

25 Ottobre 2010

## II “Documento” completo relativo ai sondaggi

(in ottemperanza al regolamento dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002)

<< PANEL SERVICES 2010 – Bio presto – Henkel Italia >>

A. **SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO**

⇒ GfK Eurisko s.r.l.

B. **COMMITTENTE E ACQUIRENTE**

⇒ Indagine multiclient di proprietà di GfK Eurisko s.r.l.

⇒ Cliente acquirente: Henkel Italia

C. **TIPO E OGGETTO DEL SONDAGGIO**

⇒ ConsumerScan è un tracking continuativo degli acquisti FMCG condotto su Panel; consiste nella rilevazione continuativa dei prodotti di largo consumo, sulla quale si basa l’attività di tracking e di analisi dei consumi familiari e/o individuali degli italiani.

ConsumerScan è un servizio Multiclient con metodologia e set informativo omogenei per le diverse merceologie.

Attraverso i più efficaci sistemi di raccolta dati, per ogni componente del campione si è in grado di registrare i prodotti acquistati e gli attributi che li caratterizzano.

Nel fattispecie, Henkel Italia è interessata ad utilizzare il dato di penetrazione della brand Bio presto (detergente lavatrice).

**UNIVERSO O COLLETTIVO DI RIFERIMENTO**

⇒ Popolazione italiana

**UNITÀ INTERVISTATE**

⇒ Le unità intervistate sono i responsabili degli acquisti dei beni di largo consumo

GfK Eurisko S.r.l.  
Via Monte Rosa 15  
20149 Milano

Tel +39 02/438091  
Fax +39 02/4814177  
www.gfk-eurisko.it

Piazza della Repubblica 59  
00185 Roma  
Tel +39 06/47823302  
Fax +39 06/96703967

Cap. soc. € 2.600.000,00 i.v.  
REA Milano 1514546  
C.F., P.IVA e Iscr. Reg. Imp.  
11955940157

Direzione e coordinamento: GfK AG

#### TIPO DI CAMPIONAMENTO E DETTAGLIO SUI CRITERI SEGUITI PER LA FORMAZIONE DEL CAMPIONE

- ⇒ Il panel utilizzato è un campione di 8.000 famiglie permanente e rappresentativo della popolazione Italiana, che fornisce in via continuativa informazioni dettagliate sugli acquisti di beni di largo consumo, grazie ad una rete di rilevatori che raccoglie quindicinalmente le informazioni rilevate dalle famiglie.
- ⇒ L'informazione relativa all'utilizzo dei prodotti acquistati viene rilevata su un sotto-campione rappresentativo, costituito da 5.000 famiglie.

#### D. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO ( COMUNI DI RILEVAZIONE )

- ⇒ Le unità territoriali (comuni) sulle quali è dislocato il panel sono 700

#### E. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

- ⇒ Tracking continuativo. Il dato che verrà utilizzato dal cliente Henkel è relativo all'anno terminante Giugno 2010

#### F. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

- ⇒ Rete di rilevatori per la raccolta quindicinale delle informazioni rilevate dalle famiglie.  
La rilevazione avviene attraverso un personal computer dotato di tecnologia scanner, in grado di rilevare il codice ean del singolo prodotto.

#### G. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE RIVOLTE AI RISPONDENTI

- ⇒ Registrazione del codice ean dei prodotti acquistati (nella fattispecie prodotti detergenti per lavatrice) e dei relativi attributi che li caratterizzano: quanti pezzi sono stati acquistati e relativo prezzo, dove e quando sono stati acquistati, chi li utilizza nel nucleo familiare.

H. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE, PERCENTUALE DELLE PERSONE CHE HANNO RISPOSTO A CIASCUNA DOMANDA

- ⇒ Numerosità campionaria: 5.000 famiglie
- ⇒ Numero dei non rispondenti/ cadute/ contatti a vuoto: non applicabile per questa metodologia
- ⇒ Totale contatti effettuati: non applicabile per questa metodologia
- ⇒ Percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda: non applicabile per questa metodologia

I. VERIFICA DELLA COERENZA DELLE RISPOSTE ALLE DIVERSE DOMANDE

- ⇒ Nel rispetto degli standard Assirm e norme ISO 9000

L. "RAPPRESENTATIVITÀ" DEI RISULTATI, IN TERMINI "MARGINE DI ERRORE", AL LIVELLO FIDUCIARIO DEL 95%, DELLE STIME OTTENUTE (VALORI ASSOLUTI, MEDIE, PERCENTUALI, ETC.) PER LE VARIABILI PIÙ IMPORTANTI CON RIFERIMENTO AGLI OBIETTIVI DEL SONDAGGIO (CON RIFERIMENTO AL MARGINE DI ERRORE OCCORRE SPECIFICARE GLI EVENTUALI LIMITI INTERPRETATIVI DEI RISULTATI PIÙ ANALITICI CONTENUTI NELLE TABELLE PUBBLICATE E DIFFUSE)

- ⇒ L'ampiezza dell'intervallo nel quale, con una probabilità stimata del 90%, cade il valore esatto del fenomeno (penetrazione di Bio presto), risulta uguale all'4.3%

M. MEZZO DI COMUNICAZIONE SU CUI E' STATO PUBBLICATO IL SONDAGGIO

- ⇒ Il dato verrà utilizzato da Henkel Italia per una comunicazione pubblicitaria su Gdo week, relativa al prodotto per la detergenza lavatrice "Bio presto"

Con il presente documento, GfK Eurisko intende certificare il dato relativo alla penetrazione del brand "Bio presto" e autorizza Henkel Italia alla sua divulgazione.

GfK Eurisko  
Div. Panel Services

  
(Giorgio Redolfi)