione economica generale dell'Italia è:

Migliorata ☐ Rimasta stabile ☐ Peggiorata ☐ Non so ☐ (0.8%)

1.1 Nei prossimi sei mesi, a suo parere la situazione economica generale dell'Italia:

Migliorerà ☐ Rimarrà stabile ☐ Peggiorerà ☐ Non so ☐ (3.8%)

2. Negli ultimi sei mesi, a suo parere la situazione economica del settore di appartenenza della sua impresa è:

Migliorata ☐ Rimasta stabile ☐ Peggiorata ☐ Non so ☐ (0.2%)

2.1 Nei prossimi sei mesi, a suo parere la situazione economica del settore di appartenenza della sua impresa:

Migliorerà ☐ Rimarrà stabile ☐ Peggiorerà ☐ Non so ☐ (4.7%)

3. Rispetto ad un anno fa, i prezzi al consumo in Italia sono cresciuti del 2.1%. Nei prossimi 12 mesi, che variazione (percentuale) dei prezzi al consumo si aspetta?

\_, \_%

4. A suo giudizio, qual è stata la variazione percentuale dei prezzi al consumo del settore di appartenenza della sua impresa negli ultimi 12 mesi?

\_, \_%

5. Quale pensa sarà la variazione percentuale dei prezzi al consumo del settore di appartenenza della sua impresa nei prossimi 12 mesi?

\_, \_%

#### SECONDA SEZIONE - L'IMPRESA

6. Negli ultimi sei mesi, ritiene che il giro d'affari della sua impresa sia:

Aumentato ☐ Rimasto stabile ☐ Diminuito ☐ Non so ☐ (0.5%)

6.1 Di quanto è variato il giro d'affari?

Esprimere la variazione in percentuale \_ , \_%

6.2. Nei prossimi sei mesi, ritiene che il giro d'affari della Sua impresa:

Aumenterà ☐ Rimarrà stabile ☐ Diminuirà ☐ Non so ☐ (4.4%)

6.3 Di quanto varierà il giro d'affari ?

Esprimere la variazione in percentuale \_ , \_%

7. In che proporzione le vendite della sua impresa sono dirette al mercato italiano?

\_,\_%

7.1 Ed in che proporzione le vendite della sua impresa sono dirette al mercato estero? La somma delle vendite interne ed estere deve essere pari a 100%.

\_,\_%

8. Negli ultimi sei mesi, come sono variate le vendite della sua impresa?

|                          | Aumentate             | Rimaste<br>Stabili    | Diminuite             | Non<br>pertinente     | Non so                       |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| Vendite totali           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (0.8%) |
| Vendite mercato italiano | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (0.4%) |
| Vendite mercato estero   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (4.3%) |

8.1 Nei prossimi sei mesi, a suo parere come varieranno le vendite della sua impresa?

|                          | Aumentate             | Rimaste<br>Stabili    | Diminuite             | Non<br>pertinente     | Non so                       |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| Vendite totali           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (4.7%) |
| Vendite mercato italiano | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (4.5%) |
| Vendite mercato estero   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (8.4%) |

9. Come valuta il volume delle giacenze di prodotti finiti della sua impresa?

| Alto                  | Normale               | Basso                 | Non so                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (3.2%) |

10. Pensando ai beni (materie prime/semilavorati per le imprese manifatturiere e prodotti finiti per le imprese del commercio) e servizi acquistati per lo svolgimento dell'attività economica della sua impresa, ritiene che ...

10.1 i prezzi di acquisto negli ultimi sei mesi siano:

|         | Aumentati             | Rimasti stabili       | Diminuiti             | Non so                       |
|---------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| beni    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (2.0%) |
| servizi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (2.1%) |

10.2 E per i prossimi sei mesi, si aspetta che i prezzi di acquisto di ...

|         | Aumenteranno          | Rimarranno stabili    | Diminuiranno          | Non so                       |
|---------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| beni    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (4.5%) |
| servizi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (4.6%) |

11. Negli ultimi sei mesi, a suo giudizio i prezzi di vendita della sua impresa sono:

| Aumentati             | Rimasti stabili       | Diminuiti             | Non so                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (0.3%) |

11.1 A suo giudizio, qual è stata la variazione percentuale dei prezzi di vendita?

\_,\_%

11.2 Per i prossimi sei mesi, come reputa varieranno i prezzi di vendita della sua impresa?

| Aumenteranno          | Rimarranno stabili    | Diminuiranno          | Non so                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> (3.1%) |

11.3 A suo giudizio, qual sarà la variazione percentuale dei prezzi di vendita?

\_,\_%

12. Negli ultimi sei mesi, ritiene che la pressione promozionale della sua impresa sia:

Aumentata ☐ Rimasta stabile ☐ Diminuita ☐ Non so ☐ (6.4%)

12.1 Nei prossimi sei mesi, ritiene che la pressione promozionale della sua impresa:

Aumenterà ☐ Rimarrà stabile ☐ Diminuirà ☐ Non so ☐ (7.4%)

13. Negli ultimi sei mesi, a suo parere gli investimenti per pubblicità sostenuti dalla sua impresa sono:

Aumentati ☐ Rimasti stabili ☐ Diminuiti ☐ Non so ☐ (7.1%)

13.1 Nei prossimi sei mesi, a suo parere gli investimenti per pubblicità sostenuti dalla sua impresa:

Aumenteranno ☐ Rimarranno stabili ☐ Diminuiranno ☐ Non so ☐ (8.2%)

14. Negli ultimi sei mesi, il numero di occupati della sua impresa (incluso oltre al tempo indeterminato, anche i contratti a tempo determinato, a progetto, ecc.) è:

Aumentato ☐ Rimasto stabile ☐ Diminuito ☐ Non so ☐ (1.3%)

14.1 Nei prossimi sei mesi, il numero di occupati della sua impresa (incluso oltre al tempo indeterminato, anche i contratti a tempo determinato, a progetto, ecc.):

Aumenterà ☐ Rimarrà stabile ☐ Diminuirà ☐ Non so ☐ (2.8%)

15. Negli ultimi sei mesi, ritiene che gli investimenti effettuati dalla sua impresa siano:

Aumentati ☐ Rimasti stabili ☐ Diminuiti ☐ Non so ☐ (1.8%)

15.1 Nei prossimi sei mesi, ritiene che gli investimenti effettuati dalla sua impresa:

Aumenteranno ☐ Rimarranno stabili ☐ Diminuiranno ☐ Non so ☐ (3.4%)

---

## IL RILANCIO DEI CONSUMI

16. Quanto è d'accordo che le seguenti iniziative possano contribuire al rilancio dei consumi di beni grocery in Italia? [1(per niente) – 5 (molto)]

- Riduzione IVA su beni grocery
- Sostegno dell'impiego femminile e dei giovani per aumentare il reddito del nucleo familiare
- Maggiore liberalizzazioni settoriali (carburanti, assicurazioni, farmaci...)
- Miglioramento dell'esperienza d'acquisto del consumatore a punto vendita
- Sviluppo di nuovi formati urbani e offerta di prodotti rispondenti alle nuove esigenze della popolazione (invecchiamento, maggior presenza di stranieri,...)
- Aumento delle promozioni
- Incremento dell'utilizzo dei sistemi di pagamento non in contanti (es. carte di credito)
- Sviluppo dell'offerta eco-sostenibile (materie prime, packaging, trasporto,...)
- Sostegni del Governo mirato al consumo di prodotti grocery per le famiglie a reddito medio basso
- Altro specificare

17. Produttori e distributori uniti insieme possano avere un ruolo determinante nella promozione e sviluppo di quali delle già citate iniziative?

- Riduzione IVA su beni grocery
- Sostegno dell'impiego femminile e dei giovani per aumentare il reddito del nucleo familiare
- Maggiore liberalizzazioni settoriali (carburanti, assicurazioni, farmaci...)
- Miglioramento dell'esperienza d'acquisto del consumatore a punto vendita

- Sviluppo di nuovi formati urbani e offerta di prodotti rispondenti alle nuove esigenze della popolazione (invecchiamento, maggior presenza di stranieri,...)
- Aumento delle promozioni
- Incremento dell'utilizzo dei sistemi di pagamento non in contanti (es. carte di credito)
- Sviluppo dell'offerta eco-sostenibile (materie prime, packaging, trasporto,...)
- Sostegni del Governo mirato al consumo di prodotti grocery per le famiglie a reddito medio basso
- Altro specificare

**18. La collaborazione tra produttori e distributori potrebbe aiutare l'aumento dei consumi di prodotti grocery attraverso la....?**

- Riduzione costi logistici e di filiera (standardizzazione codici,...)
- Migliore gestione delle categorie merceologiche (category management)
- Gestione coordinata dello scaffale e dell'offerta all'interno del punto vendita
- Condivisione dati di vendita per migliorare la segmentazione dei clienti (es. iniziative di marketing diretto)
- Cooperazione per migliorare il processo e l'efficacia dell'inserimento di prodotti innovativi
- Realizzazione di campagne nazionali di marketing congiunti per stimolare i consumi

**L'IMPRESA**

■ Indicare l'ubicazione dell'impresa:  
☐ Nord ☐ Centro ☐ Meridione ☐ Isole

■ Indicare il settore di attività prevalente\* dell'impresa:  
☐ Settori food  
☐ Settori non food  
*\* attività che contribuisce con la quota maggiore alla formazione del giro d'affari dell'impresa*

■ Indicare la classe di addetti\* dell'impresa:  
☐ da 1 a 9 ☐ da 50 a 249 ☐ da 500 a 1000  
☐ da 10 a 49 ☐ da 250 a 499 ☐ Oltre 1000

*\* si includano il titolare/i titolari (anche il socio/i soci se svolgono un'attività lavorativa presso l'impresa)*

■ Indicare la classe di fatturato dell'impresa:  
sino a 500.000,00  
" 1.000.000,00  
" 5.000.000,00  
" 30.000.000,00  
" 130.000.000,00  
" 500.000.000,00  
" 5.000.000.000,00

## **ESTENSIONE TERRITORIALE (Elenco delle province)**

|               |                 |
|---------------|-----------------|
| Agrigento     | Novara          |
| Alessandria   | Nuoro           |
| Ancona        | Oristano        |
| Ascoli Piceno | Palermo         |
| L'Aquila      | Piacenza        |
| Arezzo        | Padova          |
| Asti          | Pescara         |
| Avellino      | Perugia         |
| Bari          | Pisa            |
| Bergamo       | Pordenone       |
| Biella        | Prato           |
| Belluno       | Parma           |
| Benevento     | Pistoia         |
| Bologna       | Pesaro e Urbino |
| Brindisi      | Pavia           |
| Brescia       | Potenza         |
| Bolzano       | Ravenna         |
| Cagliari      | Reggio Calabria |
| Campobasso    | Reggio Emilia   |
| Caserta       | Ragusa          |
| Chieti        | Roma            |
| Caltanissetta | Rimini          |
| Cuneo         | Rovigo          |
| Como          | Salerno         |
| Cremona       | Siena           |
| Cosenza       | Sondrio         |
| Catania       | La Spezia       |
| Catanzaro     | Siracusa        |
| Enna          | Sassari         |
| Forlì' Cesena | Savona          |
| Ferrara       | Taranto         |
| Foggia        | Teramo          |
| Firenze       | Trento          |
| Frosinone     | Torino          |
| Genova        | Trapani         |
| Gorizia       | Terni           |
| Grosseto      | Trieste         |
| Imperia       | Treviso         |
| Isernia       | Udine           |
| Crotone       | Varese          |
| Lecco         | Verbano Cusio   |
| Lecce         | Ossola          |
| Livorno       | Vercelli        |
| Lodi          | Venezia         |
| Latina        | Vicenza         |
| Lucca         | Verona          |
| Macerata      | Viterbo         |
| Messina       | Vibo Valentia   |
| Milano        |                 |
| Mantova       |                 |
| Modena        |                 |
| Massa         |                 |
| Napoli        |                 |