

Il "Documento" completo relativo ai sondaggi

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, allegato A, art. 3, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002)

<< Le tendenze delle famiglie nella gestione del risparmio >>

24. maggio 2010

A. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

⇒ GfK Eurisko s.r.l.

B. COMMITTENTE E ACQUIRENTE

⇒ TWISTER COMMUNICATIONS GROUP per ASSORETI

C. TIPO E OGGETTO DEL SONDAGGIO

⇒ INDAGINE *AD HOC* FINALIZZATA AD ESPLORARE I BISOGNI INFORMATIVI DELLE FAMIGLIE ITALIANE IN MATERIA DI INFORMAZIONE E RISPARMIO

UNIVERSO O COLLETTIVO DI RIFERIMENTO

⇒ CAPIFAMIGLIA FINANZIARI TITOLARI DI CONTO CORRENTE O DI POLIZZE ASSICURATIVE

UNITÀ INTERVISTATE

- o 1000 interviste rappresentative dell'universo, con un sovracampionamento di 200 casi sui clienti di promotori

TIPO DI CAMPIONAMENTO E DETTAGLIO SUI CRITERI SEGUITI PER LA FORMAZIONE DEL CAMPIONE

⇒ Il piano di campionamento ha previsto il ricorso a un campione di tipo sperimentale. Sono state effettuate nel complesso 1000 interviste, di cui 785 rappresentative dell'universo dei non clienti di rete e 415 oversample di clienti di reti, per poter meglio approfondire l'analisi su questo sottocampione. I dati sono stati controllati per le variabili sociodemografiche e pesati in modo da dare luogo ad un campione rappresentativo complessivamente pari a 1000 casi ed ad un sottocampione di 440 clienti di reti.

GfK Eurisko S.r.l.
Via Monte Rosa 15
20149 Milano

Tel +39 02/438091
Fax +39 02/4814177
www.gfk-eurisko.it

Piazza della Repubblica 59
00185 Roma
Tel +39 06/47823302
Fax +39 06/96703967

Cap. soc. € 2.600.000,00 i.v.
REA Milano 1514546
C.F., P.IVA e Iscr. Reg. Imp.
11955940157

Direzione e coordinamento: GfK AG

D. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO (COMUNI DI RILEVAZIONE)



⇒ ELENCO COMUNI

ACI CASTELLO	CANTU'
ACQUAPPESA	CAPURSO
ADELFA	CAROVIGNO
ALBESE CON	CASALBUTTANO E
CASSANO	UNITI
ALESSANDRIA	CASALPUSTERLENG
ALGHERO	O
ANCONA	CASAMASSIMA
APIRO	CASAVATORE
ARENZANO	CASTEGNATO
AREZZO	CASTELNUOVO
ARSOLI	RANGONE
ASCOLI	CASTROLIBERO
PICENO/(FOLIGNA	CATANIA
NO 2)	CATANZARO
ASTI	CAVA DE' TIRRENI
ATRI	CELLAMARE
AUGUSTA	CEPRANO
AVELLA	CERIGNOLA
bagnoli	CERTALDO
BARCELLONA	CESENA
POZZO DI GOTTO	CHIERI
BARI	CLUSONE
BELPASSO	COAZZE
BELVEDERE DI	COMO
SPINELLO	CORNAREDO
BENEVENTO	COSENZA
BERGAMO	COTIGNOLA
BESANA BRIANZA	CURTI
BISTAGNO	DOLIANOVA
BITRITTO	ENNA
BOLLATE	FAENZA
BOLOGNA	FALCONARA
BRACCIANO	MARITTIMA
BRINDISI	FERRARA
BRUGNERA	FIRENZE
BUSSETO	FOGGIA
CAGLIARI	FORINO
CAIVANO	FOSSOMBRONE
CALTANISSETTA	FROSINONE
CAMOGLI	GALLARATE
CAMPARADA	GENOVA
CAMPOBASSO	GIZZERIA

GRAVINA DI	minerbe
CATANIA	MODENA
GROSSETO	MONDRAGONE
GRUMO NEVANO	MONFALCONE
GUANZATE	MONTAGNANA
GUARDAVALLE	MONTALBANO
GUASILA	IONICO
gussago	MONTE SAN
IESOLO	GIOVANNI
IGLESIAS	CAMPANO
IMPERIA	MONTECATINI
INVERIGO	TERME
LAIGUEGLIA	MONTEFORTE
LATINA	D'ALPONE
LECCE	MONTEGROTTO
LICATA	TERME
LICCIANA NARDI	MONTEMITRO
LISSONE	MONZA
LIVORNO	MURISENGO
LIVORNO	MUSILE DI PIAVE
FERRARIS	NAPOLI
LOANO	NOGAROLE ROCCA
LUMEZZANE	NOVARA
LURAGO D'ERBA	NOVI LIGURE
LUSERNA SAN	NUORO
GIOVANNI	ODERZO
LUZZARA	opera
MACERATA	ORISTANO
MAGLIE	OSIMO
MANCIANO	OSTUNI
MANTA	OZEGNA
MARANO DI	PACE DEL MELA
NAPOLI	PAGO DEL VALLO
MARINO	DI LAURO
MARRUBIU	PALERMO
MARSALA	PALMI
MARTINA FRANCA	PANDIOLO
MASCALUCIA	PARABITA
MATERA	PARMA
MEANA SARDO	PAVIA
MEDA	PEDARA
MELITO DI NAPOLI	PENNA
MESSINA	SANT'ANDREA
MESTRE-VENEZIA	PERNUMIA
MILANO	PERUGIA

PESARO
PESCARA
PIAZZA AL
SERCHIO
PINEROLO
PIOVENE
ROCCHETTE
PISTOIA
PONTASSIEVE
PONTECAGNANO F.
PRATA DI
PORDENONE
QUARTO
QUATTRO
CASTELLA
RAPINO
Reggello
REGGIO DI
CALABRIA
REGGIO EMILIA
RESUTTANO
RICCIONE
RIETI
RIMINI
ROMA
S. STEFANO
ROERO
S.BARTOLOMEO
MARE
S.BONIFACIO
S.FERMO DELLA
BATTAGLIA
S.GIORGIO LA
MOLARA
S.GIUSEPPE JATO
S.MANGO
PIEMONTE
S.VINCENZO LA
COSTA
SALERNO
SALSOMAGGIORE
TERME
SALUGGIA
SAN COLOMBANO
AL LAMBRO
SAN DONACI
SAN GENESIO ED
UNITI
san lazzaro di
savena
SAN LORENZO IN
CAMPO
SAN MARTINO
SICCOMARIO
SANT'AMBROGIO
DI VALPOLICELLA
SANTARCANGELO
DI ROMAGNA
SANTHIA'
SARSINA
sassari
SAVONA
SCHIO
SEMIANA
SENIGALLIA
SERIATE
SERRONE
SESTO CALENDE
SETTIMO
MILANESE
SIRACUSA
SOMMA
VESUVIANA
SOVICO
SPADAFORA
SPERONE
STROZZA
SUBBIANO
TARANTO
TERRACINA
TORINO
TRAVEDONA
MONATE
TRECATE
TREMESTIERI
ETNEO
TREVISO
TRIESTE
TRINO
VERCELLESE

TUFILLO
Turriaco
UDINE
usmate
VALDINA
VALENZA
VARESE
VASTO

VERCELLI
VERONELLA
VIAREGGIO
VICENZA
VILLARICCA
VILLASANTA
VINOVO

—

—

E. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO
⇒ 20-27 APRILE 2010

F. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI
⇒ INTERVISTE TELEFONICHE CATI

G. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE RIVOLTE AI RISPONDENTI

Lei personalmente possiede ...

- titoli singoli
- fondi di investimento/piani di accumulo
- gestioni patrimoniali
- prodotti previdenziali

Fatto 100 i suoi risparmi/investimenti complessivi, escludendo gli immobili e i beni rifugio, quale percentuale ha destinato ... (base: titolari di prodotti investimento/previdenziali – n. i. =6%)

A liquidità

A prodotti di investimento

Se dovesse parlare con qualcuno dei suoi prodotti di investimento Lei saprebbe indicarne ... (base: titolari di prodotti investimento/previdenziali)

- la ripartizione per tipologia di investimenti e mercati (n. i. =7%)
- il grado di rischio (n. i. =5%)
- il rendimento/guadagno atteso (n. i. =5%)
- la durata ottimale affinché l'investimento sia efficace/redditizio (n. i. =7%)

Lei ha sentito parlare della Direttiva europea MiFID che ha introdotto nuove regole per le banche/istituzioni finanziarie, relativamente all'offerta di servizi e proposte di investimento finalizzate a migliorare la trasparenza e a tutelare maggiormente i risparmiatori/investitori? (base: titolari di prodotti investimento/previdenziali – n. i. = 0%)

Secondo lei negli ultimi 12 mesi la QUANTITA' dell'informazione offerta dalla stampa, dalla televisione e dai media sul tema della gestione del denaro è ...

- cresciuta
- rimasta uguale
- calata
- n. . = 12%

Secondo lei negli ultimi 12 mesi la QUALITA' dell'informazione offerta dalla stampa, dalla televisione e dai media sul tema della gestione del denaro è ...

- molto migliorata
- migliorata
- rimasta uguale
- peggiorata
- molto peggiorata
- n. . = 11%

Parliamo ora più nello specifico delle informazioni che la sua banca/istituzione finanziaria di riferimento le fornisce quando deve compiere delle scelte di investimento.

Rispetto a 2/3 anni fa Lei ritiene che queste informazioni siano (base: titolari di prodotti investimento/previdenziali)

- più comprensibili
- meno comprensibili
- ugualmente comprensibili, non ha notato cambiamenti
- n. i. = 3%

Rispetto a 2/3 anni fa Lei ritiene che queste informazioni siano (base: titolari di prodotti investimento/previdenziali)

- più dettagliate
- meno dettagliate
- ugualmente dettagliate, non ha notato cambiamenti
- n. i. = 3%

Complessivamente, quanto è soddisfatto delle informazioni che la sua banca/istituzione di riferimento le fornisce quando deve compiere delle scelte di investimento? (base: titolari di prodotti investimento/previdenziali – n. i. = 0%)

Considerati i suoi bisogni e l'oggettiva complessità dei mercati finanziari, quanto ritiene complessivamente soddisfacente il promotore finanziario? (base: chi ha utilizzato il promotore finanziario come fonte di informazione – n. i. = 2%)

Considerati i suoi bisogni e l'oggettiva complessità dei mercati finanziari, quanto ritiene complessivamente soddisfacente Internet/siti di informazione finanziaria? (base: chi ha utilizzato Internet come fonte di informazione – n. i. = 2%)

Considerati i suoi bisogni e l'oggettiva complessità dei mercati finanziari, quanto ritiene complessivamente soddisfacente l'agente assicurativo? (base: chi ha utilizzato l'agente assicurativo come fonte di informazione – n. i. = 4%)

Considerati i suoi bisogni e l'oggettiva complessità dei mercati finanziari, quanto ritiene complessivamente soddisfacente l'interlocutore in Banca/Posta? (base: chi ha utilizzato l'agente assicurativo come fonte di informazione – n. i. = 1%)

Considerati i suoi bisogni e l'oggettiva complessità dei mercati finanziari, quanto ritiene complessivamente soddisfacente la stampa specializzata? (base: chi ha utilizzato la stampa specializzata come fonte di informazione – n. i. = 2%)

Considerati i suoi bisogni e l'oggettiva complessità dei mercati finanziari, quanto ritiene complessivamente soddisfacente la stampa generalista? (base: chi ha utilizzato la stampa specializzata come fonte di informazione – n. i. = 3%)

Nelle ultime decisioni che ha preso le sono state di aiuto le fonti che ha consultato? (n. i. = 13%)

Le leggerò ora una serie di affermazioni e vorrei che mi dicesse con quale si trova più d'accordo.

Ritengo più affidabile ...

- una fonte a cui attribuisco totale indipendenza
- una fonte non indipendente ma di cui conosco l'orientamento e sono in grado di tarare il suo giudizio
- n. i. = 9%

Ritengo più affidabile ...

- una fonte vicina a me, che tratta o conosce problemi vicini ai miei
- una fonte che ha visione ampia, internazionale, globale
- n. i. = 8%

Ritengo più affidabile ...

- una fonte molto specializzata
- una fonte che ragiona più con il buon senso che con la specializzazione
- n. i. = 8%

Ritengo più affidabile ...

- una fonte che guarda soprattutto al breve termine ed alle opportunità di oggi
- una fonte che guarda soprattutto al medio-lungo termine ed alle opportunità da cogliere oggi per avere un vantaggio nei prossimi anni
- n. i. = 8%

H. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE, PERCENTUALE DELLE PERSONE CHE HANNO RISPOSTO A CIASCUNA DOMANDA

- ⇒ Numerosità campionaria: 1200
- ⇒ Numero dei non rispondenti/ cadute/ contatti a vuoto: 16248
- ⇒ Totale contatti effettuati: 17448
- ⇒ Percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda: si veda dettaglio precedente (sez.G)

I. VERIFICA DELLA COERENZA DELLE RISPOSTE ALLE DIVERSE DOMANDE

- ⇒ Controllo su operato degli intervistatori secondo gli standard di qualità ASSIRM durante tutte le fasi della rilevazione

L. "RAPPRESENTATIVITÀ" DEI RISULTATI, IN TERMINI "MARGINE DI ERRORE", AL LIVELLO FIDUCIARIO DEL 95%, DELLE STIME OTTENUTE (VALORI ASSOLUTI, MEDIE, PERCENTUALI, ETC.) PER LE VARIABILI PIÙ IMPORTANTI CON RIFERIMENTO AGLI OBIETTIVI DEL SONDAGGIO (CON RIFERIMENTO AL MARGINE DI ERRORE OCCORRE SPECIFICARE GLI EVENTUALI LIMITI INTERPRETATIVI DEI RISULTATI PIÙ ANALITICI CONTENUTI NELLE TABELLE PUBBLICATE E DIFFUSE)

- ⇒ Utilizzando un coefficiente di confidenza del 95% e ipotizzando di rilevare una percentuale $p=50\%$, il margine di oscillazione statistica risulta pari a:
 - Campione totale ($n=1000$ casi) $\pm 3\%$;
 - Target "clienti di reti" ($n=415$) $\pm 5\%$