



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

**SONDAGGIO TNS Italia srl**  
**"La relazione fra industria alimentare e GDO in termini di sostenibilità"**  
*indagine ideata e realizzata da TNS Italia srl*

**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)

**Autore:** TNS Italia srl

**Committente e Acquirente:** dati di proprietà di TNS Italia srl

**Tipo di rilevazione:**

Indagine CATI

**Oggetto del sondaggio:**

La relazione fra industria alimentare e GDO in termini di sostenibilità

**Universo di riferimento e unità intervistate:**

Industria alimentare e Grande Distribuzione Organizzata alimentare italiana.  
Intervistati 37 manager (20 dell'Industria alimentare e 17 della GDO italiana)

**Tipo di campione e criteri di estrazione:**

Casuale

**Estensione territoriale:**

Vedi elenco allegato

**Date di realizzazione sondaggio:**

mese di Aprile 2010

**Metodo di raccolta delle informazioni:**

Indagine telefonica semi-strutturata

**Numero persone contattate:**

- totale persone contattate: 185

- interviste complete: 37



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

**Percentuale di persone che hanno risposto a ciascuna domanda:**  
 informazione allegata ai risultati del sondaggio (cfr. % non sa)

**Verifica della coerenza delle risposte:**  
 Clean manuale

**Rappresentatività dei risultati:**  
 Il campione non è rappresentativo dell'universo di riferimento, ma ha permesso l'approfondimento delle tematiche oggetto di questo studio presso una importante rappresentanza di manager della GDO e dell'Industria Alimentare in Italia.

**Testo integrale delle domande rivolte agli intervistati:**

Aziende:

- Parleremo di industria alimentare e grande distribuzione e in particolare di sostenibilità e quindi della risposta che tutti gli operatori che lavorano nel settore alimentare sono chiamati a dare. Chi sono i protagonisti di questa sfida secondo lei?**

*REGISTRARE CON CURA SEGUENDO GLI "SPAZI ASSEGNATI"  
 RILANCIARE PER OGNI SPAZIO*

**I PROTAGONISTI**

.....  
 .....

**OPINIONE GENERALE:**

.....  
 .....

- In uno dei tanti dibattiti sul tema si è detto: la sostenibilità viene perseguita con successo solo laddove c'è collaborazione fra tutte le componenti della filiera produttiva. Ritiene che ad oggi ci sia questa collaborazione? Mi riferisco nello specifico**





TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

**alla collaborazione fra industria alimentare e grande distribuzione?**

- No per niente.....1
- Sì, ma solo in parte/c'è tanto ancora da fare.....2
- Sì, c'è piena collaborazione /Siamo a buon punto .....3

**INTERVISTATORE: capire i motivi/approfondire**

**4. Perché? Quali sono secondo lei i punti deboli e le aree di forza di questa collaborazione? Dove non si riesce a collaborare? E dove invece si è riusciti a costruire qualcosa?**

*REGISTRARE CON CURA SEGUENDO GLI "SPAZI ASSEGNATI"  
 RILANCIARE PER OGNI SPAZIO*

**PUNTI DI FORZA: AREE IN CUI LA COLLABORAZIONE FUNZIONA E RELATIVE MOTIVAZIONI**

.....  
 .....

**PUNTI DI DEBOLEZZA: AREE IN CUI LA COLLABORAZIONE NON RIESCE AD APPLICARSI E RELATIVE MOTIVAZIONI. DOVE SONO LE MAGGIORI CRITICITA'?**

.....  
 .....

**AREE DI IMPLEMENTAZIONE: DOVE LAVORARE? QUALI LE PRIORITA'?**

.....  
 .....



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
 REA MI-579520  
 Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

5. **Nell'ultimo anno quali sono stati secondo lei i cambiamenti nel rapporto con i vostri partner della grande distribuzione in materia di sostenibilità? Da cosa sono stati determinati? E ancora, ci sono state innovazioni messe in atto nell'ottica di valorizzare una sostenibilità di filiera? Ci sono esempi che possiamo "importare" dall'estero o da altre categorie NO FOOD?**

*REGISTRARE CON CURA SEGUENDO GLI "SPAZI ASSEGNATI"  
 RILANCIARE PER OGNI SPAZIO*

**CAMBIAMENTI POSITIVI:**

.....  
 .....

**CAMBIAMENTI NEGATIVI:**

.....  
 .....

**INNOVAZIONI:**

.....  
 .....

**ESPERIENZE DALL'ESTERO/da ALTRE CATEGORIE CHE POSSANO INSEGNARCI QUALCOSA:**



Membro Esomar ed Assirn

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
 REA MI-579520  
 Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

.....  
 .....  
**Fine questionario aziende**

**GDO**

1. Parleremo di grande distribuzione e industria alimentare e in particolare di sostenibilità e quindi della risposta che anche gli operatori che lavorano nel settore alimentare sono chiamati a dare. Chi sono i protagonisti di questa sfida secondo lei?

*REGISTRARE CON CURA SEGUENDO GLI "SPAZI ASSEGNATI"  
 RILANCIARE PER OGNI SPAZIO*

**I PROTAGONISTI**

**OPINIONE GENERALE:**

3. In uno dei tanti dibattiti sul tema si è detto: la sostenibilità viene perseguita con successo solo laddove c'è collaborazione fra tutte le componenti della filiera produttiva. Ritiene che ad oggi ci sia questa collaborazione? Mi riferisco nello specifico alla collaborazione fra industria alimentare e grande distribuzione?

- No per niente ..... 1  
 Sì, ma solo in parte/c'è tanto ancora da fare ..... 2  
 Sì, c'è piena collaborazione /Siamo a buon punto ..... 3



Membro Esomar ed Assirm



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

**INTERVISTATORE: capire i motivi/approfondire**

**4. Perché? Quali sono secondo lei i punti deboli e le aree di forza di questa collaborazione? Dove non si riesce a collaborare? E dove invece si è riusciti a costruire qualcosa?**

*REGISTRARE CON CURA SEGUENDO GLI "SPAZI ASSEGNATI"  
 RILANCIARE PER OGNI SPAZIO*

**PUNTI DI FORZA: AREE IN CUI LA COLLABORAZIONE FUNZIONA E  
 RELATIVE MOTIVAZIONI**

.....  
 .....

**PUNTI DI DEBOLEZZA: AREE IN CUI LA COLLABORAZIONE NON  
 RIESCE AD APPLICARSI E RELATIVE MOTIVAZIONI. DOVE SONO LE  
 MAGGIORI CRITICITA'?**

.....  
 .....

**AREE DI IMPLEMENTAZIONE: DOVE LAVORARE? QUALI LE  
 PRIORITA'?**

.....  
 .....

**5. Nell'ultimo anno quali sono stati secondo lei i cambiamenti nel rapporto con i vostri partner dell'industria alimentare in materia di sostenibilità? Da cosa sono stati determinati?**



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
 REA MI-579520  
 Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

**E ancora, ci sono state innovazioni messe in atto nell'ottica di valorizzare una sostenibilità di filiera?  
Ci sono esempi che possiamo "importare" dall'estero o da altre categorie NO FOOD?**

*REGISTRARE CON CURA SEGUENDO GLI "SPAZI ASSEGNATI"  
RILANCIARE PER OGNI SPAZIO*

**CAMBIAMENTI POSITIVI:**

.....  
.....



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

**CAMBIAMENTI NEGATIVI:**

.....  
 .....

**INNOVAZIONI:**

.....  
 .....

**ESPERIENZE DALL'ESTERO/da ALTRE CATEGORIE CHE POSSANO INSEGNARCI QUALCOSA:**

.....  
 .....

6. Le leggo alcune attività sulle quali le **INDUSTRIE ALIMENTARI** stanno investendo da più o meno tempo in materia di sostenibilità. Per ciascuna di essa mi dica se, secondo la sua esperienza, le **INDUSTRIE** (mi riferisco ovviamente quelle con cui le ha relazioni commerciali) stanno realmente mettendo in atto tali strategie.

	SI, tutte o la gran parte	Sì, solo alcune	No, nessu na
Il rispetto ambientale secondo la regola delle tre "E" (ecologia, equità, economia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il packaging ecologico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
 REA MI-579520  
 Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

L'organizzazione e la razionalizzazione degli spostamenti e dei trasporti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le tabelle nutrizionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La quantità di energia necessaria alla fase produttiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lo smaltimento delle confezioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'attenzione alle risorse ambientali in fase di produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'offerta di prodotti innovativi con l'esplicitazione del benefit finale per il consumatore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La proposizione di progetti di Category Management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le proposte di assortimento di prodotti in grado di tenere conto della strategia commerciale del retailer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'offerta di un portafoglio di prodotti profittevole anche per il trade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il supporto di un Piano di marketing (comunicazione integrata e promozione) sinergico e coerente con le strategie commerciali dell'industria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le attività promozionali di supporto per il Trade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La capacità di fornire informazioni chiave sui consumatori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La proposta di idee originali per incrementare la fidelizzazione dei consumatori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il supporto al lancio dei prodotti innovativi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### C'è qualche altra attività che non le ho letto ?

ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**INTERVISTATORE: scrivere nell'apposito ALTRO eventuali altre attività citate e registrare**



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

7. Quanto si ritiene soddisfatto in generale della relazione con l'industria alimentare in materia di produzione di prodotti di qualità sostenibile e della loro attività commerciale a supporto? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

<b>Completamente soddisfatto</b>	<b>1</b>
<b>Molto soddisfatto</b>	<b>2</b>
<b>Abbastanza soddisfatto</b>	<b>3</b>
<b>Poco soddisfatto</b>	<b>4</b>
<b>Per niente soddisfatto</b>	<b>5</b>

Attenzione: "Non sa / non risponde" non è accettato

8. Come valuta la prestazione (performance) dell'industria alimentare in questo ambito? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

<b>Eccellenti</b>	<b>1</b>
<b>Molto buone</b>	<b>2</b>
<b>Buone</b>	<b>3</b>
<b>Scarse</b>	<b>4</b>
<b>Pessime</b>	<b>5</b>

Attenzione: "Non sa / non risponde" non è accettato

9. Quanto ha bisogno per il suo lavoro di prodotti di qualità sostenibile e della relativa attività commerciale dell'industria alimentare? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

<b>Ne ho estremamente bisogno</b>	<b>1</b>
<b>Ne ho molto bisogno</b>	<b>2</b>
<b>Ne ho abbastanza bisogno</b>	<b>3</b>
<b>Ne ho poco bisogno</b>	<b>4</b>
<b>Non ne ho per niente bisogno</b>	<b>5</b>

Attenzione: "Non sa / non risponde" non è accettato



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

10. Come valuta in termini di utilità generale i prodotti di qualità sostenibile e la relativa attività commerciale dell'industria alimentare? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

Estremamente utili	1
Molto utili	2
Abbastanza utili	3
Poco utili	4
Per niente utili	5

Attenzione: "Non sa / non risponde" non è accettato

11. Le leggerò ora un elenco di aree di intervento in cui l'industria alimentare è impegnata per raggiungere risultati di sostenibilità. Per ciascuno dovrebbe dirmi quanto per lei è importante che l'industria investa su queste aree e quanto si ritiene soddisfatto, dal punto di vista della sua attività e nell'ottica di una collaborazione sempre più stretta.

LEGGERE LA SCALA.

	QUANTO È IMPORTANTE CHE L'INDUSTRIA INVESTA					QUANTO È SODDISFATTO					
	Estremamente	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Estremamente	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non ho esperienza
Il rispetto ambientale secondo la regola delle tre "E" (ecologia, equità, economia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il packaging ecologico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'organizzazione e la razionalizzazione degli spostamenti e dei trasporti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le tabelle nutrizionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La quantità di energia necessaria alla fase produttiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lo smaltimento delle confezioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'attenzione alle risorse ambientali in fase di produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'offerta di prodotti innovativi con l'esplicitazione del benefit finale per il consumatore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La proposizione di progetti di Category Management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

Le proposte di assortimento di prodotti in grado di tenere conto della strategia commerciale del retailer	<input type="radio"/>										
L'offerta di un portafoglio di prodotti profittevole anche per il trade	<input type="radio"/>										
Il supporto di un Piano di marketing (comunicazione integrata e promozione) sinergico e coerente con le strategie commerciali dell'industria	<input type="radio"/>										
Le attività promozionali di supporto per il Trade	<input type="radio"/>										

	QUANTO È IMPORTANTE CHE L'INDUSTRIA INVESTA					QUANTO È SODDISFATTO					
	Estremamente	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Estremamente	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non ho esperienza
La capacità di fornire informazioni chiave sui consumatori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La proposta di idee originali per incrementare la fidelizzazione dei consumatori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il supporto al lancio dei prodotti innovativi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'organizzazione e la razionalizzazione degli spostamenti e dei trasporti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**RIPORTARE GLI ELEMENTI "ALTRO" EMERSI A DOMANDA 6**



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
 REA MI-579520  
 Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
 Via Bolama, 11/3 - 13  
 20126 Milano - Italia  
 tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
 fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
 00186 Roma - Italia  
 tel. (+39) 06 45 40 23 00  
 fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
 www.tns-global.it

**Desidera aggiungere qualcosa?**

.....  
 .....

**Un'ultima domanda:**

**Quale è il ruolo che lei ricopre in azienda?**

- Direttore acquisti..... 1
- Responsabile acquisti settore (specificare)\_\_\_\_\_ 2
- Altro (specificare)\_\_\_\_\_ 3

La ringrazio molto per la Sua cortesia e disponibilità.

Fine questionario GDO

---



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
 REA MI-579520  
 Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

**7. Le leggo alcune aree sulle quali la grande distribuzione opera. Per ciascuna di essa mi dica se, secondo la sua esperienza, le aziende della grande distribuzione (mi riferisco ovviamente a quelle con cui lei ha relazioni commerciali) stanno lavorando in questa direzione.**

	SI, tutte o la gran parte	Sì, solo alcune	No, nessuna
Attenzione dedicata alle politiche di prezzo che non brucino valore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione – con un listing coerente - dei prodotti che rispettano nel processo produttivo la regola delle tre “E” (ecologia, equità, economia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Razionalizzazione e organizzazione dei trasporti e della logistica in generale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presenza di assortimento referenziato in tutti i punti vendita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efficacia delle promozioni in relazione agli investimenti promozionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacità di prendere impegni su volumi promozionali/target	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestione della categoria in logica category	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione di dati informativi sul consumatore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione di un piano di marketing articolato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacità di soddisfare e fidelizzare il cliente finale attraverso attività complementari alla leva del prezzo (profondità assortimentale, servizi collaterali, consegna a domicilio, gestione dei reclami, servizi post vendita...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione dell'equity del brand sul punto vendita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supporto al lancio dei prodotti innovativi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Condivisione dati di sell out in relazione alla misurazione dell'efficacia degli investimenti promozionali effettuati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione – con un listing coerente - dei prodotti con un packaging a basso impatto ambientale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestione presenza continuativa a scaffale e dell'out of stock	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione dell'innovazione che prevede caratteristiche di prodotto in termini di sostenibilità ambientale ed un listing coerente con il valore della proposta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efficienza nella definizione degli accordi contrattuali, centrali e periferici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

Capacità di valorizzare le attività di fidelizzazione del cliente attraverso promozioni innovative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------

**C'è qualche altra attività che non le ho letto ?**

ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**INTERVISTATORE: scrivere nell'apposito ALTRO eventuali altre attività citate e registrare**



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

7. Quanto si ritiene soddisfatto in generale della relazione con la grande distribuzione in materia di qualità ed efficienza del servizio distributivo anche come supporto al lavoro dell'Industria nel creare valore di filiera? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

<b>Completamente soddisfatto</b>	<b>1</b>
<b>Molto soddisfatto</b>	<b>2</b>
<b>Abbastanza soddisfatto</b>	<b>3</b>
<b>Poco soddisfatto</b>	<b>4</b>
<b>Per niente soddisfatto</b>	<b>5</b>

Attenzione: "Non sa / non risponde" non è accettato

8. Come valuta la prestazione (performance) della grande distribuzione in questo ambito? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

<b>Eccellenti</b>	<b>1</b>
<b>Molto buone</b>	<b>2</b>
<b>Buone</b>	<b>3</b>
<b>Scarse</b>	<b>4</b>
<b>Pessime</b>	<b>5</b>

Attenzione: "Non sa / non risponde" non è accettato

9. Quanto ha bisogno per il suo lavoro della qualità e dell'efficienza del servizio distributivo come supporto nel creare valore di filiera? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi

<b>Ne ho estremamente bisogno</b>	<b>1</b>
<b>Ne ho molto bisogno</b>	<b>2</b>
<b>Ne ho abbastanza bisogno</b>	<b>3</b>
<b>Ne ho poco bisogno</b>	<b>4</b>
<b>Non ne ho per niente bisogno</b>	<b>5</b>



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

**Attenzione: “Non sa / non risponde” non è accettato**

- 11. Come valuta in termini di utilità generale la qualità e l'efficienza del servizio distributivo come supporto nel creare valore di filiera? Mi risponda per favore con una delle seguenti frasi**

<b>Estremamente utili</b>	<b>1</b>
<b>Molto utili</b>	<b>2</b>
<b>Abbastanza utili</b>	<b>3</b>
<b>Poco utili</b>	<b>4</b>
<b>Per niente utili</b>	<b>5</b>

**Attenzione: “Non sa / non risponde” non è accettato**

- 11. Le leggerò ora un elenco di aree in cui la relazione industria/grande distribuzione può raggiungere risultati di sostenibilità. Per ciascuna area dovrebbe dirmi quanto per lei è importante che la grande distribuzione operi in queste aree e quanto si ritiene soddisfatto, dal punto di vista della sua attività e nell'ottica di una collaborazione sempre più sostenibile.**

**LEGGERE LA SCALA.**

	QUANTO È IMPORTANTE CHE L'INDUSTRIA INVESTA					QUANTO È SODDISFATTO					
	Estremamente	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Estremamente	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non ho esperienza
Attenzione dedicata alle politiche di prezzo che non brucino valore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valorizzazione – con un listing coerente - dei prodotti che rispettano nel processo produttivo la regola delle tre “E” (ecologia, equità, economia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Razionalizzazione e organizzazione dei trasporti e della logistica in generale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presenza di assortimento referenziato in tutti i punti vendita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efficacia delle promozioni in relazione agli investimenti promozionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacità di prendere impegni su volumi promozionali/target	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

Gestione della categoria in logica category	<input type="radio"/>										
Valorizzazione di dati informativi sul consumatore	<input type="radio"/>										
Valorizzazione di un piano di marketing articolato	<input type="radio"/>										
Capacità di soddisfare e fidelizzare il cliente finale attraverso attività complementari alla leva del prezzo (profondità assortimentale, servizi collaterali, consegna a domicilio, gestione dei reclami, servizi post vendita...)	<input type="radio"/>										
Valorizzazione dell'equity del brand sul punto vendita	<input type="radio"/>										
Supporto al lancio dei prodotti innovativi	<input type="radio"/>										
Condivisione dati di sell out in relazione alla misurazione dell'efficacia degli investimenti promozionali effettuati	<input type="radio"/>										
Valorizzazione – con un listing coerente - dei prodotti con un packaging a basso impatto ambientale	<input type="radio"/>										
Gestione presenza continuativa a scaffale e dell'out of stock	<input type="radio"/>										
Valorizzazione dell'innovazione che prevede caratteristiche di prodotto in termini di sostenibilità ambientale ed un listing coerente con il valore della proposta	<input type="radio"/>										
Efficienza nella definizione degli accordi contrattuali, centrali e periferici	<input type="radio"/>										
Capacità di valorizzare le attività di fidelizzazione del cliente attraverso promozioni innovative	<input type="radio"/>										



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

	QUANTO È IMPORTANTE CHE L'INDUSTRIA INVESTA					QUANTO È SODDISFATTO					
	Estre- ma- mente	Molto	Abba- stanza	Poco	Per niente	Estrema- mente	Molto	Abba- stanza	Poco	Per niente	Non ho esperienz a
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ALTRO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

————— RIPORTARE GLI ELEMNTI "ALTRO" EMERSI A DOMANDA 6



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

tns.italia@tns-global.com  
www.tns-global.it

## Desidera aggiungere qualcosa?

.....  
.....

## Un'ultima domanda: Quale è il ruolo che lei ricopre in azienda?

Direttore commerciale ..... 1

Altro (specificare) \_\_\_\_\_ 2

La ringrazio molto per la Sua cortesia e disponibilità.

Fine questionario GDO

---

### Elenco dei Comuni italiani presso i quali è stata effettuata almeno un'intervista:

- Agrate
- Andezeno (TO)
- Arese (MI)
- Bologna
- Carini (PA)
- Casanova di Martignacco (UD)
- Castione Andevenno (SO)
- Collecchio (PR)
- Cremona
- Dosson di Casier
- Ghemme (NO)
- Induno Olona (VA)
- Massarosa (Lucca)
- Milano
- Modena
- Molfetta (BA)
- Monsampaolo del Tronto (AP)



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00



TNS Italia Srl  
Via Bolama, 11/3 - 13  
20126 Milano - Italia  
tel. (+39) 02 27 07 2.1 (ric. aut.)  
fax (+39) 02 27 07 22 00

Corso Vittorio Emanuele II, 18  
00186 Roma - Italia  
tel. (+39) 06 45 40 23 00  
fax (+39) 06 67 93 676

[tns.italia@tns-global.com](mailto:tns.italia@tns-global.com)  
[www.tns-global.it](http://www.tns-global.it)

- Montechiarugolo (PR)
- Novaledo (TN)
- Novara
- Parma
- Petignano d'Assisi (PG)
- Pistoia (PT)
- Primaluna (LC)
- Rozzano (MI)
- Soresina (CR)
- Spinea (VE)
- Trento (TN)
- Trezzano sul Naviglio (MI)



Membro Esomar ed Assirm

Cod. Fisc. e P. IVA IT 01262720152  
REA MI-579520  
Cap. Soc. €161.371,00