

RadioMonitor

Conferenza Stampa – Milano 4 giugno 2012

Vengono oggi rilasciati ai **Sottoscrittori** dell'indagine RadioMonitor di GfK Eurisko, i dati preliminari (prima metà della ricerca) sull'ascolto della radio. I dati riguarderanno solo le Emittenti – oltre 250 - che hanno aderito all'indagine.

Come è noto, la ricerca RadioMonitor, che è nata da un'iniziativa imprenditoriale autonoma di GfK Eurisko per fornire al mercato dati di audience radiofonica nella temporanea assenza di una ricerca ufficiale, si basa su un impianto metodologico molto sofisticato e su un campione di grandissime dimensioni.

Si tratta di una indagine completamente innovativa che non intende in alcun modo sostituire o integrare le precedenti tradizionali ricerche sull'ascolto della radio.

Con un campione annuo di 120.000 casi per l'indagine CATI e un panel meter di 10.000 individui monitorati per 28 giorni (280.000 giornate monitorate), RadioMonitor è infatti in grado di fornire dati puntuali anche per la pianificazione.

Rispetto alle precedenti indagini ufficiali vi sono alcune importanti variazioni, nell'impostazione e nel metodo:

- ❖ Al di là dell'impianto di misurazione, di cui si parla nei punti successivi, la ricerca ha voluto rendere giustizia del **bisogno di contenuti anche qualitativi relativamente agli ascoltatori, e non solo quantitativi**. Tenuto conto che il settore di fatto vive sugli investimenti pubblicitari, gli Advertisers hanno l'assoluta necessità di disporre anche di informazioni che consentano di capire e progettare in modo accurato i target, andando ben oltre i tradizionali parametri sociodemografici, e di poter individuare – per i target progettati – le Emittenti più adeguate. La stessa qualità di informazione è peraltro di grande utilità anche per le Emittenti, non solo per creare argomentazioni di vendita degli spazi, ma anche per la messa a punto dei contenuti editoriali
- ❖ Dal punto di vista della metodologia di misurazione, ha mantenuto l'approccio CATI su 120.000 casi, perché solo con questa dimensione campionaria è possibile rilevare in modo affidabile gli ascolti nel "giorno medio" delle Radio sia Nazionali che Locali: altre metodologie, con queste dimensioni campionarie, sarebbero troppo costose. Tuttavia è stata adottata anche la rilevazione con Meter, oggettiva e passiva, per essere più affidabili nella ricostruzione degli ascolti dei giorni precedenti (dai 7 ai 28 giorni). La rilevazione Meter, inoltre, consente confronti importanti per future evoluzioni metodologiche
- ❖ La rilevazione CATI è stata realizzata adottando un campionamento a livello provinciale, con l'accortezza di prevedere più casi – rispetto a mere logiche di proporzionalità - per le province più piccole; ciò per garantire per tutte le province affidabilità dei risultati. Ovviamente nella elaborazione finale tutte le province sono state riponderate nelle dimensioni corrette, sulla base dei dati ISTAT. Il campione "di rientro" CATI, oltre che per i parametri geografici, è stato controllato, ed alla bisogna ponderato - per mantenere le corrette proporzioni rispetto all'universo di riferimento – anche per sesso, età, istruzione e professione
- ❖ La rilevazione Meter di RadioMonitor si basa sull'indagine EMM attualmente in corso, che sfrutta il Meter EMM e un questionario elettronico: infatti, oltre che del Meter EMM, i panelisti sono stati dotati anche di una sorta di tablet ("Dialogatore"). Ogni giorno, per 28 giorni consecutivi, ai panelisti (incentivati) è richiesto di indossare il meter (l'«indosso» è misurato attraverso un *motion sensor*) e di rispondere ogni sera a una breve intervista tramite "Dialogatore". Il periodo di rilevazione è

distribuito nel corso dell'anno, ai fini di una destagionalizzazione, e quindi per una maggiore rappresentatività.

- ❖ Il campione Panel Meter di rientro ha analoghi controlli e ponderazioni del campione CATI
- ❖ L'universo rappresentato dalle due indagini è "individui 14 anni e oltre" (definizione in linea con Istat)
- ❖ Non esistono "soglie minime" di pubblicazione dei dati: tutte le Radio iscritte hanno i dati pubblicati. Nel caso il numero di casi sia troppo ridotto per garantire dati affidabili dal punto di vista statistico, verrà utilizzata una retinatura di evidenziazione. Con i dati viene anche rilasciata una tabella per il calcolo dell'errore statistico.

CONFRONTABILITA' CON LE PRECEDENTI RICERCHE

Da molti punti di vista questa ricerca non ha confrontabilità con le precedenti ricerche ufficiali. Pur limitando i confronti alla sola indagine CATI, e pur non considerando i contenuti qualitativi, ma solo quelli quantitativi, si deve rilevare infatti che:

- ❖ L'universo di riferimento è dai 14 in poi, le precedenti indagini avevano come universo dai 11 anni in poi;
- ❖ L'attuale questionario adotta un proprio percorso di raccolta dei dati, del tutto neutrale per le Emittenti;
- ❖ Ma soprattutto: il campione di RadioMonitor è perfettamente bilanciato anche nei differenti segmenti socioculturali (in particolare l'istruzione allineata rispetto a quella dell'universo di riferimento). Le precedenti ricerche, per consuetudine storica, non controllavano/non bilanciavano l'istruzione: in altri termini non correggevano l'"autoselezione" di intervista, che porta a sovra rappresentare i segmenti più colti. Di conseguenza i campioni delle ricerche passate erano molto più istruiti rispetto all'universo di riferimento, e quindi rappresentavano il comportamento di ascolto in modo significativamente più accentuato degli Italiani più colti, e non quindi degli Italiani in generale.

DATI RILASCIATI OGGI

I dati rilasciati oggi sono riferiti ai primi 60.000 casi Cati e agli ultimi 10.000 casi meter (i dati di fonte meter sono tratti dalla ricerca Eurisko Media Monitor):

- Ascolto nel Giorno Medio per singole emittenti per regione
- Ascolto nei sette giorni per singole emittenti
- Ascolto nel quarto d'ora medio (AQH) per singole emittenti

Oltre a questa anteprima di dati, sono state definite le prossime scadenze:

- ❖ **25 giugno p.v.** – File di pianificazione alle software house che ne facciano richiesta – Le Radio committenti l'indagine RadioMonitor hanno demandato a MediaSoft la realizzazione di un file per la pianificazione operativa.
- ❖ **30 giugno p.v.** – GfK Eurisko consegnerà ad ogni sottoscrittore dell'indagine tutti i dati rilevati comprensivi dei profili sociodemografici, ascolto per fasce di tre ore, celle della grande mappa (per le radio rappresentative), luogo e device di ascolto. Tutti i dati saranno disponibili sul sito www.radiomonitor.it previo accesso con user-id e password dedicata. L'accesso a tali dati è riservato alle Radio committenti l'indagine.



I prossimi rilasci saranno ad ottobre 2012 per 90.000 casi CATI e ultimi 10.000 casi meter; e a marzo 2013 con i dati CATI per 120.000 casi e sempre gli ultimi 10.000 di fonte meter.
Nell'autunno di quest'anno si apriranno le iscrizioni per l'indagine 2013.

Per ulteriori info:

Vitalba Paesano
Capo Ufficio Stampa

GfK Eurisko
Via Monte Rosa 19
20149 Milan, Italy
Tel. +39 02 438091
Direct Line +39 02 43809 376
Mobile +39 338 9383436
Fax +39 02 48009 526
e-mail: vitalba.paesano@gfk.com
site: www.gfk-eurisko.it

Giorgio Licastro
Media Measurement Managing Director

GfK Eurisko
Via Vittoria Colonna 4
20149 Milan, Italy
Tel. +39 02 43809 1
Direct Line +39 02 43809 330
Mobile +39 348 25 03 183
Fax +39 02 4677 3494
e-mail: giorgio.licastro@gfk.com
site: www.gfk-eurisko.it