

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

Indagine sui bar: i rapporti di filiera.

soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Srl

soggetto committente

FIPE Federazione Italiana Pubblici Esercizi

soggetto acquirente

FIPE Federazione Italiana Pubblici Esercizi

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 31 marzo all'8 aprile 2015.

mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio

<http://www.mixerplanet.com/fipe-il-40-dei-baristi-acquistera-attrezzature-nei-prossimi-5-anni/>

<http://www.online-news.it/2015/05/04/fipe-2-bar-italiani-in-rosa-sei-addetti-su-dieci-sono-donne/#.VVMAKfntmkp>

data di pubblicazione o diffusione

5 maggio 2015

format s.r.l. – sede legale e operativa - via ugo balzani 77
00162 roma, italia - rea 747042/rm
format nord est – unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96

cf / p.iva / reg.imp.roma: 04268451004
cap. soc. € 10.340,00 i.v.

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



temi / fenomeni oggetti del soggetto

Indagine sul giudizio da parte delle imprese italiane della ristorazione (bar) sui rapporti con la filiera agroalimentare, delle bevande e di altri prodotti utilizzati nell'ambito della ristorazione in merito alla fornitura di alcune tipologie di "materie prime" e "attrezzature".

popolazione di riferimento

Imprese italiane della ristorazione (esclusivamente bar, ad esclusione dei bar presenti nelle strutture pubbliche)

comuni di rilevazione (elenco)

Ghisalba	Regalbuto	Solesino
Arzignano	Bolzano	Milano
Spigno Saturnia	Castiglione	Gravellona
Torino	Cosentino	Lomellina
Ascea	Falconara Marittima	Santa Giuletta
Mirandola	Roma	Santo Stefano di
Cervara di Roma	Gorla Minore	Cadore
Falcade	Santo Stefano di	Fasano
Castel San Vincenzo	Cadore	Pomezia
Roma	Urbino	San Costanzo
Bollengo	Pioltello	Roma
Fabro	Guardiagrele	Castiglione d'Adda
Venosa	Angri	Trescore Cremasco
Massa	Inverno e	Bareggio
Volpago del	Monteleone	Zungri
Montello	Caserta	Atripalda
Lucera	Elice	Napoli
Ollolai	Cervignano del	Nola
Monteroni d'Arbia	Friuli	Fiuggi
Borgorose	Alia	Porto Sant'Elpidio
Tortoli'	Citta' Sant'Angelo	Roncadelle
Povegliano	Storo	Trieste
Castellammare di	Torino	Casalgrande
Stabia	Cernobbio	Collepardo
Bologna	Busto Arsizio	Castroreale
Ragusa	Dolzago	Agira
Reggio di Calabria	Firenze	Girifalco
Bolzano	Garda	Sarcedo
Pavone Canavese	Forli'	Filadelfia
Lumezzane	Verona	Trivento
Bettona	Lenna	Loculi
Monte Urano	Martinsicuro	Montesilvano
Nuvolera	Cesena	Santa Cristina
Poggio Mirteto	Bitonto	d'Aspromonte

Belmonte Mezzagno
Milano
Lecce
Venezia
Torino
Castellamonte
Pisogne
Dronero
Sant'Oreste
Morano Calabro
Certaldo
Vas
Bagnone
Albano Laziale
Castelfidardo
Bergamo
Somma Lombardo
Ariano Irpino
Courmayeur
Sulmona
Chivasso
Mareno di Piave
Barberino Val d'Elsa
Villa Literno
Nizza di Sicilia
Ravenna
Pistoia
Spilimbergo
Orotelli
Fondi
Quartu Sant'Elena
Settimo Torinese
Castelfranco Emilia
Vicenza
Pontinia
Abetone
Rivodutri
Caprarola
Osimo
Pollenza
Udine
Torre Annunziata
Jesolo
Messina
Castiglione del Lago
Noviglio
Brendola
Francavilla al Mare
Piazza Armerina
Fontanafredda

Palermo
Male'
Campi Bisenzio
Porcia
Sassari
Vigolzone
Tirano
Taranto
Livorno
Sondrio
Legnago
Riccia
Prato
Campi
Fano
Albano Laziale
Palau
Castelsardo
Capaccio
Cles
Chiavari
Boville Ernica
Montefiorino
Moena
Borgo San Lorenzo
Caltavuturo
Pradamano
Lavello
Padova
La Spezia
Folgaria
Pavia
Numana
Casale Cremasco-
Vidolasco
Martina Franca
Ovada
Messina
Piazza Armerina
Dorsino
Segrate
Cagnano Amiterno
Sestri Levante
Casapulla
Palermo
Cagliari
Modena
Aprilia
Silea
Siracusa

Lanciano
Mantova
Induno Olona
Cividale del Friuli
San Venanzo
San Lorenzo in
Campo
CARSOLI
Rosolina
Santo Stefano
Quisquina
Sedico
Sarnico
Casalnuovo di
Napoli
Codogno
Germignaga
Messina
Viareggio
Torre del Greco
Parma
Lanzo Torinese
San Donato
Milanese
Piacenza
Botticino
Macerata
Agnadello
Catanzaro
Livorno
Pontinia
Rapino
Casaletto di Sopra
Casalnuovo di
Napoli
Lerici
Empoli
Sacile
Cusano Mutri
Abbiategrosso
Gavardo
Triggiano
Cardito
Agnone
Ascoli Piceno
Vittoria
Bellaria-Igea Marina
Sant'Agostino
Cardano al Campo
Gambettola

Bergamo	Paciano	Palazzo San
Mussomeli	Gatteo	Gervasio
Manziana	Giarre	San Salvo
Albizzate	Perugia	Vedelago
Benevento	Premariacco	Fonte Nuova
Santa Maria a Vico	Arzano	Livorno
Rimini	Montechiarugolo	Abriola
Padova	Villa Guardia	Grottammare
Casalpusterlengo	Senigallia	Monte di Procida
Potenza	Perugia	Benetutti
Valguarnera	San Ferdinando di	Fondi
Caropepe	Puglia	Santa Maria
Prato	Treviglio	Maggiore
Cusano Milanino	Gallipoli	San Vincenzo
Ambivere	Carrara	San Felice del
Anagni	Canonica d'Adda	Benaco
Pozzuoli	Santarcangelo di	Novate Milanese
Monza	Romagna	Ospitaletto
Carloforte	Monza	Oratino
Fara in Sabina	Trapani	Francavilla al Mare
Bressanone	Malonno	Tolve
Pineto	Capri Leone	Alessandria
Gravina in Puglia	Avellino	Toano
Cabras	Valtournenche	Barga
Savignano sul	Cerami	San Marzano sul
Panaro	Peveragno	Sarno
Malonno	Pinerolo	Taranto
Ivrea	Molfetta	Siena
Sassano	Brescia	Brescia
Correzzola	Ortona	Montefranco
Pesaro	Genova	Artogne
Boretto	Francolise	Fino Mornasco
Peschiera del Garda	Castelleone	Ponsacco
Marino	Belfiore	Pedaso
Viareggio	Bisceglie	Piozzo
Trevi nel Lazio	Isola di Capo	Montagnareale
Porto Mantovano	Rizzuto	Genova
Mantova	Arzano	Marliana
Teverola	Latronico	Grottaferrata
Iglesias	Cerzeto	Pagnacco
Cavezzo	Acri	

metodo di campionamento

Campione rappresentativo delle imprese italiane della ristorazione (esclusivamente bar, ad esclusione dei bar presenti nelle strutture pubbliche) per area e per classe di addetti.

rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse (=500 interviste a buon fine), analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, 20 addetti ed oltre), area (nord ovest, nord est, centro, sud e isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore +4,5%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camera di Commercio.

metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il sistema Cati (computer assisted telephone interview)

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

	cifra	percentuale
non reperibili	8.610	70,7%
rifiuti	3.075	25,2%
sostituzioni	11.685	95,9%
totale interviste	500	4,1%

testo integrale di tutte le domande (questionario)

1. Che tipo di locale si sente di essere in funzione delle occasioni di consumo?
 (Una risposta)

- Bar della mattina (bar caffetteria)¹ 1
- Lunch bar (pranzo)² 2
- Bar serale (aperitivo e/o dopocena)³ 3
- Bar multispecializzato (che fa tutto - multi-proposta)⁴ 4
- Bar generalista (senza una chiara specializzazione) 5
- Bar pasticceria e/o gelateria con produzione propria 6

Totale 100% rispondenti

2. Anno di avviamento dell'attività (indicare l'anno)

¹ Bar tradizionale, caffetteria, milk bar, snack bar, etc

² Lounge bar, etc.

³ Aperitiv bar, wine bar, open bar, disco bar, piano bar, music bar, birreria, pub etc.

⁴ Bar di ristorante, bar dell'albergo, bar sulla spiaggia, può comprendere bar con diverse tipologie di consumazioni.

Totale 100% rispondenti

3a. Posto uguale a 100 il numero degli atti di acquisto di ogni prodotto, può indicare la ripartizione dei consumi per ogni occasione di consumo? (Domanda aperta. Indicare il valore in percentuale)

	<i>Colazione</i>	<i>Pranzo</i>	<i>Pause</i>	<i>Aperitivo</i>	<i>Dopo-cena</i>	<i>Totale</i>
A. Bevande calde	__	__	__	__	__	100%
B. Bevande analcoliche	__	__	__	__	__	100%
C. Bevande alcoliche	__	__	__	__	__	100%
D. Prodotti d'impulso	__	__	__	__	__	100%
E. Aperitivi alcolici ed analcolici	__	__	__	__	__	100%
F. Prodotti da forno	__	__	__	__	__	100%
G. Food (panini, piatti, etc.)	__	__	__	__	__	100%
H. Acqua minerale	__	__	__	__	__	100%

Totale 100% rispondenti

3b. Posto uguale a 100 il numero degli atti di acquisto in ogni occasione di consumo, può indicare la ripartizione dei consumi per ogni prodotto? (Domanda aperta. Indicare il valore in percentuale)

	<i>Colazione</i>	<i>Pranzo</i>	<i>Pause</i>	<i>Aperitivo</i>	<i>Dopo-cena</i>
A. Bevande calde	__	__	__	__	__
B. Bevande analcoliche	__	__	__	__	__
C. Bevande alcoliche	__	__	__	__	__
D. Prodotti d'impulso	__	__	__	__	__
E. Aperitivi alcolici ed analcolici	__	__	__	__	__
F. Prodotti da forno	__	__	__	__	__
G. Food (panini, piatti, etc.)	__	__	__	__	__
H. Acqua minerale	__	__	__	__	__
Totale	100%	100%	100%	100%	100%

Totale 100% rispondenti

3.c Potrebbe indicarmi il numero medio di atti di acquisto per tipologia di prodotto? (Domanda aperta. Indicare il valore medio per prodotto)

Numero di atti di acquisto

- | | |
|-------------------------------------|----|
| A. Bevande calde | __ |
| B. Bevande analcoliche | __ |
| C. Bevande alcoliche | __ |
| D. Prodotti d'impulso | __ |
| E. Aperitivi alcolici ed analcolici | __ |
| F. Prodotti da forno | __ |
| G. Food (panini, piatti, etc.) | __ |
| H. Acqua minerale | __ |

Totale 100% rispondenti

4. Qual è la frequenza con la quale rifornisce la sua impresa dei seguenti prodotti? (Una risposta per ciascun prodotto. 1=Quotidiana, 2= Settimanale, 3=Mensile, 4=Plurimensile, 5=Annuale)

- | | |
|-------------------------------------|----|
| A. Caffè | __ |
| B. Latte | __ |
| C. Birra | __ |
| D. Vino | __ |
| E. Acqua | __ |
| F. Succhi di frutta | __ |
| G. Gelati | __ |
| H. Prodotti da forno | __ |
| I. Bevande analcoliche | __ |
| J. Superalcolici | __ |
| K. Aperitivi alcolici ed analcolici | __ |
| L. Pastigliaggi | __ |
| M. Snack dolci e salati | __ |
| N. Prodotti di gastronomia | __ |

Totale 100% rispondenti

5. Quali sono i fornitori che la sua impresa utilizza in prevalenza per l'acquisto dei prodotti? (Possibili più risposte)

	<i>Grossista</i>	<i>Industria</i>	<i>Cash & Carry (ad es. Metro)</i>	<i>Negozi al dettaglio</i>	<i>Gruppi di acquisto</i>	<i>Mercati generali</i>
A. Caffè	__	__	__	__	__	__
B. Latte	__	__	__	__	__	__
C. Birra	__	__	__	__	__	__
D. Vino	__	__	__	__	__	__
E. Acqua	__	__	__	__	__	__
F. Succhi di frutta	__	__	__	__	__	__
G. Gelati	__	__	__	__	__	__
H. Prodotti da forno	__	__	__	__	__	__
I. Bevande analcoliche	__	__	__	__	__	__
J. Superalcolici	__	__	__	__	__	__
K. Aperitivi alcolici ed analcolici	__	__	__	__	__	__
L. Pastigliaggi	__	__	__	__	__	__
M. Snack dolci e salati	__	__	__	__	__	__
N. Prodotti di gastronomia	__	__	__	__	__	__

Totale 100% rispondenti

6. (Controllare coerenza con anno di avviamento dell'attività dichiarato a domanda 2) Per ciascuno dei prodotti di cui si rifornisce da quanti mesi/anni intrattiene rapporti con il suo fornitore attuale? (Una risposta per ciascun item. Scala da 1=Meno di sei mesi, 2=Un anno, 3=Due - cinque anni, 4=Sei - dieci anni, 5=Oltre i dieci anni)

A. Caffè	__
B. Latte	__
C. Birra	__
D. Vino	__
E. Acqua	__

- | | |
|-------------------------------------|----|
| F. Succhi di frutta | __ |
| G. Gelati | __ |
| H. Prodotti da forno | __ |
| I. Bevande analcoliche | __ |
| J. Superalcolici | __ |
| K. Aperitivi alcolici ed analcolici | __ |
| L. Pastigliaggi | __ |
| M. Snack dolci e salati | __ |
| N. Prodotti di gastronomia | __ |

Totale 100% rispondenti

7. Quanto si ritiene soddisfatto del rapporto con i fornitori attuali di materie prime? (Una risposta per ciascun item in una scala a 0 a 10 dove 0=min soddisfazione e 10=max soddisfazione)

- | | |
|--------------------------------------|----|
| 1. Caffè | __ |
| 2. Latte | __ |
| 3. Birra | __ |
| 4. Vino | __ |
| 5. Acqua | __ |
| 6. Succhi di frutta | __ |
| 7. Gelati | __ |
| 8. Prodotti da forno | __ |
| 9. Bevande analcoliche | __ |
| 10. Superalcolici | __ |
| 11. Aperitivi alcolici ed analcolici | __ |
| 12. Pastigliaggi | __ |
| 13. Snack dolci e salati | __ |
| 14. Prodotti di gastronomia | __ |

Totale 100% rispondenti

8. (Per coloro che hanno dichiarato di essere insoddisfatti – valori 0-8) Per quale ragione non siete soddisfatti e/o il sistema potrebbe migliorare? (Una risposta per ciascun item del tipo sì/no. Ruotare gli items)

- Prezzo (Prezzi non-competitivi)
- Trasparenza dei prezzi (listini)
- Modalità di pagamento (es. la possibilità di non-usufruire del credito di fornitura o comunque secondo modalità di gradimento del pubblico esercizio)
- Aspetti inerenti le modalità di trasporto assicurate (es. il non rispetto della conservazione e della deperibilità dei prodotti, etc)
- Livello di disponibilità / professionalità degli intermediari commerciali
- Livello di flessibilità con riferimento alle modalità di effettuazione degli ordini e alle dimensioni degli ordini (es. quantità di merce acquistabile minima, formati acquistabili, etc)
- Modalità di consegna della merce (es. il fornitore non consegna direttamente all'esercizio e si è costretti a ritirare la merce presso il magazzino del fornitore)
- Tempi di consegna della merce
- Prossimità del fornitore
- Assenza di iniziative di promozione e/o incentivazione delle vendite verso il pubblico esercizio
- Promozione verso i consumatori (co-marketing, es. pubblicità, promozione delle vendite)
- Capacità di assistenza e consulenza del fornitore (es. assistenza in caso di problemi di mancata o cattiva consegna, assenza coperture assicurative, capacità di consigliare il pubblico esercizio nell'acquisto dei prodotti e/o delle linee di prodotto).

Totale 100% rispondenti

9. (Per coloro che hanno dichiarato di essere soddisfatti – valori 9-10) Quali sono gli aspetti del sistema per il quale siete maggiormente soddisfatti? (Una risposta per ciascun item del tipo sì/no. Ruotare gli items.)

- Prezzo (Prezzi competitivi)
- Trasparenza dei prezzi (listini)
- Modalità di pagamento (es. la possibilità di usufruire del credito di fornitura o comunque secondo modalità di gradimento del pubblico esercizio)
- Aspetti inerenti le modalità di trasporto assicurate (es. il rispetto della conservazione e della deperibilità dei prodotti, etc)

- Livello di disponibilità / professionalità degli intermediari commerciali
- Livello di flessibilità con riferimento alle modalità di effettuazione degli ordini e alle dimensioni degli ordini (es. quantità di merce acquistabile minima, formati acquistabili, etc)
- Modalità di consegna della merce (es. il fornitore consegna direttamente all'esercizio)
- Tempi di consegna della merce
- Prossimità del fornitore
- Presenza di iniziative di promozione e/o incentivazione delle vendite verso il pubblico esercizio)
- Promozione verso i consumatori (co-marketing, es. pubblicità, promozione delle vendite)
- Capacità di assistenza e consulenza del fornitore (es. assistenza in caso di problemi di mancata o cattiva consegna, presenza coperture assicurative, capacità di consigliare il pubblico esercizio nell'acquisto dei prodotti e/o delle linee di prodotto).

Totale 100% rispondenti

10. In generale, pensando alla sua esperienza di esercente, quale giudizio dà dei seguenti aspetti del "sistema", ovvero della relazione che intrattiene con i fornitori? (una risposta per ogni item, scala da 0 a 10, 10=max positivo. Ruotare gli items) **(distinguere per ciascun prodotto)**

DISPONIBILITA' E CONSEGNA MERCI

- Quantità dei prodotti non sufficienti rispetto alle esigenze
- Varietà dei prodotti non sufficienti rispetto alle esigenze
- Consegne dei prodotti di qualità inferiori alle aspettative
- Ritardi nelle consegne
- Mancate consegne
- Disponibilità dello spazio per il caricamento delle merci (lo stoccaggio merci e stalli)

PREZZO E MODALITA' PAGAMENTO

- Prezzi elevati
- Variazione dei prezzi rispetto agli accordi iniziali

LIVELLO DI SERVIZIO

- Il livello di servizio ed assistenza in generale offerto dai fornitori
- Professionalità ed esperienza del personale addetto alla vendita da parte dei fornitori

INFORMAZIONE ASIMMETRICA

- Mancato o parziale aggiornamento dei listini
- Informazione insufficiente e non chiara fornita da parte dei fornitori: difficoltà nella comparazione dei prodotti
- Informazione insufficiente e non chiara fornita da parte dei fornitori: difficoltà nella comparazione dei prezzi
- Informazione insufficiente e non chiara fornita da parte dei fornitori: difficoltà nella comprensione dei tempi e delle modalità di consegna assicurate

INCENTIVAZIONE DEGLI ESERCIZI

- Programmi di incentivazione e promozione insufficienti verso i pubblici esercizi

Totale 100% rispondenti

11. Potrebbe descrivermi in breve, "a parole sue", come decide di scegliere un determinato fornitore invece di altro per l'acquisto di una determinata tipologia di merce? (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 100% rispondenti

12. Quali sono i canali di informazione che utilizza abitualmente per tenersi aggiornato sui prodotti, sui prezzi, ecc.? (Possibili più risposte. 1=Si, 2=No)

- | | |
|---|----|
| A. Cataloghi cartacei dei fornitori | __ |
| B. Siti internet dei fornitori | __ |
| C. Rete di conoscenze | __ |
| D. Contatto diretto da parte dei produttori | __ |
| E. Mercati, fiere, saloni | __ |
| F. Riviste e giornali | __ |
| G. Associazioni di categoria | __ |
| H. Altro (specificare) | __ |

Totale 100% rispondenti

13. Effettua una comparazione tra i vari fornitori prima di acquistare le materie prime per la sua attività? (Una risposta)

- Sì, sempre 1
- Sì, a volte 2
- No, mai 3

Totale 100% rispondenti

14. (Solo per coloro che hanno risposto "sì") Come effettua tale comparazione?
 (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 57,7% rispondenti

15. (Se ha risposto "no, mai" a domanda 13) Per quale motivo non effettua alcuna comparazione sui prezzi tra i vari fornitori prima di effettuare una scelta?
 (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

(Esempi di risposta: Mi fido del fornitore tradizionale che uso da anni; Il fornitore tradizionale mi pratica sconti rilevanti; etc)

Totale 42,3% rispondenti

16. L'informazione da parte dei suoi fornitori viene resa disponibile prevalentemente...? (Una risposta)

- Su carta
- On line
- Per telefono

Totale 100% rispondenti

17. Per l'acquisto delle "materie prime" quali sono le forme di pagamento che utilizza presso i suoi fornitori abituali? (Possibili più risposte)

- | | |
|----------------------|----|
| A. Contante | __ |
| B. Assegno | __ |
| C. Bonifico bancario | __ |

- D. Ricevuta bancaria |__|
- E. Contrassegno |__|
- F. Carta di credito |__|
- G. Altra forma _____ |__|

Totale 100% rispondenti

18. In riferimento alla sua attività a seguito dell'introduzione dell'articolo 62 (Legge 27/2012⁵) il rapporto con i suoi fornitori di materie prime è...? (Una risposta)

- Migliorato 1
- Rimasto invariato 2
- Peggiorato 3

Totale 100% rispondenti

19. (Se è peggiorato) Per quali delle seguenti cause? (Possibili più risposte)

- A. Difficoltà a rifornirmi |__|
- B. Problemi di liquidità |__|
- C. Problemi di accesso al credito |__|
- D. Altre cause _____ |__|

Totale 4,8% rispondenti

20. (Controllare coerenza con anno di avviamento dell'attività dichiarato a domanda 2) Il banco bar attualmente in uso a che anno risale? (Indicare l'anno)

|__||__||__||__|

Totale 100% rispondenti

21. Prevede di cambiarlo nei prossimi due anni? (Una risposta)

- Sì, nel 2015 1
- Sì, nel 2016 2
- No 3

Totale 100% rispondenti

⁵ Con il decreto liberalizzazioni 2012 è stato introdotto l'articolo 62 che impone di pagare a 30/60 giorni i prodotti alimentari e di avere un contratto di acquisto per ogni fornitore allo scopo di tutelare produttori ed agricoltori.

22. E nei prossimi cinque anni? (Una risposta)

- Sì, nel 2015 1
- Sì, nel 2016 2
- Sì, nel 2017 3
- Sì, nel 2018 4
- Sì, nel 2019 5
- No 6

Totale 100% rispondenti

23. Ha acquistato nuove attrezzature (diverse dal banco bar) negli ultimi due anni? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale 100% rispondenti

24. Se sì, quali? (ad es. tavoli e sedie, vetrina refrigerata o riscaldata, espositori, banchi frigorifero, illuminazione, etc. Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 100% rispondenti

25. Pensa di acquistare nuove attrezzature nei prossimi due anni? (Una risposta)

- Sì, nel 2015 1
- Sì, nel 2016 2
- No 3

Totale 100% rispondenti

26. Se sì, quali? (ad es. tavoli e sedie, vetrina refrigerata o riscaldata, espositori, banchi frigorifero, illuminazione, etc. Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 100% rispondenti

27. E nei prossimi cinque anni? (Una risposta)

- Sì, nel 2015 1
- Sì, nel 2016 2
- Sì, nel 2017 3
- Sì, nel 2018 4
- Sì, nel 2019 5
- No 6

Totale 100% rispondenti

28. Se sì, quali? (ad es. tavoli e sedie, vetrina refrigerata o riscaldata, espositori, banchi frigorifero, illuminazione, etc. Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 100% rispondenti

29. (Controllare coerenza con anno di avviamento dell'attività dichiarato a domanda 2) Da quanti mesi/anni intrattiene rapporti con il suo fornitore principale di attrezzature (ad es. bancone del bar, banchi refrigerati, armadi frigorifero)? (Una risposta)

- Meno di sei mesi 1
- Un anno 2
- Due – cinque anni 3
- Sei – dieci anni 4
- Oltre i dieci anni 5

Totale 100% rispondenti

30. I fornitori di "attrezzature" che utilizza abitualmente risiedono principalmente...? (Una risposta)

- Nella provincia in cui svolge la sua attività 1

- Nella regione in cui svolge la sua attività 2
- Nel resto d'Italia 3
- In Europa o nei paesi extra UE 4

Totale 100% rispondenti

31. Quanto si ritiene soddisfatto del rapporto con il suo fornitore principale di attrezzature? (Una risposta in una scala a 0 a 10 dove 0=min soddisfazione e 10=max soddisfazione)

|_|_|

Totale 100% rispondenti

32. (Per coloro che hanno dichiarato di essere insoddisfatti – valori 0-8) Per quale ragione non siete soddisfatti e/o il sistema potrebbe migliorare? (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 25,2% rispondenti

33. (Per coloro che hanno dichiarato di essere soddisfatti – valori 9-10) Quali sono gli aspetti del sistema per il quale si sente maggiormente soddisfatti? (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 74,8% rispondenti

34. Potrebbe descrivermi in breve, "a parole sue", come decide di scegliere un determinato fornitore di attrezzature invece di un altro per l'acquisto di una determinata tipologia di merce? (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 100% rispondenti

35. Quali sono i canali di informazione che utilizza abitualmente prima di effettuare un acquisto, per scegliere un determinato fornitore invece di un altro? (Possibili più risposte. 1=Si, 2=No)

- | | |
|---|----|
| A. Cataloghi cartacei dei fornitori | __ |
| B. Siti internet dei fornitori | __ |
| C. Rete di conoscenze | __ |
| D. Contatto diretto da parte dei produttori | __ |
| E. Mercati, fiere, saloni | __ |
| F. Riviste e giornali | |
| G. Associazioni di categoria | __ |
| H. Altro (specificare) | __ |

Totale 100% rispondenti

36. Effettua una comparazione tra i vari fornitori prima di acquistare le attrezzature per la sua attività? (Una risposta)

- | | |
|---------------|---|
| • Sì, sempre | 1 |
| • Sì, a volte | 2 |
| • No, mai | 3 |

Totale 100% rispondenti

37. (Solo per coloro che hanno risposto "sì") Come effettua tale comparazione? (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

Totale 61,6% rispondenti

38. (Solo per coloro che hanno risposto no) Per quale motivo non effettua alcuna comparazione sui prezzi tra i vari fornitori prima di effettuare una scelta? (Domanda aperta post codificata dopo le prime 100 interviste)

(Esempi di risposta: Mi fido del fornitore tradizionale che uso da anni; Il fornitore tradizionale mi pratica sconti rilevanti; etc)

Totale 38,4% rispondenti

39. L'informazione da parte dei suoi fornitori viene resa disponibile prevalentemente ...? (Una risposta)

- Su carta 1
- On line 2
- Per telefono 3

Totale 100% rispondenti

40. La macchina del caffè della sua attività ... (Una risposta)

- È di sua proprietà 1
- È in comodato d'uso 2

Totale 100% rispondenti

41. (Se in comodato d'uso) Quali sono tra quelli di seguito elencati i motivi per i quali ha scelto di prendere la sua macchina del caffè in comodato d'uso? (Possibili più risposte)

- A. Garanzia costante per la macchina che in caso di guasto o anomalie possa essere riparata e/o sostituita in qualsiasi momento |__|
- B. Non dover sostenere il costo di acquisto in una volta |__|
- C. Contratto unico con il torrefattore sia per la macchina che per il caffè |__|

Totale 62,8% rispondenti

42. Nel suo bar è attivo un POS? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale 100% rispondenti

43. Chi le ha fornito il POS? (Una risposta)

- Società buoni pasto 1
- Banca 2
- Società carta di credito 3

Totale 29,4% rispondenti

44. Ha una convenzione con una società di buoni pasto? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale 100% rispondenti

Classe dimensionale (incluso titolare, familiari, etc.)

- 1 addetto
- 2-5 addetti
- 6-9 addetti
- 10-19 addetti
- Oltre 20 addetti

Totale 100% rispondenti

L'impresa è membro di un'associazione di categoria? (Una risposta)

- Sì
- No

Totale 100% rispondenti

(Se sì) Quale ...? (Una risposta)

- Confindustria
- Confartigianato
- Confcommercio
- Confcooperative
- Confesercenti
- Coldiretti
- CNA
- Casartigiani
- Confapi
- Lega e federazioni cooperative
- Altre associazioni

Totale 100% rispondenti

Area

- Nord Ovest
- Nord Est
- Centro
- Sud e isole

Totale 100% rispondenti