

## **NORME DI QUALITA' ASSIRM**

### **Market and Social Research**

**(Revisione ratificata in sede di Assemblea degli Associati  
del 10 Dicembre 2015. Aggiornamento di Giugno 2018)**

#### **1. Introduzione**

Le presenti norme di qualità, insieme al codice di etica professionale, si propongono di

- fornire un insieme di raccomandazioni operative in grado di garantire la qualità, in termini di attendibilità e validità, delle ricerche sociali e di mercato a partire dalle quali gli utenti (decisori politici e istituzionali, marketing manager, ruoli decisionali aziendali, ...) si orientano per prendere decisioni
- rafforzare i fondamenti della professione, formalizzandoli e dando loro visibilità, per contribuire a consolidare l'identità del settore e qualificarlo;
- acquisire maggiore autorevolezza rispetto alle controparti istituzionali e di affermare una visione della qualità della ricerca più ampia, non limitata ai soli aspetti procedurali, e focalizzandosi sulle modalità operative più importanti con l'obiettivo di soddisfare un numero crescente di portatori di interesse (stakeholder), in ottica di sviluppo sostenibile e di gestione del rischio nel contesto competitivo di riferimento.

Le norme contenute in questo documento si ispirano allo standard di settore ISO 20252 e alla norma ISO 9001 in vigore, offrendo di fatto un approccio semplificato all'attestazione per i nuovi associati. Per gli attuali associati, certificati secondo le norme ISO 9000, si tratta di un insieme di norme la cui applicazione è già prevista dai sistemi qualità e rispetto alle quali se ne deve confermare l'adozione, anche laddove siano presenti modifiche.

L'attestazione Assirm si configura dunque come una "certificazione" di base, cioè come un requisito minimo, che ogni associato deve garantire.

## 2. Requisiti generali e organizzativi

### 2.1 Organizzazione e responsabilità

Le Società di ricerca di mercato Assirm sono impegnate a perseguire e documentare una politica di Qualità e di costante miglioramento.

A tal fine, deve essere predisposta e mantenuta aggiornata la seguente documentazione:

- Codice Assirm di etica professionale sottoscritto;
- Norme di qualità Assirm sottoscritte;
- Procedure di qualità interne;
- Presentazione istituzionale delle attività della Società;
- Organigramma della Società, incluse le responsabilità del personale professionale coinvolto nella realizzazione del progetto di ricerca (ricerca, field ed elaborazione dati);
- Mansionario, con descrizione delle responsabilità e dei compiti per i ruoli definiti in organigramma;
- Scheda informativa ASSIRM da pubblicare sul sito [www.assirm.it](http://www.assirm.it);
- Altre schematizzazioni utili per la descrizione dell'organizzazione e dei processi aziendali (es. schema dell'infrastruttura IT, schema dei processi con indicazione delle attività in outsourcing, ecc.).

La Società elabora il proprio documento di Politica della Qualità e nomina un Responsabile Qualità per assicurare l'applicazione del presente standard.

Per documento di Politica della Qualità si intende il documento in cui la Società indica le principali linee di attuazione del programma di qualità richiesto dalle presenti norme

### 2.2 Riservatezza della ricerca

La Società si impegna a trattare tutte le informazioni fornite dal Cliente al fine di condurre un progetto di ricerca in maniera strettamente riservata e a non renderle note a terzi senza l'autorizzazione del Cliente. Le informazioni riservate vanno conservate in modo sicuro, in conformità con gli impegni assunti contrattualmente con il Cliente e con la normativa vigente sulla sicurezza dei dati e, in particolare, la normativa sulla privacy (Regolamento UE n. 679/2016 con applicazione di misure di sicurezza adeguate, definite dal titolare dei dati (la

Società) e nel rispetto degli eventuali ulteriori requisiti contrattuali con il cliente) e le leggi che disciplinano il diritto d'autore e il segreto industriale.

La Società deve assicurare che le prescrizioni sopra descritte siano seguite da tutto il personale coinvolto nella ricerca in conformità con il Codice di Etica Professionale ASSIRM attraverso apposite attività di formazione e informazione.

### **2.3 Requisiti della documentazione**

Le registrazioni e i documenti devono essere identificati e conservati secondo le modalità di seguito indicate:

- ogni ricerca deve avere una identificazione univoca;
- ogni ricerca deve avere una cartella di lavoro (che può essere digitale, cartacea o in entrambi i formati, a seconda delle esigenze) che contenga i documenti, oppure i riferimenti sulla loro reperibilità, relativi alle specifiche di base del progetto stesso;
- ogni documento collegato al progetto deve richiamare il codice identificativo del progetto, per permettere una sua identificazione univoca e assicurarne la rintracciabilità e la disponibilità;
- tutti i documenti devono riportare la revisione o la data affinché la versione valida possa essere chiaramente identificata;
- i documenti devono essere utilizzabili, tenuti al sicuro e conservati per periodi prestabiliti, nel rispetto delle procedure di sicurezza.

I tempi di conservazione dei documenti che attestano la buona conduzione della ricerca sono indicati nell'allegato di riferimento del presente standard.

### **2.4 Competenza e formazione**

La Società si impegna ad assicurare che il personale professionale coinvolto nella ricerca abbia le specifiche competenze per lo svolgimento delle mansioni loro affidate (ricerca, field ed elaborazione dati).

La Società deve predisporre e mantenere aggiornata la seguente documentazione per il personale professionale (dipendenti e collaboratori esterni):

- Curriculum vitae e iter formativo esterno;

- Pianificazione ed esecuzione delle attività formative (corsi interni ed esterni, addestramento on-the-job, ecc.), compresa la formazione sulle specifiche norme di legge e sulle norme Assirm (Codice di etica professionale e norme di qualità).

## **2.5 Rapporti con i fornitori (Outsourcing)**

La Società risponde interamente di tutti i servizi svolti in relazione alla ricerca, incluse le parti del lavoro o servizio collegati al presente standard, affidate a fornitori, singoli professionisti o società per le seguenti categorie di servizi, con impatto determinante sulla qualità della ricerca, tranne i casi in cui la scelta del fornitore sia del Cliente:

- Field CATI;
- Field CAPI;
- Field CAWI e Panel Provider;
- Field Qualitativo;
- Centri di trattamento dati;
- Altri Istituti di ricerca;
- Consulenti qualitativi;
- Consulenti;
- Traduttori.

Per i vari field si richiedono il rispetto degli standard di qualità e di controllo definiti nel presente documento al paragrafo 4.2 (procedure operative, modalità di selezione e formazione degli operatori di field, controllo qualità) e la conformità con la normativa vigente, in particolare in materia di privacy e di contrattualistica del lavoro, nonché l'applicazione dell'accordo nazionale Assirm.

Relativamente agli altri fornitori, la Società deve possedere competenze specifiche e documentabili ai fini della scelta e della valutazione e deve anche determinare e documentare i controlli effettuati sui fornitori:

- Centri di trattamento dati. In caso di elaborazione dati il fornitore deve fornire output conformi alle specifiche e nei formati richiesti. Si richiedono adeguati metodi di controllo dei dati trattati.

La Società deve determinare gli standard di qualità del servizio (in caso contrario si suppone integralmente "error free") e documentare i controlli effettuati sui fornitori.

- Altre Società di Ricerca. Altre Società di Ricerca possono essere incaricate adottando i seguenti elementi di valutazione: esperienza sulla specifica metodologia, esperienza di settore industriale, integrazione internazionale, esperienza di lavoro in comune. Al fine di garantire la professionalità della Società fornitore, si considera come elemento preferenziale di valutazione la sua appartenenza all'associazione nazionale degli istituti di ricerca di ciascun paese o all'ESOMAR e i collegamenti con network internazionali.
- Consulenti qualitativi. I consulenti devono essere in possesso di laurea o titolo equivalente in psicologia, sociologia, lettere e filosofia con indirizzo psicologico o sociologico, nel caso in cui svolgano attività di moderatori di attività off line o on line (focus group, forum, ecc.); oppure devono essere in possesso di laurea in discipline specifiche del settore d'indagine e con provata esperienza nel campo delle ricerche sociali/di mercato di almeno 2 anni nel caso di attività di intervista. In caso di esperienza professionale superiore ai 3 anni è ammessa la scolarità media-superiore.
- Consulenti. La Società sarà responsabile di verificare le specifiche e documentabili competenze dei consulenti in base ai contenuti della consulenza richiesta.
- Traduttori. Le traduzioni devono essere affidate a traduttori madrelingua o in possesso di un titolo di studio specifico.

L'esistenza di un sistema formale di gestione della qualità adottato dall'outsourcer (ISO 9001, ISO 20252 e/o altri standard di settore) dovrà essere noto alla Società e costituire, a parità di altre circostanze, elemento di preferenza.

La Società deve documentare per le categorie di servizi sopra indicate le modalità per:

- selezionare e qualificare i fornitori;
- stabilire dei rapporti contrattuali con essi;
- fornire agli stessi le necessarie istruzioni per l'esecuzione del servizio loro affidato;
- controllare la qualità del servizio fornito;
- valutare le prestazioni dei fornitori con cadenza almeno annuale.

Per le categorie di servizi sopra indicati, la Società deve predisporre e mantenere aggiornata la seguente documentazione:

- lista dei fornitori e loro qualificazioni;
- documentazione contrattuale;
- disservizi e segnalazioni di reclamo al fornitore;
- valutazione periodica delle prestazioni dei fornitori.

Per gli operatori di field e i collaboratori qualitativi si veda il paragrafo 4.2.

## **2.6 Reclami, Customer Satisfaction, non conformità, piano di miglioramento e revisione periodica**

La Società si impegna a documentare, esaminare e risolvere i reclami dei Clienti, assicurando:

- l'identificazione e la documentazione delle cause del reclamo;
- l'implementazione di azioni per risolvere i problemi e prevenirne la ripetizione;
- la verifica dell'efficacia delle azioni intraprese per la risoluzione dei reclami.

La Società deve misurare ed analizzare ad intervalli regolari (almeno annualmente) la soddisfazione dei Clienti al fine di migliorare la qualità del servizio e documentare i risultati.

La Società deve documentare le non conformità rilevate internamente, la relativa valutazione e le modalità di trattamento, ossia le azioni per risolvere i problemi e prevenire la ripetizione.

La Società deve predisporre una relazione con cadenza almeno annuale, relativa all'andamento complessivo della gestione in riferimento ai contenuti del presente standard. Nella stessa relazione, la Società di Ricerca definisce gli obiettivi di miglioramento per la qualità dei processi interni di ricerca e i relativi indicatori (KPI – Key Performance Indicator) al fine di migliorare la soddisfazione dei Clienti, nel rispetto della conformità alle norme di legge e ai requisiti del presente standard.

La Società di Ricerca deve condurre audit interni con cadenza almeno annuale per stabilire il corretto funzionamento del sistema di gestione per la qualità.

## **3. La gestione del progetto di ricerca**

### **3.1 Progettazione e offerta commerciale**

#### **3.1.1 Il brief del cliente**

La Società deve documentare la richiesta ricevuta dal cliente e il brief di ricerca. Se il brief è fornito dal cliente in forma scritta, va conservato il documento originale ricevuto; se il brief è stato trasmesso verbalmente, la Società dovrà farne una sintesi degli elementi principali da inserire nella proposta.

La documentazione del brief è conservata nella cartella di lavoro.

### **3.1.2 La proposta della Società**

La Proposta della Società dovrà essere documentata in forma scritta. Anche la Proposta dovrà essere conservata nella cartella di lavoro.

Le proposte sono di tre tipi:

1. Offerte economiche;
2. Progetti che incorporano tecniche e prodotti standard o “multiclient”;
3. Progetti di ricerca “ad hoc”.

Nel primo caso (Offerta economica) il Cliente ha indicato nel brief le specifiche tecniche della ricerca e le prestazioni richieste. Si tratta, pertanto, di predisporre solo un preventivo. L’Offerta della Società dovrà indicare gli elementi essenziali del lavoro:

- la tecnica di rilevazione;
- la popolazione o il target di riferimento;
- i criteri di campionamento;
- la dimensione del campione e per le indagini quantitative: il conseguente margine di errore delle stime (errore di campionamento) e l’indicazione dei sub-campioni eventualmente analizzabili;
- l’entità dell’impegno richiesto agli intervistatori o agli intervistati (es. la durata dei gruppi, la durata dell’intervista, ecc.);
- le modalità di istruzione degli intervistatori, se applicabile;
- il trattamento dei dati;
- le procedure di ponderazione, ove previste;
- il coinvolgimento di eventuali fornitori, ove richiesto dal Cliente;
- le tempistiche del progetto;
- la descrizione di ciò che verrà consegnato in esecuzione dell’incarico;
- il prezzo;
- la conformità alle leggi pertinenti e alle presenti Norme di Qualità Assirm.

Nel secondo caso (Prodotti standard o “multiclient”) la Proposta della Società dovrà fare esplicito riferimento alle metodologie standard che verranno utilizzate, allegandole alla proposta o mettendo comunque a disposizione del Cliente una completa descrizione tecnica del prodotto di ricerca o della metodologia. Inoltre, in questo caso la Proposta deve contenere

un riepilogo di ciò che il Cliente vuole conoscere, cioè gli obiettivi della ricerca che occorre rendere espliciti. E' responsabilità della Società che la soluzione proposta sia adeguata rispetto agli obiettivi del Cliente fissati al momento della richiesta e in base alle metodologie condivise.

Nel terzo caso (Ricerca "ad hoc") la Proposta della Società, oltre a quanto indicato ai punti precedenti, dovrà contenere:

- una rassegna analitica degli obiettivi del Cliente (lo sviluppo formale del brief) e la loro traduzione in obiettivi della ricerca;
- l'illustrazione del disegno di ricerca, dei metodi e delle soluzioni tecniche proposte per lo svolgimento della ricerca;
- l'indicazione di come il Cliente potrà alla fine disporre delle informazioni di ricerca: la base dati, i rapporti scritti, le videoregistrazioni, le sintesi, le presentazioni, la partecipazione a workshop interni, la consultazione dei risultati online, ecc.

Il progetto e le metodologie di ricerca sono di proprietà della Società.

### **3.1.3 L'assegnazione dell'incarico**

L'assegnazione dell'incarico deve essere documentata per iscritto, sotto forma di lettera di incarico/contratto del Cliente o di accettazione da parte del Cliente della Proposta/contratto della Società.

La Società può decidere di avviare la ricerca prima di aver ricevuto formale lettera di incarico o di accettazione della Proposta. In tale caso, la Società definisce le modalità più idonee per autorizzare e comunicare all'interno l'avvio del progetto prima dell'approvazione formale da parte del Cliente.

L'assegnazione dell'incarico fa riferimento alle specifiche tecniche contenute nella Proposta.

E' responsabilità della Società assicurare in ogni caso la possibilità per il Cliente di dare la propria approvazione alle scelte operative più rilevanti (es. il piano di campionamento, il questionario e la traccia, le località per lo svolgimento dei gruppi, ecc.).

Il Cliente deve quindi essere messo in condizioni di ottenere in tempo utile le informazioni relative e di poterle discutere con la Società.

La documentazione di assegnazione dell'incarico deve essere conservata nella cartella di lavoro.

### **3.2 Pianificazione del progetto di ricerca**

La pianificazione del lavoro nelle sue varie fasi deve essere documentata per iscritto. La Società deve provvedere a una accurata pianificazione interna di tutte le ricerche e degli altri incarichi assegnati, coinvolgendo i responsabili interni, in base all'organizzazione della Società.

Nei documenti di pianificazione deve essere indicato il Responsabile di Progetto e gli eventuali responsabili di singole parti.

Il Cliente deve essere tempestivamente informato di eventuali ritardi o di altre difficoltà che possano modificare lo svolgimento della ricerca.

I documenti di pianificazione dei lavori devono essere conservati nella cartella di lavoro.

### **3.3 Rapporti con il Cliente**

I rapporti con il Cliente nel corso della ricerca devono essere documentati. Nella cartella di lavoro deve essere conservata la corrispondenza scambiata con il Cliente (es. copia delle e-mail, ecc.), oltre alle note relative a comunicazioni verbali che abbiano per oggetto decisioni su specifiche modalità di esecuzione della ricerca. Nel caso di accordi verbali su aspetti di rilievo, la Società deve inviare comunque una nota scritta al Cliente, conservandone copia in cartella.

Al Cliente è garantito l'accesso a tutta la documentazione tecnica di ricerca; il Cliente ha anche la facoltà di assistere allo svolgimento di qualunque fase di ricerca, fatte salve le norme a tutela della privacy e nel rispetto del corretto svolgimento del field.

Inoltre, il Cliente ha il diritto di visionare l'implementazione finale del questionario (gli scripting e la programmazione web), i piani di codifica e di analisi e di indicare il modo di presentazione dei dati, anche modificando le richieste iniziali. La Società deve adeguarsi, alle richieste del Cliente salvo casi di forza maggiore o, se è il caso, richiedendo un supplemento di prezzo e/o tempi per le prestazioni richieste e non previste.

### **3.4 Questionari quantitativi e tracce qualitative per colloqui individuali discussioni di gruppo**

E' responsabilità della Società predisporre i questionari e le tracce (guide) per i colloqui, salvo il caso in cui vengano forniti direttamente dal Cliente.

I questionari devono essere testati prima dell'uso e i risultati di questo test e di ogni intervento fatto devono essere documentati. I criteri suggeriti per il test sono i seguenti:

- sostenibilità (durata)
- sequenza (effetti di interferenza e ordine delle domande)
- adeguatezza rappresentazionale rispetto ai soggetti intervistati
- lessico (comprensibilità da parte dei soggetti intervistati)
- adeguatezza sociale (prestigio, imbarazzo, effetti di desiderabilità sociale...)
- esaustiva copertura delle unità di informazione rilevanti ai fini degli obiettivi della ricerca

I questionari e le tracce devono essere conservati nella cartella di lavoro.

Oltre alla versione finale approvata dal cliente, la Società deve conservare anche le revisioni ritenute rilevanti per la stesura del questionario o della traccia.

L'approvazione del questionario o della traccia deve essere documentata in cartella.

Qualora la Società e/o il Cliente ritengano necessario un test pilota del questionario, le modalità di esecuzione (numero interviste, distribuzione delle stesse, ecc.) e l'esito dello stesso (comprese le eventuali note degli intervistatori) devono essere documentati.

Le istruzioni agli intervistatori e ai moderatori, le modalità di svolgimento dei brief diretti, da remoto o scritti, i documenti di contatto con i rispondenti e gli inviti alla partecipazione alla ricerca devono essere documentati.

Per le fasi di rilevazione affidate all'esterno, il fornitore di field deve concordare con la Società le modalità operative e di controllo e rilasciarne dichiarazione scritta. Questa documentazione non è necessaria quando esistano protocolli standard di esecuzione concordati fra la Società e il fornitore (cfr. punto 2.5).

L'eventuale traduzione deve essere affidata a traduttori qualificati in conformità a quanto previsto al punto 2.5.

### **3.5 Campionamento ed elaborazione dati**

Nella cartella di lavoro devono essere conservati:

- la descrizione dell'universo e del piano di campionamento adottato (es. stratificazione, per quote, ecc.), compresa l'indicazione delle fonti di riferimento dell'universo, quando rilevanti per le stime;
- la distribuzione del campione netto di intervista (campione finale);
- la documentazione degli eventuali criteri di ponderazione dei dati;
- il piano di editing e di codifica e i metodi di controllo attuati;
- il piano di elaborazione.

Per le fasi affidate all'esterno, il fornitore dovrà concordare con la Società le modalità operative e di controllo e rilasciarne dichiarazione scritta. Questa documentazione non è necessaria quando esistano protocolli standard di esecuzione concordati fra la Società e il fornitore (cfr. punto 2.5).

### **3.6 Monitoraggio dell'esecuzione del progetto di ricerca**

Il Responsabile di Progetto deve assicurare la corretta esecuzione della ricerca secondo quanto concordato con il Cliente (cfr. punto 3.1), nel rispetto degli standard di qualità e di controllo definiti nel presente documento.

### **3.7 Documenti di ricerca, materiali e prodotti**

Nella cartella di lavoro devono essere conservate le eventuali istruzioni e i protocolli del Cliente relativi alla gestione dei prodotti e del materiale stimolo (mockup, cassette, DVD, boards, concept, materiale di test, ecc.), che comunque devono rispettare la normativa vigente applicabile.

In caso di mancanza di istruzioni specifiche da parte del Cliente, si rimanda alla normativa vigente applicabile.

Salvo che non sia disposto diversamente, la Società è responsabile della gestione del materiale di intervista; inoltre mette in atto tutti gli strumenti a propria disposizione per tutelarne la riservatezza. La Società garantisce al Cliente che tutto il materiale venga usato al solo scopo previsto per la ricerca. La Società deve provvedere affinché, al termine della ricerca, il

materiale venga distrutto oppure reso al Cliente, se così stabilito, ad eccezione delle copie per archivio.

La Società deve garantire le richieste in merito a sicurezza e confidenzialità del materiale di ricerca di proprietà del Cliente.

Ove rilevante, al rapporto finale è allegata copia del materiale stimolo utilizzato.

### **3.8 Consegna dei risultati della ricerca**

Copia dell'output (file dati, analisi statistiche, report di sintesi, risultati della ricerca, ecc.) che viene consegnato al Cliente e le relative modalità di consegna devono essere documentate nella cartella di lavoro.

In ogni caso il Cliente, salvo diversi accordi contrattuali, ha diritto di ricevere i dati elementari (al massimo livello di disaggregazione) o i questionari resi anonimi; quest'attività deve essere documentata, copia del file trasmesso, la copia o gli originali dei questionari devono essere conservati in Società.

Nelle ricerche "ad hoc", i risultati sono di proprietà del Cliente; nelle ricerche Multiclient i diritti di utilizzo dei risultati sono disciplinati nel progetto di ricerca e regolati contrattualmente.

Nel caso di consegna di un rapporto finale e di una eventuale presentazione, in archivio si deve conservare copia del rapporto stesso e indicazione della data di presentazione.

Prima della consegna di tutti i dati e dei materiali al cliente il Responsabile di Progetto deve attestare il controllo e la conformità di tale materiale agli obiettivi stabiliti. Tale conformità deve essere documentata.

### **3.9 Documenti della ricerca**

Tutta la documentazione contenuta nella cartella di lavoro relativa a una ricerca deve riportare un codice che richiami anche il codice della Proposta.

La cartella di lavoro deve contenere tutti i documenti relativi ai rapporti con il Cliente e alle modalità tecniche di esecuzione dell'incarico:

- il brief (la richiesta ricevuta dal cliente);
- la Proposta e le sue eventuali varianti negoziate;
- l'approvazione della proposta o il conferimento dell'incarico;
- il piano di campionamento o di distribuzione delle rilevazioni;
- il questionario/la traccia (versione finale);
- le istruzioni per gli intervistatori (ove applicabile);
- la mail d'invito/il banner di reclutamento (access panel) (ove applicabile);
- il piano di editing, codifica ed elaborazione (ove applicabile);
- i controlli di qualità;
- il file-dati (ove applicabile);;
- l'output fornito al Cliente;
- altro materiale/ documento ritenuto importante, inclusa la corrispondenza intercorsa con il Cliente.

I documenti indicati rappresentano il contenuto minimo della cartella di lavoro.

Inoltre, considerato che ogni ricerca può richiedere un particolare livello di documentazione, è responsabilità della Società valutare gli ulteriori requisiti con l'obiettivo di garantire la totale trasparenza sulle procedure adottate e sulle particolari scelte tecnico-metodologiche. Per i tempi della conservazione della cartella di lavoro, vedere documento allegato.

Di tutti i documenti in formato digitale dovranno essere fatte copie di back-up.

Le copie di back-up devono essere conservate secondo le procedure interne definite (vedi punto 7).

Per quanto concerne le misure di sicurezza relative alla gestione degli archivi in formato cartaceo o elettronico, inclusa la trasmissione dei dati in formato elettronico si rinvia alla normativa vigente in materia di privacy e alle relative procedure definite.

Per quanto concerne la conservazione dei documenti primari (questionari) si applicano i seguenti requisiti:

- questionari (privati dei dati personali degli intervistati) e il materiale di supporto (materiale audio, video, trascrizioni, prodotti, ecc): possono essere eliminati dopo 6 mesi dalla chiusura dell'indagine a meno che non ci siano disposizioni diverse date dal cliente;
- i dati personali devono essere distrutti immediatamente dopo le fasi di controllo (salvo assenso dichiarato di disponibilità a un richiamo);

- nel caso di dati sensibili, si applicano le prescrizioni dell'allegato sui tempi di conservazione e le norme in materia di privacy.

## **4. Rilevazione dati**

### **4.1 Aspetti generali**

La Società deve implementare delle procedure per tutelare la riservatezza dei rispondenti e per fornire loro rassicurazioni.

I dati identificativi dei rispondenti sui questionari devono essere usati per scopo di ricerca e per controlli di qualità e - fatta esclusione per i panel - devono essere conservati solo per il tempo necessario a tali fini, nel rispetto della normativa vigente sulla privacy (Regolamento UE n. 679/2016) e delle relative procedure definite.

### **4.2 Reclutamento, formazione e gestione degli intervistatori**

#### **4.2.1 Aspetti generali**

La Società deve mantenere aggiornato un archivio intervistatori digitale o non con l'indicazione dei lavori svolti e la loro qualifica.

Se si subappalta la rilevazione dati, i requisiti del punto 2.5 devono essere rispettati per assicurare che la società subappaltatrice segua le procedure e gli standard contenuti in questa sezione.

Il rapporto con gli intervistatori deve essere regolato nel rispetto della normativa vigente in materia di contrattualistica del lavoro e dell'accordo nazionale Assirm.

#### **4.2.2 Reclutamento intervistatori**

La Società deve valutare la competenza dei potenziali intervistatori sulla base della loro precedente esperienza di lavoro e qualifica, e/o di un colloquio di lavoro, e/o di referenze derivanti da precedenti impieghi. Si deve definire il livello di esperienza del candidato per stabilire quale lavoro affidargli.

La Società deve prevedere una "scheda intervistatore" digitale o non per la registrazione dei dati personali, titoli di studio, esperienze, specializzazioni in fase di reclutamento e le altre informazioni richieste.

Tutte le informazioni rilevanti sugli intervistatori, ottenute durante la fase di reclutamento o in seguito (formazione, valutazioni, ecc.) devono essere documentate e conservate nel periodo in cui l'intervistatore lavora per la Società e per un ulteriore anno nell'archivio intervistatori.

#### **4.2.3 Formazione di nuovi intervistatori**

Tutti gli intervistatori devono ricevere una formazione di base secondo quanto specificato di seguito.

Questa formazione deve essere data dalla Società, tranne che si abbia la conferma che la formazione di base è già stata impartita presso altra Società Assirm, soggetta alla presente normativa. I metodi di formazione devono essere scelti dalla Società, in accordo con i requisiti indicati di seguito.

Il contenuto e lo scopo della formazione di base devono essere adeguati alla natura del lavoro da svolgere (intervista diretta, intervista telefonica, reperimento di rispondenti qualitativi, retail audit). Se l'intervistatore è utilizzato successivamente per tipi di lavoro diversi da quello coperto dalla formazione di base ricevuta, compresa l'intervista assistita dal computer (CATI, CAPI, CAWI), deve ricevere una formazione aggiuntiva.

La formazione di base deve includere:

- i principi generali della ricerca di mercato, sociale e di opinione;
- i requisiti etici, inclusa la tutela degli intervistati e la riservatezza dei dati personali;
- le tecniche di intervista;
- se del caso, l'uso del computer nelle interviste (v. CATI, CAPI, CAWI);
- le esercitazioni pratiche e le interviste di prova.

Dopo la formazione di base, le prime interviste devono essere controllate e l'esito comunicato all'intervistatore stesso.

La verifica circa l'efficacia della formazione deve essere effettuata tramite controllo qualità al 100% del primo lavoro, ove possibile.

La Società deve prevedere una scheda di valutazione digitale o non il cui esito deve essere documentato nell'archivio intervistatori.

#### **4.2.4 Formazione organizzativa per gli intervistatori**

La Società deve assicurare la necessaria formazione agli intervistatori relativamente alle procedure interne.

#### **4.2.5 Valutazione continua degli intervistatori**

Gli intervistatori devono essere periodicamente controllati e valutati mediante un sistema di qualifiche che derivano dai controlli qualità effettuati su tutti i lavori assegnati.

Tale sistema deve prevedere diversi livelli che devono determinare se un intervistatore è qualificato, da tenere in osservazione o non idoneo.

La Società deve documentare le decisioni prese a riguardo nell'archivio intervistatori.

### **4.3 Raccolta dati**

#### **4.3.1 Reperimento dei rispondenti**

Nel caso di campioni per quota, salvo diversi accordi con il Cliente o specifiche esigenze metodologiche, il tempo intercorrente fra due interviste consecutive alla stessa persona non può essere inferiore a tre mesi.

La Società deve inoltre rispettare la seguente limitazione nel reperimento dei rispondenti: parenti e conviventi, occupati in pubblicità/comunicazione (tranne che per ricerche su esperti del settore), ricerche di mercato, settore di attività dell'azienda Cliente (tranne che per ricerche industriali o trade), giornalisti e loro familiari (tranne che per ricerche su esperti del settore, inclusi i medici).

Tale condizione di eleggibilità non è pertanto applicabile a campioni random estratti da liste censuarie, a panel espliciti -on e off line- e a soggetti appartenenti a gruppi professionali rilevanti.

In particolare, per il reperimento del panel online si rimanda al paragrafo 4.4.5.

#### **4.3.2 Informativa al rispondente**

La Società deve rispettare la normativa vigente sulla privacy e le relative procedure definite.

In particolare:

- tutti i contatti con i rispondenti devono includere una breve descrizione dei principi della riservatezza sui dati dei rispondenti stessi, gli scopi generali per cui i dati possono essere utilizzati e il nome della Società. I rispondenti devono essere informati che la loro collaborazione è volontaria;
- l'informativa e il consenso devono essere documentati in modo opportuno, secondo le modalità con cui verranno raccolti i dati. L'informativa deve includere gli elementi previsti dalla normativa vigente (Regolamento UE n. 679/2016).

Si devono conservare le registrazioni (ad esempio, come parti del questionario) per dimostrare che questi requisiti siano stati rispettati.

La Società deve predisporre apposite informative per la privacy coerenti con il presente requisito.

#### **4.3.3 La raccolta dati da minori o da rispondenti vulnerabili**

Un'attenzione particolare deve essere posta nei casi in cui i rispondenti siano minorenni o nei casi in cui i rispondenti siano considerati altrimenti vulnerabili. In questi casi, i genitori/i tutori o equivalenti, così come gli stessi rispondenti, dovranno essere informati e dare il proprio consenso.

Si devono conservare le registrazioni (ad esempio, come parti del questionario) per dimostrare che questi requisiti siano stati rispettati.

La Società deve predisporre apposite informative per la privacy coerenti con il presente requisito.

#### **4.3.4 Briefing del progetto**

Agli intervistatori devono essere date istruzioni per ogni progetto (o le specifiche di ogni fase di un progetto). Le istruzioni devono essere impartite da chi abbia piena conoscenza del progetto. La documentazione dei contenuti del brief e le relative istruzioni devono essere conservate.

Le istruzioni per un progetto quantitativo devono includere le seguenti informazioni:

- le date della rilevazione;
- le procedure di scelta delle persone da intervistare;
- le quote da coprire;
- la tecnica di rilevazione;
- le istruzioni/condizioni per la somministrazione del questionario;
- altri requisiti speciali del progetto.

Il briefing e/o le istruzioni per un progetto qualitativo devono includere le seguenti informazioni minime:

- le date e gli orari e il luogo della rilevazione;
- i criteri di reperimento;
- le quote richieste;
- il numero di rispondenti da reperire per ogni colloquio di gruppo;
- se verranno usati strumenti di osservazione;
- altri requisiti speciali del progetto.

#### **4.3.5 Data della rilevazione e responsabile dell'esecuzione**

La data della rilevazione e l'identità del intervistatore devono essere registrate.

#### **4.3.6 Omaggi ai rispondenti**

Laddove si diano omaggi ai rispondenti, la natura di questi omaggi dovrà essere documentata, nel rispetto della normativa vigente in materia fiscale e amministrativa.

### **4.4 Controllo della ricerca quantitativa**

#### **4.4.1 Punti generali**

Lo scopo del controllo è di stabilire che la raccolta dati sia stata condotta secondo le istruzioni del progetto di ricerca.

Nel caso di questionari informatizzati (CAPI; CATI; CAWI; ecc.) la Società dovrà provvedere ad automatizzare controlli di tipo logico già all'interno del programma di intervista, ed eventualmente suggerire all'intervistatore (o al rispondente stesso, nel caso di questionari auto-compilato) eventuali azioni correttive.

Il controllo a valle dell'intervista deve essere effettuato al più presto dopo la rilevazione e laddove possibile prima che i dati risultanti vengano elaborati e/o presentati ai clienti.

I controlli devono essere svolti da parte di persone terze rispetto all'ufficio field.

Tutta la rilevazione di ogni progetto (o fase) deve essere controllata usando metodi in accordo con il punto 4.4.2 sottostante.

Le registrazioni degli intervistatori utilizzati dalla Società documentate nell'archivio intervistatori devono riportare i controlli, incluse le date e i progetti a cui si riferiscono.

Laddove il controllo identifichi discrepanze o problemi, si devono intraprendere azioni correttive a due livelli:

- a livello di ricerca (ad esempio, sostituzione delle interviste, ulteriori controlli, validazione dei dati prodotti).
- a livello di intervistatore (ad esempio, una formazione aggiuntiva). In caso di serie discrepanze il lavoro, recente o in corso, svolto dall'intervistatore deve essere sottoposto ad un nuovo controllo.

Nel caso di questionari CAWI la Società dovrà provvedere ad automatizzare i suddetti controlli e suggerire al rispondente stesso eventuali azioni sul questionario.

#### **4.4.2 Metodi di controllo**

In relazione alla tipologia di rilevazione, i controlli sono effettuati con diverse procedure:

- Osservazione concomitante.
- Seconda intervista.
- Monitoraggio apertura mail e verifica della durata di compilazione del questionario nel caso di ricerche CAWI e CATI.
- Editing del questionario.
- Controllo su dati aggregati.

Il controllo editing sul singolo questionario deve includere, ove appropriato, la verifica della completezza dei dati, il rispetto delle quote campionarie, la coerenza delle risposte. I controlli di editing sono fatti manualmente o tramite computer sul 100% dei questionari.

#### **4.4.3 I livelli di controllo per interviste (non auto-compilate) effettuate tramite intervistatore**

Per tutti i progetti in cui la rilevazione è fatta tramite intervistatori, il controllo deve essere fatto ricontattando i rispondenti o tramite monitoraggio ai livelli sottoindicati.

Nel caso di interviste telefoniche, si richiede la presenza di supervisor in rapporto compreso in un intervallo da 1:15 a 1:25 operatori da controllare, a seconda della complessità e della durata del fieldwork.

Il livello minimo di controllo tramite monitoraggio deve essere pari al 5% delle interviste/casi con almeno il 50% dell'intera intervista monitorata/ascoltata.

I controlli possono essere integrati da altre modalità (es. ascolto "da remoto", controlli statistico-tecnici, ecc.).

Nel caso di interviste personali, il livello di controllo tramite secondo contatto dell'intervistato deve essere pari al 20% degli intervistatori e al 5% delle interviste.

I controlli possono essere integrati da altre modalità di controllo (es. accompagnamento da parte di un supervisore o del Cliente, controlli statistico-tecnici, ecc.).

La Società deve documentare le registrazioni dei controlli eseguiti con metodi appropriati. Tali controlli sono conservati come documenti primari.

Se il controllo sulle registrazioni dati è il solo metodo utilizzabile (per esempio ricerche tramite tecniche di osservazione, audit nel punto vendita "retail audit") il livello richiesto deve essere del 100%.

Sono fatte salve eventuali deroghe concordate contrattualmente con il Cliente.

Vedere Tabella riassuntiva delle percentuali di controllo.

#### **4.4.4 Registrazioni dei controlli delle interviste (non auto-compilate) effettuate tramite intervistatore**

Si devono predisporre delle registrazioni relative ai controlli fatti per ogni ricerca.

Le registrazioni devono includere:

- il nome della persona che ha effettuato i controlli;

- la descrizione dei metodi di controllo usati, incluso cosa è stato controllato nei ricontatti con i rispondenti, se pertinente;
- l'identità o il codice identificativo dell'intervistatore il cui lavoro è stato controllato;
- la descrizione di qualsiasi discrepanza emersa;
- i provvedimenti adottati.

Le registrazioni dei controlli devono essere reperibili sia per progetto/fase che per singolo intervistatore nell'archivio intervistatori in forma digitale e non.

#### **4.4.5 Controllo di interviste auto compilate su panel online**

I controlli sono fatti in forma automatizzata sul 100% dei questionari. Oltre ai normali controlli di coerenza interna, i controlli specifici per le ricerche CAWI prevedono:

- coerenza delle risposte con i dati di profilazione disponibili;
- verifica della durata di compilazione del questionario;
- verifica di comportamenti fraudolenti (per esempio risposte sempre identiche, oppure % di mancate risposte superiori alla media, ecc.);
- verifica della qualità di risposta alle domande aperte.

Le registrazioni dei controlli devono essere reperibili sia per singola ricerca sia per singolo panelista.

### **4.5 Raccolta dati qualitativi**

#### **4.5.1 Reperimento dei rispondenti**

I dettagli dei rispondenti e il modo in cui sono stati reperiti devono essere registrati su questionari di reclutamento o equivalenti registri e questi devono essere resi disponibili ai moderatori e conservati come registrazioni del progetto soggette alle norme di riservatezza, ai sensi della normativa sulla privacy (Regolamento UE n. 679/2016).

La Società deve dare idonea informativa ai rispondenti secondo quanto stabilito dal punto 4.3.2.

#### **4.5.2 Controlli del reperimento dei rispondenti**

L'obiettivo principale dei controlli del reperimento dei rispondenti è di confermare i criteri socio-demografici e gli altri criteri di eleggibilità.

Tutti i rispondenti reclutati devono essere controllati usando uno dei metodi descritti sotto. Anche l'esigenza di intraprendere un'azione in caso di discrepanze deve essere applicata a questi controlli.

In sede di intervista/colloquio di gruppo, l'identità del rispondente deve essere confermata.

Il controllo può essere fatto ricontattando il rispondente o tramite monitoraggio.

Il ricontatto del rispondente può essere condotto tra la data del reperimento e quella del gruppo o dell'intervista in profondità, o durante lo stesso gruppo/intervista in profondità.

Le registrazioni dei controlli devono essere effettuate in accordo con il punto 4.4.4.

#### **4.5.3 Moderazione qualitativa**

La moderazione dei colloqui di gruppo e delle interviste in profondità o di ricerche qualitative online deve essere fatta da personale istruito sulla ricerca.

I moderatori devono documentare il lavoro svolto (colloquio di gruppo/intervista in profondità/ricerca qualitativa online) nel rispetto delle istruzioni ricevute.

#### **4.5.4 Registrazione della ricerca qualitativa e riservatezza dei rispondenti**

La Società deve rispettare la normativa vigente sulla privacy e delle relative procedure definite.

Le registrazioni complete delle risposte ai colloqui di gruppo o interviste in profondità devono essere conservate, normalmente videoregistrate. Nel caso di ricerca qualitativa online deve essere tenuta traccia dei testi prodotti nel corso della sessione online di intervista o di gruppo. I rispondenti devono essere messi al corrente delle registrazioni e dare il proprio consenso alla registrazione stessa, all'uso previsto della registrazione (incluso qualsiasi uso da parte di terzi) e a qualsiasi trasferimento di dati (ai Clienti, per esempio).

L'uso e il trasferimento delle registrazioni deve essere limitato esclusivamente a finalità di ricerca.

Laddove terzi (inclusi i Clienti) intendono osservare il colloquio di gruppo, le interviste in profondità o la ricerca qualitativa online e avere le registrazioni o i verbatim, i rispondenti devono esserne informati.

Le registrazioni devono essere identificate con mezzi opportuni al fine di consentire di ricondursi al progetto (anche tramite incrocio dei dati con altre registrazioni), mediante indicazione del numero di progetto e della data del colloquio di gruppo o dell'intervista in profondità.

Le videoregistrazioni e le verbalizzazioni di colloqui/gruppi online sono conservate come documenti primari.

#### **4.6 Raccolta dati per autocompilazione e panel (on e off-line)**

##### **4.6.1 Punti generali**

I sottopunti dal 4.6.2 al 4.6.5 coprono le raccolte dati di tipo quantitativo in cui i rispondenti, al momento della fornitura dei dati/delle risposte, non hanno un contatto diretto, personale o telefonico con un intervistatore o altro rappresentante della Società. L'autocompilazione include:

- Ricerche on-line (via internet o CAWI).
- Ricerche su dispositivi mobili (CAMI).
- Ricerche postali.
- Ricerche tramite diari.
- Interscambio elettronico di dati (EDI), dove i dati sono ottenuti direttamente da registrazioni memorizzate sul computer di una società.
- File inviati per posta, dove un file contenente un questionario per l'autocompilazione è spedito al rispondente via posta elettronica e il rispondente installa e riempie il questionario prima di rispedire il file alla Società.
- Il caricamento dati touch-tone, dove il rispondente chiama un computer e risponde alle domande poste dal computer digitando i tasti del telefono.
- Il caricamento dati per riconoscimento vocale, dove il rispondente risponde al telefono e il computer verifica le risposte ripetendole.
- Colloqui di gruppo on-line o altri metodi interattivi.

Per le ricerche CAMI si rinvia alla specifica Linea-guida Assirm.

In caso di autocompilazione “in hall” si applicano le normali procedure di field quantitativo.

L’accesso ai questionari via internet può avvenire tramite e-mail, link inviati via mail, o pubblicati su un sito, oppure tramite applicazioni di dispositivi mobili. I campioni di rispondenti possono essere “ad hoc” per uno specifico progetto (ad esempio, su liste fornite dal cliente o reclutati su web) o estratti da access panel.

#### **4.6.1.1 Panel e Community Online a scopo di ricerca**

Per panel/community di ricerca online si intende un gruppo di individui reclutati allo scopo di ricevere inviti periodici per partecipare a ricerche di mercato, sociali e di opinione.

Si parla di Panel e Community Online quando l’interazione con i panelisti avviene via web, sia tramite un sito di riferimento del panel, sia tramite sondaggi, questionari, attività di ricerca svolte tramite web.

In un panel di ricerca le interazioni sono solo verticali, ossia tra ogni singolo utente e i ricercatori. In una community, invece, sono ammesse anche interazioni orizzontali tra i diversi utenti.

In caso di community deve quindi essere posta particolare attenzione alle interazioni fra i diversi utenti: tali interazioni devono essere guidate o quantomeno monitorate dai gestori della community al fine di evitare che lo scambio di informazioni spontanee possa inficiare la qualità delle ricerche.

In genere sia i panel che le community online dispongono di un sito di riferimento per gli iscritti, dove questi possono trovare tutte le informazioni necessarie circa la propria partecipazione al panel e la possibilità di interagire con i gestori dell’iniziativa.

#### **4.6.1.2 Tipologie di Panel e Community Online a scopo di ricerca**

Un panel/community di ricerca può essere:

- generico/general purpose: hanno lo scopo di proporre ricerche di ogni tipo e senza vincolarsi ad un determinato brand; l’iscrizione è generalmente aperta a chiunque; il panel non è riconducibile ad un determinato marchio. Sono i panel tipicamente di proprietà di istituti di ricerca o panel provider.
- di marca/brand: la community/panel viene proposta sotto un determinato marchio consumer, e può essere rivolta sia specificatamente ai clienti, sia anche ai prospect di tale marchio.

In quest'ultimo caso subito al momento dell'iscrizione deve essere chiaro agli utenti se si stanno iscrivendo ad una iniziativa di proprietà del marchio del panel (e quindi tutti i dati raccolti e in genere per ogni tema riguardante la privacy il titolare è l'azienda del brand in questione) oppure se l'iniziativa è condotta per l'azienda del brand da parte di un fornitore (come una società di ricerca) e, quindi, la titolarità ai fini della privacy può essere a seconda dei casi in capo allo stesso fornitore. In quest'ultimo caso è anche necessario specificare quali dati possono essere trasferiti dal fornitore al committente.

Quando i ricercatori interagiscono direttamente con gli utenti all'interno di una community essi devono anche spiegare qual è il loro scopo e ruolo e in che modo utilizzeranno ogni commento proveniente dagli utenti. Inoltre, quando ne prendono parte, i ricercatori devono assicurarsi di non risultare ingannevoli nel presentarsi ad esempio fingendo il ruolo di un semplice membro della community.

Infine, per rilevare insight specifici, in particolare quando si vogliono analizzare le differenze fra i contenuti spontanei e quelli invece sollecitati degli utenti, possono essere definiti degli stimoli.

#### **4.6.2 Reclutamento e processo di registrazione**

Si considerano come panelisti solo gli individui che hanno personalmente dato l'adesione al panel.

L'adesione al panel deve essere volontaria. All'atto dell'adesione i panelisti devono essere informati in modo trasparente su:

- caratteristiche della partecipazione;
- modalità di conservazione dei dati;
- possibilità di abbandonare il panel nel caso volessero cessare la collaborazione;
- sistema di incentivazione proposto, se presente;
- regole e sui controlli che potrebbero comportare sanzioni per il panelista.

In caso di abbandono il nominativo deve essere cancellato e non può essere più utilizzato per alcuna indagine.

Possono comunque essere conservati tutti i suoi dati, sia di profilo, sia raccolti durante i questionari, purché resi anonimi e non riconducibili all'identità del panelista.

L'iscrizione al panel avviene tramite una procedura di tipo "double opt-in" o equivalente. La Società deve essere in grado di documentare per ogni panelista:

- le modalità utilizzate per il reclutamento;
- il corretto svolgimento delle procedura di adesione per ogni panelista;
- gli accorgimenti eventualmente messi in atto per prevenire/contrastare e mantenere iscrizioni multiple o fraudolente.

Nella fase di registrazione la Società rileva per ogni panelista le informazioni relative alle variabili demografiche di base, necessarie sia come elementi di controllo dell'identità, sia per documentare la composizione del panel e le implicazioni per le procedure di campionamento dei singoli progetti di ricerca.

La Società che gestisce il panel deve dichiarare quali variabili sono rilevate per la profilazione e aggiornare periodicamente le statistiche relative alla sua composizione.

Nella profilazione devono essere sempre presenti:

- genere;
- data di nascita;
- regione o provincia di residenza;
- comune e/o CAP di residenza;
- occupazione;
- titolo di studio;
- posizione in famiglia;
- numero componenti della famiglia;
- presenza di bambini / ragazzi;
- tipo di accesso a internet;
- frequenza d'accesso a internet.

#### **4.6.2.1 Gestione del panel e delle survey**

La Società o il panel provider che gestisce il panel deve documentare in forma aggiornata:

- la dimensione complessiva e la composizione del panel in ordine alle variabili rilevanti della profilazione, valutando tali dati sui panelisti attivi. A tal fine la Società o il panel provider deve fornire una chiara definizione di panelista attivo. Lo stato di panelista attivo e la profilazione devono essere periodicamente verificati e aggiornati. Il tasso di ricambio/turnover del panel e la periodicità di aggiornamento sono da documentare;
- l'eventuale riconoscimento di incentivi ai panelisti e la natura degli incentivi riconosciuti;

- i criteri previsti in ordine alla frequenza di partecipazione dei panelisti ai singoli progetti di ricerca (per es. il numero massimo di inviti o il numero massimo di partecipazioni ammesse in un certo periodo di tempo, i criteri di esclusione dal campionamento, ecc.). A tal fine la Società per ogni panelista deve mantenere traccia delle ricerche alle quali è stato invitato a partecipare e per ogni ricerca di:
  - esito dell'invito;
  - data di partecipazione;
  - esito dei controlli effettuati dalla Società.

Sui singoli progetti di ricerca, la Società o il panel provider deve rendere disponibili le seguenti informazioni:

- se utilizza un panel proprietario e si appoggia, in tutto o in parte, a provider esterni;
- il testo della mail di invito;
- la durata del field;
- i criteri e l'esito del campionamento: il numero complessivo di inviti, il numero di recall effettuati, il numero e la dinamica delle cadute;
- i controlli effettuati per determinare la qualità dei rispondenti e la qualità della risposta.

#### **4.6.3 Campionamento per indagini per autocompilazione e per la ricerca via internet**

Allo stadio di proposta/progettazione della ricerca e in fase di relazione finale al cliente, è indispensabile che la Società:

- Fornisca una chiara definizione dell'universo di riferimento.
- Descriva i metodi di campionamento e i criteri di selezione del campione.
- Dichiarare le modalità di reclutamento dei partecipanti.

#### **4.6.4 Convalida dei rispondenti**

Allo stadio di proposta/progettazione della ricerca o nella presentazione ai Clienti, la Società deve riferire sulle forme di controllo dell'identità e della eleggibilità dei rispondenti. Nel caso di interviste auto-compilate online o CAMI su panel, la Società deve prevedere controlli di coerenza con i dati di profilazione in proprio possesso o richiesti al panel provider.

#### **4.6.5 Istruzioni per l'autocompilazione**

Le istruzioni per l'autocompilazione devono essere incluse come parte del questionario o come allegato.

#### **4.6.6 Tutela della riservatezza dei rispondenti**

La Società deve rispettare la normativa vigente sulla privacy e le relative procedure definite.

Per tutte le raccolte dati tramite autocompilazione, ma specialmente per quelle somministrate via internet, devono essere implementate procedure atte ad assicurare la sicurezza e la riservatezza dei rispondenti e dei dati che hanno fornito. Tali procedure devono tenere conto dei servizi erogati da qualsiasi fornitore usato dalla Società nel condurre questo tipo di raccolta dati.

Assicurazioni relative alla sicurezza e riservatezza devono essere date ai rispondenti, inclusa una dichiarazione che costituisca parte integrante del questionario o del materiale allegato.

I rispondenti devono essere messi al corrente, prima che partecipino, dell'argomento generale della ricerca e del tempo richiesto per fornire le risposte. Nell'esplicitare l'argomento si avrà cura di non influenzare la posizione del rispondente rispetto ai temi dell'indagine.

#### **4.7 Raccolta dei dati da fonti secondarie**

Le fonti secondarie di dati, i post e gli elementi digitali open source (es. materiali pubblicati, database, link, URL, ecc.), così come la loro natura e affidabilità, devono essere registrate a corredo del rapporto di ricerca. Laddove i dati venissero usati nel rapporto al Cliente, si devono indicare le fonti.

#### **4.8 Documentazione della raccolta dati**

Si devono fare registrazioni complete (inclusi i file elettronici) della fase di raccolta dati, incluso ciò che era stato pianificato e ciò che è stato effettivamente conseguito.

Non è necessario conservare queste registrazioni separatamente dalle altre registrazioni della ricerca.

Quando rilevante per il progetto, le registrazioni devono includere:

- copie di tutti i materiali della raccolta dati usati nel progetto, inclusi i questionari, gli scripting, le istruzioni e il materiale di stimolo, i documenti di briefing degli intervistatori, i fogli quote delle interviste;
- i metodi di campionamento utilizzati, inclusi i piani di campionamento e le fonti, la selezione, le quote, ecc.;
- codice identificativo di tutti gli intervistatori, la dimensione del lavoro (il numero delle interviste) e il tipo di lavoro assegnato e completato da essi;
- le registrazioni complete dei controlli e di ogni azione correttiva intrapresa;
- i tassi di risposta e la distribuzione delle cadute, ove applicabile
- un riepilogo delle variazioni tra il processo di rilevazione programmato e la rilevazione effettivamente completata, incluse la numerosità del campione complessivo e dei sottogruppi significativi; a questo proposito, la tollerabilità delle interviste mancanti è pari al 3%;
- nel caso di interviste in profondità o discussioni di gruppo che siano state videoregistrate, una identificazione chiara con la data e il numero del progetto);
- una dichiarazione relativa all'eventuale subappalto di tutta o parte della rilevazione e l'identità del/i subappaltatore/i.

La documentazione sopra elencata deve essere conservata in apposita cartella di lavoro con riferimento al numero di progetto, da predisporre per ogni ricerca.

## **5. Gestione ed elaborazione dati**

### **5.1 Punti generali**

La Società deve condurre le seguenti fasi di trattamento dati:

1. script;
2. caricamento dei dati ( se applicabile);
3. editing (se applicabile)
4. operazioni di codifica (se applicabile);
5. eventuale ponderazione;
6. preparazione dei file;
7. elaborazione/tabulazione

secondo le procedure indicate di seguito.

Tutta la documentazione a cui si fa riferimento deve essere conservata nella cartella lavoro, come da documento allegato.

## **5.2 Procedure usate per lo script**

Per quanto attiene le indagini che prevedono l'uso di CATI, CAPI o CAWI, la Società è tenuta a predisporre il test del questionario (script).

Deve esservi traccia dell'esito del test come di ogni eventuale modificazione resasi necessaria a causa dell'esito del test.

Ogni modifica apportata deve essere approvata dal Responsabile di Progetto.

## **5.3 Caricamento dati da questionari**

E' necessario documentare i controlli effettuati sulle procedure di caricamento/data entry per i questionari cartacei.

Nel caso in cui le attività siano affidate in outsourcing, è necessario dimostrare che la Società si è impegnata a far conoscere al fornitore le regole Assirm in materia.

Deve sempre essere presente in cartella il file di partenza e il file pulito, in modo che sia possibile risalire comunque alle operazioni di clean effettuate.

Vedere tabella riassuntiva delle percentuali di controllo.

## **5.4 Editing dei dati**

Ogni eventuale modifica apportata ai dati originari deve essere documentata.

Le modifiche devono sempre essere autorizzate dal Responsabile di Progetto.

La risposta originale data dall'intervistato (se questionario cartaceo) deve rimanere sempre visibile e identificabile, e soprattutto deve potersi distinguere chiaramente dalla risposta assegnata dall'operatore.

Il personale operativo deve essere sempre preventivamente istruito per indicare i tipi di verifica e le correzioni che può apportare.

Al Cliente, se lo richiede, deve essere reso disponibile l'elenco di tutti i processi di imputazione.

Nel caso in cui dovesse venir usato un editing logico (forzato), si deve dimostrare e documentare la logica utilizzata. Inoltre devono essere fatti dei test per mostrare che l'intervento ha l'effetto desiderato. I risultati di questi test devono essere documentati.

Vedere tabella riassuntiva delle percentuali di controllo.

## **5.5 Codifica**

Le attività di codifica devono essere sempre documentate secondo le seguenti procedure.

Nel caso in cui vengano usati software di codifica automatica, si rende necessario dichiarare il livello di affidabilità.

I codificatori devono essere sempre istruiti.

Il briefing deve contenere le seguenti informazioni:

- descrizione generale del progetto;
- domande da codificare;
- linee guida per l'inclusione di nuovi codici;
- spiegazione dei codici con esempi.

Il piano di codifica deve essere approvato dal Responsabile del Progetto. Ogni sua modifica deve essere approvata dal responsabile del progetto.

Nel caso in cui vengano aggiunti dei codici dovranno essere rivisti i questionari già codificati.

Il piano codici va mantenuto all'interno della cartella lavoro.

Il Cliente se richiesto e/o necessario deve poter accedere al piano codici per visionarlo o approvarlo.

Vedere tabella riassuntiva delle percentuali di controllo.

## **5.6 Analisi dei dati**

L'analisi dei dati deve avvenire secondo quanto indicato sul progetto e stabilito dal Responsabile di Progetto mediante piano di analisi.

Nella cartella del lavoro devono essere presenti i risultati delle analisi statistiche.

Le tavole statistiche devono riportare:

- il numero dei rispondenti effettivi;
- le mancate risposte e i non so;
- test di significatività, se applicati.

## **5.7 Software applicativi**

La Società deve documentare i software applicativi correntemente in uso per le operazioni di campionamento, script del questionario, editing, codifica ed elaborazioni dati.

Al fine di documentare l'idoneità rispetto agli standard della ricerca, nel caso la Società utilizzi software presenti sul mercato (si fa riferimento a pacchetti comunemente riconosciuti e testati), è tenuto a dichiarare la provenienza e il nome del software e a conservare il manuale informativo fornito dal produttore.

Nel caso utilizzi un software prodotto in-house, la Società è tenuto a produrre e a conservare un manuale informativo nonché la documentazione che attesti le capacità del programma per le applicazioni richieste per la ricerca specifica.

La Società deve assicurare il rispetto della normativa applicabile in materia di diritto di autore, con particolare riferimento alle licenze d'uso dei software utilizzati.

## **6. Rapporto di ricerca**

### **6.1 Documentazione**

La Società deve documentare, nel rapporto di ricerca, i seguenti dati, ove applicabili:

- obiettivi del progetto di ricerca;

- popolazione di riferimento del progetto di ricerca;
- ampiezza del campione intervistato rispetto all'ampiezza del campione progettato, e motivi, se rilevanti, di mancato conseguimento del campione voluto;
- date del fieldwork;
- metodo di campionamento e selezione dei rispondenti;
- eventuale ponderazione e conseguente efficienza statistica del campione ponderato
- (in caso di ricerche quantitative) errore campionario sulla base della numerosità del campione ponderato
- metodo di rilevazione/ reperimento;
- caratteristiche del panel nel caso di ricerca su access panel;
- tasso di risposta;
- numero intervistatori;
- numero degli inviti a partecipare alla ricerca online;
- metodi di controllo degli intervistatori;
- questionari ed eventuali materiali di stimolo, se richiesti;
- documenti, materiali o prodotti usati nella ricerca;

Il Responsabile di Progetto deve garantire le seguenti verifiche:

- la coerenza del brief con il progetto di ricerca,
- il rispetto di tutte le fasi metodologiche,
- la precisione, la correttezza e la completezza delle informazioni contenute nel rapporto.

In caso di ricerche quantitative, è consigliabile che la rappresentazione grafica o tabellare dei risultati sia accompagnata (per ogni grafico/tabella) da:

- la base campionaria di riferimento, per permettere di stimare l'errore campionario applicabile ai risultati
- la formulazione delle eventuali domande del questionario e delle alternative di risposta, per consentire di comprendere le modalità di costruzione del risultato.

La Società deve archiviare il rapporto di ricerca secondo le procedure stabilite internamente.

## **6.2 La comunicazione dei risultati**

Il Responsabile di Progetto deve garantire che i risultati e qualsiasi interpretazione di essi siano chiaramente e adeguatamente supportati dai dati.

Il Responsabile di Progetto, qualora richiesto, deve consentire ai clienti di organizzare controlli sulla qualità della raccolta dei dati e sull'elaborazione dei dati. Il Responsabile di Progetto deve fornire ai clienti informazioni tecniche sufficienti riguardo alla ricerca per consentire loro di valutare la validità dei risultati e le eventuali conclusioni. Nel comunicare i risultati della ricerca, i ricercatori devono distinguere tra i risultati, l'interpretazione di tali risultati e le eventuali implicazioni operative che ne derivano.

## **7. Back up, conservazione e sicurezza dei dati**

La Società ha l'obbligo di conservare tutta la documentazione relativa ad un progetto di ricerca.

Tutti i documenti devono essere conservati in modo sicuro per prevenire accessi non autorizzati, danni o perdite accidentali.

La Società deve assicurare che tutti i documenti siano immagazzinati e conservati in accordo con la normativa vigente in materia di sicurezza dei dati e di privacy e le procedure previste dalle presenti norme.

**Allegato 1 - Tabella dei tempi di conservazione dei documenti relativi a una ricerca di mercato**

Documenti	Tempi di conservazione
<p>La cartella di lavoro deve contenere tutti i documenti relativi ai rapporti con il Cliente e alle modalità tecniche di esecuzione dell'incarico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• il brief (la richiesta ricevuta dal cliente);</li> <li>• la Proposta e le sue eventuali varianti negoziate;</li> <li>• l'approvazione della proposta o il conferimento dell'incarico;</li> <li>• il piano di campionamento o di distribuzione delle rilevazioni;</li> <li>• il questionario/la traccia (versione finale);</li> <li>• le istruzioni per gli intervistatori (ove applicabile);</li> <li>• la mail di invito/il banner di reclutamento (access panel);</li> <li>• il piano di editing, codifica ed elaborazione (ove applicabile);</li> <li>• i controlli di qualità;</li> <li>• il file-dati;</li> <li>• l'output fornito al cliente;</li> </ul> <p>altro materiale/ documento ritenuto importante, inclusa la corrispondenza intercorsa con il Cliente. I documenti indicati rappresentano il contenuto minimo della cartella di lavoro.</p>	<p>Secondo il Codice di Deontologia e di buona condotta per il trattamento dei dati personali per scopi statistici e scientifici redatto dal Garante e sottoscritto da Assirm, il PROGETTO (e quindi la cartella lavoro) deve essere conservato per <b>5 ANNI</b>.</p>
<p>Questionari <b>cartacei</b> (privati dei dati personali degli intervistati) e il materiale di supporto (materiale audio, video, trascrizioni, prodotti, ecc).</p>	<p>Possono essere eliminati dopo <b>12 MESI</b> dalla chiusura dell'indagine a meno che non ci siano disposizioni diverse date dal cliente.</p>
<p>Dati degli intervistati (personali e sensibili).</p>	<p>Secondo il Codice di Deontologia e di buona condotta per il trattamento dei dati personali per scopi statistici e scientifici devono essere distrutti immediatamente dopo le fasi di controllo (salvo assenso dichiarato di disponibilità a un richiamo e con l'esclusione dei panel).</p>
<p>Informativa e documentazione di consenso (dati sensibili).</p>	<p>Secondo il Codice di Deontologia e di buona condotta per il trattamento dei dati personali per scopi statistici e scientifici devono essere conservati per <b>3 ANNI</b>, e nel caso di panel si conservano fino alla cessazione dello status di panelista.</p>
<p>Tutte le informazioni rilevanti sugli intervistatori, ottenute durante la fase di reclutamento o in seguito (formazione, valutazioni, ecc.).</p>	<p>Devono essere documentate e conservate nel periodo in cui l'intervistatore lavora per la Società e per un ulteriore anno nell'archivio intervistatori.</p>

**Allegato 2 - Tabella riassuntiva delle percentuali di controllo**

<b>Documenti</b>	<b>Percentuali di controllo</b>
<p>Il controllo editing sul singolo questionario deve includere, ove appropriato, la verifica della completezza dei dati, il rispetto delle quote campionarie, la coerenza delle risposte.</p>	<p>I controlli di editing manuali o tramite computer devono essere fatti sul 100% dei questionari.</p>
<p>In relazione alla tipologia di rilevazione, i controlli sono effettuati con diverse procedure:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Osservazione concomitante.</li> <li>• Seconda intervista.</li> <li>• Editing del questionario.</li> <li>• Controllo su dati aggregati.</li> <li>• Monitoraggio apertura mail e verifica della durata di compilazione del questionario nel caso di ricerche CAWI.</li> </ul> <p>Per tutti i progetti in cui la rilevazione è fatta tramite intervistatori, il controllo deve essere fatto ricontattando i rispondenti o tramite monitoraggio ai livelli specificati.</p>	
<p>Nel caso di interviste telefoniche, si richiede la presenza di supervisor in rapporto compreso in un intervallo da 1:15 a 1:25 operatori da controllare, a seconda della complessità e della durata del fieldwork, e il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.</p>	<p>Il livello minimo di controllo tramite monitoraggio deve essere pari al 5% delle interviste/casi con almeno il 50% dell'intera intervista monitorata/ascoltata.</p>
<p>Nel caso di interviste personali si richiede il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.</p>	<p>Il livello di controllo deve essere pari al 20% degli intervistatori e al 5% delle interviste.</p>
<p>La Società deve documentare le registrazioni dei controlli eseguiti con metodi appropriati (es. registrazione esiti sul questionario dell'intervista, utilizzo di questionari di controllo, ecc.). Tali controlli sono conservati come documenti primari.</p>	
<p>Un riepilogo delle variazioni tra il processo di rilevazione programmato e la rilevazione effettivamente completata, include la numerosità del campione complessivo e la sua composizione per sottogruppi significativi.</p>	<p>La tollerabilità delle interviste mancanti è pari al 3%.</p>
<p>Per il caricamento dati si richiede il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.</p>	<p>Deve essere verificato almeno il 5% del totale dei caricamenti.</p>
<p>Per la codifica si richiede il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.</p>	<p>Deve essere controllata sul 5% dei questionari.</p>