DOXA PHARMA SRL

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

L'acquisto di medicinali omeopatici: il ruolo dei canali digitali

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Doxa Pharma Srl

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Omeoimprese

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Omeoimprese

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

Gennaio 2021

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

DOXA PHARMA SRL

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)*

gosalute.it (20/4/2021)
today.it (20/4/2021)
farmaciavirtuale.it (20/4/2021)
padovanews.it (19/4/2021)
laleggepertutti.it (19/4/2021)
lasaluteinpillole.it (19/4/2021)
Cataniaoggi.com (19/4/2021)

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

gosalute.it (20/4/2021)
today.it (20/4/2021)
farmaciavirtuale.it (20/4/2021)
padovanews.it (19/4/2021)
laleggepertutti.it (19/4/2021)
lasaluteinpillole.it (19/4/2021)
Cataniaoggi.com (19/4/2021)

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

1) Comprendere quali siano le leve principali che sostengono l'acquisto dei prodotti omeopatici on line
2) Valutare differenze di acquisto tra canali digitali e canali fisici
3) Identificare il ruolo del mercato estero nella scelta di acquisto on line da parte degli user di prodotti omeopatici

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

300 inerviste CAWI a user di prodotti omeopatici

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Distribuzione sull'intero territorio 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.

DOXA PHARMA SRL

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

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

DOXA PHARMA SRL

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti	0	0	0	0	0
più di 5mila abitanti	0	0	0	0	0
fino a 10mila abitanti	0	0	0	0	0
tra 10mila e 100mila abitanti	55	45	34	69	203
più di 100mila abitanti	27	14	26	30	97
Totale	82	59	60	99	300

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

probabilsitico

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

+-5.66 al 95° percentile

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

CAWI

[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

DOXA PHARMA SRL

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

Non reperibili	cifra ……191	% ……33,00
Rifiuti	cifra ……84	% ……15,00
Sostituzioni	cifra ……0	% ……0,00
Totale interviste effettuate	cifra ……300	% ……52,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

PROFILAZIONE DIGITALE
D1- Quali dei seguenti strumenti ha a disposizione e usa personalmente? RISPOSTA MULTIPLA (Rispondenti: 100%)
1. Telefono cellulare senza connessione internet
2. Telefono cellulare con possibilità di connessione internet
3. Tablet con possibilità di connessione internet
4. Computer con possibilità di connessione internet
5. Smartwatch/ orologio digitale che si connette a Internet (es. Apple watch o simili)

D2 Abitualmente, con che frequenza si connette a Internet da qualsiasi device (PC, Smartphone, Tablet, Smart TV, Smartwatch)? (Rispondenti: 100%)
6. Sono più o meno sempre connesso
7. Più volte al giorno
8. Circa una volta a giorno
9. Qualche volta a settimana
10. Poche volte in un mese
11. Solo nel week-end

D3 Abitualmente, con quale device (PC, Smartphone, Tablet, Smart TV, Smartwatch), si connette a Internet? (Rispondenti: 100%)
1. Computer fisso o portatile
2. Smartphone o tablet
3. Altro esempio smartwatch, smart TV (Specificare)

SCREENING
S1 Lei utilizza prodotti omeopatici? (Rispondenti: 100%)
1. Si
2. No ringraziare e chiudere

S2 Nel corso degli ultimi 12 mesi ha acquistato prodotti omeopatici? (Rispondenti: 100%)
1. Si
2. No ringraziare e chiudere

S3 Quante volte ha acquistato prodotti omeopatici nel corso degli ultimi 12 mesi? (Rispondenti: 100%)

|__|__|__| se meno di 4 volte ringraziare e chiudere

S4 Nel corso degli ultimi 12 mesi le è mai capitato di acquistare prodotti omeopatici ON LINE (su internet)? (Rispondenti: 100%)
1. Si
2. No ringraziare e chiudere, tenere traccia degli screen out

S5 Nel corso degli ultimi 12 mesi le è mai capitato di acquistare prodotti omeopatici ON LINE (su internet) dall'estero? (Rispondenti: 100%)

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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