



# osservatorio congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione | marzo 2017

roma, 1 marzo 2017 (161770m P01)

# agenda



**premessa**

**clima di fiducia**

**congiuntura**

**osservatorio sul credito**

**pressione fiscale**

**commercio elettronico**

**metodo e appendice**

## premessa | il perimetro dell'analisi

L'**Osservatorio Congiunturale Fida** si articola su una rilevazione semestrale (due rilevazioni in un anno) condotta su un campione delle imprese italiane del commercio al dettaglio dell'alimentazione, statisticamente rappresentativo per grandi aree geografiche. I risultati dello studio sono messi a confronto con quelli dell'**Osservatorio Credito Confcommercio (OCC)**, condotto da Format Research per conto di Confcommercio Imprese per l'Italia su tutte le imprese italiane del terziario (commercio, turismo, servizi).

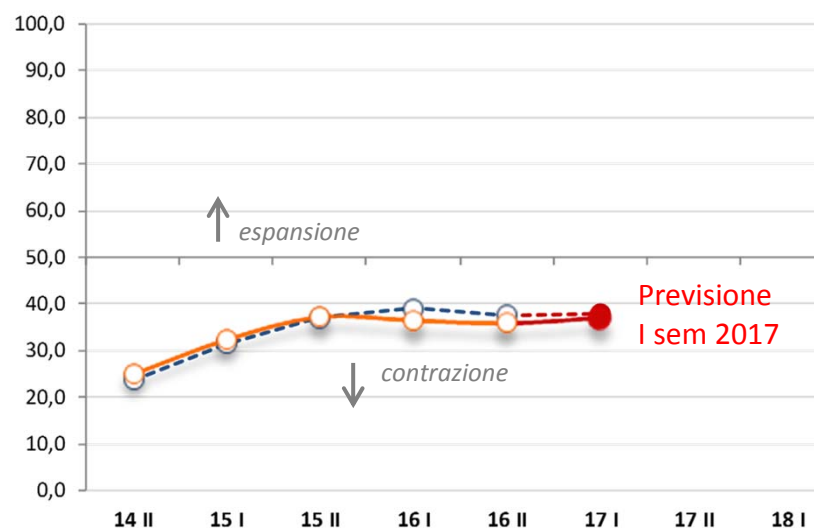
### Segmentazione delle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione:



## clima di fiducia | resta pressoché stabile il clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio alimentare con riferimento all'andamento dell'economia italiana...

A suo giudizio la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del suo settore, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	6,0	38,0	56,0	25,0
2015 I	6,9	51,0	42,1	32,4
2015 II	9,0	56,6	34,4	37,3
2016 I	8,6	56,0	35,4	36,6
2016 II	8,0	55,9	36,1	36,0
2017 I				37,0



È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

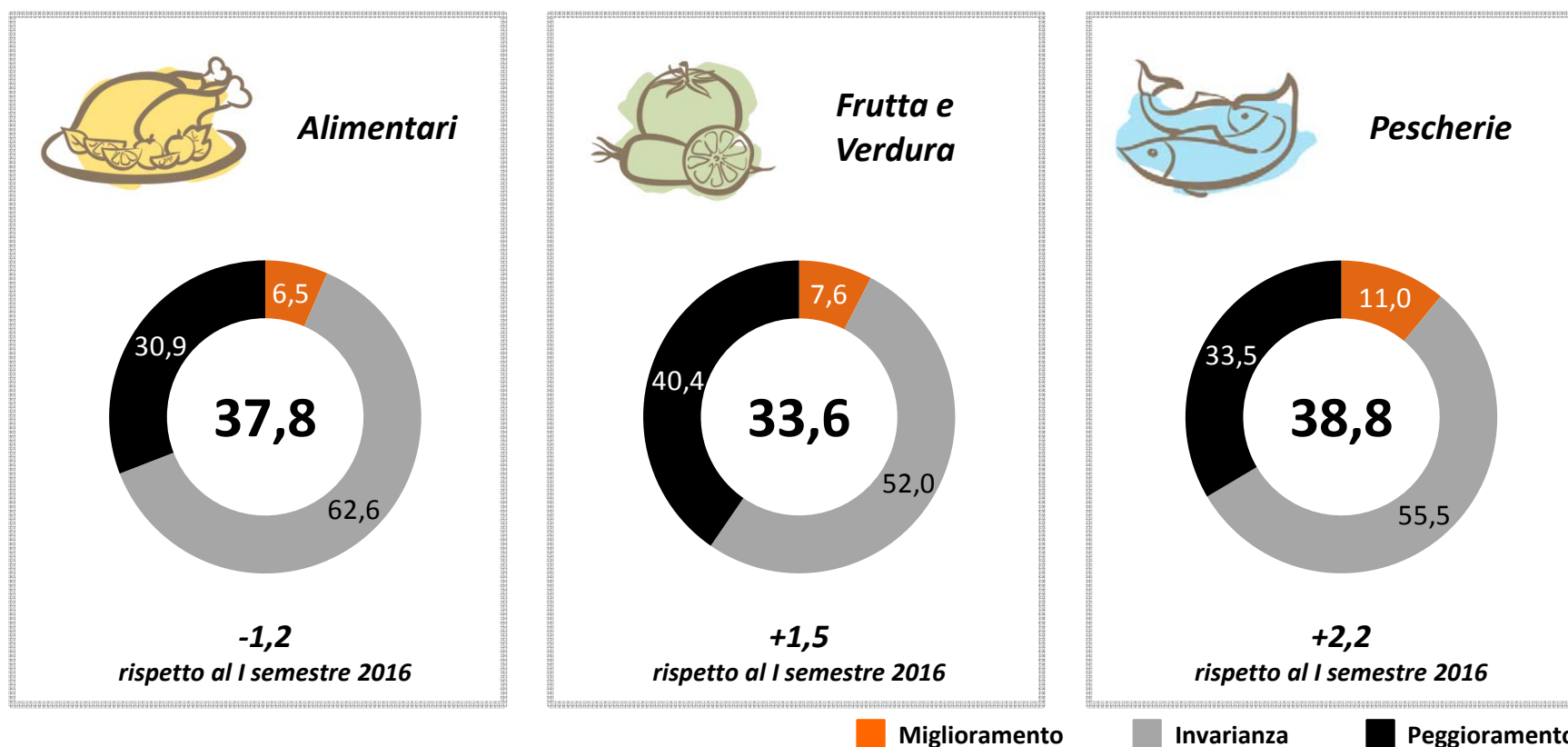
In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.

In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo =  $(\% \text{ migliore}) + ((\% \text{ uguale}) / 2)$ . Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

## clima di fiducia | l'andamento dell'economia italiana... (analisi per settore)

A suo giudizio la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del suo settore, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è...?

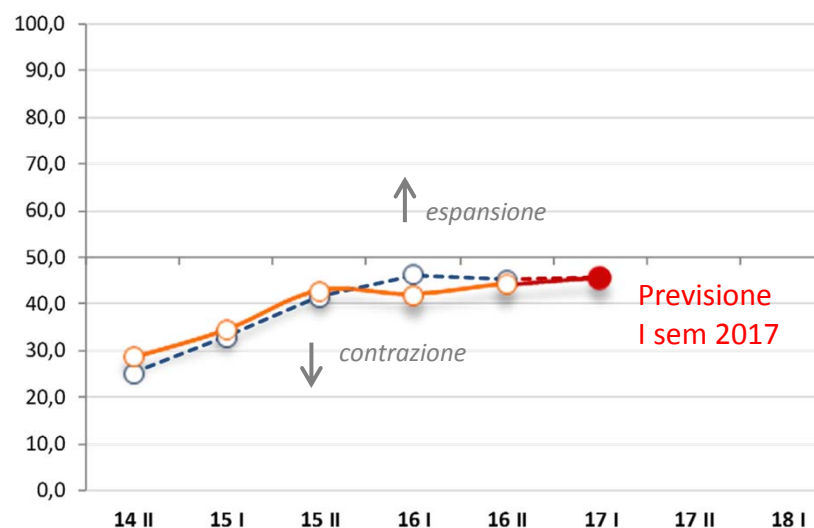


**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

## clima di fiducia | lieve incremento della fiducia delle imprese del dettaglio alimentare nell'andamento della propria attività economica (44,3 rispetto al precedente 42,0; la previsione è pari a 45,5)...

Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	9,0	39,0	52,0	28,5
2015 I	7,1	54,6	38,3	34,4
2015 II	15,0	55,6	29,4	42,8
2016 I	14,5	55,0	30,5	42,0
2016 II	16,0	56,5	27,5	44,3
2017 I				45,5



È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

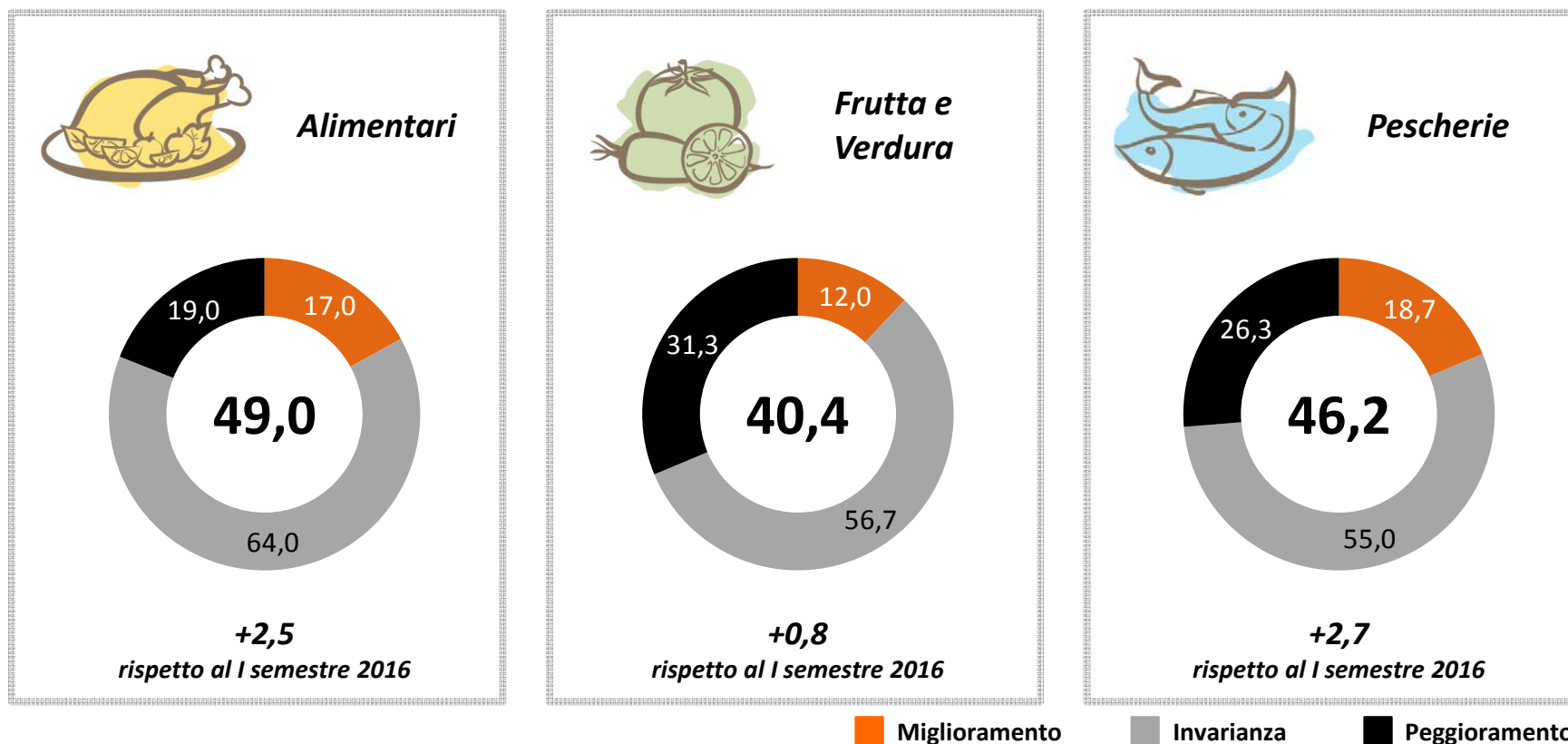
In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.

In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

## clima di fiducia | la situazione economica della propria impresa... (analisi per settore)

Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti...?

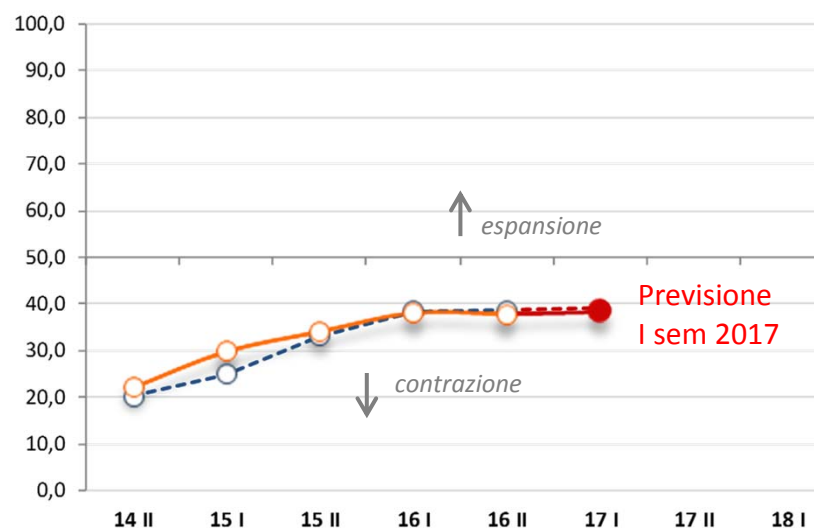


**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

## congiuntura | sostanzialmente stabili nella seconda metà del 2016 i ricavi delle imprese, con un lieve rialzo previsto per i primi mesi del 2017...

Tenuto conto dei fattori stagionali, nel semestre considerato, i ricavi della Sua impresa rispetto al semestre precedente sono...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	7,0	29,9	63,1	22,0
2015 I	5,3	48,9	45,8	29,8
2015 II	9,0	50,0	41,0	34,0
2016 I	13,0	50,0	37,0	38,0
2016 II	12,9	49,9	37,2	37,9
2017 I				38,4



È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.

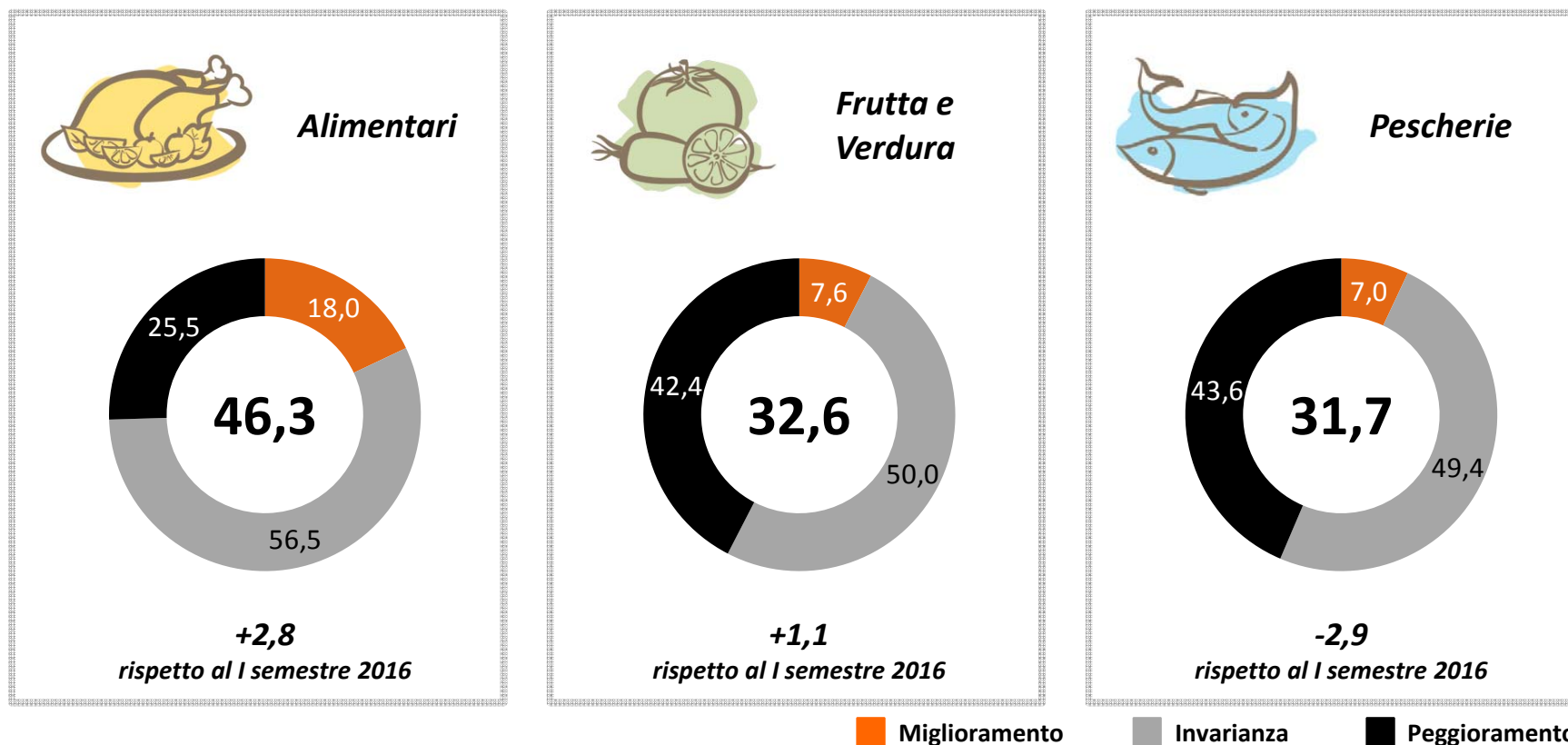
In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**



## congiuntura | andamento dei ricavi...(analisi per settore)

Tenuto conto dei fattori stagionali, nel semestre considerato, i **ricavi** della Sua impresa rispetto al semestre precedente sono...?

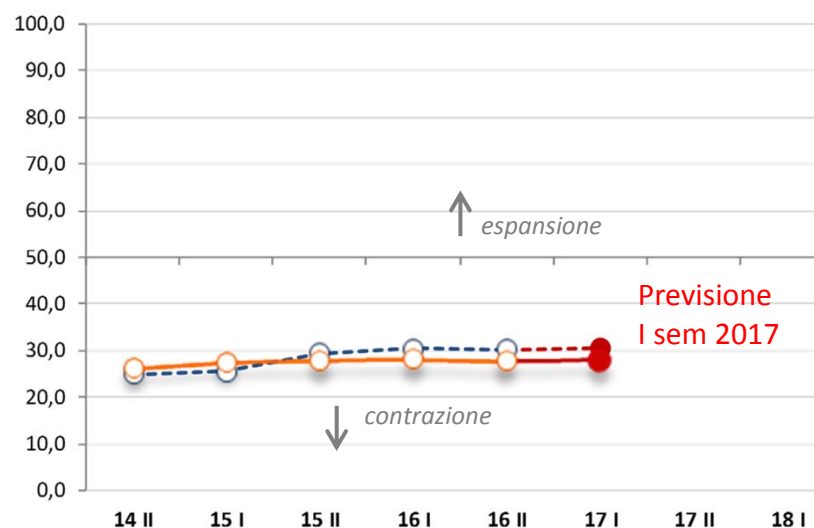


**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

**congiuntura | rallenta la dinamica occupazionale nella seconda metà del 2016, con un *outlook* di sostanziale stabilità in vista della prima parte del 2017... in questo caso, la situazione è più preoccupante rispetto al resto delle imprese...**

Nel semestre considerato, l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al semestre precedente, è...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	1,2	50,0	48,8	26,2
2015 I	1,8	51,5	46,7	27,6
2015 II	2,0	52,0	46,0	28,0
2016 I	3,0	50,5	46,5	28,3
2016 II	2,8	50,0	47,2	27,8
2017 I				27,9



È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

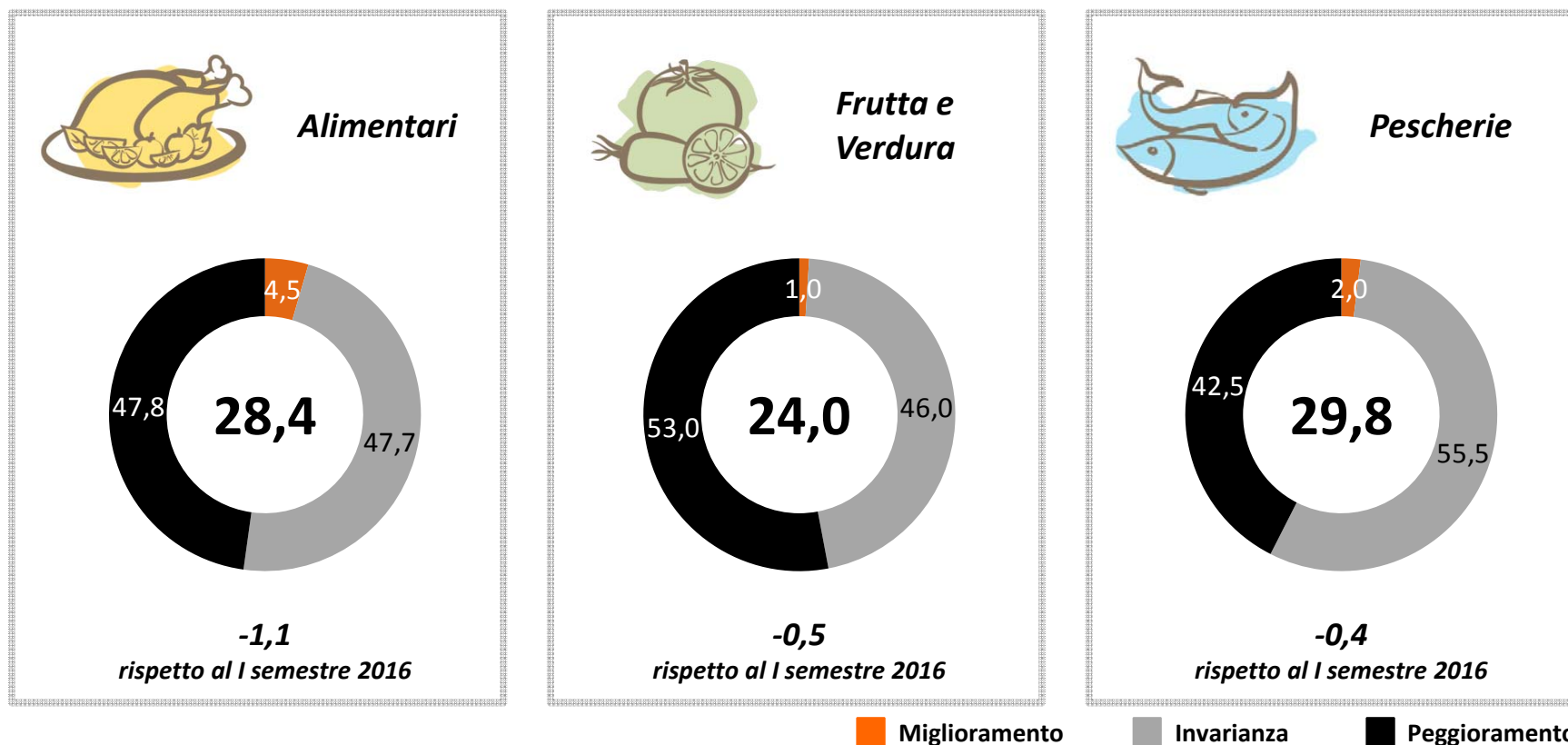
In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.

In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

## congiuntura | andamento dell'occupazione...(analisi per settore)

Nel semestre considerato, l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al semestre precedente, è...?

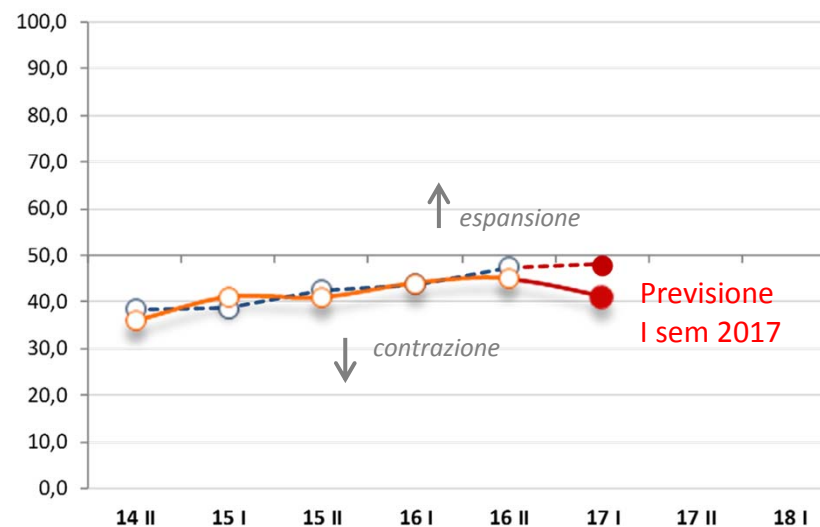


**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

## congiuntura | il dettaglio alimentare registra una inversione di tendenza in vista dei primi mesi del 2017: i prezzi ai quali acquistano presso i propri fornitori sono in rialzo rispetto al 2016...

I prezzi praticati alla Sua impresa dai suoi fornitori, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	8,6	55,0	36,4	36,1
2015 I	9,6	63,0	27,4	41,1
2015 II	9,0	64,0	27,0	41,0
2016 I	12,0	64,0	24,0	44,0
2016 II	13,5	63,0	23,5	45,0
<b>2017 I</b>				<b>41,0</b>



È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

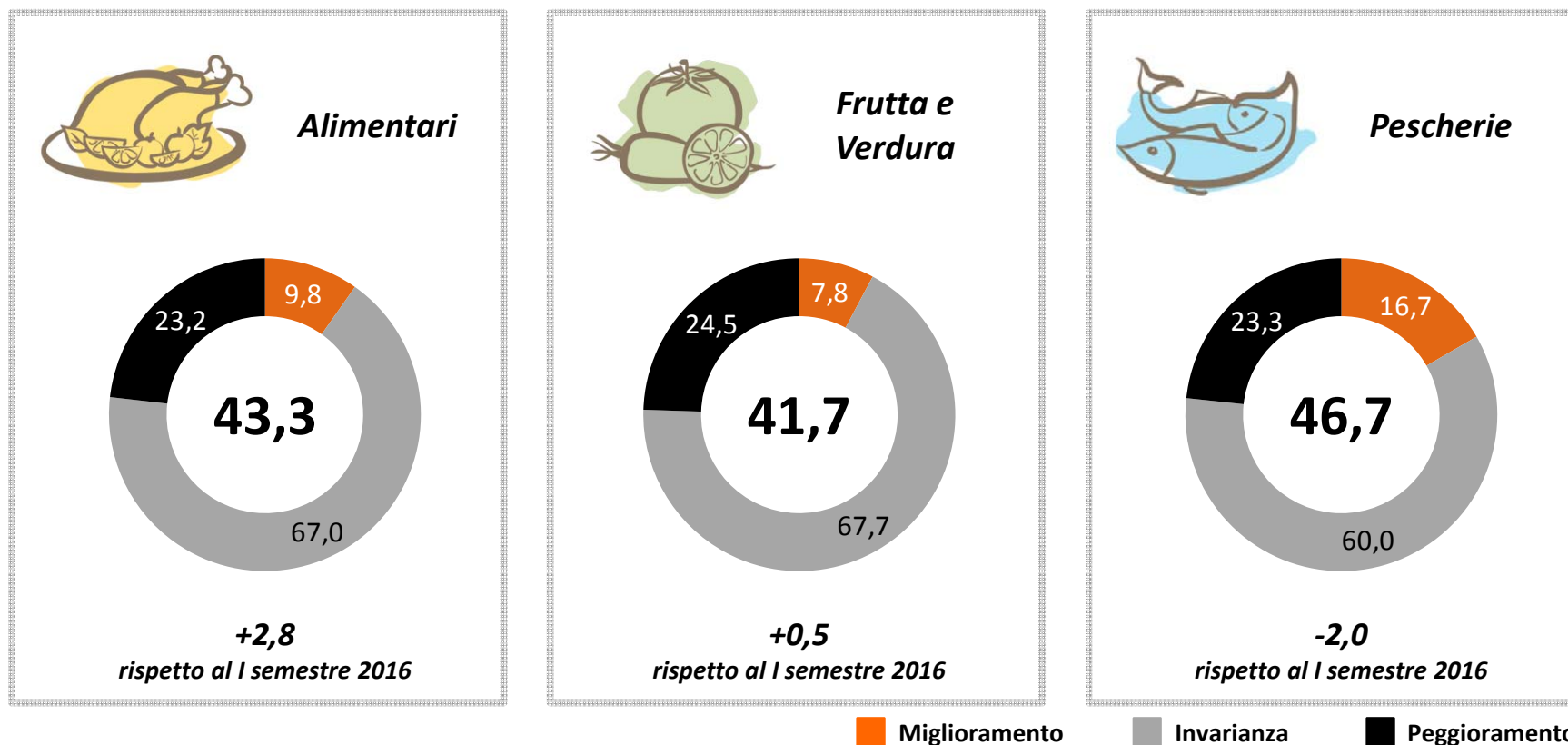
In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.

In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo =  $(\% \text{ migliore}) + ((\% \text{ uguale}) / 2)$ . Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

## congiuntura | l'andamento dei prezzi... (analisi per settore)

I **prezzi** praticati alla Sua impresa dai suoi fornitori, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono...?



**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

**congiuntura | lo scontrino medio è stazionario (6,7% contro il precedente 7,0%), così come anche il numero di accessi in negozio (10,9% su 10,5%)...**

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, lo **scontrino medio** è...?



**6,7%**  
**Aumentato**

Il 6,7% delle imprese del dettaglio alimentare ha registrato un incremento dello scontrino medio nel secondo semestre 2016 rispetto al primo semestre 2016.



**8,6%**



**5,4%**



**9,3%**

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, il **numero di accessi** è...?



**10,9%**  
**Aumentato**

Il 10,9% delle imprese del dettaglio alimentare ha registrato un incremento del numero di accessi nel secondo semestre 2016 rispetto al primo semestre 2016.



**13,0%**



**9,0%**



**15,0%**

## congiuntura | in lieve calo la quota di prodotti venduti in offerta...

La quota di prodotti venduti in offerta, rispetto a sei mesi fa, è ...?



**La quota di prodotti venduti in offerta risulta in calo.**

L'indicatore congiunturale (imprese che hanno dichiarato che i prodotti in offerta sono aumentati più la metà di quelle che hanno dichiarato che sono rimasti invariati) è pari a 49,3, in diminuzione rispetto al 50,5 registrato sei mesi fa.



43,0

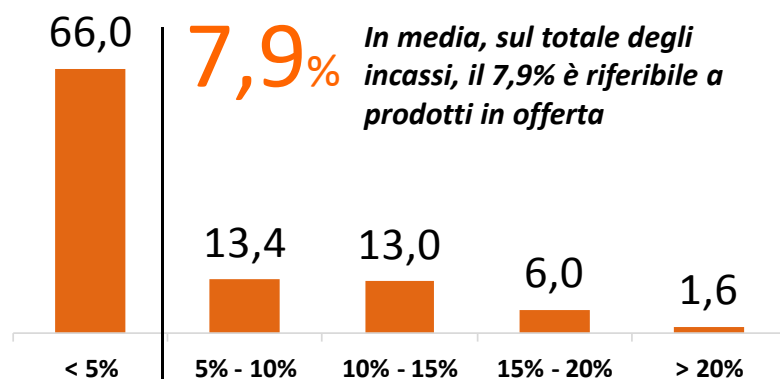


48,5



51,7

Fatto uguale a 100,0 il totale degli incassi, quanto, in percentuale, è riferibile a prodotti in offerta ...?



Percentuale di prodotti venduti in offerta sul totale degli incassi, per settore:



9,0%



10,8%

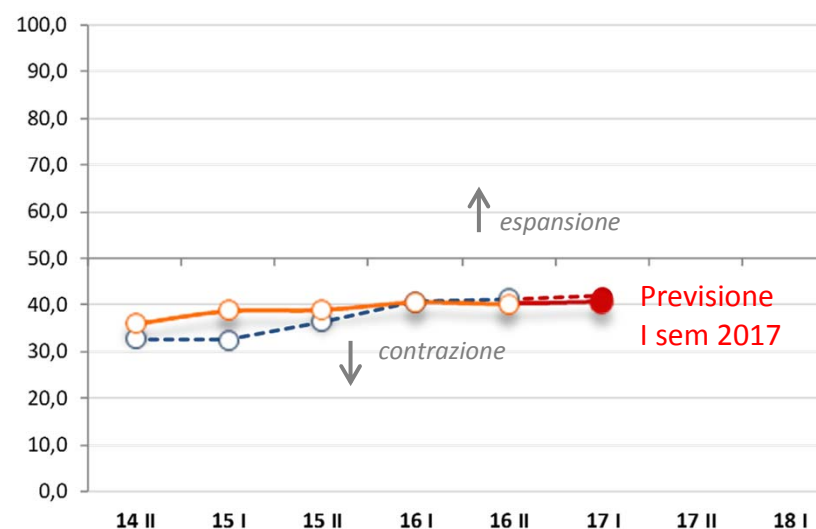


6,1%

## congiuntura | resta stabile la capacità delle imprese alimentari di far fronte al proprio fabbisogno finanziario... il trend dei prossimi mesi lascia presagire un'ulteriore invarianza, con l'indicatore che resterà nell'area di contrazione...

La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, è...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	16,0	40,0	44,0	36,0
2015 I	8,3	61,0	30,7	38,8
2015 II	9,0	60,0	31,0	39,0
2016 I	10,1	61,0	28,9	40,6
2016 II	10,0	60,5	29,5	40,3
2017 I				40,7



È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.

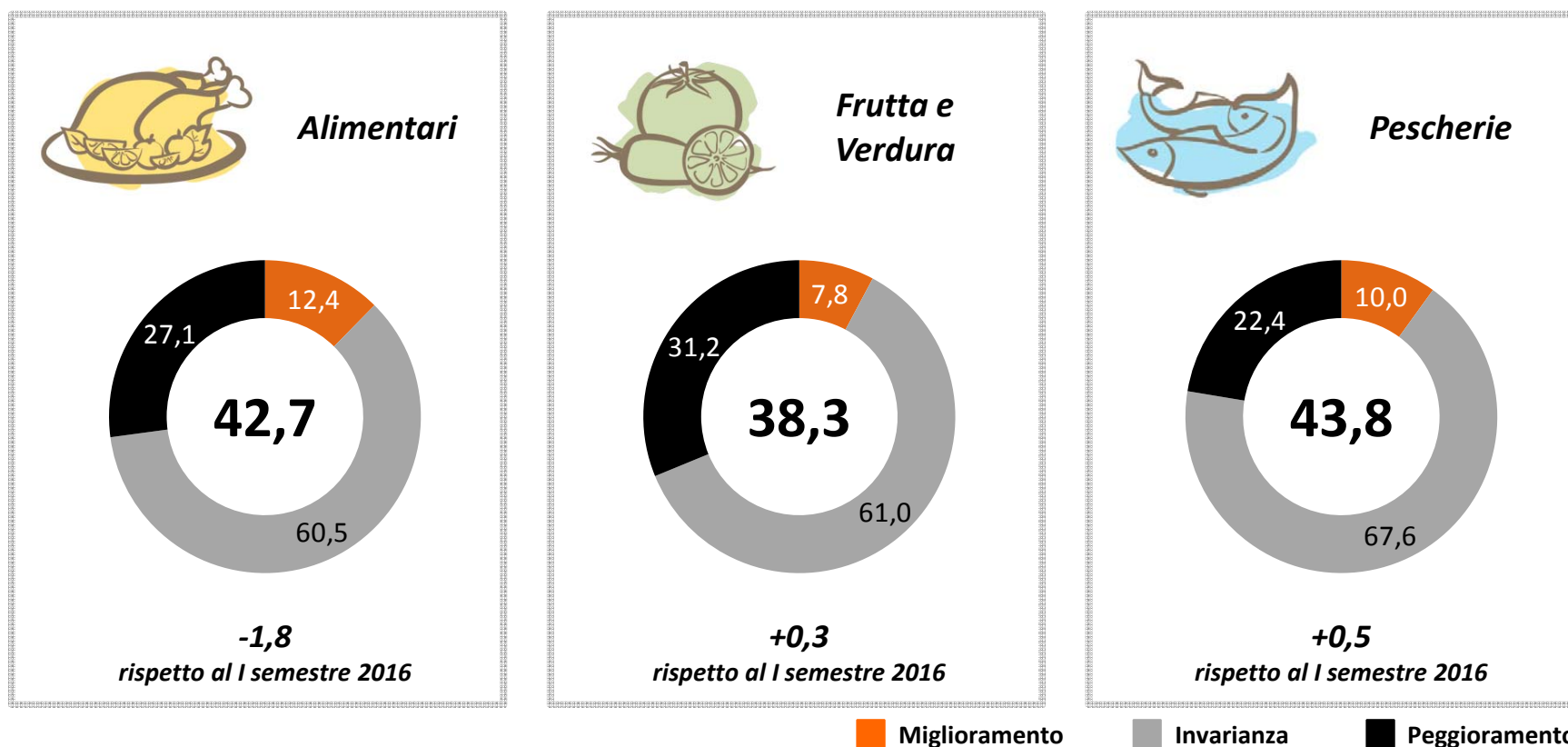
In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**



## congiuntura | l'andamento del fabbisogno finanziario... (analisi per settore)

La capacità di fare fronte al **fabbisogno finanziario** della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, è...?

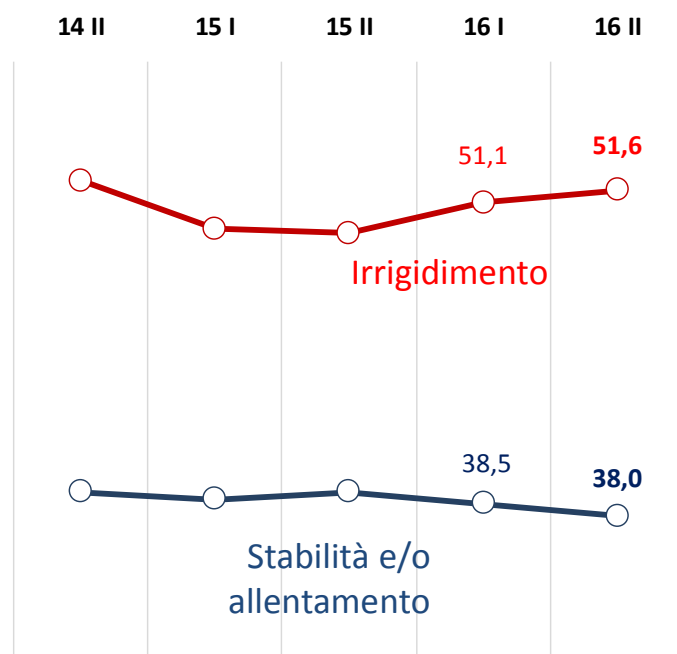


**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

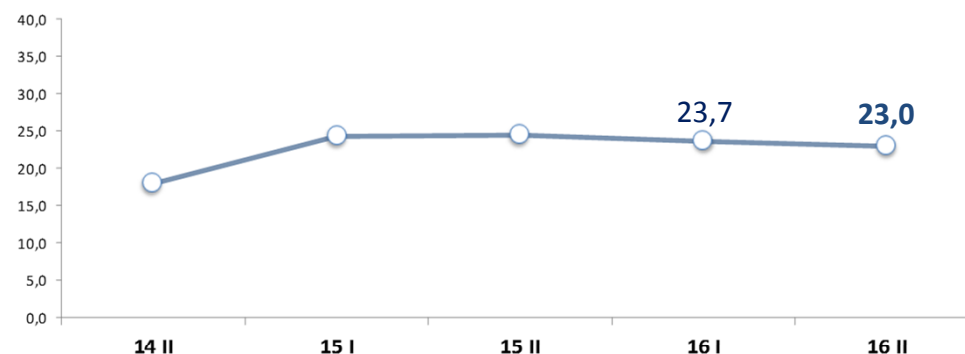
## osservatorio sul credito | le imprese del dettaglio alimentare faticano a ricevere il credito del quale hanno bisogno da parte delle banche... negli ultimi mesi del 2016 quelle che lo hanno ricevuto senza problemi sono state solo il 38,0%...

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 negli ultimi sei mesi?

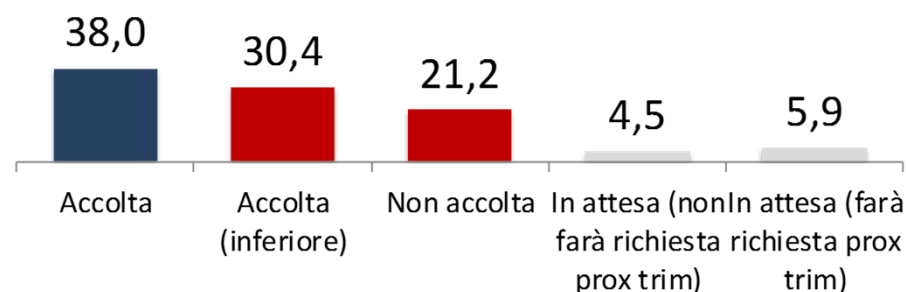
Esito della domanda di credito nel corso dei semestri (DETTAGLIANTI ALIMENTARI)



Percentuali di imprese che hanno chiesto credito al sistema bancario nel corso dei semestri



Esito della domanda di credito nel II semestre 2016



Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nel semestre considerato hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (Irrigidimento = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). I dati sono riportati all'universo.

## osservatorio sul credito | analisi per settore...



### DETTAGLIANTI ALIMENTARI

### Alimentari

### Frutta e verdura

### Pescherie

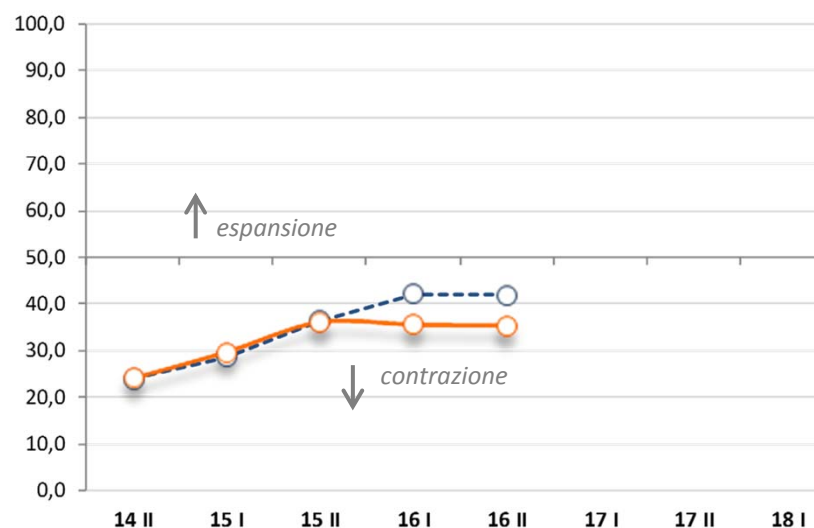
	DETTAGLIANTI ALIMENTARI	Alimentari	Frutta e verdura	Pescherie
<b>Hanno fatto richiesta</b> <i>di queste...</i>	<b>23,0</b>	<b>25,4</b>	<b>21,0</b>	<b>20,3</b>
<i>Accolta</i>	<b>38,0</b>	<b>34,5</b>	<b>35,0</b>	<b>39,8</b>
<b>Accolta (inferiore)</b>	<b>30,4</b>	<b>34,3</b>	<b>30,0</b>	<b>31,3</b>
<b>Non accolta</b>	<b>21,2</b>	<b>23,3</b>	<b>22,0</b>	<b>19,0</b>
<i>In attesa (non farà richiesta prox trim)</i>	4,5	6,6	5,0	3,2
<i>In attesa (farà richiesta prox trim)</i>	5,9	1,3	8,0	6,7

**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nel semestre considerato hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (**Irrigidimento** = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). **I dati sono riportati all'universo.**

## osservatorio sul credito | rispetto al primo semestre del 2016, le imprese del dettaglio alimentare rilevano una situazione di stabilità nel costo dei servizi bancari nel loro complesso...

Con riferimento al costo dei servizi bancari, ritiene che, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, la situazione sia...?

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	1,0	46,0	53,0	24,0
2015 I	1,1	57,0	41,9	29,6
2015 II	4,0	64,0	32,0	36,0
2016 I	5,0	61,0	34,0	35,5
2016 II	5,0	60,5	34,5	35,3



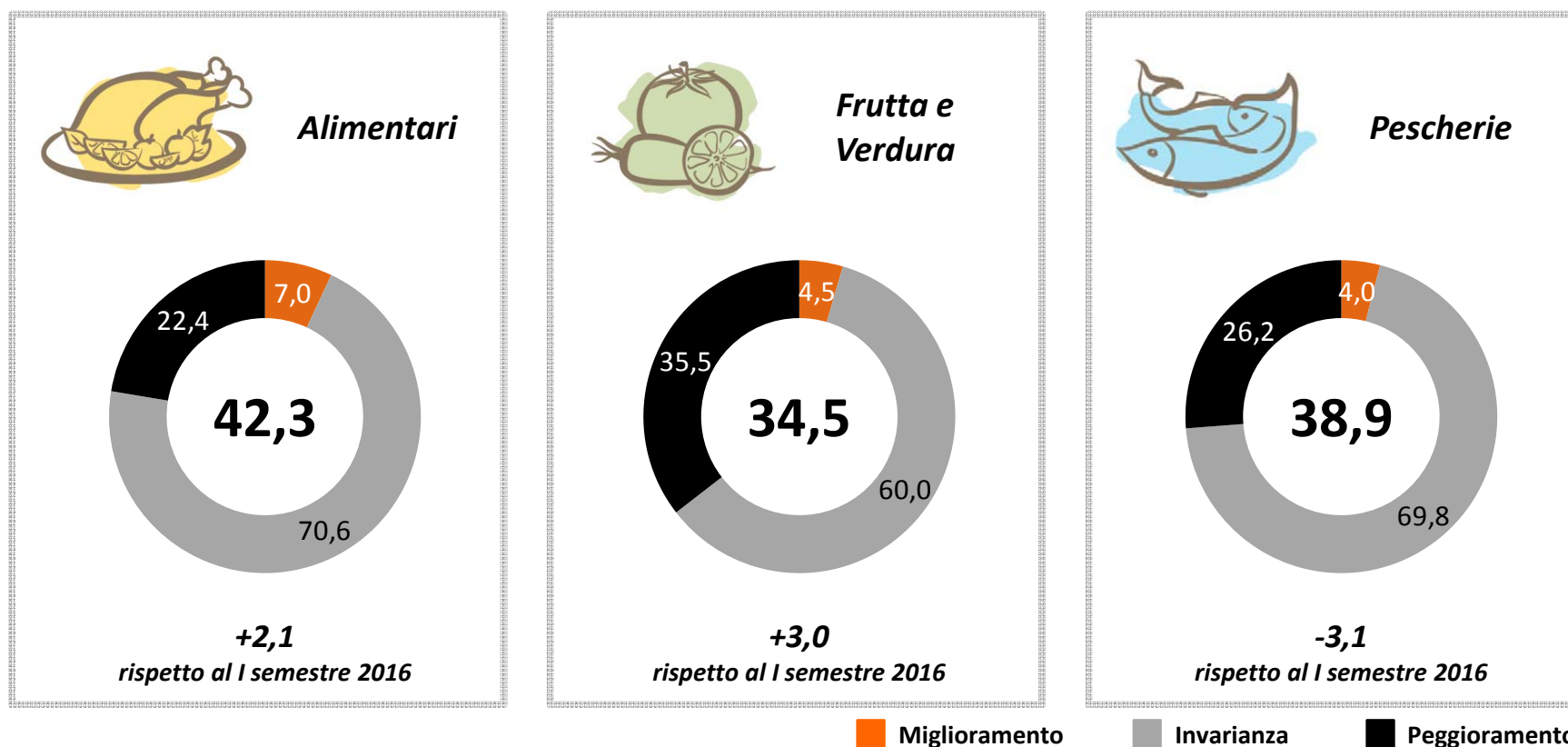
È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

**Base campione:** Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

## osservatorio sul credito | costo dei servizi bancari... (analisi per settore)

Con riferimento al **costo dei servizi bancari**, ritiene che, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, la situazione sia...?



**Base campione:** Dettaglio alimentare 2.000 casi. Sono riportati i saldi delle imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

## pressione fiscale | le tasse continuano a rappresentare una morsa per le imprese del dettaglio alimentare...

Negli ultimi due anni (2015-2016) la **pressione fiscale** nel suo complesso, sulla Sua impresa, rispetto ai due anni precedenti è aumentata, rimasta invariata, diminuita...?

L' **82,5%**

delle imprese considera **aumentata** la pressione fiscale sulla propria attività negli ultimi due anni  
*(+0,5% rispetto a sei mesi fa)*



81,7%



80,0%



85,4%

---

Il **16,5%**

ritiene che sia rimasta **invariata**

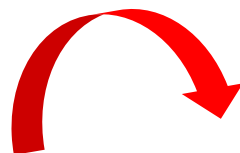
L' **1,0%**

ritiene che sia **diminuita**

**pressione fiscale** | diminuiscono le imprese che sono riuscite a far fronte al peso della pressione fiscale (-1,8% su base semestrale)... di queste, il 35% ha incontrato più di una difficoltà...

Negli ultimi due anni (2015-2016) la Sua impresa è riuscita a fare fronte al peso della **pressione fiscale** dal punto di vista finanziario?

L'**87,6%**



delle imprese è riuscita a far fronte al peso della pressione fiscale...

*(-1,8% rispetto a sei mesi fa)*

Allo stesso tempo, tre imprese su quattro considerano «molto» o «abbastanza» elevato il costo degli adempimenti amministrativi legati al fisco.

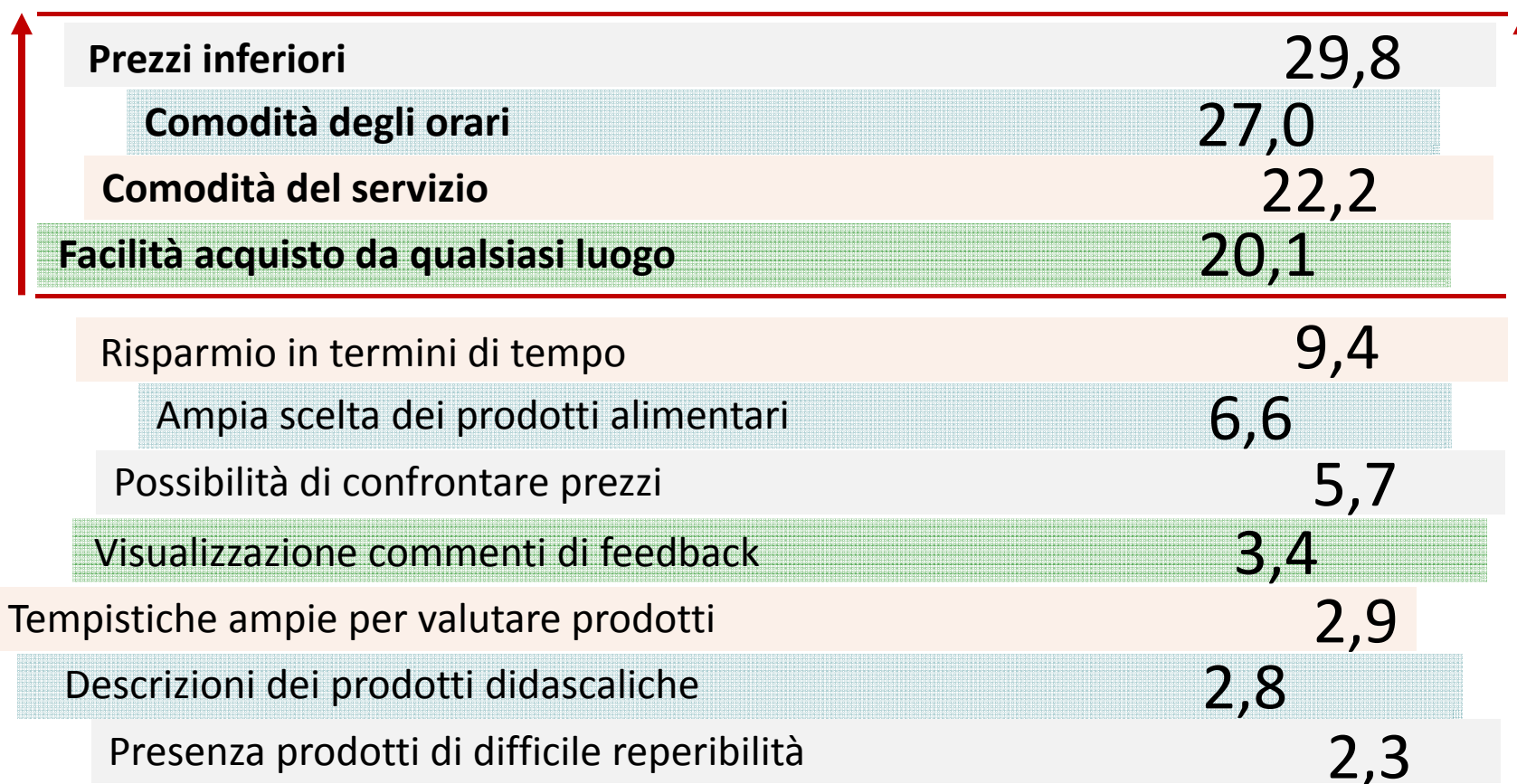
...ma di queste, il **35,4%** ci è riuscito con molta difficoltà.

Si tratta in prevalenza di:

- Imprese fino a 9 addetti
- Imprese del Mezzogiorno e del Nord Ovest
- Imprese del settore alimentare

## commercio elettronico | secondo il giudizio delle imprese del commercio al dettaglio alimentare, i consumatori sono spinti ad acquistare online per ragioni di convenienza, comodità (di orari e logistica) e facilità di spesa da remoto...











Il fenomeno del commercio online dei prodotti alimentari in Italia è in forte crescita negli ultimi anni. A Suo giudizio, quali sono le **motivazioni** che spingono i consumatori ad **acquistare i prodotti alimentari online**?





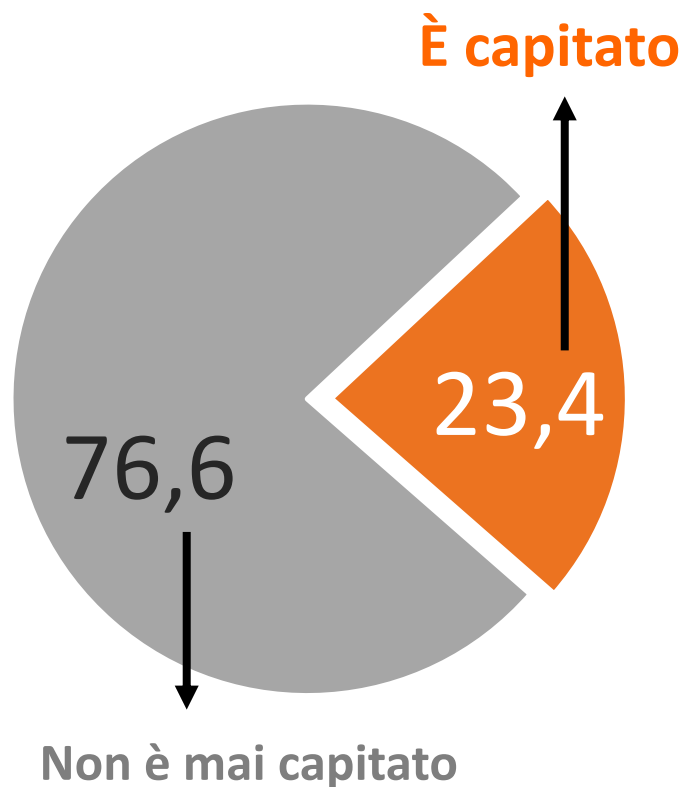
**commercio elettronico | ...allo stesso tempo, l'intangibilità dei prodotti e una maggiore esposizione al rischio di deperibilità delle merci, potrebbero risultare i principali ostacoli nell'acquistare online...**

A suo giudizio, quali sono gli ostacoli che un consumatore può incontrare acquistando prodotti alimentari online?

	<b>Intangibilità del prodotto</b>	<b>37,6</b>		<b>Minima conoscenza del venditore</b>	<b>8,1</b>
	<b>Merci facilmente deperibili</b>	<b>13,2</b>		<b>Tempi di attesa per la consegna del prodotto</b>	<b>8,1</b>
	<b>Descrizione del prodotto non conforme</b>	<b>9,0</b>		<b>Assenza di interazione con il personale</b>	<b>8,1</b>
	<b>Timore di fornire i dati della carta di credito</b>	<b>9,0</b>		<b>Impossibilità della restituzione di un prodotto</b>	<b>5,1</b>
	<b>Scarsa assistenza nel post vendita</b>	<b>8,3</b>		<b>Aggravio causato dalle spese di spedizione</b>	<b>3,6</b>

## commercio elettronico | circa il 23% delle imprese del commercio al dettaglio alimentare dichiarano di aver assistito in passato ad episodi di clienti che, in fase di acquisto, ricercassero informazioni online...

Pensando alla Sua esperienza, è mai capitato che dei clienti, in sede di valutazione dei prodotti da acquistare presso il Suo negozio, ricercassero allo stesso tempo informazioni online tramite dispositivi mobili (smartphone, tablet)?



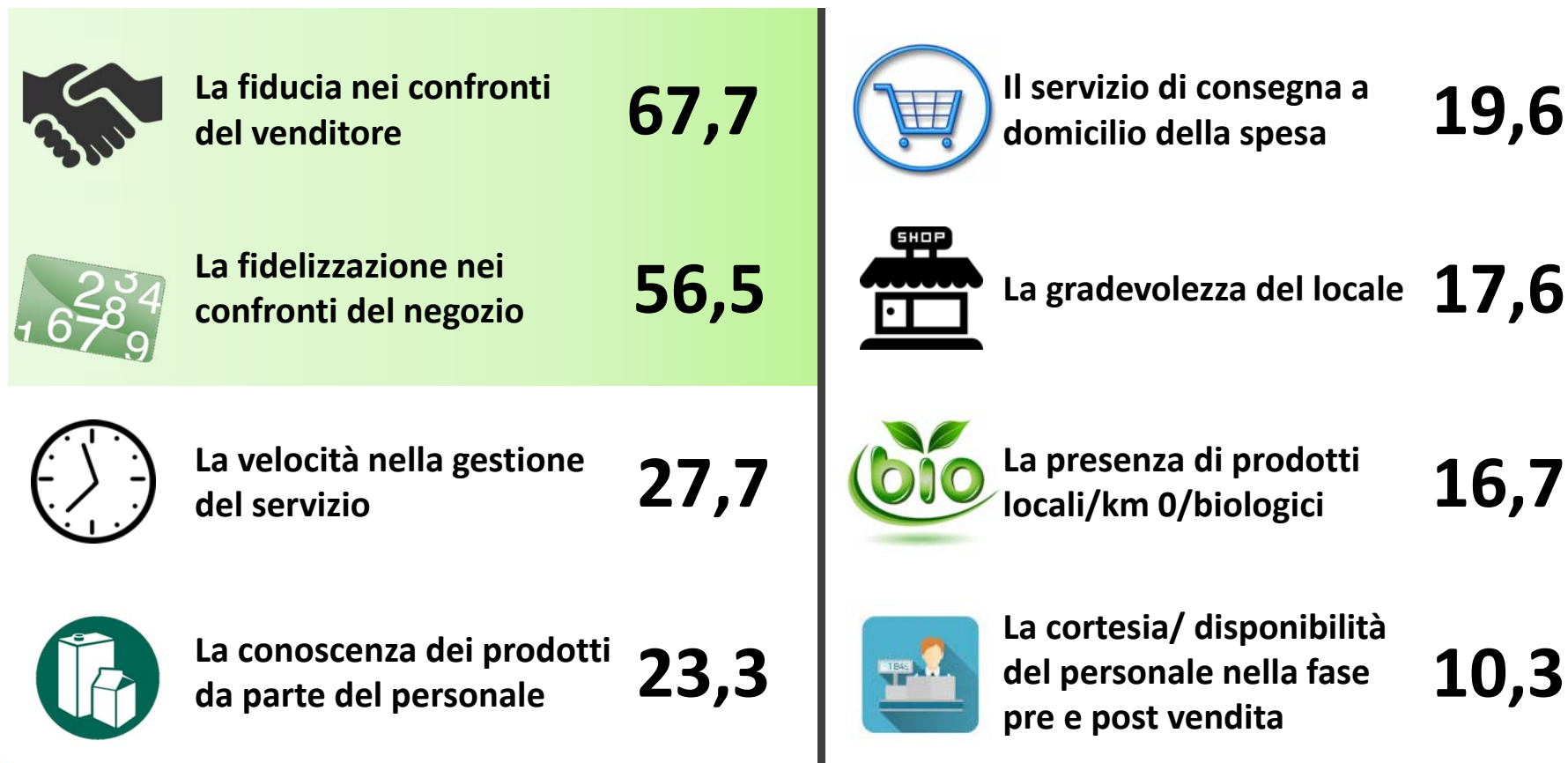
Da imprenditore, come giudica l'azione di assaggiare/degustare/toccare un alimento/bevanda in negozio per poi acquistarlo online?

*(analisi effettuata sul 23,4% di imprenditori che ha visto i clienti cercare informazioni online)*

- 62,0** Un'azione scorretta in qualsiasi caso
- 26,0** Un'azione scorretta anche se effettuata per soli scopi informativi
- 12,0** Un'azione utile al consumatore ma scorretta verso l'imprenditore

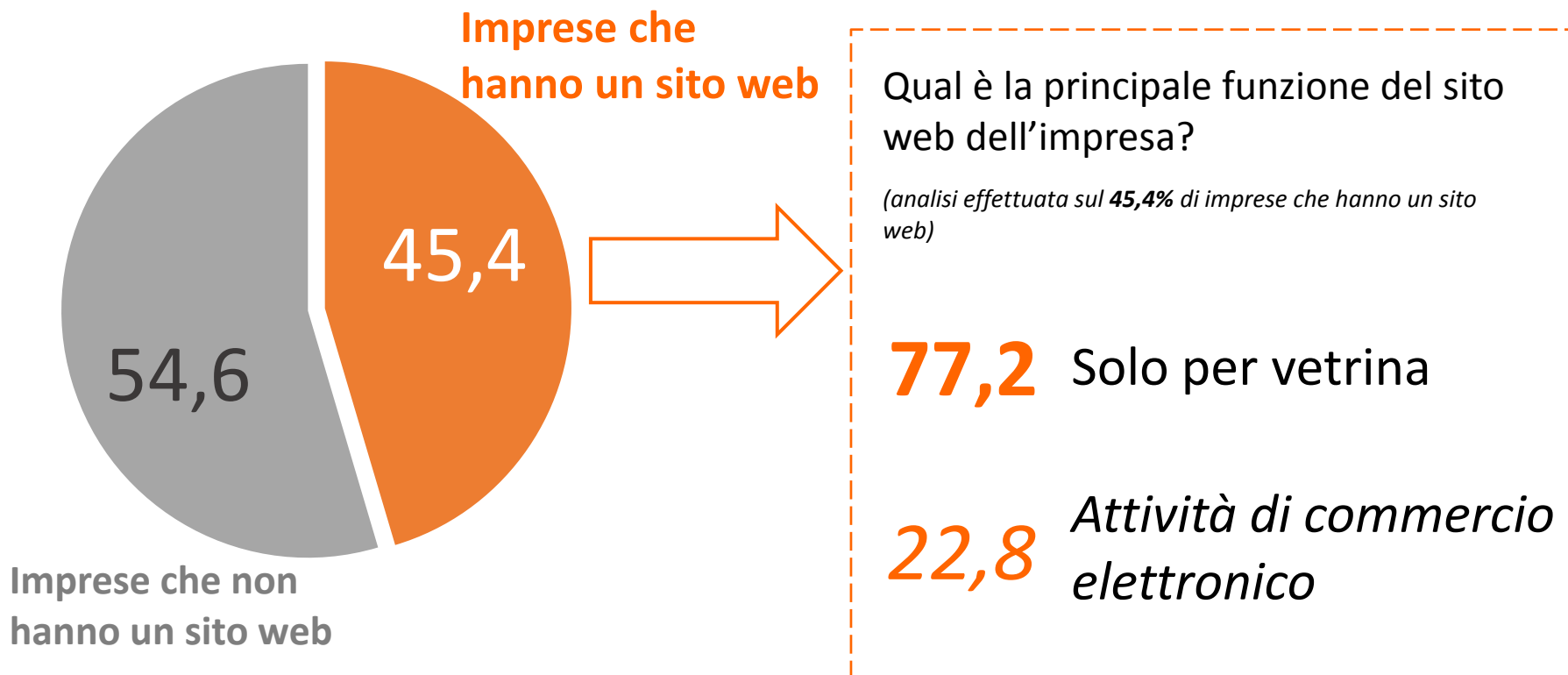
## commercio elettronico | il rapporto di fiducia con il venditore e la fidelizzazione verso l'esercizio commerciale risultano essere fattori quasi «insostituibili» dalle nuove modalità di acquisto online...

A Suo giudizio, a fronte di quali aspetti o servizi un consumatore sarebbe disposto a pagare un differenziale di prezzo (in eccesso) pur di acquistare nel Suo esercizio commerciale anziché online?



**commercio elettronico | le imprese del commercio al dettaglio in possesso di un sito web sono circa il 46%, quota più bassa rispetto a quella rilevata presso la totalità del tessuto imprenditoriale italiano (67%)...**

La Sua impresa possiede un sito web?



**commercio elettronico | il 26% delle imprese del commercio al dettaglio dichiara di utilizzare i social network per la propria attività... si tratta di una quota sostanzialmente in media con il resto delle imprese...**

La Sua attività aderisce e/o utilizza (come impresa) i social network?

**Utilizzano i social network**

**26%**



Non utilizzano i social network

**74%**

**commercio elettronico** | quattro imprese del commercio al dettaglio alimentare su dieci ritengono che, da qui a 20 anni, i negozi tradizionali continueranno a ricoprire il medesimo ruolo rappresentato oggi... sei su dieci temono una rivisitazione della centralità fin qui raggiunta...

A Suo avviso, tra 20 anni, come sarà il futuro del commercio al dettaglio?



*I negozi tradizionali...*

...continueranno a svolgere il ruolo ricoperto oggi

40,5

...diminuiranno e resteranno soltanto quelli in grado di «emozionare» e «coinvolgere» il consumatore

32,1

...spariranno, il mercato sarà esclusivamente on line

20,1

...continueranno ad esistere ma ricopriranno soltanto il “ruolo” di consulenza

7,2

# metodo e appendice | scheda tecnica della ricerca

## COMMITTENTE

Fida – Federazione Italiana Dettaglianti dell’Alimentazione

## AUTORE

Format Research Srl ([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine congiunturale sull’andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del commercio al dettaglio dell’alimentazione.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo delle imprese del commercio al dettaglio dell’alimentazione. Domini di studio del campione: dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, oltre 19 addetti), settore (alimentari, frutta e verdura, pescherie), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

## NUMEROSITA’ CAMPIONARIA

n. 2.000 casi (2.000 interviste a buon fine). Anagrafiche “non reperibili”: 454 (16,2%); “Rifiuti”: 356 (12,7%); “Sostituzioni”: 810 (28,8%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 2,2\%$ ). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

## METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 1 al 7 febbraio 2017.

## CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della “Legge sulla Privacy” (D.lgs n. 196/03).

## DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani

Dott. Daniele Serio

## metodo e appendice | universo rappresentato e struttura del campione

**Universo delle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione**

		1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Nord Ovest	Alimentari	8.257	11.867	1.115	548	245	22.032
	Frutta e verdura	1.485	1.771	89	24	6	3.375
	Pescherie	172	294	25	11	3	505
	<b>Totale</b>	<b>9.914</b>	<b>13.932</b>	<b>1.229</b>	<b>583</b>	<b>254</b>	<b>25.912</b>
Nord Est	Alimentari	4.651	8.036	913	481	250	14.331
	Frutta e verdura	1.010	1.649	103	33	13	2.808
	Pescherie	121	345	43	13	1	523
	<b>Totale</b>	<b>5.782</b>	<b>10.030</b>	<b>1.059</b>	<b>527</b>	<b>264</b>	<b>17.662</b>
Centro	Alimentari	8.221	9.267	1.075	699	300	19.562
	Frutta e verdura	1.870	1.310	67	11	5	3.263
	Pescherie	410	506	45	19	2	982
	<b>Totale</b>	<b>10.501</b>	<b>11.083</b>	<b>1.187</b>	<b>729</b>	<b>307</b>	<b>23.807</b>
Sud e Isole	Alimentari	27.579	16.402	1.750	1.208	503	47.442
	Frutta e verdura	5.880	1.824	63	11	4	7.782
	Pescherie	2.478	1.113	57	16	5	3.669
	<b>Totale</b>	<b>35.937</b>	<b>19.339</b>	<b>1.870</b>	<b>1.235</b>	<b>512</b>	<b>58.893</b>
<b>Totale</b>	Alimentari	48.708	45.572	4.853	2.936	1.298	103.367
	Frutta e verdura	10.245	6.554	322	79	28	17.228
	Pescherie	3.181	2.258	170	59	11	5.679
	<b>Totale</b>	<b>62.134</b>	<b>54.384</b>	<b>5.345</b>	<b>3.074</b>	<b>1.337</b>	<b>126.274</b>

**Campione delle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione**

		1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Nord Ovest	Alimentari	150	162	20	10	10	352
	Frutta e verdura	0	50	0	0	0	50
	Pescherie	0	10	0	0	0	10
	<b>Totale</b>	<b>150</b>	<b>222</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>412</b>
Nord Est	Alimentari	70	150	20	0	0	240
	Frutta e verdura	20	10	0	0	0	30
	Pescherie	0	0	0	0	0	0
	<b>Totale</b>	<b>90</b>	<b>160</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>270</b>
Centro	Alimentari	110	173	20	20	10	333
	Frutta e verdura	40	10	0	0	0	50
	Pescherie	30	30	0	0	0	60
	<b>Totale</b>	<b>180</b>	<b>213</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>443</b>
Sud e Isole	Alimentari	301	251	31	31	0	614
	Frutta e verdura	110	30	0	0	0	140
	Pescherie	51	50	10	10	0	121
	<b>Totale</b>	<b>462</b>	<b>331</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>875</b>
<b>Totale</b>	Alimentari	631	736	91	61	20	1.539
	Frutta e verdura	170	100	0	0	0	270
	Pescherie	81	90	10	10	0	191
	<b>Totale</b>	<b>882</b>	<b>926</b>	<b>101</b>	<b>71</b>	<b>20</b>	<b>2.000</b>

Fonte: I.Stat 2016





UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2017 © Copyright Format Research Srl

format research s.r.l.  
via ugo balzani 77, 00162 roma, italia  
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004  
rea roma 747042, cap. soc. € 10.340,00 i.v.

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a  
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS