

DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO

(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)

TITOLO DELLA RICERCA: La percezione della popolazione di Parma e provincia nei confronti della fondazione Cassa di risparmio di Parma.

SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO: GN Research S.p.A.

COMMITTENTE: GN Research S.p.A. per Fondazione Cassa di Risparmio di Parma

TIPO E OGGETTO DEL SONDAGGIO: Indagine integrata qualitativa e quantitativa. Indagine qualitativa: colloqui di gruppo a uomini e donne abitanti a Parma e dintorni. L'indagine qualitativa è stata realizzata al fine di indagare su vissuto e percezione della Fondazione Cassa di Risparmio di Parma nel territorio in cui opera e la comunicazione della Fondazione e possibili linee di ottimizzazione e sviluppo della stessa. Indagine quantitativa: indagine telefonica su un campione di cittadini di Parma e Provincia distinti tra: cittadini del comune di Parma e cittadini della Provincia di Parma, esclusa Parma città. L'indagine è stata realizzata al fine di esplorare il livello di conoscenza ed interesse per la Fondazione Cariparma e per le attività svolte nel territorio.

METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI: Fase qualitativa: colloqui di gruppo. Fase quantitativa: interviste telefoniche realizzate con metodologia CATI.

UNIVERSO DI RIFERIMENTO:

Fase qualitativa: uomini e donne abitanti a Parma e dintorni, conoscitori della Fondazione Cariparma e sensibili alle iniziative di ambito culturale e sociale. Fase quantitativa: cittadini di Parma e provincia dai 14 anni in poi.

CAMPIONE: Fase qualitativa: 3 colloqui di gruppo ad individui rispettivamente tra 25 e 35 anni; 40 e 55 anni; maggiori di 60 anni. Fase quantitativa: 1000 interviste equamente distribuite tra i 2 segmenti oggetto dell'indagine (cittadini di Parma città e cittadini della Provincia di Parma).

FASE QUANTITATIVA

NUMERO INTERVISTE: 1000 casi.

TOTALE CONTATTI EFFETTUATI: 19685, di cui: contatti senza risposta 11800; contatti con risposta 7885, di cui: non eleggibili 6885, interviste realizzate 1000.

ESTENSIONE TERRITORIALE: Provincia di Parma.

PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO: 19-24 ottobre 2009.

PERCENTUALE DI PERSONE CHE HANNO RISPOSTO A CIASCUNA DOMANDA: Vedi documento allegato sui risultati dell'indagine.

VERIFICA DELLA COERENZA DELLE RISPOSTE: Controllo preventivo realizzato tramite sistema CATI. Inoltre, un supervisore ogni massimo 7 intervistatori ascolta e controlla l'operato degli intervistatori.



gnresearch Italia
gnresearch S.p.A.
a socio unico
Sede legale:
Via di Priscilla, 101
00199 Roma

Capitale sociale
Euro 120.000 i.v.
Cod. fiscale, partita IVA
e p. isc. reg.
imprese di Roma
03780391003
R.E.A. 7010678

Via di Priscilla, 101
00199 Roma
Corso Garibaldi, 86
20121 Milano
Via Demetrio Marin, 3
70125 Bari

Tel. +39 06 86 517 1
Fax +39 06 86 517 444
gnresearch.com

RAPPRESENTATIVITÀ DEI RISULTATI: il margine di errore assoluto massimo per i risultati dell'indagine (con un livello di significatività del 95%), è pari a:

- $\pm 3,1\%$ a totale campione.
- $\pm 4,4\%$ per ciascuno dei due segmenti (cittadini di Parma città e cittadini della Provincia di Parma).

ELABORAZIONE DEI DATI: Askia.

TESTO INTEGRALE DELLE DOMANDE: vedi questionario allegato.