

## OFFERTA TECNICA

### INDAGINE SUL GRADO DI CONOSCENZA DA PARTE DEI CITTADINI TOSCANI DEL FONDO SOCIALE EUROPEO

**Codice Identificativo di Gara (CIG): Z4437AC038**

**Codice Unico di Progetto (CUP): D17G22000110007**

#### PREMESSA

IRPET, nell'ambito delle attività comuni con Regione Toscana finanziate dal FSE per l'annualità 2022 (DD n. 8480 del 29.04.2022 - Attività 3.2 Valutazione del grado di conoscenza del POR FSE), è chiamata a rilevare il grado di conoscenza da parte dei cittadini Toscani del Fondo Sociale Europeo.

A questo scopo intende avvalersi di indagini dirette ai soggetti beneficiari dei fondi e a un campione di individui che non ne hanno beneficiato. Il questionario (fornito da IRPET) sarà pertanto rivolto a due categorie di soggetti: **beneficiari e non beneficiari** di età compresa tra 15 e 65 anni e residenti in Toscana. In particolare, andremo a raccogliere, con riguardo ai soggetti beneficiari, almeno 400 questionari validi, con riguardo ai soggetti non beneficiari, almeno 800.

#### DEFINIZIONE DEL CAMPIONE DI INDAGINE

I tre principali obiettivi ai quali Questlab pone attenzione nella realizzazione delle indagini sul campo sono rappresentati dal conseguimento di elevati tassi di risposta, la riduzione dei livelli di autoselezione da parte dei rispondenti e la qualità delle informazioni raccolte. Solo il soddisfacimento di essi permette la conduzione di analisi corrette sui dati rilevati.

Purtroppo oggi l'impiego di qualsiasi fonte, presa singolarmente, produce una parziale copertura dell'universo e una relativa autoselezione, questo diventa ancor più rilevante considerando la popolazione oggetto di studio, costituita per una parte consistente, da giovani.

Per i **beneficiari** disponiamo di liste nominative con telefono (e/o email), e andremo ad estrarre un campione considerando le caratteristiche anagrafiche (genere, età e altre eventuali caratteristiche residenza, piano/azione fse, ecc.) dei soggetti.

In modo analogo, si procederà a estrarre un campione rappresentativo per genere e età della popolazione di **non beneficiari**. In questo caso però, ai fini del contatto, non possiamo considerare

solo la telefonia fissa, che secondo l'ultimo Rapporto AUDITEL-CENSIS (ottobre 2020) sarebbe scesa al 51,2% del totale di famiglie con una riduzione del 13,6% negli ultimi due anni. La quota scende al 26,3% nelle case dove il capofamiglia ha meno di 44 anni di età.

Di contro, già nel 2014 la percentuale di famiglie toscane che possiedono la connessione ad internet sfiora il 67% (66,9%), superando il valore nazionale di quasi 3 punti percentuali e confermando un trend di progressiva crescita (cfr. Rilevazione Multiscopo sulle famiglie, uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, 2011, 2012, 2013 e-2014).

Focalizzandoci momentaneamente sulle fasce giovani, verifichiamo che queste sono sempre più connesse (90% e più tra i 20 e i 45 anni; fonte Istat, 2020, Aspetti della vita quotidiana) sia con cellulari/smartphone sia con linea fissa solo dati per l'accesso ad internet, che è presente nel 38,0% delle case dove il capofamiglia ha meno di 44 anni (Rapporto AUDITEL-CENSIS 2020).

Ai fini del contatto per l'intervista, intendiamo pertanto utilizzare **vari canali**: oltre alla telefonia fissa, la telefonia mobile e internet, compreso panel web e social network.

Rispetto alle iniziative sui social network, in passato abbiamo avuto ottimi riscontri in recenti indagini analoghe su territori simili, come ad es. l'indagine per conto della CCIAA e Provincia autonoma di Trento sulla notorietà del "Marchio Qualità Trentino" condotta sulla popolazione maggiorenne della provincia di Trento (5.000 rispondenti), l'indagine sui comuni delle valli cuneesi per conto della Fondazione CRC (oltre 800 rispondenti in età 25-40 anni), l'indagine per conto dell'Università degli studi di Udine sui servizi idrici a Gorizia (500 rispondenti) e nel Friuli Venezia Giulia (500 rispondenti), l'indagine "Cittadini e qualità dell'aria" condotta nell'ambito del progetto europeo LifePrepair con quasi 8.000 rispondenti con una ottima copertura in tutte le regioni del bacino padano (che si estende dalla Valle D'Aosta fino alle regioni orientali del Friuli Venezia-Giulia e dell'Emilia-Romagna). Pur non conoscendo a priori il tasso di adesione della specifica popolazione oggetto di studio, l'impiego di questi canali garantisce una buona copertura delle quote per il territorio regionale, come pure per genere e per fasce d'età, tali da garantire una buona rappresentatività della struttura della popolazione.

Come richiesto dall'Amministrazione, le **numerosità obiettivo** per i due campioni sono almeno **400** questionari validi per i beneficiari e **800** per i non beneficiari.

## METODI DI INDAGINE

Per quanto esposto precedentemente, per il campione di **non beneficiari**, il solo ricorso alla tecnica CATI con intervista telefonica potrebbe non essere del tutto soddisfacente, pertanto prenderemo in considerazione diverse metodologie di contatto che possano contrastare anche possibili errori di autoselezione, considerare tutte le tipologie di utente e massimizzare il raggiungimento di obiettivi campionari più elevati.

Assieme al Committente determineremo le tecniche e i canali da attivare e procederemo col reclutamento effettuando **azioni complementari di promozione e sensibilizzazione** su media tradizionali e social network.

Nell'ambito del progetto, realizzeremo un **sito web** dedicato all'indagine per sensibilizzare i rispondenti circa le finalità dell'indagine, rendere disponibili i riferimenti dell'assistenza e fornire al rispondente l'accesso all'auto-compilazione del questionario.

Analogamente al sito web, Questlab potrà indirizzare le proprie attività ad un insieme di azioni strategiche sui social network che portino al raggiungimento del target tramite obiettivi prefissati e misurabili.

Sia la campagna di comunicazione, sia il questionario saranno accattivanti dal punto di vista visuale, anche se coerenti con le finalità di utilizzo, in modo da rendere piacevole la compilazione, col risultato di diminuire il "fastidio" statistico e minimizzare i tassi di abbandono, ma anche alimentare una azione di auto-promozione dell'iniziativa e della committenza.

## PIANO DI LAVORO

---

Coerentemente con le strategie di raccolta delle interviste, all'inizio del progetto verrà definito, di concerto con il Committente, un piano di indagine che consentirà di mettere in atto le diverse fasi operative seguendo le tempistiche concordate.

Di seguito sintetizziamo le attività di progetto con ricorso a tecniche d'indagine miste.

### 1. Studio dell'universo e definizione del campione

- studio della popolazione di riferimento (non beneficiari/Toscana e beneficiari);
- determinazione del piano di campionamento obiettivo per le variabili campionarie individuate di concerto col Committente;
- acquisizione delle liste relative ai beneficiari fornite dal Committente
- acquisizione delle liste relative ai non beneficiari, e predisposizione del database di indagine

### 2. Predisposizione degli strumenti di indagine

- Ideazione del piano di comunicazione e promozione ai fini della compilazione CAWI del questionario
- Predisposizione della documentazione necessaria per la garanzia sulla privacy (GDPR) dei dati raccolti ed eventuale lettera di presentazione del Committente
- Attivazione del sito web che ospiterà l'indagine, con grafica coordinata con gli stili del Committente
- Attivazione del pannello di controllo utilizzato per la gestione dell'indagine, che sarà accessibile agli intervistatori, supervisori e al Committente
- Analisi del questionario: individuazione dei percorsi logici del questionario, delle condizioni di range, di coerenza e completezza che dovranno essere soddisfatte affinché un questionario sia valido
- Informatizzazione del questionario, incorporando le condizioni di cui sopra

- Realizzazione di un test sul corretto funzionamento degli strumenti

### 3. Attivazione Contact-Center

- Attivazione del numero verde e del servizio di assistenza (per informazioni, rassicurazioni sulla bontà del progetto, o di assistenza ai rispondenti CAWI)
- Selezione degli intervistatori, tenendo conto della tipologia di lavoro da svolgere
- Formazione sui temi specifici affrontati dal questionario e sui comportamenti da assumere nei confronti delle unità campionarie

### 4. Svolgimento della rilevazione

- Lancio dell'iniziativa e delle campagne di comunicazione (web e social network)
- Invio di un comunicato stampa alle principali redazioni locali di giornali e redazioni web (a cura del Committente)
- Realizzazione delle interviste telefoniche (CATI)
- Raccolta questionari CAWI compilati in autonomia dagli intervistati

### 5. Monitoraggio della rilevazione e prime elaborazioni

- Invio al Committente di report parziali sull'andamento della rilevazione (oppure libero accesso al Committente al nostro pannello di controllo per poter monitorare in tempo reale l'andamento)
- Analisi dei dati raccolti e realizzazione di una prima relazione sintetica in forma di presentazione dei risultati ottenuti (materiale utile nella fase successiva)

### 6. Elaborazioni finali e report di sintesi

- Preparazione del dataset nel formato richiesto da IRPET (es. SPSS, Excel, ecc.) contenente sia i dati grezzi sia lo spoglio dei dati con determinazione dei pesi di riproporzionamento all'universo, statistiche descrittive, tabelle e grafici rispetto alle diverse dimensioni campionarie
- Realizzazione del report di sintesi con restituzione dei risultati raccolti (come da modello IRPET)

## MODALITÀ ATTUATIVE

Questlab si obbliga ad eseguire la fornitura secondo le norme dettate dalla Certificazione di Qualità UNI EN ISO 9001:2015 di cui dispone per "Progettazione e realizzazione di indagini e strumenti statistici tramite raccolta, elaborazione ed analisi di dati", e secondo i requisiti deontologici e di etica professionali del Codice di Condotta Internazionale Esomar (European Society for Opinion and Marketing Research), cui è iscritta con profilo Corporate, e con la diligenza di cui all'art. 1710 c.c. sulla base di standard di qualità non inferiori a quelli indicati nei Codici. La metodologia impiegata sarà in linea con le *best practice* utilizzate nelle indagini campionarie e finalizzata all'obiettivo di garantire la massimizzazione dei tassi di *redemption*,

minimizzando i processi di autoselezione dei rispondenti. Il Committente riconosce che i dati contenuti nel database microdati a lui consegnati sono stimati sulla base di ricerche campionarie effettuate in conformità con i metodi di ricerca comunemente accettati e con le regole previste nei predetti codici e, pertanto, accetta il limite dell'errore statistico derivante dalle dimensioni e dai criteri di selezione del campione.

Questlab si obbliga a predisporre tutte le procedure necessarie per tutelare la riservatezza dei rispondenti ai sensi della normativa nazionale ed europea vigente in materia di protezione dei dati personali e operare in qualità di "Responsabile del trattamento", mentre il Committente agirà quale "Titolare del trattamento", interpretando "Responsabile" e "Titolare" del trattamento secondo il significato riportato nel Regolamento UE n. 679/2016 - GDPR. I dati identificativi dei rispondenti verranno usati per scopo di ricerca e per eventuali controlli di qualità e saranno consegnati dietro richiesta del cliente e conservati solo per il tempo necessario a tali fini, nel rispetto della Normativa privacy.

Questlab si obbliga, se non autorizzata per iscritto, a non rivelare a terzi l'identità e le informazioni confidenziali del Committente, i risultati della ricerca e/o qualsiasi informazione confidenziale ottenuta nel corso dell'esecuzione della ricerca stessa.

## TEMPISTICHE

La predisposizione delle attività preparatorie (punti 1, 2, 3 del Piano di lavoro) richiede circa 2 settimane di lavoro comprese le verifiche di qualità, e test da parte del Committente. La fase di raccolta dei questionari (punti 4 e 5) potrà durare da due a quattro settimane, a seconda della reattività dei rispondenti. La produzione dei risultati e consegna (punto 6) avverrà dopo 1/2 settimane dal termine della rilevazione e comunque entro il termine del **30 novembre 2022** come richiesto da IRPET.

FIRMA DEL LEGALE RAPPRESENTANTE

NICOLA IANUALE

