



Risultati di un'indagine empirica sul marchio di qualità Alto Adige

Presentazione del 20 novembre 2008

Elaborata da:



Iris Vinatzer
Helmuth Pörnbacher
Ulrich Becker

Su incarico di:

AUTONOME PROVINZ
BOZEN - SÜDTIROL

Ressort für Wirtschaft
und Finanzen

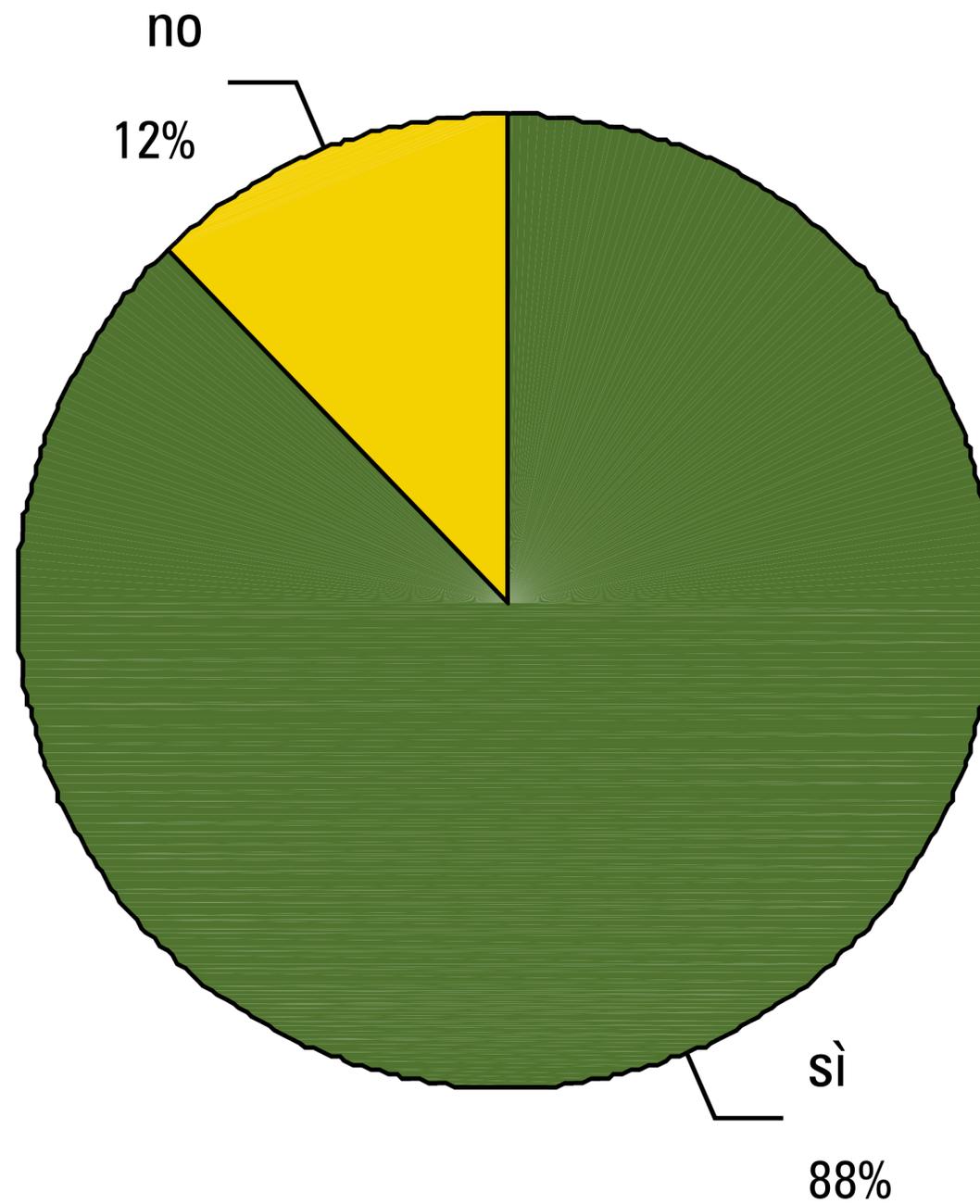


PROVINCIA AUTONOMA
DI BOLZANO - ALTO ADIGE

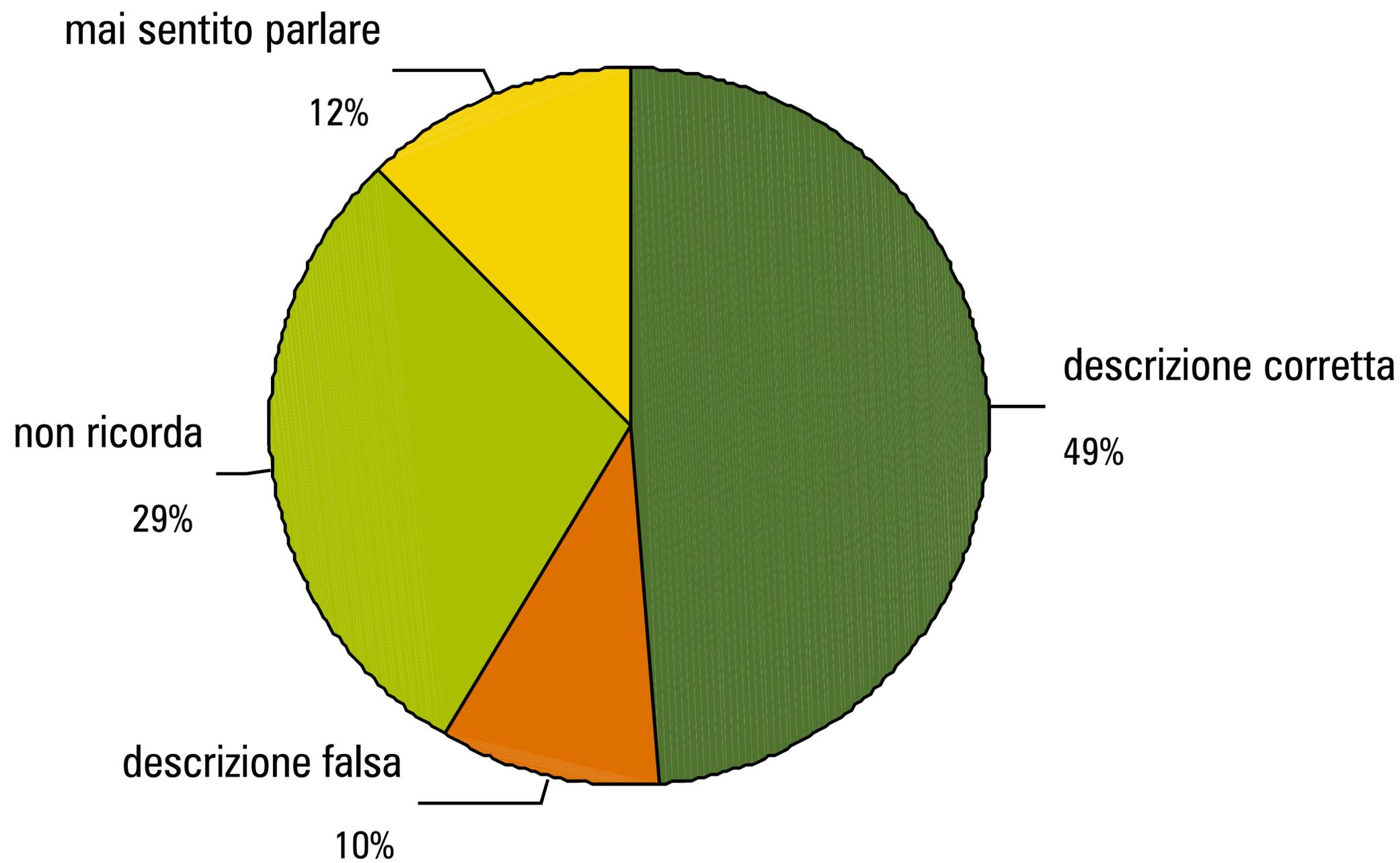
Dipartimento all'Economia
ed alle Finanze

EOS.

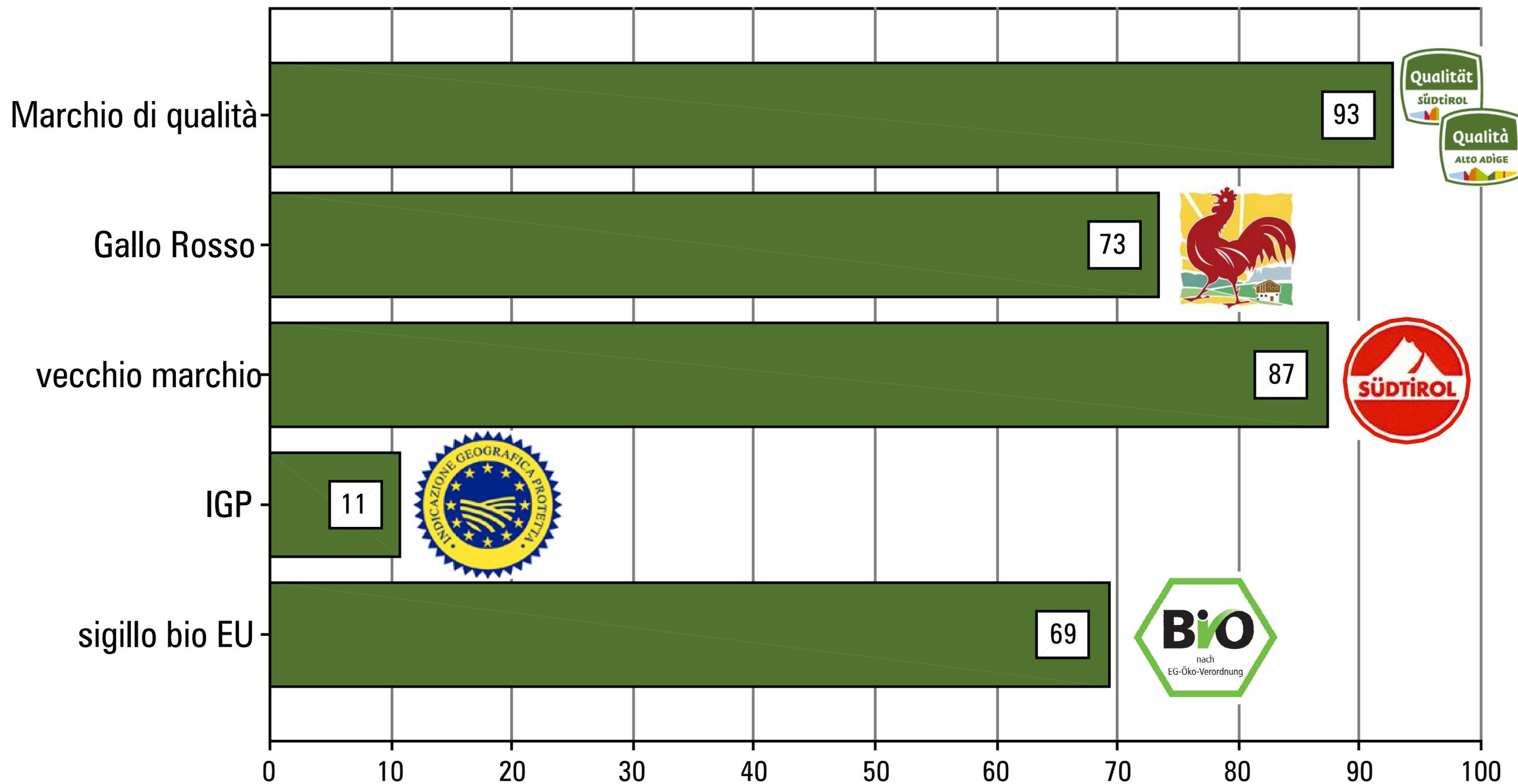
Notorietà del marchio di qualità Alto Adige: mai sentito parlare?



Riesce a ricordare com'è il marchio di qualità Alto Adige?

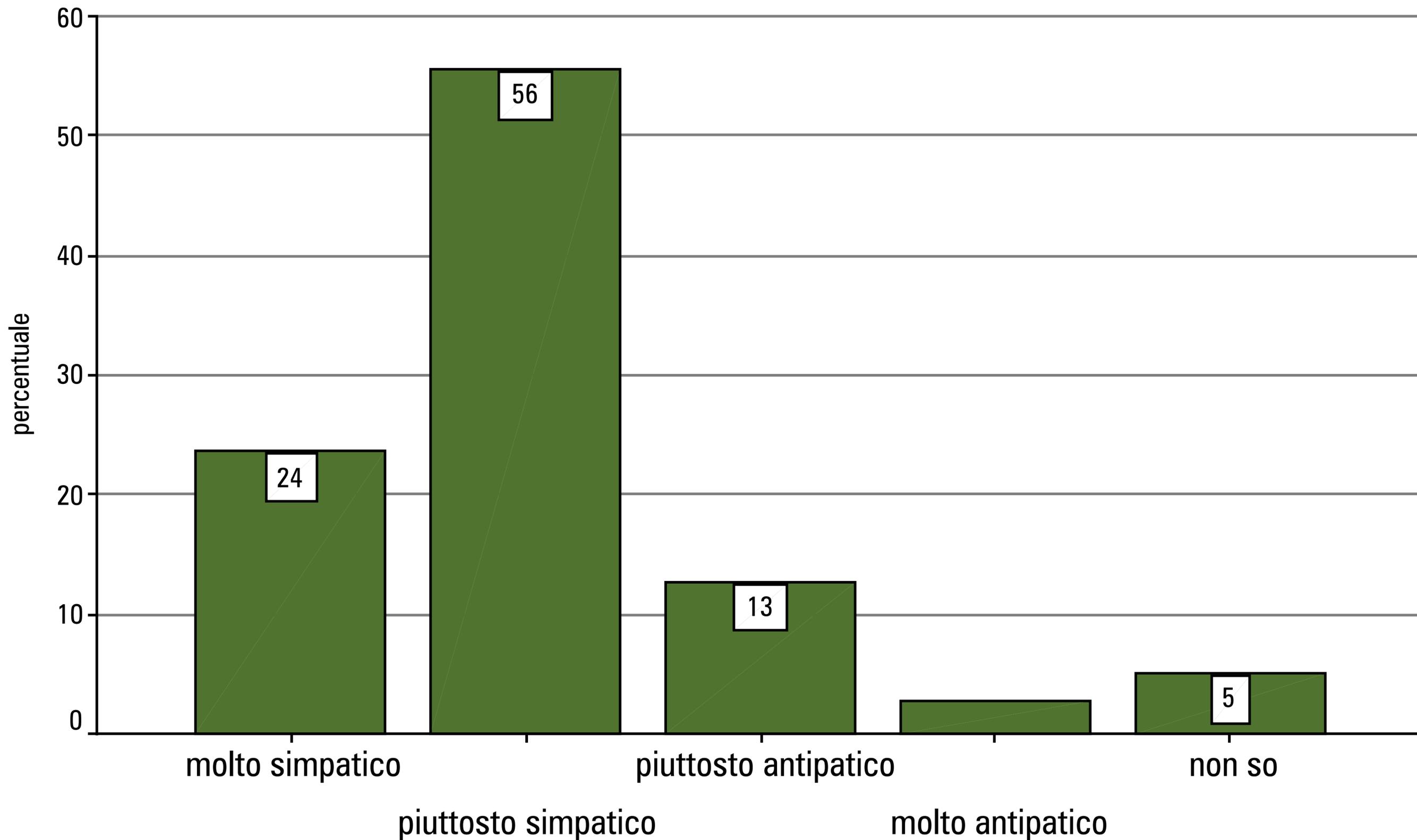


Ha già visto questi loghi? (presentati visualmente)

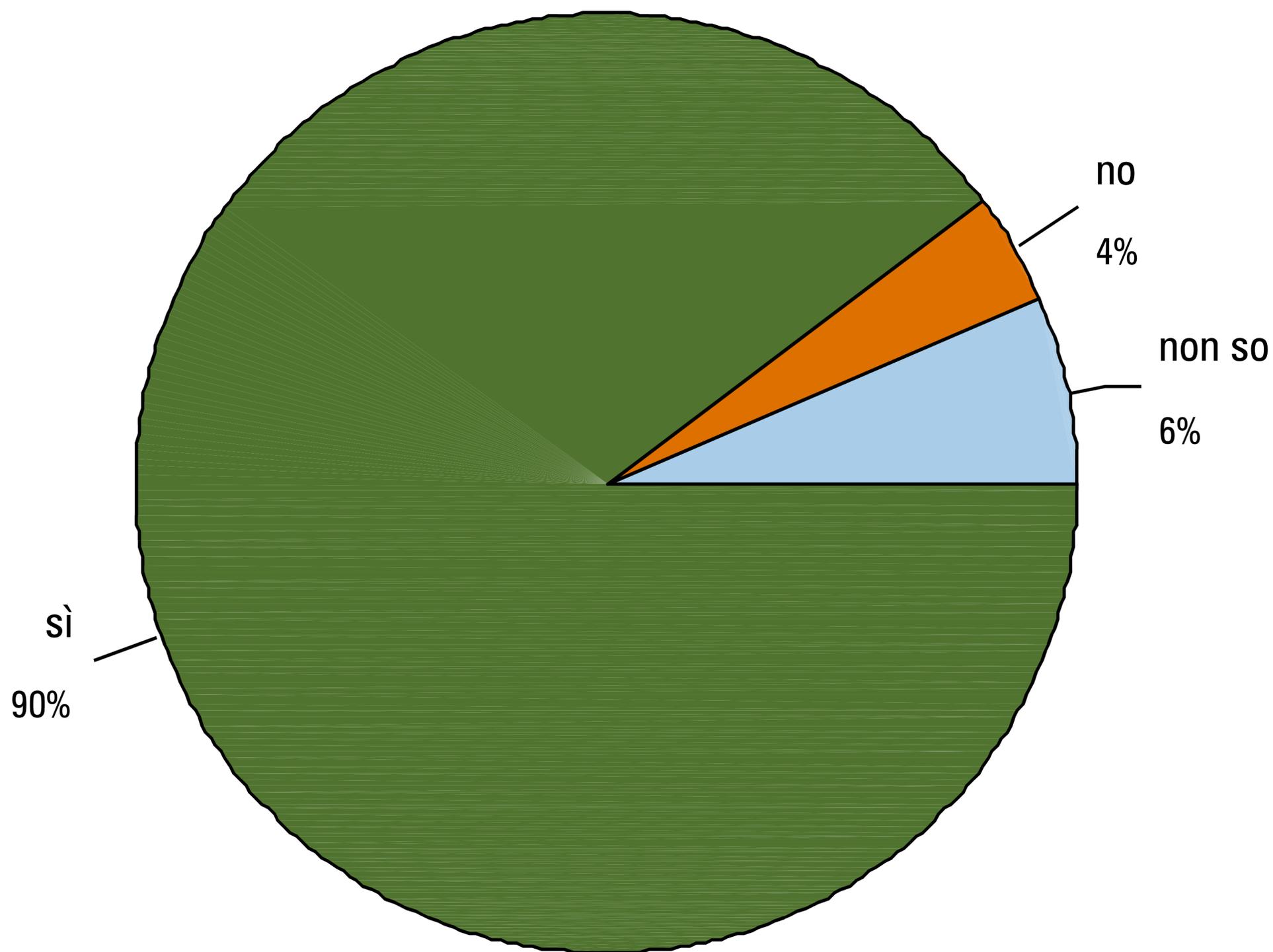


percentuale "già visto"

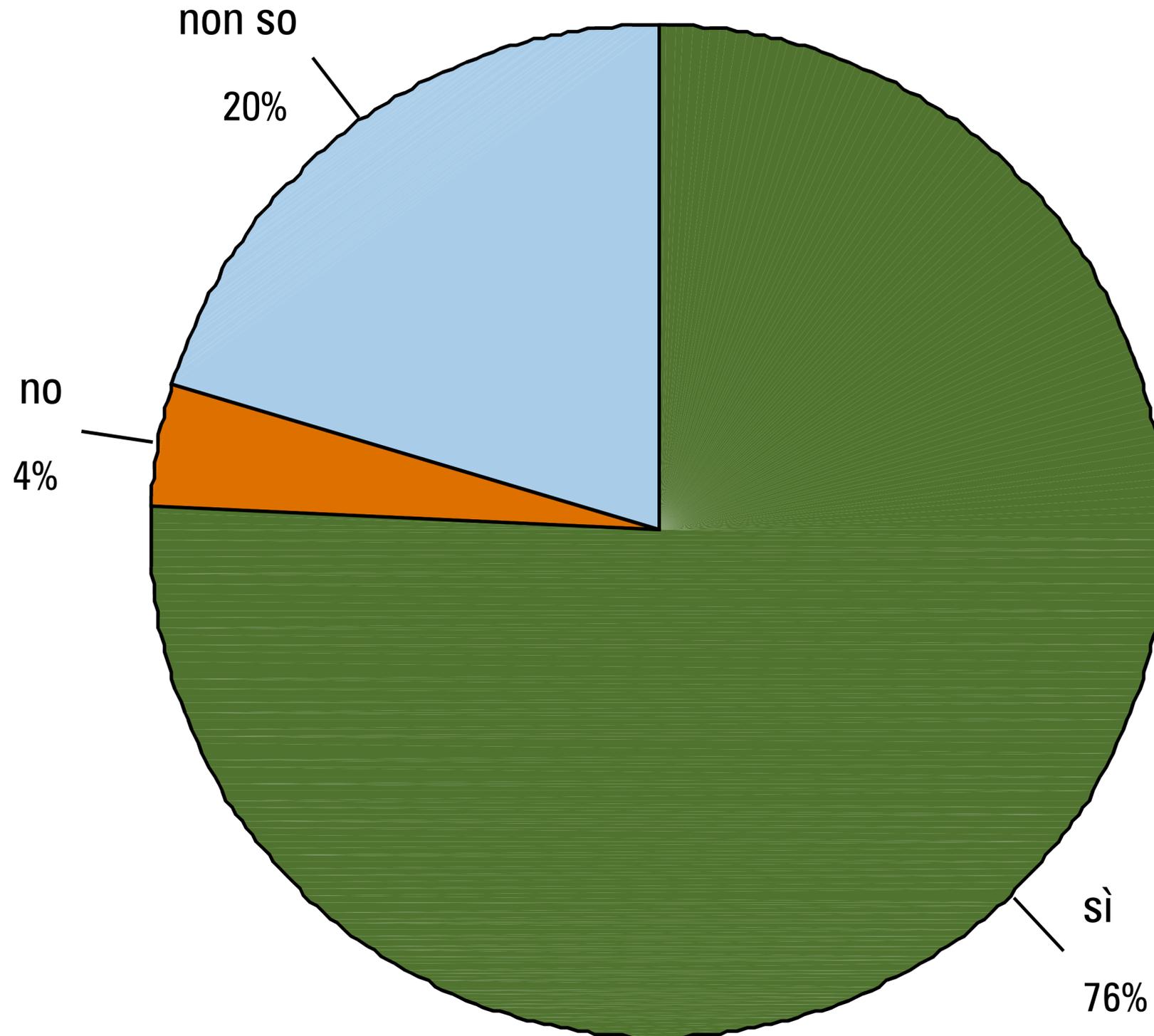
Il grado di simpatia del marchio di qualità



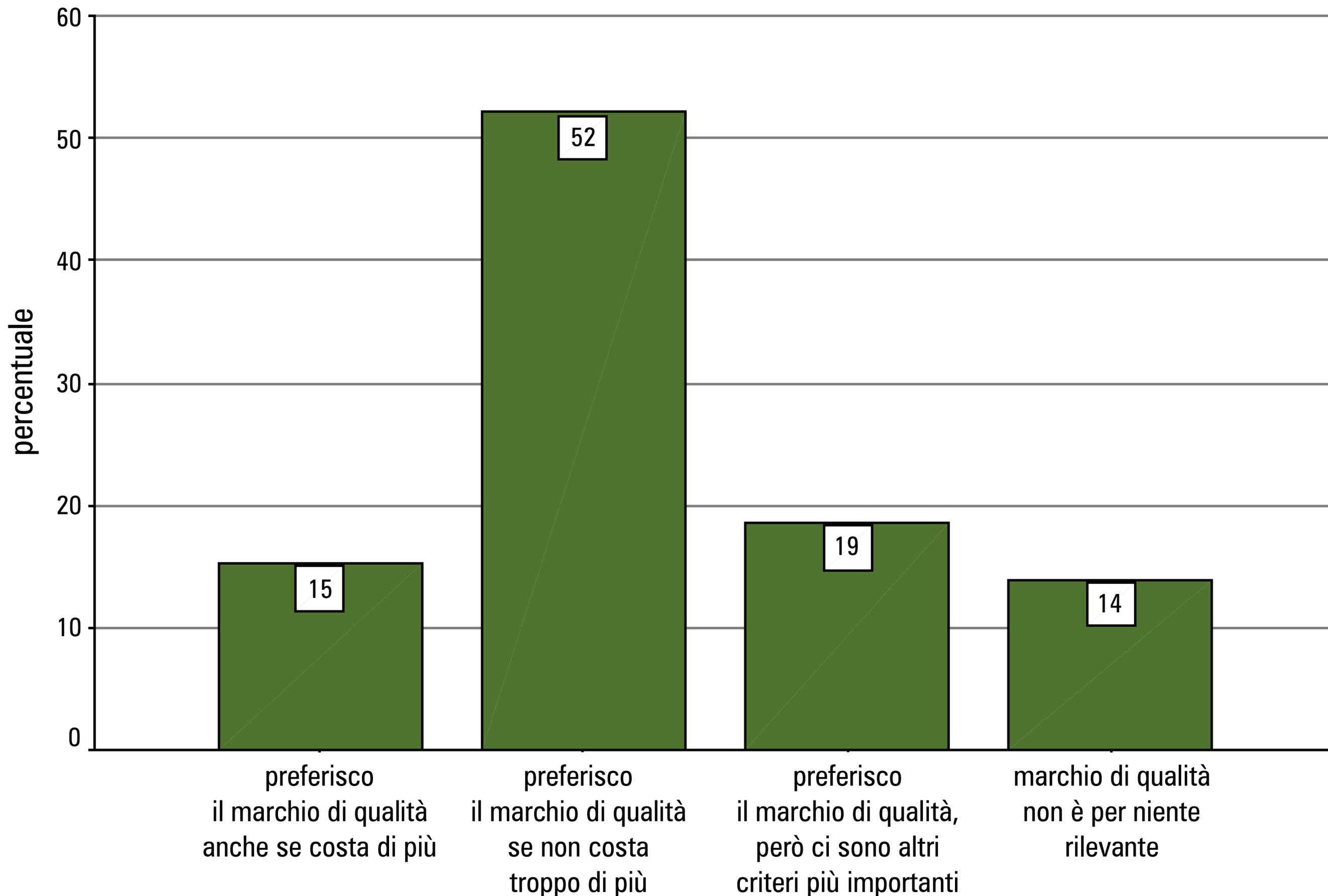
Prenderebbe in considerazione di acquistare un prodotto col marchio di qualità?



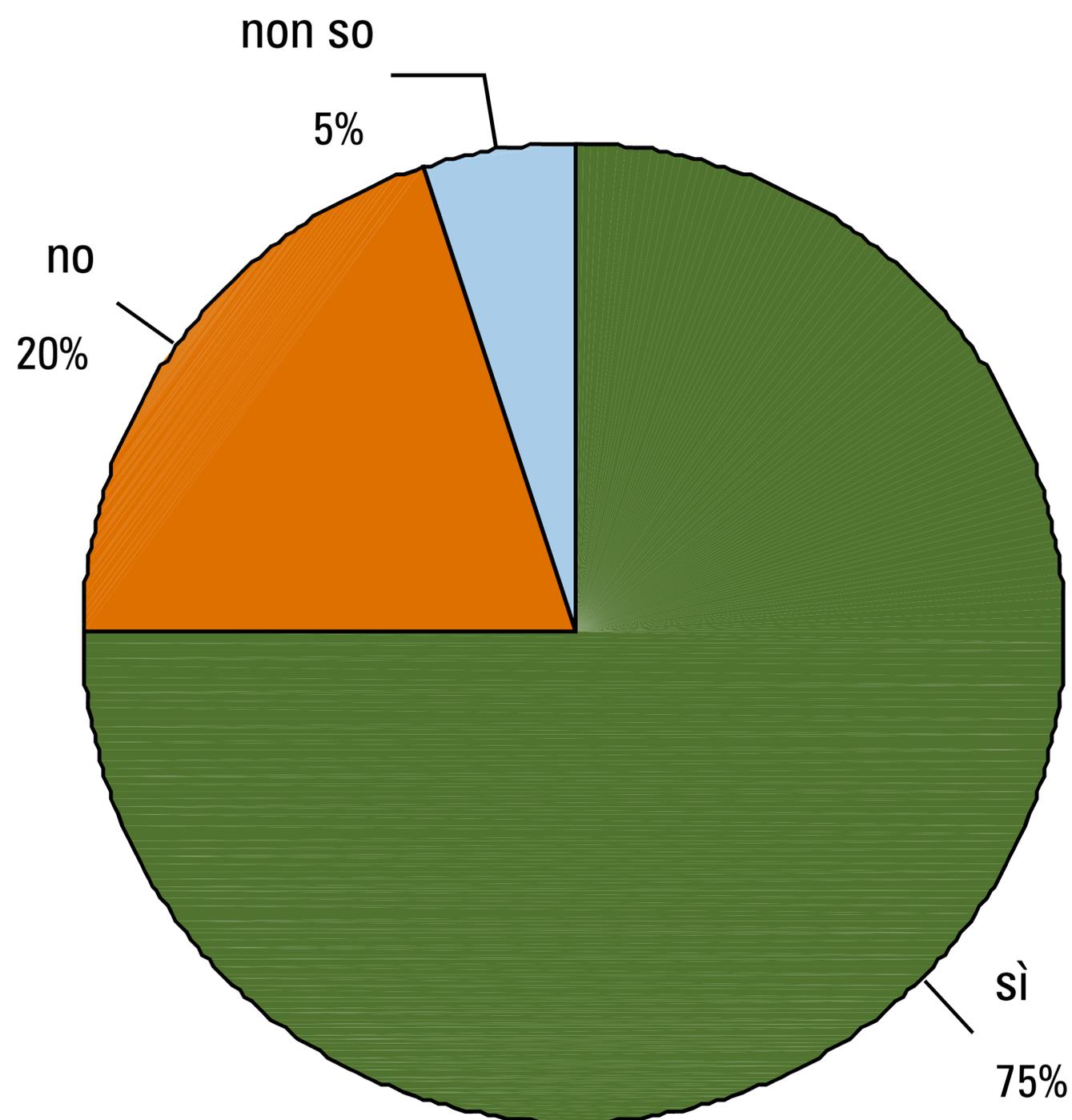
Ha già acquistato un prodotto col marchio di qualità?



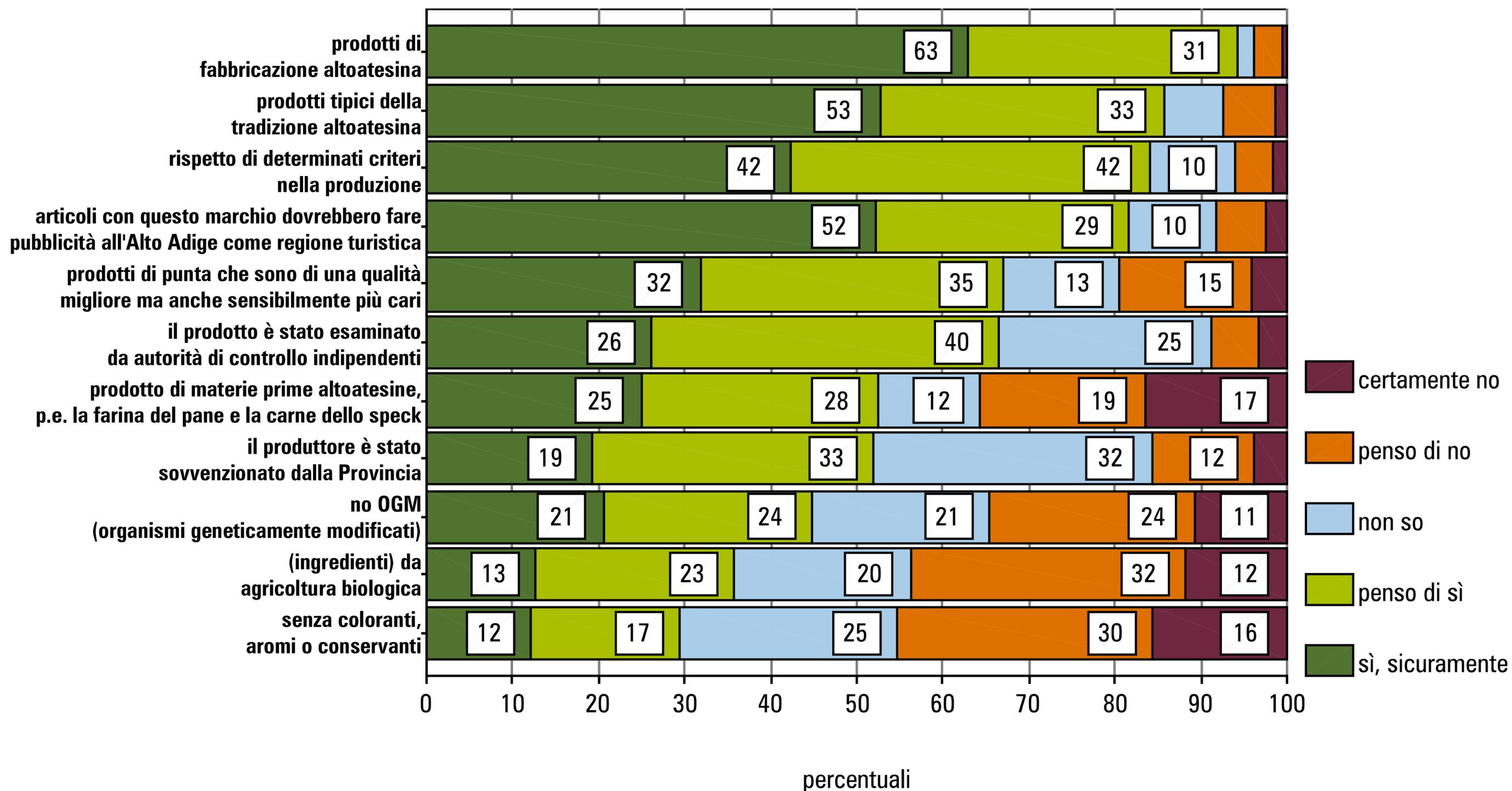
Il marchio di qualità come criterio di acquisto



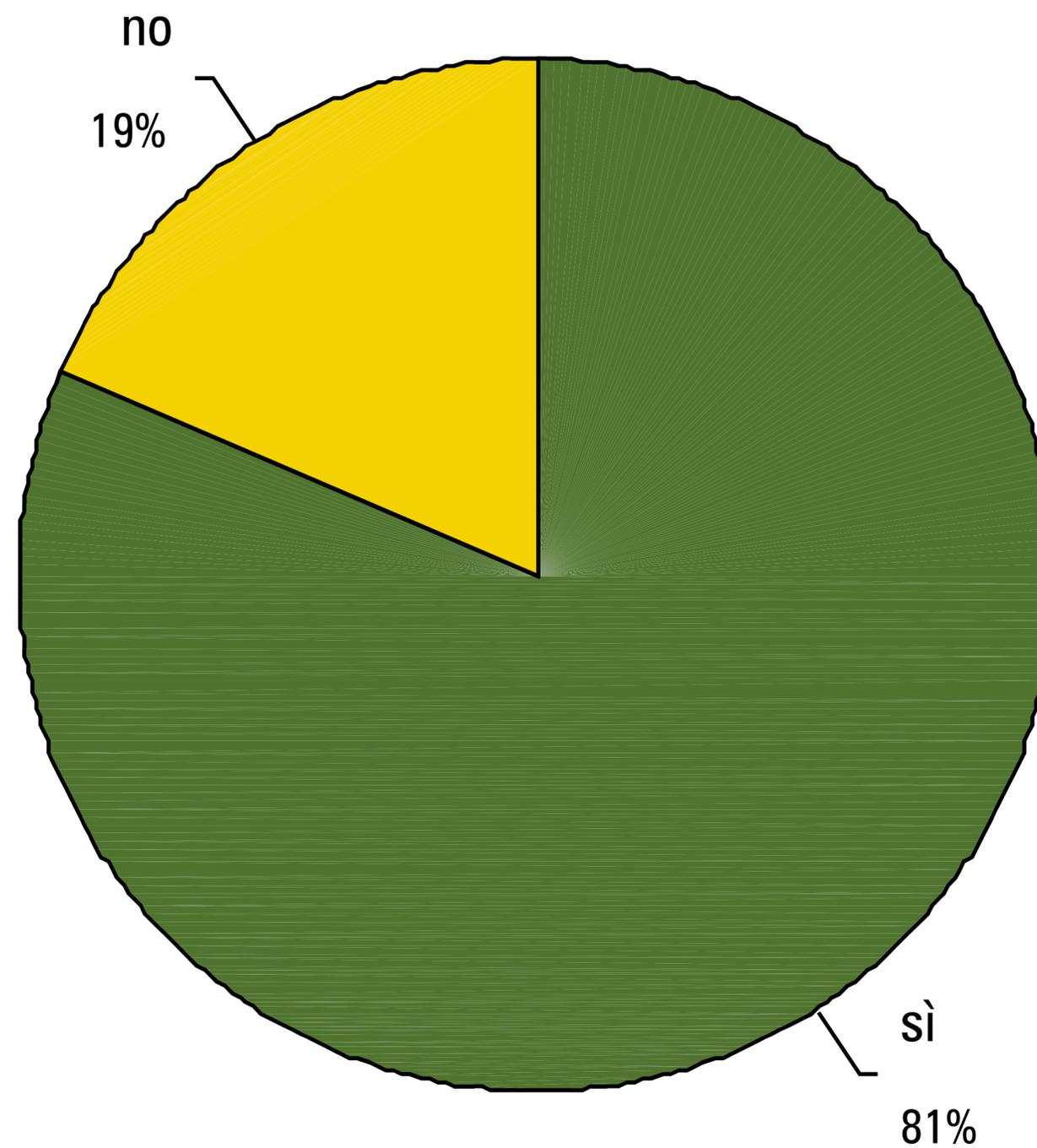
Pensa che i prodotti dell'Alto Adige siano di una qualità particolare?



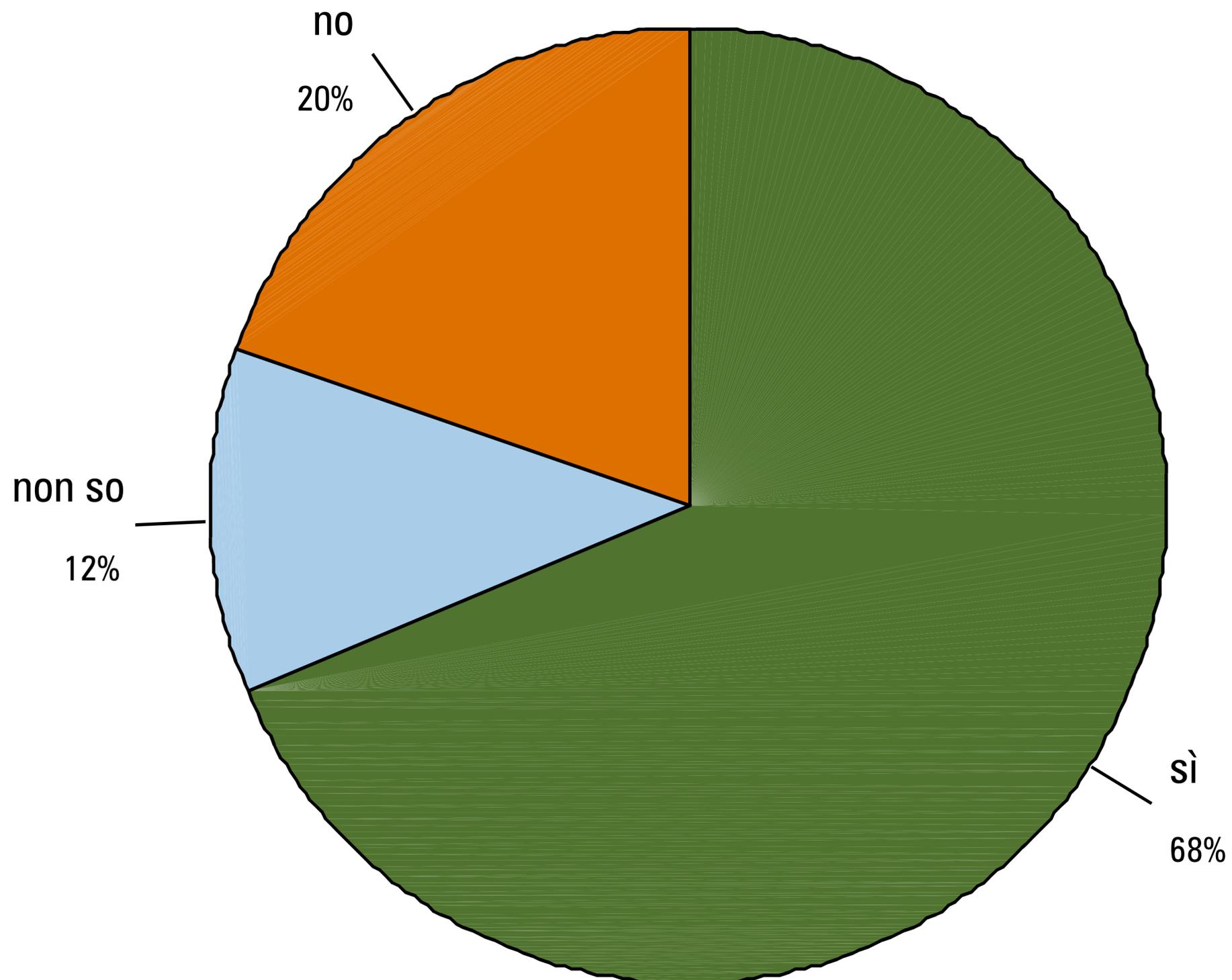
Secondo Lei, che cosa significa questo marchio? (significati predefiniti)



Publicità al marchio di qualità: mai visto?



Già visto la pubblicità: è piaciuta?



Risultati riassunti

- ✿ Notorietà straordinaria del marchio di qualità (l'88% ne ha sentito parlare)
- ✿ Altissimo grado di simpatia (l'80 % considera simpatico il marchio di qualità)
- ✿ Il 90% prende in considerazione di acquistare dei prodotti col marchio di qualità, e il 67% sarebbe anche disposto a pagare qualcosa in più
- ✿ L'origine altoatesina è una garanzia di qualità