



Gli atteggiamenti del pubblico in tema di imballaggi



Caratteristiche dell'indagine

2

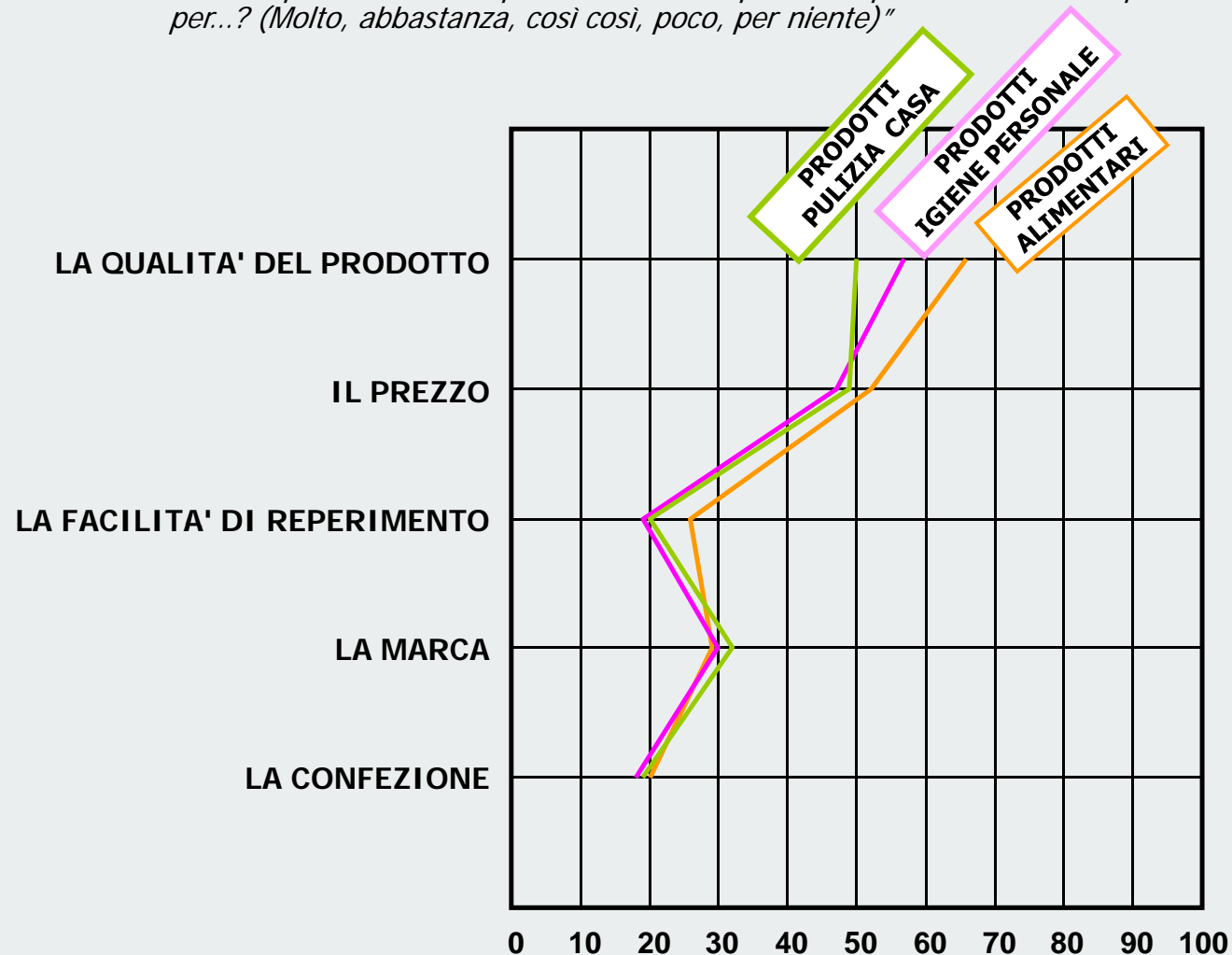
UNIVERSO DI RIFERIMENTO	<ul style="list-style-type: none">■ Popolazione italiana in fascia d'età 25-74 anni (circa 39.430.000 individui)
CAMPIONE	<ul style="list-style-type: none">■ 600 casi
TECNICA DI RILEVAZIONE	<ul style="list-style-type: none">■ Interviste personali face to face somministrate attraverso questionario semi-strutturato della durata di 35 minuti circa. Il metodo di rilevazione si avvale della tecnologia informatica CAPI (Computer Aided Personal Interviewing). Le interviste sono state condotte presso il domicilio dell'intervistato da intervistatori di GfK Eurisko, opportunamente sensibilizzati ed istruiti attraverso briefing tenuti dal Responsabile dei ricerca.
CAMPIONAMENTO	<ul style="list-style-type: none">■ Campione rappresentativo della popolazione in età 25-74 anni
STRATIFICAZIONE	<ul style="list-style-type: none">■ Stratificazione a partire dalle seguenti variabili: sesso, età, area geografica ed ampiezza centri
PERIODO DEL FIELDWORK	<ul style="list-style-type: none">■ Dal 14 al 21 Gennaio 2009

I PRINCIPALI DRIVERS D'ACQUISTO DEI PRODOTTI

Base: totale intervistati (N=600); % di molto

“Le leggerò una serie di caratteristiche che la gente prende in considerazione quando va ad acquistare un prodotto. Per ogni caratteristica mi dica quanto la ritiene personalmente importante quando fa i suoi acquisti per...? (Molto, abbastanza, così così, poco, per niente)”

3



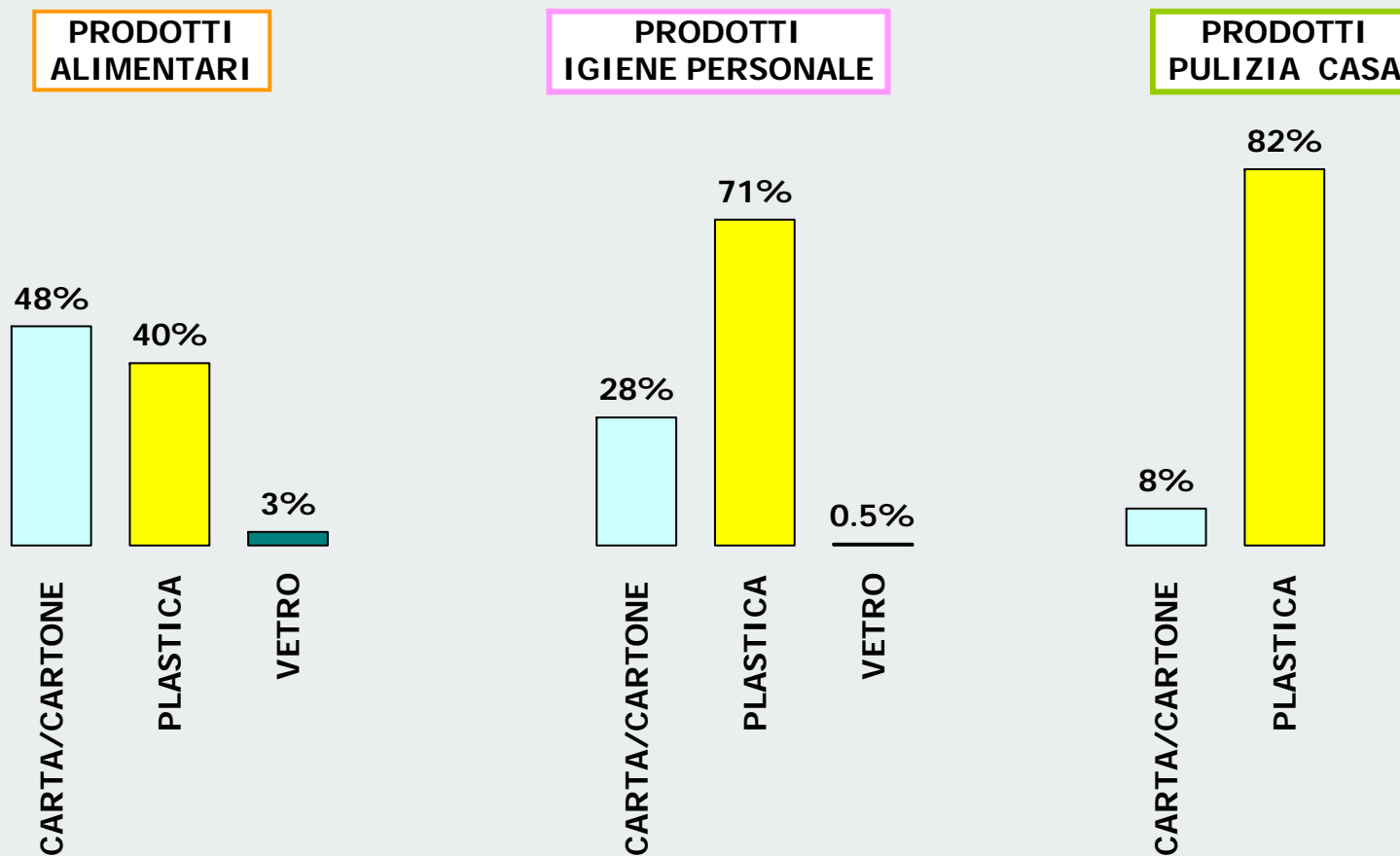
N.b.: scala 1-5 (pesi molto=5; per niente=1)

IL MATERIALE DELLA CONFEZIONE ACQUISTATA PIU' SPESSO

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

Quale tipo di confezione/confezionamento acquista più spesso? (RISPOSTA SPONTANEA)

4

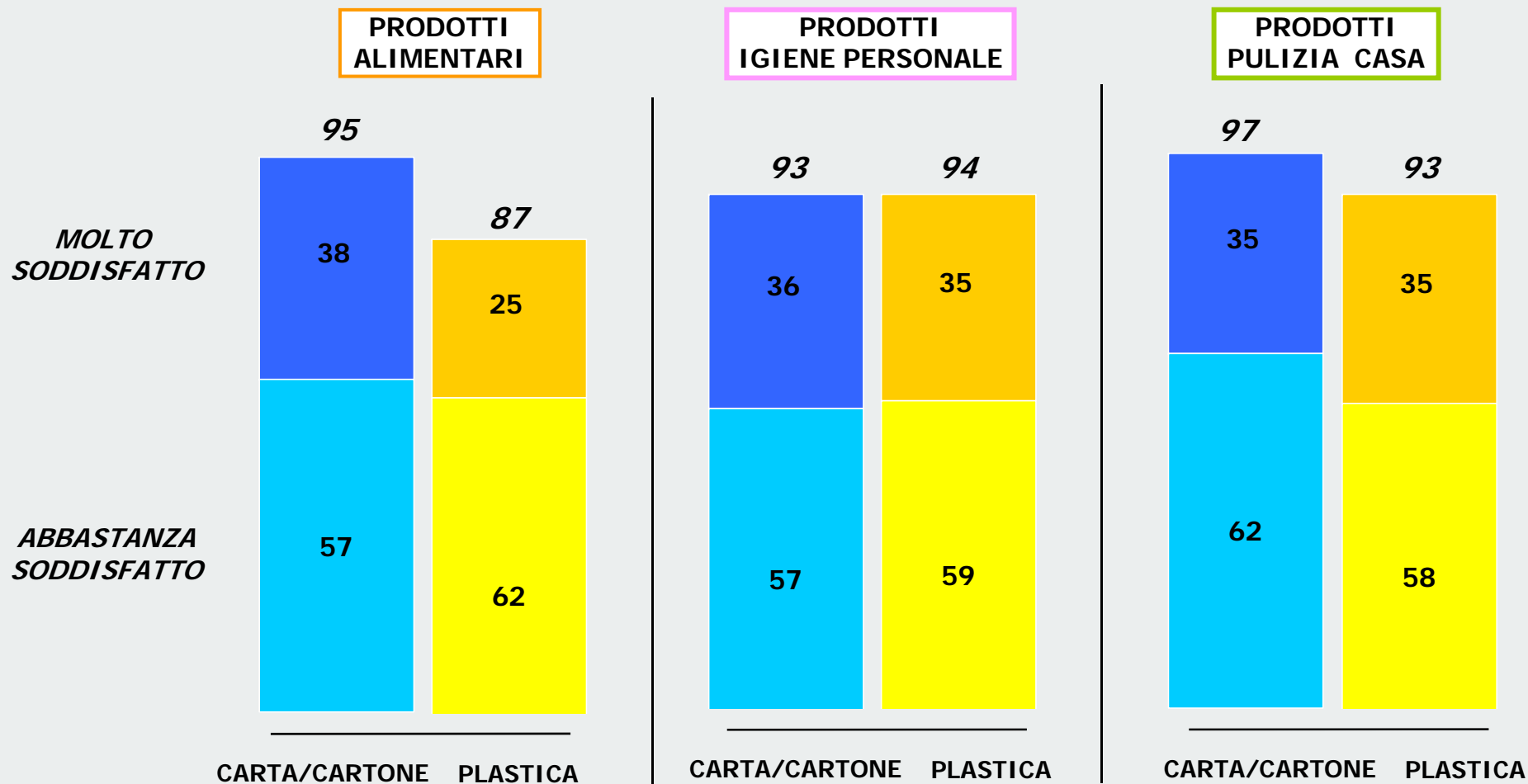


LA SODDISFAZIONE PER IL MATERIALE DELLA CONFEZIONE ACQUISTATA PIU' SPESSO

Base: totale intervistati (N=600); % di molto

"Quanto ritiene adatto alle sue esigenze il materiale della confezione di un prodotto ...? (Molto, abbastanza, così così, poco, per niente)"

5



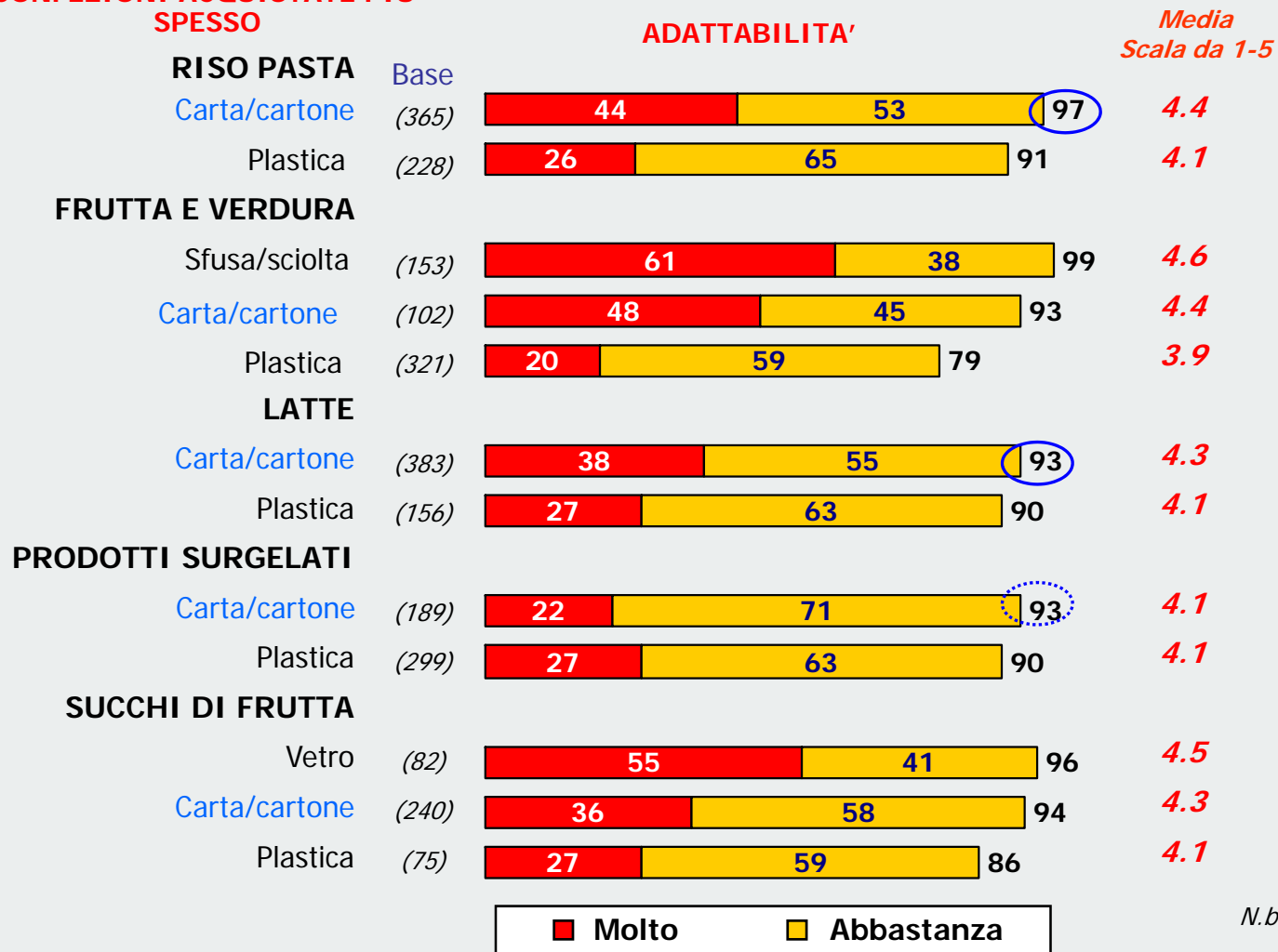
ADEGUATEZZA RISPETTO ALLE PROPRIE ESIGENZE DELLE CONFEZIONI ACQUISTATE PIU' SPESSO

Base: acquistano più spesso la confezione in... ; Valori %

"Quanto ritiene adatto alle sue esigenze questo tipo di confezione? Lo ritiene molto (5), abbastanza (4), così così (3), poco (2) o per niente adatto (1)?"

6

CONFEZIONI ACQUISTATE PIU' SPESSO



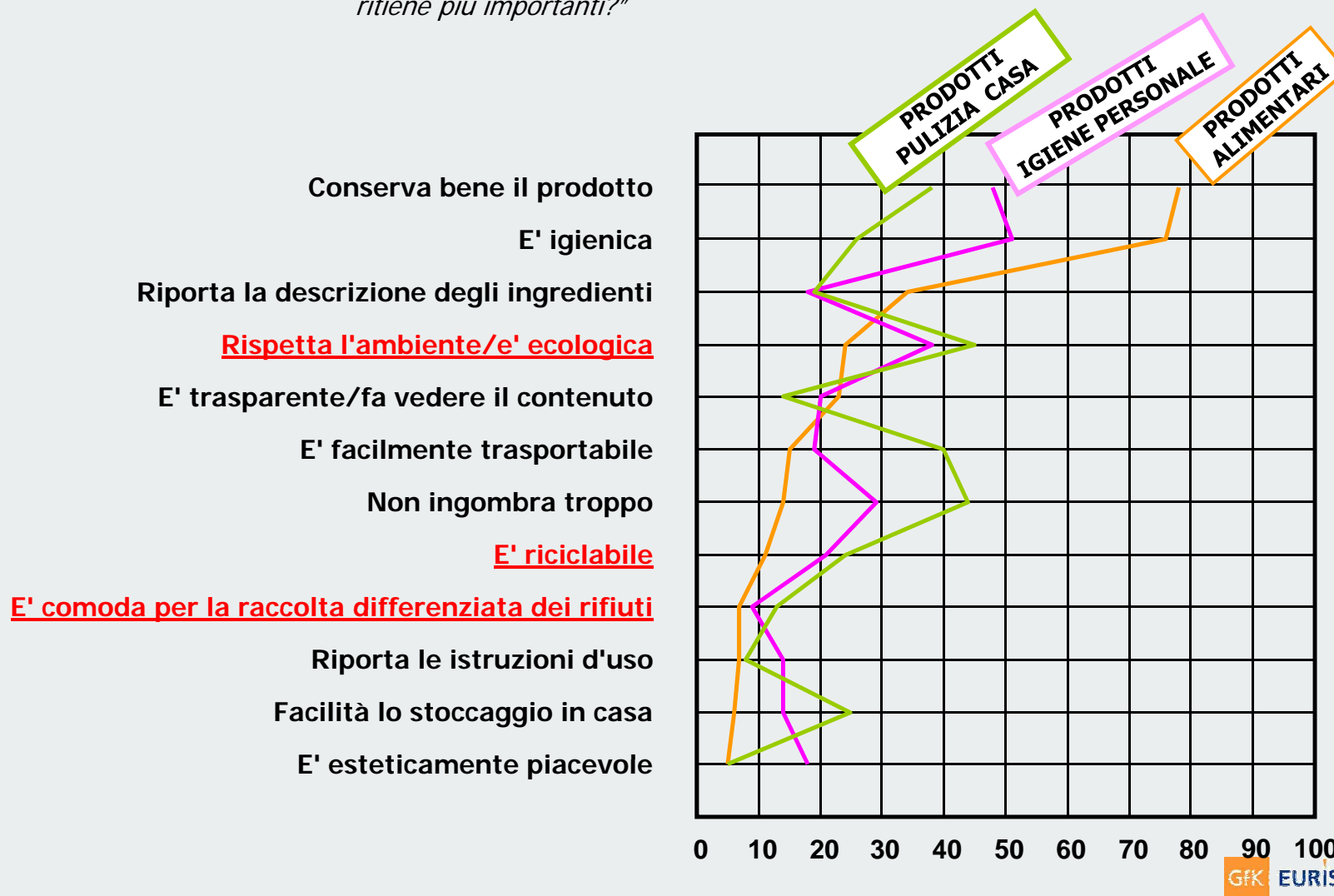
N.b.: scala 1-5 (pesi molto=5; per niente=1)

LE CARATTERISTICHE PIU' IMPORTANTI DELLE CONFEZIONI

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

"Alcune persone intervistate prima di lei ci hanno parlato delle caratteristiche delle confezioni dei prodotti che acquistano/consumano in famiglia. Per ogni categoria di prodotto, mi dica per cortesia quali sono le 3 caratteristiche che Lei ritiene più importanti?"

7

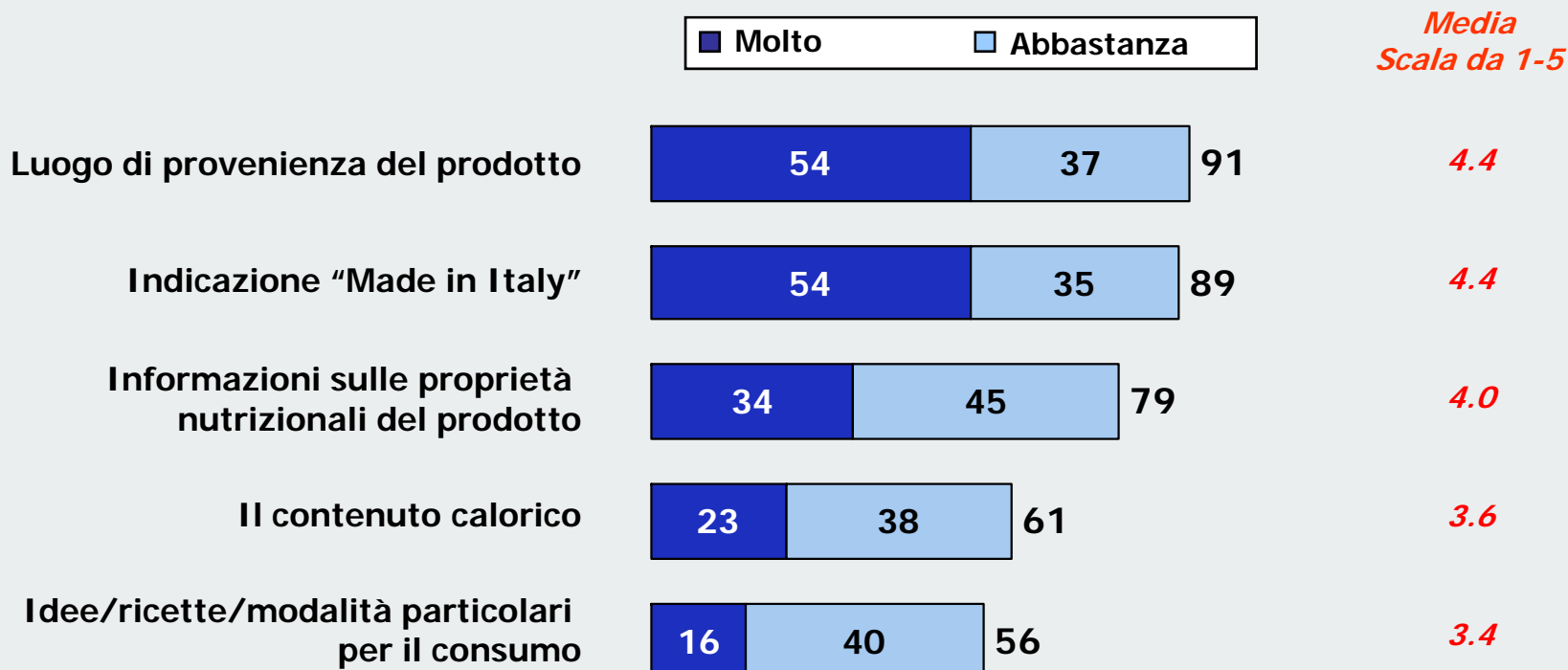


IL GRADO DI IMPORTANZA DELLE INFORMAZIONI RIPORTATE SULLA CONFEZIONE DI UN PRODOTTO ALIMENTARE

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

“Le leggerò una serie di informazioni che possono essere indicate sulla confezione di un prodotto alimentare. Per ogni informazione mi dica quanto la ritiene personalmente importante quando sceglie la confezione? (Molto, abbastanza, così così, poco, per niente)”

8



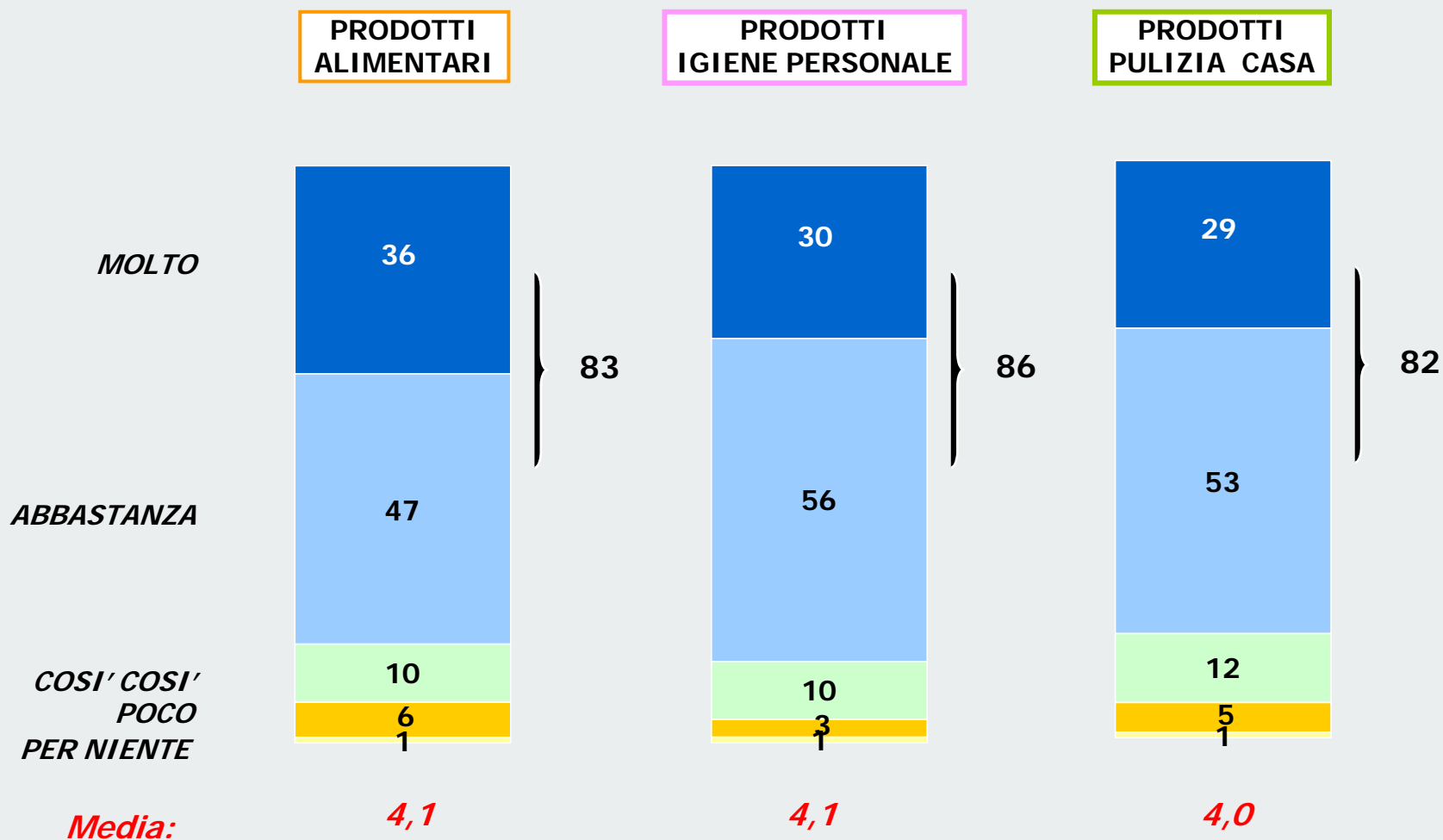
N.b.: scala 1-5 (pesi molto=5; per niente=1)

L'INFLUENZA DELLA CONFEZIONE SUL COSTO FINALE DEL PRODOTTO

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

"Complessivamente Lei ritiene che l'imballaggio/la confezione influisca molto sul costo finale di un prodotto ...? (Molto, abbastanza, così così, poco, per niente)"

9



N.b.: scala 1-5 (pesi molto=5; per niente=1)

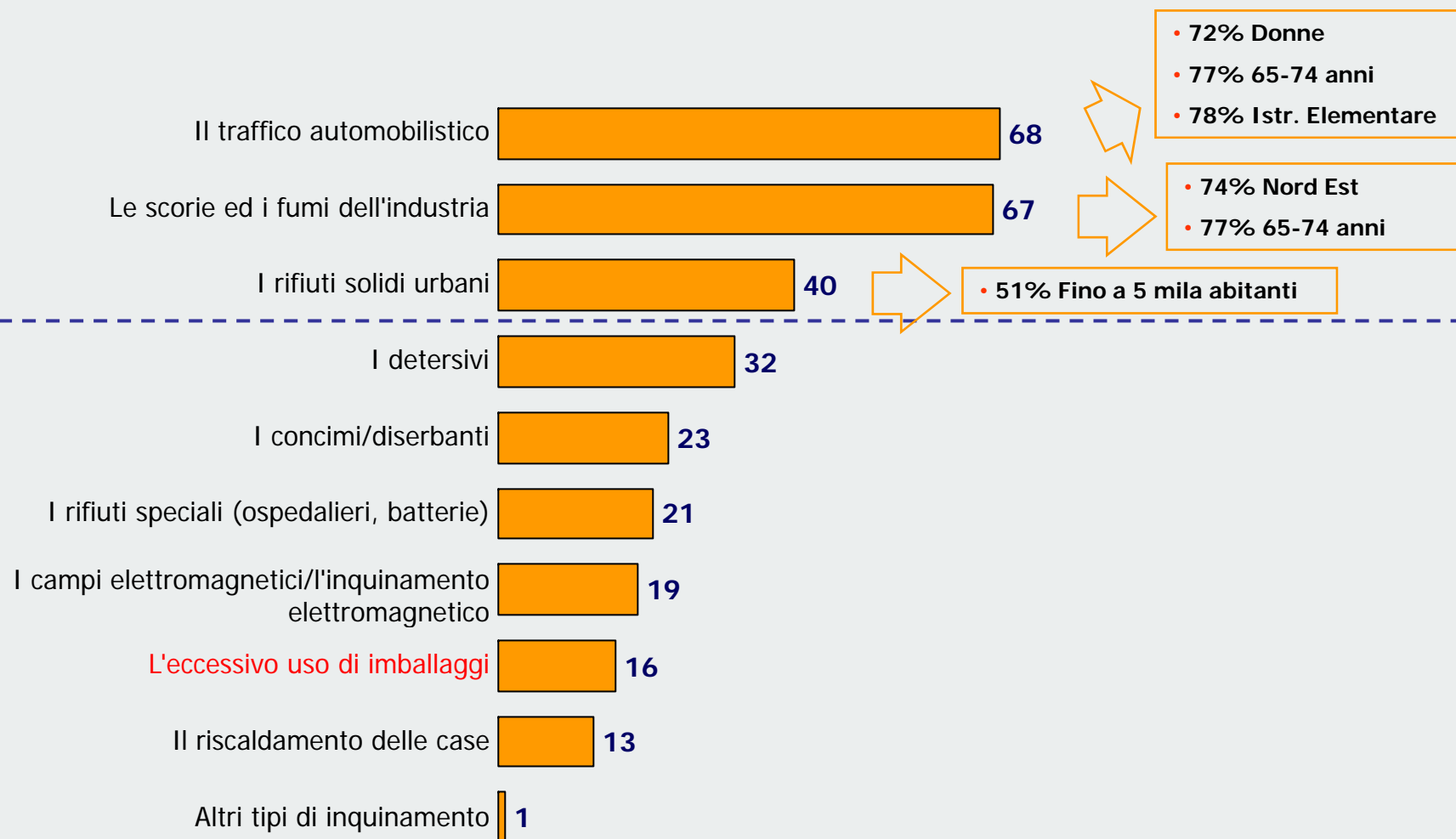
PRINCIPALI FONTI/CAUSE DI INQUINAMENTO

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

"Quali sono secondo Lei le tre maggiori fonti/cause di inquinamento tra quelle indicate?"

10

ACCENTUAZIONI

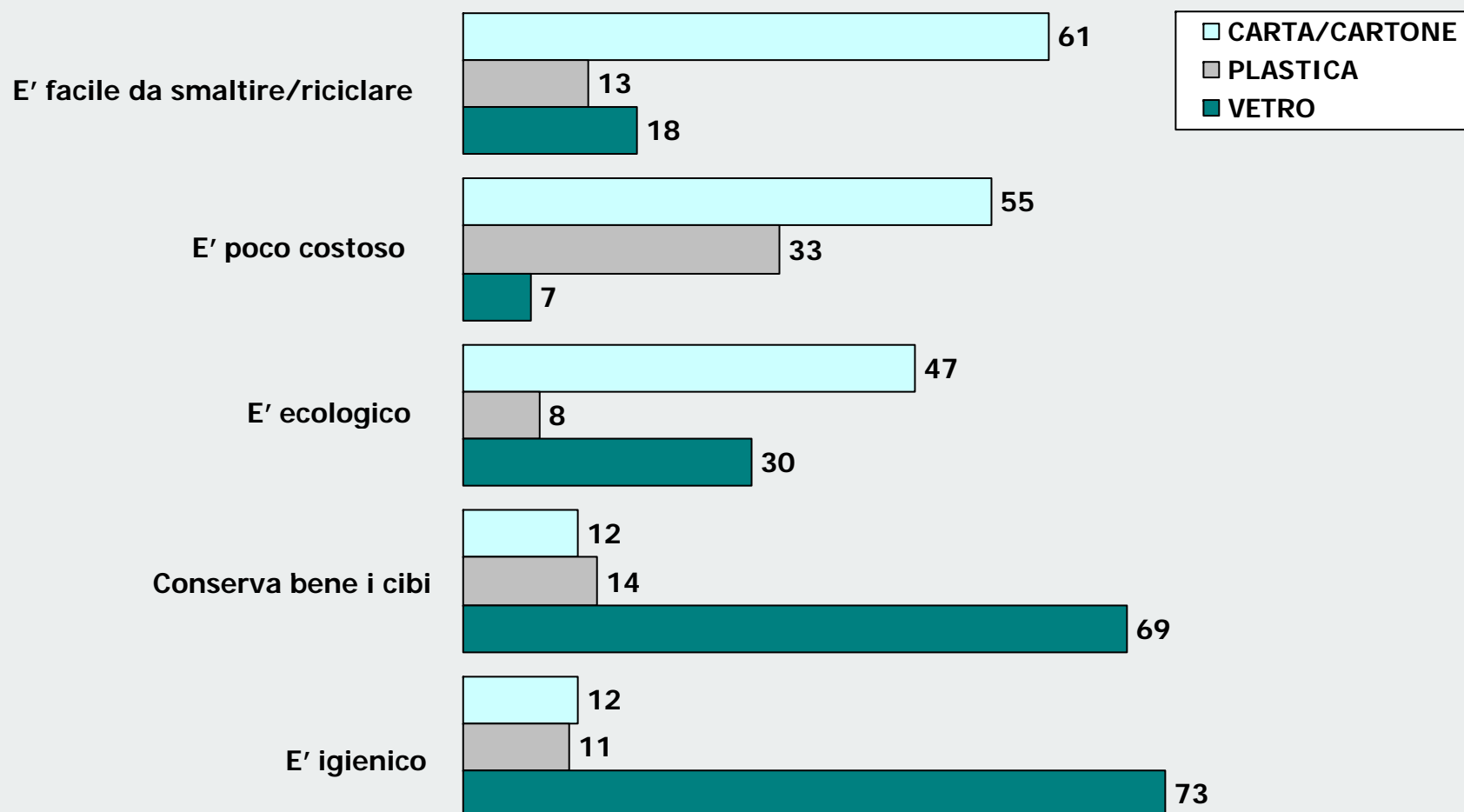


L'IMMAGINE DEI MATERIALI D'IMBALLAGGIO

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

"Per ogni caratteristica che le leggerò mi dica a quale materiale si adatta meglio? (carta/cartone, plastica, vetro, acciaio/metallo/alluminio, legno)"

11



L'ADEGUATEZZA DI SFUSO E CONFEZIONATO RISPETTO AD ALCUNE CARATTERISTICHE DI PRODOTTO

Base: totale intervistati (N=600); Valori %

"Per ogni caratteristica che le leggerò mi dica se si adatta meglio ad un prodotto sfuso o confezionato, ad entrambi o a nessuno dei due tipi".

12

