Eumetra Monterosa S.p.A.

Documento completo relativo al sondaggio[1]

(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

Effetti del carovita

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Eumetra Monterosa S.p.A.

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Eumetra Monterosa S.p.A.

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Eumetra Monterosa S.p.A.

5. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

13-14 ottobre 2026

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Eumetra Monterosa S.p.A.

6. MEZZO/MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI È PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO[2] (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

Diffuso su Rai News 24, Affaritaliani.it, Repubblica.it, Teleborsa.it, Lastampa.it, Milanofinanza.it, Italiaoggi.it

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

16-19 ottobre 2026

8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*)

società

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

popolazione italiana maggiorenne

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Sondaggio a livello nazionale

[2] Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento.
[3] Nel definire l'estensione territoriale del sondaggio è possibile scegliere tra due opzioni, la prima con l'elenco dei comuni oggetto della rilevazione, la seconda con il numero dei comuni suddiviso per area geografica.

Eumetra Monterosa S.p.A.

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

Abano Terme
Abbiategrasso
Acerra
Aci Bonaccorsi
Aci Castello
Aci Catena
Acqualagna
Acquapendente
Acqui Terme
Adelfia
Adrara San Martino
Adro
Afragola
Agerola
Agira
Agrigento
Airola
Ala
Albano Laziale
Albaredo Arnaboldi
Alberobello
Albino
Ales
Alessandria
Alezio
Alfonsine
Almese
Alta Val Tidone
Altamura
Altavilla Silentina
Altavilla Vicentina
Altopascio
Altopiano della Vigolana
Amorosi
Ancona
Andria
Anfo
Angera
Angri
Annone di Brianza
Antrodoco
Anzio
Anzola dell'Emilia
Aosta
Apiro
Appiano Gentile
Appignano
Aprilia

[4] Inserire, nella casella di testo, l'elenco dei comuni in formato tabella.

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti					
più di 5mila abitanti					
fino a 10mila abitanti					
tra 10mila e 100mila abitanti					
più di 100mila abitanti					
Totale					

11. METODO DI CAMPIONAMENTO *(inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione)*

Campione casuale stratificato per quote

12. RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

Rappresentativo dell'universo di riferimento per genere, età, aree geografiche di residenza.

Margine di errore: 3,5%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

C.A.W.I. (Computer Assisted Web Interview)

[5] La suddivisione geografica delle Regioni segue la ripartizione dell' Istat:

- Nord Ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- Nord Est: Bolzano-Bozen, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
- Centro: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- Sud e Isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

Eumetra Monterosa S.p.A.

14. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE;

Non reperibili	cifra ……2.049	% ……69,70
Rifiuti	cifra ……17	% ……0,90
Sostituzioni	cifra ……46	% 1,50
Totale interviste effettuate	cifra ……2.929	% ……100,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

(*Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)*

D1: Rispetto ad un anno fa, il tuo carrello della spesa è più pieno o più vuoto?
1. Più pieno
2. Più vuoto
3. Rimasto uguale

% risposte: 100%

D2: Pensando al tuo carrello della spesa… nel corso dell'ultimo anno, nella tua famiglia, come avete modificato le spese di ciascuna di queste categorie di prodotto?

1. Ho comprato di più 2. Non ho cambiato 3. Ho comprato di meno 4. Non compro più 99. Non compro questi prodotti

1. Frutta e verdura fresche
2. Carne fresca
3. Pesce fresco
4. Vino
5. Liquori
6. Prodotti di gastronomia freschi
7. Prodotti forno confezionati (biscotti, pancarré, fette biscottare, ecc.)
8. Carne o pesce in scatola
9. Surgelati
10. Prodotti di marca
11. Prodotti a marchio del supermercato

% risposte: 100%

D3. Pensando alle spese che sostieni per i tuoi figli… nel corso dell'ultimo anno, nella tua famiglia, come sono cambiate le spese per ciascuna di queste voci?

1. Spendo di più 2. Non è cambiato 3. Spendo di meno 4. Ho rinunciato a questa spesa 99. Non sostengo questa spesa

1. Alimenti specifici per bambini (latte in polvere, omogeneizzati, merende)
2. Pannolini e prodotti per l'igiene
3. Abbigliamento e calzature
4. Libri e materiale scolastico
5. Mensa, trasporto scolastico, rette (nido, scuola)
6. Attività sportive
7. Attività extrascolastiche (musica, lingue, ripetizioni)
8. Giochi e giocattoli
9. Tecnologia (smartphone, tablet, videogiochi)
10. Salute (visite, dentista/ortodonzia, farmaci)
11. Babysitter, centri estivi, campus
12. Vacanze e tempo libero dei figli

Per bloccare i contenuti cliccare sull'icona.

[6] Inserire, nella casella di testo, l'elenco di tutte le domande.