

FORMAT

RICERCHE DI MERCATO

SEDE

00162 Roma - Via Ugo Balzani, 77
Tel. 06 86.92.86.81
Fax 06 86.98.19.96
E-mail: info@formatresearch.com
Sito internet: www.formatresearch.com

ANNO DI FONDAZIONE

1982

MANAGEMENT/STAFF

Pierluigi Ascari

NUMERO ADDETTI

11

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 1982 effettua ricerche di mercato e studi sociali ed economici su tematiche di politica industriale e sulle tendenze e i mutamenti dell'economia 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 CAPL, interviste telefoniche con sistemi CAI, 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 CAI
- 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 multivariata, trapping ecc.)

Format News

Mensile a cura di Format ricerche di mercato

Cari Lettori,
vi presentiamo un'anteprima della nostra rivista mensile dove troverete aggiornamenti e approfondimenti sulle indagini più recenti realizzate da Format ricerche di mercato. Molte sono le novità offerte e proposte dalla nostra società in questa prima parte del 2007.

Abbiamo voluto dedicare ampio spazio a tre indagini *multiclient* di estremo interesse. Si tratta di studi di grande rilevanza attuale che Format ha realizzato nella consapevolezza dell'importanza e della popolarità dei temi oggetto di osservazione.

La prima è quella riguardante il fenomeno dei Blog che segnala un chiaro e radicale cambiamento nel panorama comunicativo. Abbiamo cercato di misurare il livello di importanza che gli operatori dei media, in Italia, attribuiscono a questo nuovo strumento di comunicazione rivolgendo uno sguardo all'eventuale interesse a utilizzarlo nell'ambito del proprio lavoro.

La seconda indagine è uno studio sull'utilizzo che le imprese fanno degli strumenti per la riduzione del rischio di insolvenza dei debitori. L'obiettivo è quello di rilevare come le imprese italiane si muovono per ridurre il rischio di insolvenza da parte dei debitori, ossia il livello di conoscenza di determinati strumenti, l'utilizzo che ne viene fatto, il giudizio circa il livello di utilità.

Speciale attenzione merita la ricerca che Format ha condotto sul Tfr sondando le reazioni dei dipendenti del settore privato italiano, le loro intenzioni future, le loro opinioni.

Abbiamo voluto dedicare ampio spazio a tre studi di grande importanza che vogliono essere un utile contributo per chiunque si accinga a trattare fenomeni e problemi di ingente impatto sociale ed economico.

Pierluigi Ascani

IL FENOMENO DEI BLOG

Sta cambiando il modo di reperire e veicolare informazioni: gli utenti della rete sembrano essere i nuovi protagonisti attivi della comunicazione. Per verificare quanto il fenomeno dei Blog abbia inciso sul mondo dell'informazione, Format ha condotto un interessante studio, basato su un'indagine campionaria, il cui universo di riferimento è rappresentato da giornalisti operanti presso organi di informazione (quotidiani e giornali TV e radio) e uffici stampa di imprese, associazioni di categoria ed enti della pubblica amministrazione centrale e locale. Obiettivo principe dell'indagine è misurare il livello di importanza attribuito dai giornalisti italiani degli organi di informazione e degli uffici stampa al fenomeno dei Blog. La consistenza numerica del campione è di 400 casi suddivisi nel seguente modo: radio e televisioni (75), enti della pubblica amministrazione (50), imprese commerciali ed enti del Terzo settore (100), quotidiani (175).

I risultati hanno messo in evidenza che l'85,3% degli operatori mediatici conosce il fenomeno dei Blog. Poco meno della metà dei giornalisti si dichiara interessato a un servizio di monitoraggio del fenomeno dei Blog. L'interesse prevale tra gli operatori degli uffici stampa della pubblica amministrazione locale e centrale e dei giornali delle TV e delle radio che ritengono importante valutare l'impatto dell'immagine della propria organizzazione all'esterno.

Oltre a misurare il livello di interesse dei giornalisti verso il monitoraggio del fenomeno dei Blog e a rilevare le categorie di giornalisti (organi di informazione, uffici stampa) maggiormente interessate a questo nuovo strumento, l'indagine si propone di individuare le modalità preferite di effettuazione del monitoraggio, gli orientamenti dei professionisti dell'informazione circa la periodicità del servizio e le prospettive inerenti l'eventuale costo mensile di una rassegna dei Blog.

La ricerca ha messo in luce un fenomeno di estremo rilievo per la società dell'informazione e che segnala l'esistenza di un profondo mutamento nel panorama comunicativo attuale.

Di questo occorre tener conto, dal momento che i processi sociali in atto sono soggetti a continui cambiamenti che rendono sempre più difficile la percezione degli eventi che viviamo. E il mondo dell'informazione è uno dei settori che più rispecchia ed assorbe i "rivoluzionari" muta-

Numero 4 - Gennaio 2007 - Via Ugo Balzani, 77 00162
Roma - Tel. : 06 86328681

Fax: 06 86384996 - e-mail: info@formatresearch.com -

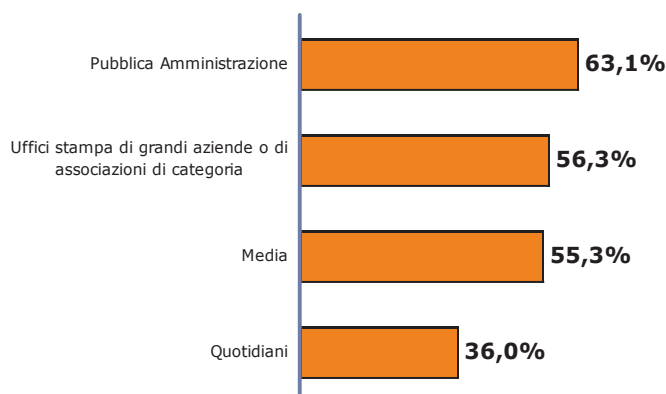
Autorizzazione tribunale di Roma n° 314 del 12-8-2005

Dir. Resp. Corrado Giustozzi

menti che attraversano la nostra società.

Sara Greggì

Quanto ritiene importante tenere sotto monitoraggio quanto viene pubblicato sui blog, per quanto concerne l'immagine della sua organizzazione?



no una varietà di strumenti: assicurazione del credito, factoring, strumenti finanziari, informazioni commerciali, recupero crediti. Tra gli obiettivi dell'indagine troviamo anche lo studio del livello di utilizzo dei vari strumenti per la riduzione del rischio di insolvenza dei debitori negli ultimi tre anni, i motivi del mancato utilizzo, la percezione dei costi del servizio, le strategie di utilizzo degli strumenti più importanti, analisi dettagliate sul posizionamento di immagine dei fornitori. Un altro interessante aspetto rilevato può essere individuato in una significativa differenza tra piccole medie e grandi imprese nel processo di acquisizione delle conoscenze relative alle diverse strategie di riduzione del rischio. Come venire a conoscenza dell'esistenza di determinate strategie? Qual è l'atteggiamento assunto dalle aziende nell'accostarsi a queste forme di tutela dal rischio?

I dati raccolti ed elaborati nell'ambito dell'indagine forniscono un quadro dettagliato ed esaustivo del comportamento delle imprese italiane nella gestione di un problema di estrema rilevanza che richiede la definizione di un'adeguata politica aziendale e la conseguente pianificazione di strategie appropriate ed efficaci.

Pierluigi Ascani

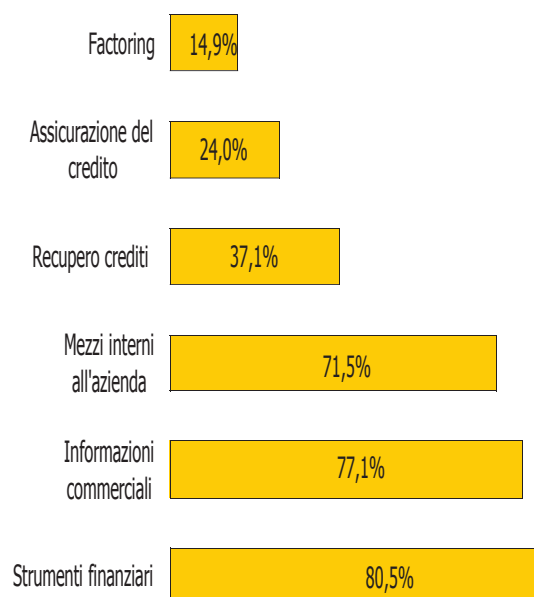
COME RIDURRE IL RISCHIO DI INSOLVENZA DEI DEBITORI UN VIAGGIO TRA LE IMPRESE ITALIANE

Format ha recentemente completato un'indagine multi-client su un tema di estremo interesse per il mondo dell'imprenditoria: "L'utilizzo degli strumenti per la riduzione del rischio di insolvenza dei debitori da parte delle imprese italiane". Lo studio è stato realizzato attraverso la somministrazione, tramite interviste telefoniche, di un questionario standard a un campione di 1123 imprese rappresentativo dell'universo delle aziende italiane appartenenti ai settori: estrattivo, produzione di energia, manifatturiero, commercio (escluso dettaglio) e servizi alle imprese. La numerosità dell'universo è pari a 139.454.

E' stato rilevato un buon livello di conoscenza del tema oggetto di studio in quanto la quasi totalità del campione conosce almeno uno strumento per la gestione del rischio del credito. Le informazioni commerciali costituiscono il canale privilegiato dalle medie imprese. L'utilizzo dell'assicurazione del credito è tipico delle grandi imprese: quelle che lo hanno utilizzato sono il 48,7% contro una media tendenziale dell'intero campione pari al 24,0%. Le aziende più grandi (con più di 250 dipendenti) utilizza-

Quali strumenti per la gestione del credito ha utilizzato?

Nell'ambito delle imprese "a conoscenza" degli strumenti per la gestione del credito (97,0%), l'88,1% ha dichiarato di averne utilizzato almeno uno, mentre l'11,9% ha dichiarato di non averli mai utilizzati. Nel grafico le percentuali degli utilizzatori di ciascuno strumento sono state calcolate esclusivamente nell'ambito di coloro che avevano dichiarato di conoscerlo.



LA RIFORMA DEL TFR

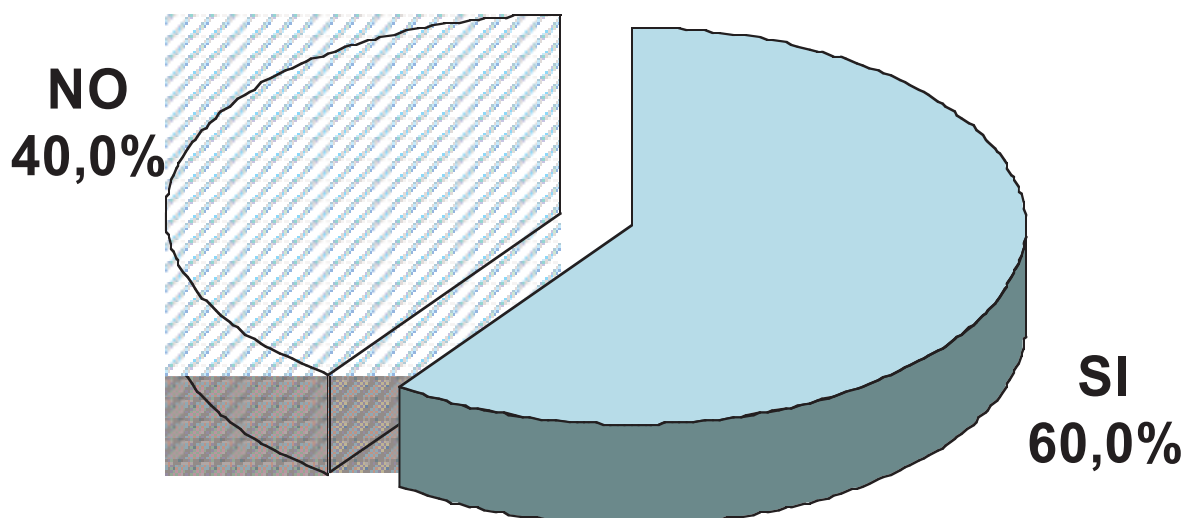
"Lo sviluppo della previdenza complementare - La riforma del Tfr (trattamento di fine rapporto) in Italia" è un'indagine multiclient che Format ha realizzato al fine di sondare gli "umori" e gli orientamenti di uno specifico settore del mercato del lavoro. L'universo di riferimento è costituito dai lavoratori 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. Lo studio dei risultati fa emergere elementi di estremo interesse che consentono di definire in maniera chiara l'atteggiamento dei dipendenti privati verso il delinearsi di nuovi scenari per la previdenza complementare. La rilevazione ha messo in evidenza che il 60% del campione ritiene opportuno integrare la propria pensione di base con la previdenza complementare mentre il 40% degli intervistati non lo ritiene opportuno.

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 del nostro studio. Con riferimento al decreto governativo finalizzato a dirottare dalle imprese alle forme di previdenza complementare il Trattamento di fine rapporto (TFR), la ricerca è rivolta a individuare le intenzioni dei lavoratori verso le opzioni previste da questa riforma e ad approfondire aspetti rilevanti come le motivazioni che stanno alla base della decisione di non destinare il TFR alla previdenza complementare, le preoccupazioni dei lavoratori nella scelta di un prodotto di previdenza complementare, i canali di comunicazione attraverso i quali i lavoratori preferirebbero essere informati sulle nuove possibilità aperte dalla riforma.

Pierluigi Ascani

La disponibilità dei lavoratori ad integrare la pensione con la previdenza complementare

Lei ritiene opportuno integrare la sua pensione di base con la previdenza complementare?



Base: 100,0% campione (435 casi).