Euromedia Research

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

Nel 2015...

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Euromedia Research

3. SOGGETTO COMMITTENTE

For Men Magazine

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

For Men Magazine

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

5 dicembre 2014

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Euromedia Research

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)*

Pubblicato dal mensile For Men Magazine

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

Gennaio 2015

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

Attualità e costume

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Popolazione maschile di età compresa tra i 18 e i 50 anni residente in Italia

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.

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

Elenco dei Comuni presso cui è stata effettuata almeno una intervista:

AREA NIELSEN 1 (Valle D'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia)
GENOVA
MILANO
MONZA
BERGAMO
TORINO
NOVARA
SAVONA
CINISELLO BALSAMO
BUSTO ARSIZIO
CREMONA
CUNEO
Ventimiglia
Seregno
Paderno Dugnano
Cantù
Lodi
Ivrea
Biella
Corbetta
Agrate Brianza
Solaro
Merate
Lonate Pozzolo
Morbegno
Orzinuovi
Castiglione delle Stiviere
Santena
Domodossola
Masone
Santo Stefano Ticino
San Pellegrino Terme
Cellatica
Besnate
Rivanazzano
Bardonecchia
Villanova d'Asti
Pozzolo Formigaro

AREA NIELSEN 2 (Veneto , Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna)
Bologna
Forlì
Ferrara
Trieste

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

Euromedia Research

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)*

Campione casuale stratificato per quote

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

Il campione è rappresentativo della popolazione italiana maschile di età compresa tra i 18 e i 50 anni

Il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio (livello di significatività del 95%) è +/- 4.4% per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (500 casi).

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Intervista telefonica con questionario strutturato

[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

Euromedia Research

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

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……1.756	% ……78,00
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……2.256	% ……100,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

1) Lei quale impegno desidera prendere per migliorare il Suo LAVORO il prossimo anno 2015? E quindi che cosa farà (nelle sue capacità) per migliorare il Suo LAVORO? E a quale personaggio celebre si ispirerà?
(Totale rispondenti: 100% campione)

RISPOSTE SPONTANEE
Non si esprime: 14.0%

2) Lei quale impegno desidera prendere per migliorare il Suo FISICO e la sua SALUTE il prossimo anno 2015? E quindi che cosa farà (nelle sue capacità) per migliorare il Suo FISICO e la sua SALUTE? E a quale personaggio celebre si ispirerà?
(Totale rispondenti: 100% campione)

RISPOSTE SPONTANEE
Non si esprime: 11.4%

3) Lei quale impegno desidera prendere per migliorare il Suo CARATTERE (inteso come rapporto/relazione con gli altri) il prossimo anno 2015? E quindi che cosa farà per migliorare il Suo CARATTERE? E a quale personaggio celebre si ispirerà?
(Totale rispondenti: 100% campione)

RISPOSTE SPONTANEE
Non si esprime: 9.6%

4) Lei quale impegno desidera prendere per migliorare la Sua VITA SESSUALE il prossimo anno 2015? E quindi che cosa farà per migliorare la Sua VITA SESSUALE? E a quale personaggio celebre si ispirerà?
(Totale rispondenti: 100% campione)

RISPOSTE SPONTANEE
Non si esprime: 14.4%

Per bloccare i contenuti cliccare sull'icona.

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