IZI SpA

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

Influencer

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

IZI SpA

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Sondaggio autoprodotto

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Nessuno

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

19-20 gennaio 2024

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

IZI SpA

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)*

HuffingtonPost

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

23 gennaio 2024

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

Attualità

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

residenti in Italia fra i 18 e i 79 anni

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

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

Viareggio
Osasco
Montelupone
Castel Campagnano
Cravagliana
Santa Maria della Versa
Catania
Mulazzano
Milano
Genova
Castronno
Agliè
Gattatico
Torino
Monterotondo
Baldissero Canavese
Stresa
Palermo
Treviglio
Arosio
Ala di Stura
Musile di Piave
Grumolo delle Abbadesse
Fidenza
Lazise
Salassa
Pescara
Alpignano
Quagliuzzo
Stellanello
Somma Lombardo
Asti
Castellanza
Mira
Fiorenzuola d'Arda
Lucca
Salerno
L'Aquila
Custonaci
San Genesio Atesino/Jenesien
Orino
Corsico
Udine
Carignano
Angrogna
Jesi

[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)*

casuale stratificato per genere, classe d'età e macro-area di residenza

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

rappresentativo della popolazione italiana fra i 18 e i 79 anni. Errore campionario pari al 3% per un intervallo di confidenza del 95%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

CATI-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

IZI SpA

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

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……2.067	% ……
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……1.005	% ……

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

1.Generalmente i suoi acquisti vengono influenzati dalla pubblicità in rete?
sì 29,2%
no 70,8%
2.Lei segue influencer o content creator sui social?
sì 33,6%
no 66,4%
3.Ha mai acquistato prodotti promossi o consigliati dagli influencer?
sì 23,5%
no 76,5%
4.In seguito all'inchiesta che ha coinvolto Chiara Ferragni sulla vicenda del pandoro benefico, come è variata la sua fiducia nei confronti del mondo degli influencer?
diminuita 44,8%
invariata 52,5%
aumentata 2,7%
5.Questa vicenda ha influito negativamente sulla credibilità del mondo degli influencer e nelle scelte di acquisto di chi segue i loro contenuti?
molto 43,5%
abbastanza 38,6%
poco 13,8%
per nulla 4,0%
6.Questa vicenda avrà qualche conseguenza sul futuro del mondo degli influencer?
non subirà alcun contraccolpo 20,0%
subirà una contrazione che porterà a un ridimensionamento del fenomeno 51,4%
segna l'inizio della fine del mondo degli influencer 13,6%
non so 15,1%
7.Lei è favorevole o contrario alla regolamentazione del mercato degli influencer, così come proposto dall'AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni)?
favorevole 94,0%
contrario 6,0%
8.Secondo lei, la regolamentazione di settore che vorrebbe introdurre l'AGCOM limiterà a favorirà il business degli influencer?
limiterà il business 43,7%
favorirà il business 13,9%
non so 42,4%

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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

Il legale rappresentante
(Giacomo Spaini)