Eumetra Monterosa 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

Osservatorio Findomestic

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Eumetra MR S.r.l.

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Eumetra MR S.r.l.

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Findomestic

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

17-20 luglio 2020

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Eumetra Monterosa 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)*

Diffuso su La Repubblica.it

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

04-settembre-2020

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

Finanza

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

italiana attiva maggiorenne

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Sondaggio 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	304	222	207	267	1.000

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

Campione casuale stratificato per quote

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

Rappresentativo dell'universo di riferimento per genere, età, aree geografiche di residenza.

Margine di errore: 3,5%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

C.A.W.I. (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

Eumetra Monterosa S.r.l.

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 ……1.000	% ……100,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

D1. Si parla spesso di sostenibilità (cioè di comportamenti attuali che non arrechino danni economici, ambientali e sociali alle generazioni future). Quale delle seguenti frasi descrive meglio l'idea che ha in merito al concetto di sostenibilità?
1. E' un ideale portato avanti da chi ha questi valori (es ambientalisti)
2. E' una moda passeggera, uno slogan per vendere di più
3. E' uno stile di vita sempre più diffuso
4. E' un costo per le imprese
5. E' un impegno concreto delle aziende per ridurre l'impatto sull'ambiente
6. Un impegno concreto per aiutare le comunità e la società
7. E' qualcosa più importante oggi nella ripresa post covid (aiuto alle persone, aziende in crisi)
8. Altro e cioè___

D2. Nell'acquisto di un prodotto, quanto è importante per lei che sia sostenibile?

1. Molto importante
2. Abbastanza
3. Poco
4. Per niente importante

D3. Pensi ora a quelli che lei ritiene essere 'prodotti sostenibili'. Secondo lei quali sono le caratteristiche che descrivono un prodotto sostenibile?

1. è prodotto secondo i più alti standard ambientali
2. è prodotto nel rispetto delle normative vigenti/con maggiori controlli
3. è prodotto nel rispetto del lavoro di tutte le persone impegnate nella filiera
4. è un prodotto alla portata di tutti
5. è prodotto con l'utilizzo di energia pulita
6. è riciclabile/eco-compatibile in tutte le sue parti
7. è prodotto con materie prime a km 0
8. è prodotto con l'impiego di una maggiore ricerca tecnologica
9. è prodotto senza l'uso di crudeltà sugli animali
10. non è nocivo per la salute di chi lo utilizza
11. Altro e cioè___

D4. In quali di queste scelte di acquisto, lei ritiene più importante garantirsi che i prodotti (o servizi) siano sostenibili...?

1. Spesa alimentare
2. Elettrodomestici (lavatrici, frigo, lavapiatti)
3. Elettronica consumo (tv, pc, telefoni…)
4. Mobili e arredo

Per bloccare i contenuti cliccare sull'icona.

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