Doxa Marketing Advice Srl

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

ITALIANI CHICKEN LOVERS

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

DOXA MARKETING ADVICE SRL

3. SOGGETTO COMMITTENTE

MARILENA COLUSSI PER UNAITALIA

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

MARILENA COLUSSI

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

DAL 13 AL 20 GENNAIO 2014

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Doxa Marketing Advice Srl

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)*

AGENZIE DI STAMPA:
Ansa, Adnkronos, Tmnews, Agi, Asca
QUOTIDIANI:
Corriere della Sera, Avvenire, Repubblica, QN, Italia Oggi, Il sole 24 ore, Il Tempo, Il Messaggero, Gazzetta dello Sport, Il Giornale, Libero
PERIODICI:
Gruppo editoriale Mondadori, RCS, Condenast, Guido Veneziani Editore, Il Cairo, Stpauls, gruppo Food, Ed

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

27 FEBBRAIO 2014

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

LA PERCEZIONE E LE ABITUDINI DI CONSUMO DELLE CARNI AVICOLE

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

SOGGETTI RESIDENTI IN TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE CON ETA' COMPRESA TRA 18-70 ANNI

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

IL CAMPIONE È RAPPRESENTATIVO DI SOGGETTI (18-70 ANNI) RESIDENTI IN TUTTO TERRITORIO NAZIONALE.
E' STATO UTILIZZATO ELENCO DI SOGGETTI PRESENTI NEGLI ELENCHI TELEFONICI DI PROPRIETÀ DI DOXA

[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.

Doxa Marketing Advice Srl

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

ABBADIA SAN SALVATORE
ACERRA
ACIREALE
ACQUANEGRA SUL CHIESE
ACQUARO
ACQUASPARTA
ACQUAVIVA DELLE FONTI
ACRI
AFRAGOLA
AGEROLA
AGIRA
AGORDO
AIELLI
ALBANO LAZIALE
ALBAREDO D'ADIGE
ALBIANO
ALBOSAGGIA
ALCAMO
ALESSANDRIA
ALMENNO SAN BARTOLOMEO
ALTOFONTE
ANDRIA
ANZIO
AOSTA
APICE
AREZZO
ARIANO IRPINO
ARSITA
ARTENA
ARZANO
ASCOLI PICENO
ASTI
ATESSA
AVELLA
AVERSA
AZZANO DECIMO
BACOLI
BADOLATO
BAGNOREGIO
BARI
BARI SARDO
BARONISSI
BARRAFRANCA
BASELGA DI PINE'
BASSANO DEL GRAPPA
BATTAGLIA TERME

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

Doxa Marketing Advice Srl

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)*

PROCEDURA DI SELEZIONE DEI SOGGETTI INTERVISTATI:
CAMPIONE SELEZIONATO IN BASE A QUOTE DI ETA', SESSO, AREA GEOGRAFICA, TITOLO DI STUDIO, AMPIEZZA CENTRO.
NON E' STATO NECESSARIO EFFETTUARE UNA PONDERAZIONE DEI DATI

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

IL CAMPIONE UTILIZZATO (1000 CASI) E' RAPPRESENTATIVO DEI SOGGETTI 18-70 ANNI DI RESIDENTI IN TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE.
CON IL CAMPIONE UTILIZZATO (1000 CASI) SI CALCOLA UN MARGINE DI ERRORE DEL 3,1% AL LIVELLO DI CONFIDENZA DEL 95%.

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

METODOLOGIA CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).
IL SISTEMA PERMETTE DI CONTROLLARE LE COERENZE DELLE RISPOSTE ALLE DIVERSE DOMANDE GIA' IN FASE DI PROGRAMMAZIONE, IMPEDENDO ALL'INTERVISTATORE INTERVENTI ERRATI.

[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

Doxa Marketing Advice Srl

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

Non reperibili	cifra ……19.957	% ……67,00
Rifiuti	cifra ……9.043	% ……30,00
Sostituzioni	cifra ……0	% 0,00
Totale interviste effettuate	cifra ……1.000	% ……3,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

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

DOM A. Lei è già stato intervistato per ricerche di mercato o sondaggi di opinione negli ULTIMI TRE MESI?
a) Si
b) No

A Tutti
DOM 1. Parliamo di carni nel loro insieme (manzo, vitello, maiale, pollo, tacchino, pesce ecc..). Lei personalmente …(una sola risposta)
a) mangia qualsiasi tipo di carne senza esclusioni particolari
b) esclude alcuni tipi di carne, ad es. maiale o altre
c) cerca di evitare carne e/o pesce, pur consumandone ogni tanto
d) non mangia né carne né pesce ma uova e latticini si
e) non mangia né carne né pesce né uova né latticini etc.

DOM 2. Con quale frequenza Lei consuma ….(leggere,1 risposta per ogni item/randomizzare items)

Tutti i giorni | 5-6 v.sett. | 3-4 v.sett. | 1-2 v.sett. | 2-3 v.mese | 1v.mese | meno spesso | Mai

a) Carni di pollo, anche in preparazioni, ad es. crocchette, panati, wurstel, affettati, ecc…
b) Carne di tacchino, anche in preparazioni, ad es. crocchette, panati, wurstel, affettati, ecc...
c) Uova
d) Manzo
e) Vitello
f) Maiale
g) Formaggi
h) Pesce

Filtro: a Tutti user carne, esclusi vegetariani e vegani - codici d) e) a DOM 1 - e MAI pollo e/o tacchino a dom 2
DOM 3. PaParliamo di POLLO E/O TACCHINO: in che modo e con frequenza Lei/chi per Lei in famiglia acquista/consuma POLLO E/ O TACCHINO (fresco e/o surgelato)? (nota intervistatore: intendiamo sia fresco e/o surgelato) Leggere items (una sola risposta per ogni item)

3 o più v. sett. | 1-2 v.s. | 2-3 v. mese | 1v.mese | meno spesso | Mai

a) POLLO INTERO, da cuocere
b) PETTO, COSCE, ALI O ALTRE PARTI da cuocere
c) PIATTI PRONTI DA CUOCERE, ad es. arrosto, polpettone, polpette, spiedini, salsicce…
d) PANATI , come ad es cotolette, crocchette ecc.. da cuocere e/o riscaldare
e) WURSTEL
f) AFFETTATI DI POLLO O TACCHINO, come ad es. affettato di pollo al forno, bresaola di tacchino…
g) POLLO ALLO SPIEDO/AL FORNO, DI ROSTICCERIA (intero o in parti)

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

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