

**INDAGINE SULL'ASCOLTO RADIOFONICO**  
**IN ITALIA "AUDIRADIO 2026"**  
**NOTA INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 6 DELLA DELIBERA**  
**AGCOM N. 130/06/CSP DEL 12 LUGLIO 2006**

**DATI ANAGRAFICI GENERALI DELLA SOCIETÀ CHE REALIZZA L'INDAGINE**

**Audiradio S.r.l.**

Sede legale: Corso Buenos Aires, 79 - 20124 MILANO

Codice fiscale e partita IVA: 13533620962

Iscritta al Registro delle Imprese del Tribunale di Milano al n. 13533620962

Capitale sociale euro 120.000 i.v.

Tel: 02 20228126

E-mail: [info@audiradio.info](mailto:info@audiradio.info)

**INDICE**

- A) L'Indagine Audiradio 2026
- B) I costi di accesso ai singoli servizi di rilevazione di Audiradio 2026
- C) Le modalità di pubblicazione della metodologia di Audiradio 2026

## **A) L'INDAGINE AUDIRADIO 2026**

L'Indagine con finalità statistica sull'ascolto radiofonico in Italia per l'anno 2026, denominata di seguito **Indagine Audiradio 2026 o l'Indagine**, viene realizzata da Audiradio S.r.l. (di seguito, per brevità, denominata anche **Audiradio**) tramite le società:

- GfK Italia S.r.l., con sede in Milano, Via Tortona 33, codice fiscale 08586300157 (di seguito, per brevità, denominata anche **GfK**)
- Ipsos S.r.l., con sede in Milano, Via Tolmezzo 15, codice fiscale 01702460153 (di seguito, per brevità, denominata anche **Ipsos**)
- AltLab S.r.l., con sede in Milano, Piazza G. Grandi 24, codice fiscale 10120790968 (di seguito, per brevità, denominata anche **AltLab**)

L'Indagine Audiradio 2026 è un'Indagine campionaria – rappresentativa della popolazione di 14 anni e oltre presente sul suolo italiano – sull'ascolto delle emittenti radiofoniche pubbliche e private, nazionali e locali, condotta per esclusivi fini statistici, le cui risultanze ed elaborazioni sono di esclusiva proprietà di Audiradio S.r.l.

In virtù dei criteri universalistici di campionamento, tutte le unità finali di campionamento hanno probabilità positiva di inclusione nel campione, a garanzia della corretta rappresentazione dell'universo complessivo interessato.

L'Indagine rileva informazioni che consentono di stimare il numero, la composizione e il profilo degli ascoltatori al livello totale Italia, area geografica e singole regioni/province, per:

- La radio nel complesso
- Le singole emittenti nazionali e locali iscritte
- I contenuti (editoriali + pubblicitari) on demand audio-video delle radio iscritte all'Indagine

L'Indagine Audiradio 2026 viene condotta con metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) su un campione rappresentativo della popolazione di riferimento, raggiunto sia su telefoni fissi sia su telefoni cellulari e si prevede sarà integrata da una rilevazione censuaria tramite SDK, per i contenuti on demand delle radio iscritte.

In particolare, l'Indagine CATI è composta da tre distinti Stream, ognuno dei quali risponde a degli obiettivi specifici ed ha un perimetro ben definito:

- **Stream A1** – basato su 80.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, realizzato da GfK e Ipsos su campioni equamente suddivisi – che permette di misurare l'ascolto lineare delle emittenti locali nel Quarto d'ora Medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel Giorno Medio e nei Sette Giorni.
- **Stream A2** – basato su 40.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, realizzato da Ipsos - che serve da una parte a stimare le coperture cumulate a 14 e 28 giorni dell'ascolto lineare sia per le emittenti nazionali che locali, dall'altra – insieme allo Stream A1 – a misurare l'ascolto lineare delle emittenti locali nel Quarto d'ora Medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel Giorno Medio e nei Sette Giorni. Inoltre, attraverso questo Stream vengono raccolti i parametri di deduplica per la produzione delle metriche a totale mezzo e le informazioni utili per la profilazione e deduplicazione dei dati di ascolto on-demand provenienti dall'SDK.
- **Stream B** – basato su 80.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, realizzato da GfK e Ipsos su campioni equamente suddivisi – che permette di misurare l'ascolto lineare delle emittenti nazionali nel Quarto d'ora Medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel Giorno Medio e nei Sette Giorni.

Grazie al processo di fusione, i dati provenienti dai tre Stream convergono in unico database contenente le metriche a totale mezzo e per singola emittente, privata o pubblica, nazionale o locale.

### La tecnica D.A.R. – descrizione

L'approccio D.A.R. (Day After Recall) rientra nella famiglia delle cosiddette tecniche "dichiarative" ("declarative methods"), con rilevazione giorno per giorno – su campioni indipendenti – degli ascolti tramite l'ausilio di un questionario di rilevazione somministrato da un intervistatore, in modo da facilitare l'intervistato nella ricostruzione mnemonica dettagliata dei propri eventuali comportamenti di ascolto realizzati nella giornata immediatamente precedente l'intervista.

Al fine di dare a tutte le tipologie di ascoltatori (giorni infrasettimanali vs. giorni del fine settimana/specifici giorni della settimana, ascoltatori frequenti vs. ascoltatori saltuari) e di non ascoltatori la corretta probabilità di emergere, è prevista la realizzazione di campioni il più possibile omogenei in termini di numero di interviste realizzate al giorno, e in termini di profilo sociodemografico dei rispondenti per "tipo giorno".

Rispetto ad altre tecniche dichiarative, la tecnica D.A.R. si distingue in quanto è basata su campioni indipendenti, si avvale dell'aiuto di un intervistatore, richiede a ogni rispondente la ricostruzione nel dettaglio di una sola giornata di ascolto (la giornata di ieri), immediatamente precedente il giorno di intervista.

## **ELEMENTI METODOLOGICI COMUNI AGLI STREAM**

### ***Universo e fonti comuni***

L'Universo di riferimento è unico per tutti gli Stream ed è costituito dagli individui, Italiani o stranieri, di almeno 14 anni presenti sul suolo italiano e raggiungibili tramite una connessione di telefono fissa o mobile. Per tutti i campioni è eleggibile per l'intervista qualsiasi individuo di almeno 14 anni, indipendentemente dalla nazionalità, previa autorizzazione parentale per i minori di 16 anni.

### ***Calendario di rilevazione***

GfK e Ipsos coprono lo stesso periodo di rilevazione e i singoli campioni hanno la medesima distribuzione delle interviste nel periodo di riferimento.

Il calendario di Indagine è definito in modo da rispettare i "ritmi" e gli spostamenti della società italiana, sospendendo la rilevazione nei periodi di maggiore difficoltà nel reclutare correttamente il campione da intervistare. Tale campionamento è coerente con la fotografia della popolazione italiana così come disegnata da Istat.

L'Indagine è strutturata in quattro trimestri di rilevazione secondo lo schema seguente:

Trimestre	Date trimestri 2026	Casi	Casi	Casi
		Stream A1	Stream A2	Stream B
Primo	martedì 27 gennaio			
	lunedì 13 aprile (pausa: martedì 31 marzo a lunedì 6 aprile 2026)	20.000	10.000	20.000
Secondo	martedì 14 aprile			
	lunedì 22 giugno	20.000	10.000	20.000
Terzo	martedì 23 giugno			
	lunedì 12 ottobre (pausa: martedì 28 luglio - lunedì 31° agosto)	20.000	10.000	20.000

Quarto	martedì 13 ottobre lunedì 21 dicembre	20.000	10.000	20.000
<b>Totale</b>		<b>80.000</b>	<b>40.000</b>	<b>80.000</b>

### ***Controlli di qualità***

L'attività degli intervistatori è costantemente seguita dai supervisori nel corso dell'esecuzione delle interviste, sia in sala rilevazione sia con sistema remoto. Viene assicurata una quota minima di controllo delle interviste pari al 10% a campione, con il 100% dell'intervista monitorata/ascoltata.

### ***Briefing***

Gli intervistatori ricevono una formazione adeguata alla natura del lavoro da svolgere. In particolare, prima dell'avvio di ogni rilevazione, vengono realizzate riunioni di briefing a cui partecipano anche i supervisori, tenute di persona dai ricercatori Senior responsabili dell'Indagine, finalizzate a fornire tutte le informazioni, le avvertenze, le raccomandazioni e le esemplificazioni pratiche necessarie alla conoscenza degli obiettivi e dei metodi dell'Indagine, oltre che alla migliore comprensione del questionario e dei criteri di somministrazione delle domande.

## **STREAM A1**

### ***Campione***

Per rappresentare al meglio anche le emittenti locali, riducendo la varianza delle stime nelle province meno popolose, si utilizza un disegno di "campionamento a proporzionalità corretta". Questo approccio consente di attuare un piano di campionamento che, partendo da un principio di proporzionalità, "ammorbidisce" sistematicamente le differenze fra province grandi e province piccole. In questo modo le province più piccole migliorano la rappresentatività statistica, e contemporaneamente le province più popolose mantengono un adeguato livello di rappresentatività. Vengono inoltre accorpate le seguenti province: Trieste e Gorizia; Campobasso e Isernia.

Ottenuto il numero di interviste da effettuare in ciascuna delle 105 province, il campione viene stratificato per i criteri di seguito elencati:

- Provincia x sesso-età (105x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)

- Solo per il target 14-17 anni: regione x maschi-femmine (20 x 2 celle)
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x provincia (3x105 celle)
- Giorno della settimana x regione (7x18 celle) + tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle)
- Provincia x ampiezza centri (105x5 celle)
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Regione x device telefonico (fisso-mobile), per rispecchiare la situazione di reperibilità su diversi device registrata da Istat in ciascuna regione (2x20 celle).

In modo particolare, trattandosi di un'Indagine telefonica CATI, l'Indagine rappresenta la distribuzione per device telefonico della popolazione italiana, con specifico riferimento alla raggiungibilità telefonica, così come risultante dalla Indagine Istat Multiscopo.

L'ultimo aggiornamento disponibile vede la seguente distribuzione ai fini della ponderazione:

- 22,0% di persone contattabili da fisso
- 18,8% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi
- 59,2% di persone contattabili da mobile senza telefono fisso.

Questa distribuzione verrà aggiornata in corso di rilevazione con gli eventuali nuovi dati dell'Indagine Istat-Multiscopo.

Le quote campionarie di interviste su fisso e cellulare invece sono le seguenti:

- 63% interviste su cellulare per i soggetti raggiungibili da cellulare e non da fisso (è la somma di soggetti che possiedono solo un cellulare + soggetti che non sono raggiungibili da fisso perché non sono in elenco o non sanno se il numero è in elenco);
- 37% interviste su fisso per i soggetti raggiungibili da elenchi telefonici.

## **Questionario**

Il questionario rileva, per le emittenti locali, tutti i KPI di ascolto lineare delle emittenti e gli elementi atti a caratterizzare e connotare i dati (ascolto nei sette giorni, nel giorno ieri, per singolo quarto d'ora e per giorno della settimana, luoghi e device di ascolto, caratteristiche socio-demografiche, utilizzo dell'auto, nonché facoltativamente abitudini di utilizzo dei diversi device, fruizione digitale e DAB+).

La struttura del questionario prevede che in sede di screening sia verificato:

- Tipologia di telefono posseduta per gestione quote campionarie ed esclusione interviste su cellulare con fisso in elenco
- Ai fini di verifica della copertura delle quote campionarie vengono chiesti sesso, età e comune di domicilio abituale dell'intervistato.

È poi richiesta la frequenza di ascolto della Radio, in generale (scala otto passi).

Il questionario è poi strutturato in modo da rilevare per le singole emittenti locali (lettura dell'elenco delle emittenti, ordine random) le seguenti informazioni:

- Ascolto nei sette giorni su sollecito da elenco emittenti
- Per le sole emittenti ascoltate nei sette giorni: ascolto nel giorno medio (ieri)
- Ascolto della radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti ascoltate ieri: ascolto nel singolo quarto d'ora
- Per le sole emittenti ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
- Per le sole emittenti ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
- Domande in generale (non per singole Radio):
  - Caratteristiche socio-demografiche (professione dell'intervistato, istruzione dell'intervistato, RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia)
  - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
- Sezioni facoltative (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte)
  - Coinvolgimento in attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device (in generale)
  - Digital Radio (DAB+)

Audiradio comunica agli Istituti l'elenco delle radio oggetto dell'Indagine e il dettaglio delle singole province nelle quali rilevare ogni singola emittente. Eventuali variazioni vengono tempestivamente comunicate per iscritto da Audiradio a GfK e Ipsos.

## **STREAM A2**

### ***Campione***

Il campione è calcolato proporzionalmente rispetto alla popolazione e presenta le seguenti quote campionarie:

- Province (105 celle)
- Regione x sesso-età (20x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Regione x ampiezza demografica dei centri (20 x 5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7 x 13 celle)
- Giorno della settimana x regione (7x18 celle) + Tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle)
- Regione x device telefonico (fisso-mobile) (20 x 2 celle)

In modo particolare, trattandosi di una Indagine telefonica CATI, l'Indagine rappresenta la distribuzione per device telefonico della popolazione italiana, con specifico riferimento alla raggiungibilità telefonica, così come risultante dalla Indagine Istat Multiscopo.

L'ultimo aggiornamento disponibile vede la seguente distribuzione ai fini della ponderazione:

- 22,0% di persone contattabili da fisso
- 18,8% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi
- 59,2% di persone contattabili da mobile senza telefono fisso.

Questa distribuzione verrà aggiornata in corso di rilevazione con gli eventuali nuovi dati dell'Indagine Istat-Multiscopo.

Le quote campionarie di interviste su fisso e cellulare sono invece le seguenti:

- 63% interviste su cellulare per i soggetti raggiungibili da cellulare e non da fisso (è la somma di soggetti che possiedono solo un cellulare + soggetti che non sono raggiungibili da fisso perché non sono in elenco o non sanno se il numero è in elenco)
- 37% interviste su fisso per i soggetti raggiungibili da elenchi telefonici.

### ***Questionario***

Il questionario dello Stream A2 ha il compito, per tutte le emittenti in rilevazione, di garantire uno strato comune di ricerca, diretto a rilevare:

- La curva di copertura 7-14-28 giorni per tutte le emittenti iscritte all'Indagine
- Tutti i KPI di ascolto lineare delle emittenti locali e gli elementi atti a caratterizzare e

connotare i dati (ascolto nei sette giorni, nel giorno ieri, per singolo quarto d'ora e per giorno della settimana, luoghi e device di ascolto, caratteristiche socio-demografiche, utilizzo dell'auto)

- I parametri di de-duplica per la produzione dei dati di Total Audience
- Le informazioni utili per la profilazione e l'individualizzazione dei dati censuari digitali.

La struttura del questionario prevede che in sede di screening sia verificato:

- Tipologia di telefono posseduta per gestione quote campionarie ed esclusione interviste su cellulare con fisso in elenco
- Ai fini di verifica della copertura delle quote campionarie vengono chiesti sesso, età e comune di domicilio abituale dell'intervistato.

È poi richiesta la frequenza di ascolto della Radio, in generale (scala otto passi).

Si rilevano quindi sia per le radio locali (iscritte all'Indagine nella provincia di residenza dell'intervistato) che per le radio nazionali, nell'ordine:

- Le coperture 7-14-28 giorni per tutte le emittenti rilevate (Nazionali e Locali)
- Solo per le emittenti locali il Giorno Medio e l'AQH.
- Per tutte le emittenti i parametri di deduplica per la Total Audience.

Soltanto per gli ascoltatori di almeno un'emittente locale, il questionario prosegue con la rilevazione delle seguenti informazioni:

- Ascolto della radio in generale per fascia oraria
- Per le sole emittenti locali ascoltate ieri: ascolto nel singolo quarto d'ora
- Per le sole emittenti locali ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
- Per le sole emittenti locali ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
- A tutti i rispondenti vengono poste delle domande per comprendere la fruizione di contenuti on-demand delle radio iscritte all'Indagine ed in particolare: piattaforma di fruizione, tipologia di contenuto, fascia oraria e durata della fruizione.
- Sono quindi poste altre domande di profilazione (non per singole Radio) che riguardano:
  - Caratteristiche socio-demografiche (professione (dell'intervistato), istruzione (dell'intervistato), RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia)
  - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.

## **STREAM B**

### ***Campione***

Il campione è calcolato proporzionalmente rispetto alla popolazione, è stratificato per regione con quote minime per provincia all'80% e presenta le seguenti quote campionarie:

- Regione x sesso-età (20x14 celle)
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x regione (3x20 celle)
- Regione x ampiezza centri (20x5 celle)
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Per regione x device telefonico (fisso-mobile), per rispecchiare la situazione di reperibilità su diversi device registrata da Istat in ciascuna regione (2x20 celle).

In modo particolare, trattandosi di una Indagine telefonica CATI, l'Indagine rappresenta la distribuzione per device telefonico della popolazione italiana, con specifico riferimento alla raggiungibilità telefonica, così come risultante dalla Indagine Istat Multiscopo.

L'ultimo aggiornamento disponibile vede la seguente distribuzione ai fini della ponderazione:

- 22,0% di persone contattabili da fisso
- 18,8% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi
- 59,2 % di persone contattabili da mobile senza telefono fisso.

Questa distribuzione verrà aggiornata in corso di rilevazione con gli eventuali nuovi dati dell'Indagine Istat-Multiscopo.

Le quote campionarie di interviste su fisso e cellulare sono invece le seguenti:

- 63% interviste su cellulare per i soggetti raggiungibili da cellulare e non da fisso (è la somma di soggetti che possiedono solo un cellulare + soggetti che non sono raggiungibili da fisso perché non sono in elenco o non sanno se il numero è in elenco)
- 37% interviste su fisso per i soggetti raggiungibili da elenchi telefonici.

### ***Questionario***

Il questionario rileva, per le emittenti nazionali, tutti i KPI di ascolto e gli elementi atti a caratterizzare e connotare i dati (ascolto nei sette giorni, nel giorno ieri, per singolo quarto d'ora e per giorno della settimana, luoghi e device di ascolto, caratteristiche socio-demografiche, utilizzo dell'auto, nonché facoltativamente abitudini di utilizzo dei diversi device, fruizione digitale

e DAB+).

La struttura del questionario prevede che in sede di screening sia verificato:

- Tipologia di telefono posseduta per gestione quote campionarie ed esclusione interviste su cellulare con fisso in elenco
- Ai fini di verifica della copertura delle quote campionarie vengono chiesti sesso, età e comune di domicilio abituale dell'intervistato

È poi richiesta la frequenza di ascolto della Radio, in generale (scala otto passi).

Il questionario è strutturato in modo da rilevare per le singole emittenti nazionali (lettura dell'elenco delle emittenti, ordine random) le seguenti informazioni:

- Ascolto nei sette giorni su sollecito da elenco emittenti
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate nei sette giorni: ascolto nel giorno medio (ieri)
- Ascolto della radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate ieri: ascolto nel singolo quarto d'ora
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
- Domande in generale (non per singole Radio):
  - Caratteristiche socio-demografiche (professione dell'intervistato, istruzione dell'intervistato, RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia)
  - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
- Sezioni facoltative (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte)
  - Coinvolgimento in attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device (in generale)
  - Digital Radio (DAB+)

Audiradio comunica agli Istituti l'elenco delle radio oggetto dell'Indagine. Le radio nazionali vengono rilevate in tutte le province. Eventuali variazioni vengono tempestivamente comunicate per iscritto da Audiradio.

## **DEFINIZIONI**

Riportiamo di seguito le definizioni principali adottate nel corso dell'Indagine.

Queste definizioni sono state stabilite convenzionalmente per identificare in maniera univoca la figura dell'ascoltatore.

### ***Ascoltatore nel giorno medio (ieri):***

Viene considerato ascoltatore nel giorno medio colui che ha dichiarato di aver ascoltato la radio, almeno per un quarto d'ora, nel corso della giornata precedente l'intervista (che si compone di 24 ore tra le 06:00 della mattina precedente e le 06:00 della mattina del giorno della rilevazione).

### ***Ascoltatore nei sette giorni:***

Viene considerato ascoltatore nei sette giorni colui che ha dichiarato di aver ascoltato la radio in almeno uno dei sette giorni precedenti l'intervista.

### ***Ascoltatori nel quarto d'ora medio (AQH):***

La media degli ascoltatori radio presenti in ogni singolo quarto d'ora delle 24 ore (96 quarti d'ora) del giorno precedente l'intervista.

## **ELABORAZIONE DEI DATI**

### ***La ponderazione***

Al termine di ciascun trimestre di rilevazione si provvede all'unione dei dati rilevati nel corso del trimestre dai due Istituti, al controllo della qualità dei dati e alla loro ponderazione ed espansione all'universo.

Occorre considerare che, per lo Stream B, l'elaborazione trimestrale si basa esclusivamente sulle interviste condotte nel trimestre appena concluso. Per lo Stream A, invece, è previsto il meccanismo del semestre mobile: ogni elaborazione trimestrale utilizza sia le interviste raccolte nel trimestre appena concluso sia quelle del trimestre precedente.

### ***Ponderazione Stream A***

Al termine di ciascuna wave di rilevazione, si procede alla produzione di due data set:

Uno per lo **Stream A** nella sua interezza, in cui gli individui appartenenti allo Stream A1 e allo Stream A2 vengono misurati nei loro comportamenti di ascolto delle emittenti locali. Per l'intero

Stream A viene applicato un piano di ponderazione a semestri mobili in modo da riportare il campione alle proporzioni dell'universo che si basa sulle seguenti matrici/ variabili: o Provincia x sesso-età (105x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)

- Solo per il target 14-17 anni: regione x maschi-femmine (20 x 2 celle)
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x provincia (3x105 celle)
- Giorno della settimana x regione (7x18 celle) + tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle)
- Provincia x ampiezza centri (105x5 celle)
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Tipo telefono/raggiungibilità (fisso in elenco, solo cellulare, cellulare con fisso non in elenco o non sanno se in elenco) x regione (3x20 celle)

Tipo telefono/raggiungibilità x regione viene definita alla luce dei dati aggiornati Istat Multiscopo.

I dati verranno ponderati anche in base a:

- Titolo di studio (4 passi)
- Professione (9 passi).

L'altro per lo **Stream A2**, che non è usato per la stima delle metriche di ascolto relative alle Emittenti Locali, ma per obiettivi di fusione e di stima della Total Audience, nonché per fornire le metriche di ascolto 7-14-28 giorni necessarie alla generazione del nastro di pianificazione respondent level. La ponderazione dello Stream A2 (esclusivamente dati di copertura) viene effettuata trimestralmente su base semestrale (20.000 interviste) secondo i seguenti parametri:

- Provincia (105 celle)
- Giorno della settimana x regione (7x17 celle, sono accorpate le regioni Piemonte/Valle D'Aosta; Abruzzo/Molise; Calabria/Basilicata)
- Regione x sesso/età (17x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Regione x ampiezza dei centri (17x5 celle)
- Giorno della settimana x ampiezza dei centri (7x5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle)
- Titolo di studio (2 celle)
- Interviste sul cellulare o telefono fisso (2 celle)

### **Ponderazione Stream B**

Viene applicato per lo **Stream B** un piano di ponderazione trimestrale atto a riportare il campione alle proporzioni dell'universo e che prevede le seguenti matrici/variabili:

- Regione x sesso-età (20x14 celle)
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x regione (3x20 celle)
- Regione x ampiezza centri (20x5 celle)
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Tipo telefono/raggiungibilità (fisso in elenco, solo cellulare, cellulare con fisso non in elenco o non sanno se in elenco) x regione (3x20 celle)

I dati vengono ponderati anche in base a:

- Titolo di studio (4 passi)
- Professione (9 passi).

### **Fusione degli Stream A e B**

Al termine di ciascuna wave vengono raccolti i seguenti file dati non ponderati:

- Uno proveniente dallo Stream A1
- Uno proveniente dallo Stream A2
- Uno proveniente dallo Stream B

I dati dello Stream A e dello Stream B sono poi ponderati ciascuno secondo il proprio piano di ponderazione.

Partendo dai due database così elaborati, ponderati ed espansi, si procede alla fusione dei due per ottenere un unico database finale.

La procedura di fusione prevede il gemellaggio tra individui provenienti dallo Stream A e individui provenienti dallo Stream B in modo che nel database unico finale si ottenga la popolazione definita da Istat per le stratificazioni determinate.

Tale gemellaggio si fonda sulla distanza tra due individui calcolata sulla base di tre leve:

- Affinità di profilo
- Affinità di ascolto

- Sovrapposizione di quarti d'ora d'ascolto

Il meccanismo di fusione tiene inoltre presente, come ulteriore constraint, la quota di Totale Mezzo per strato stimata.

### ***La produzione e la pubblicazione dei dati***

Per ciascuna emittente per cui saranno messi a disposizione i dati censuari di ascolto on-demand provenienti dal tracciamento SDK, sfruttando le domande presenti nel questionario dello Stream A2, si prevede di calcolare il contributo addizionale di questi ascolti per la stima della Total Audience.

Una volta formalizzati i dati SDK in termini di granularità, formato e frequenza di delivery, sarà possibile definire nel dettaglio le domande per la deduplicazione e per la profilazione e l'algoritmo del modello.

## **PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEI DATI**

Audiradio 2026 prevede i seguenti rilasci pubblici dell'Indagine Principale:

- Quattro a cadenza trimestrale pubblici. Questi comprendono la fornitura di tavole statistiche in formato elettronico e di file per la produzione di tre edizioni semestrali del nastro di pianificazione (tale nastro di pianificazione viene realizzato da Audiradio tramite AltLab);
- Uno a cadenza annuale pubblico. Anche questo comprende la fornitura di tavole statistiche in formato elettronico e del file per la produzione del nastro di pianificazione annuale (tale nastro di pianificazione viene realizzato da Audiradio tramite AltLab).

I rilasci pubblici trimestrali e il rilascio pubblico annuale sono preceduti da un'anticipazione dei dati che comprenderà l'AQH (06:00-00:00), gli ascoltatori nel giorno medio per regione, nei sette giorni.

Nelle anticipazioni e nei volumi, le radio sono ordinate in blocchi regionali:

- I blocchi regionali si compongono delle emittenti che hanno sede o che hanno la maggior parte delle province di iscrizione nella regione interessata (la segnalazione viene fatta a GfK da Audiradio). All'interno del blocco le emittenti sono inserite in ordine alfabetico;
- Le nazionali creano un blocco a parte.

Poiché, soprattutto con riferimento alle emittenti locali, i dati possono essere soggetti a notevoli

fluttuazioni a causa delle dimensioni necessariamente ridotte delle basi campionarie, vengono adottati degli alert cromatici al fine di evidenziare le dimensioni dell'intervallo di confidenza ed agevolare la valutazione del dato.

In particolare, nelle tavole pubblicate, le celle evidenziate in rosso indicano stime calcolate su basi campionarie minori di 24 casi, mentre le celle evidenziate in giallo indicano stime calcolate su basi campionarie minori di 100 casi e maggiori o uguali a 24 casi. Inoltre, l'asterisco (\*) indica un numero stimato di ascoltatori minore di 500.

### **ERRORI E INTERVALLI DI CONFIDENZA DELLE STIME**

Per il calcolo dell'intervallo fiduciario entro il quale ci si propone di accogliere prudenzialmente le stime degli ascoltatori della radio, è stata usata la seguente formula, che presuppone il livello di confidenza del 95%:

$$i.f. (\%) = \pm 1,96 \sqrt{\frac{p(100 - p)}{n}}$$

In questa formula:

i.f. (%) = intervallo fiduciario espresso in percentuale rispetto alla popolazione universo considerata;

n = numerosità del campione teorico annuale (200.000 casi);

p = percentuale di penetrazione degli ascoltatori per ogni radio.

L'intervallo di confidenza in valore assoluto si ottiene con il seguente calcolo:

$$i.f. = \pm i.f. (\%) \times \frac{52.490.386}{100}$$

dove 52.490.386 è l'universo di riferimento. Nelle tabelle sono stati elencati gli errori delle stime e gli intervalli di confidenza per diversi volumi di bacini di ascoltatori relativi ai campioni trimestrali (Stream B), semestrali (Stream A) e annuale (Stream A e B).

Ad esempio, per lo Stream A nel caso della rilevazione semestrale (60.000 interviste complessive), per un bacino di ascoltatori stimato a 100.000 ascoltatori (pari ad una penetrazione di 0,19), l'intervallo fiduciario varia di  $\pm 18.315$  individui. L'errore campionario, quindi la variazione della stima, è pari o superiore a  $\pm 18\%$  della stessa.

## Stream A

Rilevazione semestrale: 60.000 interviste complessive

Stima Giorno Medio per emittante (v.a.)	% penetrazione	Aampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima
25.000	0,05	± 9.164	15.836	34.164	37%
50.000	0,10	± 12.957	37.043	62.957	26%
75.000	0,14	± 15.865	59.135	90.865	21%
100.000	0,19	± 18.315	81.685	118.315	18%
125.000	0,24	± 20.472	104.528	145.472	16%
150.000	0,29	± 22.420	127.580	172.420	15%
175.000	0,33	± 24.211	150.789	199.211	14%
200.000	0,38	± 25.877	174.123	225.877	13%
300.000	0,57	± 31.662	268.338	331.662	11%
400.000	0,76	± 36.525	363.475	436.525	9%
500.000	0,95	± 40.797	459.203	540.797	8%
600.000	1,14	± 44.648	555.352	644.648	7%
700.000	1,33	± 48.179	651.821	748.179	7%
800.000	1,52	± 51.455	748.545	851.455	6%
1.000.000	1,91	± 57.417	942.583	1.057.417	6%
1.500.000	2,86	± 69.979	1.430.021	1.569.979	5%
2.000.000	3,81	± 80.408	1.919.592	2.080.408	4%
3.000.000	5,72	± 97.499	2.902.501	3.097.499	3%
4.000.000	7,62	± 111.439	3.888.561	4.111.439	3%
5.000.000	9,53	± 123.301	4.876.699	5.123.301	2%
6.000.000	11,43	± 133.640	5.866.360	6.133.640	2%
7.000.000	13,34	± 142.787	6.857.213	7.142.787	2%
8.000.000	15,24	± 150.959	7.849.041	8.150.959	2%
9.000.000	17,15	± 158.306	8.841.694	9.158.306	2%
10.000.000	19,05	± 164.940	9.835.060	10.164.940	2%

Rilevazione annuale: 120.000 interviste complessive

Stima Giorno Medio per emittante (v.a.)	% penetrazione	Aampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima
25.000	0,05	± 6.480	18.520	31.480	26%
50.000	0,10	± 9.162	40.838	59.162	18%
75.000	0,14	± 11.218	63.782	86.218	15%
100.000	0,19	± 12.951	87.049	112.951	13%
125.000	0,24	± 14.476	110.524	139.476	12%
150.000	0,29	± 15.854	134.146	165.854	11%
175.000	0,33	± 17.120	157.880	192.120	10%
200.000	0,38	± 18.297	181.703	218.297	9%
300.000	0,57	± 22.388	277.612	322.388	7%
400.000	0,76	± 25.827	374.173	425.827	6%
500.000	0,95	± 28.848	471.152	528.848	6%
600.000	1,14	± 31.571	568.429	631.571	5%
700.000	1,33	± 34.067	665.933	734.067	5%
800.000	1,52	± 36.384	763.616	836.384	5%
1.000.000	1,91	± 40.600	959.400	1.040.600	4%
1.500.000	2,86	± 49.483	1.450.517	1.549.483	3%
2.000.000	3,81	± 56.857	1.943.143	2.056.857	3%
3.000.000	5,72	± 68.942	2.931.058	3.068.942	2%
4.000.000	7,62	± 78.799	3.921.201	4.078.799	2%
5.000.000	9,53	± 87.187	4.912.813	5.087.187	2%
6.000.000	11,43	± 94.498	5.905.502	6.094.498	2%
7.000.000	13,34	± 100.966	6.899.034	7.100.966	1%
8.000.000	15,24	± 106.744	7.893.256	8.106.744	1%
9.000.000	17,15	± 111.939	8.888.061	9.111.939	1%
10.000.000	19,05	± 116.630	9.883.370	10.116.630	1%

## Stream B

Rilevazione trimestrale: 20.000 interviste complessive

Stima Giorno Medio per emittante (v.a.)	% penetrazione	Aampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima
25.000	0,05	± 15.873	9.127	40.873	63%
50.000	0,10	± 22.442	27.558	72.442	45%
75.000	0,14	± 27.479	47.521	102.479	37%
100.000	0,19	± 31.722	68.278	131.722	32%
125.000	0,24	± 35.458	89.542	160.458	28%
150.000	0,29	± 38.833	111.167	188.833	26%
175.000	0,33	± 41.935	133.065	216.935	24%
200.000	0,38	± 44.819	155.181	244.819	22%
300.000	0,57	± 54.840	245.160	354.840	18%
400.000	0,76	± 63.263	336.737	463.263	16%
500.000	0,95	± 70.662	429.338	570.662	14%
600.000	1,14	± 77.332	522.668	677.332	13%
700.000	1,33	± 83.448	616.552	783.448	12%
800.000	1,52	± 89.123	710.877	889.123	11%
1.000.000	1,91	± 99.450	900.550	1.099.450	10%
1.500.000	2,86	± 121.208	1.378.792	1.621.208	8%
2.000.000	3,81	± 139.271	1.860.729	2.139.271	7%
3.000.000	5,72	± 168.874	2.831.126	3.168.874	6%
4.000.000	7,62	± 193.018	3.806.982	4.193.018	5%
5.000.000	9,53	± 213.564	4.786.436	5.213.564	4%
6.000.000	11,43	± 231.472	5.768.528	6.231.472	4%
7.000.000	13,34	± 247.315	6.752.685	7.247.315	4%
8.000.000	15,24	± 261.468	7.738.532	8.261.468	3%
9.000.000	17,15	± 274.195	8.725.805	9.274.195	3%
10.000.000	19,05	± 285.684	9.714.316	10.285.684	3%

Rilevazione annuale: 80.000 interviste complessive

Stima Giorno Medio per emittante (v.a.)	% penetrazione	Aampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima
25.000	0,05	± 7.936	17.064	32.936	32%
50.000	0,10	± 11.221	38.779	61.221	22%
75.000	0,14	± 13.740	61.260	88.740	18%
100.000	0,19	± 15.861	84.139	115.861	16%
125.000	0,24	± 17.729	107.271	142.729	14%
150.000	0,29	± 19.417	130.583	169.417	13%
175.000	0,33	± 20.967	154.033	195.967	12%
200.000	0,38	± 22.410	177.590	222.410	11%
300.000	0,57	± 27.420	272.580	327.420	9%
400.000	0,76	± 31.632	368.368	431.632	8%
500.000	0,95	± 35.331	464.669	535.331	7%
600.000	1,14	± 38.666	561.334	638.666	6%
700.000	1,33	± 41.724	658.276	741.724	6%
800.000	1,52	± 44.562	755.438	844.562	6%
1.000.000	1,91	± 49.725	950.275	1.049.725	5%
1.500.000	2,86	± 60.604	1.439.396	1.560.604	4%
2.000.000	3,81	± 69.635	1.930.365	2.069.635	3%
3.000.000	5,72	± 84.437	2.915.563	3.084.437	3%
4.000.000	7,62	± 96.509	3.903.491	4.096.509	2%
5.000.000	9,53	± 106.782	4.893.218	5.106.782	2%
6.000.000	11,43	± 115.736	5.884.264	6.115.736	2%
7.000.000	13,34	± 123.657	6.876.343	7.123.657	2%
8.000.000	15,24	± 130.734	7.869.266	8.130.734	2%
9.000.000	17,15	± 137.097	8.862.903	9.137.097	2%
10.000.000	19,05	± 142.842	9.857.158	10.142.842	1%

## **NASTRO DI PIANIFICAZIONE**

Il modello di trattamento dei dati originali CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) garantisce coerenza e compatibilità con le informazioni rilevate, mantenendo inalterate le informazioni originali e rispettando le stime di ascoltatori per vari periodi e fasce orarie.

Le principali stime di ascolto includono:

- **Ascoltatori Ultimi 7 Giorni**
- **Ascoltatori del Giorno Medio**
- **Ascoltatori per Tipo Giorno**
- **Ascoltatori per Tipo Giorno/Fascia**
- **Totale AQH (Average Quarter-Hour)**
- **Totale AQH per Fascia**

I dati sono trattati per uniformarsi al meglio al profilo originale CATI secondo una priorità di importanza determinata dai seguenti criteri:

- **Regione**: con l'aggregazione di Piemonte/Valle d'Aosta e di Abruzzo/Molise.
- **Sesso**
- **Classi di Età**
- **Titolo di Studio**: con l'aggregazione di Elementare/Nessun titolo.

## **B) I COSTI DI ACCESSO AI SINGOLI SERVIZI DI RILEVAZIONE**

### **AUDIRADIO 2026**

L'iscrizione ad Audiradio 2026 ha i seguenti costi:

- Il corrispettivo dovuto da ogni Emittente Nazionale è composto da (i) una Quota Fissa e (ii) una Quota Variabile.

La Quota Fissa è pari a Euro 138.000,00 (centotrentottomila/00) oltre IVA.

La Quota Variabile è determinata sulla base della performance di ascolto della singola Emittente Nazionale all'interno del comparto delle sole Emittenti Nazionali come rilevata nell'ambito dei dati di ascolto relativi all'Anno 2026 (Indagine Audiradio 2026).

Audiradio determinerà il conguaglio relativo alla Quota Variabile, suddividendo l'importo totale pari ad Euro 1.653.000,00 (unmilioneseicentocinquantatremila/00) tra tutte le Emittenti Nazionali sulla base degli ascolti AQH della singola Emittente Nazionale rispetto al Totale Ascolto AQH di tutte le Emittenti Nazionali.

Tale servizio comprende:

(i) inserimento del nome/marchio della Emittente nei questionari degli Stream A2 e B;

- (ii) effettuazione delle rilevazioni, nonché elaborazione dei dati risultanti dalle rilevazioni stesse;
- (iii) pubblicazione in formato elettronico sul sito web di Audiradio S.r.l. dei dati di tutte le emittenti iscritte all'Indagine, relativi ai quattro trimestri 2026 e all'intero anno 2026;
- (iv) inserimento dei dati in un database (denominato Nastro di Pianificazione).

- servizio di rilevazione per ogni Emittente Locale: Euro 1.225,00 (milleduecentoventicinque/00) + IVA per ogni provincia con riferimento alla quale viene richiesta la rilevazione dell'ascolto.

Tale servizio comprende:

- (i) inserimento del nome/marchio della Emittente nei questionari degli Stream A1 e A2 per le province con riferimento alle quali l'emittente si iscrive;
- (ii) effettuazione delle rilevazioni, nonché elaborazione dei dati risultanti dalle rilevazioni stesse;
- (iii) pubblicazione in formato elettronico sul sito web di Audiradio S.r.l. dei dati di tutte le emittenti iscritte all'Indagine, relativi ai quattro trimestri 2026 e all'intero anno 2026;
- (iv) inserimento dei dati in un database (denominato Nastro di Pianificazione).

- acquisto della licenza di uso del nastro di pianificazione:
  - o per le radio nazionali o concessionarie pubblicitarie di radio nazionali: da Euro 15.000,00 + IVA a Euro 44.000,00 + IVA in relazione ai soggetti rappresentati.
  - o per ogni singola radio locale: Euro 6.000,00 + IVA
  - o per ogni singola softwarehouse: Euro 10.000,00 + IVA
  - o per ogni singola agenzia di misurazione e analisi dati: Euro 20.000,00 + IVA
  - o per ogni altra tipologia di richiedente non rientrante nelle tipologie precedenti: Euro 10.000,00 + IVA

## **C) LE MODALITÀ DI PUBBLICAZIONE DEL DOCUMENTO RECANTE L'ESPOSIZIONE DELL'INTERA METODOLOGIA DI AUDIRADIO 2026**

Il documento recante l'esposizione dell'intera metodologia utilizzata per l'Indagine sull'ascolto radiofonico in Italia Audiradio 2026 è pubblicato sul sito web di Audiradio S.r.l. al seguente indirizzo: [www.audiradio.info](http://www.audiradio.info)

Ogni altra informazione può essere richiesta ad Audiradio S.r.l. (e-mail [info@audiradio.info](mailto:info@audiradio.info); tel. 02 20228126).