

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)

1. TITOLO DEL SONDAGGIO

- “QuickPoll Italia – L'opinione degli italiani”

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

- Sigma Consulting srls

3. SOGGETTO COMMITTENTE

- Sigma Consulting srls

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

- Sigma Consulting srls

5. PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

- 16-19 marzo 2021

6. MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUI QUALI È PUBBLICATO/DIFFUSO IL SONDAGGIO

- Pubblicato e diffuso dai quotidiani online Vivere tra cui viverepesaro.it, vivereancona.it, viveremacerata.it, viverefermo.it, vivereascoli.it, vivereabruzzo.it, vivereavezzano.it, viverechieti.it, viveregiulianova.it, viverelanciano.it, viverelaquila.it, vivereescara.it, viveresulmona.it, vivereteramo.it, vivereavasto.it, viverebasilicata.it, viverematera.it, viverepotenza.it, viverecalabria.it, viverecatanzaro.it, viverecorigliano.it, viverecosenza.it, viverecrotone.it, viverelamezia.it, viverereggio.it, viverevibo.it, vivereavellino.it, viverecampania.it, viverenapoli.it, viverebologna.it, viverecarpi.it, viverecastelfranco.com, viverecento.it, viverecesena.it, viverecomacchio.it, vivereemiliaromagna.it, viverefaenza.it, vivereferrara.it, viverefidenza.it, vivereforlì.it, vivereimola.it, viverelugo.it, viveremodena.it, vivereparma.com, viverepiacenza.eu, vivereravenna.it, viverereggio.com, viverericcione.it, vivererimini.it, viveresassuolo.it, viverefriuliveneziagiulia.it, viveretrieste.it, vivereudine.it, vivere.news, vivereitalia.org, viverelazio.it, vivererieti.it,

vivereroma.org, viveregenova.eu, vivereliguria.it, viverelecco.it, viverelombardia.it, viveremantova.it, viveremilano.eu, viverecampobasso.it, vivereisernia.it, viveremolise.it, viveretermoli.it, viverepiemonte.com, viveretorino.it, vivereandria.it, viverebari.eu, viverebarletta.it, viverebrindisi.it, viverefoggia.it, viverelecce.eu, viverepuglia.it, viveretaranto.it, viverecagliari.it, viverenuoro.it, viveresardegna.it, vivereagrigento.it, viverecaltanissetta.it, viverecatania.it, vivereenna.it, viveremessina.it, viverepalermo.eu, vivereragusa.it, viveresicilia.com, viveresiracusa.it, viveretrapani.com, viverearezzo.it, viverefirenze.it, viveretoscana.it, viverebolzano.it, viveremerano.it, vivererovereto.it, viveretrentinoaltoadige.it, viveretrento.it, vivereassisi.it, viverecittadicastello.it, viverefoligno.it, viveregubbio.it, vivereorvieto.com, vivereperugia.it, viverespoletto.it, vivereterni.it, vivereumbria.biz, vivereaosta.it, viverepadova.it, vivereveneto.eu, viverevenezia.eu, vivereverona.it, viverevicenza.it

7. DATA DI PUBBLICAZIONE/DIFFUSIONE

- 20 marzo 2021

8. TEMI OGGETTO DEL SONDAGGIO

- Sondaggio sulla conoscenza delle regioni turistiche italiane

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

- Popolazione maggiorenne residente in Italia

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO

- Intero territorio nazionale.

Distribuzione delle interviste rispetto all'area geografica e all'ampiezza demografica dei comuni:

Area di residenza	Ampiezza demografica						Totale
	fino a 5.000	5.000 - 10.000	10.000 - 30.000	30.000 - 100.000	100.000 - 500.000	oltre 500.000	
Nord-ovest	36	35	65	47	7	75	265
Nord-est	16	35	56	26	69		202
Centro	21	21	36	89	22	26	215
Sud	25	21	41	66	39	30	222
Isole	17	13	20	14	23	9	96
Totale	115	125	218	242	160	140	1.000

11. METODO DI CAMPIONAMENTO

- campionamento dalla community online di Sigma Consulting, stratificato e ponderato per sesso, classe d'età, titolo di studio, area geografica e ampiezza demografica del centro di residenza

12. RAPPRESENTATIVITA' DEL CAMPIONE

- Il campione è rappresentativo dell'universo specificato rispetto alle variabili di stratificazione.
Il margine massimo di errore sulle stime a livello di totale campione (confidenza del 95%) è del 3,1%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

- Cawi (computer assisted web interview) con l'ausilio del computer.

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

- 1.000 casi (2.384 contatti, 1.384 rifiuti)

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE**1. *Se pensa alle regioni italiane come luoghi di vacanza, quali sono le prime che le vengono in mente?***

- 1 | _____ |
- 2 | _____ |
- 3 | _____ |

% di persone che hanno risposto: 100%

2. *In quali regioni italiane è stato in vacanza almeno una volta?*

- | | |
|---------------------------|------------|
| - Abruzzo | - Molise |
| - Basilicata | - Piemonte |
| - Calabria | - Puglia |
| - Campania | - Sardegna |
| - Emilia - Romagna | - Sicilia |
| - Friuli - Venezia Giulia | - Toscana |

- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Trentino - Alto Adige
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

% di persone che hanno risposto: 100%

3. Pensando a tutti gli aspetti che prende in considerazione quando sceglie una destinazione turistica, quanto la attirano le seguenti regioni come meta per le sue vacanze in Italia?

(opzioni di risposta: "moltissimo", "molto", "abbastanza", "poco", "per niente")

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia - Romagna
- Friuli - Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino - Alto Adige
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

% di persone che hanno risposto: 100%

4. A quali regioni associa le seguenti caratteristiche? Ne indichi due:

- divertimento
- relax, riposo
- arte, cultura
- spiagge, mare
- enogastronomia, cibo
- ambiente, natura
- benessere
- ospitalità
- spiritualità
- glamour, elite, mondanità
- a buon mercato

- a misura d'uomo

% di persone che hanno risposto: 100%

5. Pensando alle Marche, quali sono i primi luoghi turistici che le vengono in mente?

- 1 | _____
- 2 | _____
- 3 | _____

% di persone che hanno risposto: 75%

6. Pensando alle Marche, quali sono i primi personaggi che le vengono in mente?

- 1 | _____
- 2 | _____
- 3 | _____

% di persone che hanno risposto: 52%

7. Per quanto ne sa, quali dei seguenti aggettivi descrivono meglio i marchigiani?

- lavoratori (dediti al lavoro)
- diffidenti, schivi, riservati e introversi
- consapevoli dei propri limiti
- attenti al risparmio
- legati alla propria terra
- disponibili ai sacrifici
- legati alla famiglia
- lavoratori in proprio
- conservatori, tradizionalisti
- arretrati
- provinciali
- non so
- altro (specificare)

% di persone che hanno risposto: 79%