

Le attese e i comportamenti dei consumatori | I comuni del mandamento di Spilimbergo

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: Confcommercio Ascom Pordenone.

soggetto acquirente: Ascom Pordenone.

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 3 al 19 aprile 2019.

mezzo di comunicazione¹:

Messaggero Veneto

data di pubblicazione del sondaggio: 09 luglio 2019

temi / fenomeni oggetto del soggetto: Opinione dei consumatori del Comune di Spilimbergo e dei comuni del mandamento di Spilimbergo circa i punti vendita presenti sul territorio.

popolazione di riferimento:

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

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

consumatori del Comune di Spilimbergo e dei Comuni del mandamento

estensione territoriale del sondaggio:

**Spilimbergo
Sequals
Pinzano al Tagliamento
Travesio
S. Giorgio della Richinvelda
Castelnuovo del Friuli
Meduno
Vito d'Asio
Clauzetto
Tramonti di Sotto
Tramonti di Sopra**

metodo di campionamento:

Campione rappresentativo dell'universo dei consumatori del Comune di Spilimbergo e dei Comuni del mandamento.

rappresentatività del campione²:

Campione rappresentativo dell'universo dei consumatori del Comune di Spilimbergo e dei Comuni del Mandamento. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine); classe d'età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, oltre 64 anni); territorio (Comune di Spilimbergo, Comuni del Mandamento)

metodo di raccolta delle informazioni:

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview).

consistenza numerica del campione³

Numerosità campionaria complessiva dell'indagine: 2.144 interviste a buon fine sui comuni dei sei mandamenti, di cui 400 interviste a buon fine sui consumatori del Comune di Spilimbergo e dei Comuni del Mandamento. Anagrafiche «non reperibili»:

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

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

1.985 (54,8%); «rifiuti»: 1.236 (34,1%); «sostituzioni»: 3.221 (89%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +5,0%). Fonte delle anagrafiche: registri telefonici pubblici.

Testo integrale di tutte le domande (questionario)

1. Negli ultimi tre mesi (Gennaio – Marzo 2019) le è mai capitato di effettuare acquisti di generi alimentari on line (sul web)? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. Negli ultimi tre mesi (Gennaio – Marzo 2019) ha frequentato almeno una volta una delle seguenti tipologie commerciali per fare la spesa alimentare, e se sì dove? (Leggere e ruotare gli item. Una risposta guidata per ciascun item)
99=Non l'ho frequentato

	Comune di Spilimbergo	Altri comuni del mandamento Spilimbergo	Comune di Udine	Comune di Pordenone	Altre città	Non l'ho frequentato
a) Fruttivendolo	1	2	3	4	5	99
b) Pescheria	1	2	3	4	5	99
c) Macelleria	1	2	3	4	5	99
d) Salumeria	1	2	3	4	5	99
e) Panificio	1	2	3	4	5	99
f) Alimentari	1	2	3	4	5	99
g) Pasticceria	1	2	3	4	5	99
h) Supermercato	1	2	3	4	5	99
i) Ipermercato	1	2	3	4	5	99
j) Discount	1	2	3	4	5	99
k) Dal produttore (gruppi di acquisto)	1	2	3	4	5	99
l) Mercato settimanale	1	2	3	4	5	99
m) Altro (specificare_____)	1	2	3	4	5	99

[Nota bene: se risponde 99=Non l'ho frequentato a tutti gli item passa alla 6]

TOTALE RISPONDENTI 98,8%

3. (Solo chi ha indicato più di una tipologia commerciale) Considerando la sua spesa alimentare, quali sono le due tipologie commerciali che frequenta maggiormente in una settimana tipo? (Inserire le tipologie indicate dall'intervistato, inclusa la localizzazione, ad esempio: Ipermercato/Udine; Alimentari Spilimbergo)

Indicare 1° _____

Indicare 2° _____

TOTALE RISPONDENTI 88,5%

4. (Solo chi ha indicato più di una tipologia commerciale) In generale quanto ritiene importante il Comune di Spilimbergo (i negozi, il mercato) per i suoi acquisti alimentari? (Una risposta)

- Molto (Se non potessi recarmi a Spilimbergo per i miei acquisti o per lo meno per alcuni di questi avrei dei gravissimi problemi) 1
- Abbastanza 2
- Così così (Spilimbergo è importante, ma non fondamentale per la mia spesa alimentare, sono disponibili altre soluzioni) 3
- Poco 4
- Per nulla (E' indifferente fare gli acquisti alimentari a Spilimbergo o altrove) 5

TOTALE RISPONDENTI 98,8%

5. (Solo chi ha indicato più di una tipologia commerciale) In una settimana tipo, quanto tempo dedica in media alla spesa alimentare effettuata a Spilimbergo? Nel rispondere, consideri sia il tempo impiegato per gli spostamenti sia il tempo effettivo di spesa (una risposta)

- Meno di 1 ora a settimana 1
- Da 1 ora a 2 ore a settimana 2
- Da 2 ore a 3 ore a settimana 3
- Da 4 ore a 5 ore a settimana 4
- Più di 5 ore a settimana 5

TOTALE RISPONDENTI 89%

6. (a tutti) Secondo lei, quale tipologia di punto vendita alimentare sarebbe necessario introdurre nel Comune di Spilimbergo al fine di ampliare le sue opportunità di acquisto? (es. minimarket, negozio di birre artigianali,

dolcificio, multietnici, prodotti bio...) (risposta aperta; possibilità di indicare "nessuno")

Indicare quale (1) _____

Indicare quale (2) _____

Indicare quale (3) _____

TOTALE RISPONDENTI 100%

PARLIAMO DI ACQUISTI DEL GENERE NON ALIMENTARE⁴

8. Negli ultimi tre mesi (Gennaio – Marzo 2019) le è mai capitato di effettuare acquisti di generi non alimentari on line (sul web)? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. (Se si) Con quale frequenza? (Una risposta) (Una risposta)

- Quotidianamente 1
- 2-3 volte a settimana 2
- 1 volta a settimana 3
- 2-3 volte al mese 4
- Una volta al mese 5
- Una volta in tre mesi 6

TOTALE RISPONDENTI 32,5%

10. (solo chi ha detto "sì" o "no" a D8) Negli ultimi tre mesi (Gennaio – Marzo 2019) ha frequentato almeno una volta una delle seguenti tipologie commerciali per fare la spesa non alimentare, e se sì dove? (Leggere e ruotare gli item. Una risposta guidata per ciascun item) 99=Non l'ho frequentato

<i>Comune di Spilimberg o</i>	<i>Altri comuni del mandament o Spilimbergo</i>	<i>Comune di Udine</i>	<i>Comune di Pordenone</i>	<i>Altre città</i>	<i>Non l'ho frequentat o</i>
---------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	----------------------------	--------------------------------	--------------------	--------------------------------------

⁴ **GENERE NON ALIMENTARE:** capi di abbigliamento, prodotti per la cura della persona, giocattoli, casalinghi, accessori, elettronica, caccia e pesca ecc

a) Casalinghi	1	2	3	4	5	99
b) Abbigliamento	1	2	3	4	5	99
c) Calzature	1	2	3	4	5	99
d) Profumeria	1	2	3	4	5	99
e) Gioielleria/ oreficeria	1	2	3	4	5	99
f) Libreria	1	2	3	4	5	99
g) Elettronica	1	2	3	4	5	99
h) Vivaio /fioraio	1	2	3	4	5	99
i) Supermercato	1	2	3	4	5	99
j) Ipermercato	1	2	3	4	5	99
k) Discount	1	2	3	4	5	99
l) Mercato settimanale	1	2	3	4	5	99
n) Altro (specificare_____)	1	2	3	4	5	99

[Nota bene: se risponde 99=Non l'ho frequentato a tutti gli item passa alla 13]

TOTALE RISPONDENTI 100%

11. (Solo chi ha frequentato almeno una tipologia commerciale) Considerando la sua spesa non alimentare, quali sono le due tipologie commerciali che frequenta maggiormente in una settimana tipo? (Inserire le tipologie indicate dall'intervistato, inclusa la localizzazione, ad esempio: Ipermercato/Udine; Calzature Spilimbergo)

Indicare 1° _____ **TOTALE RISPONDENTI 95%**

Indicare 2° _____ **TOTALE RISPONDENTI 72,3%**

12. (Solo ed ha frequentato almeno una tipologia commerciale) In generale quanto ritiene importante il Comune di Spilimbergo (i negozi, il mercato) per i suoi acquisti non alimentari? (Una risposta)

- Molto (Se non potessi recarmi a Spilimbergo per i miei acquisti o per lo meno per alcuni di questi avrei dei gravissimi problemi) 1
- Abbastanza 2
- Così così (Spilimbergo è importante, ma non fondamentale per la mia spesa non alimentare, sono disponibili altre soluzioni) 3

- Poco 4
- Per nulla (È indifferente fare gli acquisti non alimentari a Spilimbergo o altrove) 5

TOTALE RISPONDENTI 95%

13. Secondo lei, quale tipologia di punto vendita non alimentare sarebbe necessario introdurre nel Comune di Spilimbergo al fine di ampliare le sue opportunità di acquisto? (es. cartoleria, erboristeria...) (risposta aperta; possibilità di indicare "nessuno")

Indicare quale (1) _____

Indicare quale (2) _____

Indicare quale (3) _____

TOTALE RISPONDENTI 100%

15. Secondo lei, la sua disponibilità a frequentare Spilimbergo per fare acquisti (alimentari e non alimentari), in occasione eventi musicali, gastronomici, culturali o di altro genere... (una risposta)

- Aumenterebbe 1
- Rimarrebbe uguale 2
- Diminuirebbe 3

TOTALE RISPONDENTI 100%