



DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO

(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)

1. Titolo del sondaggio: "COMPETITIVITÀ DEL MADE IN ITALY, IL RUOLO DELLA SOSTENIBILITÀ - Cosa pensano gli Italiani?"

2. Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Ipsos S.r.l.

3. Soggetto committente: Birra Peroni

4. Soggetto acquirente: Ipsos S.r.l.

5. Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: dal 25 al 28 febbraio 2025

6. Mezzo/Mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio

(pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web):

- La Gazzetta del Mezzogiorno (<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/ultima-ora/1673574/sostenibilita-birra-peroni-e-chiave-per-il-futuro-del-made-in-italy.html>)
- Il Sole 24 Ore (https://stream24.ilssole24ore.com/video/economia/birra-peroni-la-sostenibilita-e-chiave-il-futuro-made-italy/AGU6K8TD?refresh_ce=1)
- Il Tirreno (<https://www.iltirreno.it/ultimora-adnkronos/2025/03/12/news/sostenibilita-birra-peroni-e-chiave-per-il-futuro-del-made-in-italy-1.100675009>)
- La nuova Sardegna (<https://www.lanuovasardegna.it/ultimora-adnkronos/2025/03/12/news/sostenibilita-birra-peroni-e-chiave-per-il-futuro-del-made-in-italy-1.100675010>)
- Gazzetta di Firenze ([Sostenibilità: Birra Peroni, è chiave per il futuro del Made In Italy | La Gazzetta di Firenze](https://www.gazzettafirenze.it/news/sostenibilita-birra-peroni-e-chiave-per-il-futuro-del-made-in-italy))
- Quotidiano la Regione (<https://laragione.eu/adnkronos/news/sostenibilita-birra-peroni-e-chiave-per-il-futuro-del-made-in-italy/>)

7. Data di pubblicazione o diffusione: 12 marzo 2025

8. Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio (economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.): Sostenibilità in generale e focus sul settore Birrario

9. Popolazione di riferimento: consumatori di birra negli ultimi 3 mesi

10. Estensione territoriale del sondaggio: estensione nazionale

11. Metodo di campionamento (inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e dell'eventuale campionamento): campione casuale rappresentativo dell'universo di riferimento stratificato per quote di area geografica, età e genere.

12. Rappresentatività del campione e margine di errore: il livello di rappresentatività del campione è del 95% e il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è compreso fra +/- 1.1% e +/- 5.6% per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (300 casi).

13. Metodo di raccolta alle informazioni: sondaggio di opinione tramite metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviews)

14. Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate:

Interviste complete	300	41%
Rifiuti/Sostituzioni	427	59%
Totale contatti effettuati	727	100%

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it
In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata a pena di gravi sanzioni. Ipsos non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza

Testo integrale di tutte le domande (Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)

Q3) Tenendo conto di tutte le tre dimensioni: ambientale, sociale ed economica, quanto direbbe di essere personalmente interessato alla sostenibilità?

1. Molto interessato, mi informo costantemente
2. Abbastanza interessato
3. Poco interessato
4. Per nulla interessato

(Totale rispondenti: 100% - Non sa: 0%)

Q8) In che misura riconosce un valore aggiuntivo (rispetto ad un valore medio di mercato) di un prodotto o servizio fornito da un'azienda, di ciascuno dei seguenti settori, che è attenta all'ambiente, al benessere dei propri lavoratori, clienti e fornitori e della comunità in generale, cioè che punta ad uno sviluppo sostenibile?

1. Non riconosco alcun valore aggiuntivo
2. Fino al 5% in più
3. Tra il 6 e il 10% in più
4. Tra l'11 e il 20% in più
5. Tra il 21 e il 50% in più
6. Più del 50% in più

(Totale rispondenti: 100% - Non sa: 0%)

Q9) Secondo lei quanto le aziende del settore birrario rappresentano al meglio il concetto di "Made in Italy"?

1. Molto
2. Abbastanza
3. Poco
4. Per nulla
5. Non so

(Totale rispondenti: 97% - Non sa: 3%)

Q10) Quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

ITEM

- Le aziende del settore birrario stanno integrando la sostenibilità a tutti i livelli della loro organizzazione
(Totale rispondenti: 87% - Non sa: 13%)
- Le aziende del Made in Italy stanno integrando la sostenibilità a tutti i livelli delle loro organizzazioni.
(Totale rispondenti: 91% - Non sa: 9%)
- Le aziende del settore birrario contribuiscono fortemente alla competitività dell'intera filiera italiana e lo comunicano adeguatamente
(Totale rispondenti: 91% - Non sa: 9%)

SCALA DI RISPOSTA

1. Molto d'accordo
2. Abbastanza d'accordo
3. Poco d'accordo
4. Per nulla d'accordo
5. Non saprei

Q11) Se pensa al ruolo della sostenibilità per la competitività del MADE IN ITALY quali sono gli aspetti che giudica più importanti e per i quali si dovrebbe prestare maggiore attenzione?

1. Accresce l'eccellenza, qualità e la sicurezza dei prodotti Made in Italy (es. qualità della filiera, rapporto con il territorio)
2. Valorizza sul mercato le aziende/i prodotti italiani con buone/ottime prestazioni in ambito ambientale (es. riduzione delle emissioni in atmosfera e dei prelievi idrici)
3. Valorizza sul mercato le aziende/i prodotti italiani con buone/ottime prestazioni in ambito sociale (es. favorire la diversità, equità ed inclusione, promozione della salute e sicurezza)
4. Valorizza sul mercato le aziende/i prodotti italiani con buone/ottime prestazioni in ambito economico (es. creazione e distribuzione del valore, con attenzione alle comunità locali)
5. Accresce la reputazione del Made in Italy nel mondo
6. Nessuna di queste

(Totale rispondenti: 100% - Non sa: 0%)

Verifica della coerenza delle risposte: controllo preventivo effettuato tramite sistema CAWI, secondo gli standard di qualità ASSIRM.

ALLEGATO A - Elenco comuni:

A

ACERRA - NA
ACQUAVIVA DELLE FONTI - BA
ACQUI TERME - AL
AGRATE BRIANZA - MB
AIELLO DEL SABATO - AV
ALBIGNASEGO - PD
AMASENO - FR
ANCONA - AN
ANDRIA - BT
ANGUILLARA VENETA - PD
ANTEGNATE - BG
ANZIO - RM
ANZOLA DELL'EMILIA - BO
ARCENE - BG
AREZZO - AR
ARIANO IRPINO - AV
ARZANO - NA
ASSEMINI - CA
ASTI - AT
ATRIPALDA - AV
AVELLINO - AV
AVIANO - PN

B

BAGNARA DI ROMAGNA - RA
BAIANO - AV
BARI - BA
BARONISSI - SA
BATTIPAGLIA - SA
BERGAMO - BG
BISCEGLIE - BT
BOLOGNA - BO
BORMIO - SO

C

CADONEGHE - PD
CAGLIARI - CA
CALVI RISORTA - CE
CAMPOBASSO - CB
CAMPOFORMIDO - UD
CAMPONOGARA - VE
CAMPOSAMPIERO - PD
CANEGRATE - MI
CAPRANICA PRENESTINA - RM
CAPRINO VERONESE - VR
CARMIANO - LE
CAROVIGNO - BR

CARPANETO PIACENTINO - PC
CARPI - MO
CASARANO - LE
CASSINA DE PECCHI - MI
CASTELLAMMARE DI STABIA - NA
CASTELLARANO - RE
CASTIGLIONE DELLE STIVIERE - MN
CATANIA - CT
CEGLIE MESSAPICA - BR
CELLAMARE - BA
CELLINO ATTANASIO - TE
CESANO BOSCONI - MI
CESENA - FC
CESENATICO - FC
CETRARO - CS
CHIOGGIA - VE
CINISELLO BALSAMO - MI
CIVITANOVA MARCHE - MC
COLLESALVETTI - LI
COLONNELLA - TE
COMO - CO
CONEGLIANO - TV

CORBETTA - MI
CORNO DI ROSAZZO - UD
COSTA DI MEZZATE - BG
CUNEO - CN
CURNO - BG

D

DALMINE - BG

F

FANO - PU
FAVARA - AG
FERRARA - FE
FIESSO D'ARTICO - VE
FILADELFIA - VV
FIRENZE - FI
FOGGIA - FG
FOLLONICA - GR
FORLÌ - FC
FORMIA - LT
FRABOSA SOTTANA - CN

G

GAETA - LT
GAGGIANO - MI
GALATINA - LE
GENOVA - GE
GIARRE - CT
GIOIOSA MAREA - ME
GORGONZOLA - MI
GROSSETO - GR
GUALDO TADINO - PG
GUIDONIA MONTECELIO - RM

I

ISCHIA - NA

J

JESOLO - VE

L

LANCIANO - CH
LATINA - LT
LECCE - LE
LECCO - LC
LEGNANO - MI
LEINI - TO
LUZZARA - RE

M

MACERATA - MC
MAGLIANO ALPI - CN
MANDURIA - TA

MANIAGO - PN
MARANO MARCHESE - CS
MARENO DI PIAVE - TV
MARINO - RM
MARZABOTTO - BO
MASSAROSA - LU
MELITO DI NAPOLI - NA
MILANO - MI
MILITELLO IN VAL DI CATANIA - CT
MISANO ADRIATICO - RN
MODENA - MO
MONFORTE D'ALBA - CN
MONOPOLI - BA
MONTECATINI TERME - PT
MONTECHIARO D'ACQUI - AL
MONTERONI DI LECCE - LE
MONZA - MB
MOZZO - BG
MUGNANO DI NAPOLI - NA
MULAZZANO - LO
MUSSO - CO

N

NAPOLI - NA
NOTO - SR
NUVOLERA - BS

O

ODERZO - TV
OSIMO - AN
OSNAGO - LC
OSPITALETTO - BS
OSSONA - MI

P

PADERNO DUGNANO - MI
PADOVA - PD
PALERMO - PA
PALO DEL COLLE - BA
PAVIA - PV
PERITO - SA
PERUGIA - PG
PESCARA - PE
PIANO DI SORRENTO - NA
POGGIO BUSTONE - RI
POGGIO RENATICO - FE
POLLENA TROCCHIA - NA
PONTE BUGGIANESE - PT

PONTEDERA - PI
PORTICI - NA
PORTO SAN GIORGIO - FM
PORTO TORRES - SS

R

RAVENNA - RA
REGGIO CALABRIA - RC
REGGIO EMILIA - RE
ROCCA PRIORA - RM
ROGGIANO GRAVINA - CS
ROMA - RM
ROSETO DEGLI ABRUZZI - TE

S

SALA CONSILINA - SA
SALERNO - SA
SAN CESARIO SUL PANARO - MO
SAN DANIELE DEL FRIULI - UD
SAN GAVINO MONREALE - SU
SAN GENESIO ED UNITI - PV
SAN MAURO PASCOLI - FC
SAN VITALIANO - NA
SANNAZZARO DE BURGONDI - PV
SANT'ARPINO - CE
SANTA CROCE SULL'ARNO - PI
SANTA MARIA CAPUA VETERE - CE
SASSARI - SS
SAVONA - SV
SCANDICCI - FI
SCHIO - VI
SEGRATE - MI
SENAGO - MI
SEREGNO - MB
SERRAMANNA - SU
SESTO SAN GIOVANNI - MI
SEVESO - MB
SIGNA - FI
SONA - VR
SORRENTO - NA
SPOLETO - PG
STORNARELLA - FG
SULMONA - AQ

T

TARCENTO - UD
TAURIANOVA - RC
TERRACINA - LT



TORINO - TO
TORREMAGGIORE - FG
TRANI - BT
TRIESTE - TS
TRIGGIANO - BA
TROPEA - VV
U
UDINE - UD
V
VARALLO POMBIA - NO
VARESE - VA

VENEZIA - VE
VENTIMIGLIA - IM
VERNOLE - LE
VEROLI - FR
VERONA - VR
VERONELLA - VR
VIAREGGIO - LU
VIBO VALENTIA - VV
VICENZA - VI
VIDOR - TV

VIGNATE - MI
VILLACIDRO - SU
VILLANUOVA SUL CLISI - BS
VILLASANTA - MB
VIMODRONE - MI
VITTORIA - RG
VOLLA - NA
Z
ZEVIO - VR