

NORME DI QUALITÀ ASSIRM
MARKET AND SOCIAL RESEARCH
(Revisione ratificata in sede di Assemblea degli Associati
del 15 giugno 2022)

INDICE

1. INTRODUZIONE

- 1.1. Dichiarazione di applicabilità (Statement of Applicability- SoA)

2. REQUISITI GENERALI E ORGANIZZATIVI

- 2.1. Organizzazione e Responsabilità
- 2.2. Riservatezza della Ricerca e protezione dei dati personali
- 2.3. Requisiti della documentazione
- 2.4. Competenze e formazione
- 2.5. Rapporti con i fornitori
- 2.6. Reclami, Customer Satisfaction, Non conformità, Piano miglioramento e Revisione periodica

3. LA GESTIONE DEL PROGETTO DI RICERCA

- 3.1. Progettazione e offerta commerciale
 - 3.1.1. Il Brief del Cliente
 - 3.1.2. La proposta della Società
 - 3.1.3. L'assegnazione dell'incarico
- 3.2. Pianificazione del progetto di ricerca
- 3.3. Rapporti con il cliente
- 3.4. Questionari Quantitativi e tracce qualitative
- 3.5. Campionamento ed elaborazione dati
- 3.6. Monitoraggio dell'esecuzione del progetto di ricerca
- 3.7. Documenti di ricerca, materiali e prodotti
- 3.8. Consegna dei risultati della ricerca
- 3.9. Documenti della ricerca

4. RILEVAZIONE DATI

- 4.1. Aspetti generali
- 4.2. Reclutamento, formazione e gestione intervistatori

- 4.2.1. Aspetti generali
- 4.2.2. Reclutamento intervistatori
- 4.2.3. Formazione di nuovi intervistatori
- 4.2.4. Formazione organizzativa per gli intervistatori
- 4.2.5. Valutazione continua degli intervistatori
- 4.3. Raccolta dati quantitativi (norme generali)
 - 4.3.1. Reperimento dei rispondenti
 - 4.3.2. Informativa al rispondente
 - 4.3.3. La raccolta dati da minori o rispondenti vulnerabili
 - 4.3.4. Briefing del progetto
 - 4.3.5. Data della rilevazione e responsabile dell'esecuzione
 - 4.3.6. Omaggi ai rispondenti
 - 4.3.7. Crowdsourcing
- 4.4. Controllo della Ricerca quantitativa
 - 4.4.1. Punti generali
 - 4.4.2. Metodi di controllo
 - 4.4.3. I livelli di controllo per interviste effettuate tramite intervistatore
 - 4.4.4. Registrazione dei controlli delle interviste effettuate tramite intervistatore
 - 4.4.5. Controlli di interviste autocompilate su panel on-line
- 4.5. Raccolta dati qualitativi
 - 4.5.1. Reperimento dei rispondenti
 - 4.5.2. Controlli del reperimento dei rispondenti
 - 4.5.3. Moderazione qualitativa
 - 4.5.4. Registrazione della ricerca e riservatezza dei rispondenti
- 4.6. Raccolta dati tramite telefono/CATI
 - 4.6.1. Generalità
 - 4.6.2. Numeri di telefono fisso e cellulare
 - 4.6.3. Composizione predittiva e "chiamate mute"
 - 4.6.4. Reclami e richiamate
- 4.7. Raccolta dati per autocompilazione e panel
 - 4.7.1. Punti generali
 - 4.7.1.1. Panel e Community on-line a scopo di ricerca
 - 4.7.1.2. Tipologie di Panel e Community on-line a scopo di ricerca
 - 4.7.2. Reclutamento e processo di registrazione
 - 4.7.2.1. Gestione del Panel e delle Survey

- 4.7.3. Campionamento per indagini autocompilate e per la ricerca via internet
- 4.7.4. Convalida dei rispondenti
- 4.7.5. Istruzioni per l'autocompilazione
- 4.7.6. Tutela della riservatezza dei rispondenti
- 4.8. Raccolta dati da fonti secondarie
- 4.9. Documentazione della raccolta dati

5. GESTIONE ED ELABORAZIONE DATI

- 5.1. Punti generali
- 5.2. Procedure usate per lo script
- 5.3. Caricamento questionari
- 5.4. Editing dei dati
- 5.5. Codifica
- 5.6. Analisi dei dati
- 5.7. Software applicativi

6. RAPPORTO DI RICERCA

- 6.1. Documentazione
- 6.2. La comunicazione dei risultati

7. SICUREZZA DEI DATI

8. REQUISITI LEGALI

ALLEGATI:

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

Allegato 2 – Tabella riassuntiva delle percentuali di controllo

Allegato 3 – Esempio di modello di Dichiarazione di Applicabilità

APPENDICI

- I. NORME PER IL CAMPIONAMENTO
- II. NORME PER GLI ACCESS PANEL
- III. NORME PER LA SOCIAL MEDIA RESEARCH E OSSERVAZIONE DIGITALE
- IV. NORME MYSTERY VISITING
- V. NORME PER IL CROWDSOURCING
- VI. NORME PER IL PRODUCT TESTING
- VII. NORME PER LA FARMACOVIGILANZA

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, 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.

1.1. Dichiarazione di Applicabilità

La Società di Ricerche di mercato deve creare una dichiarazione di applicabilità (Statement of Applicability -SoA) che descriva l'intero campo di applicazione dei servizi offerti che soddisfino i requisiti contenuti nel presente documento, che siano o meno subappaltati; i nomi di eventuali "prodotti" di ricerca possono essere inclusi per indicare in modo inequivocabile il servizio fornito. La SoA deve essere riesaminata almeno annualmente per determinare la necessità di eventuali modifiche e per garantire che i dettagli siano accurati. Allegato al presente documento si propone un esempio di modello per la Dichiarazione di Applicabilità (Allegato 3)

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 e Dichiarazione di Applicabilità (SoA- Statement of Applicability) che descrive l'intero campo di applicazione dei servizi offerti;
- 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;

- 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.

La Società deve determinare ruoli, responsabilità e deleghe di autorità ad individui o gruppi per soddisfare le esigenze indicate nella Dichiarazione di Applicabilità.

I ruoli assegnati e documentati devono includere almeno:

- a. l'Alta Direzione che è responsabile dell'erogazione di risorse, della politica, della conformità alle leggi e della consegna del presente documento;
- b. la Direzione responsabile della fornitura del servizio ai Clienti, compresi i progetti o le loro parti;
- c. il Controllo di Qualità dei servizi subappaltati o affidati in outsourcing secondo le esigenze di progetto;
- d. il personale operativo responsabile dei servizi forniti, di cui deve poter garantire che eventuali cambiamenti di breve o lungo termine non influiscano sulla fornitura dei servizi ai Clienti.

2.2. Riservatezza della ricerca e protezione dei dati personali

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, con la normativa vigente sulla riservatezza e il segreto statistico, la sicurezza dei dati e, in particolare, la normativa sulla privacy e sui cookie (Regolamento UE n. 679/2016 - GDPR, D.Lgs. n. 196/2003 s.m.i. e Provvedimenti del Garante Privacy) con applicazione di misure 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 (Allegato 1) 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) nei ruoli assegnati.

Il personale professionale deve essere valutato sulla prestazione eseguita almeno con cadenza annuale, e tali valutazioni devono essere documentate e discusse individualmente con le persone coinvolte al fine di garantirne lo sviluppo professionale e la presa di coscienza delle proprie competenze. A seguito del colloquio sulla prestazione si potranno implementare azioni volte al miglioramento della prestazione, attraverso la formulazione di piani di formazione. La documentazione delle valutazioni di prestazione deve essere archiviata e resa disponibile.

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;
- Provider per programmazione
- 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. La Società deve dichiarare al Cliente la natura e la parte di un progetto che è stata subappaltata compresa l'identità di tutti i subappaltatori e le loro sedi, ove previsto dal Contratto.

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 rilevazione potrà essere svolta a livello di singola commessa o di cliente.

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 di Ricerca deve effettuare una verifica documentata, con cadenza almeno annuale, del corretto funzionamento del sistema di gestione per la qualità e della sua continua validità con riferimento a:

Conformità ai requisiti definiti internamente della Società, cioè le procedure, le istruzioni e le regole specifiche per l'esecuzione di progetti rientranti nella propria Dichiarazione di Applicabilità (S.o.A.);

Conformità ai requisiti delle presenti Norme Assirm;

Conformità ai requisiti di legge.

Tale verifica può essere condotta mediante una o più delle seguenti modalità:

- audit [1] interno/i
- analisi del rispetto dei requisiti condotta/e da soggetto interno (per esempio: Responsabile Qualità) oppure esterno, che comunque assicuri l'obiettività della verifica.

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.

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”;

[1] Audit: Processo sistematico, indipendente e documentato per ottenere le evidenze dell'audit e valutarle con obiettività, al fine di stabilire in quale misura i criteri dell'audit sono stati soddisfatti.

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;
- in caso di osservazione fisica (es.comportamento d’acquisto, osservazione in ambito domestico, computo del traffico) come sono stati selezionati i partecipanti, i punti di osservazione, se i partecipanti sanno di essere osservati, se vengono utilizzati apparecchi di registrazione
- 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 compenso o il corrispettivo, ed eventuale indicazione dei tempi di fatturazione e pagamento;
- 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, salvo diverso accordo con il Cliente.

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 alla documentazione tecnica di ricerca, a supporto delle metodologie contrattualmente previste; il Cliente ha anche la facoltà di assistere allo svolgimento di qualunque fase di ricerca -anche nel caso la Società subappalti uno o più servizi al proprio esterno-, 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

È 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, , DVD, boards, concept, materiale di test, ecc.), che comunque devono rispettare la normativa vigente applicabile.

Qualora tali prodotti o beni siano destinati ad esser utilizzati da partecipanti o da altre parti interessate dalla ricerca, la Società deve ottenere dal Cliente informazioni, garanzie e specifiche necessarie a conferma che i prodotti siano idonei allo scopo e non presentino un rischio di danno per le persone o i beni. La Società deve ottenere dal Cliente la conferma che i prodotti o i beni soddisfino tutti i requisiti regolamentari e legali. Una volta concordate e confermate le disposizioni specifiche, la Società deve registrare tali informazioni nel file di progetto.

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, in base agli accordi contrattuali e nel rispetto della normativa privacy, può avere accesso ai 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.

E' necessario verificare la completezza dei dati in consegna (loro numero, formato file compatibile) e, ove applicabile, includere informazioni sulle limitazioni d'uso e sulla crittografia usata.

Nel caso al Cliente venga consegnata una rendicontazione parziale della ricerca (flash results, anticipazioni, ecc.) -che sia stata concordata preliminarmente all'esecuzione del progetto o nel corso dello svolgimento del progetto- sarà fatto obbligo alla Società di segnalare su tutti i documenti afferenti a questi risultati preliminari, la parzialità del lavoro e dei rischi ad esso connessi nel caso di decisioni prese sulla base di questi risultati preliminari.

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;
- l'elenco delle attività delegate a fornitori esterni-subappalto (ove applicabile);
- 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 (Allegato 1).

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 12 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 e di audit (salvo assenso dichiarato di disponibilità a un richiamo);
- nel caso di dati sensibili, si applicano le prescrizioni dell'allegato (Allegato 1) 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 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 valutazione deve includere le competenze linguistiche, compresa la capacità di capire istruzioni nelle lingue da utilizzare per la raccolta dati, e la conoscenza a livello equivalente alla madrelingua

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 e legali, inclusa la tutela degli intervistati e la protezione dei dati personali;
- i requisiti pertinenti di qualsiasi codice nazionale o internazionale rispettato dal fornitore di servizi;
- il trattamento dei minori e delle persone vulnerabili
- le tecniche di intervista e/o altre tecniche pertinenti;

- se del caso, l'uso del computer nelle interviste (v. CATI, CAPI, CAWI);
- le esercitazioni pratiche e le interviste di prova, o tipi adeguati di formazione per altri metodi di raccolta dati..

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.

La Società deve registrare la formazione di base fornita agli intervistatori, compresi il contenuto, la durata e l'identità dei docenti. La Società deve assicurarsi che gli allievi e i docenti controfirmino le registrazioni della formazione o le autenticino in maniera equivalente

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.

La Società deve fornire continui riscontri agli intervistatori secondo necessità.

Ogni valutazione deve prevedere il dialogo diretto tra l'intervistatore e la società e deve avere un riscontro della validazione del lavoro.

Le valutazioni effettuate dalla Società devono individuare, se necessario, la necessità di un'ulteriore formazione dei singoli intervistatori.

La Società deve differenziare la formazione aggiuntiva come esigenza di un'ulteriore formazione quando gli intervistatori sono chiamati a svolgere nuovi tipi di lavoro o assumere nuove responsabilità (es. interviste specialistiche, attività di supervisione)

4.3. Raccolta dati quantitativi (norme generali)

4.3.1. Reperimento dei rispondenti

Nel caso di campioni per quota, salvo diversi accordi con il Cliente o specifiche esigenze metodologiche o di settore, 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 e di eventuali subappaltatori e/o clienti a seconda dei casi. I rispondenti devono essere informati che la loro collaborazione è volontaria; inoltre occorrerà specificare che è sempre garantito l'anonimato e per quanto tempo i dati personali verranno custoditi dalla Società; infine che è facoltà del rispondente di abbandonare l'attività di ricerca che lo vede coinvolto in qualsiasi momento lui ritenga di doverlo fare;
- 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 - GDPR, D.Lgs. n. 196/2003 s.m.i. e Provvedimenti del Garante Privacy). Se, su richiesta dei partecipanti, venissero formulate delle domande riguardanti dettagli che per motivi di ricerca non potessero essere condivisi prima della partecipazione, allora occorrerà assicurarsi che verranno condivisi con il rispondente che ne ha fatto richiesta dopo la conclusione dell'attività di ricerca che lo ha riguardato.
- Se durante la raccolta dati la Società utilizza dati di identificazione digitali (per esempio cookie) ciò deve essere comunicato ai partecipanti, ivi compreso lo scopo degli identificatori previsti.

Ogniqualevolta si utilizzino metodi di raccolta dati mediante tracciamento passivo come ad esempio: download, utilizzo di App, fruizione di contenuti multimediali, indirizzi URL dei siti visitati, geocalizzazione o geofencing per raccogliere i dati dei partecipanti, la Società deve metterne a conoscenza i partecipanti e ottenerne il consenso. Qualora non vi sia un contatto diretto tra la società e i partecipanti e non

sia possibile fornire informative dirette, gli obblighi di riservatezza devono essere rispettati.

La Società deve adottare ragionevoli precauzioni per assicurare che i partecipanti e i soggetti osservati (compresi quelli che possono non essere a conoscenza del fatto di essere osservati) non siano identificati, danneggiati o non subiscano conseguenze negative dalla loro partecipazione.

La società deve fornire a ciascun potenziale partecipante informazioni appropriate, tra cui:

- Descrizione generale delle finalità del progetto
- La durata stimata del loro tempo di partecipazione
- Principi di riservatezza sulle risposte di ciascun partecipante e sull'anonimato/identificazione delle risposte di ciascun partecipante
- La data di chiusura per le risposte compilate (se applicabile)
- Termini e condizioni per gli incentivi relativi al progetto
- Informazioni riguardanti l'eventuale invio dell'invito per conto di un altro fornitore di servizi
- La possibilità di annullare la propria iscrizione o di abbandonare il progetto di ricerca
- Se tali informazioni non possono essere condivise prima della partecipazione, la Società deve condividere tali dettagli dopo la partecipazione se richiesti dai partecipanti.

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 soggetti

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.

Le definizioni di minore, persona vulnerabile e adulto responsabile variano a seconda del Paese, pertanto deve esserne tenuto conto nelle ricerche multinazionali.

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 e gli orari della rilevazione;
- le procedure di scelta delle persone da intervistare;
- le quote da coprire;
- la tecnica di rilevazione;
- il punto focale dell'osservazione, i metodi e comportamenti di osservazione accettabili e non, eventuale utilizzo di strumenti di registrazione per rilevamento dati con osservazione fisica;
- le istruzioni/condizioni per la somministrazione del questionario o di altri strumenti di raccolta dati e incentivi;
- i metodi di reclutamento accettabili e non;

- le esclusioni e restrizioni specifiche applicabili ai partecipanti
- 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 o intervista in profondità;
- i metodi di reclutamento accettabili e non;
- le esclusioni e restrizioni specifiche applicabili ai partecipanti;
- se verranno usati strumenti di osservazione;
- se deve essere messa in atto l'osservazione del cliente;
- le istruzioni per la somministrazione di questionari o di altri strumenti di raccolta dati e incentivi
- 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.

4.3.7. Crowdsourcing

Il Crowdsourcing è il processo con cui oggi -anche grazie alle moderne tecnologie – le aziende possono ottenere servizi, idee e contenuti, sollecitando contributi da gruppi estesi di persone, community, comuni cittadini.

Tale processo può essere utilizzato per attività di fieldwork sul campo, ad esempio test di prodotto all'interno dei punti di vendita o dei punti di consumo e, più in generale, per raccogliere informazioni dal territorio.

I partecipanti a questo tipo di attività sono a tutti gli effetti dei rispondenti, a cui si applicano le norme del capitolo 4.3.

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:

- Ascolto o 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% (raccomandato il 75%) 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 10% delle interviste o dei casi.

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 informare gli intervistatori del fatto che qualsiasi intervista può essere monitorata. Gli intervistatori non devono sapere se un'intervista specifica è monitorata (salvo il caso di accompagnamento di supervisori)

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 (Allegato 2).

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 correttivi adottati o pianificati sia a livello di progetto che di intervistatore;
- una conferma che i livelli di validazione richiesti siano stati raggiunti (per esempio numero di interviste totale e numero validato).

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, in base alla natura dei progetti, i controlli specifici per le ricerche CAWI possono prevedere :

- coerenza delle risposte con i dati di profilazione disponibili;
- verifica della durata di compilazione del questionario;
- l'ora di compilazione del questionario, se applicabile;
- verifica di comportamenti fraudolenti (per esempio risposte sempre identiche, oppure % di mancate risposte superiori alla media, domande specifiche fondamentali senza risposta, % risposte non effettive come “non so” ecc.);
- verifica della qualità di risposta alle domande aperte;
- i riferimenti incrociati e la validazione incrociata con dati esterni (per esempio dati sugli utilizzi e gli atteggiamenti);
- Risposte secondo schemi in domande a matrice o griglia (per esempio: allineamento lineare, risposte casuali)
- Rilevamento di risposte incoerenti (per esempio confrontando le risposte a domande formulate positivamente e negativamente nella stessa serie di attributi);
- Domande a risposta multipla con categorie di risposta a bassa probabilità o fittizie;
- Domande trappola (ad esempio: selezionare la casella all'estrema destra in matrici)

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 e le fonti da cui sono stati reclutati (per esempio, data base dei repertori, access panel) 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.

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.

I moderatori devono inoltre verificare che i partecipanti soddisfino i criteri di reclutamento pertinenti.

La Società deve stabilire le modalità di verifica delle identità e le modalità di verifica da parte dei moderatori del soddisfacimento dei criteri di reclutamento.

Inoltre è necessario escludere i partecipanti "professionisti" utilizzando la documentazione appropriata relativa ai partecipanti.

Il controllo può essere fatto ricontattando il rispondente o tramite monitoraggio (per esempio per reclutamento telefonico da sedi centralizzate).

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.

Nei casi in cui l'unico criterio per il reclutamento è che il partecipante sia presente in un elenco di reclutamento (ad esempio elenchi del cliente), la validazione può limitarsi ad accertarsi che i partecipanti reclutati siano effettivamente presenti nell'elenco (non sono quindi necessari ricontatti o monitoraggio).

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.

La società deve garantire che i moderatori forniscano un feedback relativamente a qualsiasi problema riscontrato durante la moderazione anche rispetto a quanto segue:

- soddisfazione dei criteri di reclutamento;
- adeguatezza dei locali in cui vengono moderati i gruppi/le interviste (es. spazi fisici, funzionamento servizio hosting on-line) e dei servizi audiovisivi/assistenza tecnica;

Tale feedback deve essere rintracciabile.

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.

Se le registrazioni vengono trasferite al cliente, la Società deve garantire che i clienti firmino accordi che prevedano da parte loro l'esclusivo utilizzo interno delle registrazioni per scopi di ricerca, salvo diversi accordi con i partecipanti (l'accordo può far parte della proposta) e che vengano distrutte nelle medesime tempistiche previste per i documenti primari.

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 tramite telefono/CATI

4.6.1. Generalità

La Società deve definire un numero massimo di tentativi di chiamata a singoli numeri di telefono in un giorno, in una settimana e in totale per ciascun progetto e assicurarsi che tale valore non sia superato.

La Società deve definire e garantire che i sistemi CATI dispongano di un “timeout” minimo per ogni chiamata prima che il numero telefonico chiamato sia trattato come una mancata risposta/tentativo di chiamata.

Quando i progetti CATI sono condotti in un paese o in paesi in cui gli elenchi di divieto di chiamata (Registro delle Opposizioni) sono obbligatori, la Società deve incorporare tali elenchi nei suoi sistemi prima di iniziare la rilevazione.

4.6.2. Numeri di telefono fisso e cellulare

Prima di iniziare a lavorare su un progetto, la Società deve informare il Cliente delle modalità previste dai criteri campionari nel definire le quote dei numeri di telefono fissi e quelli dei numeri di cellulare. per mescolare i numeri di telefono fisso e quelli di cellulare.

4.6.3. Composizione predittiva e chiamate mute

Quando si utilizza un'apparecchiatura di composizione predittiva, la Società deve garantire il rigoroso rispetto delle norme e dei codici vigenti. La Società deve definire almeno:

il tempo minimo di attesa dalla ricezione di un tono di chiamata dal numero di telefono di un partecipante alla chiusura della chiamata dovuta alla mancata risposta. Tale tempo di attesa deve essere definito e documentato;

un tempo accettabile per gli intervistatori disponibili per iniziare ad effettuare le interviste ai partecipanti che hanno risposto ad una chiamata. La Società deve definire e documentare i tempi accettabili per la chiusura delle “chiamate mute”,

cioè quando le chiamate sono chiuse dall'apparecchiatura nel caso in cui non vi sia alcun intervistatore disponibile;

la programmazione dei sistemi di composizione predittiva per garantire che le "chiamate mute" siano una percentuale minima delle chiamate effettuate.

Nel caso si generino delle "chiamate mute" nei progetti di ricerca, la Società deve registrare quanto segue:

- la configurazione di installazione di qualsiasi apparecchiatura di composizione automatica;
 - i metodi di controllo utilizzati per qualsiasi "chiamata muta" generata;
 - le procedure per la gestione dei reclami relativi alle "chiamate mute".
- Queste procedure devono includere la comunicazione dei numeri telefonici che le hanno generate ai destinatari delle "chiamate mute".

4.6.4. Reclami e richiamate

La Società deve stabilire e documentare le procedure per la gestione dei reclami. Esse devono comprendere la comunicazione ai destinatari di chiamate dei numeri telefonici che le hanno generate, nel rispetto delle normative vigenti

La Società deve garantire che ai partecipanti che effettuano le richiamate, sia data la possibilità di collegarsi ad un operatore o a una registrazione che li informi di quanto segue:

l'identità della Società di ricerca che ha effettuato la chiamata;

la garanzia che le chiamate sono state generate a fini di ricerca.

4.7. Raccolta dati per autocompilazione e panel (on e off-line)

4.7.1 Punti generali

I sottopunti dal 4.7.2 al 4.7.5 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 (noto anche come risposta vocale interattiva: IVR), dove il rispondente fornisce risposte verbali a domande generate digitalmente e il sistema digitale utilizza la tecnologia del riconoscimento vocale per registrare le risposte;
- Colloqui di gruppo on-line o altri metodi interattivi;

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.

4.7.1.1. 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.

4.7.1.2. 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.

4.7.2. 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 (ogni 12 mesi) 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.

4.7.2.1. 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.

4.7.3. 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.

4.7.4. 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.

4.7.5. Istruzioni per l'autocompilazione

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

4.7.6. 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.

4.8. 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.

4.9. 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 (Allegato 1).

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 da altre fonti

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

Nel caso di caricamento dati da altre fonti (ad esempio scansioni, voice-to-text, database), è necessario documentare i processi che assicurano l'accuratezza delle serie di dati e i test effettuati per la loro validazione.

Se si utilizzano processi di scansione, vanno stimati i tassi di rifiuto e sostituzione.

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 (Allegato 2).

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.

La logica e le regole applicate devono essere documentate: ad esempio, in caso di editing forzato, si deve poter dimostrare il buon esito eseguendo delle prove.

I processi di editing vanno verificati, ad esempio effettuando conteggi pre- e post-editing per verificare la consistenza dei dati.

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 (Allegato 2).

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, e se troppo basso, modificare il software.

I codificatori devono essere sempre istruiti.

Il briefing deve contenere le seguenti informazioni:

- descrizione generale del progetto;
- domande da codificare ed eventuale materiale di supporto mostrato ai codificatori;
- composizione del numero di soggetti per produrre il piano di codifica e loro eventuali sottogruppi;
- linee guida per l'inclusione di nuovi codici;
- linee guida per il netting, l'abbreviazione, la riformulazione, la ricodifica o la cancellazione dei 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 (Allegato 2).

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.

È necessario controllare le tabulazioni e le altre analisi prodotte, validando, tramite conteggi e prospetti di prova, la completezza dei prospetti e la corrispondenza di etichette, basi rispondenti, fonti.

Le tavole statistiche devono riportare:

- il numero dei rispondenti effettivi, per ogni domanda;
- informazioni sulle ponderazioni, se applicate;
- le mancate risposte e i non so;
- i test di significatività, se applicati;
- eventuali avvertenze, se necessarie, sull'affidabilità ridotta dei risultati in caso di campioni molto piccoli o errori non campionari grandi;
- informazioni sull'eventuale soppressione di celle e altre misure usate per assicurare la riservatezza di informazioni e dati personali.

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. 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, uso e modifiche delle informazioni.

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, come richiamate anche al punto 2.2, e le procedure previste dalle presenti norme.

Tale quadro di riferimento deve essere adeguato ai rischi identificati e si deve applicare a tutte le fasi della ricerca: raccolta, ricezione, conservazione, trasferimento e cancellazione delle informazioni.

La Società deve garantire che siano sempre in atto protezioni o controlli adeguati per le informazioni che devono essere elaborate in modo sicuro. Ciò può comprendere i controlli amministrativi (incluse le procedure di backup, di change management, di assegnazione di credenziali di accesso e di dispositivi di lavoro), i controlli tecnici (inclusi i firewall, i sistemi antivirus e antimalware, la crittografia, i log di sistema) e i controlli fisici (inclusi i sistemi di accesso fisico, impiegati di reception/sorveglianti, impianti di sorveglianza a circuito chiuso).

La Società deve fornire a tutto il personale e in modo appropriato e tempestivo una formazione sulla gestione delle informazioni e la loro sicurezza.

8. REQUISITI LEGALI

La Società deve stabilire, attuare e mantenere attiva una procedura per identificare i requisiti legali applicabili alle attività offerte e stabilire come questi requisiti si applichino alle attività offerte.

La Società deve garantire che, nel momento in cui offre i suoi servizi alla Clientela, esista la concreta applicabilità di questi requisiti legali.

ALLEGATO 1 - TABELLA DEI TEMPI DI CONSERVAZIONE DEI DOCUMENTI RELATIVI A UNA RICERCA DI MERCATO

Documenti	Tempi di conservazione
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 di invito/il banner di reclutamento (access panel); • il piano di editing, codifica ed elaborazione (ove applicabile); • i controlli di qualità; • il file-dati; • 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.	Secondo le regole deontologiche, 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 5 ANNI.

Questionari cartacei (privati dei dati personali degli intervistati) e il materiale di supporto (materiale audio, video, trascrizioni, prodotti, ecc).	Possono essere eliminati dopo 12 MESI dalla chiusura dell'indagine a meno che non ci siano disposizioni diverse date dal cliente.
Dati degli intervistati (personali e sensibili).	Secondo le regole deontologiche 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).
Informativa e documentazione di consenso (dati sensibili).	Secondo le regole deontologiche e di buona condotta per il trattamento dei dati personali per scopi statistici e scientifici devono essere conservati per 3 ANNI , e nel caso di panel si conservano fino alla cessazione dello status di panelista.
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.

ALLEGATO 2 - TABELLA RIASSUNTIVA DELLE PERCENTUALI DI CONTROLLO

Documenti	Percentuali di controllo
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 manuali o tramite computer devono essere fatti sul 100% dei questionari.
In relazione alla tipologia di rilevazione, i controlli sono effettuati con diverse procedure: • Osservazione concomitante. • Seconda intervista. • Editing del questionario. • Controllo su dati aggregati. • Monitoraggio apertura mail e verifica della durata di compilazione del questionario nel caso di ricerche CAWI. 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.	
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.	Il livello minimo di controllo tramite monitoraggio deve essere pari al 5% delle interviste/casi con almeno il 50% (raccomandato il 75%) dell'intera intervista monitorata/ascoltata.
Nel caso di interviste personali si richiede il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.	Il livello di controllo tramite secondo contatto dell'intervistato deve essere pari al 20% degli intervistatori e al 10% delle interviste o dei casi.

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.	
Un riepilogo delle variazioni tra il processo di rilevazione programmato e la rilevazione effettivamente completata, incluse la numerosità del campione complessivo e la sua composizione per sottogruppi significativi.	La tollerabilità delle interviste mancanti è pari al 3%.
Per il caricamento dati si richiede il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.	Deve essere verificato almeno il 5% del totale dei caricamenti logici (cioè caricamenti su un sistema che effettua controlli di coerenza) e 10% di quelli semplici (caricamenti su un sistema privo di controlli di coerenza). In caso si verificano errori frequenti da parte di un singolo operatore, deve essere verificato il 100% del suo lavoro.
Per la codifica si richiede il rispetto dei livelli di controllo indicati a fianco.	Deve essere controllata sul 5% dei questionari. I verbatim classificabili come "altro" non devono superare il 10% delle risposte.

ALLEGATO 3 - ESEMPIO DI MODELLO DI DICHIARAZIONE DI APPLICABILITA' (S.o.A.)

Nome della Società di Ricerche di Mercato

Inserire una breve descrizione dell'organizzazione

La Società fornisce servizi di ricerca a: inserire i profili dei Clienti/i Settori di attività degli stessi

La Società fornisce servizi di ricerca in: inserire le posizioni geografiche generali ove la Società è attiva

La Società ha scelto di includere: indicare i servizi di ricerca coperti da attestato secondo il documento di conformità

La Società ha scelto di escludere: indicare i servizi di ricerca non coperti da attestato secondo il documento di conformità

Documento di Conformità	ATTESTATO	ESCLUSO	SPIEGAZIONE
Norme Generali di Qualità ASSIRM per le Ricerche di Mercato e Sociali			
Norme per il Campionamento			
Norme per gli Access Panel			
Norme per Social Media Research ed Osservazione Digitale			
Norme per il Mystery Visiting			
Norme per il Crowdsourcing			
Norme per il Product Testing			
Norme per la Farmacovigilanza			