

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)

Titolo del sondaggio:

Visibile ai rispondenti: Una nuova survey per te!

Interno: Birra Moretti Italianità

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Toluna Italy S.r.l.

Soggetto committente: Heineken Italia s.p.a.

Soggetto acquirente: Heineken Italia s.p.a.

Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio:

09-11.07.2020

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

Evento pubblico chiamato "Birra moretti: un brindisi in buona compagnia" a Milano

Data di pubblicazione o diffusione: 29.09.2020

Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio (*economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*): Abitudine di consumo della birra e percezione di alcuni temi legati all'essere italiano

Popolazione di riferimento: Italiani, 18-64 anni, bevitori di birra almeno 1 volta negli ultimi 3 mesi con quote per genere, età e area geografica

Estensione territoriale del sondaggio: estensione nazionale. (elenco dei comuni nell'allegato A)

Metodo di campionamento (*inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione*):

Campionamento non probabilistico su Panel Toluna delle popolazioni di riferimento

Metodo di raccolta alle informazioni:

sondaggio di opinione tramite interviste online (CAWI)

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

Popolazione Italiana

619 rispondenti

Interviste complete	401	65%
---------------------	------------	------------

Incomplete	86	14%
------------	-----------	------------

Screened **105** **17%**

QuotaFull **27** **4%**

Error **0** **0%**

Total interviews started 619 100%

In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata a pena di gravi sanzioni. Toluna non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza

Questionario:

Metodologia:

- CAWI Survey online – Toluna
- Sample 400 rispondenti
- 100% beer drinkers
- National representative
- 60% Uomini 40% Donne

Domande di screening

(to all, single answer)

1. Tu sei...?

1. Uomo
2. Donna

Quota check: 60% male 40% female

(to all, numeric answer)

2. Quanti anni hai?

Scripter:

- If cod less than 18 or higher than 65 screen out
- Set quotas: 50% 18-42; 50% 43-65

(to all, single answer)

3. Dove vivi?

1. Nord Ovest (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia)
2. Nord Est (Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna)
3. Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio)
4. Sud (Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia, **Sardegna**)

Scripter: set National representative quotas for Nord ovest, Nord Est, Centro e Sud

(to all, multiple answer)

4. Tu o qualcuno della tua famiglia lavorate in uno dei seguenti settori?

1. Pubblicità, pubbliche relazioni o agenzia creativa
2. Cinema, media o servizi radiotelevisivi
3. Marketing o ricerche di mercato
4. Azienda di produzione e/o distribuzione bevande
5. Nessuno dei precedenti → **exclusive, anchored**

Scripting: code 1 or 2 or 3 or 4 SCREENOUT

(to all, multiple choice – randomize – CATEGORIE ACQUISTATE)

5. Quali dei seguenti tipi di prodotti hai consumato negli ultimi 3 mesi?

1. Vino
2. Succo di frutta
3. Birra
4. Bevande gassate (Coca Cola, aranciata, acqua tonica, ecc...)
5. Acqua minerale in bottiglia
6. Aperitivi confezionati alcolici (Aperol Spritz, ecc...)
7. Aperitivi confezionati analcolici (Crodino, ecc...)
8. Bevande energetiche (Redbull, ecc...)
9. Sport drink (Gatorade, ecc...)
10. Nessuno -> **exclusive, anchored**

Scripter: If item 3 (Birra) is not selected → screen out

- 6. Quanto ti senti orgoglioso di essere Italiano?**
- Per niente orgoglioso
 - Poco orgoglioso
 - Orgoglioso così così
 - Abbastanza orgoglioso
 - Molto orgoglioso
- 7. Qual è la prima cosa che ti viene in mente che ti rende orgoglioso di essere Italiano? (Indicare una sola risposta) _____**
- 8. Pensi che sia cambiato il tuo livello di orgoglio dell'essere Italiano rispetto a prima dell'emergenza sanitaria Covid19?**
- Sì, penso di essere più orgoglioso oggi rispetto al periodo prima della crisi sanitaria
 - Uguale, non è cambiato nel tempo il mio sentimento di orgoglio italiano
 - Penso di essere meno orgoglioso oggi rispetto al periodo prima della crisi sanitaria
- 9. Ora vedrai una breve lista di peculiarità. Tra quelle proposte, quali sono quelle che più caratterizzano l'Italia? (Puoi selezionare fino ad un massimo di tre risposte)**
- La cucina e le tradizioni alimentari
 - Le birre italiane
 - I vini Italiani
 - I valori che ci accomunano come Italiani
 - I luoghi / territori
 - La bellezza di avere tante regioni diverse tra loro
 - Le squadre sportive Italiane
 - L'arte
 - La cultura
 - Marchi di moda Italiani
 - Le marche di automobili
 - Nessuna delle opzioni precedenti
- 10. Pensa di dover raccontare le peculiarità di noi Italiani ad una persona straniera. Quali sono secondo te i tre tratti caratterizzanti dell'essere Italiano che gli racconteresti?**
- _____
- 11. Se dovessi pensare alla cosa più bella dell'essere Italiano, qual è quella che più senti tua, vicina a te? (indica una sola affermazione o parola) _____**
- 12. Adesso ti mostriamo una lista di peculiarità. Seleziona quelle che secondo te rappresentano maggiormente l'essere Italiano. (Fino ad un massimo di tre opzioni)**
- Differenze tra regioni / Localismo
 - Attenzione alla qualità della vita
 - L'estro del creare

- Saper fare
- L'approccio rilassato alla vita
- Sapersi gustare i piccoli piaceri della vita
- La religione
- Il gusto per il bello
- La convivialità a tavola
- Stare insieme / la socialità
- Fare amicizia
- Dedicare il giusto tempo alle cose che contano
- Essere legati alle tradizioni

13. Dopo l'emergenza sanitaria, quali tra questi elementi senti che sono diventati più importanti per te rispetto al passato? (Fino ad un massimo di tre opzioni)

- Differenze tra regioni / Localismo
- Attenzione alla qualità della vita
- L'estro del creare
- Saper fare
- L'approccio rilassato alla vita
- Sapersi gustare i piccoli piaceri della vita
- La religione
- Il gusto per il bello
- La convivialità a tavola
- Stare insieme / la socialità
- Fare amicizia
- Dedicare il giusto tempo alle cose che contano
- Essere legati alle tradizioni
- Nessuno di questi (*exclusive, anchored*)

14. Ora vedrai una lista di valori. Seleziona quelle che ritieni più appropriate pensando ai valori Italiani. (Fino ad un massimo di tre opzioni)

- Famiglia
- Amicizia
- Passione
- Ospitalità / Accoglienza
- Sincerità
- Semplicità
- Trasparenza
- Genuinità
- Allegria
- Creatività
- Appartenenza
- Convivialità

- Simpatia
- Sensualità
- Ironia
- Spontaneità
- Inclusività
- Comunanza / Condivisione
- Individualismo
- Ottimismo / positività
- Imprenditorialità
- Creatività e ingegno
- Innovazione
- Curiosità

15. Pensa ad un aggettivo positivo per descrivere noi Italiani. Indica di seguito un solo aggettivo che secondo te rappresenta una peculiarità dell'essere Italiano. (Indica un solo aggettivo) _____

16. Prova ad immaginare una persona che rappresenti l'essere Italiano (uomo o donna non importa). Indica quale caratteristica del suo carattere deve avere per rappresentare al meglio il carattere di noi Italiani. (Indica una sola parola) _____

Main Questionnaire – marche italiane

17. Pensa ora al mondo delle marche e dei brand Italiani che conosci. Trovi di seguito 4 diversi ambiti di mercato. Per ciascuno indica qual è la marca che secondo te incarnano meglio lo spirito "italiano" in quell'ambito.

1. Mondo dell'abbigliamento _____
2. Mondo alimentare _____
3. Mondo delle bevande alcoliche _____
4. Mondo delle bevande (non alcoliche) _____

18. Come mai hai scelto questi marchi in particolare? Indica per ciascun ambito come mai il brand che hai indicato nella precedente schermata incarna lo spirito "italiano" secondo te

5. Mondo dell'abbigliamento _____
6. Mondo alimentare _____
7. Mondo delle bevande alcoliche _____
8. Mondo delle bevande (non alcoliche) _____

19. Pensa alle marche di cibi e bevande Italiane. Ora vedrai una lista di affermazioni. Per ognuna di esse ti chiediamo di esprimere il tuo grado di accordo:

- In futuro, comprerò più marche e prodotti Italiani
- In futuro, comprerò di più i prodotti Italiani per aiutare l'economia del mio paese

- Presto attenzione all'origine di ciò che mangio e bevo
- Credo che le marche Italiane siano più controllate e offrano una qualità migliore
- Sono disposto a pagare qualcosa di più per un prodotto Italiano
- Ho più fiducia nei prodotti Italiani

20. Parliamo ora di marche che potresti comperare al supermercato o che vedi in televisione. Qual è secondo te la cosa più importante che identifica un marchio "Italiano"?

- L'origine degli ingredienti
- Il luogo di produzione
- La storia del marchio
- Il nome Italiano
- L'impegno sul territorio
- La valorizzazione delle risorse locali
- Promuovere l'eccellenza di pensiero italiana
- La proprietà italiana dell'azienda

21. Prova a pensare invece a marche che dichiarano di essere italiane, ma lo sono solo a parole. Qual è secondo te un esempio di marca di cibi o bevande che afferma di essere italiana ma che in realtà non lo è? (indica una sola marca) _____

22. Perché secondo te questa marca non può essere ritenuta "Italiana"? _____

Main Questionnaire - birra

(to all, multiple choice – randomize)

23. Parliamo ora della birra. Quali di queste birre hai consumato negli ultimi 3 mesi?

1. Bavaria
2. Becks
3. Birra Messina
4. Birra Moretti
5. Corona
6. Dreher
7. Forst
8. Franziskaner
9. Heineken
10. Ichnusa
11. Leffe
12. Menabrea
13. Nastro Azzurro
14. Peroni
15. Angelo Poretto
16. Stella Artois

- 17. Tennent's Super
- 18. Birre Artigianali (Baladin, Borra del Borgo, Amarcord, HIBU, ecc.)

24. Secondo te, la birra fa parte della storia e delle tradizioni italiana?

- Sì
- No

25. Per finire, ora vedrai una lista di affermazioni legate al mondo della birra. Per ognuna di esse ti chiediamo di esprimere il tuo grado di accordo:

- Rispetto al passato, acquisto più birre Italiane
- Preferisco le birre italiane in generale
- Penso che le birre Italiane siano più buone di quelle straniere
- La mia curiosità riguardo il mondo delle birre è aumentata negli ultimi anni
- Ultimamente, tendo a preferire la birra rispetto ad altre bevande alcoliche (come superalcolici, vino, cocktails)
- Ultimamente, tendo a preferire la birra rispetto ad altre bevande (come bevande gassate, tè, aperitivi analcolici)

(to all, single choice – randomize)

26. Quali tra queste birre secondo te meglio esprime il concetto di Italianità, per come lo percepisci tu? (Puoi selezionare fino a due marche)

1. Birra Messina
2. Birra Moretti
3. Forst
4. Ichnusa
5. Menabrea
6. Nastro Azzurro
7. Peroni
8. Angelo Poretti
9. Dreher
10. Birre Artigianali (Baladin, Borra del Borgo, Amarcord, HIBU, ecc.)

27. E secondo te, che cosa rende queste marche “Italiane”?

- Fanno parte della tradizione e storia Italiana
- Sono prodotte in Italia
- Hanno un nome Italiano
- Rappresentano i valori Italiani
- Utilizzando ingredienti Italiani
- Valorizzano la tradizione Italiana

- Valorizzano la passione italiana
- Sono prodotte con ingredienti italiani

Main Questionnaire – focus Birra Moretti

28. Pensando al marchio Birra Moretti, qual è la prima sensazione che ti viene in mente? (Indica una sola parola) _____

29. Quali sono le cose o i valori che rendono Birra Moretti una marca Italiana?

- Le peculiarità / i valori che rendono Birra Moretti una marca Italiana sono: _____
- Non penso che Birra Moretti sia una marca Italiana

30. Secondo te in quale modo Birra Moretti riesce ad esprimere la sua Italianità?

- L'essere fatta in Italia
- Avere un nome Italiano
- Rappresentare la buona compagnia
- La figura del Baffo Moretti sull'etichetta
- Avere prodotti che raccontano italianità come Birra Moretti Le Regionali
- L'essere una marca della tradizione Italiana
- L'essere una birra nata nella regione del Friuli
- Essere una marca che unisce le generazioni di italiani
- Ambientare le pubblicità in contesti italiani
- Fare pubblicità in cui è facile per me ritrovarmi
- Essere una birra che si abbina alla cucina italiana
- Non penso che Birra Moretti sia una marca Italiana

31. Adesso ti mostriamo una lista di altre peculiarità. Seleziona quelle che ritieni più appropriate pensando al marchio Birra Moretti. (Fino ad un massimo di tre elementi)

- Differenze tra regioni / Localismo
- Attenzione alla qualità della vita
- L'estro del creare
- Saper fare
- L'approccio rilassato alla vita
- Sapersi gustare i piccoli piaceri della vita
- La religione
- Il gusto per il bello
- La convivialità a tavola
- Stare insieme / la socialità
- Fare amicizia
- Dedicare il giusto tempo alle cose che contano
- Essere legati alle tradizioni

32. Ora vedrai una lista di valori. Seleziona fino ad un massimo di tre opzioni quelle che ritieni più appropriate pensando al marchio Birra Moretti. (Fino ad un massimo di tre elementi)

- Famiglia
- Amicizia
- Passione
- Ospitalità / Accoglienza
- Sincerità
- Semplicità
- Trasparenza
- Genuinità
- Allegria
- Creatività
- Convivialità
- Simpatia
- Sensualità
- Ironia
- Spontaneità
- Inclusività
- Comunanza / Condivisione
- Individualismo
- Ottimismo / positività
- Imprenditorialità
- Creatività e ingegno
- Innovazione
- Curiosità

ALLEGATO A

Elenco dei Comuni italiani presso i quali è stata effettuata almeno un'intervista

Comuni

Abbiategrasso
Acerra
Aci Catena
Acireale
Acquapendente Vt
Acqui Terme
Adrara San Martino
Agrigento
Albanella
Albaredo Dadige

Albino
Alfonsine
Altivole
Altomonte
Altopascio
Alvignano
Ancona
Aprilia
Arese
Aresemi
Arezzo
Ariano Nel Polesine
Arluno
Arzano
Avellino
Aversa
Baiano
Balangero
Ballabio
Baranzate
Bari
Baricella
Bedizzole
Bellaria Igea Marina
Bellinzago Novarese
Benevento
Bergamo
Bitonto
Bollate
Bologna
Bolzano
Borgomanero
Boscoreale
Brancaleone
Brescia
Bressana Bottarone
Brindisi
Buccinasco
Cagliari
Caltanissetta
Cambiago
Camerano
Campagna
Campagnatico
Campobasso
Canegrate

Cantù
Capua
Carcare
Carrù
Carugate
Casatenovo Lecco
Casorate Primo
Cassino
Castel Bolognese
Castel Maggiore
Castel San Giovanni
Castelfiorentino
Castellammare Di Stabia
Castelli Calepio
Castelliri
Castelmezzano
Catania
Catanzaro
Cave
Cerea
Cerro Al Lambro
Cervinara
Cesano Boscone
Chiampo
Chiauci
Chieti
Cinisello Balsamo
Cisano Bergamasco
Cisternino
Civitanova Marche
Cocquio Travisago
Collecchio
Como
Conselice
Copertino
Cormano
Cosenza
Cossano Canavese To
Crotone
Cuneo
Cutro
Decimoputzu
Dolianova
Donnas
Eboli
Falconara Marittima

Ferentino
Ficarazzi
Fidenza
Firenze
Fiumefreddo
Fiumicino
Fontanafredda
Formello
Formia
Frascati
Fratta
Galbiate
Garbagnate Milanese
Genova
Giarre
Ginosa
Gioia Tauro
Giugliano In Campania
Giugliano In Campania Napoli
Giulianova
Gravina Di Catania
Gravina In Puglia
Grosseto
Grumolo Delle Abbadesse
Vicenza
Guagnano
Gualdo Tadino
Guardiagrele
La Spezia
Lainate
Lanciano
Laquila
Latina
Lecce
Lefte
Legnano
Legnaro
Leini
Leno Bs
Leporano
Limido Comasco
Lipomo
Livorno
Lodi
Longiano
Lucca

Luzzara
Macerata
Mansuè
Marcianise
Marigliano Na
Marsciano
Martellago Venezia
Martina Franca
Martinsicuro
Masainas
Mascalucia
Mascalucia Ct
Massafra
Matera
Medesano
Melito Irpino
Messina
Milano
Milazzo
Mira
Misilmeri
Modica
Molfetta
Moncalieri
Mondovì
Monopoli
Monserrato
Monsummano Terme
Montanaro
Montebelluna
Montecorvino Rovella
Montorso
Monza
Mozzecane
Napoli
Nardò
Naro
Noale
Nocera Superiore
Noci Bari
Novara
Nuoro
Occhiobello
Orbassano
Oristano
Ostra

Padova
Palermo
Parcines Bz
Paterno
Pavia
Perugia
Pesaro
Pescara
Pescosolico
Piedimulera
Pisa
Pisticci
Pomezia
Ponte San Pietro
Portici
Praia A Mare
Pralungo
Prato
Preferisco Non Rispondere
Pulsano
Quarrata
Quarto
Quartucciu
Ragusa
Ravenna
Reggio Calabria
Rho
Ricengocr
Rieti
Rignano Sullarno
Roma
Rosora
Rottofreno
Rovello Porro
Rovereto
Rovigo
Rubano
Rubiera
Sala Baganza
Salerno
Samarate
San Giorgio In Salici Di Sona
Verona
San Giovanni La Punta
San Giovanni Rotondo
San Mauro Pascoli

San Piero A Sieve
San Pietro A Maida
San Pietro Di Caridà
San Pietro Di Feletto
San Pietro In Casale Bologna
Santa Teresa Di Riva Messina
Santarcangelo Di Romagna
Santarpino
Santomero
Saronno
Scandicci
Scarnafigi
Selargius
Selargius Ca
Selvazzano Dentro
Sernaglia Della Battaglia
Sesto Fiorentino
Settimo Milanese
Sinnai
Siracusa
Taormina
Teramo
Termoli
Tezze Sul Brenta
Thiene
Torino
Toritto Ba
Torrebelvicino
Torremaggiore
Trescore Balneario
Treviglio
Trieste
Triggiano
Trivolzio
Trofarello
Udine
Vaiano Po
Vallermosa
Varese
Vasto
Vercelli
Verona
Vibo Valentia
Vicenza
Vietri Sul Mare
Villanova Canavese

Vinovo
Ziano Piacentino