

## DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO

(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)

**Titolo del sondaggio:** "L'Osservatorio annuale 2013. La fiducia in tempo di crisi"

**Soggetto che ha realizzato il sondaggio:** IPSOS Srl

**Soggetto committente:** Findomestic

**Soggetto acquirente:** Findomestic

**Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio:** 9-14 novembre 2012

**Mezzo/Mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio**

- *Il Sole 24 Ore, Il Corriere della Sera, MF – Milano e Finanza, Il Giornale, L'Avvenire, L'Eco di Bergamo, Brand News, Finanza&Mercati, Guidaviaggi.it, Il Giornale di Brescia, Toptrade.it, Gdoweeek.it, ltespresso.it, Virgilio.it, Wallstreetitalia.com, Moto Dealer News, MF-DJ, ANSA, Il Sole 24 Ore Radiocor, osservatoriofindomestic.it*

**Data di pubblicazione o diffusione:** 3-4 dicembre 2012

**Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio** (economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.): economia e società

**Popolazione di riferimento:** popolazione attiva 18-64enne + pensionati e cassaintegrati nella medesima classe di età (fonte: Istat 2011)

**Estensione territoriale del sondaggio:** estensione nazionale. (in allegato A è specificato l'elenco dei Comuni presso i quali è stata effettuata almeno un'intervista)

**Metodo di campionamento** (inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione): campione casuale rappresentativo dell'universo di riferimento stratificato per quote di sesso per area geografica, sesso per età, titolo di studio. Al campione in rientro è stata applicata una ponderazione (con metodo RIM weighting) per le variabili di sesso per età, sesso per area geografica e titolo di studio.

**Rappresentatività del campione e margine di errore:** il livello di rappresentatività del campione è del 95% e il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è compreso fra +/- 0,9% e +/- 4,3% per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (499 casi).

**Metodo di raccolta alle informazioni:** sondaggio di opinione tramite interviste online (CAWI)

**Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate:**

Interviste complete	499	5.0%
Rifiuti	9054	91.0%
Sostituzioni	401	4.0%
Totale contatti effettuati	9954	100%

**S1. Lei è:**

Uomo	1	
Donna	2	

Non sa = 0%

Totale rispondenti = 100%

## S2. Potrebbe gentilmente indicarmi la sua età?

[....]

Non sa = 0%

Totale rispondenti = 100%

## S3. In che regione abita?

Valle d'Aosta	1
Piemonte	2
Lombardia	3
Liguria	4
Trentino Alto Adige	5
Friuli Venezia Giulia	6
Veneto	7
Emilia Romagna	8
Toscana	9
Umbria	10
Marche	11
Lazio	12
Abruzzo	13
Molise	14
Campania	15
Basilicata	16
Calabria	17
Puglia	18
Sicilia	19
Sardegna	20

Non sa = 0%

Totale rispondenti = 100%

## S4. Qual è la Sua professione attuale? (singola)

### ATTIVI

1. *imprenditore*
2. *libero professionista*
3. *commerciante/esercente*
4. *artigiano*
5. *agricoltore*
6. *proprietario, con rendita*
7. *altro lavoro autonomo*
8. *insegnante/docente*
9. *dirigente, alto funzionario*
10. *quadro intermedio*
11. *impiegato pubblico*
12. *impiegato privato*
13. *militare, paramilitare*
14. *religioso*
15. *operaio/esecutivo/commesso/bracciante*
16. *altro lavoro dipendente*

### NON ATTIVI

17. *cassa integrazione*
18. *pensionato*
19. *disoccupato/in cerca di prima occupazione*
20. *studente*
21. *casalinga*
22. *altro non occupato*
23. *non indica = 0% ..... Totale rispondenti = 100%*

**S5. Qual è l'ultimo titolo di studio che ha conseguito? (singola)**

**LAUREATI**

1. Dottorato
2. Master post laurea specialistica /quadriennale
3. Laurea specialistica /laurea vecchio ordinamento
4. Master post laurea breve
5. Laurea breve (3 anni)

**NON LAUREATI**

6. Attualmente iscritto all'università
7. Diploma scuola media superiore
8. Licenza scuola media inferiore
9. Licenza elementare
10. Non indica = 1% ..... Totale rispondenti = 99%

**4. Vorrei che lei ora pensasse alla situazione italiana nel suo complesso: economica, politica e sociale. In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso?**

**Per rispondermi vorrei che lei desse un voto fra 1 e 10 ove 1 rappresenta il suo più basso grado di soddisfazione e 10 il suo più alto grado di soddisfazione. Naturalmente può usare anche un voto intermedio.**

GRADO DI SODDISFAZIONE Voti 1-10 \_\_\_\_\_

Non sa = 0%                      Totale rispondenti = 100%

**1. Parliamo del concetto di fiducia in generale. Se pensa alla fiducia quali sono le prime cose che le vengono in mente? Cosa le genera fiducia?**

Non sa/Non indica = 9%                      Totale rispondenti = 91%

**2. Quali sono gli elementi su cui è necessario investire di più per recuperare fiducia e superare il difficile momento che stiamo vivendo? Indichi al massimo tre elementi (precodifica random)**

- Scuola
- Stato
- Aziende
- Scienza
- Medicina
- Tecnologia
- Sostenibilità
- Coinvolgimento e condivisione di idee e valori
- Rispetto delle regole
- Riutilizzo, riciclo
- Meritocrazia
- Anticonformismo, approccio alternativo
- Autenticità
- Competenza
- Coraggio, capacità di assumersi rischi, di osare
- Altro e cioè \_\_\_\_\_
- Niente in particolare
- Non sa = 0%                      Totale rispondenti = 100%

**3. Sempre alla luce della difficile congiuntura che stiamo attraversando, secondo lei è preferibile una società ... (item random)**

Attenta al futuro prossimo	3	2	1	0	1	2	3	Attenta al futuro remoto	Non sa = 0% Tot. Risp. = 100%
-------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------	----------------------------------

Verticale (con ruoli e responsabilità gerarchicamente definiti)	3	2	1	0	1	2	3	Orizzontale (con ruoli e responsabilità meno definiti e che si alternano nel tempo)	Non sa = 0% Tot. Risp. = 100%
Incentrata sul singolo individuo	3	2	1	0	1	2	3	Incentrata sulla comunità di appartenenza	Non sa = 0% Tot. Risp. = 100%
Attenta ai valori tradizionali	3	2	1	0	1	2	3	In trasformazione continua	Non sa = 0% Tot. Risp. = 100%
Locale	3	2	1	0	1	2	3	Globale	Non sa = 0% Tot. Risp. = 100%
Organizzata, ordinata	3	2	1	0	1	2	3	Aperta, fluida	Non sa = 0% Tot. Risp. = 100%

#### 4. Lei è una persona che ...

- ⇒ **In se stessa** → Non indica = 3% Totale rispondenti = 97%
- ⇒ **Nel Suo partner** → Non indica = 11% Totale rispondenti = 89%
- ⇒ **Nei Suoi familiari** → Non indica = 3% Totale rispondenti = 97%
- ⇒ **Nei Suoi amici** → Non indica = 2% Totale rispondenti = 98%
- ⇒ **Nella comunità di persone con cui interagisce dove vive** → Non indica = 2% Totale rispondenti = 98%
- ⇒ **Nei Suoi colleghi di lavoro** → Non indica = 3% Totale rispondenti = 97%
- ⇒ **Nei Suoi superiori** → Non indica = 5% Totale rispondenti = 95%
- ⇒ **Nelle istituzioni locali quali regione, provincia, comune** → Non indica = 2% Totale rispondenti = 98%
- ⇒ **Nello Stato** → Non indica = 3% Totale rispondenti = 97%

- Ha molta fiducia
- Ha abbastanza fiducia
- Ha poca fiducia
- Non ha alcuna fiducia
- Non indica

#### 5. Quali sono i marchi di cui Lei si fida di più per ciascuna delle seguenti tipologie di prodotti? Indichi i marchi di cui Lei può dire di fidarsi completamente.

- ⇒ **Il marchio di automobili di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 6% Totale rispondenti = 94%
- ⇒ **Il marchio di moto di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 19% Totale rispondenti = 81%
- ⇒ **Il marchio di cellulari/smartphone di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 5% Totale rispondenti = 95%
- ⇒ **Il marchio di computer e tablet di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 8% Totale rispondenti = 92%
- ⇒ **Il marchio di televisori e Hi-Fi di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 8% Totale rispondenti = 92%
- ⇒ **Il marchio di cucine e mobili di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 22% Totale rispondenti = 78%
- ⇒ **Il marchio di frigoriferi di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 15% Totale rispondenti = 85%
- ⇒ **Il marchio di lavatrici e lavastoviglie di cui mi fido di più è ...** → Non sa/non indica = 12% Totale rispondenti = 88%
- ⇒ **L'insegna di grandi centri commerciali che offrono molte tipologie di prodotti di cui mi fido di più è...** → Non sa/non indica = 15% Totale rispondenti = 85%

#### 5bis. Per quanto riguarda le AUTOMOBILI USATE, di quale marchio si fiderebbe di più se dovesse decidere di acquistarne una?

Non sa/non indica = 13% Totale rispondenti = 87%

5ter. Per quali ragioni alcuni marchi sono di sua fiducia? Che cosa hanno di particolare? Indichi le due ragioni principali per cui ritiene alcuni marchi di fiducia (elenco item random).

Sono marchi ...

- Ecosostenibili
- Con un passaparola positivo
- Locali, territoriali
- Affini al mio modo di essere
- Presenti online
- Moderni
- Responsabili, etici
- Innovativi
- Autentici
- Trasparenti, chiari
- Tecnicamente avanzati
- Di tradizione, con una lunga storia positiva
- Sicuri, orientati alla sicurezza
- Leader di mercato
- Attenti ai dipendenti
- Altro e cioè\_\_\_\_\_

Non sa/non indica = 0%            Totale rispondenti = 100%

6. Parliamo ora delle aziende rivenditrici dei seguenti beni durevoli o semidurevoli. (elenco item random)

- **Rivenditori di automobili nuove** → Non sa = 3%            Totale rispondenti = 97%
- **Rivenditori di automobili usate** → Non sa = 3%            Totale rispondenti = 97%
- **Rivenditori di moto** → Non sa = 11%    Totale rispondenti = 89%
- **Grandi catene di elettronica ed elettrodomestici (elettrodomestici, TV, computer e telefonia – es. Mediaworld, Saturn, Euronics)** → Non sa = 2%            Totale rispondenti = 98%
- **Negozi medio piccoli di elettronica ed elettrodomestici (elettrodomestici, TV, computer e telefonia)** → Non sa = 2%            Totale rispondenti = 98%
- **Rivenditori specializzati in computer e telefonia (centri Apple, centri Tim, ecc.)** → Non sa = 3%  
Totale rispondenti = 97%
- **Grandi catene di mobili e cucine (es. Mercatone Uno, Emmelunga, Ikea ecc.)** → Non sa = 3%  
Totale rispondenti = 97%
- **Negozi medio piccoli di mobili e cucine e altri oggetti di arredamento** → Non sa = 3%            Totale  
rispondenti = 97%
- **Grandi centri commerciali che offrono molte tipologie di prodotti (Ipercoop, Carrefour, Auchan, ecc.)** → Non sa = 2%    Totale rispondenti = 98%

Esprima per ciascun tipo di rivenditore il suo livello di fiducia complessivo con una scala da 1 a 10, dove 1 significa che non si fida per nulla e 10, al contrario, che si fida moltissimo.

6bis. Sempre rispetto ai seguenti beni durevoli e semi-durevoli, quanto si fida di acquistarli su Internet? Esprima per ciascun tipo di bene il suo livello di fiducia complessivo nell'acquisto di tale bene via internet, con una scala da 1 a 10, dove 1 significa che non si fida per nulla e 10, al contrario, che si fida moltissimo

- **automobili nuove** → Non sa = 4%            Totale rispondenti = 96%
- **automobili usate** → Non sa = 4%            Totale rispondenti = 96%
- **moto** → Non sa = 7%            Totale rispondenti = 93%
- **cellulari/smartphone** → Non sa = 2%            Totale rispondenti = 98%
- **computer e tablet** → Non sa = 2%            Totale rispondenti = 98%
- **televisori e Hi-Fi** → Non sa = 2%            Totale rispondenti = 98%

- cucine e mobili → Non sa = 4%                      Totale rispondenti = 96%
- elettrodomestici (frigoriferi, lavatrici, lavastoviglie, altri piccoli elettrodomestici, ecc.) → Non sa = 3%  
Totale rispondenti = 97%

**7. Su quali aspetti i rivenditori dei beni sopracitati dovrebbero maggiormente puntare per migliorare il proprio servizio?**

- Cortesia, disponibilità
- Competenza del personale
- Consulenza adeguata su vantaggi e svantaggi a breve e lungo termine
- Assistenza continua (pre e soprattutto post vendita)
- Eco sostenibilità (relativamente a imballaggi, energia consumata, ...)
- Garanzia fornita (comprese le aggiuntive rispetto a quelle obbligatorie per legge)
- Chiarezza, trasparenza delle condizioni
- Risparmio
- Rapporto qualità/prezzo
- Ritiro dei beni a fini di riciclo
- Comunicazione chiara e onesta
- Passaparola positivo
- Servizi online e di e-commerce
- Altro e cioè \_\_\_\_\_
- Nessuno, vanno bene così
- Non sa = 0%                      Totale rispondenti = 100%

**8. Parliamo in particolare di un attore economico importante e spesso al centro dell'attenzione: le banche. Indichi, sempre utilizzando una scala da 1 (non si fida per niente) a 10 (si fida moltissimo), il Suo livello di fiducia nelle banche.**

|\_|\_|

Non sa = 4%                      Totale rispondenti = 96%

**9. Negli ultimi anni il livello di fiducia nelle banche in generale è ... ?**

- migliorato
- rimasto uguale
- peggiorato
- non sa, non indica = 2%                      Totale rispondenti = 98%

**9bis. E nella sua banca, il livello di fiducia negli ultimi anni è ... ?**

- migliorato
- rimasto uguale
- peggiorato
- non sa, non indica = 3%                      Totale rispondenti = 97%

**10. Quali son le caratteristiche della banca ideale? Quale banca è degna della sua fiducia? Indichi al massimo tre caratteristiche.**

**La banca ideale, una banca degna della mia fiducia ...**

- ha un servizio di home banking efficiente ed efficace
- è veloce, poco "burocratica", snella
- è chiara e trasparente
- è attenta all'economia locale
- è attenta alle esigenze di famiglie e imprese
- è conveniente
- è innovativa
- ha personale competente

- ha personale cortese, disponibile
- è flessibile
- ha un'ampia gamma di prodotti e servizi
- è disponibile e attenta all'esigenze dei clienti nel post-vendita
- altro e cioè \_\_\_\_\_
- Non sa = 0%                      Totale rispondenti = 100%

**11. Parliamo infine delle società finanziarie, ossia quelle società che erogano prestiti di dimensioni contenute (rispetto al "classico" mutuo per la casa), oppure che fanno credito al consumo, ossia erogano somme di denaro correlate all'acquisto di uno specifico bene (un frigorifero, un computer, una lavatrice, una cucina, arredamento). Lei ha mai avuto un contatto diretto con tali società (raccolgendo informazioni, richiedendo un finanziamento, ...)?**

- Sì
- No
- Non sa = 9%                      Totale rispondenti = 91%

(Se "sì" a dom. 11)

**12. La sua esperienza è stata ... ?**

- Molto positiva
- Positiva
- Né positiva né negativa
- Negativa
- Molto negativa
- Non indica = 0%                      Totale rispondenti = 100%

(Se "sì" a dom. 11)

**13. Negli ultimi anni la sua opinione su tali società finanziarie ... ?**

- è migliorata
- è rimasta uguale
- è peggiorata
- non sa = 1%                      Totale rispondenti = 99%

(a tutti)

**14. A prescindere dall'aver avuto un'esperienza diretta con le società finanziarie, qual è il suo livello di fiducia in questa tipologia di società? Scala 1-10**

□□□□  
non sa = 8%                      Totale rispondenti = 92%

(a tutti)

**15. Quali sono le caratteristiche della società finanziaria ideale? Quale società finanziaria è degna della sua fiducia? Indichi al massimo tre caratteristiche.**

**La società ideale, una società finanziaria degna della mia fiducia ...**

- ha un servizio online efficiente ed efficace
- è veloce, poco "burocratica", snella
- è chiara e trasparente
- è attenta alle esigenze delle famiglie
- è conveniente
- ha personale competente
- ha personale cortese, disponibile
- è flessibile
- ha un'ampia gamma di prodotti e servizi
- è disponibile e attenta all'esigenze dei clienti nel dopo-vendita
- si preoccupa di informare i consumatori in materia di credito anche se non sono propri clienti
- altro e cioè \_\_\_\_\_
- Non sa = 0%                      Totale rispondenti = 100%

**Verifica della coerenza delle risposte:**

controllo preventivo effettuato tramite sistema CAWI, secondo gli standard di qualità ASSIRM.

**ALLEGATO A****Elenco dei Comuni italiani presso i quali è stata effettuata almeno un'intervista**

Comune
ACQUASPARTA
ALESSANO
ALGHERO
ANZIO
ARCADE
ARDEA
ARSIE'
ASSISI
AVELLINO
AZZANO DECIMO
BAGNACAVALLO
BAGNOLO MELLA
BARI
BEINASCO
BENEVENTO
BITONTO
BOLLATE
BOLOGNA
BOSCOREALE
BOVALINO
BOVISIO MASCIAGO
BRA
BRIGNANO GERA D'ADDA
BRINDISI
BUCCHIANICO
BUDONI
BUSSOLENO
CAGLIARI
CAIRATE
CALENZANO
CAMPOBASSO
CANZO
CARBONIA
CARNATE
CARPI
CARRARA
CASALBORDINO
CASALE MONFERRATO

CASALVIERI
CASARANO
CASELLE TORINESE
CASIRATE D'ADDA
CASTEL D'ARIO
CASTEL SAN GIOVANNI
CASTELCOVATI
CASTELLAMMARE DI STABIA
CASTELLEONE
CASTROVILLARI
CATANIA
CENTO
CEREA
CERTALDO
CESANO MADERNO
CESENA
CESENATICO
CHIERI
COLLECCHIO
COLLEGNO
COLOGNA VENETA
COLOGNO MONZESE
CONEGLIANO
CORNATE D'ADDA
COSENZA
CREMONA
CUSAGO
CUSANO MILANINO
DESIO
DUBINO
ELMAS
ENNA
ERCOLANO
FAENZA
FASANO
FICARAZZI
FILAGO
FIRENZE
FOGGIA

FONDI
FONDO
FORMIGINE
FORNACETTE
FORNOVO SAN GIOVANNI
GENOVA
GIOIA DEL COLLE
GIULIANOVA
GIUSSANO
GRADISCA D'ISONZO
GRANAROLO DELL'EMILIA
GRANDATE
GREGGIO
GROTTAFERRATA
GUARDAVALLE
IMOLA
INZAGO
ITALIA
LA SPEZIA
LACCHIARELLA
LASNIGO
LAVELLO
LECCO
LEGNAGO
LESSONA
LINAROLO
LIPOMO
LIVORNO
LUCCA
LUCERA
LUSERNA S.GIOVANNI
MALO
MANFREDONIA
MANOCALZATI
MARCIANISE
MASSA
MASSA LUBRENSE
MASSIGNANO
MAZARA DEL VALLO
MAZZANO
MEANA SARDO
MEDA
MEDICINA
MESTRE
MILANO

MIRA
MISSAGLIA
MODENA
MONCALIERI
MONFALCONE
MONOPOLI
MONREALE
MONTECOPIOLO
MONTEPORZIO CATONE
MONTEROSSO ALMO
MONTEVARCHI
MONTODINE
MONZUNO
MORNAGO
MAGENTA
NAPOLI
NOGARA
NOVA MILANESE
NUORO
OLBIA
OLGIATE OLONA
OMEGNA
ORISTANO
ORTA DI ATELLA
ORTOVERO-SAVONA
OZZANO DELL'EMILIA
PADOVA
PALAZZOLO ACREIDE
PALERMO
PALIANO
PALOSCO
PANTELLERIA
PARABIAGO
PARMA
PECCIOLI
PERUGIA
PESARO
PESCANTINA
PESCARA
PESCAROLO ED UNITI
PIANORO
PIETRAGALLA
PIEVE A NIEVOLE
PIOSSASCO
PISA

PISTOIA
POLESELLA
POMEZIA
PONT SAINT MARTIN
PONTE A EGOLA
PORCARI
PORDENONE
PORTOFERRAIO
POTENZA
PRATO
PROCCHIO
PROSERPIO
PULSANO
QUARTU SANT'ELENA
RASTIGNANO
RAVENNA
RECCO
REGGIO CALABRIA
REGGIO EMILIA
RHO
RIMINI
RIVOLI
ROCCA PRIORA
ROMA
ROMANO C.SE
ROVIGO
ROZZANO
RUVU DI PUGLIA
S.MAURIZIO D'OPAGLIO
SAGRADO
SAINT VINCENT
SALERNO
SAN CATALDO
SAN GIORGIO JONICO
SAN GIOVANNI IN PERSICETO
SAN GIULIANO MILANESE
SAN LAZZARO DI SAVENA
SAN TAMMARO
SAN VENDEMIANO
SAN VITO AL TAGLIAMENTO
SANDRIGO
SANGIANO
SANNAZZARO DE' BURG.
SANREMO
SANTA MARIA DI LICODIA

SANTENA
SANTI COSMA E DAMIANO
SASSARI
SASSUOLO
SCHIO
SCORZE'
SEDILO
SERINA
SESTO SAN GIOVANNI
SETTALA
SEVESO
SIENA
SIRONE
SONA
SONNINO
SORISO
SPEZZANO DELLA SILA
SPIILIMBERGO
SPOLTORE
TALAMONA
TARANTO
TARCENTO
TEANO
TERAMO
TERMOLI
TORINO
TORRE S. SUSANNA
TORREBELVICINO
TORRITA DI SIENA
TORTONA
TRAPANI
TRENTO
TRICASE
TRIESTE
TROIA
TUSCANIA
VALDUGGIA
VALENZANO
VALMADRERA
VANZAGHELLO
VAPRIO D`ADDA
VARESE
VASTO
VENARIA REALE
VENTURINA

VERONA
VIAREGGIO
VICENZA
VILLA DI VILLA

VILLANOVA D'ALBENGA
VILLARICCA
VISANO