

Roma, 25 Gennaio 2007

***Principali risultati dall'attività di Auditing sulla  
campagna di informazione promossa da  
Unaproa presso la Distribuzione Moderna***

**“NUTRITEVI DEI COLORI  
DELLA VITA, I 5 COLORI DEL  
BENESSERE”**

**Elaborazione a cura di Roberto Della Casa e Chiara Daltri  
Università di Bologna, Polo di Forlì & Agroter, Produce Marketing Services**

# Metodologia

- ✓ Somministrazione di un questionario semistrutturato ad un campione randomizzato di **800 CONSUMATORI** che hanno partecipato alle iniziative promozionali in-store promosse da Unaproa presso la Distribuzione Moderna in **due fasi distinte**:
  - 1) Inverno 2005-06 (recruiting in data 18 febbraio 2006):
  - 2) inverno 2006-2007 (recruiting in data 2 dicembre 2006 e 6 gennaio 2007).
- ✓ Un campione randomizzato dei nominativi disponibili è stato successivamente intervistato con la tecnica CATI, Computer Aided Telephone Interviews.

# Metodologia

- ✓ Recruiting durante gli eventi promozionali presso un campione di punti vendita del retail afferenti alle seguenti catene:
  - **18-feb-06:** 400 interviste presso 25 ipermercati Auchan e 5 supermercati Despar;
  - **2-dic-06 e 6-gen-2007:** 400 interviste presso la rete nazionale Auchan (42 ipermercati) e presso 50 superstores Bennet;
  - **IN TOTALE: 800 INTERVISTE RELATIVE A OLTRE 100 PUNTI VENDITA DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA.**

# Analisi della notorietà della campagna informativa Unaproa

Notorietà e Comprensione	F.A.	F.%
Notorietà Spontanea Con Significato	185	23%
Notorietà Spontanea Senza Significato	24	3%
Notorietà Indotta Con Significato	336	42%
Notorietà Indotta Senza Significato	73	9%
Nessuna Notorietà	182	23%



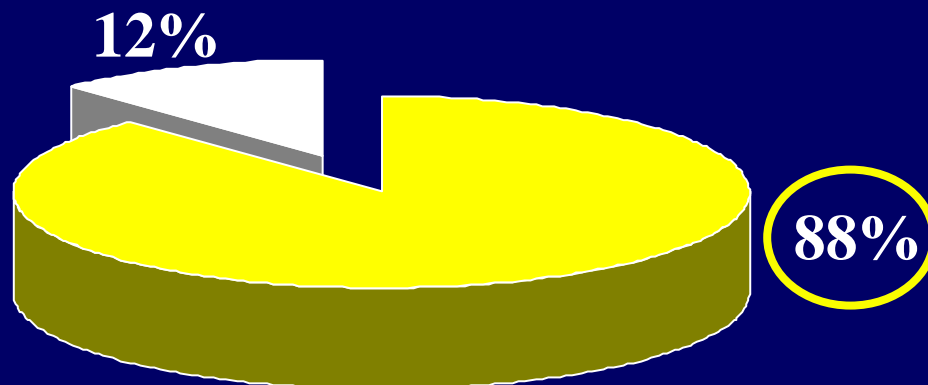
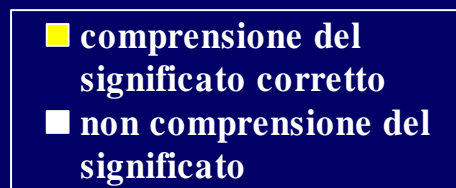
Nota: Elaborazione degli autori sul totale campione di 800 rispondenti.

**Sia nel caso di notorietà  
spontanea che indotta dei  
claims della campagna**

**“Nutritevi dei colori della vita, i  
5 colori del benessere” emerge  
un positivo livello di  
comprensione del significato  
da parte del consumatore.**

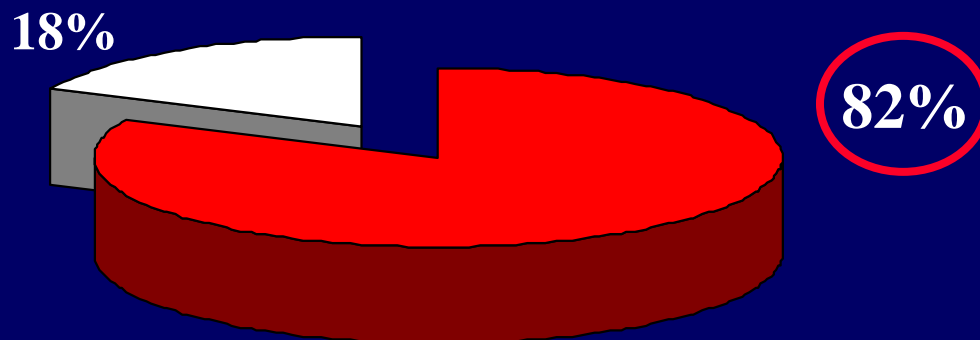
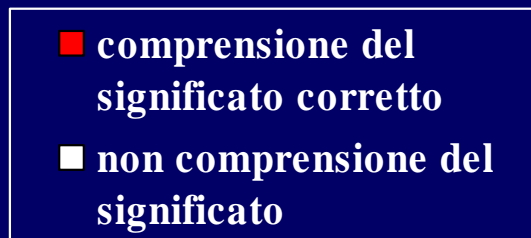
**Infatti ...**

## Notorietà spontanea e Comprensione



Tra coloro che rientrano nei casi di notorietà spontanea – il 26% del campione totale – ben l'88% ha anche compreso correttamente il significato della campagna informativa.

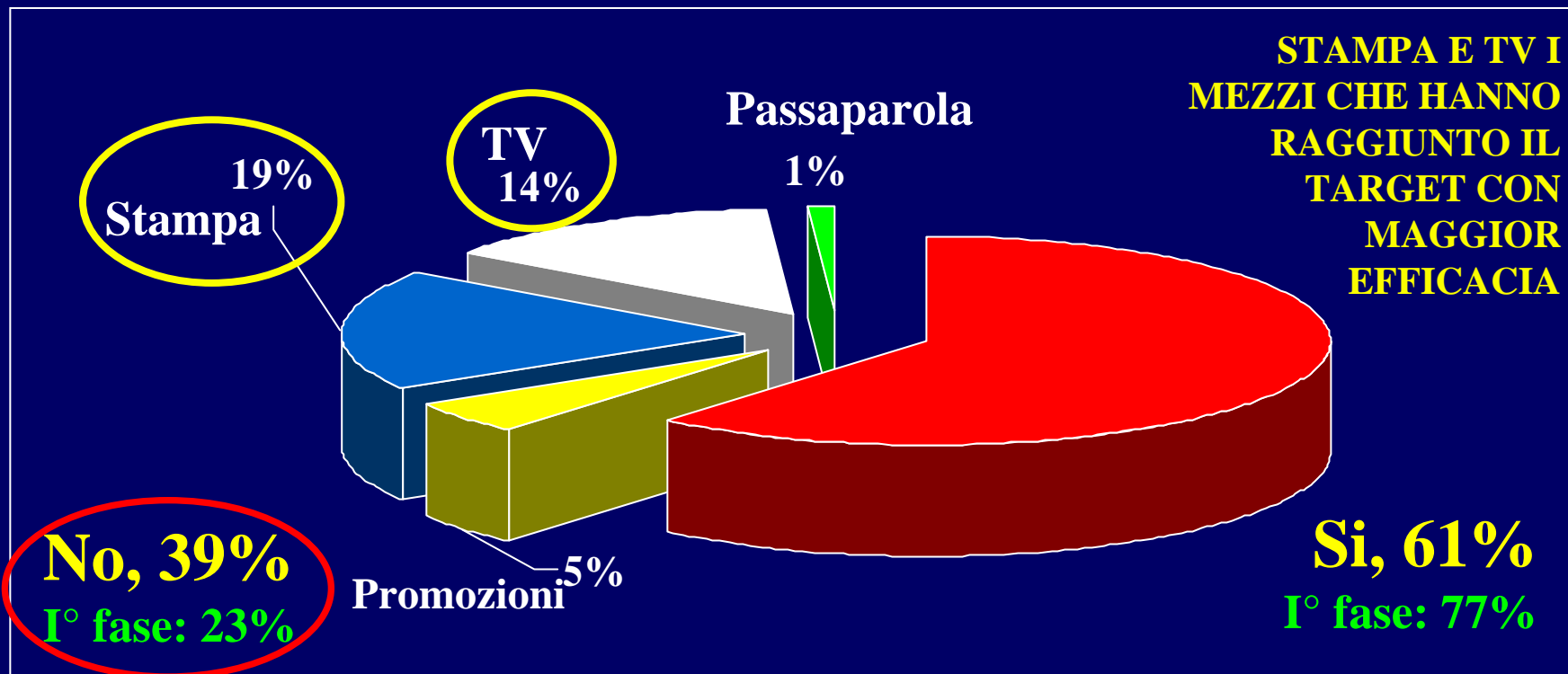
## Notorietà indotta e Comprensione



Tra coloro che rientrano nei casi di notorietà indotta – il 51% del campione totale – ben l'82% ha anche compreso correttamente il significato della campagna informativa.

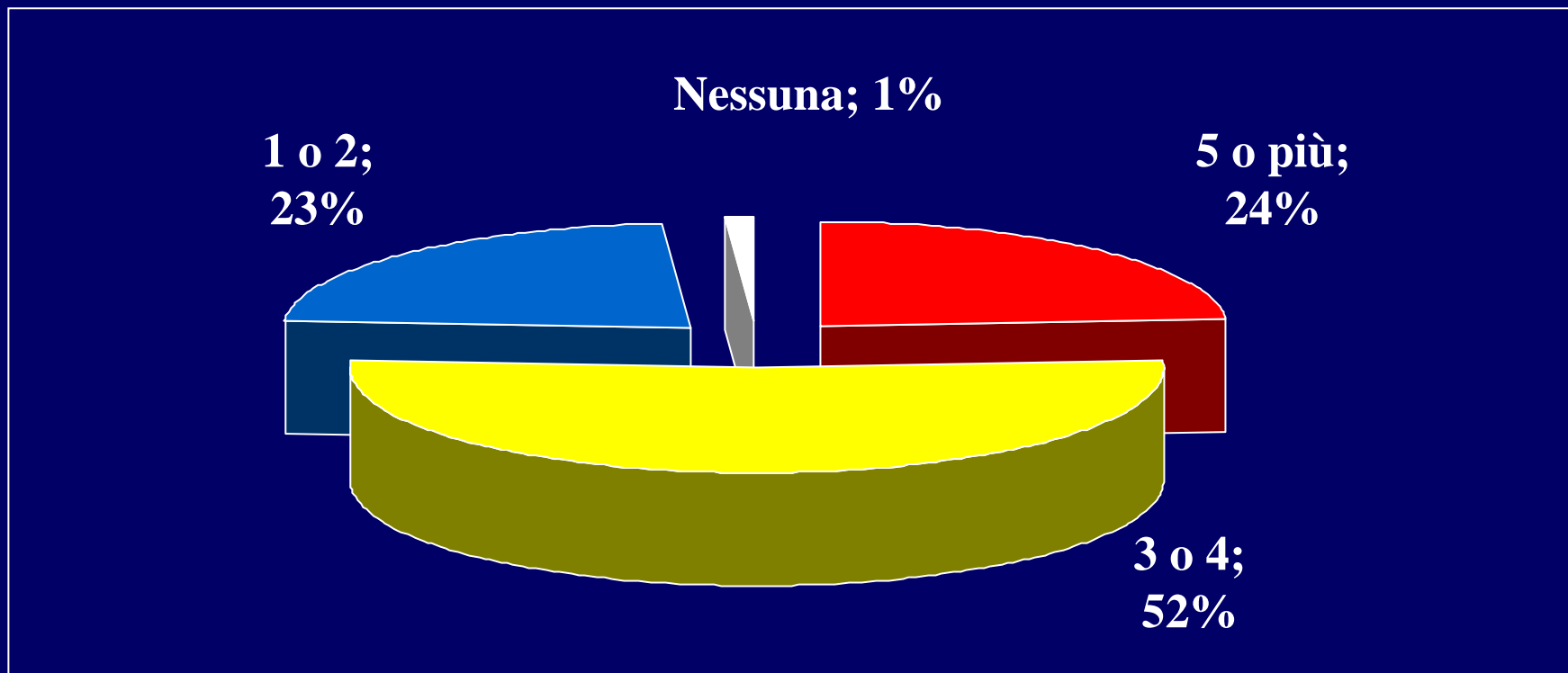
**E' la prima volta che sente parlare di "nutritevi dei colori della vita, i 5 colori del benessere"? Se no, in quale occasione ne è venuto a conoscenza prima d'ora?**

## **PRIMA E SECONDA FASE A CONFRONTO**



Domanda calcolata solo su coloro che rientrano nei casi di notorietà spontanea o indotta della campagna d'informazione (292 rispondenti); campione fase II.

# Quante porzioni di frutta e verdura consuma mediamente al giorno?

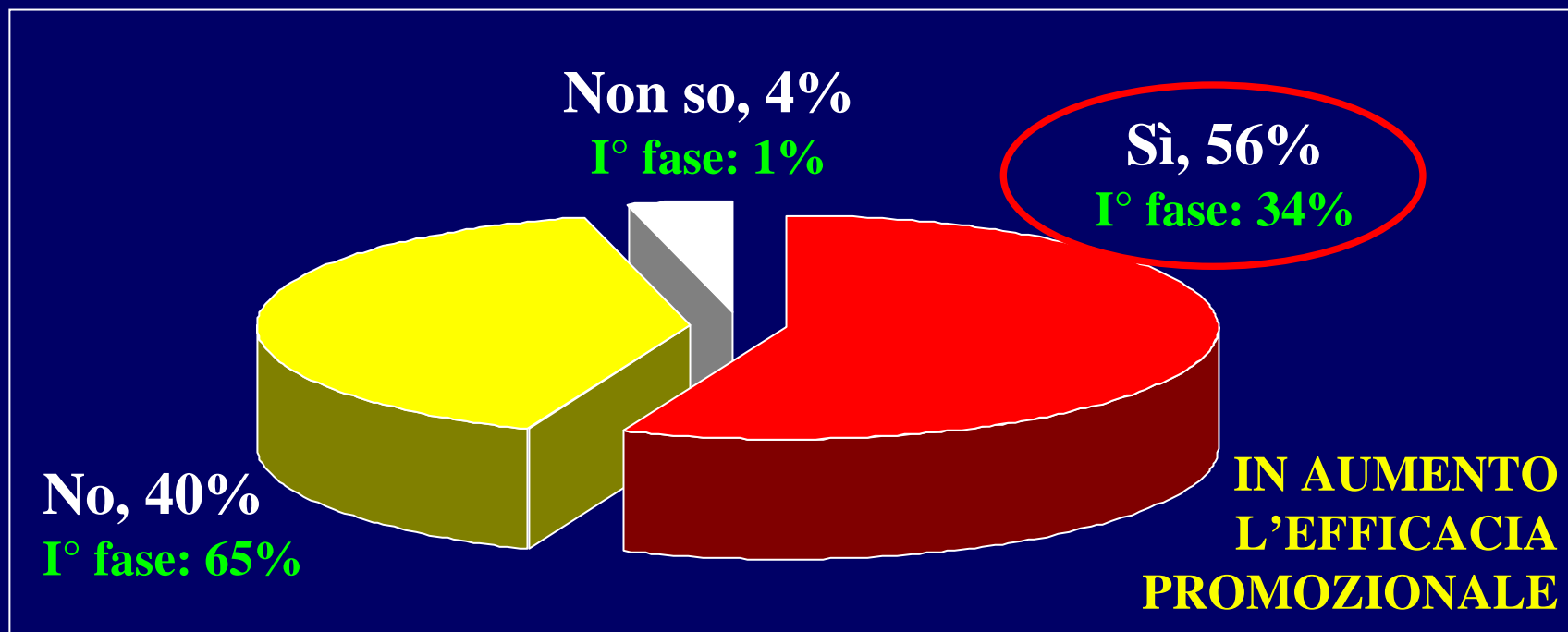


Nota: Elaborazione degli autori sul totale campione di 800 rispondenti.

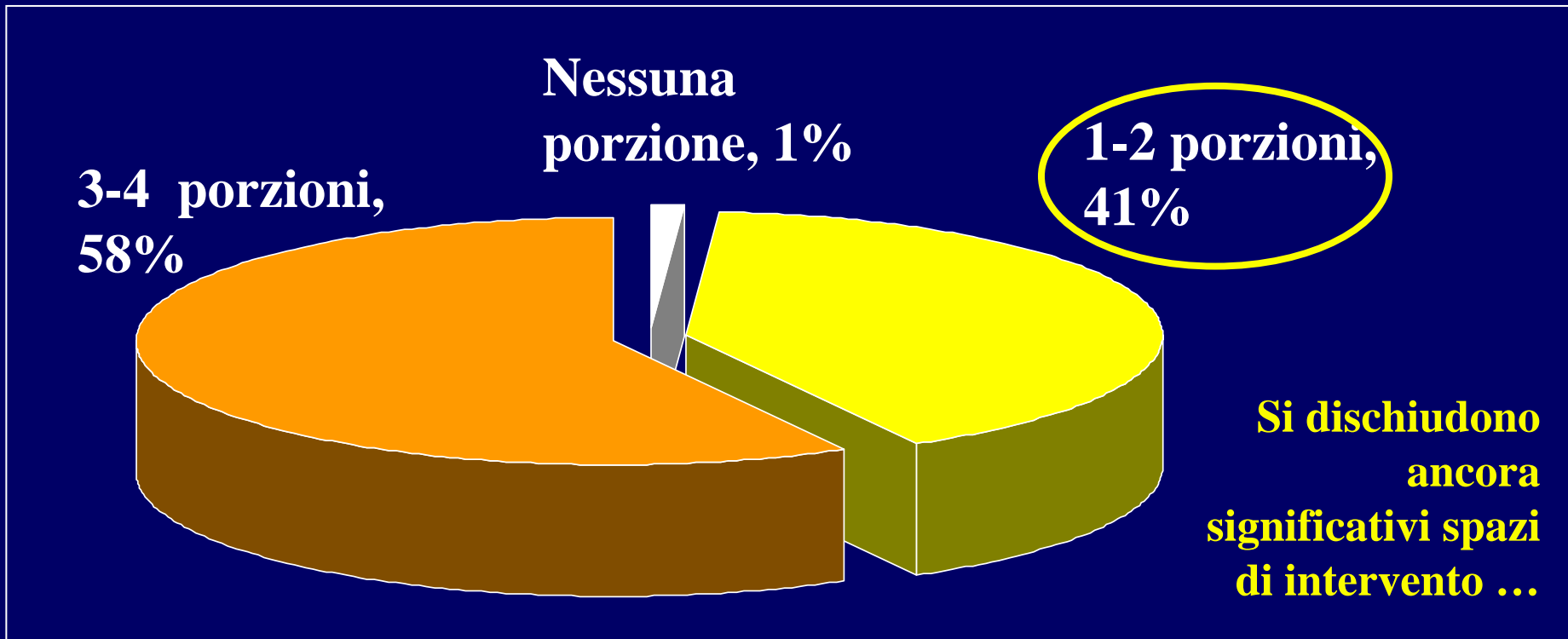
## Analisi dell'efficacia promozionale

Tra coloro che hanno dichiarato di consumare mediamente al giorno meno delle 5 porzioni "raccomandate" di frutta e verdura (e rientrano nei casi di notorietà spontanea/indotta)... quanti hanno affermato di voler incrementarne il consumo per effetto delle informazioni ricevute?

### PRIMA E SECONDA FASE A CONFRONTO



# Quante porzioni oggi mediamente consuma chi ha affermato\* di voler incrementare il consumo di frutta e verdura per effetto della promozione?



\* Analisi condotta su chi attualmente consuma meno di 5 porzioni al giorno ed ha dichiarato di voler incrementare il consumo per effetto della promozione.

# **Alcune analisi stratificate per classe di età e titolo di studio**

# Le abitudini di consumo di frutta e verdura in rapporto al fattore “età”

Consumi in rapporto alle fasce di età (F.%)	<= 34	35 - 54	> 54	Campione
Nessuna	3%	1%	0%	1%
1-2-porzioni	30%	25%	17%	24%
3-4 porzioni	54%	49%	57%	53%
5 o più	13%	25%	26%	22%

# Le abitudini di consumo di frutta e verdura in rapporto al fattore “titolo di studio”

Consumi in rapporto al titolo di studio (F.%)	Università	Media superiore	Media inf., licenza elem., nessun titolo	Campione
Nessuna	0%	1%	2%	1%
1-2-porzioni	31%	25%	22%	24%
3-4 porzioni	47%	53%	54%	53%
5 o più	22%	21%	22%	22%

# I livelli di notorietà e comprensione in rapporto al fattore “titolo di studio”

<b>Notorietà e Comprensione (F.%)</b>	<b>Università</b>	<b>Media superiore</b>	<b>Media inf., licenza elem., nessun titolo</b>	<b>Campione</b>
<b>Spontanea con Comprensione</b>	<b>29%</b>	<b>19%</b>	<b>12%</b>	<b>17%</b>
<b>Spontanea Senza Comprensione</b>	<b>7%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>
<b>Indotta con Comprensione</b>	<b>29%</b>	<b>48%</b>	<b>39%</b>	<b>43%</b>
<b>Indotta Senza Comprensione</b>	<b>11%</b>	<b>9%</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>
<b>Nessuna notorietà</b>	<b>24%</b>	<b>23%</b>	<b>34%</b>	<b>27%</b>

Grazie per la Vostra  
cortese Attenzione  
[roberto@agroter.net](mailto:roberto@agroter.net)