

## **ECO Eumetra MR: edizione speciale | Covid-19**

---

*Eumetra Consumer Outlook : reazioni, consumi e Brand nella emergenza del Covid-19*

Progetto di ricerca Multiclient Eumetra

Milano, 26 febbraio 2020

Progetto nr. 20213045

Eumetra MR ha iniziato a monitorare dalla settimana scorsa l'evolversi delle sensibilità e dei comportamenti di consumo degli italiani al diffondersi del Coronavirus. Più che seguire l'emergenza sanitaria, l'Advisory team di Eumetra MR ha identificato come importante **l'analisi delle conseguenze economiche che possono determinare per il Paese e le Aziende che vi operano risultati molto diversi, nei vari settori.**

Per supportare il lavoro di analisi delle criticità e delle opportunità a disposizione dei settori e dei brand più interessati dagli eventi, l'Istituto ha sviluppato una **ricerca snella che presidi i prossimi 2 mesi, fornendo alle Imprese ogni settimana un quadro aggiornato dell'evoluzione dei sentiment, dei comportamenti, delle disponibilità e propensioni.**

Questa edizione speciale di ECO (l'osservatorio Eumetra MR sui consumi e i climi di consumo) è configurata come un tipico strumento di gestione delle crisi, sviluppata in ottica multiclient, in modo da facilitare l'adesione dei Sottoscrittori, fornendo uno **scenario comune ed eventualmente analisi di dettaglio** di possibili approfondimenti ad hoc.

In questo documento sono illustrate le linee guida del progetto multiclient.



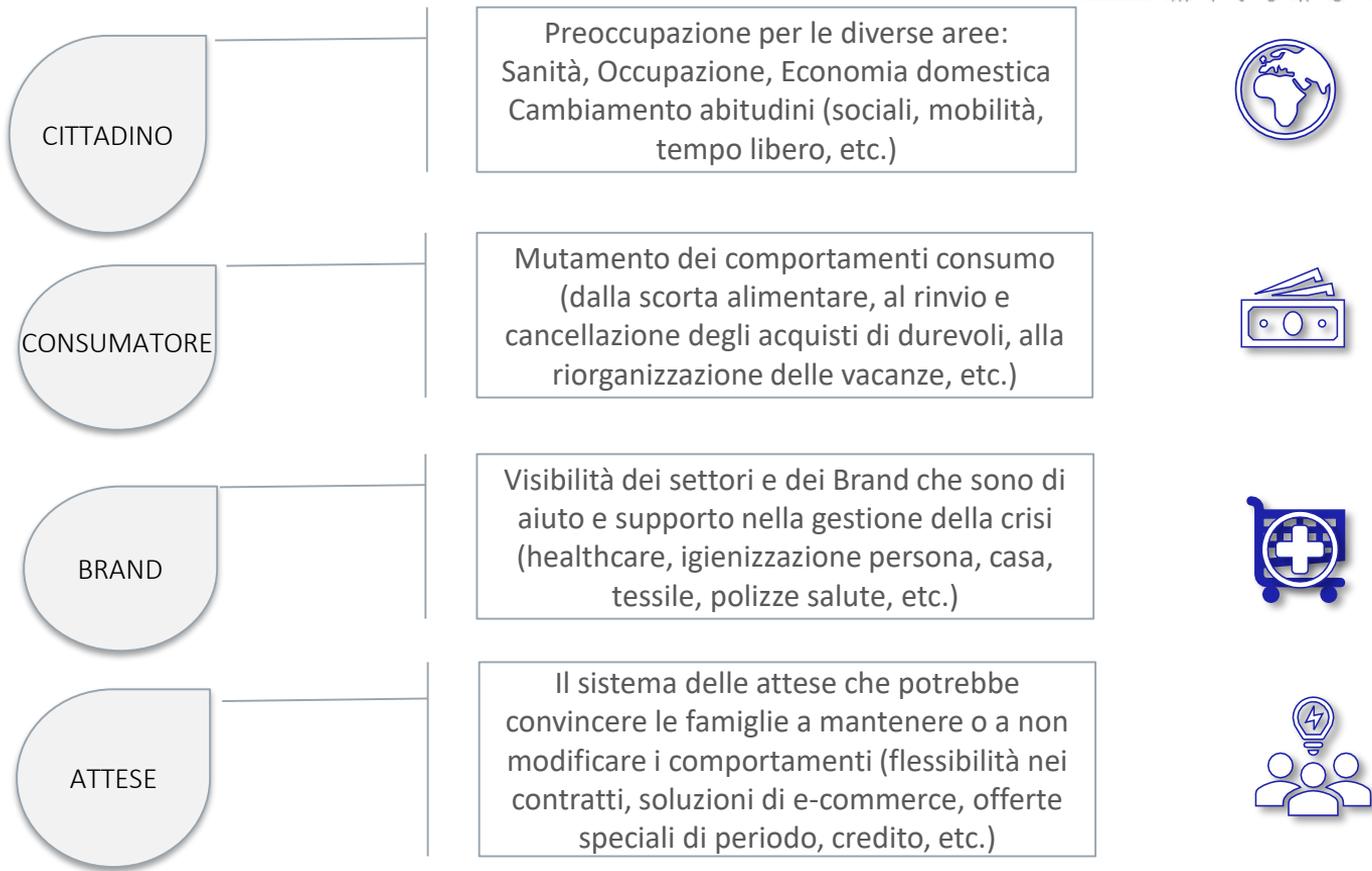
*Al campione base sulla popolazione, possono essere aggiunti **moduli di personalizzazione su specifici target di interesse delle singole Aziende.** Ad esempio, pregnant e mamme con bambini piccoli, specifici segmenti di territorio, ecc. Vi invitiamo a contattarci per discutere tutti gli ulteriori spazi di personalizzazione.*

# 1

## La struttura dell'edizione ECO | Covid-19

# Le aree di presidio

Le informazioni di dettaglio verranno concordate con i Sottoscrittori aderenti prima della partenza della rilevazione, i quali avranno la possibilità di discutere il questionario e le domande con il team di ricerca



# Gli oggetti della ricerca | 1

Mappatura degli atteggiamenti e comportamenti generali dei cittadini

- Preoccupazione ed aspettative e gestione del denaro familiare nella percezione della crisi
- Modifiche comportamenti: in azienda, a casa, nelle relazioni, nel tempo libero

Mappatura dei nuovi comportamenti dei consumatori

- Fenomeni (atteggiamenti e comportamenti) sulla spesa alimentare e grocery
- Il fenomeno delle scorte alimentari: esigenze, pratiche, strategia di emergenza o gestione diversa nelle prossime settimane?
- L'e-commerce (e l'home delivery) vs l'acquisto nel pdv in quali segmenti di popolazione e settori si stanno spostando le propensioni (dove cala e dove cresce)
- Fenomeni sulla spesa healthcare (crescita, aspettative, bisogni) sia sui prodotti che sui servizi (es. polizze salute)
- Fenomeni sui consumi durevoli e semidurevoli
- I settori sui quali è da prevedere un forte rallentamento dei consumi, non solo in senso congiunturale (le prime settimane)
- Le risposte che l'Offerta può dare per evitare il raffreddamento dei consumi
- Il tema delle vacanze degli italiani: dai weekend alle prossime vacanze pasquali ed estive, prefigurazioni ed elementi utili a contrastare il calo delle prenotazioni



*A partire dalla seconda settimana, si opererà la mappatura territoriale dei fenomeni, mettendo in relazione la diffusione territoriale del virus con le attitudini della popolazione delle diverse aree (modello di relazione fra indici di preoccupazione, pressione mediatica, diffusione del fenomeno)*

La crisi e i Brand: quali Brand sono percepiti di supporto alla gestione della crisi

Quali Brand sono oggi importanti per la famiglia italiana, le awareness di crisi, il ricordo pubblicitario dei Brand, il giudizio sull'operato dei Brand nei diversi settori: es. Grocery (pulizia, igienizzazione, etc.), Healthcare, Finance (iniziative a favore delle zone colpite, etc.), la GDO con la garanzia di sanificazione degli ambienti, consegne a domicilio, etc.

Il sistema delle attese: cosa si aspettano gli italiani dalle Imprese dei diversi settori

Cosa si aspettano dai diversi settori ed Aziende gli italiani, cosa potrebbe alleviare la criticità della situazione



### In sintesi: perché questa ricerca?

Come sempre è accaduto negli ultimi anni, ad un momento di forte discontinuità e crisi, gli italiani hanno rivolto la loro attenzione al [sistema dell'Offerta](#), chiedendo a questo (anche prima che agli interlocutori istituzionali) un aiuto per ridurre l'impatto sullo stile di vita, sull'economia, la logistica e la mobilità, la salute delle famiglie italiane. **Cosa fare per esercitare questo ruolo, non è solo una domanda di marketing, ma anche un elemento fondante la missione delle Imprese.**



Tracking settimanale su atteggiamenti e comportamenti di consumo, sulla visibilità delle marche e dei soggetti che stanno intervenendo sulla crisi in aiuto degli italiani, sul sistema delle attese



Otto settimane di monitoraggio continuativo, con due workshop con i Sottoscrittori (a 4 settimane dalla partenza e alla fine dei due mesi). Possibilità di prolungare il tracking in caso del protrarsi della situazione di criticità.



Indagine CAWI, campione nazionale popolazione adulta 18-70 anni. Campione di 800 casi nelle prime due settimane per assestare l'analisi base (es analisi territoriale), poi 6 settimane con 500 casi l'una. Totale campione nelle 8 settimane: 4.600 casi

Intervista di 15 minuti



Invii settimanali di quick report sui dati della settimana e man mano sull'accumulo dei dati in trend.



Due report mensili da condividere e discutere in un workshop con le Aziende aderenti presso la sede Eumetra MR di Milano.

# Timeline: 2 mesi di tracking, prorogabile su richiesta

## MARZO

## APRILE

### Febbraio 2020



Messa a punto del  
questionario con i  
Sottoscrittori

1 settimana  
marzo 2020



1<sup>a</sup> settimana di  
rilevazione 800 casi  
popolazione

2 settimana  
marzo 2020



2<sup>a</sup> settimana di  
rilevazione 800 casi  
popolazione analisi della  
singola wk + cumulate di  
mese (800+800)

3 settimana  
marzo 2020



3<sup>a</sup> settimana di  
rilevazione 500 casi  
popolazione  
(sum=2.100)

4 settimana  
marzo 2020



4<sup>a</sup> settimana di  
rilevazione 500 casi  
popolazione analisi  
della singola wk +  
cumulate di mese  
(2.000 casi ), analisi  
territoriali complete



PRIMO workshop

2.000 CASI IN  
APRILE  
(500 X 4 WK)  
TOT 4.600 CASI  
FRA MARZO ED  
APRILE



SECONDO Workshop

## 2

## L'adesione ad ECO | Covid-19

L'adesione a ECO | Covid-19 per il periodo di 8 settimane previsto ammonta a:

**Euro 6.000,00 + IVA**

*La ricerca prenderà avvio al raggiungimento di almeno 4 adesioni.*

# 3

## Eumetra MR

# Eumetra MR: esperienza e capacità di advisory

Eumetra MR, Istituto di **ricerca sociale e di mercato**, nasce per supportare i progetti di **innovazione e distintività** delle Aziende Clienti.

Fondato da **senior consultant** con un'expertise consolidata nell'ambito della ricerca, ad oggi, ha lavorato con oltre **250 Clienti** e gestito più di **500 progetti**.

I temi dell'innovazione riguardano sia i contenuti e le modalità di supporto alle Aziende sul **cambiamento del consumatore**, sia le **soluzioni di ricerca** adottate: studi ad hoc e multiclient innovativi, contraddistinti dal mix fra ricerca classica e altre forme di conoscenza (business intelligence, analisi digital, ecc.).



*Eumetra MR delinea percorsi di indagine intelligenti, **per** supportare le decisioni di marketing, comunicazione e la strategia dei Clienti (Aziende, Associazioni, Istituzioni)*



MILANO  
Via M. Barozzi, 6



ROMA  
Piazza del Popolo, 18



Eumetra MR è membro di ASSIRM, l'Associazione che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale. L'istituto aderisce al Codice di Etica Professionale di Assirm e rispetta i suoi Standard di Qualità.



ASSIRM è membro di Confindustria Intellect, Federazione di primo livello in Confindustria.



AZIENDA CERTIFICATA  
ISO 9001:2015

Certificate

n.

QA/166/16

Eumetra MR è certificata ISO 9001:2015.



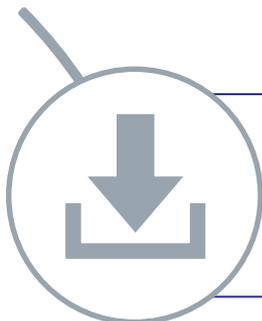
Alcuni Partner di Eumetra MR sono membri di Esomar, l'Associazione internazionale dei professionisti della Ricerca di Mercato. Eumetra MR aderisce al Codice Professionale di Condotta ICC/Esomar.



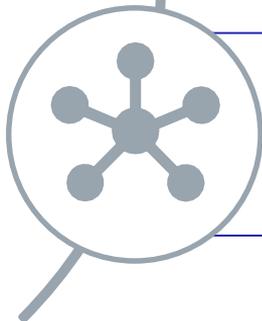
L'Istituto rispetta i valori e i principi di comportamento illustrati nel Codice Etico e nella Compliance Anticorruzione aziendale.

## Principali servizi offerti

Eumetra MR propone tutti i fondamentali servizi di ricerca:



Ricerche “ad hoc” qualitative e quantitative, on e offline, a livello nazionale e internazionale.

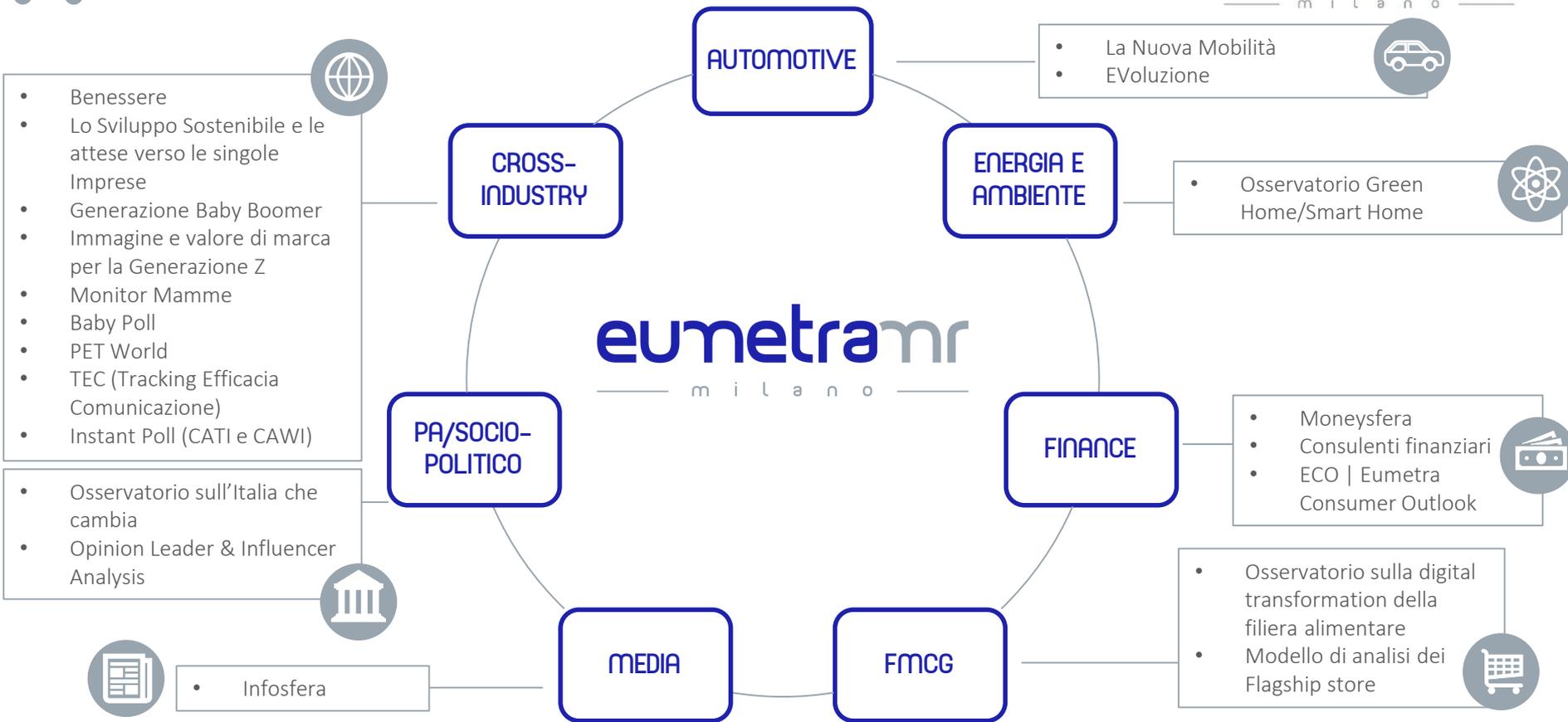


**Multiclient:** strumenti e Osservatori proprietari, per monitorare il cambiamento del consumatore, dei suoi consumi, bisogni e propensioni in diversi settori.

*Eumetra MR investe continuamente in Ricerca & Sviluppo. I Servizi da noi offerti crescono costantemente e sono sempre in aggiornamento.*



# Le Multiclient di Eumetra MR - overview per INDUSTRY



# Il team Eumetra MR

## RICERCA



Jessica Bizzotto  
Senior  
Ricerca quantitativa



Malvina Capussotti  
Data Science



Ludovico Mannheimer  
Senior  
Ricerca quantitativa



Giulia Torricelli  
Ricercatore,  
Digital e net-nography



Fabrizio Fornezza  
Presidente Eumetra  
Direzione scientifica



Giulia Donegani  
Junior Researcher  
Ricerca Quantitativa

## CLIENT SERVICE



Matteo Lucchi  
Amministratore  
Delegato Eumetra



Sara Simonetto  
Comunicazione e  
relazione clienti

Oltre all'advisory board di Eumetra MR: diretto da **Remo Lucchi** (per i supporti di consulenza sui temi di comunicazione e posizionamento).

## Contatti:

Fabrizio Fornezza: [fabrizio.fornezza@eumetramr.com](mailto:fabrizio.fornezza@eumetramr.com)

**eumetramr**  
— m i l a n o —

Eumetra MR s.r.l.

MILANO (Sede legale e operativa): via M. Barozzi, 6 - 20122

ROMA (Sede operativa): Piazza del Popolo, 18 - 00187

C.F. e P. IVA: 09194440963 | REA: MI 2074968

T +39 02 22 19 83 60 | F +39 02 22 19 83 62

T +39 06 36 71 22 27 | F +39 06 36 71 24 00

M [info@eumetramr.com](mailto:info@eumetramr.com) | PEC [eumetramr@legalmail.it](mailto:eumetramr@legalmail.it)

[www.eumetramr.com](http://www.eumetramr.com)

