

## APPENDICE I

### NORME DI QUALITÀ SUL CAMPIONAMENTO (Documento ratificato in sede di Assemblea degli Associati del 15 giugno 2022)

#### INDICE

- 1. ASPETTI GENERALI**
- 2. CAMPIONAMENTO**
  - 2.1. Generalità
  - 2.2. Dimensione del campione
  - 2.3. Selezione e progettazione del campione
  - 2.4. trasparenza del campione
- 3. CAMPIONI PROBABILISTICI**
- 4. CAMPIONI NON PROBABILISTICI**
- 5. DUPLICAZIONE DEI CAMPIONI, ID DEL DISPOSITIVO, COOKIE E  
OGGETTI SIMILI**
- 6. CAMPIONAMENTO MISTO**
- 7. AUTOMAZIONE DEL CAMPIONAMENTO**
- 8. RISPOSTE FRAUDOLENTE O NEGLIGENTI**

## **1. ASPETTI GENERALI**

La Società deve documentare i metodi e i processi associati alle metodologie di campionamento e alle fonti dei campioni.

La Società deve informare i clienti sulle modalità di reclutamento dei partecipanti per contribuire alla ricerca, distinguendo chiaramente tra due tipi principali di campioni:

- A. campioni probabilistici;
- B. campioni non probabilistici;

e quattro tipi principali di fonti:

1. access panel composti da partecipanti che hanno acconsentito a essere membri ai fini della partecipazione alle attività di raccolta dati di ricerca;
2. data base creati per scopi diversi dalla partecipazione alle attività di raccolta dei dati di ricerca, come data base di clienti a fini di marketing;
3. dati statistici (per esempio censimento nazionale, dati geografici, dati di recapito postale, anagrafe nazionale);
4. altre fonti.

## **2. CAMPIONAMENTO**

### **2.1. Generalità**

La Società deve confermare ai clienti la progettazione e i metodi della ricerca da utilizzare per selezionare i campioni a fini della ricerca. Occorre documentare tale processo per consentirne, se necessario, la replica futura. La Società deve registrare e rendicontare ai clienti qualsiasi fatto pertinente, come gli errori sistematici di campionamento che potrebbero ridurre la proiezione di un campione a una popolazione/universo di riferimento definito.

La Società deve garantire che il progetto di campionamento utilizzi una procedura di selezione specificata (per esempio stratificazione, a grappolo, per quote) e che sia rintracciabile.

La Società deve essere trasparente sui tipi di domande del questionario di preselezione e sul loro uso previsto.

La Società deve verificare che le caratteristiche dei campioni, compresi i campioni forniti da terzi, siano conformi ai criteri di campionamento dei progetti di ricerca. Il requisito di verifica si applica alle rilevazioni condotte dalla Società e/o dai subappaltatori

## **2.2. Dimensione del campione**

La Società responsabile della progettazione della ricerca o dell'analisi dei dati deve proporre l'adeguata dimensione del campione e sulla base degli input sufficientemente dettagliati forniti dai clienti, per garantire che le variazioni di campionamento nei campioni e in tutti i sottogruppi pertinenti all'analisi siano accettabili per gli scopi previsti.

La Società dovrebbe inoltre descrivere i punti di forza e i limiti delle dimensioni del campione raccomandato.

## **2.3. Selezione e progettazione del campione**

La Società deve garantire che le interviste completate contenute nei gruppi di dati finali rappresentino le popolazioni di riferimento e gli obiettivi di ogni progetto di ricerca e le quote o i criteri di definizione delle popolazioni di riferimento utilizzati nelle selezioni dei campioni siano rintracciabili.

## **2.4. Trasparenza del campione**

Se richiesto, la Società deve mettere a disposizione dei Clienti informazioni su eventuali processi di sviluppo dei campioni. A seconda dell'approccio di campionamento specifico utilizzato, ciò deve comprendere:

1. una descrizione del piano o delle fonti di campionamento da cui si scelgono i campioni, comprendente:
  - il tipo di fonte utilizzata;
  - le modalità di integrazione di nuovi campioni nella struttura del campione, le modalità di costruzione o acquisizione dei campioni, compreso l'utilizzo di eventuali subappaltatori;
  - i metodi di validazione e il numero di casi esclusi a seguito della validazione dei dati, compresi i metodi utilizzati per sostituire i casi mancanti in modo che i dati riflettano le popolazioni di riferimento (nel caso di campioni non probabilistici);
2. le procedure utilizzate per reperire potenziali partecipanti ai panel, communities o programmi di ricerca in corso;
3. l'invito alla partecipazione, promemoria e strumenti di raccolta dati utilizzati;
4. le procedure utilizzate per pulire e aggiornare il campione, compreso qualsiasi monitoraggio individuale delle prestazioni di partecipazione alla ricerca, i controlli di qualità per ridurre al minimo il comportamento volto alla soddisfazione o alle frodi, e le misure adottate quando tale comportamento è identificato;
5. le procedure di supporto ai partecipanti (per esempio, indagine o servizio di assistenza al panel);
6. il tipo di incentivi offerti ai partecipanti e le modalità di amministrazione di tali incentivi;
7. i metodi di campionamento utilizzati per selezionare i potenziali partecipanti da piani di campionamento o equivalenti, e i metodi utilizzati per garantire che i campioni rappresentino o descrivano (nel caso di campioni non probabilistici) popolazioni di riferimento, comprese eventuali quote o metodi di campionamento misto utilizzati;

8. i criteri specifici utilizzati nelle selezioni dei campioni, quali quote o altri criteri di filtraggio;
9. qualsiasi procedura in vigore per massimizzare la coerenza dei campioni per il tracciamento o il monitoraggio dei progetti;
10. informazioni sugli errori di campionamento o altre informazioni che possono essere utilizzate per descrivere la qualità del campione;
11. quando sono invitati campioni di partecipanti:
  - i conteggi del numero di unità campione selezionate e invitate;
  - il numero di e-mail respinte (che in alternativa possono essere conteggiate e rimosse a livello di panel);
  - il numero di interviste parziali, il numero di interviste complete portate a termine, le ragioni delle eventuali differenze tra i campioni pianificati e ottenuti e le modalità di gestione dei problemi al riguardo;
12. qualora siano invitati campioni di partecipanti, i tassi di partecipazione, compreso il metodo di definizione e calcolo per campioni non probabilistici, o i tassi di risposta, compreso il metodo di definizione e calcolo per i campioni probabilistici;
13. qualora siano utilizzati router o metodi simili:
  - i conteggi del numero di potenziali partecipanti a cui è stato sottoposto un questionario di preselezione (screening);
  - qualsiasi criterio specifico utilizzato;
  - il numero di partecipanti in corso di qualificazione;
  - le regole, relative al numero di progetti di ricerca, a cui i partecipanti sono sottoposti;
  - il tempo impegnato nei router;

14. documentazione sui metodi noti o sospetti per produrre errori sistematici nelle selezioni dei partecipanti;
15. una dichiarazione riguardante la capacità dei panel o dei campioni di rappresentare o descrivere in modo accurato (nel caso di campioni non probabilistici) qualsiasi popolazione di riferimento prevista e, se del caso, il tipo e l'entità degli errori associati all'uso di campioni probabilistici e non probabilistici;
16. dichiarazioni sui possibili errori di campionamento.

La Società deve rendere disponibili, su richiesta del Cliente, le seguenti informazioni:

- a) i piani di campionamento o equivalenti, le fonti e i metodi di campionamento utilizzati;
- b) le date delle rilevazioni;
- c) la durata media o mediana del questionario o dell'intervista;
- d) il numero totale di interviste completate;
- e) le quote o altre specifiche utilizzate nella selezione dei campioni;
- f) i questionari di preselezione, i questionari, le guide all'intervista e gli altri strumenti e documenti di raccolta dati pertinenti.

### **3. CAMPIONI PROBABILISTICI**

La Società deve garantire che il particolare approccio di campionamento utilizzato assicuri che ogni individuo o unità all'interno della popolazione di riferimento o piano di campionamento abbia una probabilità misurabile non nulla di essere incluso in un campione. Le fonti di dati utilizzate per selezionare i punti campione e/o gli individui o le unità campionate devono essere documentate.

#### 4. CAMPIONI NON PROBABILISTICI

Quando sono utilizzate fonti non probabilistiche per costruire i campioni, la Società deve documentare e mettere a disposizione del cliente:

- una descrizione dei piani di campionamento o di altre fonti e metodi in base ai quali i campioni sono stati disegnati, costruiti e/o acquisiti, e della popolazione di riferimento che i campioni intendono rappresentare;
- i metodi di campionamento utilizzati, cioè la procedura adottata per selezionare i potenziali partecipanti dai piani di campionamento o altro equivalente, e i metodi impiegati per assicurare che i campioni rappresentino popolazioni di riferimento, incluse eventuali quote utilizzate;
- i criteri utilizzati nella selezione dei campioni, incluse eventuali informazioni relative alla mancata risposta dei campioni;
- i conteggi del numero di unità di campione selezionate;
- le descrizioni degli eventuali problemi incontrati nelle selezioni dei campioni e le modalità con cui è stata affrontata la risoluzione dei problemi;
- i metodi di ponderazione e proiezione;
- i metodi di raccolta dati per i campioni;
- l'adeguatezza allo scopo dei campioni;
- una valutazione della misura in cui i campioni rappresentano le popolazioni di riferimento ed eventuali implicazioni associate per la qualità dei dati;
- se disponibili, dati pertinenti da altre fonti che possono essere utilizzate per valutare il potenziale errore sistematico;
- le informazioni richieste per gli access panel quando si utilizza un access panel.

Nel caso di campionamenti per quote, la Società deve conoscere e definire le popolazioni di riferimento previste nelle loro caratteristiche strutturali rilevanti. La Società deve includere le caratteristiche pertinenti per le intere popolazioni, il numero di interviste, le fonti e le date dell'origine delle quote nei piani quote.

## **5. DUPLICAZIONE DEI CAMPIONI, ID DEL DISPOSITIVO, COOKIE E OGGETTI SIMILI**

La Società deve eliminare i partecipanti duplicati, alcuni dei quali possono derivare dall'uso di più fonti (per esempio panel, social network, river sampling) per lo sviluppo di campioni.

Se per rimuovere i partecipanti duplicati dai campioni è utilizzato l'ID del dispositivo utilizzato dal rispondente, il fornitore di servizi deve usare una tecnologia di identificazione dei dispositivi in grado di supportare l'identificazione della geolocalizzazione e, ove possibile, l'identificazione sia del duplicato che del server proxy.

La Società deve essere trasparente riguardo all'accuratezza delle sue tecniche e informare i Clienti sulle relative limitazioni.

La Società deve informare gli utenti sui requisiti di protezione dati associati all'uso, al trasferimento e alla memorizzazione degli ID dei dispositivi.

La Società deve utilizzare o cooperare solo con terzi che adoperano cookie e altri oggetti simili, per scopi di ricerca legittimi.

Quando sono utilizzati cookie e altri oggetti simili, la Società deve conformarsi ai codici industriali applicabili, compresa la separazione delle attività di ricerca e di marketing. In alcune giurisdizioni, ciò include l'ottenimento del consenso dei partecipanti a collocare per la prima volta cookie e altri oggetti simili sui dispositivi, e collocare avvisi relativi ai cookie su qualsiasi sito web associato.

La Società deve informare i partecipanti sulla natura, presenza e scopo dei cookie e di altri oggetti simili. Tali informazioni devono essere presentate con linguaggio semplice per consentire ai partecipanti e agli appartenenti ai panel di dare il loro consenso.

La Società deve documentare integralmente i risultati del processo di deduplicazione, che su richiesta devono essere forniti ai clienti in forma anonima.

## **6. CAMPIONAMENTO MISTO**

La Società deve essere trasparente sull'utilizzo del campionamento misto, comprese le fonti, le percentuali e i metodi utilizzati per eseguirlo.

## **7. AUTOMAZIONE DEL CAMPIONAMENTO**

La Società che utilizza o fornisce la tecnologia per i processi di campionamento automatizzato (compresi i router e gli scambi di fonti di campioni) deve essere completamente trasparente in merito al processo di automazione del campionamento, alle fonti incluse e alle tecnologie implementate.

La Società deve garantire che i dati personali non siano condivisi ogni volta in cui si utilizzano il campionamento misto, l'automazione delle indagini e del campionamento o soluzioni tecnologiche per le misure di qualità, a meno che il partecipante non abbia fornito il consenso.

## **8. RISPOSTE FRAUDOLENTE O NEGLIGENTI**

Al fine di minimizzare l'impatto sulla qualità della ricerca, la Società deve prevedere e predisporre procedure in grado di identificare partecipazioni fraudolente o negligenti.