

# FORMAT

## RICERCHE DI MERCATO

### SEDE

00162 Roma - Via Ugo Balzani, 77  
Tel. 06 86.32.195.81  
Fax 06 80.38.19.90  
E-mail: info@formatresearch.com  
Sito internet: www.formatresearch.com

### ANNO DI FONDAZIONE

1992

### MANAGEMENT/STAFF

Pierluigi Ascani

### NUMERO ADDETTI

14

### ASSOCIATA

Esomar (European Society for Opinion and Marketing Research)

Unione Industriali di Roma (Confindustria)

Italian chamber of commerce and industry for the United Kingdom

### PER INFORMAZIONI CONTATTARE

Maurizio Pisacane  
maurizio.pisacane@formatresearch.com

### MISSION

Format fornisce informazioni quantitative e qualitative organizzate. Dal 1992 effettua ricerche di mercato e studi sociali ed economici su tematiche di politica industriale e sulle tendenze e i mutamenti delle economie e delle società locali. Lavora per alcuni ministeri e agenzie del Governo italiano, per le Camere di commercio, per le aziende e per alcune delle più prestigiose società di consulenza e centri studi del nostro Paese.

### SETTORI DI SPECIALIZZAZIONE

- Politico-sociale
- Pubblica amministrazione e servizi pubblici
- Comunicazione
- Information technology
- Media
- Editoria
- Elettronica di consumo
- Agricolo
- Chimico-farmaceutico

### TIPOLOGIE DI RICERCA

- Sondaggi di opinione
- Ricerche di base
- Potenziale di area/mercato
- Ricerche sulla comunicazione
- Ricerche sull'immagine
- Ricerche di customer satisfaction
- Ricerche strategiche
- Ricerche socio-politiche
- Ricerche su target specifici
- Ricerche sui consumi
- Ricerche sulla qualità
- Mystery shopping
- Modelli previsionali
- Ricerche psicografiche
- Panel

### METODOLOGIE

- Ricerche quantitative (interviste face to face con sistema CAPI, interviste telefoniche con sistemi CATI, rilevazioni con il sistema CAWI)
- Ricerche qualitative (colloqui individuali, focus group)
- Studi e ricerche Desk

### STRUTTURA

Organico:

- 4 coordinatori di ricerca

Field face to face:

- 180 punti di campionamento in tutta Italia

Field telefonico:

- Postazioni telefoniche CATI
- Realizzazione di interviste telefoniche in lingua (inglese, francese, tedesco, olandese, svedese, polacco, russo, spagnolo)

### ELABORAZIONI DATI E ANALISI STATISTICHE

- Disegno e realizzazione di campioni statisticamente rappresentativi
- Costruzione di banche dati
- Analisi statistiche semplici e complesse (regressioni, cluster, analisi del contenuto, analisi multivariate, mapping ecc.)

# Format News

Mensile a cura di Format ricerche di mercato

Cari Lettori,  
il nostro giornale, in questa edizione, ha voluto dare particolare risalto alle indagini che Format - Ricerche di mercato ha realizzato recentemente. Si tratta di studi approfonditi e dettagliati su tematiche di interesse attuale e assai dibattute a livello politico, sociale ed economico.

La prima riguarda l'utilizzo dello strumento della conciliazione in Italia e cerca di descrivere in maniera esauritiva non solo gli aspetti relativi al livello di conoscenza del servizio ma anche il grado di soddisfazione e di percezione da parte di coloro che lo hanno utilizzato.

Rc auto 2007 è l'ultima edizione di un'indagine che Format svolge periodicamente sui titolari di polizza Rc auto. Il lavoro ha dato risultati assai interessanti rilevando la propensione degli italiani ad adottare modi innovativi nella stipulazione della polizza Rc auto.

Un'altra indagine analizza, invece, l'atteggiamento dei possessori di mutuo in seguito ai cambiamenti conseguenti l'approvazione del decreto Bersani. Rilevante, per l'attualità e la centralità nei dibattiti e nelle discussioni politiche, è la seconda edizione della ricerca sul Tfr che rileva il grado di conoscenza delle forme di previdenza complementare, il livello di conoscenza del concetto di portabilità, la propensione degli occupati ad usufruire di una delle forme di previdenza complementare al posto del mantenimento del Tfr.

C'è poi uno studio sul mercato delle bevande alcoliche in Italia che mette in luce diversi aspetti legati alla produzione di liquori nel nostro Paese. A questo proposito, abbiamo ritenuto opportuno riportare brevemente i risultati di un'altra indagine che Format ha realizzato per la Boston University Medical Center sulla diffusione dell'alcol tra i giovani.

*Pierluigi Ascani*

## LA CONCILIAZIONE IN ITALIA

Format ha realizzato una ricerca multiclient sull'utilizzo dello strumento della conciliazione in Italia con l'obiettivo di misurare il livello di conoscenza, importanza e utilizzo della popolazione italiana circa questo servizio rispetto alle altre forme di gestione del contenzioso.

La ricerca si propone di misurare il livello di soddisfazione tra coloro che hanno utilizzato tale strumento, i canali più idonei per conoscere questo servizio per le famiglie e i soggetti ritenuti più adeguati a offrire il servizio.

Una parte interessante dell'indagine mette in luce le motivazioni che spingono le famiglie a servirsi della conciliazione e stima il livello di importanza che la popolazione attribuisce al fatto che le compagnie, mediante accordi con le associazioni dei consumatori, offrano alle famiglie un servizio di questo genere.

La descrizione esauritiva dei risultati dell'intera rilevazione è contenuta nel rapporto redatto da Format che consiste in un documento articolato nelle seguenti sezioni: nota metodologica, questionario utilizzato, relazione sui risultati, sezione statistica con i grafici, le tabelle a doppia entrata con gli incroci, le tavole statistiche. La nota metodologica contiene una parte dedicata alla descrizione dell'andamento della rilevazione, così come è risultata dai *field report* analizzati in successione.

*Sara Greggi*

## POLIZZA RC AUTO PER VIA TELEMATICA

Rc auto 2007 è l'edizione di quest'anno dell'indagine svolta periodicamente da Format sui titolari di polizza Rc auto. L'indagine è stata effettuata telefonicamente (Sistema Cati) su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo degli italiani che hanno stipulato una polizza Rc Auto nel corso del 2006.

Lo studio è stato condotto in ordine ai seguenti obiettivi: stima della propensione degli italiani a stipulare la poliz-

Numero 5 - Febbraio 2007 - Via Ugo Balzani, 77 00162  
Roma - Tel. : 06 86328681

Fax: 06 86384996 - e-mail: [info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com) -  
Autorizzazione tribunale di Roma n° 314 del 12 - 8 - 2005  
Dir. Resp. Corrado Giustozzi

za Rc Auto in modo telematico (innovativo) rispetto alla modalità tradizionale; analisi delle motivazioni che spingono i consumatori a preferire una modalità di stipula della Rc auto, piuttosto di un'altra. Tutti i risultati sono stati incrociati in funzione delle variabili sociali, demografiche ed economiche dei rispondenti.

*Pierluigi Ascani*

## COME E' CAMBIATO IL MONDO DEI MUTUI DOPO IL DECRETO BERSANI

L'indagine sulle intenzioni dei possessori di mutuo analizza la propensione degli italiani titolari di un mutuo immobiliare a modificare il proprio rapporto di clientela per trasferire il mutuo dalla banca attuale a un'altra banca e ad estinguere anticipatamente il mutuo immobiliare. Lo studio è stato effettuato da Format alla luce di quanto previsto in merito dal recente Decreto Bersani. Format ha utilizzato come tecnica di rilevazione un questionario strutturato somministrato tramite interviste telefoniche. L'indagine è basata su un campione nazionale, statisticamente rappresentativo di italiani con un mutuo per la casa stipulato negli ultimi 5 anni ed è stata condotta in relazione ai seguenti obiettivi: l'intenzione dei possessori di un mutuo a modificare il proprio rapporto di clientela per trasferire il mutuo dalla banca attuale ad un'altra banca; l'intenzione dei possessori di mutuo a estinguere anticipatamente il mutuo immobiliare.

Inoltre, nel nuovo decreto legge Bersani è contemplata la possibilità di richiedere un'estensione anticipata o parziale di un contratto di mutuo per l'acquisto della prima casa senza dover sopportare l'onere di penali. Lo studio misura la disponibilità dei soggetti intervistati a estinguere anticipatamente il mutuo attuale alla luce della nuova disposizione.

*Sara Greggi*

## LA RIFORMA TFR 2007

"Lo sviluppo della previdenza complementare - La riforma del Tfr (trattamento di fine rapporto) in Italia" è un'indagine multiclient che Format ha realizzato al fine di analizzare l'atteggiamento dei dipendenti privati verso il delinearsi di nuovi scenari per la previdenza complementare. L'universo di riferimento è, infatti, costituito dai lavoratori dipendenti delle imprese private italiane. La rilevazione è stata effettuata mediante la somministrazione di un questionario strutturato, tramite interviste telefoniche, durante il mese di dicembre 2006.

Il livello del consenso, ossia quanto i lavoratori ritengono opportuna l'integrazione della propria pensione con la previdenza complementare, le diverse ragioni del mancato consenso all'eventuale integrazione, il livello di informazione sui fondi pensione "aperti", "chiusi" e "individuali" costituiscono l'oggetto dello studio che ha fatto emergere elementi di estremo interesse che consentono di definire, in maniera chiara, l'atteggiamento dei dipendenti privati verso i nuovi strumenti di previdenza.

Quest'anno Format ha condotto una nuova rilevazione sulla riforma del Tfr offrendo così nuovi elementi di riflessione nonché un costante aggiornamento su un tema di straordinaria attualità.

L'obiettivo era quello di rilevare il grado di conoscenza delle forme di previdenza complementare, il livello di conoscenza del concetto di portabilità, la propensione degli occupati ad usufruire di una delle forme di previdenza complementare al posto del mantenimento del Tfr. L'indagine è stata effettuata telefonicamente (Sistema Cati) su un campione nazionale statisticamente rappresentativo della popolazione degli occupati italiani nel settore privato. Il campione è stratificato per area geografica (Nord-Ovest, Nord-Est, centro Sud e Isole), per classe di età e sesso.

Tutti i risultati saranno messi a confronto longitudinalmente con quelli della ricerca realizzata nel 2006. Inoltre, saranno analizzati in funzione delle caratteristiche socio-demografiche degli occupati.

*Sara Greggi*

# LA PRODUZIONE DEI LIQUORI IN ITALIA

L'indagine sul mercato delle bevande alcoliche è un'analisi su diversi aspetti legati alla produzione di liquori in Italia: la struttura della distribuzione, le recenti tendenze dei consumi one off, i flussi di import ed export di alcol e liquori. Oltre alla tradizionale analisi di settore, viene realizzata un'analisi di tipo SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats: Punti di Forza, di Debolezza, Opportunità e Minacce), ovvero un tipo di analisi funzionale alla definizione di strategie aziendali volte al raggiungimento di determinati obiettivi. Essa mette in luce le variabili esogene, che rappresentano le opportunità e le minacce, ed endogene, che rappresentano i punti di forza e di debolezza, che influiscono sul sistema oggetto di studio. Format ha elaborato un rapporto di ricerca approfondito che descrive i risultati dell'indagine e si suddivide in diverse sezioni: analisi tradizionale del mercato attraverso una presentazione dei temi fondamentali del percorso di studio; indicazioni in chiave di marketing strategico e operativo. Il documento è fornito su supporto cartaceo (due copie) e su supporto informatico Cd-Rom (formato ms word e acrobat).

*Pierluigi Ascani*

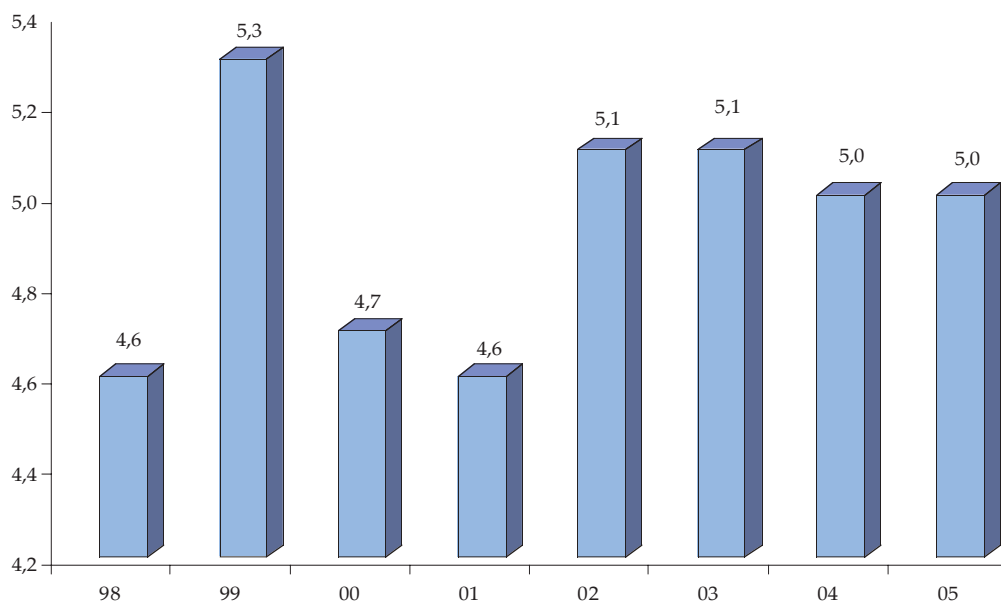
## ALCOL E GIOVANI

### UN'INDAGINE DELLA BOSTON UNIVERSITY MEDICAL CENTER

Format ha realizzato per conto della Boston University Medical Center un'indagine qualitativa sulla diffusione dell'alcol tra i giovani tramite interviste face-to-face cui sono stati sottoposti 80 studenti di età compresa tra i 16 e i 19 anni e 80 adulti, tra i 25 e i 30, entrambi distinti tra bevitori "regolari" e "forti", appartenenti a due specifiche regioni: Abruzzo e Umbria.

Quasi il 70% afferma di aver bevuto per la prima volta entro i 14 anni. I giovani che sono stati abituati a bere alcolici durante i pasti nel contesto familiare tendono a moderare il proprio comportamento in fatto di alcolici. Il vino si conferma una bevanda da accompagnare al pranzo e alla cena; i superalcolici e la birra vengono, invece, consumati prevalentemente fuori casa. Il consumo di alcolici tende ad aumentare nei weekend. Dall'analisi emerge un'ambigua relazione tra un precoce inizio nel consumo di alcolici e il quadro dei problemi legati all'uso dell'alcol.

Acquisti medi per famiglia di alcolici, spumanti e champagne (Anni 1998-2005)



Fonte: Federvini