

Maggio 2016

Indagine sulla
soddisfazione
degli associati
2014/2015

Analisi dei risultati

Fabio Franchina

Campione

- Totale risposte valide: 161

Per fatturato/ categoria	N. DI AZIENDE	% TOTALE RISPOSTE	% TOTALE CATEGORIA
0-10 ml di €	97	61%	32%
10 a 50 ml di €	23	15%	35%
≥50 ml di€	10	6%	41%
Multinazionale	21	13%	61%
Aggregati	10	6%	21%

Universo di riferimento: 465 aziende

- Periodo di somministrazione del questionario online tramite piattaforma *Opinio*: 12 gennaio- 10 febbraio 2016 e 8 marzo- 15 aprile

2. Indice dei risultati

- 1- Rappresentanza
- 2- Servizi, gruppi
- 3- Vita associativa
- 4- Mezzi di comunicazione
- 5- Coinvolgimento
- 6- Valutazione complessiva
- 7- Cosmetica Italia Servizi (fino a dicembre 2015 Unipro Servizi)



1. Rappresentanza

Comunicazione esterna	Insoddisfatto	Poco soddisfatto	Soddisfatto	Molto soddisfatto
Stampa (quotidiani nazionali e periodici)	5%	32%	58%	5%
Stampa trade e specializzata	2%	15%	67%	16%
Televisione e radio	13%	49%	36%	1%
Internet (websites e social network)	3%	20%	60%	17%

1. Rappresentanza

Comunicazione esterna	Soddisfatto		Molto soddisfatto		Soddisfatto+ molto soddisfatto nel 2015 (variazione % rispetto 2013)
	2013	2015	2013	2015	
Stampa (quotidiani nazionali e periodici)	22%	58%	8%	5%	110%
Stampa trade e specializzata	32%	67%	10%	16%	97%
Televisione e radio	13%	36%	4%	1%	164%
Internet (websites e social network)	30%	60%	13%	17%	133%

1. Rappresentanza

Public affairs	Insoddisfatto	Poco soddisfatto	Soddisfatto	Molto soddisfatto
Ministero della Salute	2%	11%	67%	20%
Ministero dello Sviluppo Economico	2%	20%	68%	10%
ITA (ex-ICE)	1%	20%	66%	13%
Sistema Camerale (Promos, Formaper)	2%	19%	67%	12%
Associazioni di consumatori	3%	17%	71%	9%
Mondo della politica nazionale e europea	4%	30%	63%	3%

1. Rappresentanza

Comunicazione esterna	Soddisfatto		Molto soddisfatto		Soddisfatto+ molto soddisfatto nel 2015 (variazione % rispetto 2013)
	2013	2015	2013	2015	
Ministero della Salute	38%	67%	20%	20%	50%
Ministero dello Sviluppo Economico e ITA (ex-ICE)	32%	67%	10%	12%	88%
Sistema Camerale (Promos, Formaper)	29%	67%	10%	12%	97%

1. Rappresentanza

Crisis management	Insoddisfatto	Poco soddisfatto	Soddisfatto	Molto soddisfatto
Tutela preventiva e reattiva della reputazione del settore e dei prodotti	1%	11%	67%	21%

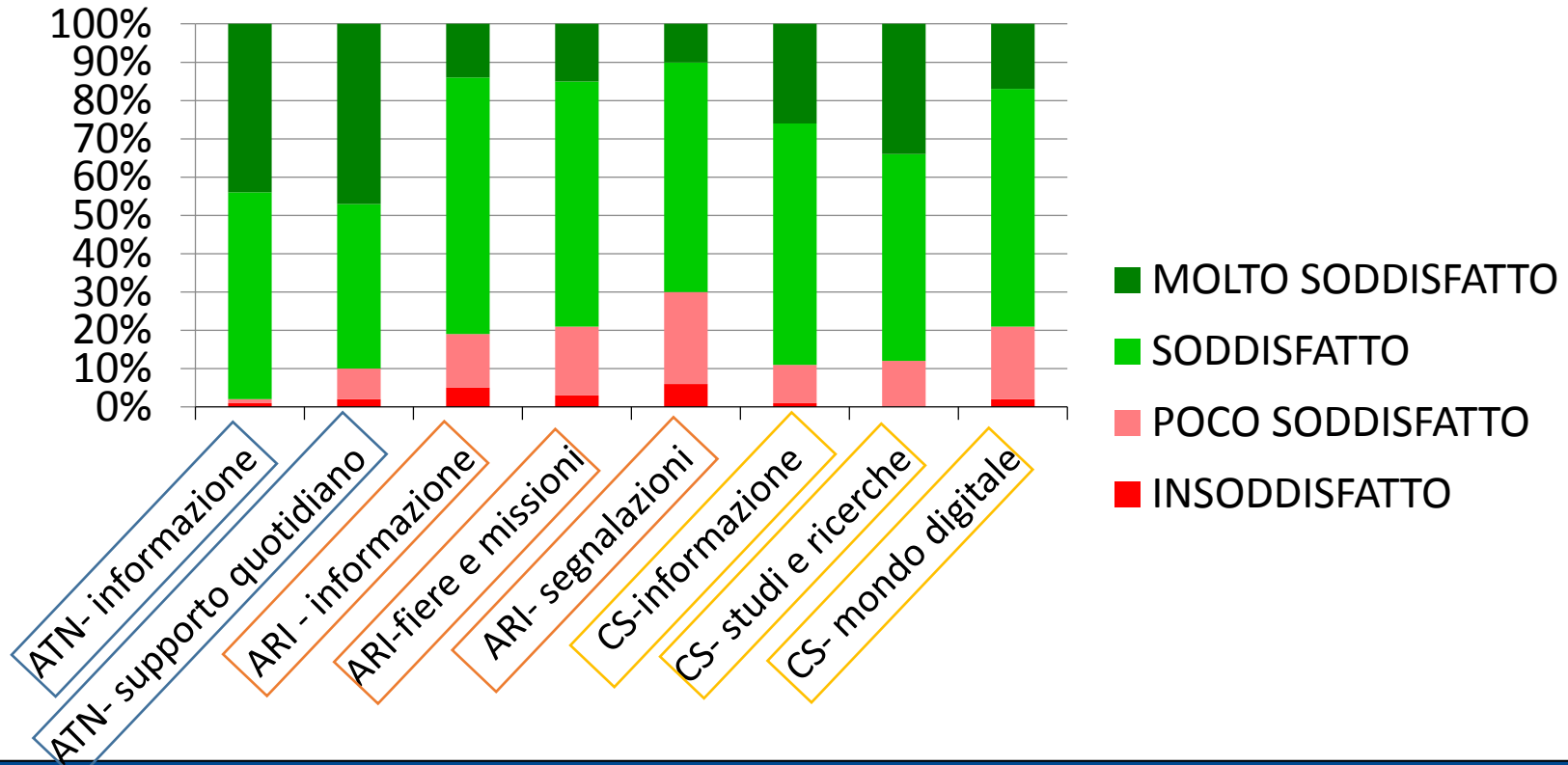
88%
nel 2013= 54%



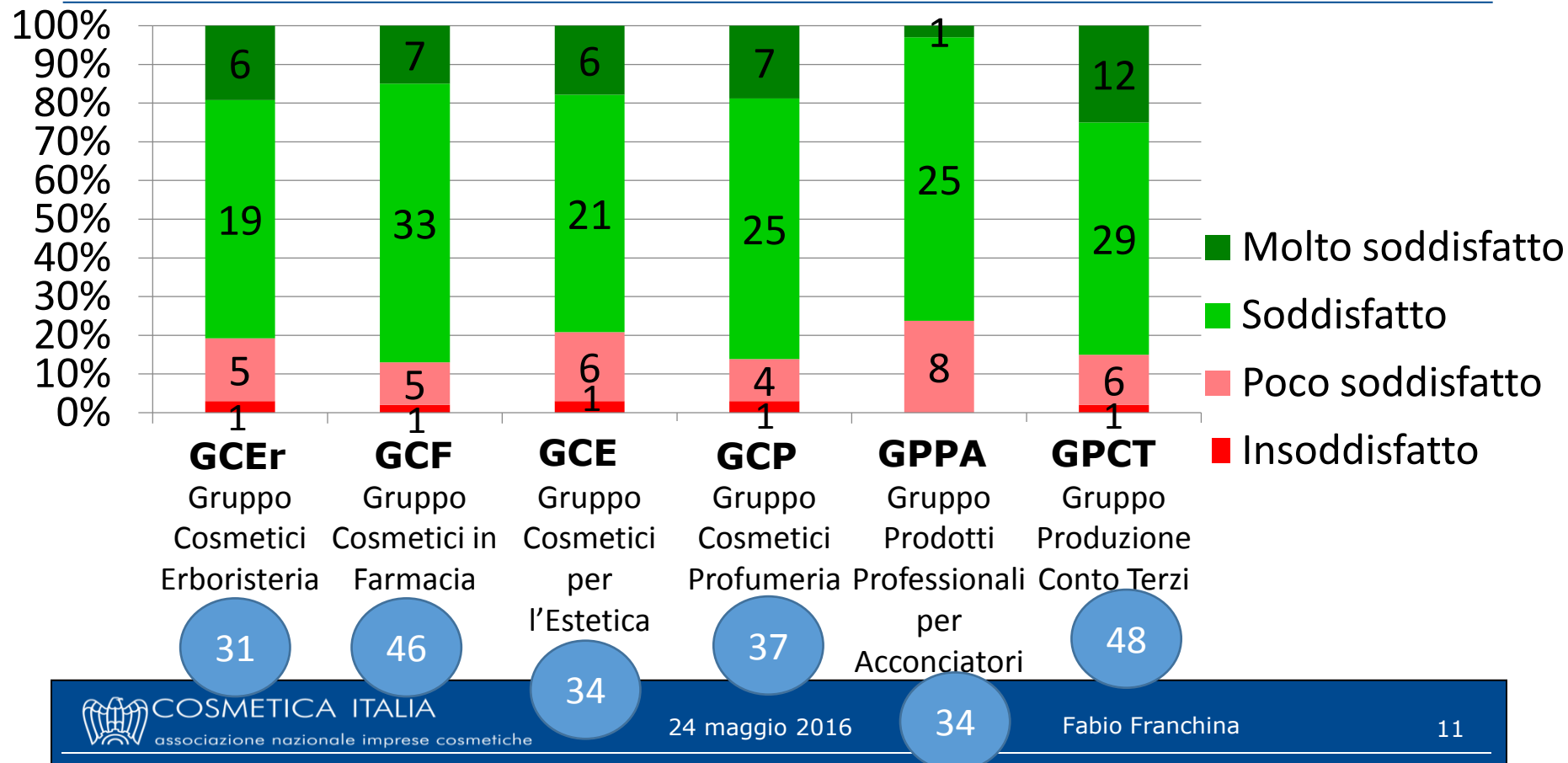
2. Servizi e gruppi

- 1- Servizi erogati
- 2- Gruppi di lavoro
- 3- Attributi di servizio

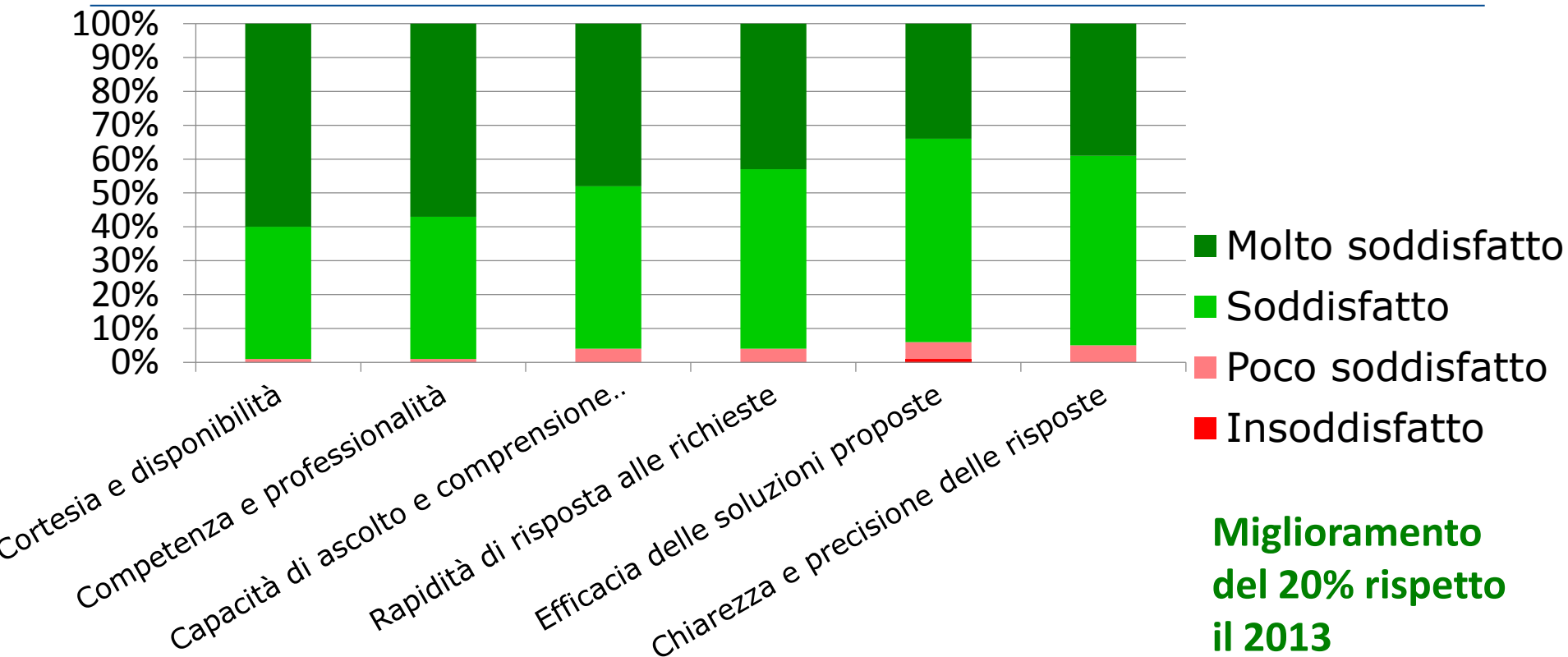
2.1. Servizi erogati da Cosmetica Italia alle aziende associate: valutazione



2.2. Gruppi merceologici: valutazione



2.3. Attributi di servizio



3. Vita Associativa

#	Partecipo ogni volta che posso perché ...	2015
1	considero le iniziative utili e interessanti	69%
2	mi aiutano a risolvere i problemi aziendali	39%
3	incontro altri imprenditori	32%
4	posso contribuire a far crescere l'Associazione	22%
5	faccio crescere il mio business	13%
6	altro	1%

*Fino a 3
risposte*

#	Non partecipo quasi mai perché ...	2015
1	per mancanza di tempo	36%
2	perché sono distante da Milano	20%
3	perché le iniziative non sono utili e interessanti	4%
4	altro	2%

*Fino a 2
risposte*



4. Mezzi di comunicazione impiegati di Cosmetica Italia

- 1- Sito web www.cosmeticaitalia.it
- 2- Newsletter –Cosmetica Italia news
- 3- Magazine mensile Accademia33
- 4- Sito consumer dell'Associazione – www.abc-cosmetici.it
- 5- LinkedIn

4.1. Mezzi di comunicazione: sito web

Quali sezioni visita maggiormente?

#	2013	2015	
1	Circolari	Circolari	72%
2	Tecnico Regulatorio	Tecnico Regulatorio	71%
3	Centro Studi	Formazione	37%
4	Notizie Utili	Notizie Utili	36%
5	Eventi	Centro Studi	25%
6	Formazione	Appuntamenti	25%
7	Relazioni Internazionali	Relazioni Internazionali	23%
8		Imprese associate	3%

Fino a 4 risposte

94% consulta il sito:

9% tutti i giorni

34% 2/3 volte alla settimana

34% 3/4 volte al mese

22% saltuariamente

Consulta il sito	2011	2013	2015
SI	94%	94%	94%

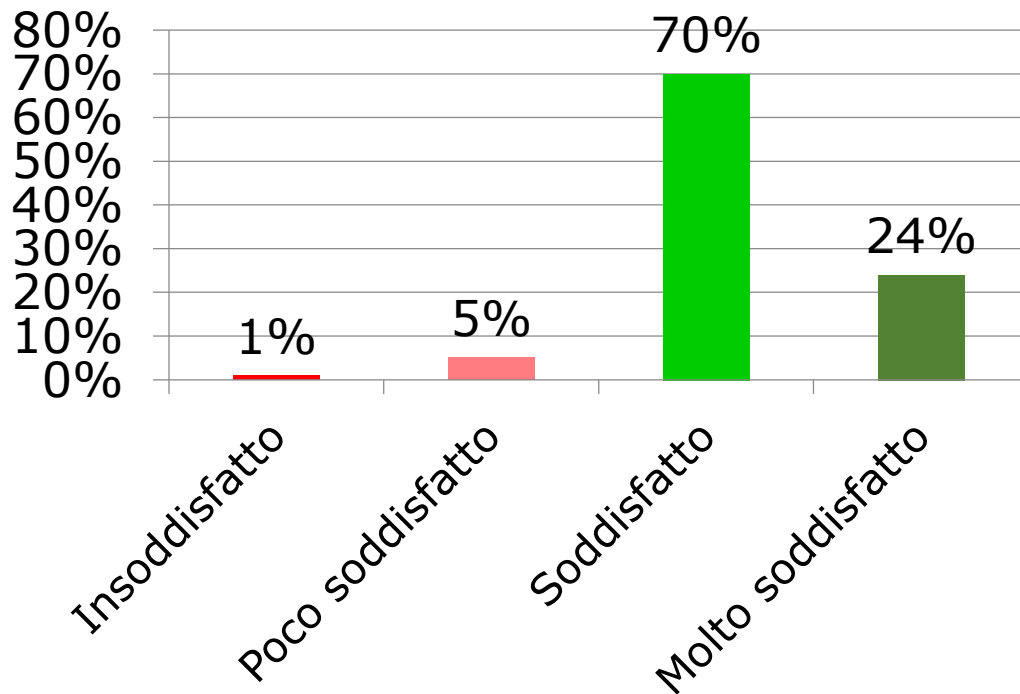


4.2. Mezzi di comunicazione: newsletter

88%

conosce la newsletter

Valutazione



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

24 maggio 2016

Fabio Franchina

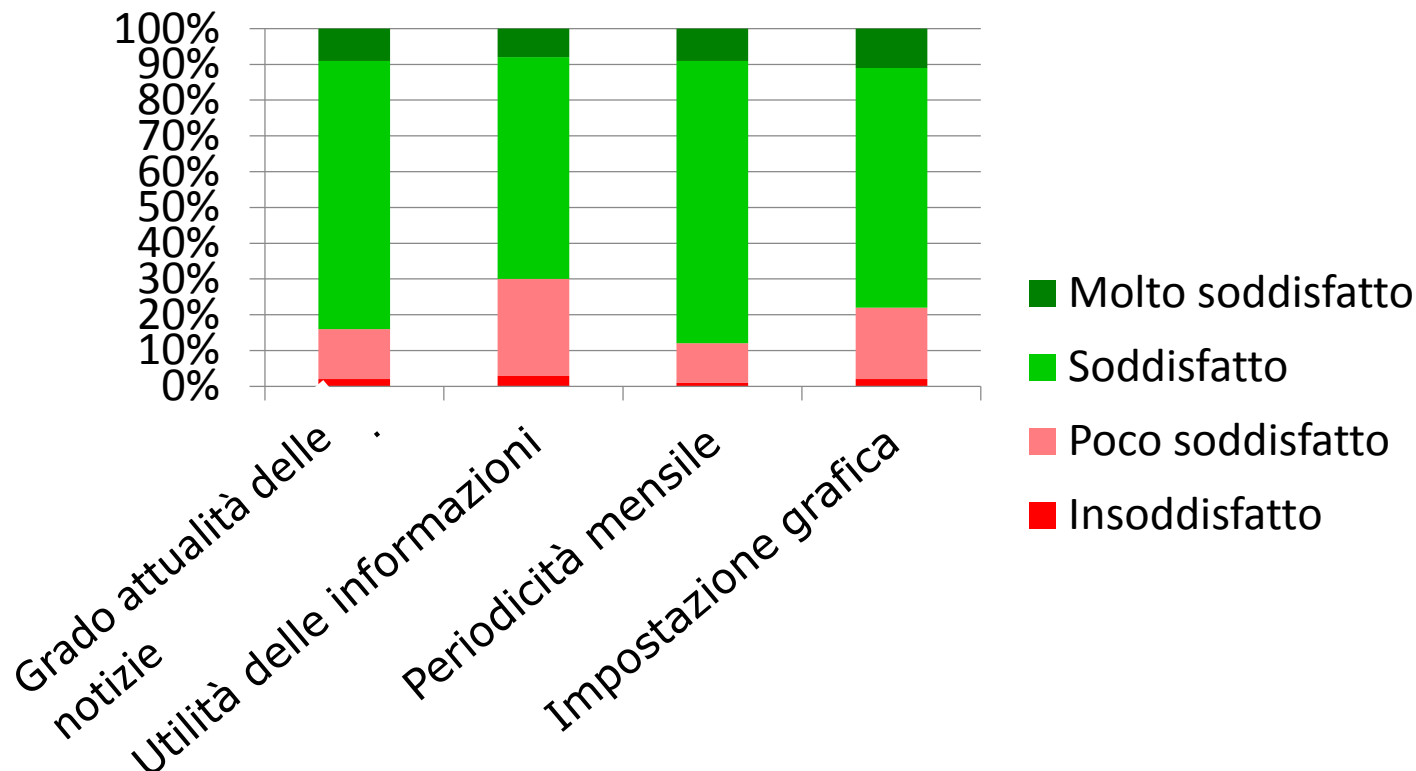
16

4.3. Mezzi di comunicazione: magazine mensile

Accademia33

82%

conosce
Accademia33



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

24 maggio 2016

Fabio Franchina

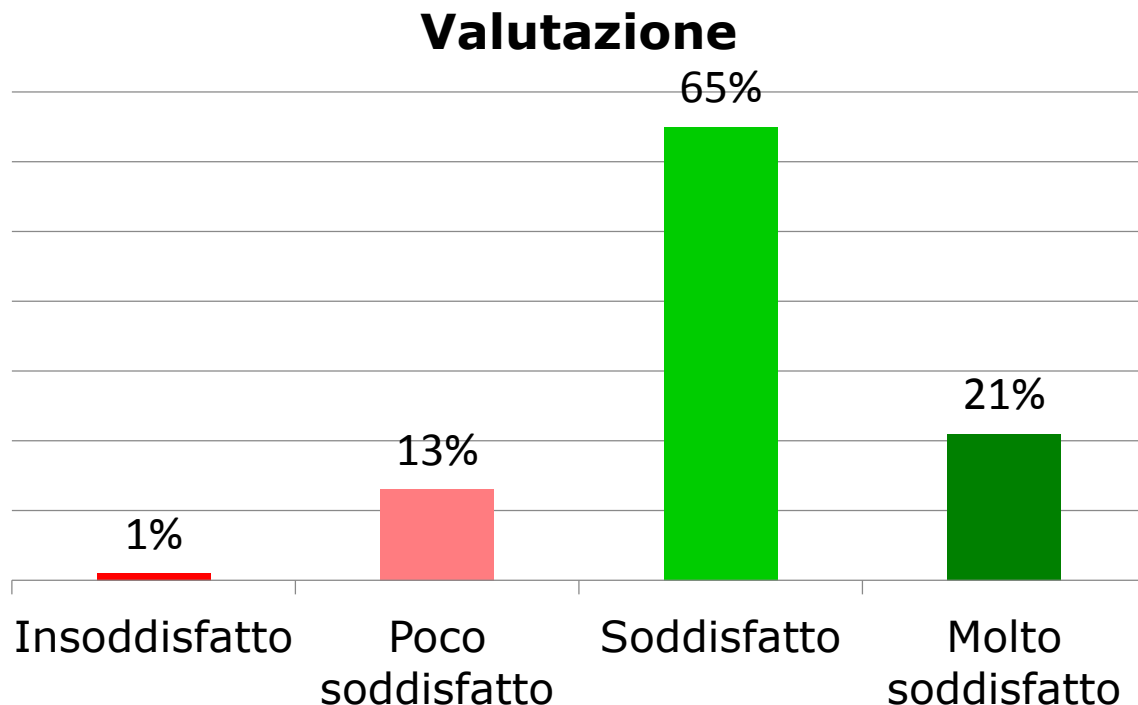
17

4.4. Mezzi di comunicazione: sito consumer dell'Associazione www.abc-cosmetici.it

65%

conosce
Abc-cosmetici.it

Conosce il sito?	2011	2013	2015
SI	65%	61%	65%

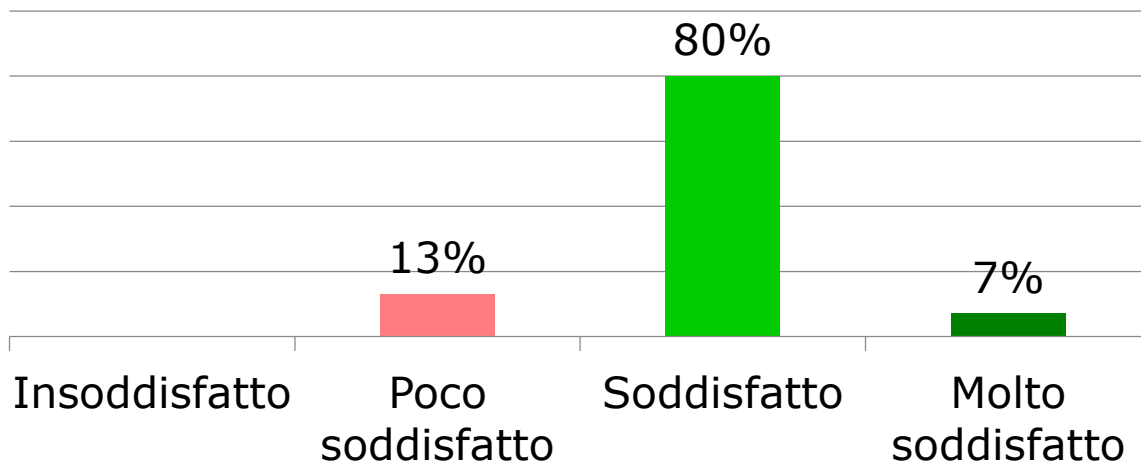


4.5. Mezzi di comunicazione: profilo in LinkedIn

31%

conosce
Il profilo di
Cosmetica Italia
in LinkedIn

Valutazione dei post

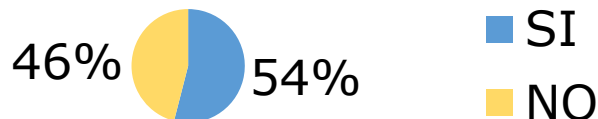


5. Coinvolgimento

Quanto reputa importante l'interazione dell'Associazione con la sua azienda?

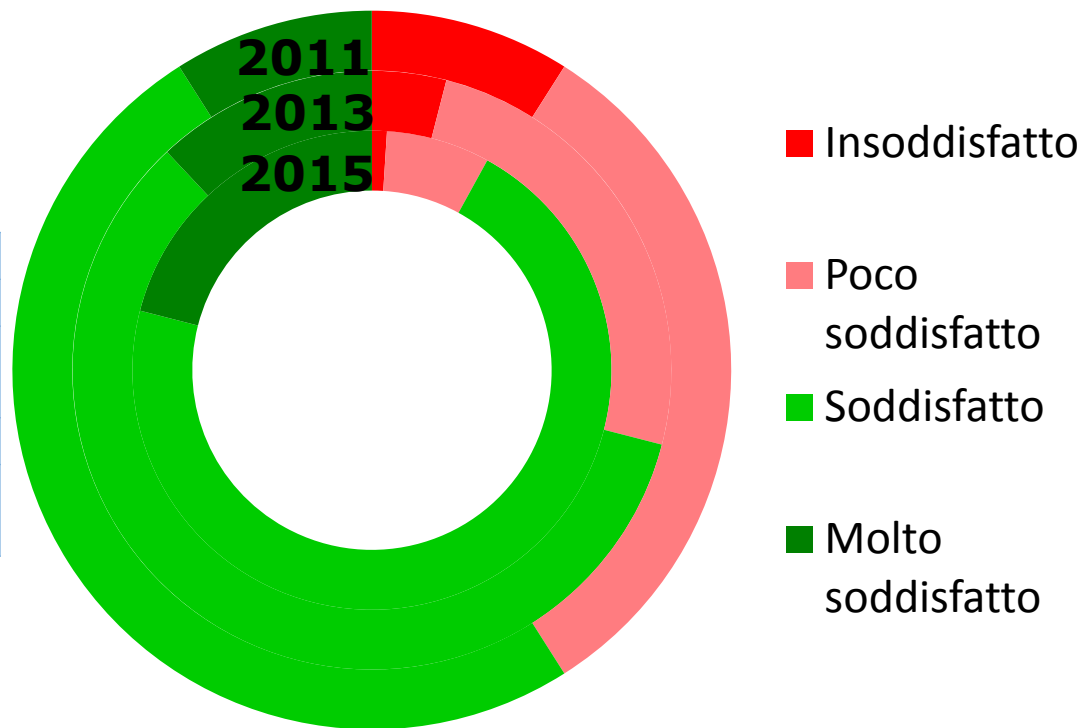
Per nulla importante	Poco importante	Importante	Molto importante
1%	5%	58%	36%

Gradirebbe una visita



6. Valutazione complessiva

	2015	2013	2011
Insoddisfatto	1%	4%	9%
Poco soddisfatto	7%	25%	32%
Soddisfatto	71%	59%	50%
Molto soddisfatto	21%	12%	9%



COSMETICA ITALIA SERVIZI

(fino a 2015 UNIPRO SERVIZI)



1. Cosmetica Italia Servizi (ex-Unipro Servizi):

Formazione

89% conosce
l'offerta formativa
(+ 12% rispetto il
2013)

Il **71%** partecipa

#	Come ne è venuto a conoscenza?	
1	E-mail dedicata (attualmente DEM)	32%
2	Cosmetica Italia daily news	26%
3	Sito web	24%
4	Catalogo formativo online	8%
5	Passaparola	6%
6	Altro (vita associativa)	3%
7	Motore ricerca (es.google)	1%

Valutazione

Insoddisfatto **Poco
soddisfatto** **Soddisfatto** **Molto
soddisfatto**

1%	5%	77%	17%
----	----	-----	-----



1. Cosmetica Italia Servizi (ex-Unipro Servizi): Formazione

Considerazioni e suggerimenti

1. Comunicare meglio la differenza tra seminario e corso, quando è la presentazione di un prodotto/servizio
2. Modalità online per eventi, seminari e corsi
3. In altre sedi geografiche (es. Sud, Veneto, Bologna)
4. Descrizione e destinatari devono essere molto specifiche per corsi dell'ATN per essere all'altezza delle aspettative (junior, senior?)
5. Devono avere maggiore utilità pratiche
6. Aspetto economico
7. Spesso i corsi non sono in linea con le necessità di una grande azienda parte di un gruppo multinazionale

2. Cosmetica Italia Servizi (ex-Unipro Servizi):

Consulenza

Valutazione

69% conosce
l'offerta di
consulenza

Di cui il **31%**
ne usufruisce

Insoddisfatto

**Poco
soddisfatto**

Soddisfatto

**Molto
soddisfatto**

0%

10%

72%

17%

Considerazioni e suggerimenti

Riprendere il progetto Affidabilità GMP con una check list più "pratica" ed efficace che non sia la copia della ISO 9001 o della 22716

Servono consulenze più approfondite sulle questioni normative per la registrazione di prodotti all'estero

Nuovo servizio: e-commerce coach



3. Cosmetica Italia Servizi (ex-Unipro Servizi): Testing

59% conosce
l'offerta di Testing

Di cui il **17%**
ne usufruisce

Valutazione del servizio

Insoddisfatto	Poco soddisfatto	Soddisfatto	Molto soddisfatto
3%	16%	58%	23%

Nuovi servizi: test qualitativi packaging e fragranze