GPF Inspiring Research

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 PROFILO DEGLI ELETTORI ITALIANI E LA MODA

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

GPF INSPIRING RESEARCH

3. SOGGETTO COMMITTENTE

GPF INSPIRING RESEARCH

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

GPF INSPIRING RESEARCH

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

DAL 31/08 AL 04/09

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

GPF Inspiring Research

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)*

tiscali.it - IDENTITY PIXEL
https://notizie.tiscali.it/elezioni-politiche-2022/indentity-pixel/

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

19 / 09 / 2022

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

consumi della società e politica

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Popolazione maggiorenne, definito per quote sociodemografiche

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

campione nazionale , Italia

[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

Campione rappresentazione dell popolazione italiana per quote geografiche di macro area e ampiezza centri.

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

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)*

Il campione casuale probabilistico stratificato

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

Numerosità dei soggetti intervistati 3000 individui
Il campione è rappresentativo della popolazione maggiorenne per quote di genere, età e area geografica.
Il margine d'errore campionario è di ± 4,38%.

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Campione di 3.000 casi, tutti soggetti maggiorenni, definito per quote (sesso, età ed area geografica).

cawi 2500 casi
cati 500 casi

[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

GPF Inspiring Research

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

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

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

Quali sono le diverse tipoligie di comportamenti degli italiani nel mondo della moda?
Quali sono i marchi preferiti dagli elettori ?

Per bloccare i contenuti cliccare sull'icona.

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