



Delibera n. 130/06/CSP

Art. 6 “NOTA INFORMATIVA”

a) Dati anagrafici generali della società che realizza l'indagine:

AUDIRADIO srl
Sede legale in Largo Toscanini, 1 – 20122 MILANO
Capitale sociale interamente versato: Euro 258.000,00
Codice fiscale, partita I.V.A e numero di iscrizione presso il Registro delle
Imprese di Milano: 11795490157

b) La metodologia utilizzata:

c) La consistenza del campione oggetto dell'indagine:

d) Le modalità di rilevazione e l'eventuale margine di errore per categoria:

e) Il periodo di rilevazione:

Audiradio è un'indagine campionaria sull'ascolto delle emittenti radiofoniche pubbliche e private, nazionali e locali.

Essa rileva informazioni che consentono di stimare il numero e la composizione dell'ascolto ed il profilo degli ascoltatori a livello TOTALE ITALIA, area geografica e singole regioni, per:

- la radio nel complesso;
- la singola stazione RAI;
- le singole emittenti private iscritte ad Audiradio.

L'indagine AUDIRADIO è condotta su un campione 72.000 interviste, da gestire nell'arco dell'anno, rappresentativo della popolazione italiana di età superiore agli 11 anni.

La rilevazione è effettuata telefonicamente con l'ausilio del computer (sistema C.A.T.I.).

L'indagine è strutturata, nel 2006, in 4 cicli di rilevazione secondo lo schema seguente:

primo ciclo:	sabato 14 gennaio -	venerdì 24 marzo
secondo ciclo:	sabato 25 marzo -	venerdì 9 giugno
terzo ciclo:	sabato 9 settembre -	venerdì 27 ottobre
quarto ciclo:	sabato 28 ottobre -	venerdì 15 dicembre

Per distribuire la rilevazione nell'arco dell'anno, le quattro rilevazioni hanno durata diversa per numero di settimane e per numero di casi giornalieri:

- 1° ciclo 9 settimane + 1 di riserva (286 casi al giorno);
- 2° ciclo 9 settimane + 1 di riserva (286 casi al giorno);
- 3° ciclo 6 settimane + 1 di riserva (429 casi al giorno);
- 4° ciclo 6 settimane + 1 di riserva (429 casi al giorno).

L'esecuzione dell'indagine è affidata agli Istituti Unicab di Roma e Doxa di Milano.

CAMPIONAMENTO

Universo

La collettività a cui si riferiscono i risultati dell'indagine (Universo) è costituita dall'intera popolazione italiana adulta, così definita: tutti i cittadini italiani di ambo i sessi di 11 anni compiuti e più che risiedono nell'intero territorio nazionale, esclusi i cittadini che vivono all'estero.

Questa collettività - stimata convenzionalmente sulla base dei dati dell'ultimo Censimento della Popolazione condotto dall'ISTAT (2001) - viene aggiornata annualmente in base ai dati del volume ISTAT "Popolazione e movimento anagrafico dei Comuni" (pubblicato solitamente nel mese di Marzo), contenente i dettagli di distribuzione della popolazione per provincia.

A tale data la collettività di riferimento ammonta a 52.509.000 individui.

		Dati censimento 2001	Dati censimento 2001
		in '000	in %
SESSO	Maschi	25.315	48.21
	Femmine	27.194	51.79

ETA'	11-14 anni	2.316	4.41
	15-24 anni	6.189	11.79
	25-44 anni	18.011	34.30
	45-64 anni	14.754	28.10
	oltre 64 anni	11.239	21.40
TOTALE		52.509	100.0

Metodo di campionamento

La definizione del metodo di campionamento dell'indagine AUDIRADIO è la seguente:

“Campione stratificato per province e popolazione dei comuni, proporzionale per il 99% e non proporzionale solo per l'1% a causa di minimi sovracampionamenti per province”.

Gli stadi di selezione delle unità di campionamento sono:

- comuni;
- famiglie;
- individui.

La selezione delle unità di campionamento segue il criterio casuale-sistematico per i comuni; casuale per le famiglie; per quota per gli individui da intervistare.

Stratificazione geografica

L'indagine AUDIRADIO tiene sotto osservazione, per la misurazione degli ascolti, emittenti dalle caratteristiche molto differenti. Si rilevano infatti sia le radio a diffusione nazionale che quelle con bacini di utenza molto limitati.

Dal punto di vista metodologico si pone la necessità di adottare un piano di campionamento che sia in grado di misurare l'ascolto di tutte le tipologie di emittenti. Viene quindi privilegiato il criterio della massima diffusione e dispersione delle interviste sul territorio mediante il coinvolgimento, nella rilevazione, di un numero molto elevato di comuni e adottando il metodo telefonico CATI per la realizzazione delle interviste.

A tale scopo vengono inseriti nell'indagine, come comuni campione, tutti i comuni con una popolazione superiore a 5.000 abitanti.

Per i restanti comuni (con popolazione pari o inferiore a 5.000 abitanti) viene adottata la metodologia dell'aggregazione in areole o comuni virtuali di ampiezza demografica pari a 5.000 abitanti circa.

Tali areole o comuni virtuali sono caratterizzate da una omogeneità geografica interna. Il metodo utilizzato per la formazione delle areole è il seguente:

- la lista dei comuni con popolazione inferiore ai 5.000 abitanti viene segmentata in areole o comuni virtuali di dimensioni pari a circa 5.000 abitanti;
- in ciascuna areola o comune virtuale, i comuni coinvolti nella rilevazione saranno tutti quelli afferenti all'areola o comune virtuale stesso.

Le interviste che derivano dal disegno campionario, per ciascuna areola o comune virtuale, potranno essere effettuate in uno o più comuni afferenti all'areola o comune virtuale stesso, attraverso una selezione casuale dei numeri di telefono.

Le areole o comuni virtuali sono circa 2.170 e in ciascuna areola o comune virtuale sono presenti in media 2,6 comuni.

In pratica ognuno di questi comuni "virtuali" rappresenta un insieme di comuni che ha una popolazione complessiva il più vicino possibile a 5.000 abitanti, ed i comuni compresi in ciascuna areola sono, in media, 2,6.

Nel complesso i comuni presenti nel campione, sommando ai "comuni virtuali" i comuni con oltre 5.000 abitanti, che sono campionati tutti, sono circa 4.500.

Calcolo e realizzazione del campione

Il campione complessivo di 72.000 interviste da realizzare nell'arco dell'anno viene segmentato per provincia in modo proporzionale rispetto alla popolazione di riferimento.

Partendo, cioè, dalla popolazione residente (11 anni e più) per singola provincia, viene calcolata la percentuale di ogni singola provincia rispetto al totale popolazione.

La quota proporzionale del campione è pari a circa il 99%. Per la quota restante, 1% circa, viene effettuato un sovracampionamento provinciale al fine di garantire la quota di 240 interviste almeno in ogni provincia.

Ottenuto il numero di interviste da effettuare in ciascuna delle 103 province italiane, e quindi nelle singole 19 regioni, il totale interviste – in misura proporzionale all’universo di riferimento (sulla base dei dati ISTAT disponibili) – viene stratificato, all’interno della provincia, per:

➤ Sesso ed età (9 classi):

- M/F 11-14 anni;
- M 15-24 anni;
- M 25-44 anni;
- M 45-64 anni;
- M > 64 anni;
- F 15-24 anni;
- F 25-44 anni;
- F 45-64 anni;
- F > 64 anni;

➤ Tipologia di comune (capoluogo/non capoluogo);

➤ Ampiezza demografica dei comuni (6 classi):

- Fino a 5.000 abitanti;
- 5.000 – 10.000 abitanti;
- 10.000 – 30.000 abitanti;
- 30.000 – 100.000 abitanti;
- 100.000 - 250.000 abitanti;
- > 250.000 abitanti.

L’indagine AUDIRADIO è effettuata da due Istituti, Unicab e Doxa, pertanto il campione di 72.000 unità viene suddiviso in due parti di 36.000 casi ciascuna, equivalenti fra loro rispetto a tutti i parametri di riferimento.

I due campioni di 36.000 casi – assegnati a ciascun Istituto – vengono a loro volta ulteriormente suddivisi in 4 subcampioni di 9.000 casi, ognuno dei quali rappresenta la quota di riferimento da realizzare in ciascun ciclo da ciascun Istituto.

A livello di singolo ciclo di rilevazione, e di conseguenza al livello annuale, le quote campionarie sono le seguenti:

- Provincia per sesso e classi di età;
- Provincia per tipologia di comune (capoluogo/comune non capoluogo);
- Provincia per ampiezza demografica del comune;
- Regione per tipo-giorno della settimana.
- Tipo - giorno per sesso e classi di età;

- Tipo - giorno per capoluogo / non capoluogo;
- Tipo - giorno per ampiezza demografica del comune;
- Tipo - giorno per regione.

A livello di singolo giorno-data, invece, il campione è equiripartito (compresi i giorni festivi) in modo da assicurare, senza soluzione di continuità, una copertura omogenea dell'intero periodo di rilevazione.

Il numero di interviste da eseguire in ciascun giorno-data, cioè, è pari al numero totale di interviste del ciclo diviso il numero totale di giorni di lavoro nel ciclo.

Dal 2004, a livello di singolo ciclo, è stato inserito un vincolo di quota a livello comunale.

Ovvero, per tutti i comuni con più di 5.000 abitanti è stato definito un campione comunale le cui quote sono stabilite rispettando il peso demografico di ciascun comune all'interno della classe di ampiezza demografica di cui fa parte.

Il numero di interviste previste in ciascuna areola (ampiezza demografica < 5.000 abitanti) è definito in misura proporzionale al peso dell'areola.

Il vincolo di quota al livello comunale è stato inserito per cercare di stabilizzare il più possibile, da un ciclo all'altro, la distribuzione delle interviste sul territorio e per garantire maggiore proporzionalità all'interno delle celle di ampiezza demografica per provincia.

Il vincolo di quota al livello di singolo comune, inoltre, fa sì che la distribuzione delle interviste sul territorio, da un ciclo all'altro, risulti più stabile.

Tutte le quote sopra descritte sono inserite nel sistema CATI dei due Istituti.

LA RACCOLTA DEI DATI

Il questionario

Il questionario dell'indagine Audiradio è unico, nel senso che con esso si rilevano l'ascolto delle emittenti pubbliche e private, nazionali e locali e prevede un elenco di emittenti variabile da provincia a provincia.

Esso si articola in tre grandi sezioni, che corrispondono in sostanza ai tre obiettivi principali dell'indagine:

- l'ascolto nei 7 giorni;
- l'ascolto nel giorno medio;
- Il profilo dell'ascoltatore.

La prima sezione è volta a rilevare l'ascolto delle radio, pubbliche e private, in termini di frequenza generica e più in dettaglio negli ultimi sette giorni.

La seconda sezione si propone di rilevare l'ascolto della radio nel giorno medio.

Per convenzione viene definito come giorno medio quello antecedente l'intervista, comprensivo delle 24 ore tra le 6.00 della mattina precedente e le 6.00 della mattina del giorno della rilevazione.

Il ricordo degli atti d'ascolto degli intervistati viene sollecitato mediante i seguenti accorgimenti:

- la ricostruzione della giornata precedente per fasce di tre ore;
- la sollecitazione delle emittenti iscritte nella provincia dell'intervistato.

Al fine di evitare distorsioni legate alla posizione dell'emittente all'interno della lista proposta agli intervistati, l'ordine di preposizione delle radio nella singola intervista viene randomizzato.

L'unità di misura temporale utilizzata nell'indagine è il quarto d'ora; è ascoltatore nel quarto d'ora, colui che dichiara di aver ascoltato una radio per almeno 5 minuti in un dato quarto d'ora.

La durata dell'ascolto viene approssimata al quarto d'ora più vicino.

La terza ed ultima sezione è necessaria per la definizione del profilo degli ascoltatori e verte sulle caratteristiche socio-demografiche dell'intervistato e della sua famiglia.

Nell'ottica di una più precisa e dettagliata rappresentazione del target intervistati si procede alla rilevazione, quanto più dettagliata possibile, della "professione" dell'intervistato e del capofamiglia come mostrato nella tabella della pagina successiva.

Professione (intervistato e capofamiglia) della rilevazione 2006	
1 - Imprenditore	16 – Operaio specializzato e qualificato
2 - Dirigente/alto funzionario/quadro	17 – Operaio comune e manovale
3 – Libero professionista	18 – Agricoltore conduttore (colt. diretto, ecc..)
4 – Artista, giornalista	19 – Agricoltore dipendente (bracciante, ecc..)
5 - Insegnante (Scuole elem./media/ super.) 6 - Docente Universitario (Ordinari, Associati, Ricercatori)	20 – Familiare coadiuvante di agricoltore conduttore
7 - Militare o paramilitare	21 – Studente, scolaro (Scuole elem./media/ super.) 22 – Studente universitario
8 - Religioso	23 – In cerca di prima occupazione
9 - Impiegato di concetto 10 - Impiegato esecutivo	24 – Casalinga
11 - Negoziante, esercente	25 – Ritirato dal lavoro, pensionato (ex Imprenditori/ Dirigenti/Lib.professionisti/ artisti/ Giornalisti indipendenti/Proprietari/ redditieri/ benestanti) 26 – Ritirato dal lavoro, pensionato (ex Impiegati / Insegnanti/militari o paramilitari/religiosi/giornalisti dipendenti) 27 – Ritirato dal lavoro, pensionato (ex Negozianti/artigiani con azienda/agenti di commercio/rappresentanti/agricoltori conduttori e dipendenti) 28 – Ritirato dal lavoro, pensionato (ex Operai/braccianti/familiari coadiuvanti di agricoltori/altro)
12 - Agente di commercio, rappresentante (autonomo) senza azienda	29 – Disoccupato (ex occupato)
13 - Artigiano con azienda	30 – Proprietario, redditiero, benestante
14 - Altro lavoratore in proprio senza azienda (tassisti, ambulanti, ecc..)	31 – Altro
15 - Familiare coadiuvante (delle categorie 11, 12, 13,14)	

Il sistema C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview) e l'orario di svolgimento interviste

La rilevazione viene effettuata per telefono con l'ausilio del computer (sistema C.A.T.I. - Computer Assisted Telephone Interview).

Le interviste sono realizzate dalle sedi dei due istituti: Unicab a Roma, Doxa a Milano.

Le interviste sono svolte nella fascia oraria che va dalle 18.00 alle 22.00 al fine di ridurre al minimo le potenziali distorsioni derivanti dall'assenza da casa delle persone che lavorano.

Nei giorni festivi e prefestivi (sabato) le interviste vengono svolte nella fascia oraria meridiana (dalle 12.00 alle 16.00).

Le interviste nella provincia di Bolzano

Nella provincia autonoma a statuto speciale di Bolzano è prevista la possibilità che le interviste vengano effettuate anche in lingua tedesca.

Le interviste nella provincia vengono svolte da intervistatori bilingue, in grado cioè di parlare correntemente e in maniera fluente la lingua tedesca e la lingua italiana.

I controlli di qualità

Nella fase della raccolta dei dati viene attuato un piano complessivo per il controllo della qualità delle informazioni raccolte.

Tale piano prende l'avvio dalla selezione e dalla formazione dei rilevatori. Gli intervistatori vengono selezionati fra coloro che hanno una notevole esperienza nelle indagini C.A.T.I.

Il field di intervistatori che seguono l'indagine è sottoposto ad una riunione di istruzione (briefing), tenuta dai responsabili di ricerca degli Istituti presso la propria sede.

Nel corso del briefing agli intervistatori viene illustrato nel dettaglio il questionario, vengono quindi effettuate delle interviste simulate al computer per verificare il programma di rilevazione e per illustrare praticamente le procedure di registrazione dei dati.

L'attività degli intervistatori è costantemente seguita dai supervisori nel corso dell'esecuzione delle interviste in sala rilevazione.

La società incaricata da Audiradio dei controlli, può verificare la correttezza dello svolgimento di tutte le fasi dell'indagine.

LE DEFINIZIONI

Riportiamo di seguito le definizioni principali adottate nel corso dell'indagine. Le seguenti definizioni sono state stabilite convenzionalmente e servono ad identificare in modo univoco la figura dell'ascoltatore, secondo le due principali definizioni di ascolto.

Ascoltatore nel giorno medio ieri

Viene considerato ascoltatore nel giorno medio colui che ha dichiarato di aver ascoltato la radio per almeno un quarto d'ora nel corso della giornata precedente l'intervista (giorno medio ieri).

Ascoltatore negli ultimi sette giorni

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

Giorno medio ieri

La giornata di ieri si intende composta di 24 ore e va dalle 06.00 della mattina precedente all'intervista alle 06.00 della mattina successiva.

La **professione** attiene l'intervistato ed il capofamiglia. E' rilevata in maniera dettagliata (31 voci), in corso di intervista, ed in fase di elaborazione viene "accorpata" nel modo seguente:

PROFESSIONE RILEVATA

- 1 Imprenditore
- 2 Dirigente/Alto funzionario/Quadro
- 3 Libero professionista
- 4 Artista, giornalista
- 5 Insegnante (Suola elemen./media/superiore)
- 6 Docente Universitario
- 7 Militare o paramilitare
- 8 Religioso
- 9 Impiegato di concetto
- 10 Impiegato esecutivo
- 11 Negoziante, esercente
- 12 Agente di commercio, rappresentante (autonomo)
- 13 Artigiano con azienda
- 14 Altro lavoratore in proprio senza
azienda (tassisti, ambulanti, imbianchini, ecc.)
- 15 Familiare coadiuvante (delle categorie 11, 12, 13, 14)
- 16 Operaio specializzato e qualificato
- 17 Operaio comune e manovale

MACRO CATEGORIE

- Profess/Dirig/Imprenditori
- Profess/Dirig/Imprenditori
- Profess/Dirig/Imprenditori
- Intellettuali/docenti
- Intellettuali/docenti
- Intellettuali/docenti
- Impiegati
- Impiegati
- Impiegati
- Impiegati
- Commercianti/Artigiani
- Commercianti/Artigiani
- Commercianti/Artigiani
- Commercianti/Artigiani
- Commercianti/Artigiani
- Operai
- Operai

PROFESSIONE RILEVATA

- 18 Agricoltore conduttore (coltivatore diretto,
affittuario, mezzadro..)
- 19 Agricoltore dipendente (bracciante
salarato agricolo)
- 20 Familiare coadiuvante di agricoltore conduttore
- 21 Studente scolastico (scuola elem./media/sup.)
- 22 Studente universitario

MACRO CATEGORIE

- Addetti agricoltura
- Addetti agricoltura
- Addetti agricoltura
- Studenti
- Studenti

23	In cerca di prima occupazione	In cerca prima occ./Disoccupati
24	Casalinga	Casalinga famiglie non operaie (*)
	Casalinga famiglie operaie (*)	
25	Ritirato dal lavoro/pensionato(ex Imprend/Dirig/Lib.Prof)	Pensionati
26	Ritirato dal lavoro/pensionato (ex Impiegati/Insegnanti)	Pensionati
27	Ritirato dal lavoro/pensionato(ex Negozianti/agenti..)	Pensionati
28	Ritirato dal lavoro/pensionato (ex Operai/Braccianti)	Pensionati
29	Disoccupato (ex-occupato)	In cerca prima occ./Disoccupati
30	Proprietario, redditiero, benestante	Profess/Dirig/Imprenditori
31	Altro	Altro

(*) In fase di elaborazione la voce CASALINGA viene suddivisa sulla base della professione del capofamiglia. Se professione capofamiglia = categorie 14,15, 17, si elabora "casalinga famiglie operaie. Se professione capofamiglia = altre categorie, si elabora "casalinga famiglie non operaie".

LE ELABORAZIONI

La ponderazione

Al termine di ciascun ciclo di rilevazione si provvede alla compattazione dei dati rilevati nel corso del ciclo, al controllo della qualità dei dati e alla loro ponderazione ed estrapolazione all'universo.

Il metodo C.A.T.I. fornisce delle garanzie a priori per quanto concerne la correttezza dei percorsi di intervista e pertanto sulla presenza delle informazioni che ci si attende dagli intervistati.

La ponderazione è una fase necessaria al fine di riportare nel campione le proporzioni dell'universo, volutamente modificate in fase di determinazione della numerosità campionaria a seguito dei sovracampionamenti. Inoltre, la ponderazione, riesce a correggere le piccole distorsioni che potrebbero derivare dalla non completa copertura delle quote stabilite nella fase di realizzazione dell'indagine.

Risultato dell'operazione di ponderazione è l'attribuzione ad ogni singolo individuo di un coefficiente numerico (detto "peso"), al fine di ristabilire nel campione le giuste proporzioni per i parametri tenuti sotto controllo.

La ponderazione dei dati Audiradio viene effettuata utilizzando parametri diversi a seconda che si tratti dei dati del semestre (2 cicli cumulati) o dell'intera rilevazione.

Per i dati del semestre (2 cicli cumulati) la griglia dei parametri per la ponderazione prevede:

- tipo-giorno X Area geografica [7x4 celle];
- tipo-giorno X responsabile acquisti [7x2 celle];
- regione X responsabile acquisti [19x2 celle];
- provincia X sesso [103x2 celle];
- tipo-giorno X sesso [7x2 celle];
- regione X sesso [19x2 celle];
- ampiezza del centro X Area geografica [6x4 celle];
- regione X sesso X età [19x2x8 celle].

Per la ponderazione dei dati dell'intera indagine annuale avviene un affinamento dei parametri. L'insieme delle 72.000 interviste viene infatti ponderato tenendo contemporaneamente sotto controllo, oltre ai valori delle distribuzioni o tabelle a doppia entrata utilizzate in precedenza (le prime 5 tabelle), nuovi marginali. Nello specifico le tabelle utilizzate per la ponderazione annuale saranno:

- tipo-giorno X Area geografica [7x4 celle];
- tipo-giorno X responsabile acquisti [7x2 celle];
- regione X responsabile acquisti [19x2 celle];
- provincia X sesso [103x2 celle];
- tipo-giorno X sesso [7x2 celle];
- regione X ampiezza dei centri [19x6 celle];
- regione X sesso X età [19x2x8 celle]
- provincia X sesso/età [103x9 celle];
- provincia X capoluogo/non capoluogo [103x2 celle].

Elaborazione dei semestri

A conclusione di 2 cicli (36.000 interviste), vengono prodotti i seguenti dati:

- Per il I e II semestre (1° + 2° ciclo 2006 e 3° + 4° ciclo 2006) e per il I e II semestre mobile (4° ciclo 2005 + 1° ciclo 2006 e 2° + 3° ciclo 2006) vengono prodotti i dati di copertura delle radio significative (che hanno superato la soglia dei 24 casi nel giorno medio);
- soltanto per il primo semestre 2006 (1° + 2° ciclo) e per il secondo semestre 2006 (3° + 4° ciclo) vengono prodotti dei fascicoli cartacei.

Elaborazione annuale

A conclusione dei 4 cicli (72.000 interviste):

- dati di copertura radio significative (che hanno superato la soglia dei 24 casi nel giorno medio);
- tre volumi comprendenti tutte le tavole con i dati nazionali e provinciali.

In particolare:

- volume dati giorno medio (emittenti che superano la soglia dei 24 casi nel giorno medio);
- volume dati 7 giorni (emittenti che superano la soglia dei 24 casi nel giorno medio);
- volume provinciale (emittenti che superano la soglia dei 24 casi nei 7 giorni).

LIMITI FIDUCIARI 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 margine di confidenza del 90%:

$$i..f(\%) = \pm 1,65 \sqrt{\frac{p(100-p)}{n}}$$

In questa formula:

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

n = numerosità del campione teorico

p = percentuale di penetrazione degli ascoltatori per ogni radio

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

$$i..f \pm (i..f\%) \times 52.509.000$$

Dove 52.509.000 è l'universo di riferimento.

Nel caso di campione annuale, i valori di stima inferiori ai 50.000 ascoltatori nel giorno medio settimanale sul campione di **72.000** (0,1 di penetrazione equivale a 72 casi) sono affetti mediamente da un errore campionario pari o superiore al **19.8%** della stima stessa, nel caso del totale individui.

Nei casi di analisi su un sottotarget (*per esempio maschi*) la stessa penetrazione pari a **25.000** ascoltatori può variare del **±28%** cioè da **18.000** a **32.000**; la variazione supera il 50% nel caso dell'ascolto nei singoli giorni della settimana.

Nella pagina successiva, si riportano i limiti fiduciari, per diversi valori di “p” nel caso di un campione annuale di 72.000 casi.

Ascoltatori	% Penetrazione	i.f. (valore assoluto)	Limite minimo	Limite massimo
50.000	0,10	9.959	40.041	59.959
75.000	0,14	12.194	62.806	87.194
100.000	0,19	14.077	85.923	114.077
125.000	0,24	15.735	109.265	140.735
150.000	0,29	17.233	132.767	167.233
175.000	0,33	18.609	156.391	193.609
200.000	0,38	19.889	180.111	219.889
225.000	0,43	21.091	203.909	246.091
250.000	0,48	22.226	227.774	272.226
275.000	0,52	23.306	251.694	298.306
300.000	0,57	24.336	275.664	324.336
325.000	0,62	25.324	299.676	350.324
350.000	0,67	26.273	323.727	376.273
375.000	0,71	27.189	347.811	402.189
400.000	0,76	28.074	371.926	428.074
425.000	0,81	28.931	396.069	453.931
450.000	0,86	29.763	420.237	479.763
475.000	0,90	30.571	444.429	505.571
500.000	0,95	31.358	468.642	531.358
525.000	1,00	32.124	492.876	557.124
550.000	1,05	32.872	517.128	582.872
600.000	1,14	34.317	565.683	634.317
700.000	1,33	37.031	662.969	737.031
800.000	1,52	39.550	760.450	839.550
900.000	1,71	41.908	858.092	941.908
1.000.000	1,90	44.133	955.867	1.044.133
1.250.000	2,38	49.222	1.200.778	1.299.222
1.500.000	2,86	53.788	1.446.212	1.553.788
1.750.000	3,33	57.955	1.692.045	1.807.955
2.000.000	3,81	61.804	1.938.196	2.061.804
2.250.000	4,28	65.391	2.184.609	2.315.391
2.500.000	4,76	68.756	2.431.244	2.568.756
2.750.000	5,24	71.932	2.678.068	2.821.932
3.000.000	5,71	74.941	2.925.059	3.074.941
3.250.000	6,19	77.804	3.172.196	3.327.804
3.500.000	6,67	80.536	3.419.464	3.580.536
3.750.000	7,14	83.150	3.666.850	3.833.150
4.000.000	7,62	85.656	3.914.344	4.085.656
5.000.000	9,52	94.774	4.905.226	5.094.774
10.000.000	19,04	126.782	9.873.218	10.126.782

Al fine di garantire una certa affidabilità si sono fissate le seguenti soglie per la pubblicazione dei dati di ascolto delle singole emittenti radiofoniche:

- *Ascoltatori nel giorno medio* 24 casi nel giorno medio;
- *Ascoltatori nel quarto d'ora* 80 casi nel giorno medio.

ALLEGATO

**UNIVERSO E PIANO DI
CAMPIONAMENTO 2006**

	POPOLAZ. 11 E + ('000)	DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE TEORICO			
		Base Prop.(99%)	Sovrac. (1%)	Totale campione ANNO	Totale campione SEMESTRE
TOTALE ITALIA	52.509	71.450	550	72.000	36.000
REGIONE PIEMONTE					
1 1 TORINO	2.032	2.750		2.750	1.375
1 2 VERCELLI	162	220	20	240	120
1 3 NOVARA	321	440		440	220
1 4 CUNEO	514	700		700	350
1 5 ASTI	195	270		270	135
1 6 ALESSANDRIA	397	540		540	270
2 7 AOSTA	111	150	90	240	120
1 96 VERBANIA	147	200	40	240	120
1 97 BIELLA	172	240		240	120
TOTALE PIEMONTE	4.051	5.510	150	5.660	2.830
REGIONE LIGURIA					
7 10 GENOVA	807	1.110		1.110	555
7 8 IMPERIA	198	260		260	130
7 9 SAVONA	260	360		360	180
7 11 LA SPEZIA	202	280		280	140
TOTALE LIGURIA	1.467	2.010	0	2.010	1.005
REGIONE LOMBARDIA					
3 15 MILANO	3.467	4.700		4.700	2.350
3 12 VARESE	761	1.030		1.030	515
3 13 COMO	504	680		680	340
3 14 SONDRIO	161	220	20	240	120
3 16 BERGAMO	910	1.230		1.230	615
3 17 BRESCIA	1.044	1.420		1.420	710
3 18 PAVIA	468	640		640	320
3 19 CREMONA	314	430		430	215
3 20 MANTOVA	355	480		480	240
3 98 LECCO	289	390		390	195
3 99 LODI	189	260		260	130
TOTALE LOMBARDIA	8.462	11.480	20	11.500	5.750
REGIONE TRENTINO ALTO ADIGE					
4 21 BOLZANO	417	570		570	285
4 22 TRENTO	442	600		600	300
TOTALE TRENTINO ALTO ADIGE	859	1.170	0	1.170	585
REGIONE VENETO					
5 27 VENEZIA	754	1.030		1.030	515
5 23 VERONA	771	1.050		1.050	525
5 24 VICENZA	739	1.000		1.000	500
5 25 BELLUNO	193	260		260	130
5 26 TREVISO	749	1.010		1.010	505
5 28 PADOVA	795	1.080		1.080	540
5 29 ROVIGO	226	310		310	155
TOTALE VENETO	4.227	5.740	0	5.740	2.870

	POPOLAZ. 11 E + ('000)	DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE TEORICO			
		Base Prop.(99%)	Sovrac. (1%)	Totale campione ANNO	Totale campione SEMESTRE
REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA					
6 32 TRIESTE	220	310		310	155
6 30 UDINE	482	660		660	330
6 31 GORIZIA	129	180	60	240	120
6 93 PORDENONE	270	370		370	185
TOTALE FRIULI VENEZIA GIULIA	1.101	1.520	60	1.580	790
REGIONE EMILIA ROMAGNA					
8 37 BOLOGNA	862	1.180		1.180	590
8 33 PIACENZA	251	340		340	170
8 34 PARMA	378	500		500	250
8 35 REGGIO NELL'EMILIA	436	580		580	290
8 36 MODENA	595	810		810	405
8 38 FERRARA	325	440		440	220
8 39 RAVENNA	335	450		450	225
8 40 FORLI'	338	460		460	230
8 100 RIMINI	259	350		350	175
TOTALE EMILIA ROMAGNA	3.779	5.110	0	5.110	2.555
REGIONE TOSCANA					
9 48 FIRENZE	879	1.200		1.200	600
9 45 MASSA-CARRARA	184	250		250	125
9 46 LUCCA	346	470		470	235
9 47 PISTOIA	253	350		350	175
9 49 LIVORNO	304	420		420	210
9 50 PISA	360	490		490	245
9 51 AREZZO	304	410		410	205
9 52 SIENA	239	330		330	165
9 53 GROSSETO	201	270		270	135
9 101 PRATO	216	290		290	145
TOTALE TOSCANA	3.286	4.480	0	4.480	2.240
REGIONE MARCHE					
11 42 ANCONA	419	570		570	285
11 41 PESARO E URBINO	331	450		450	225
11 43 MACERATA	284	390		390	195
11 44 ASCOLI PICENO	343	470		470	235
TOTALE MARCHE	1.377	1.880	0	1.880	940
REGIONE UMBRIA					
10 54 PERUGIA	575	780		780	390
10 55 TERNI	208	290		290	145
TOTALE UMBRIA	783	1.070	0	1.070	535
REGIONE LAZIO					
12 58 ROMA	3.425	4.650		4.650	2.325
12 56 VITERBO	273	370		370	185
12 57 RIETI	139	190	50	240	120
12 59 LATINA	464	630		630	315
12 60 FROSINONE	442	600		600	300
TOTALE LAZIO	4.743	6.440	50	6.490	3.245

	POPOLAZ. 11 E + ('000)	DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE TEORICO			
		Base Prop.(99%)	Sovrac. (1%)	Totale campione ANNO	Totale campione SEMESTRE
REGIONE ABRUZZO					
13 66 L'AQUILA	277	380		380	190
13 67 TERAMO	266	360		360	180
13 68 PESCARA	277	380		380	190
13 69 CHIETI	354	480		480	240
TOTALE ABRUZZI	1.174	1.600	0	1.600	800
REGIONE MOLISE					
14 70 CAMPOBASSO	209	290		290	145
14 94 ISERNIA	82	110	130	240	120
TOTALE MOLISE	291	400	130	530	265
REGIONE CAMPANIA					
15 63 NAPOLI	2.676	3.650		3.650	1.825
15 61 CASERTA	764	1.030		1.030	515
15 62 BENEVENTO	258	350		350	175
15 64 AVELLINO	390	530		530	265
15 65 SALERNO	965	1.310		1.310	655
TOTALE CAMPANIA	5.053	6.870	0	6.870	3.435
REGIONE PUGLIA					
16 72 BARI	1.406	1.900		1.900	950
16 71 FOGGIA	603	830		830	415
16 73 TARANTO	518	710		710	355
16 74 BRINDISI	358	490		490	245
16 75 LECCE	720	980		980	490
TOTALE PUGLIA	3.605	4.910	0	4.910	2.455
REGIONE BASILICATA					
17 76 POTENZA	352	480		480	240
17 77 MATERA	182	250		250	125
TOTALE BASILICATA	534	730	0	730	365
REGIONE CALABRIA					
18 80 REGGIO DI CALABRIA	502	680		680	340
18 78 COSENZA	657	900		900	450
18 79 CATANZARO	329	450		450	225
18 102 CROTONE	152	210	30	240	120
18 103 VIBO VALENTIA	149	210	30	240	120
TOTALE CALABRIA	1.789	2.450	60	2.510	1.255
REGIONE SICILIA					
19 82 PALERMO	1.091	1.490		1.490	745
19 81 TRAPANI	384	520		520	260
19 83 MESSINA	591	810		810	405
19 84 AGRIGENTO	403	550		550	275
19 85 CALTANISSETTA	241	330		330	165
19 86 ENNA	154	210	30	240	120
19 87 CATANIA	941	1.280		1.280	640
19 88 RAGUSA	271	370		370	185
19 89 SIRACUSA	354	480		480	240
TOTALE SICILIA	4.430	6.040	30	6.070	3.035
REGIONE SARDEGNA					
20 92 CAGLIARI	698	950		950	475
20 90 SASSARI	422	570		570	285
20 91 NUORO	238	330		330	165
20 95 ORISTANO	140	190	50	240	120
TOTALE SARDEGNA	1.498	2.040	50	2.090	1.045

f) Il costo di accesso ai singoli servizi di rilevazione:

- La contribuzione a carico di ciascuna Radio per l'Indagine è pari a Euro 320 per ogni provincia di iscrizione, oltre a Euro 11.50 ogni 1.000 ascoltatori giorno medio risultanti dall'Indagine Audiradio dell'anno precedente (in mancanza di tale dato o per dato inferiore a 50.000 ascoltatori, verranno attribuiti forfetariamente 50.000 ascoltatori giorno medio).
- I risultati sono a disposizione anche su nastro (dati elementari) per le società che effettuano le pianificazioni pubblicitarie al costo annuale di euro 3.600 + I.V.A.

g) L'indirizzo del sito internet ove è reperibile il documento recante l'esposizione dell'intera metodologia utilizzata:

www.audiradio.it