Duepuntozero Research 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

IL CONSUMO DI VINO IN ITALIA

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

DUEPUNTOZERO RESEARCH SRL

3. SOGGETTO COMMITTENTE

IL SOLE 24 ORE

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

IL SOLE 24 ORE

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

DAL 25/3/2012 AL 28/3/2012

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Duepuntozero Research 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)*

BEVERFOOD.COM

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

18/06/2012

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

COSTUME (COMPORTAMENTI DI CONSUMO E PERCEZIONE DEL VINO IN ITALIA)

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

CAMPIONE DI PROFESSIONISTI DELL'INTERA FILIERA ENOLOGICA DI ETA' SUPERIORE A 18 ANNI

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

L'INDAGINE E' STATA CONDOTTA IN OCCASIONE DELL'EVENTO FIERISTICO VINITALY 2012 SVOLTO A VERONA. IN SEDE DI INDAGINE NON E' STATO RILEVATO IL COMUNE DI PROVENIENZA DEI VISITATORI RISPONDENTI AL QUESTIONARIO.

[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

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

Duepuntozero Research Srl

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)*

PROCEDURA DI SELEZIONE DEI SOGGETTI INTERVISTATI:
- CAMPIONE AUTO-SELEZIONATO TRA I VISITATORI DELLA FIERA (PRESSO LA SEDE DELL'EVENTO ERANO DISPONIBILI POSTAZIONI PER LA PARTECIPAZIONE ALL'INDAGINE)
- INVITO TRAMITE EMAIL A SELEZIONE DI NOMINATIVI PRESENTI NEL DATABASE HORECA RETAIL E AREA AGRICOLTURA DI PROPRIETA' DI BUSINESS MEDIA DEL GRUPPO SOLE 24 ORE.

PONDERAZIONE DEI DATI: IL CAMPIONE E' STATO ANALIZZATO SECONDO LE QUOTE NATURALI

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

IL CAMPIONE UTILIZZATO (507 CASI) RAPPRESENTA UNO SPACCATO DI PROFESSIONISTI DELLA FILIERA ENOLOGICA ITALIANA

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

IL SONDAGGIO E' STATO REALIZZATO IN MODALITA' CAWI UTILIZZANDO UN QUESTIONARIO AUTOCOMPILATO FRA:
- VISITATORI DELLA FIERA VINITALY 2012 TRAMITE POSTAZIONI PRESENTI ALL'EVENTO
- COLORO CHE HANNO ACCETTATO DI PARTECIPARE AL QUESTIONARIO ONLINE A SEGUITO DELL'INVITO TRAMITE EMAIL

[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

Duepuntozero Research Srl

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

Non reperibili	cifra ……0	% ……0,00
Rifiuti	cifra ……0	% ……0,00
Sostituzioni	cifra ……354	% 41,11
Totale interviste effettuate	cifra ……507	% ……58,89

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

Q1 (RISPONDENTI 100%)
Qual è la tua Professione-Settore di attività dell'azienda per cui lavori?
Manager bar
Manager di wine bar o enoteca
Ristoratore – manager della ristorazione
Sommelier
Chef
Viticoltore
Viticoltore e produttore di vino
Produttore di vino
Manager commerciale o marketing di azienda viti-vinicola
Enologo
Distributore/grossista di vini
Buyers grande distribuzione
Giornalista
Altro (senza nessuna specificazione)

Q2 (RISPONDENTI 100%)
Target
Horeca
Produttori
Altro

Q3 (RISPONDENTI 100%)
Secondo te quali saranno i principali fattori di successo del VINO italiano nei prossimi anni? Seleziona i primi 3 fattori.
Valore Marca
Provenienza - Territorio
Marchi certificazione DOC, DOCG, IGT…
Innovazione tecniche di produzione in vigna
Innovazione tecniche di produzione in cantina
Marketing , Comunicazione, Pubblicità
Packaging – Etichette
Il giusto rapporto qualità-prezzo
I rapporti con la Grande Distribuzione
Internet
Export –Mercati Internazionali
Sostenibilità Ambientale (riduzione peso bottiglie)
Riduzione dei trattamenti in vigneto
Sostenibilità Sociale (sicurezza diritti dei lavoratori nel vigneto, etc.)
Alta Qualità
Facile Bevibilità (vini più leggeri)

Per bloccare i contenuti cliccare sull'icona.

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