

L'orizzonte della distribuzione alimentare in Italia

Sfide, innovazione e tradizioni antiche

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)

soggetto che ha realizzato il sondaggio: Format Research Srl
(www.formatresearch.com)

soggetto committente: Fida – Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione.

soggetto acquirente: Fida – Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione.

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dal 3 al 10 aprile 2018.

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. € 25.850,00i.v.

www.formatresearch.com
info@formatresearch.com
format@pec.formatresearch.com



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

mezzo di comunicazione¹: www.italiafruit.net

data di pubblicazione del sondaggio: 23 aprile 2018

**temi / fenomeni oggetto del soggetto:
struttura, composizione e demografia dei soggetti della
distribuzione alimentare al dettaglio italiana. Sentiment e
opinione degli imprenditori su temi quali: innovazione, e-
commerce, nuovi canali di vendita.**

**popolazione di riferimento: imprese italiane della distribuzione
alimentare al dettaglio**

estensione territoriale del sondaggio:

| | |
|--------------------------|-------------------------|
| Acquaviva delle Fonti | Mira |
| Acqui Terme | Mirano |
| Adrano | Mogliano Veneto |
| Alessandria del Carretto | Monghidoro |
| Amorosi | Monopoli |
| Assemini | Montaione |
| Auronzo di Cadore | Montefalcone nel Sannio |
| Avellino | Montelupo Fiorentino |
| Avezzano | Montemonaco |

¹ Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio.

| | |
|---------------------------|-------------------|
| Avola | Monza |
| Badia Pavese | Napoli |
| Bagheria | Novi Ligure |
| Bardolino | Olbia |
| Bari | Orbetello |
| Bari Sardo | Oristano |
| Biella | Osilo |
| Bologna | Paderno Dugnano |
| Brentino Belluno | Padova |
| Brescia | Palaia |
| Bresso | Palermo |
| Cagliari | PATERNO' |
| Caltanissetta | Pellezzano |
| Campiglia dei Berici | Pescara |
| Caorle | Pietrasanta |
| Cappella Maggiore | Pisa |
| Capriata d'Orba | Pistoia |
| Casale Monferrato | Popoli |
| Cassano delle Murge | Porto San Giorgio |
| Castelluccio Inferiore | Racconigi |
| Castelmauro | Reggello |
| Castenaso | Rezzato |
| Castiglione della Pescaia | Rho |
| Catania | Riccione |
| Cattolica | Riva Del Garda |
| Cavallino-Treporti | Rivarolo Canavese |
| Cavriglia | Roma |
| Cesenatico | Romano d'Ezzelino |
| Cislano | Rometta |

Cismon del Grappa
Concordia sulla Secchia
Conversano
Copparo
Cornuda
Cosenza
Crespina
Crotone
Dolo
Erice
Farra d'Alpago
Fasano
Firenze
Fondi
Forio
Forlì
Fornovo di Taro
Fossano
Genova
Grosseto
Grumo Appula
Grumo Nevano
Iglesias
Imer
Isernia
Isnello
Istrana
Jesolo
La Spezia

Roncone
San Casciano in Val di Pesa
San Giorgio a Cremano
San Mango d'Aquino
San Vito di Cadore
Sanremo
Santa Flavia
Santadi
Santarcangelo di Romagna
Sant'Olcese
Saracena
Sassari
Sedico
Senigallia
Sesto Fiorentino
Siena
Solero
Sommariva del Bosco
Spresiano
Stanghella
Tempio Pausania
Terno d'Isola
Torino
Toritto
Torre del Greco
Trevignano
Tricase
Triggiano
Tuoro sul Trasimeno

| | |
|----------------------|---------------------|
| Ladispoli | Umbertide |
| Lamon | Valtournenche |
| Lesa | Vaprio d'Adda |
| Livorno | Varapodio |
| Lori Porto San Paolo | Vecchiano |
| Maracalagonis | Venezia |
| Marradi | Verona |
| Marsala | Vidigulfo |
| Mascoli | Villafranca Tirrena |
| Massa Fiscaglia | Villasimius |
| Messina | Volterra |
| Milano | |

metodo di campionamento: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese di interesse.

rappresentatività del campione²:

Campione rappresentativo per macro area geografica (Nord, Ovest, Nord Est, Centro; Sud e Isole) e per i seguenti settori ATECO:

- **Ipermercati (Ateco 47.11.1)**
- **Supermercati (Ateco 47.11.2)**
- **Discount di alimentari (Ateco 47.11.3)**

² Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore.

- **Minimarket (gastronomie, salumerie e alimentari) (Ateco 47.11.4)**
- **Prodotti surgelati (Ateco 47.11.5)**
- **Frutta e verdura (Ateco 47.21)**
- **Macelleria (Ateco 47.22)**
- **Pescheria (Ateco 47.23)**
- **Panificio (rivendita) (Ateco 47.24)**
- **Bevande (Ateco 47.25)**
- **Altri prodotti alimentari (prodotti alimentari specifici) (Ateco 47.29)**
- **Ambulanti (Ateco 47.81)**

metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview).

consistenza numerica del campione³

Numerosità campionaria complessiva: 210 casi (210 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 1958 (25,3%); «rifiuti»: 923 (11,9%); «sostituzioni»: 5518 (71,3%).

³ Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate.

Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 6,8\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

testo integrale di tutte le domande (questionario)

Profilazione imprese del commercio al dettaglio in esercizi *non* specializzati

1. *[da porre esclusivamente a: ipermercati, supermercati, discount, minimarket, negozi di surgelati settore Ateco 4711] Il suo esercizio è: (Una risposta)*

- ...una filiale di vendita, controllata da una casa madre 1
- ...un'impresa indipendente anche se associata o consorziata sotto un marchio comune 2
- ...un'impresa indipendente con un marchio proprio 3

TOTALE RISPONDENTI 30,47%

2. *[solo a chi alla precedente ha risposto "...una filiale di vendita, controllata da una casa madre"] Qual è il marchio della casa madre cui appartiene la sua filiale? (Una risposta aperta)*

- _____

3. *[solo a chi alla 1 ha risposto "...un'impresa indipendente anche se associata o consorziata sotto un marchio comune"] Qual è il marchio cui la sua impresa è associata? (Una risposta aperta)*

- _____

4. [solo a chi alla 1 ha risposto "...un'impresa indipendente con un marchio proprio"]
Qual è il marchio della sua impresa? (Una risposta aperta)

- _____

5. [solo a chi alla 1 ha risposto 1 o 2] **Il marchio sotto il quale opera attualmente offre vantaggi e svantaggi. Esprima un giudizio da 1 a 5 dove 1 significa grande svantaggio e 5 significa grande vantaggio sui seguenti aspetti:** (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si) [item randomizzati]

| | Grande SVANTAGGIO | | | | Grande VANTAGGIO |
|--|----------------------|---|---|---|---------------------|
| • Creazione di gruppi di acquisto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Potere contrattuale con i fornitori | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Riconoscibilità, immagine, reputazione | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Supporto clienti centralizzato (servizio di customer care gestito da uffici centrali) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Vendita di prodotti "private label" ossia prodotti con i marchi del gruppo o della catena | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Politiche del lavoro comuni , welfare dell'impresa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Gestione scorte o magazzini in comune | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- **Risorse umane** (cioè selezione e formazione centralizzata, utilizzo di un sistema centrale per la gestione delle buste paga, etc.) 1 2 3 4 5
- **Politiche comuni sul prezzo dei prodotti e sulle promozioni** 1 2 3 4 5

TOTALE RISPONDENTI 4,12%

6. [solo a chi alla 1 ha risposto 1 o 2] Quale, tra gli aspetti appena citati, è per Lei quello che apporta più vantaggi al suo esercizio commerciale? (Una sola risposta)

- **Creazione di gruppi di acquisto** 1
- **Potere contrattuale con i fornitori** 2
- **Riconoscibilità, immagine, reputazione** 3
- **Supporto clienti centralizzato** (servizio di customer care gestito da uffici centrali) 4
- **Vendita di prodotti "private label"** ossia prodotti con i marchi del gruppo o della catena 5
- **Politiche del lavoro comuni**, welfare dell'impresa 5
- **Gestione scorte** o magazzini in comune 6
- **Risorse umane** (cioè selezione e formazione centralizzata, utilizzo di un sistema centrale per la gestione delle buste paga, etc.)
- **Politiche comuni sul prezzo dei prodotti e sulle promozioni**

TOTALE RISPONDENTI 4 %

9. (A tutti) Quanto misura l'area di vendita del suo punto vendita? (Una sola risposta)

- Misura esatta (specificare)_____ 1
- Inferiore a 100 mq 2
- tra 100 e 400 mq 3
- tra 400 e 800 mq 4
- tra 800 e 2500 mq 5
- tra 2500 e 4000 mq 6
- oltre 4000 mq 7

TOTALE RISPONDENTI 100%

Digitalizzazione nella distribuzione alimentare al dettaglio

10. [a tutti] Se dovesse fare una valutazione sul livello di implementazione delle tecnologie digitali nel Suo punto vendita, Lei direbbe che questo è... (Una risposta)

- Per niente tecnologico 1
- Poco tecnologico 2
- Abbastanza tecnologico 3
- Molto tecnologico 4

TOTALE RISPONDENTI 20,37%

11. [a tutti] Facendo riferimento agli investimenti effettuati nell'ambito del processo di digitalizzazione del suo punto vendita, indichi in quali aree la Sua

impresa ha ritenuto prioritario agire. (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)
[item randomizzati]

- **Infrastrutture digitali** (es. hardware e software, tecnologie digitali nel punto vendita, collegamenti di rete e wifi) |__|
- **Marketing e comunicazione** (possessione di un sito web, attività sui social media, blog informativi) |__|
- **Supporto clienti** (servizio di customer care online, attraverso il sito web, i social network o altre piattaforme digitali) |__|
- **Attività di commercio elettronico/prenotazioni online** (es. attraverso l'apertura di siti di e-commerce o la presenza su marketplace digitali come Amazon, eBay o l'utilizzo di sistemi di pagamento digitali) |__|
- **Amministrazione e contabilità** (es. utilizzo di strumenti informatici per la gestione automatica della cassa) |__|
- **Gestione scorte e altri processi interni** |__|
- **Risorse umane** (utilizzo di un sistema gestionale per la gestione delle buste paga, turnazioni del personale, etc.) |__|
- **Cruscotto di gestione** per tenere sotto controllo le principali variabili aziendali (es. scorte in magazzino, ordinativi, etc.) |__|
- **CRM** ovvero un software per la gestione dei clienti |__|

TOTALE RISPONDENTI 20,37%

12. [a tutti] Nel Suo punto vendita, esiste una figura dedicata alla gestione dei processi digitali (sito web, social media, gestionale, CRM, ecc...)? (Una risposta)

- Si, se ne occupa un **dipendente (o collaboratore) dell'impresa**, senza che questo rappresenti il suo principale ruolo nell'impresa 1
- Si, se ne occupa un **dipendente (o collaboratore) interno**, come sua principale funzione dell'impresa (ad es. il responsabile web marketing) 2
- Si, se ne occupa un **professionista esterno** all'impresa (ad es. un social media manager, un web analyst, o un altro specialista in comunicazione web) 3
- Si, se ne occupa il **titolare** 4
- **No**, non esiste una figura apposita 5

TOTALE RISPONDENTI 20,5%

13. Può indicarmi quali competenze digitali (e-skills) sono già in possesso del personale in organico, quali siete orientati a ricercare e quali invece non possedete né ricercate? *(Una risposta per ciascun item)*

| | 9A. SKILLS POSSEDUTE | 9B. SKILLS RICERCATE | SKILLS né POSSEDUTE né RICERCATE |
|---|---------------------------------|---------------------------------|---|
| • Informatica di base per PC (programmi "office": word, excel, power point e posta elettronica) | __ | __ | __ |
| • Amministrazione del sito web o dei Social network | __ | __ | __ |
| • Software e programmi gestionali (CRM per gestione clienti o fornitori) | __ | __ | __ |

- Sviluppo di app
- Gestione piattaforme e-commerce/prenotazioni online

TOTALE RISPONDENTI 100%

E-commerce ed innovazione del settore

14. Secondo la sua opinione, come impatterà lo sviluppo dell'e-commerce alimentare sul futuro andamento economico del suo esercizio commerciale?

(Una risposta)

- Positivamente: farà aumentare ricavi e utili 1
- Un'opportunità che, se colta, farà aumentare ricavi e utili 2
- Un pericolo che, se non si risponde adeguatamente, farà diminuire ricavi e utili 3
- Negativamente: farà diminuire ricavi e utili 4
- Non avrà alcun impatto 5
- Non sa, non risponde 6

TOTALE RISPONDENTI 100%

15. Un consumatore che volesse comprare online i prodotti del suo esercizio commerciale potrebbe farlo tramite... *(Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)*

- **Sito internet** (proprio o del marchio)

- **Siti di e-commerce specializzati o siti aggregatori** (amazon, alibabà, just eat, ebay) (specificare quale) |__|

- **Siti di couponing** (compri online un coupon da usare nel negozio fisico, es. Groupon, Groupalia, etc) |__|
- **Altro (specificare)** _____ |__|
- **In nessun modo** |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

16. Quale sarà, secondo lei, il canale di vendita che creerà maggior concorrenza al suo esercizio commerciale? (Una risposta)

- Alimentari specializzato in una specifica categoria di prodotti (carne, pesce, frutta e verdura, pane, surgelati, bibite etc.) 1
- Ipermercato/supermercato 2
- Discount 3
- Ambulanti/Mercati 4
- Commercio on-line (e-commerce) 5
- Altro (specificare)_____ 6
- Nessuno 7
- Non sa/non risponde 8
- Farmer Market (mercati contadini) 9

TOTALE RISPONDENTI 100%

17. L'offerta del suo esercizio commerciale prevede piatti take away (cioè piatti già pronti da consumare)? (Una risposta)

- Sì e continuerà a prevederli 1
- Sì, ma non ancora per molto 2
- No, ma prevediamo di inserirli nella nostra offerta 3
- No e non prevediamo di inserirli 4

TOTALE RISPONDENTI 100%

19. Che tipo di innovazione è stata effettuata nel suo punto vendita negli ultimi tre anni? (risposta multipla)

- Innovazione organizzativa, gestionale, di processo (es. gestione risorse umane, ordinativi clienti etc.) |__|
- Innovazione di servizio (es. parcheggio, post vendita etc.) |__|
- Nessuno in particolare |__|
- Non sa/non risponde |__|

TOTALE RISPONDENTI 19,75%

19BIS. [solo a chi alla precedente ha risposto "innovazione organizzativa, gestionale, di processo" oppure "innovazione di servizio"] **Ritiene che il suo punto vendita abbia beneficiato dell'innovazione effettuata?** (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

- Solo in parte 3
- Non sa/non risponde 4

TOTALE RISPONDENTI 6,37%

20. A quali condizioni sarebbe interessato a partecipare ai progetti per l'innovazione? (Multipla)

- Fondo perduto |__|
- Cofinanziamento (almeno del 50%) |__|
- Fiscalità agevolata |__|
- Nessuno |__|
- Non sa/non risponde |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

Livello e tipologia di investimenti

21. La Sua impresa ha effettuato investimenti nel corso degli ultimi tre anni? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

22. [Solo alle imprese che hanno effettuato investimenti] Che tipo di investimenti ha effettuato? (Risposta multipla) Rilancio: Quali altri investimenti? [Item randomizzati]

- Investimenti per apertura punti vendita |__|
- Investimenti in immobili, terreni, fabbricati |__|
- Investimenti in software, brevetti, diritti d'uso |__|
- Investimenti in marchio, pubblicità |__|
- Investimenti per l'innovazione di processi aziendali / formazione del personale |__|
- Investimenti per innovazione di servizio |__|
- Investimenti per scorte e acquisto materie prime |__|
- Investimenti in macchinari/attrezzature |__|
- Investimenti in siti produttivi |__|
- Altro |__|

TOTALE RISPONDENTI 43,33%

23. [Solo alle imprese che hanno effettuato investimenti] Come ha finanziato detti investimenti? (Risposta multipla) Rilancio: Anche in altri modi? [Item randomizzati]

- Autofinanziamento (risorse interne dell'impresa) 1
- Debiti a breve termine (da rimborsare entro l'anno di esercizio) 2
- Debiti a medio / lungo termine 3

- Apporto di capitale sociale (ricapitalizzazione) 4
- Contratti di leasing 5
- Agevolazioni pubbliche 6
- Prestiti infragruppo 7
- Altro (specificare)_____ 8

TOTALE RISPONDENTI 43,33%

24. A Suo avviso, quali sono i fattori che, più degli altri, limitano la competitività dell'impresa in termini di effettuazione di investimenti? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- Mancanza dei capitali necessari |__|
- Personale scarsamente qualificato |__|
- Scarso supporto da parte della Banca |__|
- Scarsa fiducia nella situazione economica |__|
- Abusivismo, illegalità, contraffazione |__|
- Sistema fiscale insostenibile |__|
- Scarso supporto da parte delle associazioni di categoria |__|
- Eccesso di burocrazia |__|
- Nessuno di questi |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%