

Osservatorio FIDA 2021 |

Il ruolo della distribuzione alimentare nella crisi economica e sanitaria del Paese

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:

FIDA – Federazione italiana dettaglianti dell'alimentazione.

soggetto acquirente:

FIDA – Federazione italiana dettaglianti dell'alimentazione.

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio:

Imprese: dal 31 marzo al 23 aprile 2021.

Popolazione: dal 7 aprile al 10 aprile 2021.

mezzo di comunicazione¹:

<https://agenziastampaitalia.it/>

<https://www.ilsole24ore.com/>

<https://www.world-today-news.com/>

<https://headtopics.com/>

<https://www.ansa.it/sito>

<https://www.nova.news/>

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

data di pubblicazione del sondaggio:

22/05/2021

temi/fenomeni oggetto del soggetto:

Imprese: Analizzare il nuovo ruolo delle imprese della distribuzione organizzata e della distribuzione al dettaglio a seguito dello scoppio dell'emergenza sanitaria ed economica da Covid-19.

Popolazione: Studiare i nuovi comportamenti di acquisto della popolazione italiana con riferimento alla spesa alimentare a seguito dello scoppio dell'emergenza sanitaria ed economica da Covid-19.

popolazione di riferimento:

Imprese: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese della distribuzione alimentare al dettaglio in Italia.

Popolazione: Campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana over 24 anni.

estensione territoriale del sondaggio:

Imprese:

Aiello Del Friuli	Barga	Bucchianico
Alanno	Bari	Bussolengo
Alseno	Bastia Umbra	Bussoleno
Altamura	Bellegra	Cadorago
Altidona	Belluno	Cagli
Altopiano Della Vigolana	Berchidda	Cagliari
Ancona	Bibbiano	Calenzano
Andria	Bitritto	Camaiore
Angera	Bologna	Campagna
Aosta	Bolotana	Campoformido
Apricena	Borgia	Cantello
Ardore	Bortigali	Capoterra
Ascoli Piceno	Brentonico	Capri
Asolo	Brescia	Capriolo
Atella	Brugnera	Carinaro
Ayas	Brunico	Carisolo
Bagheria	Brusson	Carloforte

Carovilli	Eraclea	Limone Sul Garda
Casalgrande	Este	Livorno
Casalnoceto	Faenza	Lizzano
Casalnuovo Di Napoli	Falcade	Loano
Cascia	Fano	Locate Di Triulzi
Castelfranco Veneto	Fasano	Longarone
Castelli Calepio	Fermo	Lucca
Castellucchio	Fiano Romano	Maierato
Castelluccio Inferiore	Fidenza	Majano
Castelnuovo Di Farfa	Firenze	Malè
Castelnuovo Di Garfagnana	Firenzuola	Malgrate
Castiglione Del Lago	Fiume Veneto	Mareno Di Piave
Castrocaro Terme E Terra Del Sole	Fiumicino	Marina Di Gioiosa Ionica
Castronuovo Di Sant'Andrea	Foggia	Marsciano
Catania	Fontanafredda	Marsico Nuovo
Cattolica	Fontanella	Martinsicuro
Cefalù	Fonte Nuova	Massafra
Cembra Lisignago	Formia	Mentana
Cerreto D'Esi	Forte Dei Marmi	Mercato Saraceno
Cesena	Francavilla In Sinni	Milano
Champdepraz	Frattamaggiore	Militello In Val Di Catania
Charvensod	Gabicce Mare	Modena
Chatillon	Garbagnate Milanese	Molinella
Chiari	Gassino Torinese	Monfalcone
Chioggia	Ghisalba	Monopoli
Cimitile	Gioia Tauro	Montalto Uffugo
Cisterna Di Latina	Giuggianello	Montecatini Val Di Cecina
Città Della Pieve	Gorizia	Montefalcione
Città Sant'Angelo	Grado	Montefranco
Civitacampomarano	Gressoney-La-Trinite'	Monterosso Al Mare
Civitanova Marche	Gubbio	Monterubbiano
Civitavecchia	Imer	Montescaglioso
Civitella Del Tronto	Imola	Montesilvano
Codroipo	Isera	Montevarchi
Collegno	Ivrea	Morbegno
Correggio	Jesolo	Moretta
Corridonia	Lagonegro	Mori
Corteno Golgi	Lamezia Terme	Muggia
Cortina D'Ampezzo	Lampedusa E Linosa	Napoli
Cortona	Langhirano	Nichelino
Courmayeur	Lanusei	Nimis
Crotone	Larino	Nocera Superiore
Davoli	Lavarone	Nocera Umbra
Diano D'alba	Lecce	Novara
Donnas	Ledro	Novellara
Dro	Levanto	Numana

Nus	Ronchi Dei Legionari	Taranto
Orosei	Rovato	Telti
Osoppo	Roveredo Di Guà	Telve
Padova	Roveredo In Piano	Termoli
Palermo	Rovolon	Terni
Palermo	Sacile	Terracina
Paola	Saint-Pierre	Terranuova Bracciolini
Parma	Saint-Vincent	Tione Di Trento
Paularo	San Benedetto Del Tronto	Tito
Pergola	San Giovanni Di Fassa-Sen Jan	Todi
Perugia	San Giovanni In Marignano	Torgnon
Pesaro	San Lorenzo Al Mare	Torino
Pescara	San Martino Buon Albergo	Trapani
Petriano	San Miniato	Trecastelli
Peveragno	San Paolo D'argon	Treia
Pietrasanta	San Pietro Vernotico	Trento
Pieve Del Grappa	San Sperate	Trieste
Pieve Fosciana	Sanluri	Udine
Pisticci	Sansepolcro	Ugento
Pistoia	Santa Fiora	Urbisaglia
Poggibonsi	Santa Maria A Monte	Urgnano
Polcenigo	Sant'Agata Fossili	Vallefoglia
Ponte San Pietro	Sant'Arpino	Vallelaghi
Ponzano Veneto	Sarezzo	Valperga
Porcia	Sassello	Valtournenche
Porto San Giorgio	Scandiano	Vandoies
Portomaggiore	Sciacca	Varazze
Pozzuolo Del Friuli	Scorze'	Varese
Prato	Senago	Varna
Premosello-Chiovenda	Senigallia	Venezia
Primiero San Martino Di Castro	Sesto	Vermiglio
Rapallo	Sesto Al Reghena	Viareggio
Reggio Nell'Emilia	Settimo San Pietro	Vicenza
Rhemes-Notre-Dame	Settimo Torinese	Viguzzolo
Rieti	Siena	Villacidro
Rimini	Silandro	Villar Perosa
Riomaggiore	Silvi	Ville D'Anaunia
Rionero In Vulture	Siracusa	Vinci
Riva Presso Chieri	Sona	Viterbo
Rivoli	Sora	Vivaro
Roccaraso	Soriano Nel Cimino	Vobarno
Rogliano	Spilimbergo	Zoppola
Roma	Talmassons	Zugliano
Roncegno Terme	Tarano	

Popolazione:

Abetone Cutigliano	Brescia	Cesena
Afragola	Brindisi	Chianciano Terme
Agordo	Buccino	Chignolo D'isola
Ala	Bucine	Chiuduno
Albenga	Budoni	Cinisello Balsamo
Alberobello	Budrio	Cisliano
Albese Con Cassano	Bulgarograsso	Civitavecchia
Albinea	Busca	Clusone
Alessandria	Buttiglieria Alta	Coriano
Alessandria Della Rocca	Cagliari	Correggio
Altamura	Cagnano Varano	Costa Volpino
Alzate Brianza	Calenzano	Cremella
Amalfi	Caltanissetta	Cremona
Amorosi	Calvi Dell'Umbria	Crognaleto
Andria	Campo Di Trens	Cuneo
Apiro	Campobasso	Cuvio
Aprilia	Campofranco	Empoli
Arborea	Candia Lomellina	Fano
Argenta	Cantalupo Nel Sannio	Fermignano
Arzignano	Canzo	Ferrara
Ascoli Piceno	Capannori	Firenze
Atripalda	Carlentini	Fiumefreddo Di Sicilia
Avellino	Casale Monferrato	Foggia
Bacoli	Casalecchio Di Reno	Foligno
Badia Calavena	Casamassima	Forlì
Bagnara Calabra	Casamicciola Terme	Fossano
Bagni Di Lucca	Casarano	Gallarate
Bagnone	Casciana Terme Lari	Genova
Barcellona Pozzo Di Gotto	Casella	Genzano Di Roma
Bareggio	Cassino	Gerace
Bari	Casteggio	Greve In Chianti
Bedonia	Castel Goffredo	Grosseto
Benevento	Castelletto Stura	Grottaminarda
Binetto	Castelnuovo Scrivia	Inarzo
Bitonto	Castelvetto Di Modena	Isernia
Bobbio	Castenedolo	Isola Vicentina
Bobbio Pellice	Castiglion Fiorentino	Itri
Bolano	Catania	Jesi
Bollate	Cava De' Tirreni	La Spezia
Bologna	Cavarzere	La Valle
Bolzano Vicentino	Cefalù	Lacco Ameno
Bomporto	Cembra Lisignago	Lamezia Terme
Borgo San Lorenzo	Certaldo	L'aquila
Borgofranco D'Ivrea	Cervasca	Lasa
Borgosesia	Cervinara	Latina

Lazise	Osoppo	Ronco All'Adige
Lentini	Ospitaletto	Rosignano Marittimo
Licata	Ostuni	Rovito
Limana	Paderno D'Adda	Rozzano
Limbiate	Padova	Ruvo Di Puglia
Lodi	Paese	Sacile
Lonate Pozzolo	Palazzolo Sull'Oglio	Salcedo
Lucca	Palermo	Salemi
Lucera	Parma	Samarate
Luzzara	Partanna	San Bartolomeo In Galdo
Maleo	Partinico	San Bassano
Manerbio	Perugia	SAN Donà DI PIAVE
Mantova	Pesaro	San Giorgio A Cremano
Marcianise	Petralia Sottana	San Giorgio Di Nogaro
Margherita Di Savoia	Piacenza	San Giorgio In Bosco
Marigliano	Pianico	San Nicandro Garganico
Marsciano	Pico	San Pietro In Gu
Martano	Piegaro	San Severino Marche
Martina Franca	Pietraperzia	Santa Maria A Vico
Matera	Pinerolo	Santena
Meina	Plodio	Santeramo In Colle
Merano	Poggiardo	Sassari
Mesoraca	Poggibonsi	Savignone
Messina	Pollenza	Savona
Milano	Pomarance	Scandiano
Moliterno	Pomigliano D'arco	Scandicci
Moncalieri	Pomponesco	Schio
Mondavio	Pontassieve	Scisciano
Mondovì	PONTE SAN Nicolò	Segrate
Monopoli	Pontecurone	Senna Lodigiana
Monte Argentario	Pontelandolfo	Seriate
Monte Porzio	Portici	Serino
Montecchio	Potenza	Serramazzone
Montella	Quartu Sant'Elena	Serravalle Pistoiese
Montereale	Ranica	Sesto Al Reghena
Montesarchio	Ranzo	Sesto Calende
Montesilvano	Ravenna	Sezze
Mori	Raveo	Siracusa
Mugnano Di Napoli	Reggio Di Calabria	Soave
Napoli	Reggio Nell'Emilia	Solopaca
Nicosia	Rende	Sorrento
Nocera Inferiore	Resana	Sozzago
Noci	Rimini	Spilamberto
Nola	Rivarolo Mantovano	Sumirago
Novara	Rocca Pietore	Supersano
Osimo	Roma	Taranto

Termini Imerese	Treviso	Vigevano
Tione Di Trento	Udine	Villa Carcina
Tolentino	Urbino	VILLA D'Almè
Torino	Uscio	Villa San Giovanni
Torre Del Greco	Valenzano	Villafranca D'asti
Torremaggiore	Valpelline	Villar San Costanzo
Tortona	Valsamoggia	Villaricca
Trasacco	Valsavarenche	Visone
Trebaseleghe	Varese	Volla
Trecastelli	Venaria Reale	Volpiano
Trento	Venosa	Zelo Buon Persico
Trescore Balneario	Vicenza	

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

rappresentatività del campione²:

Imprese: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese della distribuzione alimentare al dettaglio in Italia. Domini di studio del campione: Settore di attività (supermercati, discount, minimarket e esercizi non specializzati, commercio al dettaglio in esercizi specializzati); Area (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole).

Popolazione: Campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana over 24 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschio, femmina), età (25-34, 35-44, 55-64, oltre 64); Area (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole).

metodo di raccolta delle informazioni:

Interviste somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview)/Cawi (Computer Assisted Web Interview).

consistenza numerica del campione³

Imprese: Numerosità campionaria complessiva: 413 casi (413 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 145

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.

(20,9%); «rifiuti»: 137 (19,7%); «sostituzioni»: 282 (40,6%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,0\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

Popolazione: Numerosità campionaria complessiva: 400 casi (400 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 178 (23,3%); «rifiuti»: 185 (24,2%); «sostituzioni»: 363 (47,6%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $+4,0\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

testo integrale delle domande (questionario)

Imprese:

1. A Suo giudizio la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, nel 2020 rispetto al 2019 è...? (Una risposta)

- | | |
|---------------------|---|
| • Migliorata | 1 |
| • Rimasta invariata | 2 |
| • Peggiorata | 3 |

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. Ritene che la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, nel corso del 2021, rispetto al 2020? (Una risposta)

- | | |
|---------------------|---|
| • Migliorerà | 1 |
| • Resterà invariata | 2 |
| • Peggiorerà | 3 |

TOTALE RISPONDENTI 100%

3. Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa nel 2020 rispetto al 2019...? (Una risposta)

- | | |
|---------------------|---|
| • Migliorato | 1 |
| • Rimasto invariato | 2 |

- Peggiorato 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. Ritiene che l'andamento economico generale della Sua impresa, nel corso del 2021 rispetto al 2020...? (Una risposta)

- Migliorerà 1
- Resterà invariata 2
- Peggiorerà 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. Nel 2020, rispetto al 2019, la variazione percentuale dei ricavi della Sua impresa è stata di...? (Una risposta)

• Oltre +50%	1
• Tra +25% e +50%	2
• Tra +10% e +25%	3
• Tra +5% e +10%	4
• Tra -5% e +5% (stabilità)	5
• Tra -5% e -10%	6
• Tra -10% e -25%	7
• Tra -25% e -50%	8
• Oltre -50%	9

TOTALE RISPONDENTI 100%

6. Alla fine del 2021, la migliore previsione che può attualmente fare sulla variazione percentuale dei ricavi della Sua impresa rispetto all'intero 2020 è...? (Una risposta)

• Oltre +50%	1
• Tra +25% e +50%	2
• Tra +10% e +25%	3
• Tra +5% e +10%	4

• Tra -5% e +5% (stabilità)	5
• Tra -5% e -10%	6
• Tra -10% e -25%	7
• Tra -25% e -50%	8
• Oltre -50%	9

TOTALE RISPONDENTI 100%

7. Nel 2020, rispetto al 2019, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, è...? (Una risposta)

• Molto aumentato (+25%)	1
• Aumentato (+10%)	2
• Restato invariato ($\pm 5\%$)	3
• Diminuito (-10%)	4
• Molto diminuito (-25%)	5

TOTALE RISPONDENTI 100%

8. Alla fine del 2021, la migliore previsione che può attualmente fare circa la variazione percentuale dell'occupazione complessiva della Sua impresa rispetto all'intero 2020 è...? (Una risposta)

• Aumenterà molto (+25%)	1
• Aumenterà (+10%)	2
• Resterà invariata ($\pm 5\%$)	3
• Diminuirà (-10%)	4
• Diminuirà molto (-25%)	5

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori, nel 2020 rispetto al 2019 sono...? (Una risposta)

- Migliorati⁴ 1

⁴ I prezzi sono diminuiti

- Restati invariati 2
- Peggiorati⁵ 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

10. Ella prevede che i prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori, nel corso del 2021, rispetto al 2020...? (Una risposta)

- Miglioreranno 1
- Resteranno invariati 2
- Peggioreranno 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

11. La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità nel 2020 rispetto al 2019 è...? (Una risposta)

- Migliorata 1
- Rimasta invariata 2
- Peggiorata 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

12. La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, nel 2021, rispetto all'anno precedente (2020), è...? (Una risposta)

- Migliorata 1
- Rimasta invariata 2
- Peggiorata 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

13. A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti nel corso del 2020? (Una risposta)

- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto 1

⁵ I prezzi sono aumentati

- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto 2
- Sì, ha fatto richiesta ma non è stata accolta 3
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre 4
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre 5
- No, non ha fatto richiesta 6

TOTALE RISPONDENTI 100%

14. Con riferimento al costo dei servizi bancari (es. tenuta conto, emissione disposizioni, pagamento effetti, movimenti di titoli, ecc.), ritiene che nei primi mesi del 2021 rispetto al 2020 la situazione sia...? (Una risposta)

- Migliorata 1
- Rimasta invariata 2
- Peggiorata 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

15. Quanto considera vantaggioso il Cashback per la Sua impresa? (Una risposta)

- Molto vantaggioso 1
- Abbastanza vantaggioso 2
- Poco vantaggioso 3
- Per nulla vantaggioso 4

TOTALE RISPONDENTI 100%

16. (Solo coloro che lo ritengono "molto" o "abbastanza" vantaggiosa) Per quale motivo il Cashback è vantaggioso per la Sua attività? (Massimo due risposte; 1=sì, 0=no)

1. Perché favorisce il tracciamento fiscale |__|
2. Perché incentiva le piccole imprese a discapito delle e-commerce dal momento che sono esclusi dal cashback gli acquisti online |__|
3. Perché riduce i rischi di furto collegati alla gestione del contante |__|

4. Perché aumenta la fidelizzazione dei clienti |__|
5. Perché incentiva i consumi |__|
6. Altro (specificare _____) |__|

TOTALE RISPONDENTI 16,2%

17. (Solo coloro che lo ritengono "poco" o "per nulla" vantaggioso) Per quale motivo il Cashback non è vantaggioso per la Sua attività? *(Massimo due risposte; 1=sì, 0=no)*

1. Le commissioni che le imprese devono pagare per ogni transazione con carta o bancomat sono ancora molto alte |__|
2. Perché è insufficiente il credito d'imposta sulle commissioni addebitate per le transazioni effettuate (destinato alle imprese per le quali risultino nell'anno precedente ricavi inferiori ai 400.000 euro) |__|
3. Perché non dovrebbero esserci limiti (relativi ai ricavi) per le imprese beneficiarie del credito di imposta |__|
4. Perché rappresenta soltanto un vantaggio per le banche |__|
5. Altro (specificare _____) |__|

TOTALE RISPONDENTI 83,8%

18. In questi giorni si parla di una probabile riduzione delle risorse destinate al Cashback, in favore di altre misure per spingere la crescita del PIL. Quanto è d'accordo con questa virata del nuovo Governo Draghi? *(Una risposta da 0=per nulla d'accordo a 10=del tutto d'accordo)*

|__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

19. Fatto uguale a 100 il totale delle operazioni di pagamento da parte dei clienti in un anno, quante di queste sono state effettuate con...? *(Indicare la percentuale sul totale delle operazioni)*

	2019	2020
A. Pagamento digitale (carte di credito, carte di debito/Bancomat)	__ __ %	__ __ %
B. Contanti	__ __ %	__ __ %

TOTALE RISPONDENTI 100%

20. La Sua impresa partecipa alla lotteria degli scontrini? *(Una risposta)*

- Sì 1
- No, non ancora, ma lo farò 2
- No e non lo farò 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

21. (Solo chi partecipa alla lotteria degli scontrini) Da quando partecipa alla lotteria degli scontrini... (una risposta per ciascun item)

	Aumentati	Rimasti invariati
1. Le visite da parte di clienti abituali nel suo negozio sono...	1	2
2. Le visite da parte di nuovi clienti nel suo negozio sono...	1	2
3. I ricavi del suo negozio sono...	1	2

TOTALE RISPONDENTI 81,6%

22. (Solo chi non partecipa alla lotteria degli scontrini e non intende partecipare) Per quale motivo non partecipa alla lotteria degli scontrini? (Massimo due risposte)

- | | |
|---|----|
| 1. Le commissioni che le imprese devono pagare per ogni transazione con carta o bancomat sono ancora molto alte | __ |
| 2. Richiede una serie di operazioni dispendiose economicamente (aggiornamento registratori di cassa, acquisto lettore ottico) | __ |
| 3. E' troppo complicato | __ |
| 4. Non credo porti vantaggi per la mia attività (es. la mia clientela credo sia poco interessata) | __ |
| 5. Altro (specificare) | __ |

TOTALE RISPONDENTI 7,3%

23. La Sua impresa ovvero il Suo punto vendita ha...? (Risposte multiple)

- | | |
|--------------------------------|----|
| 1. ... un sito web | __ |
| 2. una pagina Facebook | __ |
| 3. una pagina Twitter | __ |
| 4. una pagina Instagram | __ |

- | | |
|--|----|
| 5. una pagina Youtube | __ |
| 6. una pagina LinkedIn | __ |
| 7. una pagina su altro Social Network | __ |
| 8. Nessuno di questi | __ |

TOTALE RISPONDENTI 100%

24. Prima della crisi sanitaria, ovvero prima di marzo 2020, quali dei seguenti servizi la sua impresa offriva ai suoi clienti? (Risposte multiple)

- | | |
|---|----|
| 1. (Solo chi ha sito web) Spesa online tramite il sito web dell'impresa | __ |
| 2. Spesa online tramite siti di marketplace (es. Amazon Now) | __ |
| 3. (Solo chi ha almeno una pagina Social) Prenotazione della spesa tramite Social Network (es. lista della spesa inviata dal cliente su whatsapp, Facebook, ecc) | __ |
| 4. Prenotazione della spesa tramite la posta elettronica (ovvero email al punto vendita con la lista della spesa) | __ |
| 5. Prenotazione spesa tramite telefono | __ |
| 6. Consegne a domicilio | __ |
| 7. Click&collect (ritiro in negozio dell'ordine effettuato online) | __ |
| 8. (Solo supermercati) Utilizzo di locker (armadietti in cui viene depositata la spesa per essere ritirata dal cliente) | __ |
| 9. Invio ai clienti, tramite e-mail e altre piattaforme digitali, di comunicazioni circa offerte, promozioni, nuovi prodotti, ecc (Innovazioni nel campo del marketing) | __ |
| 10. Servizi di supporto ai clienti attraverso il sito web dell'impresa, attività sui social media, blog informativi | __ |
| 11. Nessuno di questi | X |

TOTALE RISPONDENTI 100%

25. (Solo i servizi che offrivano già prima della pandemia) A seguito della pandemia, di quali dei seguenti servizi ha intensificato l'utilizzo? (Risposte multiple)

- | | |
|--|----|
| 1. (Solo chi ha sito web) Spesa online tramite il sito web dell'impresa | __ |
| 2. Spesa online tramite siti di marketplace (es. Amazon Now) | __ |
| 3. (Solo chi ha almeno una pagina Social) Prenotazione della spesa tramite Social Network (es. lista della spesa inviata dal cliente su whatsapp, Facebook, ecc) | __ |

- | | |
|---|----|
| 4. Prenotazione della spesa tramite la posta elettronica (ovvero email al punto vendita con la lista della spesa) | __ |
| 5. Prenotazione spesa tramite telefono | __ |
| 6. Consegne a domicilio | __ |
| 7. Click&collect (ritiro in negozio dell'ordine effettuato online) | __ |
| 8. (Solo supermercati) Utilizzo di locker (armadietti in cui viene depositata la spesa per essere ritirata dal cliente) | __ |
| 9. Invio ai clienti, tramite e-mail e altre piattaforme digitali, di comunicazioni circa offerte, promozioni, nuovi prodotti, ecc (Innovazioni nel campo del marketing) | __ |
| 10. Servizi di supporto ai clienti attraverso il sito web dell'impresa, attività sui social media, blog informativi | __ |
| 11. Nessuno di questi | X |

TOTALE RISPONDENTI 66,1%

26. (Solo per i servizi che non venivano offerti prima della pandemia) Quali dei seguenti servizi ha iniziato a proporre a seguito della pandemia? (Una risposta per ciascun item)

	Sì	No, ma lo proporrò entro il 2021	No
1. (Solo chi ha sito web) Spesa online tramite il sito web dell'impresa	1	2	3
2. Spesa online tramite siti di marketplace (es. Amazon Now)	1	2	3
3. (Solo chi ha almeno una pagina Social) Prenotazione della spesa tramite Social Network (es. lista della spesa inviata dal cliente su whatsapp, Facebook, ecc)	1	2	3
4. Prenotazione della spesa tramite la posta elettronica (ovvero email al punto vendita con la lista della spesa)	1	2	3
5. Prenotazione spesa tramite telefono	1	2	3
6. Consegne a domicilio	1	2	3
7. Click&collect (ritiro in negozio dell'ordine effettuato online)	1	2	3
8. (Solo supermercati) Utilizzo di locker (armadietti in cui viene depositata la spesa per essere ritirata dal cliente)	1	2	3

9. Invio ai clienti, tramite e-mail e altre piattaforme digitali, di comunicazioni circa offerte, promozioni, nuovi prodotti, ecc (Innovazioni nel campo del marketing)	1	2	3
10. Servizi di supporto ai clienti attraverso il sito web dell'impresa, attività sui social media, blog informativi	1	2	3

TOTALE RISPONDENTI 100%

27. (Solo le imprese che a seguito della pandemia hanno offerto o intensificato almeno un servizio) Mi ha detto di aver introdotto o perlomeno intensificato l'offerta di alcuni servizi alla sua clientela. Lei direbbe che l'introduzione/ il maggior ricorso a tali servizi... (Una risposta)

- ... ha permesso all'impresa di aumentare il livello dei ricavi rispetto al periodo pre-crisi 1
- ...ha permesso all'impresa di mantenere lo stesso livello di ricavi rispetto al periodo precedente la crisi 2
- ...ha permesso all'impresa di minimizzare le perdite in termini di ricavi rispetto al periodo precedente la crisi 3
- ...ha permesso all'impresa di sopravvivere (altrimenti avrebbe cessato l'attività) 4

TOTALE RISPONDENTI 84,7%

28. (Solo per chi offre almeno un servizio tra spesa online, tramite Social, tramite posta elettronica) Fatti 100 i ricavi complessivi realizzati dalla Sua impresa nel corso del 2020, in che percentuale provengono da canali diversi dalla vendita tradizionale, ovvero dalla spesa effettuata tramite l'e-commerce, i social network, ecc? (Risposta in %)

____|

TOTALE RISPONDENTI 52%

29. La Sua impresa persegue politiche di: (Risposte multiple)

	Sì	No, ma lo farà entro il 2021	No
a) Risparmio energetico: frigoriferi a basso consumo, forni ad alta efficienza etc.	1	2	3
b) Risparmio energetico: illuminazione a basso consumo energetico	1	2	3
c) Vendita di prodotti a Km0	1	2	3
d) Gestione differenziata dei rifiuti	1	2	3
e) Politiche che incentivano la raccolta differenziata da parte dei clienti (es. raccolta di bottiglie di	1	2	3

plastica, vuoto a rendere dei contenitori di vetro etc.)			
f) Vendita di prodotti (alimentari e non) alla spina ovvero senza imballaggi	1	2	3
g) Utilizzo di imballaggi biodegradabili	1	2	3
h) Controllo della sostenibilità della filiera dei fornitori	1	2	3

TOTALE RISPONDENTI 100%

29.1 Nel corso del 2021, la sua impresa quanto intende investire in sostenibilità in percentuale sui ricavi? (Una risposta)

• Nulla	1
• Meno dello 0,5% dei ricavi	
• Tra 0,5% e 1%	2
• Tra 2% e 3%	3
• Tra 3% e 4%	4
• Oltre 4%	5

TOTALE RISPONDENTI 100%

Popolazione:

1. In quali tipologie di negozi si reca per acquistare prodotti alimentari? Ovvero, attualmente, in un "mese tipo", quanto spesso le capita di acquistare prodotti alimentari presso... (Una risposta per ciascun item)

	Tutti i giorni o quasi	Due/tre volte a settimana	Circa una volta a settimana	Circa Due/tre volte al mese	Circa una volta al mese	Meno spesso di una volta al mese/mai
a. Negozi specializzati di quartiere (ad esempio panificio, pescheria, macelleria, etc)	1	2	3	4	5	6
b. Negozi non specializzati di alimentari e di "cose per la casa" di vicinato (Minimarket)	1	2	3	4	5	6
c. Supermercati	1	2	3	4	5	6
d. Grande supermercato (ipermercato) di un centro commerciale	1	2	3	4	5	6
e. Discount	1	2	3	4	5	6
f. Mercati rionali	1	2	3	4	5	6

g. Acquisto su Internet	1	2	3	4	5	6
h. Altro	1	2	3	4	5	6

TOTALE RISPONDENTI 100%

2. Oggi, rispetto a prima dello scoppio dell'emergenza sanitaria da Covid-19 (quindi orientativamente fino a febbraio 2020), acquisti prodotti alimentari nei seguenti negozi più spesso, meno spesso o con la stessa frequenza? (Una risposta per ciascun item)

	Più spesso rispetto a prima	Con la stessa frequenza (vale anche nel caso: non ci andavo nemmeno prima)	Meno spesso rispetto a prima
1 Negozi specializzati di quartiere (ad esempio pescheria, macelleria, etc)			__
2 Negozi non specializzati di alimentari e di "cose per la casa" di vicinato (Minimarket)			__
3 Supermercati			__
4 Grande supermercato (ipermercato) di un centro commerciale			__
5 Discount			
6 Mercati rionali			__
7 Acquisto su Internet			__
8 Altro			__

TOTALE RISPONDENTI 100%

3. Cortesemente indichi se e da quando effettua la spesa di prodotti alimentari online tramite il sito web...: (una risposta per ciascun item)

	Servizio utilizzato a seguito della pandemia	Servizio utilizzato anche prima della pandemia, ma intensificato	Servizio utilizzato anche prima della pandemia in egual misura	Servizio NON ancora utilizzato, ma che intende utilizzare nei prossimi 12 mesi	Servizio NON utilizzato
a. ... di negozi specializzati di quartiere dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona					__
b. ... del minimarket dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona					__

- | | |
|--|----|
| c. ... del supermercato dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona | __ |
| d. ... dell'ipermercato dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona | __ |
| e. ... del discount dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona | __ |
| f. ... di un supermercato dove <u>non</u> compro abitualmente di persona | __ |
| g. ... di un ipermercato dove <u>non</u> compro abitualmente di persona | __ |
| h. ... di un discount dove <u>non</u> compro abitualmente di persona | __ |
| i. ... siti di marketplace (es. Amazon Now) | __ |

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. (Solo per coloro che agli item precedenti hanno indicato "Servizio utilizzato a seguito della pandemia" oppure "Servizio utilizzato anche prima della pandemia, ma intensificato") Il fatto di fare la spesa online, in che modo ha modificato il suo fare la spesa recandosi presso il punto vendita? (Una risposta)

- | | |
|--|---|
| • Ho sostituito completamente o quasi la spesa fatta in negozio con la spesa online | 1 |
| • Acquisto online circa la metà del necessario alla mia spesa alimentare ed il resto recandomi al negozio | 2 |
| • Acquisto online solo una parte della mia spesa, la maggior parte la acquisto in negozio | 3 |
| • Acquisto online solo qualche prodotto alimentare, la spesa alimentare la faccio quasi interamente in negozio | 4 |

TOTALE RISPONDENTI 10,5%

5. Cortesemente indichi se e da quando effettua la prenotazione della spesa di prodotti alimentari al punto vendita tramite ...: (una risposta per ciascun item)

- | | Servizio
utilizzato
a seguito
della
pandemia | Servizio
utilizzato
anche prima
della
pandemia,
ma
intensificato | Servizio
utilizzato
anche
prima
della
pandemia
in egual
misura | Servizio
NON
ancora
utilizzato,
ma che
intende
utilizzare
nei
prossimi
12 mesi | Servizio
NON
utilizzato |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------|
| a. ... Social Network (es. lista della spesa inviata su whatsapp, Facebook, ecc) | | | | | __ |
| b. ... la posta elettronica (ovvero email al punto vendita con la lista della spesa) | | | | | __ |

c. ... telefono

|__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

6. Cortesemente indichi se e da quando utilizza i seguenti servizi di consegna della spesa di prodotti alimentari: (una risposta per ciascun item)

	Servizio utilizzato a seguito della pandemia	Servizio utilizzato anche prima della pandemia, ma intensificato	Servizio utilizzato anche prima della pandemia in egual misura	Servizio NON ancora utilizzato, ma che intende utilizzare nei prossimi 12 mesi	Servizio NON utilizzato
a. Consegne a domicilio					__
b. Click&collect (ritiro in negozio dell'ordine effettuato online)					__
c. (Solo supermercati, ipermercati, discount) Utilizzo di locker (armadietti in cui viene depositata la spesa per essere ritirata dal cliente)					__
d. Altro (specificare)					__

TOTALE RISPONDENTI 100%

7. (Solo per le modalità attualmente utilizzate) Per ciascuna delle modalità di acquisto di prodotti alimentari che utilizza attualmente, indichi cortesemente se ritiene che, una volta terminata l'emergenza sanitaria attualmente in corso, il ricorso da parte sua a tale modalità aumenterà, si manterrà invariato, diminuirà (Una risposta per ciascun item)

	Aumenterà	Rimarrà invariato	Diminuirà
a) Spesa online tramite il sito web di negozi (specializzati, minimarket) dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona	1	2	3
b) Spesa online tramite il sito web del supermercato / ipermercato/discount dove mi reco abitualmente a fare la spesa anche di persona	1	2	3
c) Spesa online tramite il sito web del supermercato / ipermercato/discount dove <u>non</u> compro abitualmente di persona	1	2	3
d) Spesa online tramite siti di marketplace (es. Amazon Now)	1	2	3

TOTALE RISPONDENTI 2,3%

8. (Solo per le modalità attualmente utilizzate) Per ciascuna delle modalità di prenotazione della spesa di prodotti alimentari che utilizza attualmente, indichi cortesemente se ritiene che, una volta terminata l'emergenza sanitaria attualmente in corso, il ricorso da parte sua a tale modalità aumenterà, si manterrà invariato, diminuirà (Una risposta per ciascun item)

	Aumenterà	Rimarrà invariato	Diminuirà
a) Prenotazione della spesa tramite Social Network (es. lista della spesa inviata su whatsapp, Facebook, ecc)	1	2	3
b) Prenotazione della spesa tramite la posta elettronica (ovvero email al punto vendita con la lista della spesa)	1	2	3
c) Prenotazione spesa tramite telefono	1	2	3

TOTALE RISPONDENTI 14,3%

9. (Solo per le modalità attualmente utilizzate) Per ciascuna delle modalità di consegna della spesa di prodotti alimentari che utilizza attualmente, indichi cortesemente se ritiene che, una volta terminata l'emergenza sanitaria attualmente in corso, il ricorso da parte sua a tale modalità aumenterà, si manterrà invariato, diminuirà (Una risposta per ciascun item)

	Aumenterà	Rimarrà invariato	Diminuirà
a) Consegne a domicilio	1	2	3
b) Click&collect (ritiro in negozio dell'ordine effettuato online)	1	2	3
c) (Solo supermercati, ipermercati, discount) Utilizzo di locker (armadietti in cui viene depositata la spesa per essere ritirata dal cliente)	1	2	3
d) Altro	1	2	3

TOTALE RISPONDENTI 0,8%

10. Quando acquista prodotti alimentari, quanto incide sulla sua decisione di acquisto il fatto che esso sia... (una risposta per ciascun item del tipo 0= non incide affatto a 10= incide molto)

- | | |
|--------------|----|
| 1. A km 0 | __ |
| 2. Senza OGM | __ |

- | | |
|--|----|
| 3. Abbia un imballaggio riciclato/riciclabile | __ |
| 4. I materiali per l'imballaggio siano ridotti | __ |
| 5. Prodotto da una impresa "sostenibile" | __ |
| 6. Altro (specificare) | __ |

TOTALE RISPONDENTI 100%

11. (Solo chi ha dichiarato di fare la spesa online) Per quali ragioni acquista gli alimenti online e non solo nei negozi tradizionali o non solo al mercato? (Massimo 4 risposte)

- | | |
|--|----|
| 1. Perché vista la situazione di emergenza sanitaria, è più sicuro perché facendo la spesa online non entro in contatto con altre persone | __ |
| 2. Facilità dell'acquisto da qualsiasi luogo (da casa, dall'ufficio, da un posto di villeggiatura, etc) | __ |
| 3. Comodità degli orari (posso fare la spesa quando voglio anche nei giorni festivi, la sera, etc) | __ |
| 4. Descrizioni dei prodotti didascaliche ed accurate che facilitano l'acquisto dei prodotti alimentari | __ |
| 5. Visualizzazione dei commenti di feedback di altri utenti sul prodotto alimentare (confronti, suggerimenti, etc) | __ |
| 6. Risparmio in termini di tempo in fase di scelta ed acquisto dei prodotti alimentari | __ |
| 7. Meccanismi che facilitano l'acquisto in genere (carrello virtuale, tempo per scegliere, suggerimenti) | __ |
| 8. Prezzi inferiori rispetto al negozio tradizionale | __ |
| 9. Ampia scelta dei prodotti alimentari (assortimento più ampio rispetto al negozio tradizionale) | __ |
| 10. Presenza di prodotti alimentari di difficile reperibilità (prodotti per celiaci, prodotti free from, senza lattosio, senza glutine, biologici, equosolidali, dietetici o prodotti esotici) | __ |
| 11. Possibilità di confrontare i prezzi prima di acquistare il prodotto alimentare | __ |

TOTALE RISPONDENTI 13,3%