

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)

1. TITOLO DEL SONDAGGIO

- "I marchigiani e il turismo: opinioni, valutazioni e percezioni"

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

- Sigma Consulting di Marco Coltro e Alberto Paterniani snc – Trademark Italia srl

3. SOGGETTO COMMITTENTE

- Sigma Consulting di Marco Coltro e Alberto Paterniani snc – Trademark Italia srl

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

- Sigma Consulting di Marco Coltro e Alberto Paterniani snc – Trademark Italia srl

5. PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

- 4– 16 aprile 2012

6. MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUI QUALI È PUBBLICATO/DIFFUSO IL SONDAGGIO

- Pubblicato sul sito internet www.trademarkitalia.com e diffuso da agenzie di stampa, quotidiani/periodici cartacei e online tra i quali www.pu24.it.

7. DATA DI PUBBLICAZIONE/DIFFUSIONE

- 9 maggio 2013

8. TEMI OGGETTO DEL SONDAGGIO

- Sondaggio sul turismo secondo l'opinione dei cittadini marchigiani

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

- Popolazione maggiorenne residente nella Regione Marche

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO

- Intero territorio regionale.

Elenco dei comuni della regione Marche nei quali è stata realizzata almeno un'intervista:

Acqualagna	Fabiano	Monte San Pietrangeli	Porto Sant'Elpidio
Acquasanta Terme	Falconara Marittima	Monte San Vito	Potenza Picena
Acquaviva Picena	Falerone	Monte Vidon Corrado	Rapagnano
Agugliano	Fano	Montecalvo in Foglia	Recanati
Altidona	Fermignano	Montecarotto	Ripatransone
Amandola	Fermo	Montecassiano	Ripe
Ancona	Filottrano	Monteciccardo	Rotella
Apecchio	Folignano	Montecopiolo	Saltara
Apiro	Force	Montecosaro	San Benedetto del Tronto
Appignano	Fossombrone	Montedinove	San Costanzo
Appignano del Tronto	Francavilla d'Ete	Montefalcone Appennino	San Ginesio
Arcevia	Frontone	Montegiorgio	San Giorgio di Pesaro
Arquata del Tronto	Genga	Montegranaro	San Marcello
Ascoli Piceno	Gradara	Montelabbate	San Severino Marche
Barchi	Grottammare	Montelparo	Santa Maria Nuova
Belforte del Chienti	Grottazzolina	Montelupone	Santa Vittoria in Matenano
Belvedere Ostrense	Gualdo	Montemaggiore al Metauro	Sant'Angelo in Lizzola
Cagli	Jesi	Montemarciano	Sant'Angelo in Pontano
Caldarola	Loreto	Monteprandone	Sant'Angelo in Vado
Camerano	Loro Piceno	Monterubbiano	Sant'Elpidio a Mare
Camerata Picena	Macerata	Morrovalle	Sant'Ippolito
Camerino	Macerata Feltria	Numana	Sarnano
Campofilone	Maiolati Spontini	Offagna	Sassoferrato
Cantiano	Maltignano	Offida	Senigallia
Cartoceto	Massa Fermana	Orciano di Pesaro	Serra de' Conti
Castel Colonna	Matelica	Ortezzano	Serra San Quirico
Castel di Lama	Mergo	Osimo	Serrapetrona
Castelfidardo	Mogliano	Ostra	Serravalle di Chienti
Castelplanio	Mombaroccio	Ostra Vetere	Servigliano
Castelraimondo	Mondavio	Pergola	Sirolo
Castignano	Mondolfo	Pesaro	Smerillo
Cerreto d'Esi	Monsampietro Morico	Petriano	Spinetoli
Cessapalombo	Monsampolo del Tronto	Petriolo	Staffolo
Chiaravalle	Monsano	Petritoli	Tavullia
Cingoli	Montalto delle Marche	Piandimeleto	Tolentino
Civitanova Marche	Montappone	Pietrarubbia	Torre San Patrizio
Colbordolo	Monte Cavallo	Pievebovigliana	Treia
Colli del Tronto	Monte Giberto	Pioraco	Urbania
Comunanza	Monte Grimano Terme	Poggio San Marcello	Urbino
Corinaldo	Monte Porzio	Poggio San Vicino	Urbisaglia
Corridonia	Monte Roberto	Pollenza	Venarotta
Cupra Marittima	Monte San Giusto	Porto Recanati	Visso
Cupramontana	Monte San Martino	Porto San Giorgio	

11. METODO DI CAMPIONAMENTO

- Campionamento casuale dalle liste degli abbonati al telefono 2012/2013, stratificato e ponderato per sesso, classe d'età, provincia e ampiezza demografica dei centri (successiva ponderazione per titolo di studio)

12. RAPPRESENTATIVITA' DEL CAMPIONE

- Il campione è rappresentativo dell'universo specificato rispetto alle variabili di stratificazione.
Il margine massimo di errore relativo alle stime generali del sondaggio (livello di confidenza del 95%) è del 3,7%.

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

- Questionario strutturato somministrato per intervista telefonica con l'ausilio del computer.

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

Non reperibili	561	13%
Rifiuti	2.951	70%
Interviste effettuate	700	17%
Totale contatti	4.212	100%

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE**1. *Se pensa al futuro dell'economia marchigiana, quali sono secondo lei i settori di sviluppo più importanti?***

(leggere, spuntare tutte le risposte indicate)

- l'agricoltura e le produzioni tipiche
- il turismo
- il commercio
- l'industria manifatturiera
- le produzioni di qualità del Made in Italy
- l'artigianato

% di persone che hanno risposto: 100%

2. Su quali ambiti turistici dovrebbe puntare la Regione Marche?

(leggere, indicare al massimo 2 risposte, ruotare gli item)

- i luoghi di spiritualità e fede
- l'offerta balneare
- i borghi e i paesi
- il patrimonio artistico e culturale
- le colline e l'ambiente naturale
- l'enogastronomia, i piaceri della tavola
- altro (specificare _____)

% di persone che hanno risposto: 100%

Da qualche anno la Regione Marche si presenta al pubblico turistico con la campagna promozionale "L'infinito" che ha come protagonista l'attore americano Dustin Hoffman (nello spot televisivo l'attore recita la famosa poesia di Leopardi immerso nei luoghi artistici delle Marche).

3. Secondo lei le risorse pubbliche destinate alla promozione turistica delle Marche andrebbero aumentate, diminuite o lasciate invariate?

(indicare 1 sola risposta)

- aumentate molto
- aumentate un po'
- lasciate invariate
- diminuite un po'
- diminuite molto

% di persone che hanno risposto: 89%

4. Alla luce di questi investimenti promozionali, pensa che quest'anno il turismo nelle Marche...

(indicare 1 sola risposta)

- aumenterà
- rimarrà stabile
- diminuirà

% di persone che hanno risposto: 81%