

STUDIO SUL COMMERCIO LOCALE DELLA CITTÀ DI FERRARA

Stefano Bonnini, Michela Borghesi



E DEPARTMENT
OF ECONOMICS
AND MANAGEMENT



Camera di Commercio
Ferrara e Ravenna

Indice

1. Indagine sui consumatori

2. Mappatura dei punti vendita
3. Indagine sugli esercenti

Introduzione e disegno d'indagine

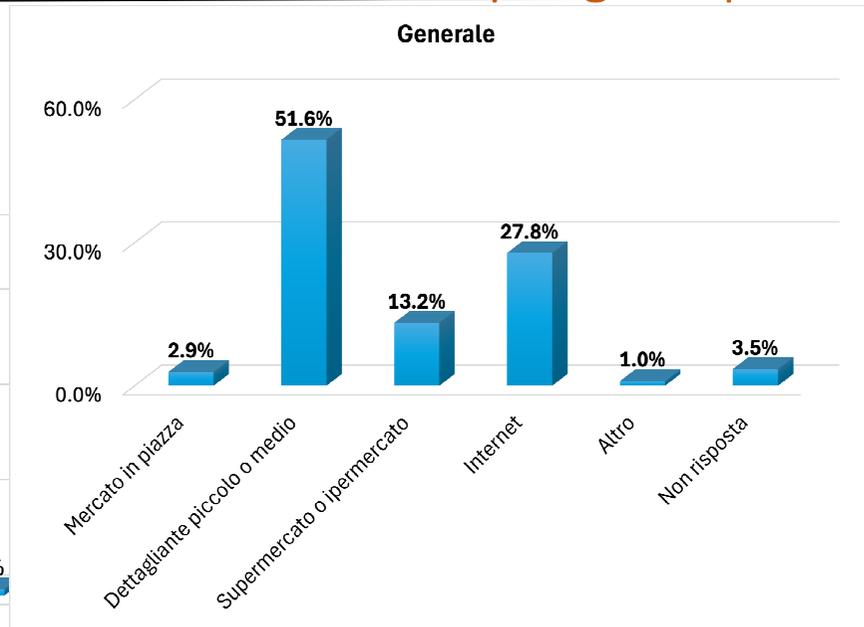
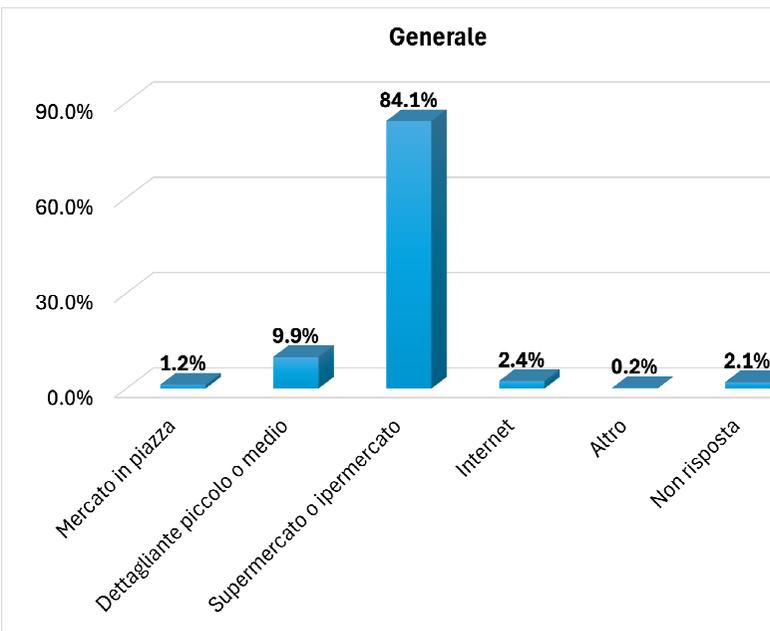
Stima della dimensione complessiva della popolazione dei passanti nelle 14 giornate di interviste per ogni punto di rilevazione:

- ✓ Via Mazzini
 - In (verso Piazza Trento e Trieste): 47641 passanti (media giornaliera: lun-ven 2776; sab-dom 4969)
 - Out (verso Via Mazzini): 45952 passanti (media giornaliera: lun-ven 2651; sab-dom 4860)
- ✓ Via Garibaldi
 - In (verso Piazza del Municipio): 36807 passanti (media giornaliera: lun-ven 2444; sab-dom 3091)
 - Out (verso Via Garibaldi): 33565 passanti (media giornaliera: lun-ven 2185; sab-dom 2930)
- ✓ Via Bologna
 - In (verso Piazza del Travaglio): 13993 passanti (media giornaliera: lun-ven 1077; sab-dom 805)
 - Out (verso Via Krasnodar): 13508 passanti (media giornaliera: lun-ven 1030; sab-dom 803)
- ✓ Barco-Ponte
 - In (verso il centro): 2981 passanti (media giornaliera: lun-ven 243; sab-dom 138)
 - Out (dal centro): 2583 passanti (media giornaliera: lun-ven 202; sab-dom 142)

Totale interviste effettuate: 826, di cui 645 questionari completi e 181 con risposte mancanti)

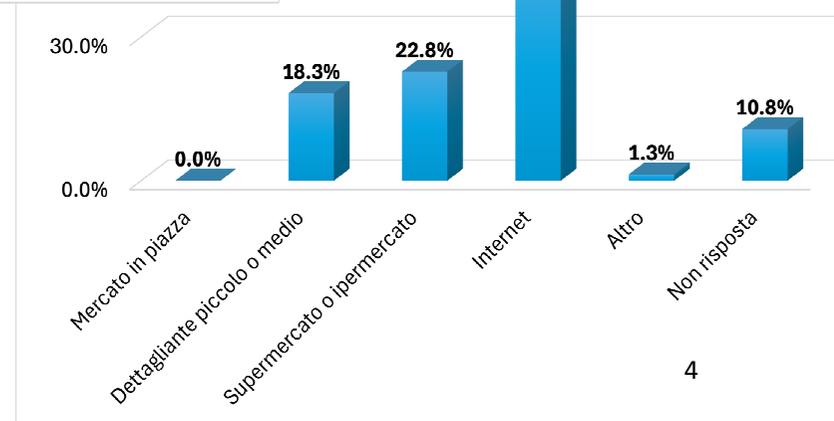
Comportamenti di consumo

Tipologia di punto vendita solitamente scelto per gli acquisti



TV, telefonia, elettrodomestici, altri prodotti durevoli e relativi accessori

Abbigliamento, calzature e tendaggi

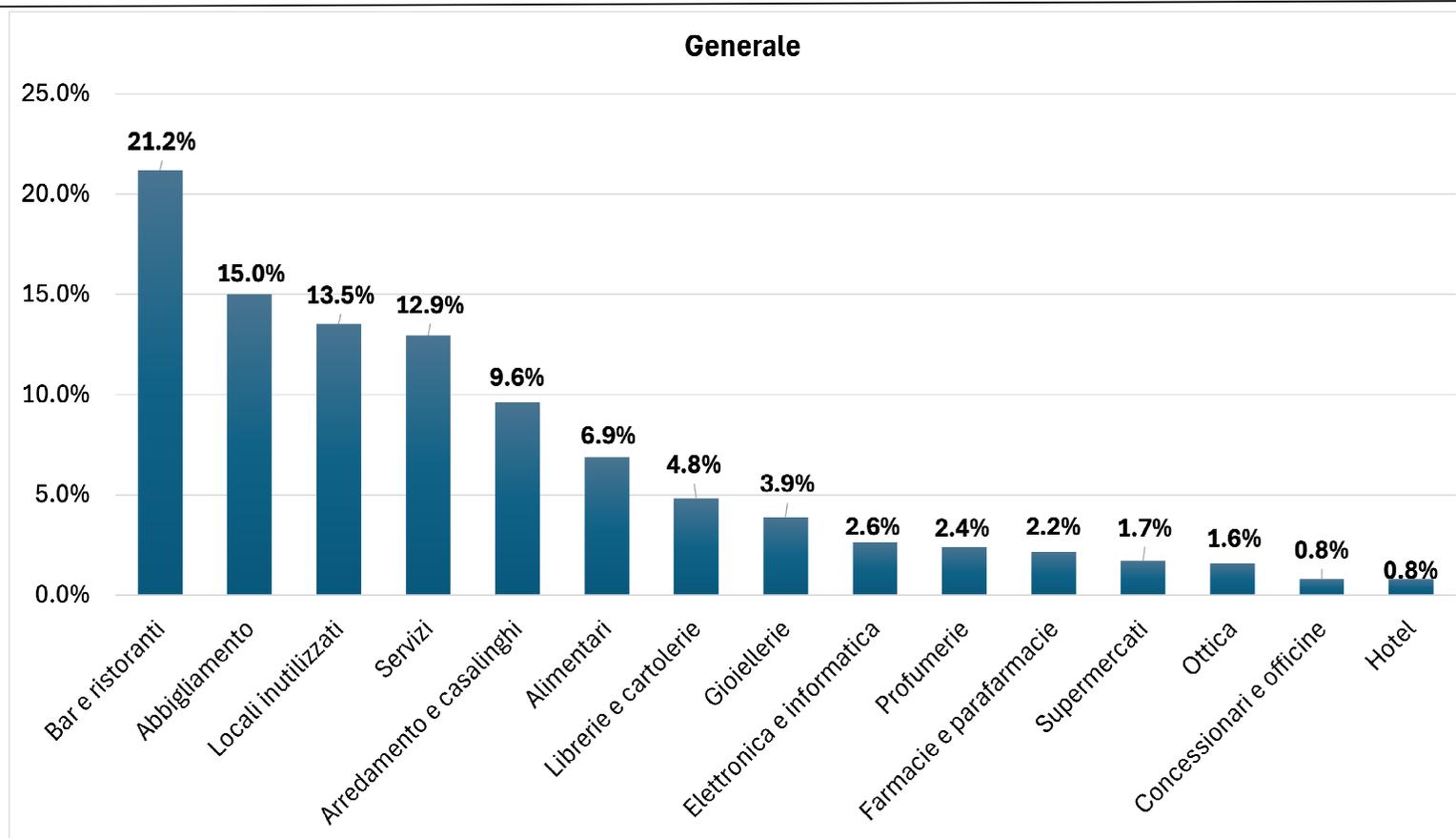


Alimentari, prodotti per la pulizia, la salute e la cura del corpo e prodotti per la casa

Indice

1. Indagine sui consumatori
- 2. Mappatura dei punti vendita**
3. Indagine sugli esercenti

Mappatura dei punti vendita



Indice

1. Indagine sui consumatori
2. Mappatura dei punti vendita
- 3. Indagine sugli esercenti**