Kantar Italia srl

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

ABI BG Tracker 2022

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Kantar Italia srl

3. SOGGETTO COMMITTENTE

ANHEUSER BUSCH INBEV ITALIA

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

ANHEUSER BUSCH INBEV ITALIA

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

1-30 Settembre 2022

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Kantar Italia srl

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)*

rivista Media Key

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

febbraio 2022

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

Brand Equity e salute delle marche di birra nel mercato italiano

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Popolazione adulta 18-54 anni

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

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.

Kantar Italia srl

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

Brescia (BS)
Salerno (SA)
Carbonia-Iglesias (CI)
Cremona (CR)
Verbania (VB)
L'Aquila (AQ)
Milano (MI)
Monza e della Brianza (MB)
Catania (CT)
Milano (MI)
Caltanisetta (CL)
Bari (BA)
Pisa (PI)
Verona (VR)
Roma (RM)
Bari (BA)
Padova (PD)
Sondrio (SO)
Catania (CT)
Messina (ME)
Ravenna (RA)
Torino (TO)
Bari (BA)
Catania (CT)
Cosenza (CS)
Catania (CT)
Monza e della Brianza (MB)
Bergamo (BG)
Napoli (NA)
Roma (RM)
Reggio Calabria (RC)
Padova (PD)
Barletta-Andria-Trani (BT)
Pescara (PE)
Salerno (SA)
Salerno (SA)
Milano (MI)
Roma (RM)
Latina (LT)
Bari (BA)
Milano (MI)
Vicenza (VI)
Napoli (NA)
Siracusa (SR)
Napoli (NA)
Chieti (CH)

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

Kantar Italia srl

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 adulti 18+ su panel online, proporzionale agli users di categoria secondo le variabili di sesso, età e area geografica.

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

campione rappresentativo degli users di categoria (birra) 18-54 per sesso, età e area geografica
con errore campionario del 4%

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 srl

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 ……418	% ……70,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

RECRUITMENT
SEX. Are you….?
Base:100%
Male
Female

SINGLE PUNCH ONLY.

EXACT_AGE. Type in your age.
Base:100%

Prefer not to answer ~ SHOW REFUSAL SCREEN

LOCATION2. What city/town do you live?
Base: 100%

SINGLE PUNCH. SHOW ANSWER TYPE AS SCALE.

CAT_USAGE. Which of these beverages have you drunk in the past 4 weeks?
BAse:100%

None of these – ANCHOR IN ALL MARKETS

BE1 UN_AWARE_FULL What brands of <CATEGORY> have you heard of?
Base:100%

Type one brand per box for as many brands as you can think of. Type in the full name as it appears on the container.

BE2 UN_AWARE_FULL_FUP Can you think of any more brands of <CATEGORY>. Type in any more you can think of.
Base: 100%

IF ALL 10 TEXT BOXES ARE FULL AT BE1, ASK BE2. PROVIDE 10 BOXES. RECORD THE ORDER THAT THE BRANDS ARE MENTIONED. NOT ENFORCED.

BD7 NBS_PROMPT When you think of <CATEGORY>, when are you most likely to drink it? Select the three most likely occasions.
Base:100%

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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