

QUESTIONARIO

1. Secondo lei è importante investire in comunicazione pubblicitaria?

No

Sì

2. Se sì, nella sua azienda esiste un ufficio dedicato alla progettazione di campagne pubblicitarie?

No

Sì

3. Nell'ultimo anno, l'investimento complessivo della sua azienda in comunicazione pubblicitaria (espresso in percentuale sul fatturato) è stato:

Sotto lo 0.5%

Tra lo 0,5% e l'1%

Tra l'1% e il 2%

Oltre il 2%

Nessun investimento

4. Considerati pari a "100" i possibili investimenti aziendali in comunicazione, può indicarne la ripartizione ideale tra:

Pubblicità tradizionale (stampa, affissioni, televisione, radio, ecc.) %

Internet %

Below the line (depliantistica, grafica, packaging, ecc.) %

Direct marketing %

Relazioni Pubbliche %

Marketing non convenzionale (guerrilla, ambient, viral, tribal, ecc.) %

5. Da chi ritiene debba essere ideata la progettazione strategico/creativa della comunicazione pubblicitaria?

Prevalentemente dall'imprenditore

Dagli uffici appositamente predisposti in azienda

Da agenzie di pubblicità, relazioni pubbliche, direct marketing, web

Da free lance

6. Qual è la ripartizione ottimale degli investimenti in comunicazione (per area)?

Locale %

Nazionale %

Europea %

Extra Europea %

7. Donne, uomini, bambini, animali: la sua azienda ha utilizzato una di queste tipologie di personaggi nella sua comunicazione pubblicitaria?

Donne

Uomini

Bambini

Animali

7.1. Quali risultati ha ottenuto in termini di comunicazione?

Insufficienti

Sufficienti

Buoni

Ottimi

Nessuno, non ho utilizzato i personaggi citati



7.2. Se avete utilizzato degli animali, a che tipo di animale vi siete rivolti?

(Specificare)

7.3. Ritiene che la scelta, in merito al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, sia stata:

Poco efficace

Abbastanza efficace

Molto efficace

Ottimale

Non so

8. A Suo avviso, l'utilizzo in pubblicità delle categorie di personaggi sopra citate ottiene i riscontri desiderati nel raggiungimento degli obiettivi di comunicazione?

No

Si

Non so

9. Tra le varie tipologie di personaggi citate, quale ritiene possa essere la più efficace in termini di comunicazione?

Donne

Uomini

Bambini

Animali



- 10. Secondo lei, il gran numero di campagne con animali, dimostra che (segnare al massimo 3 risposte):**

Ci sono poche idee creative innovative.

Gli animali coinvolgono meglio il target.

Gli animali conferiscono a marca/prodotto qualità emotive non altrimenti ottenibili.

Gli animali fanno vendere meglio.

Altro (specificare)

- 11. La Sua azienda utilizza icone animali in marchi o altri elementi di identificazione?**

No

Si



- 12. Le campagne che hanno per testimonial animali stanno aumentando sensibilmente sia in numero che in sostanza creativa: ritiene sia dovuto ad una moda del momento?**

No

Sì

- 13. In generale, ritiene che il testimonial animale sia preferibilmente:**

Ripreso allo stato naturale, ma in una situazione creata appositamente

Ripreso allo stato naturale e in una situazione del suo habitat specifico

Tradotto in una simulazione grafica o in raffigurazioni di fantasia

(cartone animato, pupazzo, ecc.)

- 14. Pensa siano più efficaci ai fini della comunicazione con animali i contesti in cui:**

L'animale e l'uomo interagiscono

L'animale è l'unico protagonista

- 15. Fra i testimonial animali, ritiene siano più comunicativi:**

I primati

I quadrupedi

I volatili

I pesci

Gli insetti

altro (specificare)



- 16. Quando visiona uno spot pubblicitario con animali protagonisti, tende a percepire gli animali:**

In quanto tali

In quanto animali umanizzati

In quanto uomini che sembrano animali

Nessuna delle precedenti

altro (specificare)

- 17. In che misura ritiene che gli atteggiamenti degli animali in pubblicità possano rispecchiare sentimenti umani?**

Per nulla

Poco

Abbastanza

Molto

- 18. In che misura ritiene che gli animali in pubblicità siano legittimati a compiere azioni violente?**

Per nulla

Poco

Abbastanza

Molto

- 19. In che misura ritiene che gli animali in pubblicità possano compiere atti che, messi in pratica da umani, violerebbero il comune senso del pudore?**

Per nulla

Poco

Abbastanza

Molto



20. In che misura ritiene che, in pubblicità, le caratteristiche degli animali rappresentino al meglio le potenzialità umane?

Per nulla

Poco

Abbastanza

Molto

DATI DELL'INTERVISTATO

Incarico nell'azienda

Sesso

Età

Titolo di studio

Specializzazioni in comunicazione?

Sì (specificare)

No

Autorizzazione al trattamento dei dati riservati

Il sottoscritto autorizza, ai sensi del D.lgs 196/2003 e del Regolamento di Ateneo ad esso relativo, l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" a trattare i propri dati personali, compresi i dati sensibili, esclusivamente nei limiti strumentali alla procedura di gestione della tesi di laurea in oggetto.

Data

Firma