

## **DOCUMENTO COMPLETO RELATIVO AL SONDAGGIO<sup>1</sup>**

*(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 : CSR Sanpellegrino
2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO GfK Eurisko
3. SOGGETTO COMMITTENTE Sanpellegrino
4. SOGGETTO ACQUIRENTE Sanpellegrino
5. DATA O PERIODO IN CUI E' STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO  
14-19 GENNAIO 2011
6. MEZZO/DI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI  
E' PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO<sup>2</sup> *(pubblicato sul  
quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica,  
televisiva o sul sito web)*  
QUOTIDIANO CARTACEO
  - Il nuovo corriere di Firenze: sabato 9 aprile
  - La cronaca Piacenza: domenica 10 aprile
7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE 9 APRILE / 10 APRILE
8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità,  
costume, marketing, salute, etica, ambiente, ecc.)*  
RESPONSABILITÀ SOCIALE DI IMPRESA
9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO  
ITALIANA 18-64 ANNI
10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO<sup>3</sup>  
ITALIA

<sup>1</sup> Tutti i campi sono obbligatori

<sup>2</sup> Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento

<sup>3</sup> 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.

Milano  
12 aprile 2011

### 10.1 COMUNI DI RILEVAZIONE

Opzione a). Elenco dei Comuni


Opzione b). casi per tipo di comune

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Fino a 5mila abitanti	58	25	18	40	141
Più di 5mila abitanti	37	28	15	28	108
Fino a 10mila abitanti	54	43	34	62	193
Tra 10mila e 100mila abitanti	40	18	35	70	163
Più di 100mila abitanti	54	42	55	44	195
Totale	243	156	157	244	800

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

Panel di famiglie e individui; campione rappresentativo per sesso x età  
grg x ac; titolo di studio , professione

.....  
.....  
  
.....  
.....

### 12. RAPPRESENTATIVITA' DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

*RAPPRESENTATIVITÀ" DEI RISULTATI, IN TERMINI "MARGINE DI ERRORE", AL LIVELLO FIDUCIARIO DEL 95%, DELLE STIME OTTENUTE (VALORI ASSOLUTI, MEDIE, PERCENTUALI, ETC.) PER LE VARIABILI PIÙ IMPORTANTI CON RIFERIMENTO AGLI OBIETTIVI DEL SONDAGGIO (CON RIFERIMENTO AL MARGINE DI ERRORE OCCORRE SPECIFICARE GLI EVENTUALI LIMITI INTERPRETATIVI DEI RISULTATI PIÙ ANALITICI CONTENUTI NELLE TABELLE PUBBLICATE E DIFFUSE)*

*Il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio (livello di significatività del 95%) è compreso fra +/- 0.6% e +/- 3.5% per tutti i valori percentuali riportati.*

#### 13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Dialogatore (pc touch screen a disposizione di un panel di circa 4000 famiglie italiane (10000 individui)

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

**(non si applica alla metodologia)**

#### 15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE

NEGLI ULTIMI 3 MESI, LEI PERSONALMENTE HA BEVUTO ...

- i. ACQUA MINERALE PIATTA NATURALE?
- ii. B1.2 E ACQUA MINERALE EFFERVESCENTE NATURALE?
- iii. B1.3 E ACQUA MINERALE GASATA O LEGGERMENTE GASATA?
- iv. B1.4 E ACQUA DEL RUBINETTO (COSÌ COME ESCE DAL RUBINETTO O TRAMITE SISTEMI DI FILTRAZIONE)?

Non indica = 0%