



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 al 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 120.000 interviste, da gestire nell'arco dell'anno, rappresentativo della popolazione italiana di età superiore agli 11 anni.

Al fine di poter rappresentare in modo completo la popolazione oggetto di indagine, sono inclusi nella rilevazione anche gli utilizzatori esclusivi di telefono cellulare, segmento in forte crescita negli ultimi anni. Di conseguenza l'indagine Audiradio è condotta sia su coloro che possiedono il telefono fisso sia su coloro che usano esclusivamente un telefono cellulare.

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

L'indagine è strutturata, nel 2008, in 6 bimestri di rilevazione secondo lo schema seguente:

primo bimestre:	sabato 12 gennaio - venerdì 29 febbraio
secondo bimestre:	sabato 1 marzo - venerdì 25 aprile <i>(con pausa dal 22 al 28 marzo per la Pasqua)</i>
terzo bimestre:	sabato 26 aprile - venerdì 13 giugno
quarto bimestre:	sabato 14 giugno - venerdì 1 agosto
quinto bimestre:	sabato 6 settembre - venerdì 24 ottobre
sesto bimestre:	sabato 25 ottobre - venerdì 12 dicembre

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 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 52.761.000 individui.

SESSO		Dati censimento 2001	Dati censimento 2001
		in '000	in %
	Maschi	25.447	48.23
	Femmine	27.314	51.77
ETA'	11-14 anni	2.304	4.37
	15-24 anni	6.126	11.61
	25-44 anni	18.067	34.24
	45-64 anni	14.827	28.10
	oltre 64 anni	11.437	21.68
TOTALE		52.761	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 la quasi totalità (99,8%) e non proporzionale per lo 0,2% 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, ciascuna composta da più comuni contigui
- 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, possono 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 2.150 e in ciascuna areola o comune virtuale sono presenti in media 2,6 comuni.

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 120.000 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 al 99,8%. Per la quota restante, 0,2% 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 107 province italiane, e quindi nelle 19 regioni, il totale interviste – sempre in misura proporzionale all'universo di riferimento - 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.

Per identificare statisticamente coloro che dispongono esclusivamente di un telefono cellulare, si è fatto ricorso ad una fonte ufficiale: l'”Indagine statistica multiscope sulle famiglie italiane” condotta dall'ISTAT nel 2006. Per evitare interviste a minori senza il consenso da parte dei genitori, le interviste sui cellulari saranno realizzate solo a condizione che l'intervistato abbia una età superiore o uguale ai 15 anni. Secondo i dati della suddetta indagine ISTAT, l'universo di riferimento dei possessori esclusivi di telefono cellulare (uno o più di uno) di 15 anni ed oltre, ammonta a circa 8.615.000 individui, pari al 17,2% al livello Italia.

Poiché l' ”Indagine multiscope sulle famiglie italiane” condotta dall'ISTAT, fornisce una distribuzione al livello regionale del target di possessori esclusivi di telefono cellulare, la quota “cellulari” viene stratificata proporzionalmente al livello regionale. Sul campione complessivo di 120.000 casi, la distribuzione delle interviste per regione – da realizzare tra telefono fisso e telefono cellulare - è la seguente:

	Totale campione	Quota interviste da realizzare al target 11-14 anni su telefono fisso	Quota interviste da realizzare al target 15 anni ed oltre (differenza sul totale campione)	Quota interviste da realizzare al target 15 anni ed oltre su telefono fisso	Quota interviste da realizzare al target 15 anni ed oltre su telefono cellulare
Piemonte - Valle d'Aosta	9.200	333	8.867	7.315	1.552
Liguria	3.360	109	3.251	2.851	400
Lombardia	19.360	747	18.613	16.193	2.420
Trentino Alto-Adige	1.970	95	1.875	1.661	214
Veneto	9.660	388	9.272	8.298	974
Friuli Venezia Giulia	2.510	84	2.426	2.096	330
Emilia Romagna	8.620	288	8.332	7.157	1.175
Toscana	7.520	264	7.256	6.407	849
Marche	3.150	125	3.025	2.626	399
Umbria	1.790	70	1.720	1.471	249
Lazio	10.840	463	10.377	8.862	1.515
Abruzzo	2.680	116	2.564	2.146	418
Molise	720	32	688	587	101
Campania	11.500	688	10.812	8.617	2.195
Puglia	8.200	435	7.765	5.661	2.104
Basilicata	1.210	61	1.149	959	190
Calabria	4.070	219	3.851	2.846	1.005
Sicilia	10.090	565	9.525	6.725	2.800
Sardegna	3.550	155	3.395	2.546	849
Totale Italia	120.000	5.237	114.763	95.024	19.739
<i>Base: totale campione 11 anni e oltre</i>	100,0	4,4	95,6		
<i>Base: quota interviste target 15 anni e oltre</i>			100,0	82,8	17,2

L'indagine AUDIRADIO è effettuata da due Istituti, Unicab e Doxa, pertanto il campione di 120.000 unità viene suddiviso in due parti di 60.000 casi ciascuna, equivalenti fra loro rispetto a tutti i parametri di riferimento.

I due campioni di 60.000 casi - assegnati a ciascun Istituto - vengono a loro volta ulteriormente suddivisi in 6 subcampioni di 10.000 casi, ognuno dei quali rappresenta la quota di riferimento da realizzare in ciascun bimestre/ciclo da ciascun Istituto.

A livello di singolo ciclo di rilevazione, e di conseguenza al livello annuale, le quote campionarie, a prescindere da telefono fisso e cellulare, 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;

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.

Al livello di singolo ciclo di rilevazione, è previsto anche 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 ciascun Comune virtuale (ampiezza demografica <5.000 abitanti), è, invece, definito in misura proporzionale al peso dell'areola o comune virtuale sulla provincia.

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

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.

Rispetto al questionario base, per le interviste ai cellulari sono previste due domande di screening volte a verificare:

- possesso esclusivo di telefono cellulare;
- in caso di possesso esclusivo, l'età (15 anni e oltre) e il comune di domicilio abituale dell'intervistato, per verificare l'esaurimento o meno della quota campionaria provinciale e per proporre l'elenco delle radio relativo a quella provincia (dal CATI).

Il questionario 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 orarie;
- 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 delle radio viene randomizzato.

L'unità di misura 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 seguente tabella:

Professione intervistato e capofamiglia

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.)	20 - Familiare coadiuvante di agricoltore conduttore
6 - Docente Universitario (Ordinari, Associati, Ricercatori)	
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	24 - Casalinga
10 - Impiegato esecutivo	
11 - Negoziante, esercente	25 - Ritirato dal lavoro, pensionato (ex Imprenditori/ Dirigenti/Lib.professionisti/ artisti/ Giornalisti indipendenti/Proprietari/ redditeri/ 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 sui telefoni cellulari sono svolte nella fascia oraria dalle 16.00 alle 22.00. Le interviste sui telefoni fissi, invece, sono svolte nella fascia oraria dalle 18.00 alle 22.00.

Nei giorni festivi e prefestivi (sabato) le interviste, sia sui telefoni fissi che sui cellulari, vengono svolte nella fascia oraria 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 in lingua tedesca 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 degli intervistatori che 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 supervisor 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.

L'attività degli intervistatori è costantemente seguita dai supervisor 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.

Queste definizioni sono state stabilite convenzionalmente per identificare in maniera univoca 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, almeno per un quarto d'ora, nel corso della giornata precedente l'intervista (che si compone di 24 ore).

➤ **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 l'intervista alle 06.00 della mattina successiva.

La professione dell'intervistato e del capofamiglia – rilevata in corso di intervista in maniera dettagliata (31 voci) - in fase di elaborazione viene “accorpata” nel modo seguente:

PROFESSIONE RILEVATA

MACRO CATEGORIE

1 Imprenditore	Profess/Dirig/Imprenditori
2 Dirigente/Alto funzionario/Quadro	Profess/Dirig/Imprenditori
3 Libero professionista	Profess/Dirig/Imprenditori
4 Artista, giornalista	Intellettuali/docenti
5 Insegnante (Suola elemen./media/superiore)	Intellettuali/docenti
6 Docente Universitario	Intellettuali/docenti
7 Militare o paramilitare	Impiegati
8 Religioso	Impiegati
9 Impiegato di concetto	Impiegati
10 Impiegato esecutivo	Impiegati
11 Negoziante, esercente	Commercianti/Artigiani
12 Agente di commercio, rappresentante (autonomo)	Commercianti/Artigiani
13 Artigiano con azienda	Commercianti/Artigiani
14 Altro lavoratore in proprio senza azienda (<i>tassisti, ambulanti, imbianchini, ecc.</i>)	Commercianti/Artigiani
15 Familiare coadiuvante (<i>delle categorie 11,12,13,14</i>)	Commercianti/Artigiani
16 Operaio specializzato e qualificato	Operai
18 Agricoltore conduttore (<i>coltivatore diretto, affittuario, mezzadro</i>)	Addetti agricoltura
19 Agricoltore dipendente (<i>bracciante salariato agricolo</i>)	Addetti agricoltura

PROFESSIONE RILEVATA

MACRO CATEGORIE

20 Familiare coadiuvante di agricoltore conduttore	Addetti agricoltura
21 Studente scolastico (<i>scuola elem./media/sup.</i>)	Studenti
22 Studente universitario	Studenti

23	In cerca di prima occupazione	In cerca prima occ./Disoccupati
24	Casalinga	Casalinga fam. 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".

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.

Nel caso di Audiradio la ponderazione viene effettuata utilizzando diversi parametri a seconda che si tratti dei dati del bimestre, del semestre o dell'intera rilevazione.

Per i dati del bimestre (20.000 interviste) o ciclo la griglia dei parametri per la ponderazione prevede:

- Regione X per sesso [19x2 celle];
- Regione X responsabile acquisti [19x2 celle];
- Sesso X età (16 classi) X zona (4 aree) [16x4 celle];
- Giorno X responsabile acquisti [7x2 celle];
- Giorno X sesso [7x2 celle];
- Ampiezza del centro X zona [6x4 celle];
- Provincia [107 celle].

Per i dati del semestre (60.000 interviste) la griglia dei parametri per la ponderazione prevede:

- Giorno X zona [7x4 celle];
- Giorno X responsabile acquisti [7x2 celle];
- Regione X responsabile acquisti [19x2 celle];
- Provincia X sesso [107x2 celle];
- Giorno X sesso [7x2 celle];
- Regione X sesso [19x2 celle];
- Ampiezza del centro X zona [6x4 celle];
- Regione X sesso X età [19x2x8 celle]

Nella ponderazione dei dati dell'intera indagine (120.000 interviste) avviene un ulteriore affinamento dei parametri.

L'insieme delle 120.000 interviste viene ponderato tenendo sotto controllo la seguente griglia, in parte eguale a quella usata per le ponderazioni semestrali, in parte relativa a nuovi incroci.

- Giorno X zona [7x4 celle];
- Giorno X responsabile acquisti [7x2 celle];
- Regione X responsabile acquisti [19x2 celle];
- Provincia X sesso [107x2 celle];
- Giorno X sesso [7x2 celle];
- Regione X ampiezza dei centri [19x6 celle];
- Regione X sesso X età [19x2x8 celle]
- Provincia X sesso/età [107x9 celle];
- Provincia X capoluogo/non capoluogo [107x2 celle];

Elaborazioni dei bimestri

A conclusione di ciascun ciclo/bimestre (20.000 interviste), vengono prodotti i dati di copertura con l'ascolto nei 7 giorni e nel giorno medio ieri della radio in generale e delle singole emittenti significative (almeno 24 casi nel giorno medio) al livello Totale Italia e Regionale.

Elaborazioni del semestre

A conclusione del I Semestre 2008 (12 Gennaio – 13 Giugno 2008 – 60.000 casi), vengono prodotti i dati di copertura con l'ascolto nei 7 giorni e nel giorno medio ieri della radio in generale e delle singole emittenti significative (almeno 24 casi nel giorno medio) al livello Totale Italia e Regionale.

Verrà prodotto, come già per l'indagine 2007, un volume cartaceo.

A conclusione del II Semestre 2008 (6 Settembre – 12 Dicembre 2008 – 40.000 casi), vengono prodotti i dati di copertura con l'ascolto nei 7 giorni e nel giorno medio ieri della radio in generale e delle singole emittenti significative (almeno 24 casi nel giorno medio) al livello Totale Italia e Regionale. Verranno prodotte, inoltre, delle tavole in formato excel.

Elaborazione annuale

A conclusione dei 6 bimestri 2008 (120.000 interviste) vengono prodotti i dati relativi a :

- a) i dati di copertura con l'ascolto nei 7 giorni e nel giorno medio ieri della radio in generale e delle singole emittenti significative (almeno 24 casi nel giorno medio) al livello Totale Italia e Regionale.
- b) 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%:

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

In questa formula:

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

n = numerosità del campione teorico annuale (120.000)

p = percentuale di penetrazione degli ascoltatori per ogni radio

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

$$\text{i.f.} = + (\text{i.f.(\%)} \times 52.761.000/100)$$

Dove 52.761.000 è l'universo di riferimento. Nella seguente tabella vengono illustrati gli errori campionari per diversi valori di "p" relativi al campione annuale (120.000 casi).

Ascoltatori	% Penetrazione	i.f. (valore assoluto)	Limite minimo	Limite massimo
50.000	0,09	7.733	42.267	57.733
75.000	0,14	9.468	65.532	84.468
100.000	0,19	10.930	89.070	110.930
125.000	0,24	12.218	112.782	137.218
150.000	0,28	13.381	136.619	163.381
175.000	0,33	14.449	160.551	189.449
200.000	0,38	15.443	184.557	215.443
225.000	0,43	16.376	208.624	241.376
250.000	0,47	17.258	232.742	267.258
275.000	0,52	18.096	256.904	293.096
300.000	0,57	18.896	281.104	318.896
325.000	0,62	19.663	305.337	344.663
350.000	0,66	20.400	329.600	370.400
375.000	0,71	21.111	353.889	396.111
400.000	0,76	21.799	378.201	421.799
425.000	0,81	22.464	402.536	447.464
450.000	0,85	23.110	426.890	473.110
475.000	0,90	23.737	451.263	498.737
500.000	0,95	24.348	475.652	524.348
525.000	1,00	24.944	500.056	549.944
550.000	1,04	25.524	524.476	575.524
600.000	1,14	26.647	573.353	626.647
700.000	1,33	28.754	671.246	728.754
800.000	1,52	30.710	769.290	830.710
900.000	1,71	32.541	867.459	932.541
1.000.000	1,90	34.268	965.732	1.034.268
1.250.000	2,37	38.221	1.211.779	1.288.221
1.500.000	2,84	41.767	1.458.233	1.541.767
1.750.000	3,32	45.003	1.704.997	1.795.003
2.000.000	3,79	47.993	1.952.007	2.047.993
2.250.000	4,26	50.778	2.199.222	2.300.778
2.500.000	4,74	53.392	2.446.608	2.553.392
2.750.000	5,21	55.859	2.694.141	2.805.859
3.000.000	5,69	58.197	2.941.803	3.058.197
3.250.000	6,16	60.421	3.189.579	3.310.421
3.500.000	6,63	62.543	3.437.457	3.562.543
3.750.000	7,11	64.574	3.685.426	3.814.574
4.000.000	7,58	66.521	3.933.479	4.066.521
5.000.000	9,48	73.606	4.926.394	5.073.606
10.000.000	18,95	98.496	9.901.504	10.098.496

I valori di stima inferiori ai 50.000 ascoltatori nel giorno medio settimanale sul campione di **120.000** (*0,1 di penetrazione equivale a 120 casi*) sono affetti mediamente da un errore campionario pari o superiore al **15.5%** della stima stessa, nel caso del totale individui.

Nel casi di analisi su un sottotarget (*per esempio maschi*) la stessa penetrazione pari a **25.000** ascoltatori può variare del **±22%** cioè da 19.500 a 30.500; la variazione supera il **50%** nel caso dell'ascolto nei singoli giorni della settimana.

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

Il Campione 120.000 casi

Ripartizione

	POPOLAZIONE 11 ANNI E PIU'	BASE PROPORZ.	SOVRACAMP.	TOTALE
* regione Piemonte-V.D'A.				
1 1 TORINO	2036	4620		4620
1 2 VERCELLI	162	370		370
1 3 NOVARA	322	730		730
1 4 CUNEO	515	1170		1170
1 5 ASTI	195	440		440
1 6 ALESSANDRIA	398	900		900
2 7 AOSTA	112	250		250
1 96 VERBANIA	147	330		330
1 97 BIELLA	171	390		390
Totale	4058	9200	0	9200
* regione Liguria				
7 10 GENOVA	820	1860		1860
7 8 IMPERIA	199	450		450
7 9 SAVONA	260	590		590
7 11 LA SPEZIA	203	460		460
Totale	1482	3360	0	3360
* regione Lombardia				
3 15 MILANO	3489	7920		7920
3 12 VARESE	765	1740		1740
3 13 COMO	509	1160		1160
3 14 SONDRIO	161	370		370
3 16 BERGAMO	919	2090		2090
3 17 BRESCIA	1054	2390		2390
3 18 PAVIA	472	1070		1070
3 19 CREMONA	316	720		720
3 20 MANTOVA	357	810		810
3 98 LECCO	291	660		660
3 99 LODI	191	430		430
Totale	8524	19360	0	19360
* regione Trentino A.A.				
4 21 BOLZANO	422	960		960
4 22 TRENTO	446	1010		1010
Totale	868	1970	0	1970
* regione Veneto				
5 27 VENEZIA	755	1710		1710
5 23 VERONA	778	1770		1770
5 24 VICENZA	745	1690		1690
5 25 BELLUNO	193	440		440
5 26 TREVISO	758	1720		1720
5 28 PADOVA	801	1820		1820
5 29 ROVIGO	226	510		510
Totale	4256	9660	0	9660
* regione Friuli V.G.				
6 32 TRIESTE	219	500		500
6 30 UDINE	483	1100		1100
6 31 GORIZIA	129	290		290
6 93 PORDENONE	271	620		620
Totale	1102	2510	0	2510

	POPOLAZIONE 11 ANNI E PIU'	BASE PROPORZ.	SOVRACAMP.	TOTALE
* regione Emilia Romagna				
8 37 BOLOGNA	865	1960		1960
8 33 PIACENZA	252	570		570
8 34 PARMA	380	860		860
8 35 REGGIO EMILIA	441	1000		1000
8 36 MODENA	599	1360		1360
8 38 FERRARA	326	740		740
8 39 RAVENNA	338	770		770
8 40 FORLI'	340	770		770
8 100 RIMINI	261	590		590
Totale	3802	8620	0	8620
* regione Toscana				
9 48 FIRENZE	879	2000		2000
9 45 MASSA-CARRARA	185	420		420
9 46 LUCCA	347	790		790
9 47 PISTOIA	254	580		580
9 49 LIVORNO	308	700		700
9 50 PISA	362	820		820
9 51 AREZZO	306	700		700
9 52 SIENA	240	550		550
9 53 GROSSETO	202	460		460
9 101 PRATO	219	500		500
Totale	3302	7520	0	7520
* regione Marche				
11 42 ANCONA	421	960		960
11 41 PESARO E URBINO	333	760		760
11 43 MACERATA	286	650		650
11 44 ASCOLI PICENO	345	780		780
Totale	1385	3150	0	3150
* regione Umbria				
10 54 PERUGIA	581	1320		1320
10 55 TERNI	208	470		470
Totale	789	1790	0	1790
* regione Lazio				
12 58 ROMA	3442	7810		7810
12 56 VITERBO	276	630		630
12 57 RIETI	141	320		320
12 59 LATINA	469	1070		1070
12 60 FROSINONE	444	1010		1010
Totale	4772	10840	0	10840
* regione Abruzzo				
13 66 L'AQUILA	278	630		630
13 67 TERAMO	269	610		610
13 68 PESCARA	279	630		630
13 69 CHIETI	355	810		810
Totale	1181	2680	0	2680
* regione Molise				
14 70 CAMPOBASSO	209	480		480
14 94 ISERNIA	82	190	50	240
Totale	291	670	50	720

	POPOLAZIONE 11 ANNI E PIU'	BASE PROPORIZ.	SOVRACAMP.	TOTALE
* regione Campania				
15 63 NAPOLI	2675	6070		6070
15 61 CASERTA	772	1750		1750
15 62 BENEVENTO	259	590		590
15 64 AVELLINO	391	890		890
15 65 SALERNO	968	2200		2200
Totale	5065	11500	0	11500
* regione Puglia				
16 72 BARI	1409	3200		3200
16 71 FOGGIA	601	1360		1360
16 73 TARANTO	519	1180		1180
16 74 BRINDISI	361	820		820
16 75 LECCE	723	1640		1640
Totale	3613	8200	0	8200
* regione Basilicata				
17 76 POTENZA	351	800		800
17 77 MATERA	182	410		410
Totale	533	1210	0	1210
* regione Calabria				
18 80 REGGIO CALABRIA	502	1140		1140
18 78 COSENZA	657	1490		1490
18 79 CATANZARO	329	750		750
18 102 CROTONE	152	350		350
18 103 VIBO VALENTIA	149	340		340
Totale	1789	4070	0	4070
* regione Sicilia				
19 82 PALERMO	1094	2480		2480
19 81 TRAPANI	385	870		870
19 83 MESSINA	591	1340		1340
19 84 AGRIGENTO	404	920		920
19 85 CALTANISSETTA	241	550		550
19 86 ENNA	155	350		350
19 87 CATANIA	946	2150		2150
19 88 RAGUSA	272	620		620
19 89 SIRACUSA	355	810		810
Totale	4443	10090	0	10090
* regione Sardegna				
20 92 CAGLIARI	504	1140		1140
20 90 SASSARI	301	680		680
20 91 NUORO	147	330		330
20 95 ORISTANO	154	350		350
20 104 OLBIA TEMPIO	132	300		300
20 105 OGLIASTRA	53	120	120	240
20 106 MEDIO CAMPIDANO	95	220	20	240
20 107 CARBONIA IGLESIAS	120	270		270
Totale	1506	3410	140	3550
TOTALE ITALIA	52761	119810	190	120000

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

- La contribuzione stimata a carico di ciascuna Radio per l'Indagine è pari a Euro 478 per ogni provincia di iscrizione, oltre a Euro 17.20 ogni 1.000 ascoltatori giorno medio risultanti dall'Indagine Audiradio 2007 (in mancanza di tale dato o per dato inferiore a 50.000 ascoltatori, verranno attribuiti forfetariamente 50.000 ascoltatori giorno medio). Detti importi sono al netto di IVA.
- Per le società che effettuano le pianificazioni pubblicitarie i risultati sono a disposizione anche su nastro (dati elementari) al costo annuale di euro 5.000 + I.V.A.

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

www.audiradio.it