

Le attese e i comportamenti dei consumatori | I comuni del mandamento di San Vito al Tagliamento

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: 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

Gazzettino di Pordenone

data di pubblicazione del sondaggio: 10 luglio 2019

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

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

popolazione di riferimento:

consumatori del Comune di San Vito al Tagliamento e dei comuni del mandamento di San Vito al Tagliamento

estensione territoriale del sondaggio:

- ✓ **San Vito al Tagliamento**
- ✓ **Casarsa della Delizia**
- ✓ **Cordovado**
- ✓ **Morsano al Tagliamento**
- ✓ **Valvasone-Arzene**
- ✓ **Sesto al Reghena**
- ✓ **San Martino al Tagliamento**

metodo di campionamento:

Campione rappresentativo dell'universo dei consumatori del Comune di San Vito al Tagliamento e dei Comuni del mandamento.

rappresentatività del campione²:

Campione rappresentativo dell'universo dei consumatori del Comune di San Vito al Tagliamento 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 San Vito al Tagliamento, 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: 2.144 interviste a buon fine sui comuni dei sei mandamenti, di cui 400 interviste a buon fine sui consumatori del comune di San Vito al Tagliamento e dei Comuni del mandamento. Anagrafiche «non reperibili»: 1.856

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.

(50,5%); «rifiuti»: 1.420 (38,6%); «sostituzioni»: 3.276 (89,1%). 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)

- Si 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 San Vito al Tagliamento	Altri comuni del mandamento a San Vito al Tagliamento	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

TOTALE RISPONDENTI 100%

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 San Vito al Tagliamento)

Indicare 1° _____ **TOTALE RISPONDENTI 100%**

Indicare 2° _____ **TOTALE RISPONDENTI 90,5%**

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

- Molto (Se non potessi recarmi a San Vito al Tagliamento per i miei acquisti o per lo meno per alcuni di questi avrei dei gravissimi problemi) 1
- Abbastanza 2
- Così così (San Vito al Tagliamento 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 San Vito al Tagliamento o altrove) 5

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. (Solo chi ha indicato più di una tipologia commerciale) In una settimana tipo, quanto tempo dedica in media alla spesa alimentare effettuata a San Vito al Tagliamento? 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 92,5%

6. (a tutti) Secondo lei, quale tipologia di punto vendita alimentare sarebbe necessario introdurre nel Comune di San Vito al Tagliamento 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%

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)

- Si 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. (Se sì) Con quale frequenza acquisti prodotti non alimentari on line? (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 29,7%

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 San Vito al Tagliamen to</i>	<i>Altri comuni del mandament o San Vito al Tagliamento</i>	<i>Comune di Udine</i>	<i>Comune di Pordenone</i>	<i>Altre città</i>	<i>Non l'ho frequentat o</i>
---	---	----------------------------	--------------------------------	--------------------	--------------------------------------

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

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 San Vito al Tagliamento)

Indicare 1° _____ **TOTALE RISPONDENTI 100%**

Indicare 2° _____ **TOTALE RISPONDENTI 100%**

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

- Molto (Se non potessi recarmi a San Vito al Tagliamento per i miei acquisti o per lo meno per alcuni di questi avrei dei gravissimi problemi) 1
- Abbastanza 2
- Così così (San Vito al Tagliamento 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 San Vito al Tagliamento o altrove) | 5 |

TOTALE RISPONDENTI 93,8%

13. Secondo lei, quale tipologia di punto vendita non alimentare sarebbe necessario introdurre nel Comune di San Vito al Tagliamento 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 San Vito al Tagliamento per fare acquisti (alimentari e non alimentari), in occasione di eventi musicali, gastronomici, culturali o di altro genere... (una risposta)

- | | |
|-------------------|---|
| Aumenterebbe | 1 |
| Rimarrebbe uguale | 2 |
| Diminuirebbe | 3 |

TOTALE RISPONDENTI 100%

15a. Secondo lei, la piazza di San Vito al Tagliamento deve essere riaperta al traffico di autoveicoli? ... (una risposta)

- | | |
|------------------------------|---|
| • Sì | 1 |
| • No, la preferisco pedonale | 2 |

TOTALE RISPONDENTI 100%