

Il “Documento” completo relativo ai sondaggi

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002)

Monitor sui Climi aziendali – Settembre 2009

29 Gennaio 2010

A. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

⇒ GfK Eurisko s.r.l.

B. COMMITTENTE E ACQUIRENTE

⇒ Multiclient

C. TIPO E OGGETTO DEL SONDAGGIO

⇒ Monitor trimestrale sui climi aziendali

UNIVERSO O COLLETTIVO DI RIFERIMENTO

⇒ Lista aziende attive in settore BTB

UNITÀ INTERVISTATE

⇒ N casi = 871 SETTEMBRE

TIPO DI CAMPIONAMENTO E DETTAGLIO SUI CRITERI SEGUITI
PER LA FORMAZIONE DEL CAMPIONE

o Campione non rappresentativo

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

⇒ Rilevazione settembre 21 set - 2 ott 2009

GfK Eurisko S.r.l.
Via Monte Rosa 15
20149 Milano

Tel +39 02/438091
Fax +39 02/4814177
www.gfk-eurisko.it

Piazza della Repubblica 59
00185 Roma
Tel +39 06/47823302
Fax +39 06/96703967

Cap. soc. € 2.600.000,00 i.v.
REA Milano 1514546
C.F., P.IVA e Iscr. Reg. Imp.
11955940157

Direzione e coordinamento: GfK AG



F. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

⇒ Le interviste sono state effettuate via internet, metodologia CAWI

⇒

G. TESTO INTEGRALE DELLE DOMANDE RIVOLTE AI RISPONDENTI + % non rispondenti

Dom1

Fra un anno pensa che l'attività della Sua Azienda andrà meglio o peggio di oggi?

Dom2

A suo parere, quando usciremo dalla crisi?

Non indica = 3,6 %

H. CONSISTENZA NUMERICA DELLA POPOLAZIONE INTERVISTATA

⇒ Int. complete: 871 (14 %) – Rifiuti: 5482 (86 %) – totale contatti: 6353 (100%)

I. VERIFICA DELLA COERENZA DELLE RISPOSTE ALLE DIVERSE DOMANDE

⇒ Controllo preventivo di coerenza effettuato in sede di informatizzazione del questionario CAWI, controllo in fase di elaborazione (clean), controllo su operato degli intervistatori secondo gli standard di qualità ASSIRM durante la rilevazione.

L. “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 +/- 0.7% e +/- 3.2% per tutti i valori percentuali riportati.