

## **Fake news e consumi | Il caso dei consumi del pane e affini**

### *documento informativo completo*

*(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)*

**soggetto che ha realizzato il sondaggio: Format Research Srl**  
([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))

**soggetto committente: Assipan – Associazione Italiana Panificatori e Affini.**

**soggetto acquirente: Assipan – Associazione Italiana Panificatori e Affini.**

**data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dall'08 gennaio al 13 gennaio 2020.**

**mezzo di comunicazione<sup>1</sup>:**  
<http://www.foodaffairs.it/>

**data di pubblicazione del sondaggio: 20 gennaio 2020**

**temi / fenomeni oggetto del soggetto: Indagine di opinione in merito ai comportamenti degli italiani che abitualmente acquistano il pane per sé o per i propri famigliari, luoghi di acquisto, motivazioni, l'impatto delle false notizie sul consumo di pane.**

---

<sup>1</sup> Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio.

Format Research s.r.l.  
Sede Legale  
Via Ugo Balzani 77  
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,  
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:  
04268451004  
Cap. Soc. € 25.850,00i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

**popolazione di riferimento: Popolazione italiana in età superiore ai 18 anni.**

**estensione territoriale del sondaggio:**

Acerra	Mentana
Afragola	Meta
Albenga	Milano
Alcamo	Minervino Murge
Altopascio	Mira
Ancona	Misilmeri
Andorno Micca	Missaglia
Andria	Modena
Aosta	Modica
Aquileia	Monserrato
Aquino	Montalto Uffugo
Arbus	Monte San Giovanni Campano
Argenta	Montecarlo
Asti	Montesilvano
Atina	Monticello Brianza
Augusta	Monza
Avola	Monzuno
Azzano Mella	Musile di Piave
Barano d'Ischia	Napoli
Bari	Negrar di Valpolicella
Barletta	Nervesa della Battaglia
Beinasco	Nogara
Bellinzago Novarese	Novara
Bergamo	Nuvolera
Bologna	Orbetello
Borgo San Giacomo	Orta di Atella
Boscotrecase	Padova
Brescia	Terrassa padovana
Bronte	Palermo
Busto Arsizio	Perugia
Cadeo	Pesaro
Cadeo	Pesaro
Cagliari	Piane Crati
Campagnano di Roma	Piovene Rocchette
Campi Bisenzio	Pisa
Campodarsego	Pistoia

Capriolo	Pontecagnano Faiano
Caravaggio	Pontecurone
Cardito	Pordenone
Carinola	Potenza
Carpi	Prato
Carrara	Quaregna Cerreto
Casal di Principe	Ravenna
Cassano delle Murge	Reggio nell'Emilia
Castel San Giorgio	Rende
Castellanza	Riccione
Castenaso	Rimini
Catania	Riposto
Cerveteri	Riva del Po
Cesana Brianza	Rivoli
Cisano Bergamasco	Rivolta d'Adda
Civitavecchia	Roccavivara
Colazza	Roma
Colli al Metauro	Rosignano Marittimo
Colli sul Velino	Roveredo in Piano
Comazzo	Rovereto
Como	Rovigo
Conegliano	Rutigliano
Coriano	Sale
Corigliano-Rossano	Salerno
Cosenza	San Casciano in Val di Pesa
Cossato	San Giovanni la Punta
Crema	San Mauro Torinese
Crespina Lorenzana	San Severino Marche
Cusano Milanino	Santa Giusta
Darfo Boario Terme	Sant'Ilario d'Enza
Davoli	Savigliano
Desio	Savona
Dovadola	Schio
Fabbrico	Selargius
Fabriano	Sennori
Faenza	Settimo Torinese
Falconara Marittima	Siracusa
Fano	Sommacampagna
Favara	Sora
Feletto	Spoletto

Ferrara  
Fidenza  
Firenze  
Forlì  
Frattra Polesine  
Gaggiano  
Galatina  
Gavi  
Gazzo Veronese  
Genova  
Giardini-Naxos  
Giarre  
Gorizia  
Gragnano Trebbiense  
Greve in Chianti  
Grisignano di Zocco  
Iglesias  
Imola  
Imperia  
Jesi  
Lanciano  
Lanuvio  
L'Aquila  
Latiano  
Latina  
Legnano  
Leno  
Lovere  
Lugo  
Macerata  
Magnago  
Malo  
Martina Franca  
Massa  
Massa di Somma  
Melfi

Taormina  
Taranto  
Tarquinia  
Termoli  
Tolentino  
Torgiano  
Torino  
Torre Annunziata  
Trento  
Tresignana  
Trezzano sul Naviglio  
Trieste  
Turbigo  
Udine  
Valguarnera Caropepe  
Varese  
Verona  
Viareggio  
Vicenza  
Vigonza  
Villa d'Almè  
Villabate  
Villafranca di Verona  
Villarosa  
Vinovo  
Vipiteno  
Zagarolo  
Ziano Piacentino

**metodo di campionamento: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese di interesse.**

**rappresentatività del campione<sup>2</sup>: Campione rappresentativo della popolazione italiana in età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).**

**metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview) e Cawi (Computer assisted web interview).**

**consistenza numerica del campione<sup>3</sup>**

**n. 1.022 casi (1.022 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 1.233 (27,6%); "Rifiuti": 998 (22,4%); "Sostituzioni": 2.231 (50,0%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,7%). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici.**

**testo integrale di tutte le domande (questionario)**

0. Pensando ad una settimana "tipo" normalmente quante volte ha avuto occasione di acquistare il pane per sé o per i suoi famigliari? (Una risposta)

- Tutti i giorni o almeno 4 o 5 volte alla settimana
- Almeno 2 -3 volte a settimana
- Almeno una volta a settimana
- Raramente o mai (CHIUDERE L'INTERVISTA)

*Nota per l'intervistatore:* specificare all'intervistato che quando si fa riferimento al concetto di pane si fa riferimento a tutte le tipologie di pane: pane di grano tenero, duro, integrale, pane prodotto con farine alternative (es. farro, segale), pane prodotto con farine "gluten free" (es. mais, riso) sia fresco che confezionato.

TOTALE RISPONDENTI 100%

1. (Solo se diverso da "Raramente o mai" a domanda 0) Quali sono le occasioni nelle quali capita di consumare maggiormente il pane nella sua famiglia? (Possibili più risposte)

A. Colazione

B. Spuntino mattutino

---

<sup>2</sup> Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore.

<sup>3</sup> Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate.

- |                         |    |
|-------------------------|----|
| C. Pranzo               | __ |
| D. Spuntino pomeridiano | __ |
| E. Cena                 | __ |

TOTALE RISPONDENTI 87%

2. (Solo se diverso da "Raramente o mai" a domanda 0) In quale/i tipologie di negozio si reca il più delle volte per acquistare il pane? E in quali altri luoghi le capita di acquistarlo? (Possibili più risposte)

	Luogo di acquisto abituale	Luogo di acquisto occasionale
A. Negozio indipendente specializzato (panetteria/forno, etc)	__	__
B. Negozio indipendente non specializzato (ad esempio emporio)	__	__
C. Supermercato di quartiere	__	__
D. Grande supermercato o ipermercato	__	__
E. Discount	__	__
F. Mercato rionale	__	__
G. Dal produttore	__	__
H. Via internet o via telefono (ad esempio "la spesa a domicilio")	__	__

TOTALE RISPONDENTI 87%

3. (Solo se diverso da "Raramente o mai" a domanda 0) Quali sono le motivazioni di scelta che tiene maggiormente in considerazione nell'acquisto del pane? (Possibili più risposte)

- |   |    |
|---|----|
| A. La digeribilità  | __ |
| B. La provenienza (es. pane a km0 o di un determinato territorio) | __ |
| C. La tracciabilità   | __ |
| D. La qualità del prodotto  | __ |
| E. Il prezzo  | __ |
| F. La freschezza (il profumo intenso)                             | __ |
| G. Il sapore  | __ |
| H. Altri motivi   | __ |

TOTALE RISPONDENTI 87%

4. Ha avuto modo di leggere, nel corso degli ultimi dodici mesi, notizie riguardanti i consumi di pane (*in termini di sicurezza alimentare, i pro e i contro legati al consumo, danni per la salute, etc*)? (Una risposta)

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 87%

5. Generalmente quali sono i canali che utilizza abitualmente per informarsi su questi temi? (Possibili più risposte)

	Canali
A. La televisione	__
B. I social network	__
C. I giornali cartacei, riviste specializzate	__
D. Canali online come Youtube	__
E. Forum e blog	__
F. Passaparola	__
G. Radio	__
H. Altri canali	__

TOTALE RISPONDENTI 87%

6. Ha avuto modo di sentire, nel corso degli ultimi dodici mesi, in particolare notizie riguardanti il tema della "importanza della riduzione del consumo di pane, della necessità di consumare pane diverso (es. senza glutine)"? (Una risposta)

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 27,7%

7. (Se sì) A seguito del fatto di avere ascoltato tali notizie, ha cambiato i suoi comportamenti di consumo rispetto al consumo di pane? (Una risposta)

- Sì, ho cambiato i miei comportamenti di consumo
- No, non ho cambiato comportamenti di consumo

TOTALE RISPONDENTI 7,5%

8. (Se "Sì, ho cambiato i miei comportamenti di consumo") In che modo ha cambiato i suoi comportamenti nel consumo di pane? (Possibili più risposte)

A. Ho acquistato minori quantità di pane	__
B. Ho acquistato pane di tipologie differenti (es. solo pane senza glutine, solo fresco, etc)	__
C. Ho smesso del tutto di acquistare il pane	__
D. Altro	__

TOTALE RISPONDENTI 4,4%

9. (Se "Sì, ho cambiato i miei comportamenti di consumo") Se successivamente la notizia si è rilevata "falsa" (fake news), ha modificato nuovamente i suoi comportamenti di consumo (es. tornando ad acquistare maggiori quantitativi di pane)? (Una risposta)

- Sì, sono tornato ad assumere i miei precedenti comportamenti di consumo
- No, non ho più cambiato comportamento di consumo

TOTALE RISPONDENTI 4,4%

10. (Se "sì" a domanda 6) A seguito della lettura/ascolto di una nuova notizia sul pane, sulla quale nutre dei dubbi in merito alla veridicità, le capita di andare a documentarsi personalmente (anche su base scientifica o medica) per verificarne l'autenticità? (Una risposta)

- Sì, mi capita di andare a documentarmi per verificare la veridicità della notizia
- No, pur nutrendo dei dubbi sulla veridicità non ho tempo/voglia di verificarne l'autenticità

TOTALE RISPONDENTI 8,5%