



# Praxidia

a Teleperformance company

## Post test Consorzio Mortadella Bologna Brand awareness e campagna 2018

Novembre 2018



Preparato per:  
Viviana Romanazzi  
Consorzio Mortadella Bologna

Preparato da:  
Ilaria Ingrosso  
Lara Puglisi  
Praxidia

Praxidia  
Numero progetto:  
RFP-18-7128 REV.A



## Determinare e monitorare:

- ⇒ La **conoscenza** spontanea e sollecitata dei Consorzi e Salumi I.G.P. e D.O.P. nel mondo dei salumi
- ⇒ Il **ricordo pubblicitario** spontaneo e sollecitato per i Consorzi e Salumi I.G.P. e D.O.P. nel mondo dei salumi
- ⇒ Il **profilo degli aware** e di **coloro** che sono stati **esposti al messaggio pubblicitario**



# DISEGNO DI RICERCA



**TARGET:** uomini e donne tra i **25 e i 54 anni** viewers dei canali RAI, La7 o La7D



**METODOLOGIA:** interviste telefoniche con sistema CATI (Computer Assisted **Telephone** Interviewing)



**NUMEROSITÀ:** **600** interviste complessive



**CAMPIONE:** sono state impostate **quote per sesso, età, area geografica sulla popolazione italiana**, secondo il censimento **ISTAT** del **2011**.



**QUESTIONARIO:** strutturato, della durata di **8 minuti circa**



**PERIODO DI RILEVAZIONE:** dal **19 al 23 Novembre 2018**

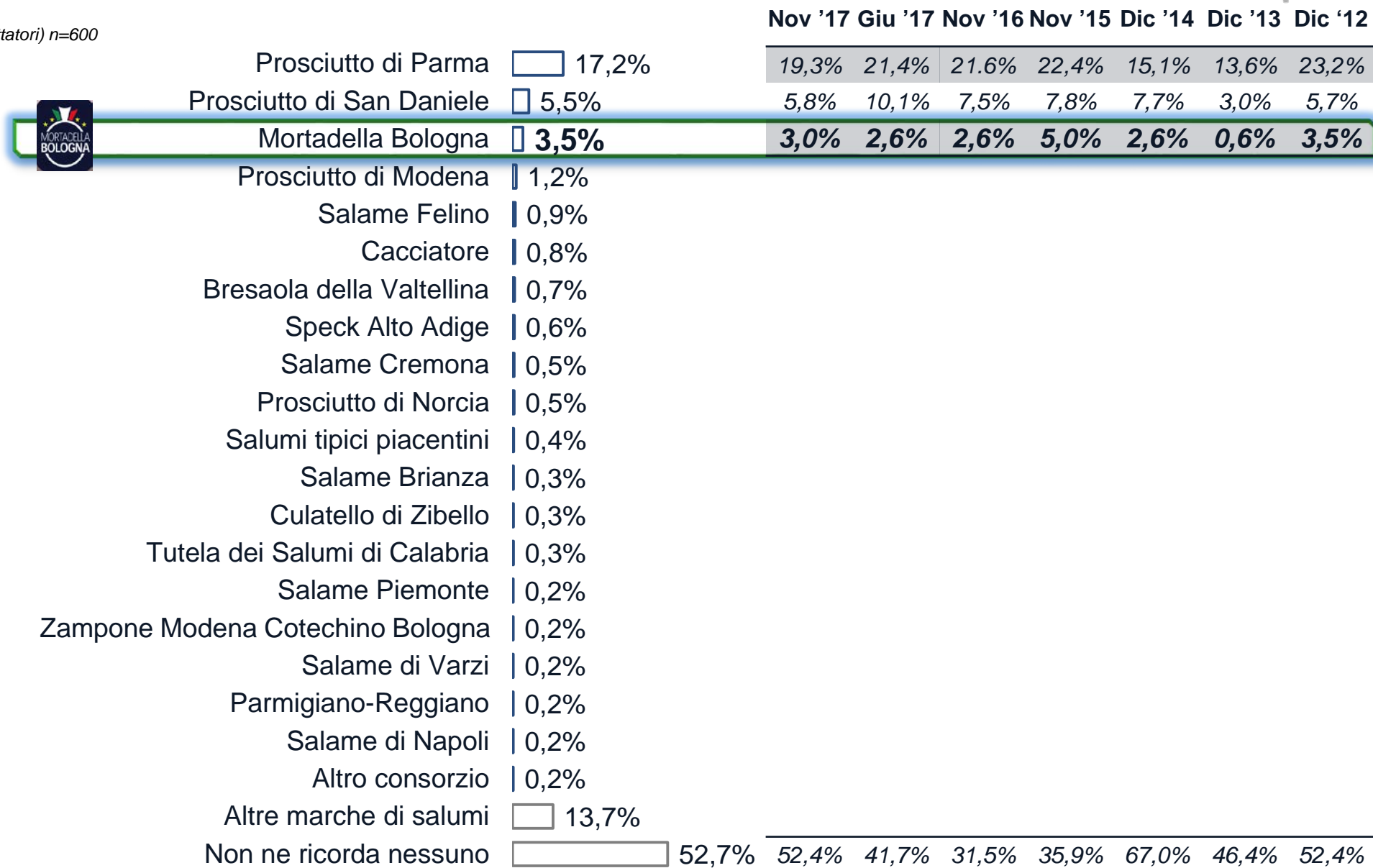


# BRAND AWARENESS

# BRAND AWARENESS – TOP OF MIND

D3 Pensando al mondo dei salumi, quali sono i Consorzi di tutela o Salumi igr e dop che lei conosce, anche solo per averli sentiti nominare?

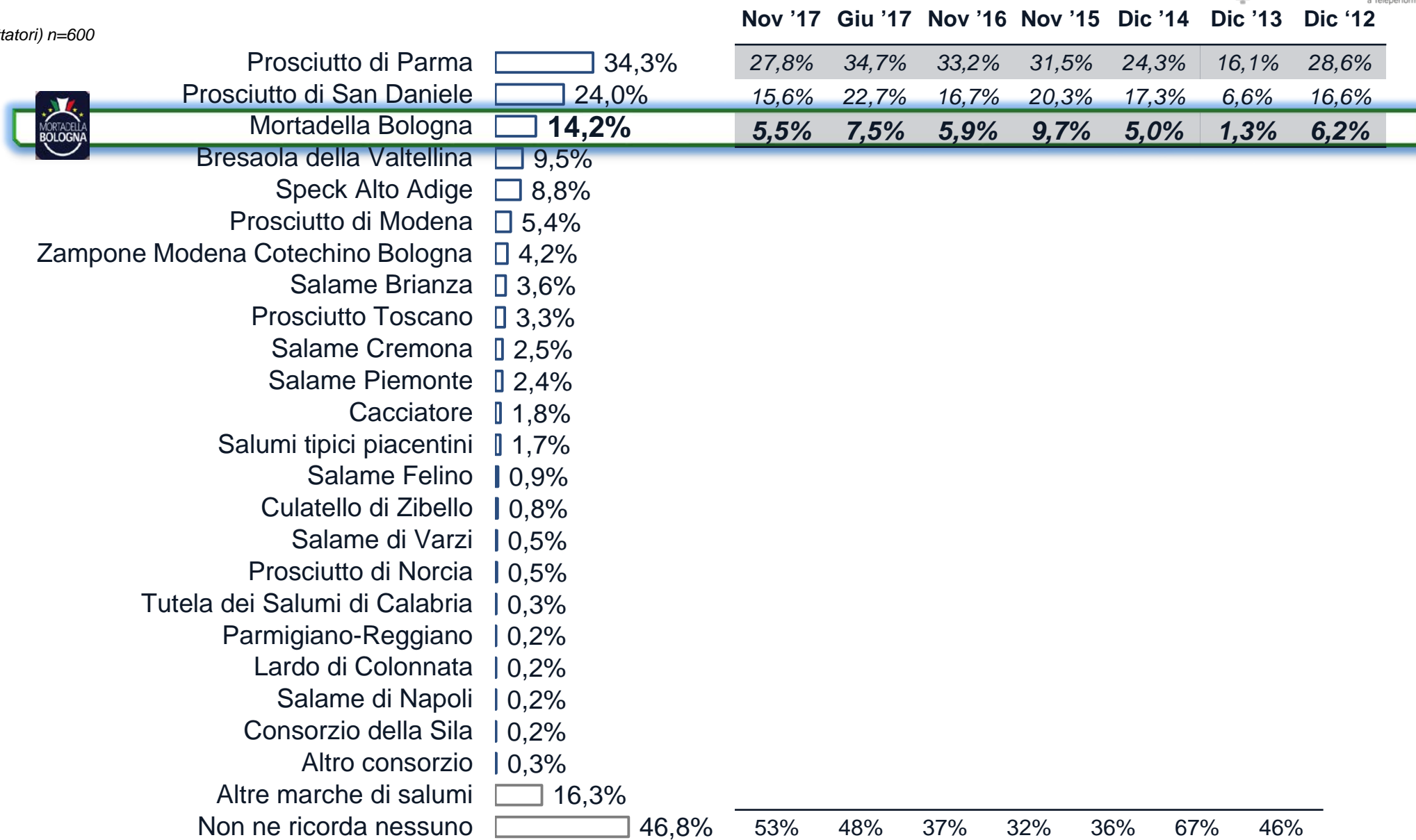
Base: totale campione (Spettatori) n=600



# BRAND AWARENESS – TOTAL SPONTANEOUS

D3 Pensando al mondo dei salumi, quali sono i Consorzi di tutela o Salumi igr e dop che lei conosce, anche solo per averli sentiti nominare?

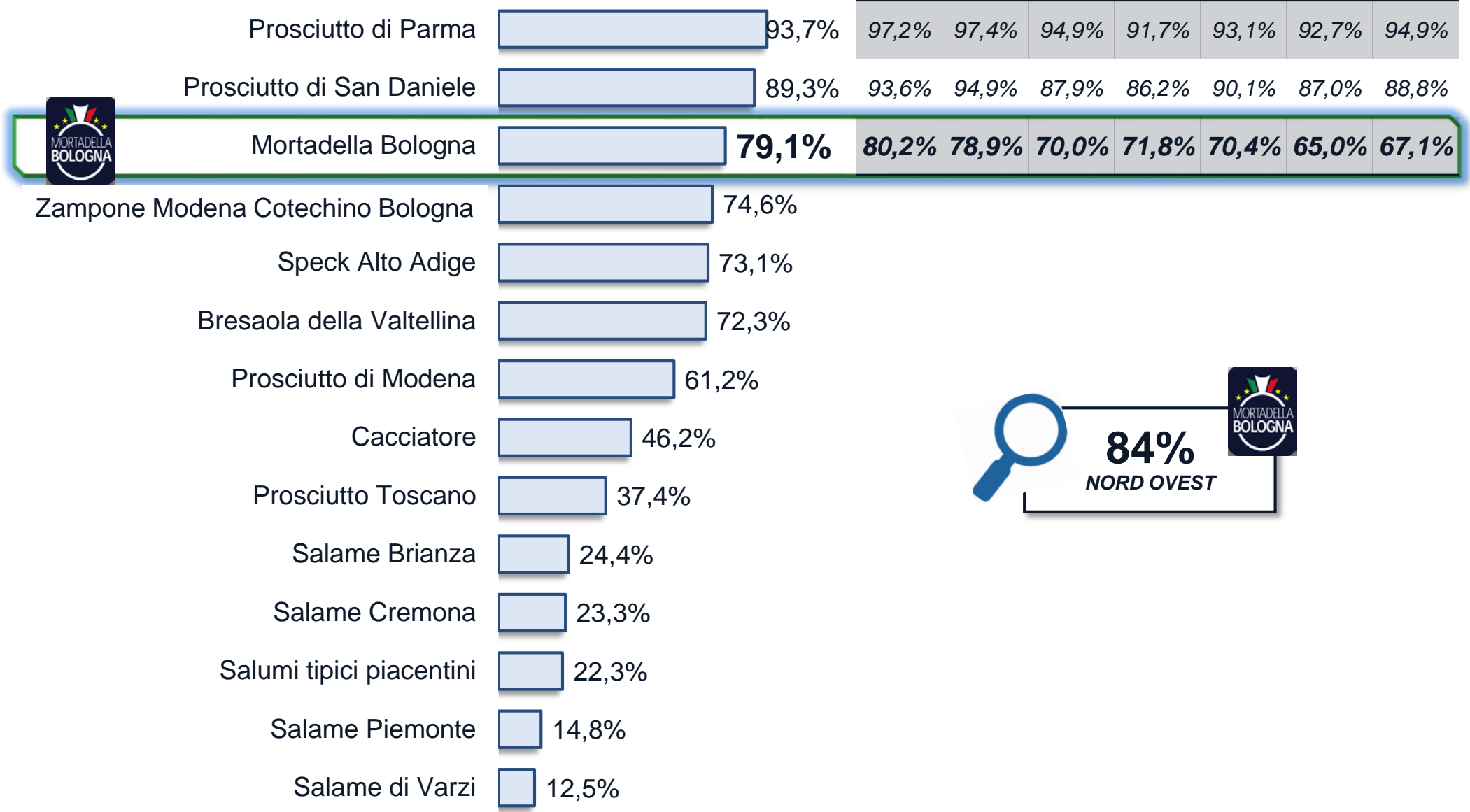

Base: totale campione (Spettatori) n=600




# TOTAL BRAND AWARENESS

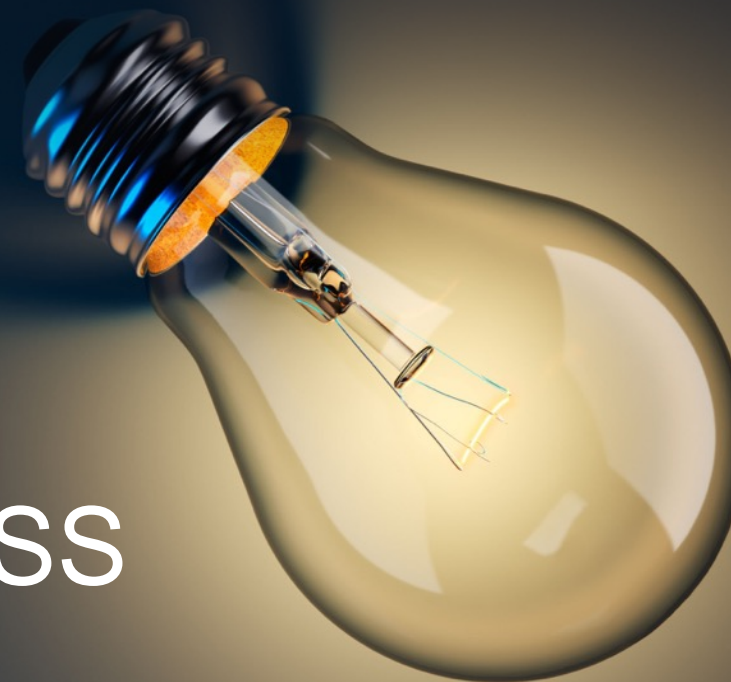
D5. E quali di questi Consorzi di tutela o Salumi igp o dop conosce?

Base: totale campione (Spettatori) n=600

**84%**  
NORD OVEST



# ADVERTISING AWARENESS

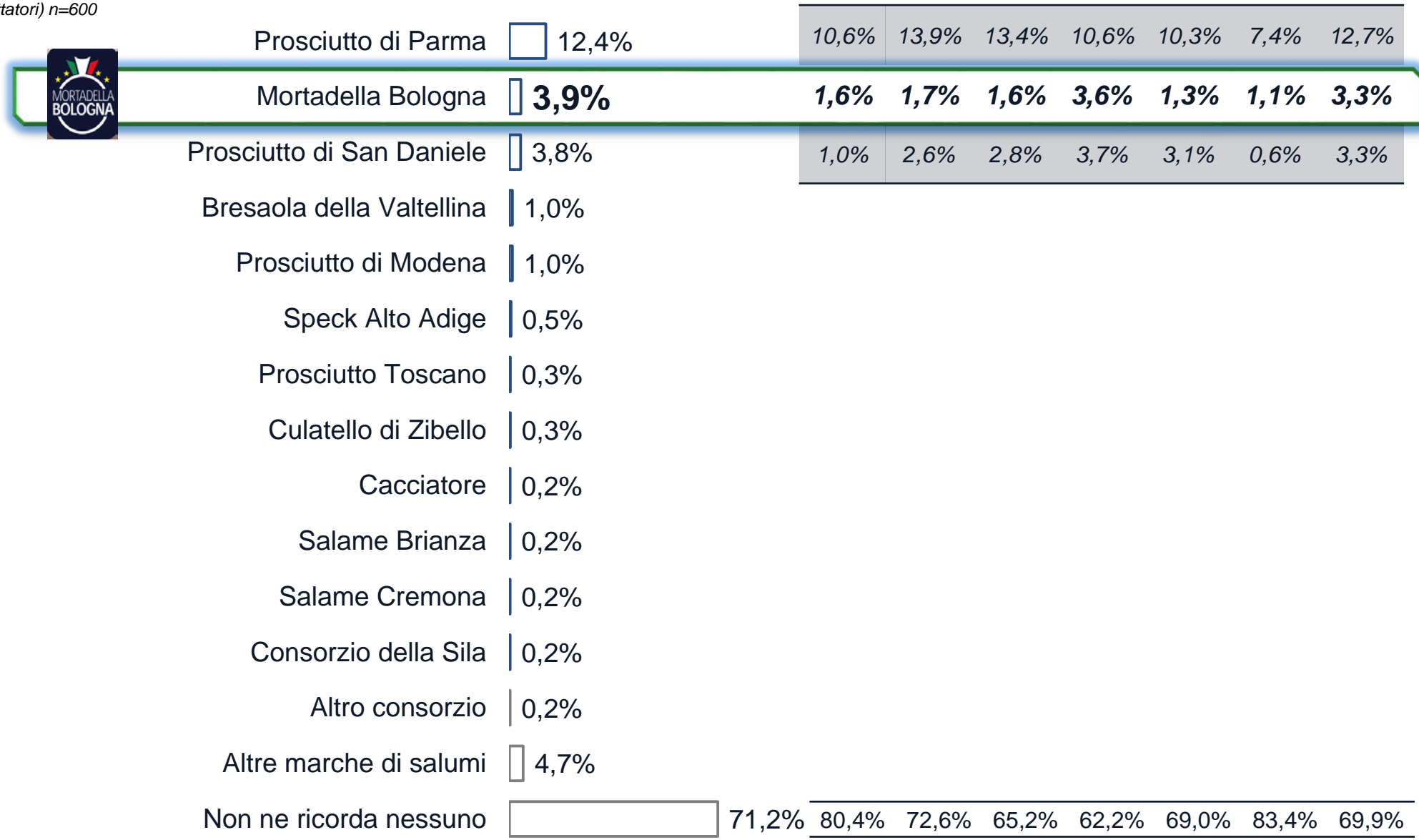


# ADVERTISING AWARENESS – TOP OF MIND



D4. Per quali Consorzi di tutela o Salumi igp o dop lei ricorda di aver visto, letto o sentito pubblicità recentemente?

Base: totale campione (Spettatori) n=600

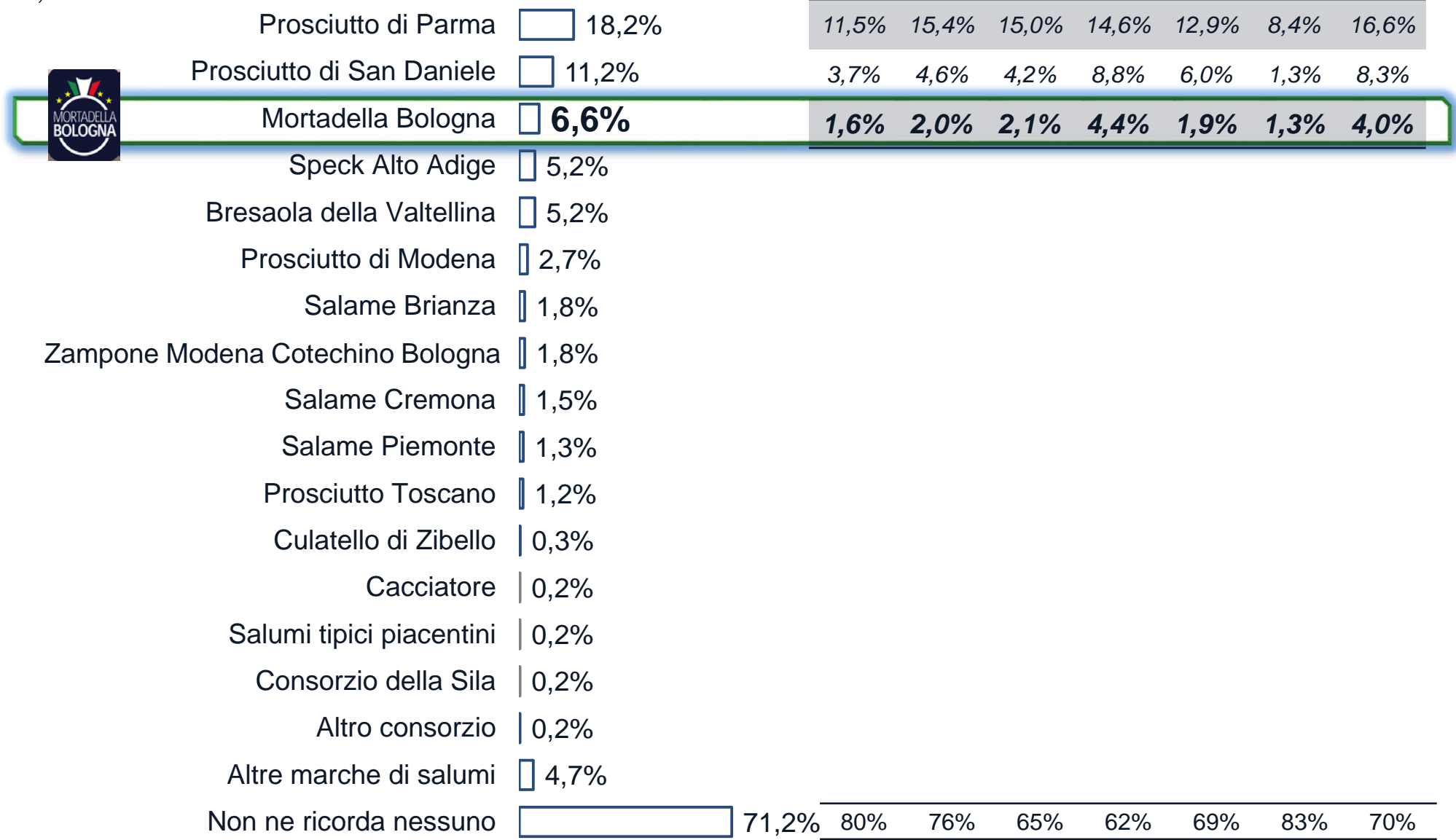


# ADVERTISING AWARENESS – TOTAL SPONTANEOUS



D4. Per quali Consorzi di tutela o Salumi igp o dop lei ricorda di aver visto, letto o sentito pubblicità recentemente?

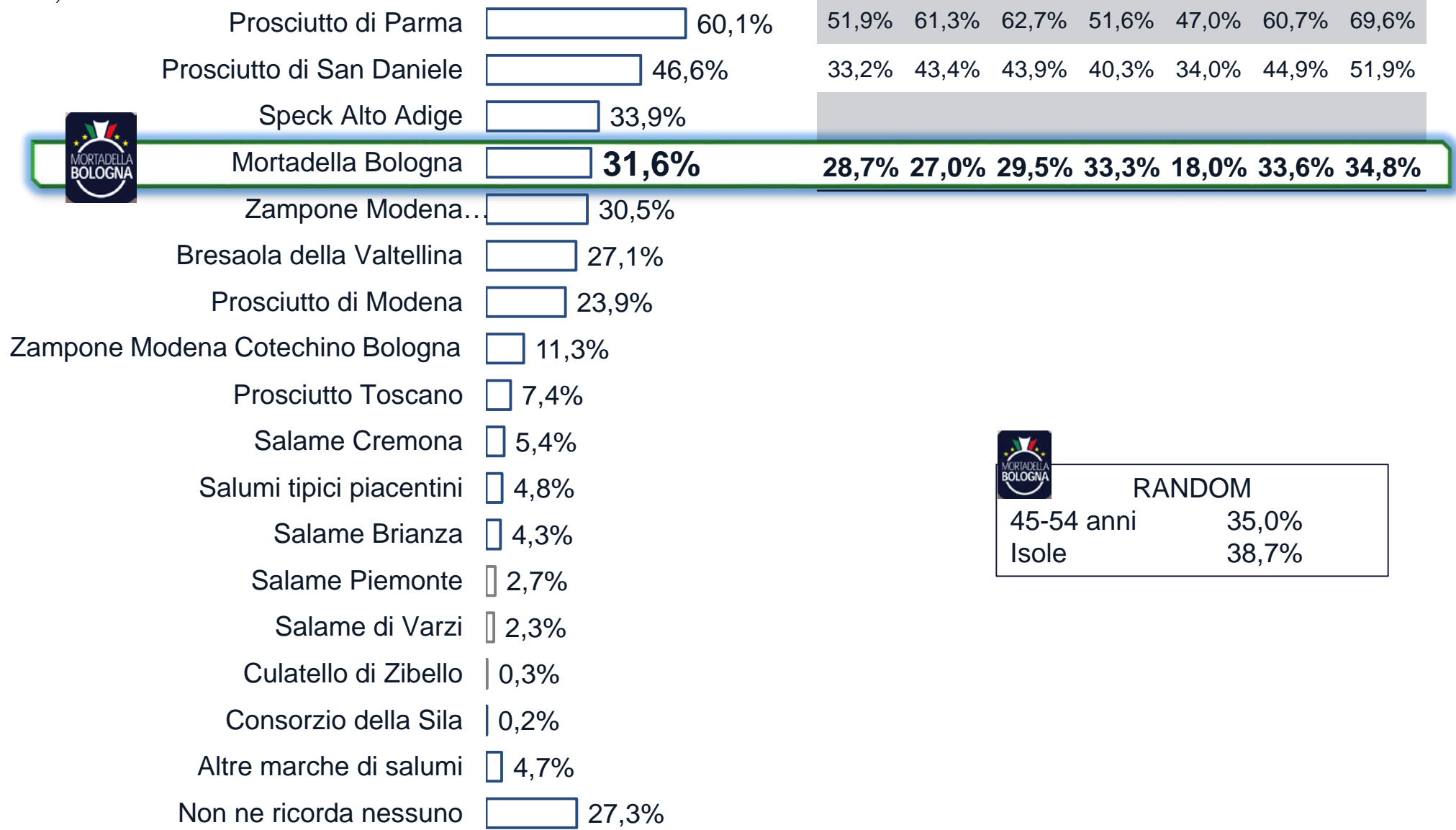

Base: totale campione (Spettatori) n=600



# TOTAL ADVERTISING AWARENESS

D6. E per quali fra questi Consorzi di tutela o salumi igp o dop, lei ricorda di avere visto, letto o sentito la pubblicità recentemente?

Base: totale campione (Spettatori) n=600

RANDOM	
45-54 anni	35,0%
Isole	38,7%



# PROFILI

# PROFILI – RANDOM – SPETTATORI

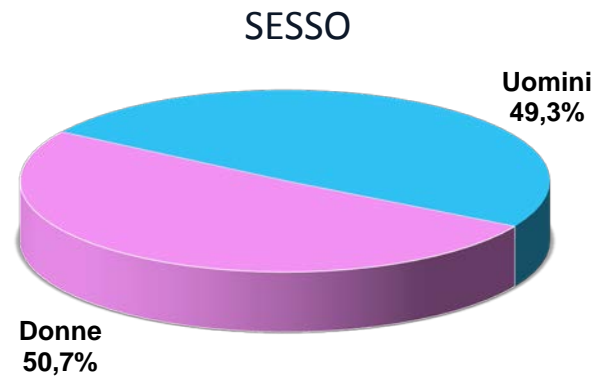
	Random	Chi conosce il Consorzio Mortadella Bologna	Ricordo corretto + generico della pubblicità	Chi ricorda la pubblicità dopo il racconto
<b>Base</b>	<b>600</b>	<b>475</b>	<b>73</b>	<b>198</b>
<b>SESSO</b>				
Donne	50,7%	52,4%	<b>54,1%</b>	49,4%
Uomini	49,3%	47,6%	45,9%	50,6%
<b>ETÀ</b>				
25-34 anni	27,5%	26,4%	31,3%	<b>32,2%</b>
35-44 anni	37,3%	37,8%	38,1%	36,8%
45-54 anni	35,2%	35,8%	30,6%	31,0%
<i>Età media</i>	<i>40,89</i>	<i>41,12</i>	<i>39,50</i>	<i>39,90</i>
<b>AREA</b>				
Nord Ovest	26,5%	28,1%	28,2%	24,8%
Nord Est	19,6%	20,5%	22,2%	22,3%
Centro	19,3%	19,1%	15,0%	16,7%
Sud e Isole	34,6%	32,3%	34,7%	<b>36,2%</b>
<b>RESPONSABILE ACQUISTI</b>				
Sì	67,2%	70,7%	<b>76,8%</b>	73,4%
No	32,8%	29,3%	23,2%	26,6%

CAMPIONE



# CAMPIONE INTERVISTATO – RANDOM - SPETTATORI

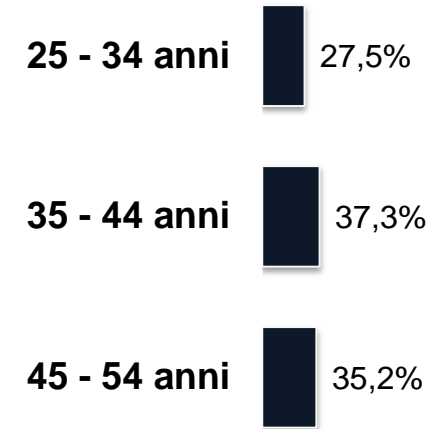
Base = 601



## COMPOSIZIONE NUCLEO FAMILIARE

1 componente	8,7%
2 componenti	26,1%
3 componenti	27,9%
4 componenti	27,4%
5 o più componenti	9,9%

**ETÀ**      *Media = 41,47*



## AREA GEOGRAFICA

