ContactLab s.r.l.

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

European Digital Behaviour Study 2013

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

ContactLab

3. SOGGETTO COMMITTENTE

ContactLab

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

ContactLab

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

Il field è stato realizzato dal 20/03/2013 al 07/04/2013

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

ContactLab s.r.l.

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)*

Sito Web dell'azienda:
http://www.contactlab.com/paper/mail/66/1004/email-marketing-report-2013-100400.html

Quotidiani, periodici, emittenti televisive, testate online e offline a seguito della comunicazione stampa.
Alcuni esempi:
http://iab.blogosfere.it/2013/09/email-marketing-2013-le-newsletter-condizionano-lacquisto-online-e-in-negozio.html

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

A partire dal 13 settembre 2013

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

Lo studio European Digital Behaviour di ContactLab analizza i comportamenti digitali degli utenti Internet in relazione a tutte le occasioni di utilizzo del web, mettendo a confronto le abitudini degli utenti Internet di Italia, Gran Bretagna, Francia, Germania e Spagna.

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

utenti internet italiani «regolari» di età 16-65 anni, ovvero individui che si collegano online almeno settimanalmente indipendentemente dal device e dall'ambito

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

Punti campione riferiti al campione di 1.000 casi reperito da panel provider esterno:
Acquafondata
Agrigento
Alessandria
Ancona
Andrate
Aosta
Arezzo
Arpino
Ascoli
Asigliano Veneto
Asti
Atena Lucana
Averara
Avolasca
Azzano San Paolo
Bairo
Baldissero d'Alba
Baldissero Torinese
Baradili
Barbata
Bardonecchia
Bareggio
Barengo
Barghe
Bari
Barletta-Andria-Trani
Barolo
Barrea
Basaluzzo
Bastia Mondovì
Battifollo
Bedero Valcuvia
Bellosguardo
Belluno
Benevello
Benevento
Bergeggi
Berlingo
Bertiolo
Biandrate
Biella
Bione
Bitritto
Bologna
Bolzano

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

ContactLab s.r.l.

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)*

Metodo interviste CAWI
Campione di 1.000 casi reperiti da panel provider esterno, definito per quote di sesso, età e area geografica
Sovra-campionamento di 56.336 casi con reperimento da liste delle aziende aderenti al progetto di ricerca
Ri-bilanciamento del campione complessivo mediante ponderazione sui dati Eurostat - Information Society 2012 e Audiweb - Aprile 2013

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

Campione rappresentativo di individui 16-65 anni che si collegano almeno 1 volta a settimana a internet, con qualsiasi device e da qualsiasi ambito

Margine di errore per 1.000 casi campione da panel provider, per osservazioni al 50% e livello di confidenza al 95% = +/- 3,1%
(Margine di errore per 57.336 casi campione complessivo Italia, per osservazioni al 50% e livello di confidenza al 95% = +/- 0,4%)

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

C.A.W.I.

[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

ContactLab s.r.l.

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

Non reperibili	cifra ……0	% ……
Rifiuti	cifra ……0	% ……
Sostituzioni	cifra ……0	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……1.000	% ……

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

- Tu sei? (100%)
- Quanti anni hai? (100%)
- In quale area geografica risiedi? (100%)
- Sempre per finalità statistiche, puoi indicare la provincia in cui risiedi? (100%)
- Considerando le ultime 4 settimane, in che modo ti sei collegato a internet per motivi legati alle tue esigenze personali (cioè escludendo le ragioni professionali o di lavoro)? (100%)
- Pensando a tutti i luoghi (casa, lavoro, fuori casa, ecc.) e a tutte le modalità, generalmente qual è la frequenza con cui ti colleghi a Internet? (100%)
- Quanto spesso ti colleghi a Internet con lo smartphone? (28%)
- Quanto spesso ti colleghi a Internet con il tablet? (13%)

- Quali delle seguenti attività online svolgi, sia da collegamento fisso sia in mobilità? Con quale frequenza? (100%)
- Quali di queste attività ti capita di svolgere usando lo smartphone? Con quale frequenza? (28%)
- Quali di queste attività ti capita di svolgere usando il tablet? Con quale frequenza? (13%)

- Parliamo in particolare della posta elettronica. Quanti diversi indirizzi email utilizzi abitualmente (considera sia gli indirizzi email privati sia eventualmente quelli aziendali)? (99%)
- Come accedi alla tua casella email (quella che usi per motivi personali)? Se usi più di un indirizzo, pensa a quello principale. (99%)

Presso alcune persone intervistate prima di te abbiamo raccolto alcune affermazioni su come viene utilizzata la posta elettronica. Per ciascuna affermazione ti chiediamo di indicare se sei d'accordo e quanto.
- Per me è importante poter accedere alla mia casella di posta ogni volta che ne ho bisogno (99%)
- Anche se leggo le email sullo smartphone, preferisco gestire la posta elettronica sul pc (99%)
- L'email è lo strumento principale per comunicare in modo chiaro e completo, per questioni importanti (99%)

- Pensando a tutte le email che ricevi, a quante diverse newsletter sei iscritto? (99%)
- Con quali modalità ti capita di iscriverti alle newsletter (82%)
- Quali sono gli argomenti delle newsletter che ricevi? (82%)
- Quali sono i motivi per cui ti capita di iscriverti alle newsletter? Mi iscrivo per … (82%)

Pensando in particolare alle newsletter, per ciascuna affermazione qui sotto riportata ti chiediamo di indicare se ciò corrisponde a ciò che fai e con quale frequenza: spesso, qualche volta, raramente, mai.
-Attivo/scarico le immagini contenute nelle newsletter, anche se all'inizio non le vedo (82%)
- Quando ricevo un'offerta in una newsletter, mi capita di andare in negozio e acquistare i prodotti/servizi segnalati nel messaggio (82%)
- Acquisto online dopo avere navigato sul sito del prodotto/servizio partendo da un link all'interno della newsletter (82%)
- Trovo promozioni interessanti all'interno delle newsletter (82%)
- Elimino le newsletter senza leggerle, quando non riconosco il mittente (82%)

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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