

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 I Pet Shop in Italia (parte2)

Soggetto che ha realizzato il sondaggio A. Cassinari, Field telefonico di Kronos – Ricerche di mercato

Soggetto committente Pet Trend/ UnionPet

Soggetto acquirente UnionPet

Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio 4 – 19 Settembre 2012

Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio Zoomark 2013

Data di pubblicazione o diffusione 9 Maggio 2013

Temi/fenomeni oggetto del sondaggio L'indagine traccia il profilo anagrafico e commerciale dei proprietari di Pet Shop, con lo scopo di definire le caratteristiche strutturali e funzionali dei negozi, di tracciare le principali dinamiche d'informazione e aggiornamento professionale del settore - dalle riviste tradizionali, alla rete, agli eventi –, di descrivere il rapporto che lega il proprietario del Pet Shop ai suoi clienti delineando il profilo anagrafico di questi ultimi e di evidenziare le principali differenze fra tipologie di titolari, di punti vendita, di target di clienti.

Popolazione di riferimento distribuzione dei Pet Shop – esclusi Garden Center – sul territorio Nazionale

Estensione territoriale del sondaggio: nazionale, Vedi tabella ripartizione comuni in calce al documento

Metodo di campionamento:

Campionamento casuale stratificato secondo l'area geografica

Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore:

Campione rappresentativo della distribuzione dei Pet Shop – esclusi Garden Center – sul territorio Nazionale (Fonte SEAT PAGINE GIALLE). Margine di errore compreso tra +/- 0,3 e +/- 4,4% (al 95% di probabilità) per i dati riferiti al totale campione (502 casi).

Metodo di raccolta delle informazioni:

C.A.T.I. interviste telefoniche con questionario strutturato.

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

Complete	502
Rifiuti	605
Non reperibili	2848
Numero errato	974
Numero occupato	368
Totale contatti	5297

Testo integrale di tutte le domande, base e % dei non rispondenti:

SEZIONE A: PROFILO DELL'ATTIVITÀ

Q1. Il suo negozio.... MULTIPLA

1. vende alimenti per animali da compagnia
2. vende accessori per animali da compagnia
2. vende cani e gatti
3. uccelli
4. piccoli animali (*conigli, furetti, criceti e altri*)
5. pesci e invertebrati
6. rettili (*tartarughe, serpenti, iguane, ecc.*)
7. fornisce servizi di consegne a domicilio
8. di toelettatura
9. di pensione
10. di dog e cat sitting ecc.
11. Altro **SPECIFICARE**

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q2. Il suo punto vendita è...

1. un petshop tradizionale
2. in franchising
3. appartenente a catene

% non rispondenti 0,2 Base rispondenti: 502

Q3. Lei ha

1. rilevato un punto vendita per animali già esistente
2. proseguito un'attività di famiglia
3. avviato un nuovo punto vendita

% non rispondenti 0,4 Base rispondenti: 502

Q4. In quale anno ha avviato la sua attività?

% non rispondenti 0,6 Base rispondenti: 502

Q5. Da quanti anni esisteva il punto vendita?

1. fino a 5 anni
2. da 5 a 10 anni
3. da 10 a 20 anni
4. oltre 20 anni

% non rispondenti 4,6 Base rispondenti: 502

Q6. Gestisce l'attività...

1. da solo

2. in società
3. è un punto vendita a conduzione familiare

% non rispondenti 0,2 Base rispondenti: 502

Q7. Quante persone oltre a lei lavorano nel punto vendita?

% non rispondenti 0,4 Base rispondenti: 502

SEZIONE B: CANALI D'INFORMAZIONE

Parliamo dei canali d'informazione professionale che Lei utilizza abitualmente sia per conoscere le tendenze di mercato, che per aggiornarsi ed essere sempre in grado di rispondere alle richieste dei suoi clienti.

Q8. Lei legge abitualmente....

1. riviste per operatori del settore
2. riviste specialistiche per veterinari
3. riviste specialistiche per allevatori
4. riviste periodiche sugli animali
5. Altre riviste **SPECIFICARE**
6. NESSUNA DI QUESTE

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q9. Mi indichi quali legge fra le riviste che le elencherò..... **MULTIPLA LEGGERE:**

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q10. Sulle riviste specializzate, quali articoli/argomenti vi interessano? Animali in genere

1. Informazioni sui prodotti (*alimenti e accessori per animali*)
2. Come gestire il negozio (*gestione contabile e fiscale, vetrinistica, acquisti e vendite ecc.*)
3. Tecniche di vendita (*approccio con il cliente, comportamento dell'animale, ecc.*)
4. Andamento del mercato pet
5. Interviste ai negozianti
6. Medicina veterinaria (*benessere, riproduzione, prevenzione ecc.*)
7. Toelettatura
8. Addestramento
9. Altri argomenti (*hobby, vacanze, natura, interviste varie, ecc.*)

% non rispondenti 7 Base rispondenti: 502

Q11. La sua attività commerciale è presente su internet? Se sì in quale modo?...

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q12. Lei vende attraverso internet (E Commerce)?

1. SI
2. NO

% non rispondenti 0,4 Base rispondenti: 502

Q13. Lei consulta su Internet siti e community utili per la sua attività? Se sì, di che genere?

% non rispondenti 0,8% Base rispondenti: 502

Q14. Ha constatato un incremento della sua clientela e delle vendite grazie alla presenza su Internet? si

1. no, ma sono iniziati rapporti utili per il mio lavoro
2. no, ma è da poco tempo che sono presente su internet
3. no

% non rispondenti 0,4 Base rispondenti: 502

Q15. Lei acquista online prodotti da vendere nel suo punto vendita?

1. SI
2. NO

% non rispondenti 0% Base rispondenti: 502

Q16. Lei partecipa.....

1. regolarmente
2. occasionalmente
3. mai

a.....

a) fiere locali

% non rispondenti 0% Base rispondenti: 502

b) fiere nazionali o internazionali di prodotti e attrezzature per animali domestici (Zoomark, Interzoo,...)

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

c) esposizioni canine e feline

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

d) conferenze, convegni, corsi e seminari promossi da associazioni ed enti locali

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

e) incontri ed eventi promossi da aziende produttrici

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

SEZIONE C: PROFILO DEI CLIENTI

Parliamo dei suoi clienti e delle opinioni che Lei si è formato svolgendo il suo lavoro.

Q17. La sua clientela è prevalentemente.....

1. abituale, viene da lei almeno 2 volte al mese per tutto l'anno
2. occasionale, meno di 2 volte al mese per tutto l'anno
3. un mix equilibrato di entrambe le clientele

% non rispondenti 0,2% Base rispondenti: 502

Q18. Mi fornisce un'approssimativa ripartizione percentuale delle sue vendite tra queste categorie di prodotti? (*edit da 0 a 100*)

1. per cani
2. per gatti
3. per piccoli animali
4. per uccelli
5. per acquari

% non rispondenti 2% Base rispondenti: 502

Q19. Mi fornisce un'approssimativa ripartizione percentuale del genere dei suoi clienti? (*edit da 0 a 100*)

1. uomini
2. donne

% non rispondenti 0,8 Base rispondenti: 502

Q20. Mi fornisce un'approssimativa ripartizione percentuale dell'età dei suoi clienti? (*edit da 0 a 100*)

1. sotto ai 25 anni
2. tra 25 e 40 anni
3. tra i 40 e 65 anni
4. sopra ai 65 anni

% non rispondenti 4,6 Base rispondenti: 502

Q21. I suoi clienti le chiedono consigli soprattutto per quanto riguarda.....

1. L'alimentazione
2. La salute e il benessere
3. Il comportamento e la gestione dell'animale
4. L'addestramento
5. La riproduzione
6. L'igiene e la bellezza
7. La scelta del veterinario

8. La scelta di pensioni/dog e cat sitter
9. Altro **SPECIFICARE**

% non rispondenti 1,6 Base rispondenti: 502

Q22. Come giudica il livello medio d'informazione dei suoi clienti sull'alimentazione del proprio animale da compagnia.....

1. molto alto
2. abbastanza alto
3. abbastanza basso
4. molto basso

% non rispondenti 2 Base rispondenti: 502

Q23. Quali sono i principali criteri di scelta del suo punto vendita da parte del cliente?

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q24. Quali attività porta avanti per promuovere la visibilità del punto vendita e aumentare l'afflusso di clienti? -

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

DOMANDE ANAGRAFICHE DELL'ATTIVITA' E DEL TITOLARE INTERVISTATO

Q1. Qual è la dimensione in metri quadri del punto vendita?

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q2. La sua attività è collocata....

1. nel centro
2. in un quartiere diverso dal centro
3. all'interno/ collegata ad un centro commerciale

% non rispondenti 1,6 Base rispondenti: 502

Q3. Mi può dire il suo ultimo titolo di studio? NON LEGGERE

% non rispondenti 0,4 Base rispondenti: 502

Q4. Mi può indicare la Sua età?

% non rispondenti 1 Base rispondenti: 502

Q5. In ultimo, mi dica se Lei possiede un animale da compagnia

1. Sì
2. No **FINE INTERVISTA**

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 502

Q6.1 Quale?

% non rispondenti 0 Base rispondenti: 425

TABELLA COMUNI CAMPIONE

	TOTAL	AREA GEOGRAFICA			
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole
Base: totale punti vendita rispondenti	502	157	109	121	115
Fino a 5 mila abitanti	4,8%	7,6%	6,4%	0,8%	3,5%
Da 5 a 10 mila abitanti	9,8%	9,6%	14,7%	7,4%	7,8%
Da 10 a 30 mila abitanti	27,7%	31,2%	33,9%	22,3%	22,6%
Da 30 a 100 mila abitanti	24,1%	18,5%	14,7%	30,6%	33,9%
Da 100 a 250 mila abitanti	10,4%	3,8%	20,2%	6,6%	13,9%
Da 250 a 500 mila abitanti	5,4%	0,0%	10,1%	8,3%	5,2%
Oltre 500 mila abitanti	17,9%	29,3%	0,0%	24,0%	13,0%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%