



CONOSCENZA E PERCEZIONE DEL RUOLO DELLA COOPERATIVA E DEI SERVIZI OFFERTI NELLA PROVINCIA DI FORLÌ-CESENA

Indagine tra cittadini e lavoratori di Formula Servizi

Ottobre 2019

Job 36870

STAMPA





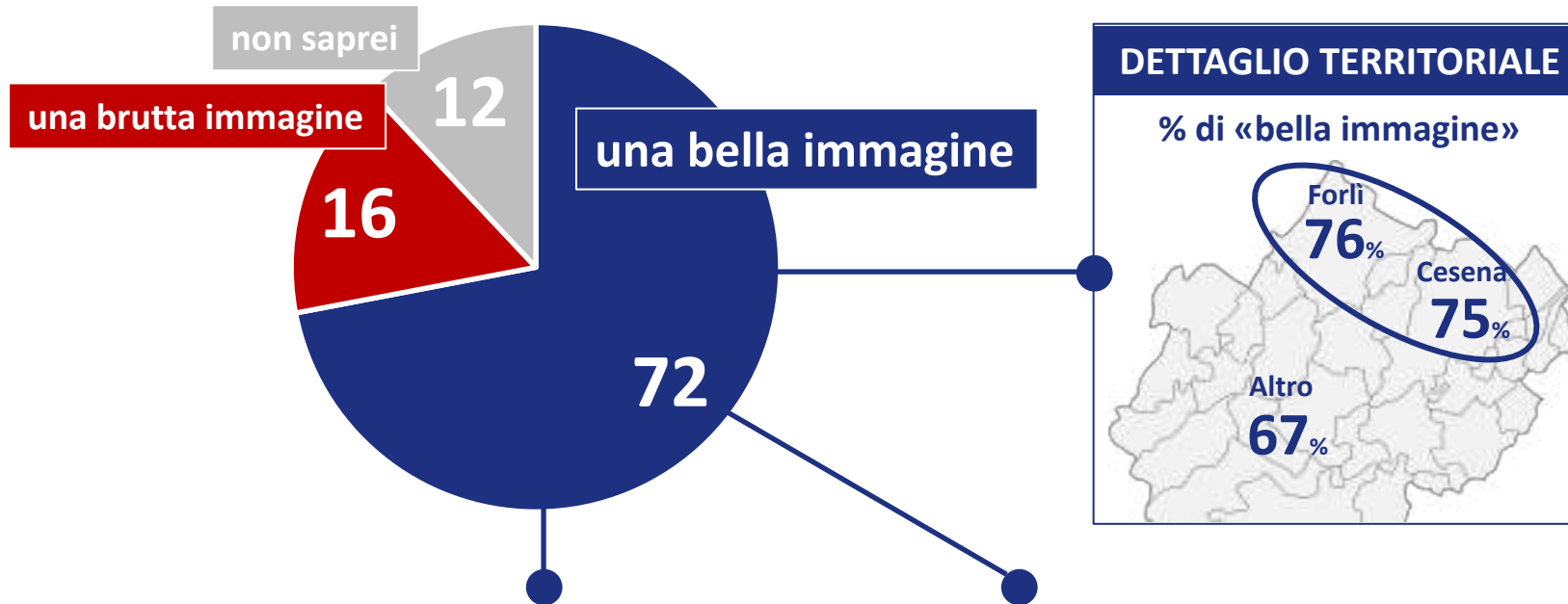
LA REPUTAZIONE DELLE COOPERATIVE NELLA PROVINCIA DI FORLÌ-CESENA



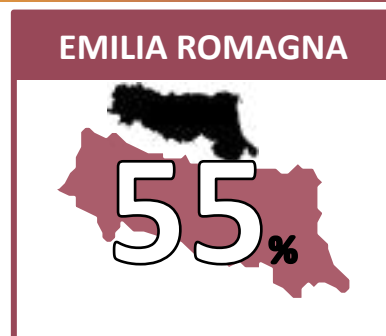
DAL 1975 COOPERIAMO PER IL LAVORO
FORMULA
Servizi

A FORLÌ-CESENA L'IMMAGINE DELLE COOPERATIVE È MIGLIORE

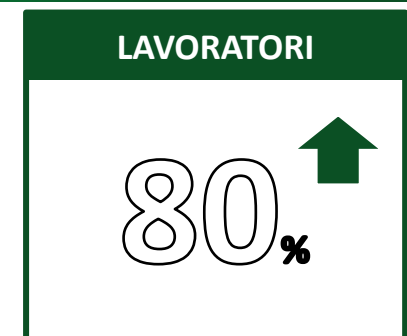
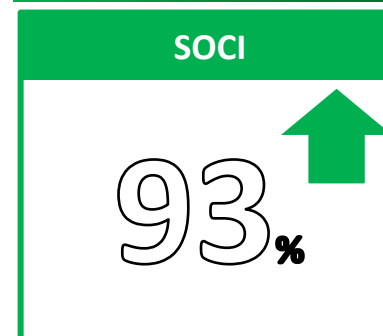
Se le chiedo di pensare al concetto di cooperativa, che tipo di immagine le viene in mente?



CONFRONTI TEMPORALI – dati 2018



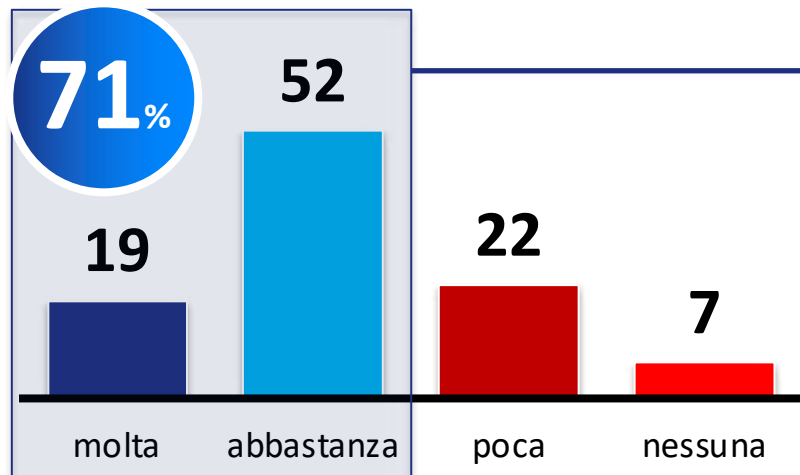
CONFRONTO INTERNO FORMULA SERVIZI



FIDUCIA: LE COOPERATIVE SUPERANO LE IMPRESE DI CAPITALE

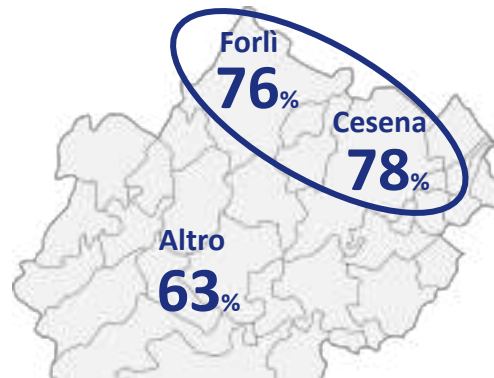
Personalmente, quanta fiducia ha attualmente nelle...

IMPRESE COOPERATIVE

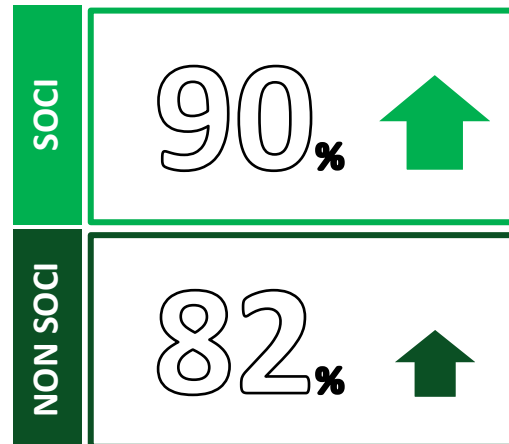


DETTAGLIO TERRITORIALE

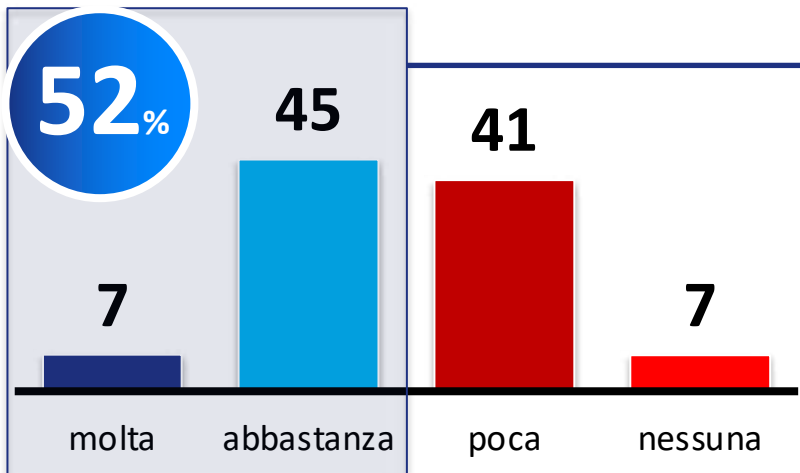
% di «molto»+«abbastanza»



CONFRONTO LAVORATORI

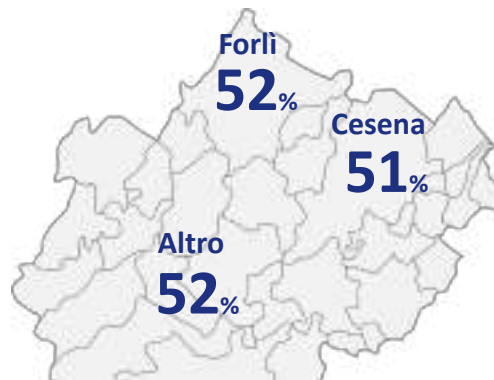


IMPRESE DI CAPITALE

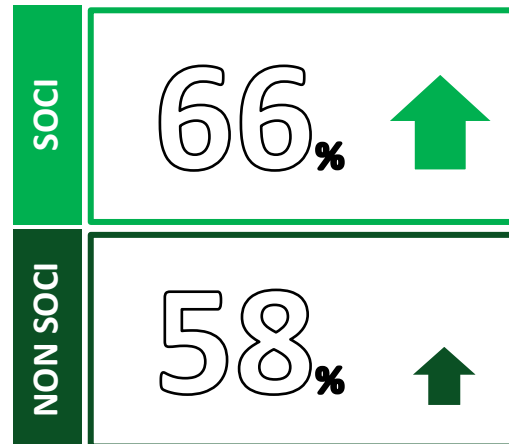


DETTAGLIO TERRITORIALE

% di «molto»+«abbastanza»



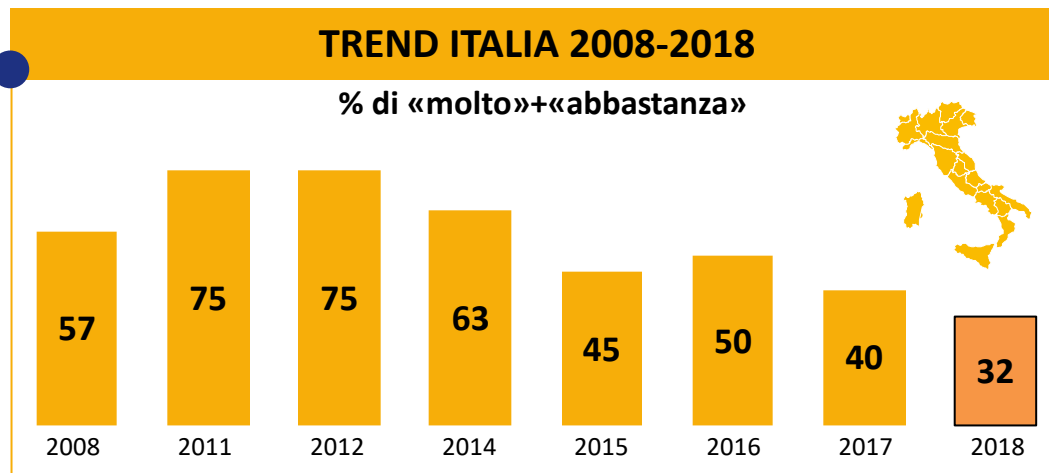
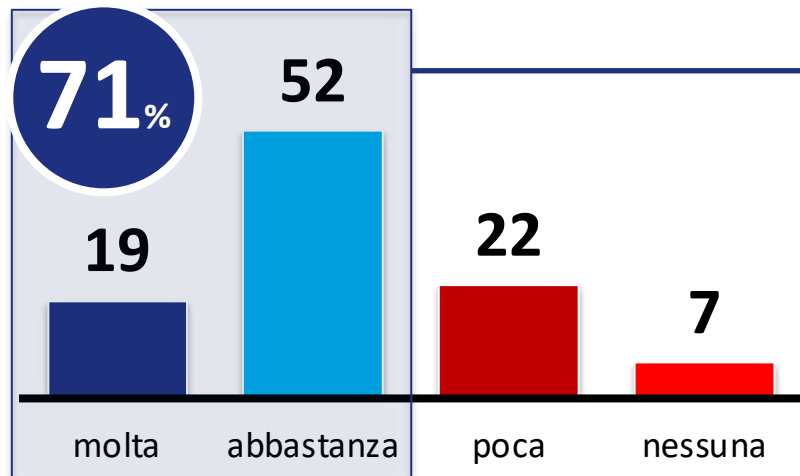
CONFRONTO LAVORATORI



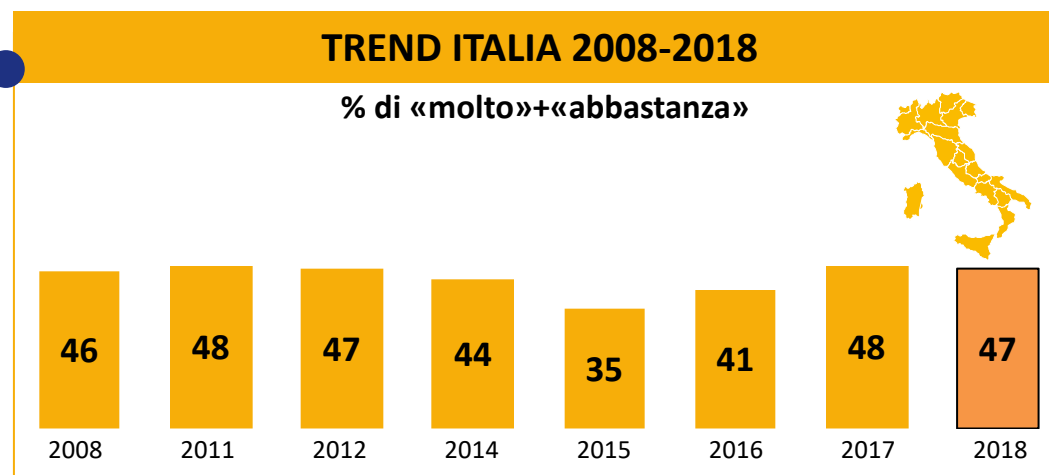
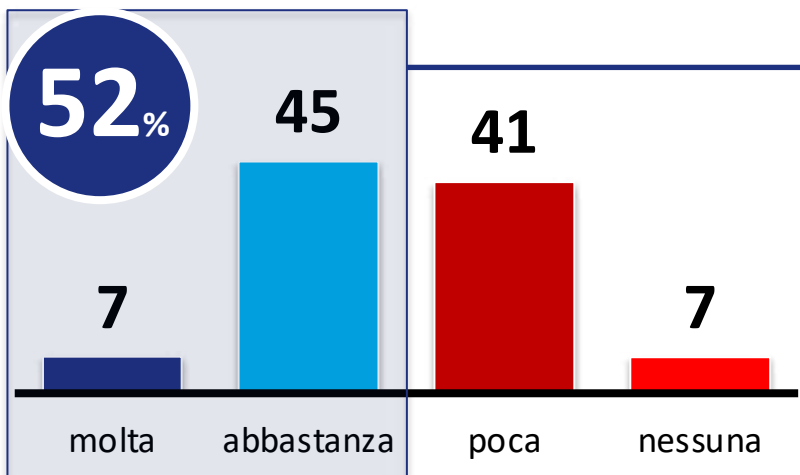
UN MONDO CAPOVOLTO RISPETTO AL RESTO DEL PAESE

Personalmente, quanta fiducia ha attualmente nelle...

IMPRESE COOPERATIVE

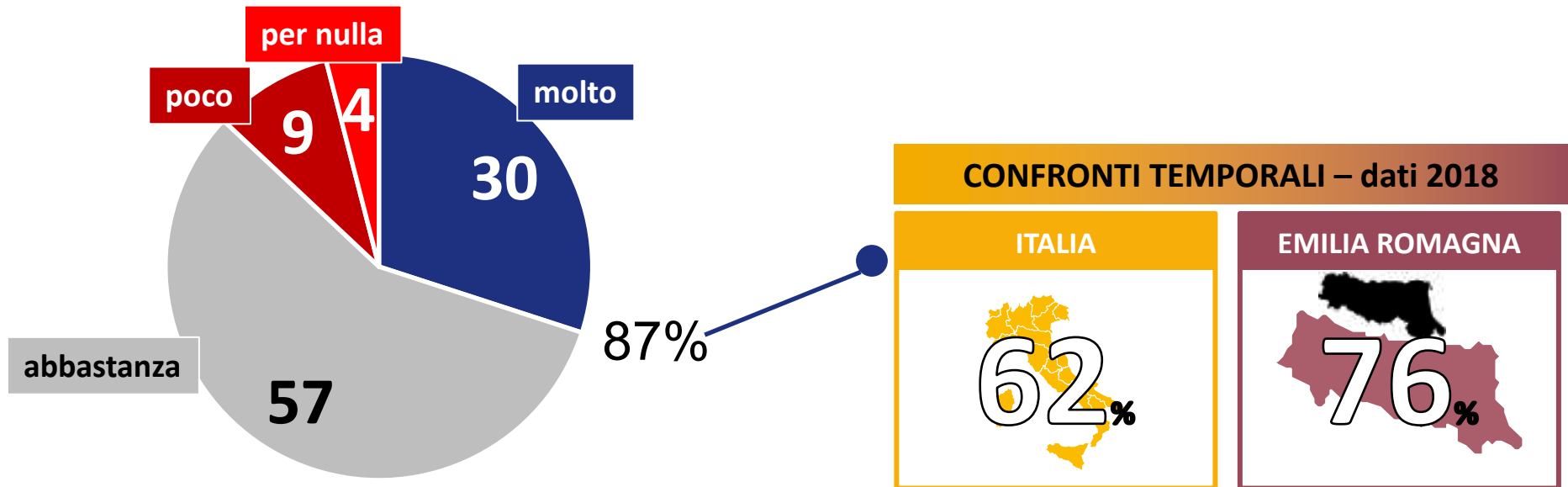


IMPRESE DI CAPITALE



LE COOPERATIVE SONO CENTRALI PER LO SVILUPPO LOCALE

Lei ritiene importanti le imprese cooperative per lo sviluppo del territorio di Forlì-Cesena?





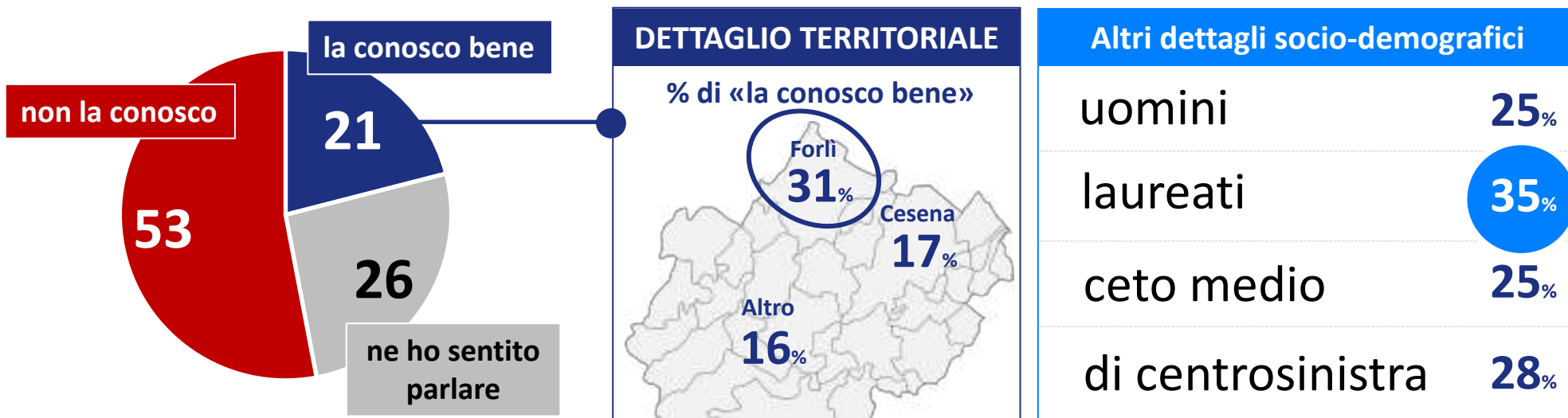
FORMULA SERVIZI: CONOSCENZA E PROFILO D'IMMAGINE



DAL 1975 COOPERIAMO PER IL LAVORO
 **FORMULA**
Servizi

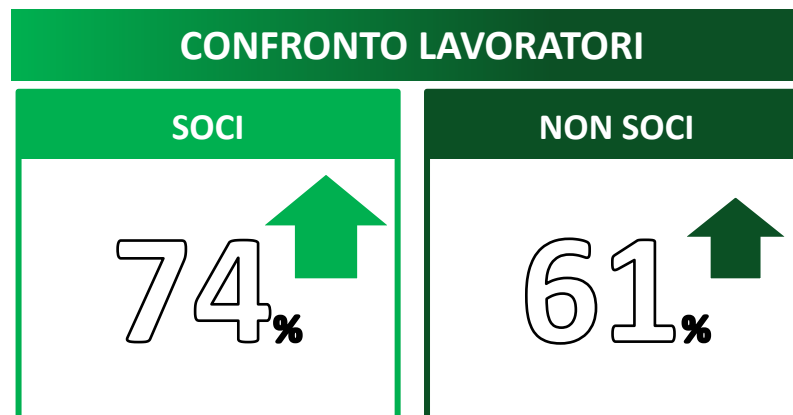
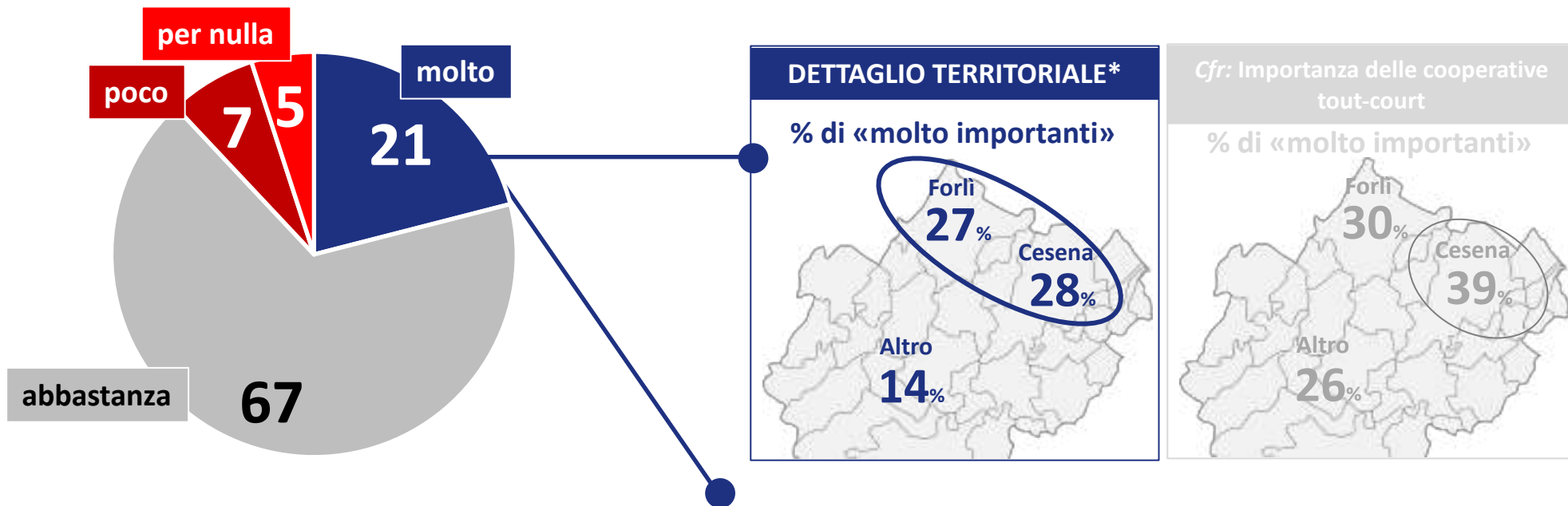
FORMULA SERVIZI: AWARENESS ELEVATA CON MARGINE D'ESPANSIONE

Lei conosce la cooperativa Formula Servizi?



PER I CITTADINI FORMULA SERVIZI È UNA REALTÀ IMPORTANTE

Lei ritiene che Formula Servizi sia un attore importante per il territorio di Forlì-Cesena? – risponde solo chi ne ha almeno sentito parlare, 47% del campione



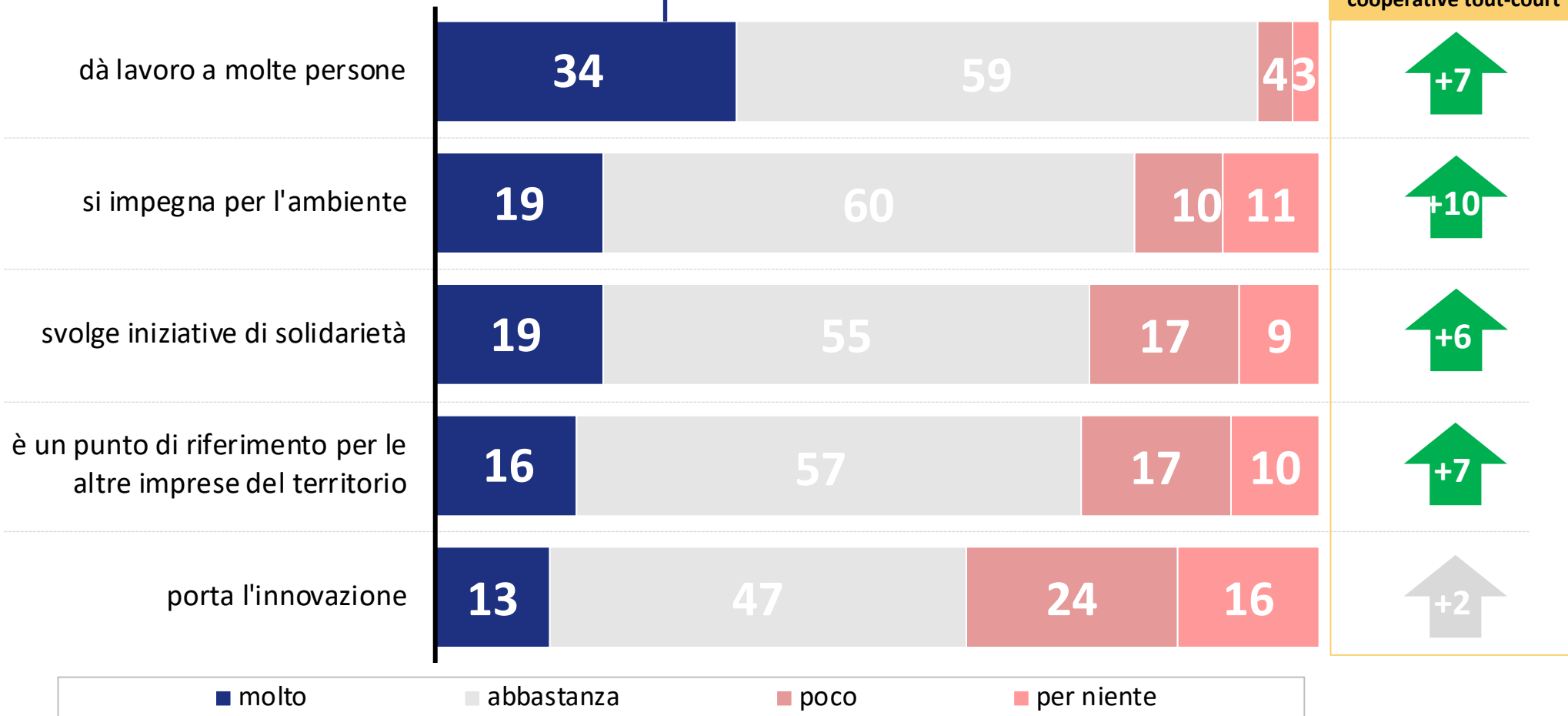
Valori %. Dati riportati a 100 in assenza di «non sa»: 3%. *base dati debole, l'informazione è soltanto indicativa e non può dirsi statisticamente solida.

PRIMO MERITO: OFFRIRE LAVORO PIÙ DELLE ALTRE COOP

E secondo lei quale contributo offre Formula-Servizi al territorio di Forlì-Cesena? – risponde chi ne ha almeno sentito parlare. 47% del campione

% di «molto»

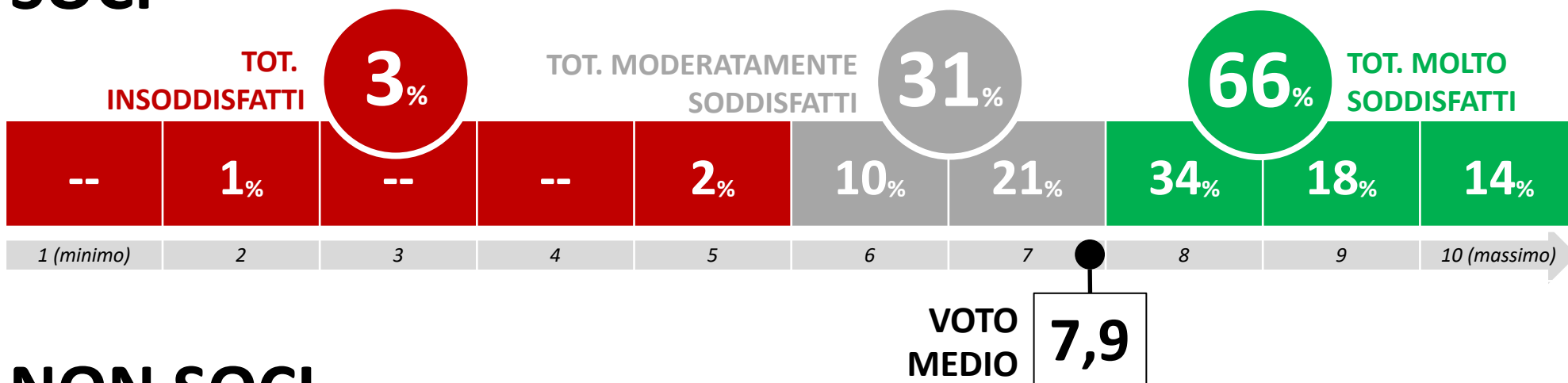
DIFF.% rispetto al contributo della cooperative tout-court



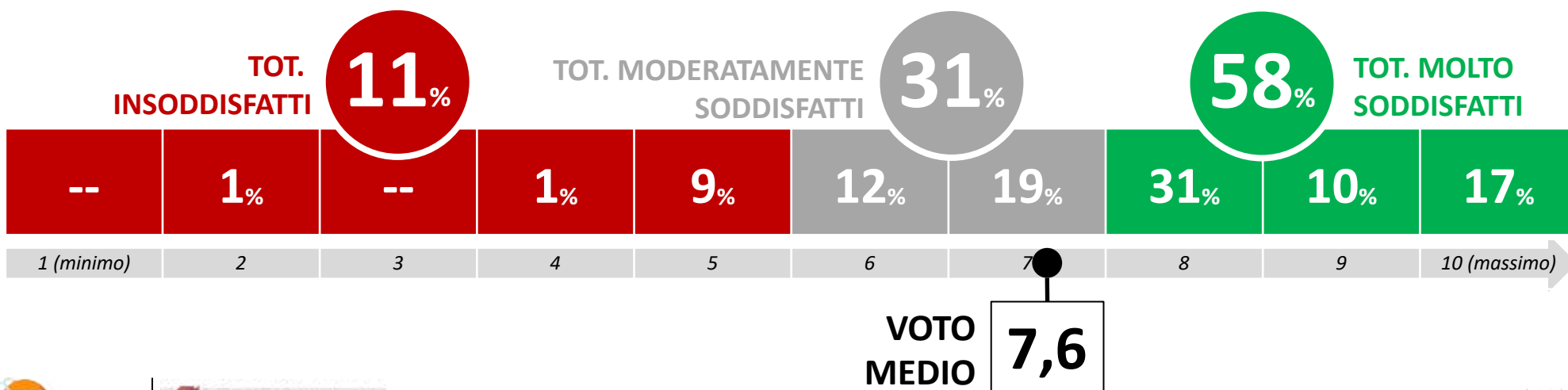
SODDISFAZIONE AL TOP PER I SOCI. BENE TRA I LAVORATORI

E da 1 a 10, quanto si ritiene soddisfatto come **LAVORATORE** di Formula Servizi? – rispondono solo i lavoratori

SOCI



NON SOCI



I FATTORI DI SODDISFAZIONE DI SOCI E LAVORATORI

In particolare quanto si ritiene soddisfatto di come la cooperativa...? (scala 1=minimo a 10=massimo) – rispondono solo lavoratori i

| | SOCI | | NON SOCI | | Diff. % Soci – Non soci |
|---|-------------|------------|-------------|------------|----------------------------|
| | % voti 8-10 | Voto medio | % voti 8-10 | Voto medio | |
| rispetta l'ambiente | 1° 83 | 8,5 | 1° 75 | 8,2 | +8 |
| fa iniziative sociali sul territorio | 2° 82 | 8,3 | 64 | 7,8 | +18 |
| è impegnata nella solidarietà | 3° 82 | 8,4 | 2° 69 | 8,1 | +13 |
| adotta processi e strumenti innovativi | 79 | 8,4 | 62 | 7,7 | +17 |
| comunica con i propri soci e dipendenti | 68 | 7,8 | 56 | 7,5 | +12 |
| adotta comportamenti etici | 68 | 8,0 | 65 | 7,7 | |
| investe sul ricambio generazionale | 67 | 7,9 | 57 | 7,3 | +10 |
| interpreta la mutualità | 66 | 7,7 | 53 | 7,4 | +13 |
| garantisce la parità di genere | 64 | 7,8 | 3° 66 | 7,7 | |
| tratta correttamente i propri lavoratori | 60 | 7,6 | 61 | 7,6 | |
| seleziona i propri dirigenti | 59 | 7,5 | 51 | 7,2 | +8 |
| sviluppa progetti per i giovani | 52 | 7,6 | 50 | 7,2 | |
| coinvolge la base sociale nelle decisioni | 51 | 7,1 | 49 | 7,0 | |



NOTA METODOLOGICA



DAL 1975 COOPERIAMO PER IL LAVORO



Metodologia dell'indagine

L'indagine quantitativa si struttura su 3 campioni, ciascuno riferito ad uno specifico target di particolare interesse per Formula Servizi:

- 1) **popolazione maggiorenne** residente nella Provincia di Forlì-Cesena
- 2) **soci lavoratori** di Formula Servizi
- 3) **lavoratori dipendenti** (non soci) di Formula Servizi

A ciascun campione di intervistati è stato somministrato un questionario strutturato attraverso tecnica mista CAWI (*Computer Aided Web Interview*) / CATI (*Computer Aided Telephone Interview*), comprensivo di 26 domande in massima parte uguali per ciascun campione.

Questo approccio garantisce il confronto delle opinioni della popolazione con quelle dei diversi target di lavoratori. Il quadro interpretativo si arricchisce ulteriormente attraverso il confronto del dato medio della popolazione di Forlì-Cesena con alcuni dati d'**Archivio SWG** rilevati su scala nazionale e/o su scala regionale (Emilia-Romagna).

In totale sono state realizzate N=488 interviste, così distribuite:

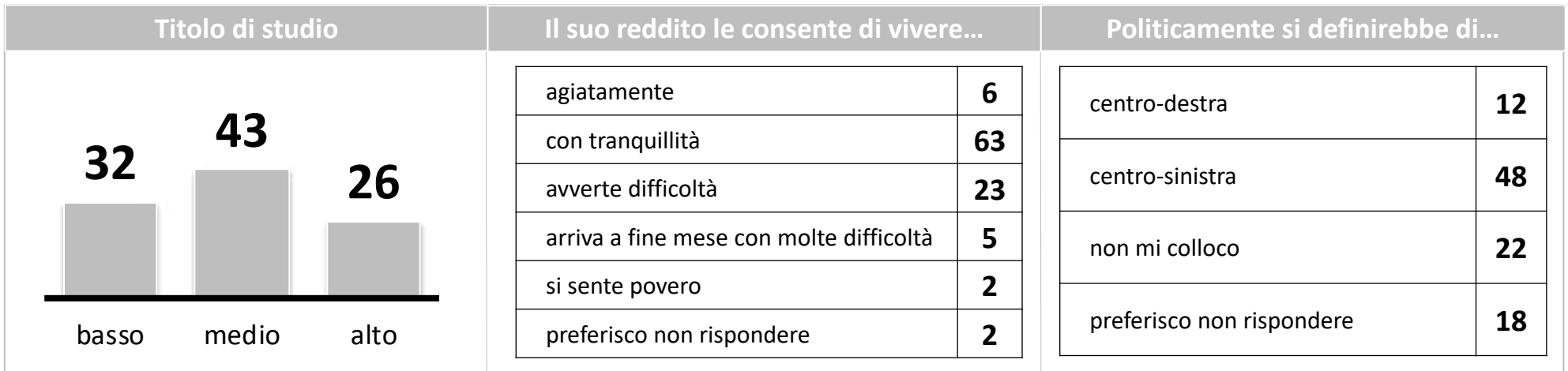
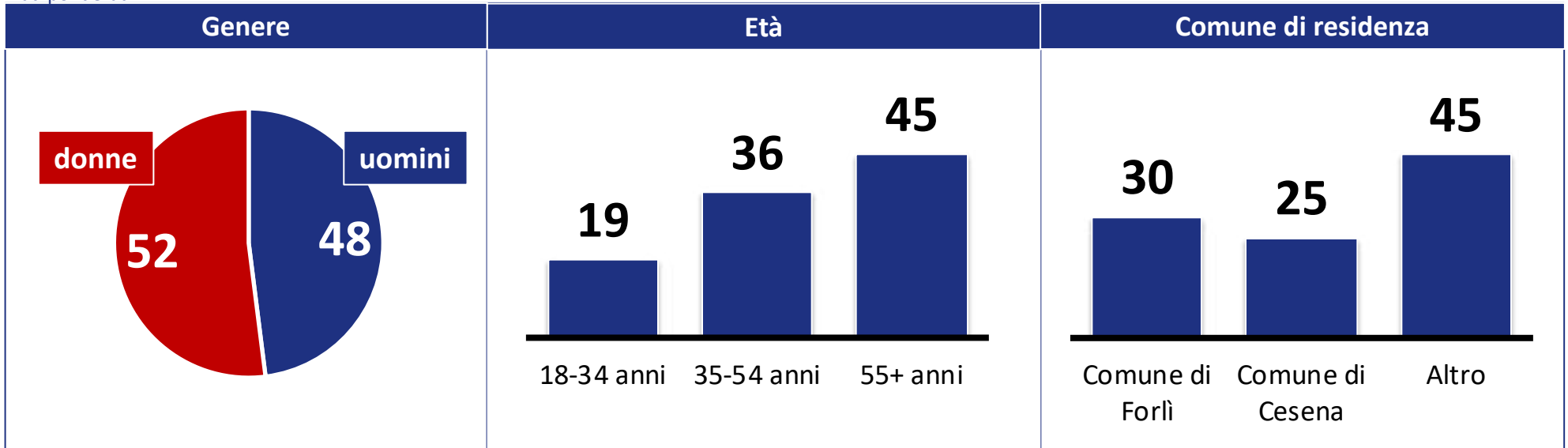
- 1) **N=300** popolazione maggiorenne
- 2) **N=119** soci lavoratori
- 3) **N=69** lavoratori dipendenti

Il margine massimo d'errore statistico per il campione popolazione 1) è del 5,7% ad un intervallo di confidenza del 95%. La scelta delle unità statistiche è di tipo casuale, come per i campioni probabilistici, con disegno campionario stratificato per zona, età e sesso. Al termine della rilevazione i dati sono stati ponderati secondo i più recenti parametri forniti da ISTAT, al fine di garantire la rappresentatività del campione rispetto alla popolazione di riferimento.

Le unità statistiche riferite ai campioni lavoratori 2) e 3) sono estratte casualmente dagli elenchi di nominativi (N=447) forniti regolarmente da Formula Servizi ad SWG. SWG ha provveduto a 4 solleciti via mail sull'intero database, prima di attivare il proprio call center per un ulteriore sollecito telefonico su coloro che non avevano già compilato il questionario.

Caratteristiche del campione di cittadini

Dati ponderati



Caratteristiche dei campioni di lavoratori

Genere

| | SOCI | DIPENDENTI |
|-------|------|------------|
| uomo | 20 | 35 |
| donna | 80 | 65 |

Età

| | SOCI | DIPENDENTI |
|------------|------|------------|
| 18-34 anni | 10 | 23 |
| 35-54 anni | 70 | 65 |
| 55+ anni | 20 | 12 |

Anzianità di rapporto lavorativo

| | SOCI | DIPENDENTI |
|----------------|------|------------|
| meno di 1 anno | 3 | 16 |
| 1-5 anni | 16 | 49 |
| 6-10 anni | 15 | 19 |
| più di 10 anni | 66 | 16 |

Anzianità di rapporto associativo

| | SOCI | DIPENDENTI |
|----------------|------|------------|
| meno di 1 anno | 6 | -- |
| 1-5 anni | 27 | -- |
| 6-10 anni | 12 | -- |
| più di 10 anni | 56 | -- |

Titolo di studio

| | SOCI | DIPENDENTI |
|-------|------|------------|
| basso | 39 | 42 |
| medio | 37 | 42 |
| alto | 24 | 16 |



Enzo Risso
Direttore Scientifico
Docente di teoria e analisi delle
Audience. Univ. La Sapienza
enzo.risso@swg.it

Alessandro Scalcon
Ricercatore di SWG
alessandro.scalcon@swg.it

“There is nothing so stable as change”
Bob Dylan

Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 37 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG è membro di ASSIRM, ESOMAR, MSPA ed EphMRA. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

TRIESTE

Via S. Francesco 24 - 34133
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 7/A - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Via Sallustiana 26 - 00187
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754