

ID QUESTIONARIO:

.....

## LE OPINIONI DEI CONSUMATORI SULLE CAPSULE RICARICABILI E RIUTILIZZABILI

**OBIETTIVO:** svolgere una ricerca di mercato riguardante il possesso delle macchine del caffè in capsule e il relativo consumo di quest'ultime, al fine di comprendere le opinioni e le abitudini comportamentali dei consumatori.

Tramite la survey si misurerà la propensione all'acquisto della capsula ricaricabile e riutilizzabile di Ecocapsule, con l'obiettivo di individuare la località che riscontra maggiore interesse, dove verrà successivamente avviato il nuovo punto vendita.

Il nostro team si occuperà dell'analisi della popolazione residente esclusivamente nel territorio lombardo.

**POPOLAZIONE:** residenti in Lombardia che consumano caffè in capsule con una età compresa tra i 18 e i 60 anni.

---

### PARTE I - DATI COMPORTAMENTALI

1. Beve il caffè?

Sì

No

2. Possiede una macchina del caffè per capsule?

Sì

No

3. Conosce le capsule ricaricabili e riutilizzabili?

Sì

No

4. Possiede questa tipologia di capsule?

Sì

No

5. In percentuale, quali sono gli effetti che ha su di lei il caffè? (*Distribuisca 100 punti percentuali in modo tale che la somma sia 100*)

EFFETTO	PERCENTUALE
Migliora l'attenzione	
Dona energia	
Non provoca effetti	
Genera agitazione	

<b>TOTALE</b>	100%
---------------	------

6. In quali fasce orarie della giornata beve caffè? (*Indicare massimo 4 risposte*)

- dalle 06.00 alle 10.00
- dalle 10.00 alle 14.00
- dalle 14.00 alle 18.00
- dalle 18.00 alle 22.00
- dalle 22.00 alle 02.00
- dalle 02.00 alle 06.00

7. Settimanalmente, in percentuale, dove beve caffè? (*Distribuisca 100 punti percentuali in modo tale che la somma sia 100*)

<b>LUOGO</b>	<b>PERCENTUALE</b>
Casa	%
Lavoro	%
Scuola/Università	%
Bar	%
<b>TOTALE</b>	100%

8. Quale macchina per capsule possiede? (*Indicare UNA sola risposta*)

- Lavazza
- Nescafe
- Nespresso
- Delonghi
- Altro

9. A casa, quanto tempo dedica mediamente al giorno alla preparazione del caffè con la macchina per le capsule?

..... minuti

10. Quante volte al mese si reca ad acquistare le capsule convenzionali?

..... volte

11. Quanto spende mediamente al mese per l'acquisto delle capsule?

..... euro

12. Quante capsule convenzionali vengono consumate a settimana all'interno del suo nucleo familiare?

..... capsule

13. Che importanza attribuisce ai seguenti elementi per quanto riguarda le capsule di caffè? (*1 = pochissima importanza; 10 = moltissima importanza*)

Prezzo

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Qualità

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Gusto

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sostenibilità

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Brand

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Provenienza Made in Italy

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Prodotto bio

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Packaging

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Rapporto qualità/prezzo

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14. Quanto è soddisfatto della marca di capsule dei prodotti che abitualmente acquista? (1 = per nulla; 10 = moltissimo)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15. Sarebbe disposto ad acquistare una capsula ricaricabile e riutilizzabile?

- Sì  
 No

16. Quali tra le seguenti condizioni aumenterebbe maggiormente la sua propensione all'acquisto di capsule ricaricabili e riutilizzabili rispetto a quelle convenzionali? (1 = per nulla; 10 = moltissimo)

Una maggiore qualità del prodotto

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

La possibilità di scelta del caffè da inserire nella capsula

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Una maggiore convenienza

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

La possibilità di riutilizzare la capsula

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

L'impatto positivo sull'ambiente in termini di inquinamento

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

17. Quanto sarebbe disposto a spendere per una capsula ricaricabile e riutilizzabile, tenendo conto delle sue caratteristiche (materiale resistente, elevata possibilità di riutilizzo, ottima compatibilità con le macchine di caffè per capsule)?

.....€

18. Quali tra le seguenti marche conosce? (Indicare massimo 3 risposte)

- WayCup
- Mycoffeestar
- Emocup
- Quick Caffè
- Tutte le precedenti
- Nessuna

19. Se dovesse acquistare una capsula ricaricabile e riutilizzabile, come valuterebbe l'importanza di queste caratteristiche? (1 = pochissima importanza; 10 = moltissima importanza)

Prezzo

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Durevolezza del prodotto

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sensibilità ambientale

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Possibilità di inserire la quantità di caffè desiderata

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Minore spazio di ingombro

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

20. Ha mai acquistato una capsula ricaricabile e riutilizzabile Ecocapsula?

- Sì
- No

21. Acquisterebbe una capsula ricaricabile e riutilizzabile Ecocapsula se potesse usarla fino a 300 volte?

- Sì
- No

## **PARTE II – DATI ATTITUDINALI**

22. Quali dei seguenti aggettivi la descrivono maggiormente? (1 = per nulla; 10 = moltissimo)

Energico

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Attivo

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sedentario

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Stanco

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23. Quanto influiscono i social sulle sue scelte d'acquisto? (1 = pochissimo; 10 = moltissimo)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

24. Dove acquista generalmente i suoi elettrodomestici? (Indicare massimo 2 risposte)

- Grandi supermercati (MediaWorld, Trony, Euronics..)
- Negozi al dettaglio
- Online
- Tutte le risposte precedenti
- Altro

25. Quanto si ritiene propenso a rispettare l'ambiente? (1 = pochissima propensione; 10 = moltissima propensione)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

26. Cosa significa per lei essere un "consumatore sostenibile" (1 = per nulla d'accordo; 10 = completamente d'accordo)

Comprare prodotti con un basso impatto ambientale

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Non acquistare prodotti usa e getta

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Non comprare prodotti di aziende che hanno comportamenti dannosi in ambito sociale e ambientale

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Limitare l'acquisto dei prodotti non strettamente necessari

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

### **PARTE III – DATI ANAGRAFICI/ SOCIO-DEMOGRAFICI**

1. Sesso

- Maschio
- Femmina

2. Età ..... anni

3. Titolo di studio (*Indicare UNA sola risposta*)

- Licenza elementare
- Licenza media inferiore
- Diploma
- Laurea triennale
- Laurea magistrale
- Post laurea (master, dottorato, ecc.)

4. Professione (*Indicare UNA sola risposta*)

- Disoccupato/a
- Imprenditore
- Libero professionista
- Dirigente
- Quadro
- Impiegato full-time
- Impiegato part-time
- Operaio
- Casalingo/a
- Studente
- Studente lavoratore
- Pensionato
- Artigiano
- Altro

5. Provincia lombarda dove abita (*Indicare UNA sola risposta*)

- Bergamo
- Brescia
- Como
- Cremona
- Lecco
- Lodi
- Mantova
- Milano
- Monza e Brianza
- Pavia
- Sondrio
- Varese

6. Numero di componenti del nucleo familiare (*incluso sé stesso*)

.....