ISPO Ricerche S.r.l.

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

Il Barolo nella percezione di ristoranti ed enoteche

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

ISPO Ricerche S.r.l.

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Accademia del Barolo

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Accademia del Barolo

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

Dal 7 novembre 2012 al 12 novembre 2012

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

ISPO Ricerche S.r.l.

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)*

Pubblicato sul quotidiano La Stampa

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

2 dicembre 2012

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

Economia, cucina

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Enoteche e ristoranti di lusso che servono Barolo

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Sondaggio di opinione 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.

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

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

ISPO Ricerche S.r.l.

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	32	20	24	24	100

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

Campione casuale stratificato quote

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

Rappresentativo delle enoteche e ristoranti di lusso che servono Barolo per area geografica

Margine di errore: 9,8%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

C.A.T.I., interviste telefoniche basate su un questionario di tipo strutturato

[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

ISPO Ricerche S.r.l.

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

Non reperibili	cifra ……1.579	% ……77,30
Rifiuti	cifra ……334	% ……16,30
Sostituzioni	cifra ……30	% 1,50
Totale interviste effettuate	cifra ……100	% ……4,90

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

D1. Spesso si acquista una bottiglia di vino per occasioni particolari. Qual è, da quanto vede nel suo lavoro, il vino che più spesso viene scelto per queste occasioni?

|_____|
(RISTORANTI: NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
(ENOTECHE: NON SO 4%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 96%)

D2. Le leggerò ora alcune dichiarazioni che altri intervistati prima di lei ci hanno rilasciato pensando al momento in cui consigliano un Barolo. Può indicarmi gentilmente con quale si trova più d'accordo?
(random 1-3)
11. So che i clienti amano gli abbinamenti classici (carni rosse, formaggi…), e consiglio quindi il Barolo soprattutto per questi piatti (% delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
2. Mi piace guidare i clienti verso nuove scoperte, per cui consiglio il Barolo anche con abbinamenti innovativi (% delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
3. Decido a seconda del cliente che ho di fronte, cercando di capire se è tradizionalista o innovativo (% delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
4. (solo enoteche – categoria=1) Non mi capita mai che i clienti mi chiedano un consiglio per un abbinamento (% delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)

D3. A suo parere, rispetto al passato, è cambiato il profilo del consumatore di Barolo? E, se sì, in che modo?
1. Sì, (specificare come)
2. No
3. Non sa/non risponde
(NON SO 10%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 90%)

D4. Qual è, secondo lei, la ragione principale di questa diminuzione?
(random)
1. Vengono preferiti vini più economici
2. I clienti preferiscono rinunciare al vino per ragioni economiche
3. I clienti preferiscono rinunciare al vino per ragioni di salute
4. C'è stato un calo della qualità del Barolo
5. Le preferenze dei consumatori si sono spostate su altri vini di alta gamma
6. C'è stato uno spostamento dei consumi dal vino verso altre bevande, alcoliche e non
7. Altro (specificare)
8. Non so (non leggere)
(NON SO 3%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 97%)

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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