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

La percezione del ruolo e dell'importanza delle fiere per le imprese italiane

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

ISPO Ricerche S.r.l.

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Fiera di Bologna, Milano, Rimini, Verona

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Fiera di Bologna, Milano, Rimini, Verona

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

Dal 18 gennaio 2013 al 24 gennaio 2013

[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 Il Corriere della Sera

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

2 aprile 2013

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

Economia

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Imprese che hanno esposto in una delle fiere di Bologna, Milano, Rimini, Verona

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.

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	29	35	23	13	100

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

Campione casuale estratto da database di nominativi clienti

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

Imprese che hanno esposto in una delle fiere di Bologna, Milano, Rimini, Verona

Margine di errore: 5,0%

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 ……1.693	% ……67,00
Rifiuti	cifra ……434	% ……17,00
Sostituzioni	cifra ……4	% ……0,00
Totale interviste effettuate	cifra ……400	% ……16,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

d1) Alcuni intervistati prima di lei hanno elencato una serie di servizi e canali impiegati dalle imprese per promuovere la propria attività all'estero. Basandosi sulla sua esperienza o le sue impressioni, indichi per ciascuno di essi in che misura lo ritiene utile per promuovere le attività economiche all'estero
1. molto
2. abbastanza
3. poco
4. per nulla
5. (non leggere) non so

(random)
d1_1. i servizi fieristici (NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
d1_2. le camere di commercio e gli enti camerali (NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
d1_3. le rappresentanze diplomatiche in Italia e all'estero (ambasciate, consolati) (NON SO 1%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 99%)
d1_4. le associazioni di categoria (NON SO 1%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 99%)

d2) Abbiamo chiesto alle aziende che fanno export da tempo o a quelle che vogliono cominciare a conquistare nuovi mercati, quali sono i bisogni più sentiti nei quali I SERVIZI FIERISTICI OFFRONO UN SUPPORTO EFFICACE e abbiamo raccolto le seguenti opinioni. Indichi per ciascuna di esse in che misura la condivide
1. molto
2. abbastanza
3. poco
4. per nulla
5. (non leggere) non so

I servizi fieristici contribuiscono a:
(random)
d2_1. aumentare la visibilità della propria azienda tra i buyer esteri (NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
d2_2. creare fra le imprese di uno stesso settore merceologico sinergie utili per approdare nei mercati esteri (NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
d2_3. confrontare la propria strategia di internazionalizzazione con quella dei competitors (NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)
d2_4. far incontrare in un unico evento l'azienda e molteplici acquirenti potenziali provenienti da paesi diversi (NON SO 0%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 100%)

d3) Se dovesse dare un giudizio all'impegno delle politiche pubbliche per quanto riguarda il sostegno al settore fieristico che giudizio darebbe con un voto da 1 a 10 dove 1 significa giudizio pessimo e 10 giudizio ottimo? (11 = non sa)
Voto _____

(NON SO 2%; % delle persone che hanno risposto alla domanda 98%)

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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