

Indagine sulle abitudini di acquisto dei consumatori del comune di Treviso

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: Econlab Research Network S.R.L.

soggetto acquirente: Econlab Research Network S.R.L.

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: 10 luglio al
19 luglio 2018

mezzo di comunicazione¹:

www.oggiatreviso.it

www.tribunatreviso.gelocal.it

data di pubblicazione del sondaggio: 20/09/2018

temi / fenomeni oggetto del soggetto: L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare, descrivere ed analizzare le abitudini di consumo di un campione di residenti nel comune di Treviso, di età superiore ai 18 che

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

sono responsabili, all'interno del nucleo familiare, dei "processi di acquisto di prodotti sia alimentari che non alimentari".

popolazione di riferimento: Campione rappresentativo della popolazione di Treviso superiore ai 18 anni.

estensione territoriale del sondaggio:

Comune di Treviso

metodo di campionamento: Campione rappresentativo dell'universo di interesse.

rappresentatività del campione²:

Campione rappresentativo della popolazione di Treviso superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: genere (Maschi, Femmine), età (18-24 anni, 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni).

metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview).

consistenza numerica del campione³

Numerosità campionaria complessiva: 500 casi. Anagrafiche "non reperibili": 1.008 (42,3%); "Rifiuti": 870 (36,5%); "Sostituzioni": 1.878 (78,9%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +4,5%). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici.

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.

testo integrale di tutte le domande (questionario)

0a. Lei acquista normalmente (per lei o per coloro che vivono con lei) prodotti alimentari⁴? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

0a1. (se sì) ... e dove preferisce effettuare i suoi acquisti alimentari? (Una risposta)

- In negozi vicini a casa o al luogo di lavoro (raggiungibili a piedi o in bicicletta) 1
- In negozi anche distanti da casa o dal luogo di lavoro (raggiungibili solo con i mezzi pubblici e privati) 2
- On line o negozi con consegna a domicilio (es. Bofrost, Eismann) 3

TOTALE RISPONDENTI 98,2%

0b. Lei effettua normalmente (per lei o per coloro che vivono con lei) acquisti di prodotti non alimentari? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

0b1. (se sì) ... e dove preferisce effettuare i suoi acquisti NON alimentari? (Una risposta)

- In negozi vicini a casa o al luogo di lavoro (raggiungibili a piedi o in bicicletta) 1
- In negozi anche distanti da casa o dal luogo di lavoro (raggiungibili solo con i mezzi pubblici e privati) 2
- Internet o consegna a domicilio (andare alla domanda 17) 3

TOTALE RISPONDENTI 77,4%

ACQUISTO DI PRODOTTI ALIMENTARI

⁴ Ovvero coloro che fanno o contribuiscono a fare la spesa.

[Solo coloro che hanno risposto "1" nella domanda 0a e diverso da 3 a domanda 0a1]

1. In quali tipologie di negozi si reca abitualmente per acquistare **prodotti alimentari**? (Una risposta per ciascun item 1=Si, 2=No) (massimo 3 risposte)

- | | |
|---|----|
| A. Negozio tradizionale di piccole dimensioni (ad esempio pescheria, macelleria, caseificio, piccolo negozio/emporio di quartiere, etc) | __ |
| B. Supermercato, Discount o ipermercato (di medie e grandi dimensioni) | __ |
| C. Negozio alimentare all'interno di un centro commerciale | __ |
| D. Mercato rionale o dal produttore (anche mediante gruppi di acquisto) | __ |
| E. Altro | |

TOTALE RISPONDENTI 94%

2. (per ogni tipologia di negozio che ha dichiarato di utilizzare) Con quale frequenza Le capita di recarsi presso le seguenti tipologie di negozi per acquistare prodotti alimentari? (Una risposta singola per ciascun item citato alla domanda precedente)

	Quotidianamente	2-3 volte a settimana	1 volta a settimana	2-3 volte al mese	Una volta al mese
A. Negozio tradizionale di piccole dimensioni (ad esempio pescheria, macelleria, caseificio, piccolo negozio/emporio di quartiere, etc)	1	2	3	4	5
TOTALE RISPONDENTI					
23,2%					
B. Supermercato, Discount o ipermercato (di medie e grandi dimensioni)	1	2	3	4	5
TOTALE RISPONDENTI					
79,2%					
C. Negozio alimentare all'interno di un centro commerciale	1	2	3	4	5
TOTALE RISPONDENTI					
5,6%					

D. Mercato rionale o dal produttore (anche mediante gruppi di acquisto)	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

TOTALE RISPONDENTI
9,6%

E. Altro	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

TOTALE RISPONDENTI
0,6%

3. (per ogni tipologia di negozio che ha dichiarato di utilizzare) Quali sono le motivazioni di scelta relative al punto di vendita che utilizza? (Possibili più risposte)

- | | |
|---|--------------------------|
| A. orari di apertura/orari di acquisto | <input type="checkbox"/> |
| B. cortesia e disponibilità del personale di servizio | <input type="checkbox"/> |
| C. gradevolezza dell'ambiente (odori, igiene, rumori, etc) | <input type="checkbox"/> |
| D. possibilità di degustare i prodotti nel negozio | <input type="checkbox"/> |
| E. conoscenza dei prodotti da parte del personale | <input type="checkbox"/> |
| F. consigli del personale (ricette, ecc) | <input type="checkbox"/> |
| G. presenza di prodotti di marca | <input type="checkbox"/> |
| H. ampiezza della scelta di prodotti | <input type="checkbox"/> |
| I. presenza di prodotti locali | <input type="checkbox"/> |
| J. negozio con prezzi concorrenziali | <input type="checkbox"/> |
| K. presenza di offerte, sconti, promozioni | <input type="checkbox"/> |
| L. qualità dei prodotti freschi (carne, ortofrutta, ...) | <input type="checkbox"/> |
| M. perché posso effettuare acquisti di prodotti di generi differenti (sia alimentari che non alimentari) | <input type="checkbox"/> |
| N. perché posso trascorrere del tempo fuori casa e socializzare | <input type="checkbox"/> |
| O. è il mio punto vendita di fiducia | <input type="checkbox"/> |
| P. l'organizzazione e l'ordine del negozio che facilita un veloce reperimento dei prodotti e del pagamento (velocità nell'acquisto) | <input type="checkbox"/> |

TOTALE RISPONDENTI 94%

4. (per ogni tipologia di negozio che ha dichiarato di utilizzare) Quali sono i servizi "aggiuntivi", del negozio che frequenta abitualmente per effettuare acquisti alimentari, che ne influenzano la scelta rispetto ad un altro negozio della stessa tipologia? (1= Sì, 2= No, 3= Servizio non presente)

	Si; No	Servizio non presente
A. servizi integrati (pagamento utenze, Lottomatica)	__	__
B. consegna a domicilio	__	__
C. servizio di custodia (bambini e/o animali domestici)	__	__
D. possibilità di pagare a fine mese	__	__
E. programma di carta fedeltà (con sconti riservati ai possessori della carta) e raccolta punti	__	__
F. presenza di parcheggio	__	__
G. possibilità di pagare con diverse modalità (carta di credito, bancomat, buoni pasto, ecc...)	__	__
H. altro (specificare)	__	__

TOTALE RISPONDENTI 94%

5. Generalmente come viene a conoscenza di un negozio alimentare? (Una risposta)

- Tramite opuscoli pubblicitari 1
- Tramite passaparola 2
- Tramite web 3
- Negozio in prossimità della mia abitazione, passandoci avanti 5
- Su giornali/riviste 6
- Dai social network come Facebook 7
- Manifesti 8

TOTALE RISPONDENTI 94%

6. Quanto spesso le capita di ritornare in un negozio che ha già sperimentato per effettuare acquisti alimentari? (Una risposta)

- Mai 1
- Raramente 2
- Qualche volta 3
- Spesso 4

TOTALE RISPONDENTI 94%

7. ...(se uguale a mai) per quale motivo non è più tornato in un negozio che aveva già sperimentato? (Una risposta per ciascun item)

- | | |
|--|----|
| A. Il personale non era più cortese/disponibile | __ |
| B. L'assortimento era/era diventato esiguo, non si trovavano più i prodotti che volevo | __ |
| C. I prezzi erano/erano diventati troppo alti | __ |
| D. La qualità dei prodotti era diminuita | __ |
| E. Il layout, l'immagine del negozio era diventata obsoleta | __ |
| F. Il titolare era cambiato non avevo più fiducia nel negoziante | __ |
| G. Il negozio ha chiuso/si è trasferito | __ |
| H. Altro (specificare) | __ |

TOTALE RISPONDENTI 2%

ACQUISTO DI PRODOTTI NON ALIMENTARI

[Solo coloro che hanno risposto "1" nella domanda 0b e hanno risposto 1 e 2 a domanda 0b1]

8. In quali tipologie di negozi si reca abitualmente per acquistare **prodotti non alimentari**⁵? (Una risposta per ciascun item 1=Si, 2=No) (massimo 3 risposte)

- | | |
|--|----|
| A. Negozio tradizionale di piccole dimensioni (ad esempio merceria, casalinghi, etc) | __ |
| B. Negozio di medie o grandi dimensioni | __ |
| C. Negozio all'interno di un centro commerciale | __ |
| D. Outlet o spacci aziendali | __ |
| E. Mercati ambulanti | __ |
| F. Altro | __ |

TOTALE RISPONDENTI 73%

9. (per ogni tipologia di negozio che ha dichiarato di utilizzare) Con quale frequenza Le capita di recarsi presso le seguenti tipologie di negozi per acquistare prodotti non alimentari? (Una risposta singola per ciascun item citato alla domanda precedente)

⁵ Capi di abbigliamento, calzature, prodotti per la cura della persona, gioielli, orologi, etc

	1 o più volte a settimana	1 volta ogni 15 giorni	Una volta al mese	Meno di una volta al mese	Più raramente
A. Negozio tradizionale di piccole dimensioni (ad esempio merceria, casalinghi, etc)	1	2	3	4	5
B. Negozio di medie o grandi dimensioni	1	2	3	4	5
C. Negozio all'interno di un centro commerciale	1	2	3	4	5
D. Outlet o spacci aziendali	1	2	3	4	5
E. Mercati ambulanti	1	2	3	4	5
F. Altro	1	2	3	4	5

TOTALE RISPONDENTI 73%

10. (per ogni tipologia di negozio che ha dichiarato di utilizzare) Quali sono le motivazioni di scelta relative al punto di vendita che utilizza? (Indicare le prime tre più importanti)

- A. gli orari di apertura del negozio
- B. cortesia e disponibilità del personale di servizio
- C. gradevolezza dell'ambiente (odori, igiene, rumori, etc)
- D. possibilità di testare/provare i prodotti nel negozio
- E. conoscenza dei prodotti da parte del personale
- F. consigli del personale
- G. presenza di prodotti di marca
- H. ampia gamma di prodotti
- I. presenza di prodotti locali
- J. prezzi concorrenziali
- K. presenza di offerte, sconti, promozioni
- L. qualità dei prodotti
- M. perché posso effettuare acquisti di prodotti di generi differenti (sia alimentari che non alimentari)
- N. perché posso trascorrere del tempo fuori casa e socializzare
- O. è il mio punto vendita di fiducia

- P. l'organizzazione e la disposizione del negozio che permette un rapido reperimento dei prodotti e del pagamento (velocità nell'acquisto) (escluso coloro che hanno indicato Internet)

TOTALE RISPONDENTI 73%

11. (per ogni tipologia di negozio che ha dichiarato di utilizzare) Quali sono i servizi "aggiuntivi" del negozio che vende prodotti non alimentari che frequenta abitualmente che ne influenzano la scelta rispetto ad un altro negozio della stessa tipologia? (1= Sì, 2= No, 3= Servizio non presente)

	Si; No	Servizio non presente
A. servizi integrati (pagamento utenze, Lottomatica)	__	__
B. consegna a domicilio		
C. servizio di custodia (bambini e/o animali domestici)	__	__
D. possibilità di pagare a fine mese	__	__
E. programma di carta fedeltà (con sconti riservati ai possessori della carta) e raccolta punti	__	__
F. presenza di parcheggio	__	__
G. possibilità di pagare con diverse modalità (carta di credito, bancomat, ecc...)	__	__
H. Altro (specificare)	__	__

TOTALE RISPONDENTI 73%

12. Generalmente come viene a conoscenza di un negozio presso il quale effettuare acquisti di prodotti non alimentari? (Una risposta)

- Tramite opuscoli pubblicitari 1
- Tramite passaparola 2
- Tramite il web 3
- Negozio in prossimità della mia abitazione, passandoci avanti (escluso coloro che hanno indicato Internet) 4
- Su giornali/riviste 5
- Dai social network come Facebook 6
- Manifesti 7

TOTALE RISPONDENTI 73%

13. Quanto spesso le capita di ritornare in un negozio che ha già sperimentato per effettuare acquisti di prodotti non alimentari? (Una risposta)

- Mai 1
- Raramente 2
- Qualche volta 3
- Spesso 4

TOTALE RISPONDENTI 73,0%

14. ...(se uguale a mai) per quale motivo non è più tornato in un negozio che aveva già sperimentato? (Una risposta per ciascun item)

- A. Il personale non era più cortese/disponibile |___|
- B. L'assortimento era/era diventato esiguo, non si trovavano più i prodotti che volevo |___|
- C. I prezzi erano/erano diventati troppo alti |___|
- D. La qualità dei prodotti era diminuita |___|
- E. Il layout, l'immagine del negozio era diventata obsoleta |___|
- F. Il titolare era cambiato non avevo più fiducia nel negoziante |___|
- G. Il negozio ha chiuso/si è trasferito |___|
- H. Altro (specificare) |___|

TOTALE RISPONDENTI 73,0%

ANALISI DEI FENOMENI ROPO (RESEARCH ONLINE PURCHASE OFFLINE) E TOPO (TRY OFFLINE PURCHASE ONLINE)

15. (Non rivolgere a coloro che hanno risposto che fanno acquisti online alla domanda 0b1) Per gli acquisti dei prodotti non alimentari Le potrebbe capitare di cercare un prodotto su Internet per informarsi prima di andare ad acquistarlo in un negozio tradizionale? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 1,2%

16. (Solo a chi ha risposto Si alla domanda precedente) Quali sono i siti sui quali si informa sui prodotti da acquistare? (Una risposta per ciascun item)

- | | |
|---|----|
| A. Motori di ricerca (Google, Ask, bing, ecc.) | __ |
| B. Siti dei produttori | __ |
| C. Siti specializzati per tipo di prodotto/servizio che voglio acquistare | __ |
| D. Sito o app dell'insegna del negozio | __ |
| E. Siti di opinione (con commenti di altri compratori) | __ |
| F. Social network | __ |
| G. Altro | __ |

TOTALE RISPONDENTI 73,0%

17. (Non rivolgere a coloro che hanno risposto che non effettuano acquisti online alla domanda 0b1) Per gli acquisti dei prodotti non alimentari Le potrebbe capitare di guardare/provare un prodotto in negozio per poi comprarlo online? (Una risposta)

- Si 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 22,2%

18. (Solo per coloro che hanno risposto diversamente da "no") Per quali ragioni acquisterebbe i prodotti non alimentari online e non nei negozi tradizionali? (Almeno tre risposte. 0=No, 1=Si)

- | | |
|--|----|
| A. Comodità del servizio (orari estesi, posso acquistare anche di domenica, a qualsiasi orario, mettere nel carrello prodotti che possono essere tolti in qualsiasi momento, ecc.) | __ |
| B. Facilità dell'acquisto da qualsiasi luogo, immediatezza nel reperire un prodotto (da casa, dall'ufficio, da un posto di villeggiatura, etc) | __ |
| C. Tempistiche ampie per valutare al meglio i prodotti (confrontare i prezzi, ecc.) | __ |
| D. Descrizioni/schede dei prodotti precise che facilitano l'acquisto e la conoscenza dei prodotti | __ |
| E. Visualizzazione dei commenti degli altri utenti sul prodotto (confronti, suggerimenti, etc) | __ |
| F. Risparmio in termini di tempo in fase di scelta ed acquisto dei prodotti (es. posso ricevere il prodotto a casa senza perdere tempo in negozio) | __ |
| G. Prezzi inferiori rispetto al negozio tradizionale | __ |
| H. Ampia scelta dei prodotti (assortimento più ampio rispetto al negozio tradizionale) | __ |

- I. Presenza di prodotti di difficile reperibilità (prodotti esclusivi, a edizione limitata, di difficile reperibilità in negozi tradizionali ecc.) |—|

TOTALE RISPONDENTI 4,4%