Kantar Italia

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

Unilever BGS 2023 – Brand Health and equity tracker – Skin Cleansing

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Kantar

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Unilever Italia

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Unilever Italia

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

Gennaio - Settembre 2023

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Kantar Italia

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)*

espositori / base prodotti in punti vendita italiani

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

Aprile 2024

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

Brand Equity e salute delle marche nel mercato italiano

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Donne, tra i 16 e i 64 anni, user di prodotti per skin cleansing

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Nazionale - Totale Italia

[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.

Kantar Italia

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

Perugia
Roma
parma
ROMA
brescia
Malonno
Roma
varese
Merate
torino
poppi
Montespertoli
secugnago
Moio della Civitella
latina
roma
san giovanni
Trento
Milano
Acquaviva delle fonti
Spilamberto
Desio
palermo
Rozzano
Siniscola
grotteria
Parma
Asti
BORGO SAN SIRO
trento
Roma
dorgali
Castelfranco di Sotto
Firenze
Rizziconi
milano
Casalnuovo di Napoli
Cosenza
Tivoli
Castelfranco emilia
Conza della Campania
Grantorto
San Martino di Lupari
molfetta
Settimo Torinese
Roma

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

Kantar Italia

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)*

Campionamento probabilistico donne 16+ su panel online, rappresentativo per sesso, età e area geografica.

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

campione rappresentativo delle donne users di categoria 16+ per età e area geografica
con errore campionario del 2.9%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

CAWI (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

Kantar Italia

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

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……..	% ……
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……1.125	% ……92,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

GDPR

Before the survey starts, Kantar would like to reassure you that your cooperation is completely voluntary and all feedback you provide will remain strictly confidential. In line with data protection laws, the results will only be used for research purposes and any personal information will be deleted once no longer needed. Please indicate if you are willing to continue with your participation.

Yes - I agree (CONTINUE)
No - I do not agree (CLOSE)

SEX – base 100%
CORE
ASK ALL

What best describes your gender? (randomise M/F)

Male
Female
Non-binary or gender fluid (FIXED)
I prefer to self-identify (FIXED)
Prefer not to answer (FIXED)

AGE – base 100%
CORE
ASK ALL
Please type in your age.

TYPE IN
SHOW BOX. LIMIT TO 2 DIGITS. CLOSE IF NOT IN SAMPLE AGE RANGE. IF IN SAMPLE AGE RANGE SKIP TO OCCUPATION.

CHIEF SHOPPER – base 100%
CORE
ASK ALL
How often do you personally select the items to buy from supermarkets and shops for your household?

Almost all the time
Half or more than half the time
Less than half the time

HPC1 – base 100%
CORE
ASK ALL

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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