



Public Affairs S.r.l.
Via Mauro Macchi, 61
20124 MILANO

**RICERCA IPSOS – “Osservatorio sugli stili
e sulle tendenze di consumo
degli italiani. Terza edizione**

**Ricerca presentata il giorno 13 ottobre 2010 in occasione del convegno Consumers' Forum
Piazza Belgioioso, 1
Sala Besana
Milano**

(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. 2, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002)

Autore: Ipsos Public Affairs s.r.l.

Committente e Acquirente: Consumers' Forum

Tipo e metodo di rilevazione: sondaggio di opinione effettuato tramite interviste telefoniche (CATI)

Oggetto del Sondaggio: Osservatorio sui consumi ed il consumatore

Universo di riferimento: popolazione italiana maggiorenne; fonte: annuario ISTAT 2009

Tipo di campione: campione casuale rappresentativo dell'universo di riferimento; campionamento per quote di genere, età, area geografica ed ampiezza dei centri di residenza

Estensione territoriale: nazionale

Numerosità campionaria: 1000

Numero di contatti:

- | | |
|-------------------------------|----------------|
| - interviste complete: | 1.000 (7,5%) |
| - rifiuti/sostituzioni: | 12.247 (92,5%) |
| - totale contatti effettuati: | 13.247 (100%) |

Data di realizzazione sondaggio: 30 agosto – 7 settembre 2010

Testo integrale delle domande rivolte agli intervistati:

(se ha internet)

11.B. Quante volte ha usato internet nell'ultima settimana?

1. Più volte al giorno, /tutti i giorni o quasi,
2. tre o quattro volte,
3. una/due volte,
4. meno di una volta alla settimana
5. (non sa valutare/ non ricorda)

(se ha internet)

11.D. Nel corso delle ultime quattro settimane le è capitato frequentemente, abbastanza spesso, raramente, mai o quasi mai di...

1. visitare siti di marche e prodotti
2. informarsi sui prezzi di ciò che desiderava acquistare
3. fare prenotazioni (treno, albergo, aereo)
4. acquistare prodotti online
5. visitare o chattare nei social network

1.A. Parliamo in generale della situazione economica. Rispetto all'anno scorso la sua situazione le sembra...

1. molto più sicura
2. più sicura
3. uguale
4. meno sicura
5. molto meno sicura
6. (non sa, non risponde)

4.2 Mi può dire quali di queste affermazioni corrisponde molto, abbastanza, poco, per niente, al suo modo di pensare?

quando penso al futuro ho forti preoccupazioni

1. molto d'accordo
2. abbastanza d'accordo
3. poco d'accordo
4. per nulla d'accordo
5. (non sa valutare)

P1) Se lei/ la sua famiglia aveste improvvisamente problemi economici e doveste ridurre le spese, il consumo di quale tra i seguenti prodotti ridurrebbe? Per ciascun prodotto/ servizio mi risponda con SI o NO

	Carne
	Pesce
	Frutta e verdura
	Pasta
	Salumi
	Formaggi
	Caffè/the
	Vino
	Vacanze
	Libri, giornali, riviste
	Telefono e telefonia
	Elettronica ed elettrodomestici
	Cinema, teatro, concerti
	Pay TV / videogiochi
	uso dell'automobile
	Prodotti per la casa
	Prodotti per la cura della persona (estetista, parrucchiere)
	Abbigliamento ed accessori
	Assicurazioni non obbligatorie
	Visite di controllo/ prevenzione (oculista, dentista, visite specialistiche, ecc)
	Abbonamento a palestre, piscine, centri fitness
	Farmaci per automedicazione

2. Le leggerò adesso alcune frasi che altre persone prima di lei hanno detto sulle loro abitudini di consumo e di acquisto. Mi dica se lei è molto, abbastanza, poco, per niente d'accordo con ciascuna di queste.

La pubblicità dovrebbe cercare di essere soprattutto simpatica e divertente
 La pubblicità dovrebbe limitarsi a dare più informazioni
 La pubblicità può aiutare a scegliere i prodotti

PUB1) Le leggo ora alcuni settori merceologici...Secondo lei...

1. Qual è il settore in cui la pubblicità informa di più sul prodotto e sulle sue caratteristiche
2. Qual è il settore in cui sono maggiormente presenti le pubblicità che promettono cose che non mantengono
3. Qual è il settore in cui la pubblicità è meno utile per fare le proprie scelte di acquisto
4. Qual è il settore in cui la pubblicità induce maggiormente a consumare più del necessario
 1. Alimentari
 2. Cosmeti/ prodotti per la cura del corpo
 3. Prodotti bancari/ Assicurativi
 4. Telefonia
 5. Energia (luce, gas)
 6. Autoveicoli/motoveicoli
 7. (nessuno di questi)
 8. (non sa)

2. Le leggerò adesso alcune frasi che altre persone prima di lei hanno detto sulle loro abitudini di consumo e di acquisto. Mi dica se lei è molto, abbastanza, poco, per niente d'accordo con ciascuna di queste.

Capita spesso che piccole marche o prodotti senza marca siano migliori delle grandi marche
Per evitare sorprese, compro solo i prodotti di marche conosciute
Se una marca è seria non ha bisogno di fare sconti, promozioni, concorsi, 3x2 ecc.

3.A. Parliamo adesso delle marche. Le leggerò delle affermazioni che altri intervistati prima di lei hanno fatto su questo argomento. Per ognuna mi dica quanto è d'accordo: molto, abbastanza, poco o per niente.

Una marca non è solo fatta da suoi prodotti ma dalla sua storia, dalla sua tradizione
In fondo non capisco bene perché devo pagare di più un prodotto di marca se trovo prodotti analoghi che costano meno
Una marca affermata mi dà sicurezza
Ho delle marche del cuore a cui non rinuncio

8.E Secondo lei, cosa deve garantire un' azienda per essere considerata etica? Scelga al massimo 2 RISPOSTE tra quelle che le leggerò.

Totale citazioni

1. La qualità dei propri prodotti
2. La trasparenza verso il consumatore
3. Il rispetto dei diritti dei propri lavoratori
4. La difesa dell'ambiente
5. Un prezzo equo
6. Il rispetto delle regole e delle leggi
7. La difesa delle categorie sociali deboli

8.C. Secondo lei quante imprese sono sensibili agli interessi...

SCALA:

1. Tutte
 2. molte
 3. alcune
 4. quasi nessuna
 5. (non sa)
-
1. dei propri dipendenti
 2. dei propri clienti/ acquirenti/ consumatori
 3. della comunità nella quale operano
 4. dell'ambiente

8.A. Dica se è molto, abbastanza, poco, per niente disposto a pagare di più un prodotto se sa che...

SCALA:

1. molto disposto
2. abbastanza disposto
3. poco disposto
4. per niente disposto
5. (non sa valutare)

1. ...La sua produzione e il suo uso rispettano l'ambiente
2. ...Vengono rispettati i diritti dei lavoratori che lo producono
3. ...La sua qualità è decisamente superiore alla media
4. ... è un prodotto locale del territorio in cui lei vive/ abita

8.BNEW Lei quanto pagherebbe di più un prodotto fornito da un'azienda che si comporta in modo etico e sostenibile?

1. Meno del 5 % del suo prezzo
2. Dal 6 al 10% del suo prezzo
3. Dal 11 al 20% del suo prezzo
4. Dal 21 al 50% del suo prezzo
5. Oltre il 50% del suo prezzo
6. (niente – non sarebbe disposto a pagare di più)
7. (dipende dal prodotto)
8. (non sa)

EU 1. L'appartenenza all'Unione Europea consente ai cittadini dei vari stati membri di acquistare con maggiore facilità beni e servizi. Lei personalmente, in qualità di consumatore, quanto si sente parte di questa realtà comunitaria?

1. Molto
2. Abbastanza
3. Poco
4. Per niente
5. (Non sa/non indica)

EU 2. Nell'ultimo anno, le è capitato di fare acquisti, di qualsiasi natura, dai prodotti alimentari, agli elettrodomestici, capi d'abbigliamento, prodotti per l'infanzia, in uno stato comunitario?

SI

NO

(se ha fatto acquisti)

EU 3 E l'acquisto/ gli acquisti sono stati fatti... (leggere – possibile multipla):

1. di persona, durante una visita nel paese
2. tramite internet
3. per telefono
4. per corrispondenza
5. (non ricorda/ non indica)

EU10. E secondo lei gli acquisti all'estero di questi prodotti, tra 10 anni aumenteranno molto, abbastanza, poco o per nulla? (leggere i prodotti – ripetere la scala di risposta se necessario)

SCALA:

1. Molto
2. Abbastanza
3. poco
4. Per nulla
5. (non sa)

1. prodotti alimentari
2. prodotti per la casa
3. prodotti ed accessori per auto
4. prodotti elettronici, telefonia, computer
5. prodotti per la bellezza, igiene personale
6. abbigliamento
7. prodotti assicurativi, bancari e finanziari

EU 4. La commissione europea ha adottato dei provvedimenti al fine di facilitare l'acquisto di beni e servizi nei vari paesi membri. Lei lo sapeva?

1. SI
2. NO
3. (Non sa)

EU 5. Secondo lei, le norme comunitarie in tema di sicurezza, garanzia e qualità dei prodotti e servizi... (RUOTARE 1-2)

1. tutelano i consumatori rendendo omogenee le norme tra i diversi paesi
2. danneggiano i consumatori, non tenendo conto delle specificità dei vari territori
3. (non sa)

EU 6. Con un voto da 1 = nessuna fiducia a 10= molta fiducia, in generale lei quanta fiducia ripone nell'Unione Europea riguardo...

- 1) La capacità di informare ed educare i consumatori rispetto ai propri diritti
- 2) La possibilità di rappresentare un organo di riferimento per le associazioni di consumatori dei diversi paesi
- 3) La sorveglianza del mercato ed il rispetto della normativa comunitaria
- 4) La tutela del consumatore in generale
- 5) La capacità di creare benessere e progresso
- 6) La capacità di favorire la concorrenza

EU7. Ipotizziamo che lei, in qualità di consumatore comunitario, volesse sporgere un reclamo nei confronti di una ditta straniera dalla quale ha acquistato un bene o servizio che poi non l'ha soddisfatta. In questa particolare situazione, lei, per esercitare i suoi diritti si rivolgerebbe: (RISPOSTA SINGOLA)

- 1) direttamente alla ditta venditrice
- 2) ad una sezione apposita della commissione europea per assistenza e supporto
- 3) ad una associazione di consumatori italiana
- 4) alla giustizia ordinaria del paese in cui ha acquistato il bene
- 5) (a nessuno in quanto il consumatore non è tutelato a nessun livello – non leggere)
- 6) (Non sa)

EU8. Secondo la sua personale impressione, il consumatore Italiano, rispetto ad un consumatore Europeo... è...

1. Più tutelato
2. (tutelato nella stessa misura)
3. Meno tutelato
4. (non sa)

1. Più evoluto ed informato
2. (evoluto ed informato nella stessa misura)
3. Meno evoluto ed informato
4. (non sa)

1. Più attento agli aspetti etici
2. (attento nella stessa misura agli aspetti etici)
3. Meno attento agli aspetti etici
4. (non sa)

1. Più consapevole dei propri diritti
2. (consapevole dei propri diritti nella stessa misura)
3. Meno consapevole dei propri diritti
4. (non sa)

EU9. Fra 10 anni, secondo lei, far parte dell'Unione Europea per un consumatore italiano sarà un vantaggio o uno svantaggio ? (leggere – singola)

1. Un vantaggio
2. Uno svantaggio
3. (Non sa/non indica)

Il documento informativo completo riguardante il sondaggio è stato inviato sul sito del Garante per le Comunicazioni www.agcom.it