



**Freni**

*Ricerche Sociali e di Marketing*

# ***LE OPINIONI DEGLI ABITANTI DEL Q5 SULLA LINEA 3 DELLA TRAMVIA***

Firenze, 22 Giugno 2012

*Marketing research  
for decision makers*



*Freni Ricerche Sociali e di Marketing - Via della Villa Demidoff 27 -I-50127 Firenze Italia  
tel. +39 055350773 fax +39 055351534 e-mail: frenimkt@frenimkt.com site: www.frenimkt.com Skype: frenimkt*

## IL NOSTRO CODICE ETICO

FRENI RICERCHE DI MARKETING SI IMPEGNA CON UN CODICE DI CONDOTTA CHE, OLTRE A RECEPIRE I CODICI DELLE ASSOCIAZIONI A CUI APPARTIENE (ESOMAR, MRS E AMA), INTENDE GARANTIRE ULTERIORE RESPONSABILITÀ SOCIALE AI SUOI CLIENTI, FORNITORI E COLLABORATORI.

## FATTI NON PAROLE

### 100% RICERCA AD HOC MADE IN ITALY (\*)

- ✓ Rispetto dei collaboratori: Freni Ricerche di Marketing compensa, al miglior livello di quotazione di mercato, tutti i collaboratori esterni (intervistatori, reclutatori, supervisor, location e facilities), sempre contestualmente alla fine dell'incarico, max entro 30 gg dal suo svolgimento.
- ✓ Field di qualità: Freni Ricerche di Marketing per le interviste face to face e telefoniche gestisce direttamente una rete di intervistatori selezionati, senza subappalti a società esterne e non ricorre a call center, né offshore, né stranieri e nemmeno italiani.
- ✓ Field non anonimo: Nel report dell'indagine, vengono menzionati tutti coloro che hanno collaborato al lavoro di ricerca sul campo compresi i supervisor e i rilevatori.
- ✓ Riservatezza, sicurezza e qualità del dato: Tutti i dati vengono totalmente trattati e conservati internamente all'Istituto, senza trasferirli a strutture di elaborazioni dati esterne, in modo da garantire la massima riservatezza e qualità. I dati statistici vengono trattati con software proprietario sviluppato internamente, in formato protetto.
- ✓ Indipendenza e autonomia: Freni Ricerche di Marketing è un Istituto indipendente che esegue solo ricerche *ad hoc*, professionalmente e finanziariamente, autonomo da gruppi economici e politici.
- ✓ Freni non dispone di una rete di vendita dei propri servizi. La gran parte del nostro business proviene dal passaparola tra i clienti serviti; sono i nostri clienti a raccomandare i nostri servizi ad altre aziende e ad elogiare la qualità del nostro impegno.
- ✓ Al servizio della Cultura della Ricerca. All'interno dell'istituto si trova una delle più ampie collezioni di materiale informativo sulle teorie e sull'applicazione della ricerca di marketing: una biblio-emeroteca che vanta migliaia di testi che ripercorrono la storia della ricerca di marketing dalla nascita ad oggi, disponibili gratuitamente, su richiesta, ai cultori della materia e ai tesisti.
- ✓ Solidità e Expertise: L'azienda, fondata nel 1983, è uno dei più anziani istituti impegnati nella ricerca sociale e di marketing d'Italia: il 66% delle aziende del settore sono state costituite più recentemente (fonte ESOMAR 2010).
- ✓ Una bottega rinascimentale fiorentina. Eseguiamo solo *ricerche ad hoc (non ci occupiamo di panel e omnibus)*. Appliciamo alla ricerca un modello efficiente di lavoro che proviene dai mestieri in uso nella bottega rinascimentale, nel pieno rispetto dell'etica del lavoro e sempre alla ricerca del fare meglio.

Tutte le ricerche di pubblico dominio realizzate da *Freni Ricerche Sociali e di Marketing* sono presenti sul sito del Garante per le Comunicazioni <http://www.agcom.it> così come lo sono, in ottemperanza alla *delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010*, quelle realizzate da tutti gli altri istituti che operano in Italia. Una vetrina che consente di valutare e confrontare oggettivamente l'impegno e lo standard qualitativo della produzione delle aziende che operano in questo settore.

### Motto

*Crediamo nell'importanza della ricerca scientifica e ne promoviamo i valori anche in ambito accademico perché riteniamo che la conoscenza sia un bene comune. A questo fine Sul sito [www.frenimkt.com](http://www.frenimkt.com) (attualmente in fase di rifacimento) nella sezione educational mettiamo a disposizione di studenti, tesisti e studiosi materiale didattico specialistico continuamente aggiornato.*



(\*) La stampa specializzata riporta che il 90% delle interviste telefoniche realizzate dagli istituti di ricerca italiani oggi giorno vengono eseguite in Albania, Romania, Tunisia.

## Documento informativo completo relativo al sondaggio

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

**Soggetto che ha realizzato il sondaggio:** Freni Ricerche di Marketing

**Committente e acquirente:** Dott. Mario Razzanelli

**Responsabile della ricerca:** Vincenzo Freni

**Responsabile Field:** Iff International

**Periodo di rilevazione:** 12 – 15 giugno 2012

**Comune di rilevazione:** Firenze

Contatti effettuati	2581
Numeri fuori Quota\Fuori Target	5
Numero interviste concluse	401
Numero rifiuti	697
N. Open + Invalid numbers	1478
Interviste invalidate	1
Numero operatori impiegati	13
Numero postazioni utilizzate	13

**Metodo di raccolta delle informazioni:** Indagine di tipo estensivo realizzata tramite interviste CATI

**Verifica della coerenza delle risposte alle diverse domande ex ante** filtrature utilizzate dal programma di somministrazione dei questionari tramite tecnica CATI. **Ex post** controllo di coerenza sul file delle risposte tramite software proprietario

**Criteri seguiti per la formazione del campione:** campione di fiorentini estratto casualmente per quote di età, genere nel Q5; campione rappresentativo dell'universo di riferimento

**Consistenza numerica del campione:** 400 interviste validate disaggregate per età e genere

**Lo Standard di rappresentatività:** l'errore statistico, la variabilità che accettiamo per avere delle informazioni da un campione piuttosto che dall'intera popolazione è compreso nell'intervallo  $\pm 4.9\%$  al livello di confidenza del 95%.

**Modulo d'intervista utilizzato:** Il testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti figura in appendice

**La percentuale delle persone che hanno risposto** a ciascuna domanda e **la percentuale dei non rispondenti** figurano nelle tabelle allegate.

Il "documento" completo del sondaggio, è disponibile, all'indirizzo dell'Istituto Freni [www.frenimkt.com](http://www.frenimkt.com) e, come richiesto dall'Authority in caso di pubblicazione sui mezzi di comunicazione di massa, in forma sintetica per gli aspetti metodologici, privo dei risultati come richiesto dalla Delibera n. 237/03/CSP (Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa), all'indirizzo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni <http://www.agcom.it>

La presente ricerca è conforme alle norme del codice della **MRS** (The **M**arket **R**esearch **S**ociety) e dell'**A.M.A** (American **M**arketing **A**ssociation) per le Ricerche di Marketing e Sociali, di cui l'Istituto Freni è rispettivamente *full* e *professional member*, e, in quanto socio, del codice **ESOMAR** (European **S**ociety for **O**pinion and **M**arketing **R**esearch)

**Privacy.** Le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste sono tutelati nel rispetto della legge 675 del 18.11.1996, utilizzati solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti, e trattati e resi noti solo sotto forma di elaborati statistici rispettando l'anonimato dei singoli intervistati.

I dati contenuti nel presente rapporto sono di esclusiva proprietà del Dott. Mario Razzanelli. I dati ed il rapporto contenuti nel presente documento possono venire riprodotti citando la fonte: ©Freni Ricerche 2012

I dati sono stati elaborati con il package statistico proprietario di Freni *Ricerche di Marketing SMART* (Statistics for **M**arketing **T**est), le elaborazioni di tipo multivariato sono interfacciate con **Cluto**.

## **Premessa**

Il presente documento rappresenta il report finale di un'indagine telefonica condotta presso i residenti del Quartiere 5 di Firenze volta ad esplorare opinioni ed atteggiamenti relativi al tracciato della linea 3 della tramvia; sono state raccolte 400 interviste validate, stratificate per sesso e per età sulla struttura anagrafica degli elettori del Quartiere 5.

### **Nota alla lettura dei grafici e dei dati contenuti nel rapporto**

*I grafici consentono una lettura più rapida dell'informazione ma, per limiti oggettivi, non possono essere così analitici quanto può essere una tabella numerica.*

*Nei grafici, nella maggior parte dei casi, non vengono rappresentati i non-rispondenti pertanto i valori vengono riproporzionati alla base numerica dei soli rispondenti. Talvolta, a causa degli arrotondamenti di cifre prive di decimali eseguiti in via automatica, la somma dei valori contenuti nei grafici può diventare 101%. Nella lettura delle tabelle si tenga presente che nel caso di risposte singole la somma delle frequenze viene indicata come TOTALE mentre nel caso di risposte multiple (che cumulate possono superare il 100%) compare la scritta BASE (che indica il numero di rispondenti).*

## **Sintesi delle risultanze**

La percezione prevalente è che la nuova linea che deve attraversare il quartiere 5 non potrà comunque risolvere i problemi della mobilità di Firenze; questa percezione resta maggioritaria (anche se attenuata) anche presso i favorevoli al percorso della linea 3.

Fra le obiezioni mosse alla costruzione della linea 3 predominano la riduzione dei parcheggi ed il danno ambientale (abbattimento delle piante e riduzione del verde) accanto ai problemi di circolazione locale.

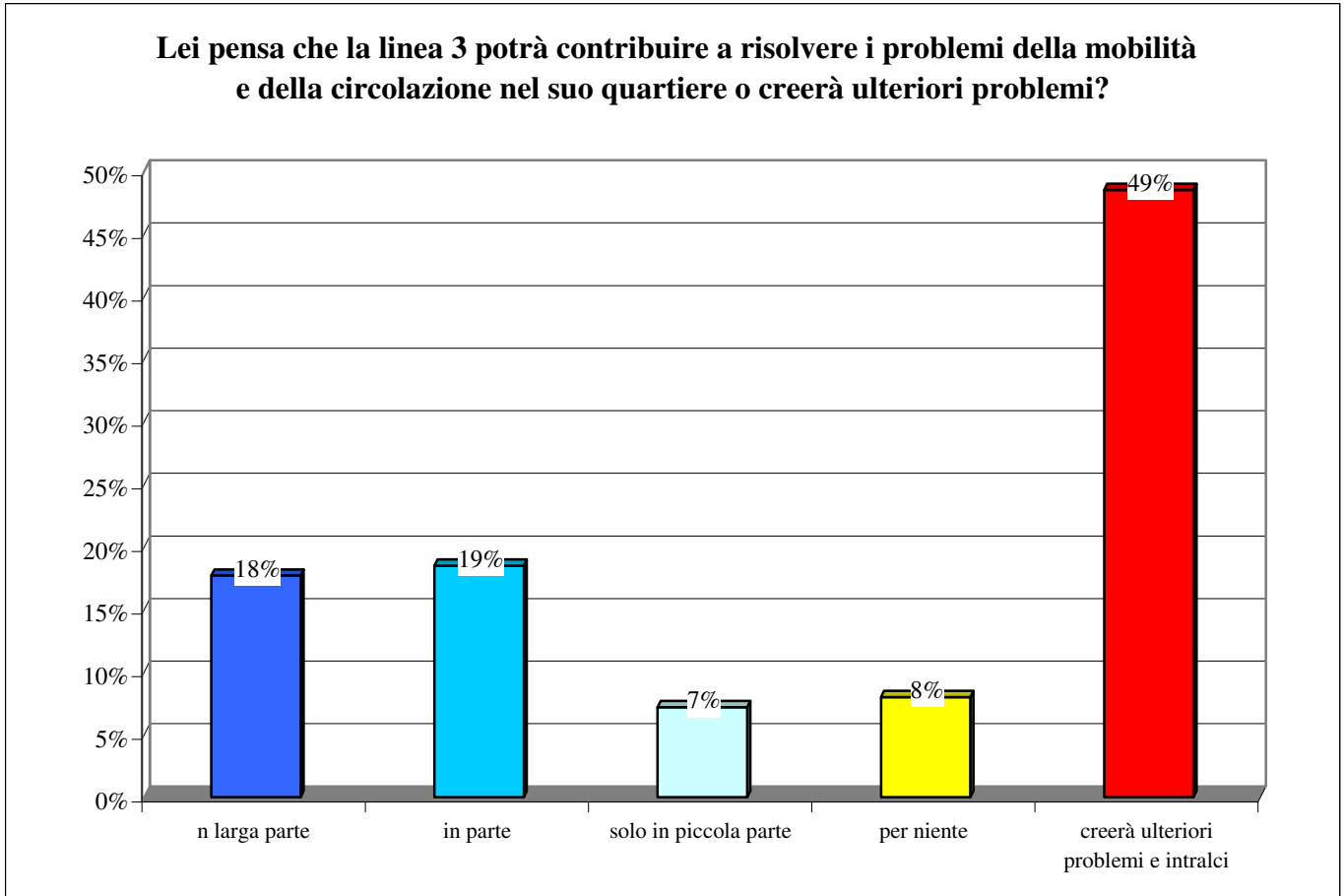
C'è consapevolezza di un clima prevalente ostile al percorso, anche fra i residenti favorevoli alla realizzazione dell'opera.

In ogni caso circa l'80% dei residenti manifesta la convinzione che la costruzione della linea 3 avviene in violazione della volontà espressa dai fiorentini in occasione del referendum, seppur consultivo. Questa opinione è trasversale a tutti gli schieramenti politici.

Si avverte inoltre una correlazione positiva tra l'atteggiamento nei confronti della linea 3 e la distanza dell'abitazione dal percorso della tramvia in un raggio di 100 metri.

### Percezione dell'utilità della linea 3 della tramvia

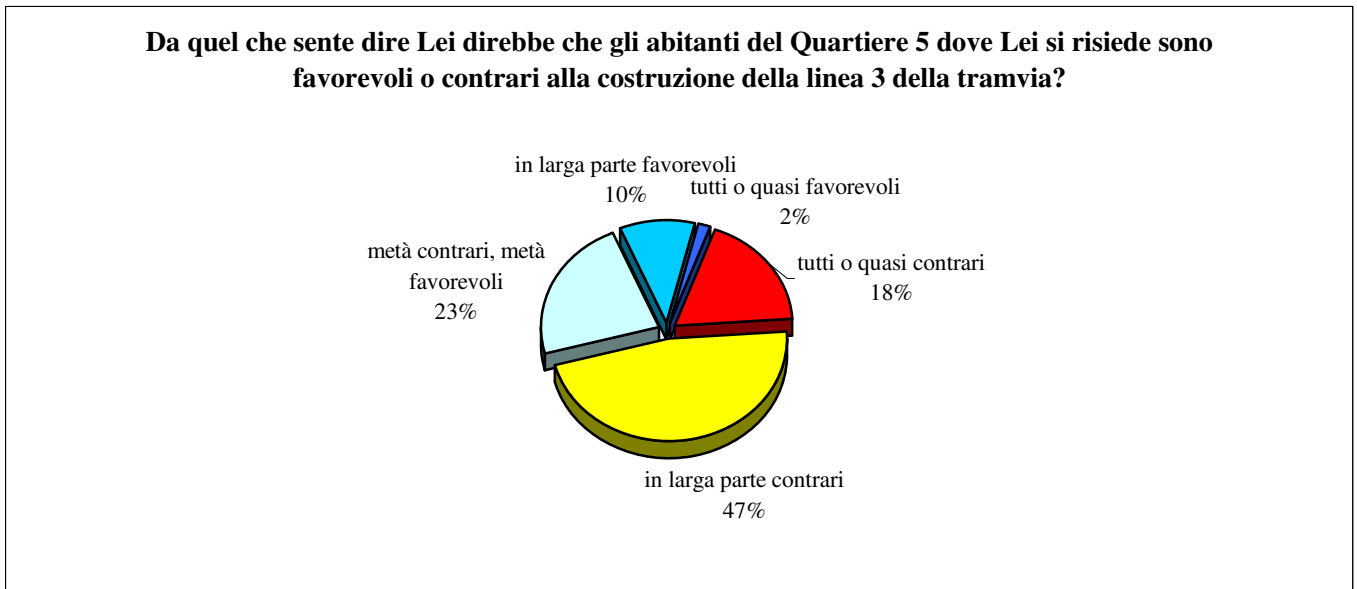
Solo una minoranza (37%) dei residenti si mostra disposta a credere ad un effettivo contributo della nuova linea della tramvia alla risoluzione dei problemi della mobilità del quartiere 5; anzi risulta prevalente la prospettiva di un aggravamento della situazione attuale.



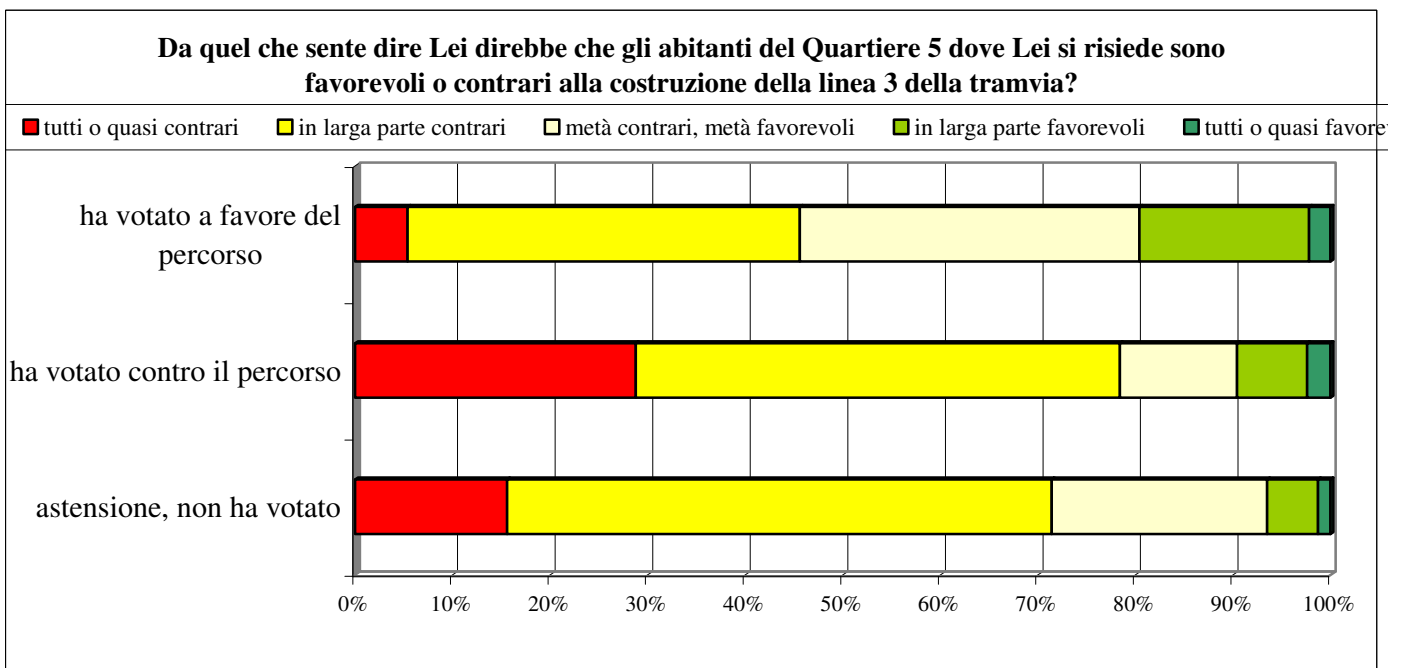
### Percezione del clima nei confronti della linea 3

Premettiamo che nelle indagini sulla pubblica opinione la percezione del clima nei confronti di una tematica costituisce un item standard come rilevatore della prevalenza complessiva di un particolare atteggiamento all'interno di una comunità.

Per quello che riguarda la linea 3 si riscontra un'ampia prevalenza della percezione di un clima ostile al progetto.

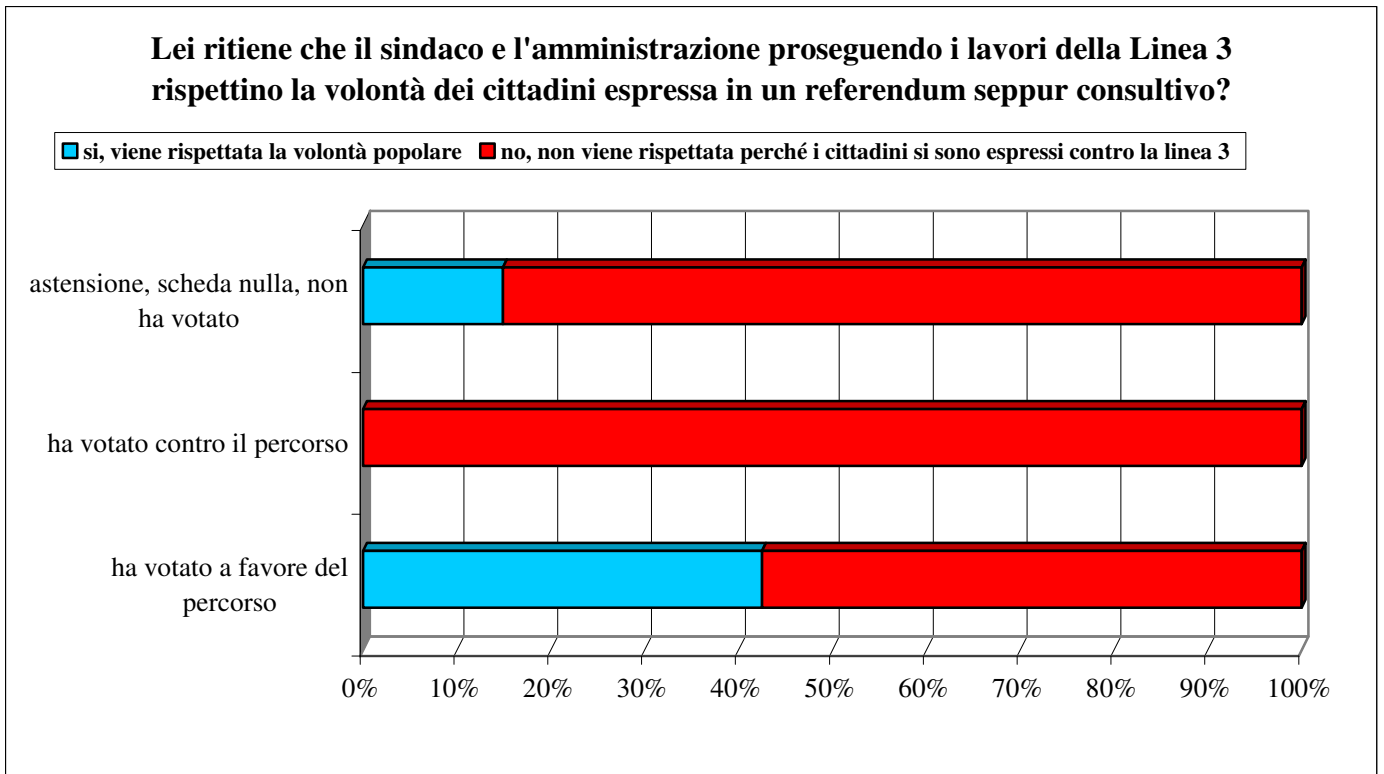


Anche fra quanti considerano comunque in modo positivo il progetto e fra quanti hanno votato in occasione del referendum consultivo a favore del percorso la percezione del clima resta sfavorevole



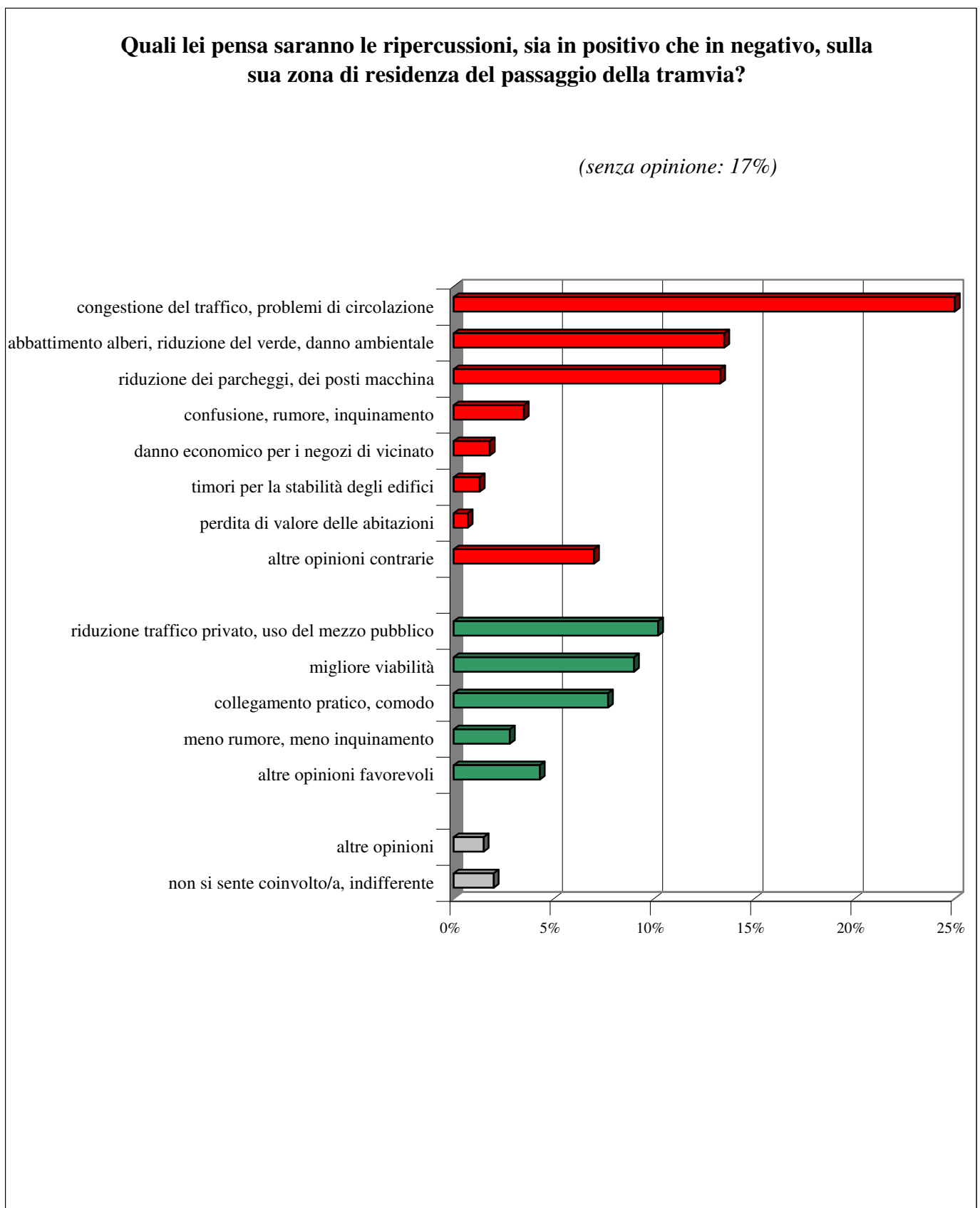
## Il rispetto della volontà popolare

I residenti sono massicciamente dell'opinione che la prosecuzione di lavori della linea 3 scavalca la volontà dei cittadini espressa in occasione del referendum consultivo. La percezione è maggioritaria anche fra chi ha votato a favore del percorso.



## Opportunità ed inconvenienti della linea 3

Precisiamo che nella valutazione dei residenti si sovrappongono conseguenze a livello della zona di residenza e ripercussioni sull'ambito generale del problema della mobilità e del traffico a Firenze.



Il principale motivo di inquietudine per i residenti è rappresentato dalla congestione del traffico della zona, non solo provvisoriamente in conseguenza del cantiere ma in via definitiva con la riduzione degli spazi concessi al traffico privato (ed anche ai bus).

Il cantiere dei lavori non solo congestionerà ulteriormente la circolazione della zona ma presenta pure delle incognite in termini di ambiente (polvere) e durata dei lavori (ma anche di costi).

Se da una parte la linea 3 mette a disposizione un collegamento rapido e comodo al centro, fra i residenti più vicini al percorso si riscontrano segnali di preoccupazione per un degrado della qualità della vita: *“I lavori distruggeranno il quieto vivere”, “Tutto il quartiere si imbruttirà”*.

Frequentemente l’opposizione al percorso è stata motivata con la riduzione del verde e l’abbattimento degli alberi: *“Penso che sia negativo a causa degli abbattimenti di alberi secolari”, “verranno abbattuti gli alberi e ci sarà molto più traffico”, “Elimineranno gli alberi togliendo il verde urbano”*.

Preoccupazioni sono state espresse per la temuta perdita di valore degli immobili: *“Sul costo dell’abitazione le ripercussioni saranno negative”, “Il nuovo tracciato farà diventare cantine gli attuali garage e quindi la mia casa si svaluterà”*.

C’è anche chi ha espresso timore per la stabilità degli edifici lungo il percorso: *“La mia maggior preoccupazione è per la sicurezza dei palazzi che si trovano al di sopra del tracciato, come il mio”, “il tremore potrebbe lesionare i palazzi”*.

Alcuni residenti prevedono conseguenze negative anche per i negozi di vicinato del quartiere: *“Penso che leveranno il verde, moriranno le piccole botteghe e non risolverà molto”, “I piccoli negozietti avranno problemi di mancato guadagno”, “Io penso che sia negativo per i commercianti e per i cittadini”*.

Ulteriori perplessità sono state evocate per le difficoltà, una volta costruita la tramvia, di attraversamento della carreggiata da parte dei pedoni; preoccupa la difficoltà del collegamento con Careggi anche perché si prospetta inevitabile una modifica dei percorsi dei bus.

L'investimento economico nella linea 3 appare ad alcuni sproporzionato ai reali benefici.

Se la sottrazione di spazi di parcheggio e la congestione del traffico rappresentano la principale preoccupazione, per taluni proprio queste conseguenze rappresentano invece un'occasione da non perdere per indurre i fiorentini a rinunciare all'autoveicolo privato: *“Bisogna cambiare le abitudini, lasciando l'auto a casa”, “Penso che velocizza il traffico, scoraggia le persone a prendere la macchina”*.

## Firenze: Le opinioni degli abitanti del Q5 sulla linea 3 della tramvia

L'utilizzo e la riproduzione del modulo d'intervista sono interdetti e protetti, anche per uso didattico, salvo autorizzazione scritta. Legge 633 del 22.4.1941 sulla protezione del diritto d'autore e di tutti i diritti connessi al suo esercizio. © Dott. Vincenzo Freni.

*Buongiorno! sono un intervistatore di un istituto di ricerche di mercato.*

*Stiamo conducendo un'indagine al fine di conoscere le opinioni dei fiorentini sul sistema della tramvia in costruzione a Firenze. Trattandosi di una indagine statistica, tutto quello che Lei ci dirà rimarrà assolutamente anonimo. La prego di collaborare rispondendo ad alcune domande..*

### Target: residenti Quartiere 5

**A proposito del sistema della tramvia lei pensa che la linea 3 (quella che passa in via dello Statuto) risolverà i problemi della mobilità e della circolazione nel suo quartiere o invece, occupando parte della superficie stradale del percorso e eliminando vari posti auto creerà ulteriori problemi, intralci e inquinamento?**

- potrà risolvere, in larga o buona parte, i problemi della mobilità [1]  
potrà risolvere solo in piccola parte i problemi della mobilità [2]  
non potrà risolvere per niente i problemi della mobilità [3]  
creerà ulteriori problemi e intralci alla mobilità [4]  
non sa rispondere [5]

**Da quel che sente dire Lei direbbe che gli abitanti del Quartiere 5 dove Lei si risiede sono favorevoli o contrari alla costruzione della linea 3 della tramvia (quella che passa in via dello Statuto)?**

- |                                    |                               |
|------------------------------------|-------------------------------|
| tutti o quasi contrari [1]         | in larga parte favorevoli [4] |
| il larga parte contrari [2]        | tutti o quasi favorevoli [5]  |
| metà contrari, metà favorevoli [3] | non sa, non risponde [6]      |

**Lei ricorda come ha votato in occasione del referendum consultivo sulla Linea 3 della tramvia (quella che passa in via dello Statuto)**

- ha votato a favore del percorso [1] → Perché? .....
- ha votato contro il percorso [2]
- astensione... [3]
- non risponde [4]

**Quanto dista la sua abitazione dal tracciato previsto per la tramvia? ..... Metri ← {precisare}**

**Quali lei pensa saranno le ripercussioni, sia in positivo che in negativo, sulla sua zona di residenza, del passaggio della tramvia?**

.....

**Quali dei seguenti quotidiani legge con una certa regolarità:**

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| La Nazione [1]                                 | Il Manifesto [8]                      |
| Il Giornale [2]                                | L'Unità [9]                           |
| Il Tirreno [3]                                 | Il Fatto Quotidiano [10]              |
| La Stampa [4]                                  | quotidiani gratuiti [11]              |
| La Repubblica [5]                              | altri quotidiani [12] → {specificare} |
| Il Corriere della Sera/Corriere Fiorentino [6] | non legge quotidiani [13]             |
| Libero [7]                                     |                                       |

<b>Età</b>		<b>Sesso</b>		<b>Titolo di studio</b>		<b>Occupazione</b>	
18-25 anni	[1]	maschio	[1]	licenza elementare	[1]	dirigente, professionista	[1]
26-35 anni	[2]	femmina	[2]	licenza media inferiore	[2]	artigiano, commerciante	[2]
36-45 anni	[3]			diploma media superiore	[3]	operaio, impiegato pubblico	[3]
46-55 anni	[4]			laurea	[4]	operaio, impiegato azienda privata	[4]
56-65 anni	[5]					situazione non professionale	[5]
oltre 65 anni	[6]						

**Tel.** ..... **via di residenza** ..... ← {specificare}

**Freni Ricerche di Marketing** tutela tutte le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste nel rispetto della Legge 675 del 18-11-96, utilizzandoli solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti. Tutte le informazioni personali che l'intervistato ci ha fornito verranno trattate, con mezzi automatizzati o meno, in forma assolutamente anonima e verranno impiegate soltanto ai fini del presente sondaggio di opinione Responsabile del trattamento dei dati che La riguardano è il Dott. Vincenzo Freni.

**Lei pensa che la linea 3 potrà contribuire a risolvere i problemi della mobilità e della circolazione nel suo quartiere o creerà ulteriori problemi?**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>potrà risolvere, in larga parte, i problemi della mobilità</i>	66	16.5
<i>potrà risolvere, in parte, i problemi della mobilità</i>	69	17.3
<i>potrà risolvere solo in piccola parte i problemi della mobilità</i>	27	6.8
<i>non risolverà per niente i problemi della mobilità</i>	30	7.5
<i>creerà ulteriori problemi e intralci alla mobilità</i>	181	45.3
<i>non sa rispondere</i>	27	6.8
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**Quali lei pensa saranno le ripercussioni, sia in positivo che in negativo, sulla sua zona di residenza del passaggio della tramvia?**

<i>Domanda a risposta multipla</i>	Freq.	%
<i>riduzione traffico privato, uso del mezzo pubblico</i>	41	10.3
<i>meno rumore, meno inquinamento</i>	11	2.8
<i>migliore viabilità</i>	36	9.0
<i>collegamento pratico, comodo</i>	31	7.8
<i>altre opinioni favorevoli</i>	17	4.3
<i>non si sente coinvolto/a, indifferente</i>	8	2.0
<i>congestione del traffico, problemi di circolazione</i>	100	25.0
<i>abbattimento alberi, riduzione del verde, danno ambientale</i>	54	13.5
<i>riduzione dei parcheggi, dei posti macchina</i>	53	13.3
<i>confusione, rumore, inquinamento</i>	14	3.5
<i>perdita di valore delle abitazioni</i>	3	0.8
<i>timori per la stabilità degli edifici</i>	5	1.3
<i>danno economico per i negozi di vicinato</i>	7	1.8
<i>altre opinioni contrarie</i>	28	7.0
<i>altre opinioni</i>	6	1.5
<i>non sa rispondere</i>	69	17.3
<b>Base</b>	<b>400</b>	

**Da quel che sente dire Lei direbbe che gli abitanti del Quartiere 5 dove Lei si risiede sono favorevoli o contrari alla costruzione della linea 3 della tramvia (quella che passa in via dello Statuto)?**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>tutti o quasi contrari</i>	61	15.3
<i>in larga parte contrari</i>	156	39.0
<i>metà contrari, metà favorevoli</i>	75	18.8
<i>in larga parte favorevoli</i>	34	8.5
<i>tutti o quasi favorevoli</i>	6	1.5
<i>non sa, non risponde</i>	68	17.0
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**Lei ricorda come ha votato in occasione del referendum consultivo sulla Linea 3?**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>ha votato a favore del percorso</i>	103	25.8
<i>ha votato contro il percorso</i>	129	32.3
<i>astensione, scheda nulla, non ha votato</i>	111	27.8
<i>non risponde</i>	57	14.3
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**Lei ritiene che il sindaco e l'amministrazione proseguendo i lavori della Linea 3 rispettino la volontà dei cittadini espressa in un referendum seppur consultivo?**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>sì, viene rispettata la volontà popolare</i>	56	14.0
<i>no, non viene rispettata perché i cittadini si sono espressi contro la linea 3</i>	275	68.8
<i>non sa, non risponde</i>	69	17.3
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**Occupazione**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>dirigente, professionista</i>	36	9.0
<i>artigiano, commerciante</i>	16	4.0
<i>operaio, impiegato pubblico</i>	74	18.5
<i>operaio, impiegato azienda privata</i>	74	18.5
<i>situazione non professionale</i>	200	50.0
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**Codifica distanza dal percorso della linea 3 della tramvia**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>fino a 300 metri</i>	77	19.3
<i>oltre 300 metri</i>	323	80.8
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

**Codice di Avviamento Postale**

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>50127</i>	107	26.8
<i>50129</i>	47	11.8
<i>50134</i>	106	26.5
<i>50139</i>	45	11.3
<i>50141</i>	52	13.0
<i>50145</i>	43	10.8
<b>Totale</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>