Censis

Documento completo relativo al sondaggio[1]

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

1.TITOLO DEL SONDAGGIO

18° Rapporto sulla comunicazione - I media delle crisi

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

GfK Eurisko srl

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Censis

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Censis, Intesa SanPaolo, Mediaset, Rai, Tv2000, Wind-Tre

5. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

dal 08/07/22 al 22/07/22

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Censis

6. MEZZO/MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI È PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO[2] (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

Il Giornale del 17/12/2022
Bresciaoggi del 17/12/2022
Gazzetta del Sud del 17/12/2022
Gazzetta di Parma del 17/12/2022
Gazzetta di Reggio del 17/12/2022
Il Giornale di Vicenza del 17/12/2022
La Nuova Ferrara 17/12/2022 Covid e guerra, boom dei media digitali 21

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

dal 16/12/20222

8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*)

I consumi mediatici degli italiani

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

popolazione italiana (14-80 anni)

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Italia

[2] Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento.
[3] Nel definire l'estensione territoriale del sondaggio è possibile scegliere tra due opzioni, la prima con l'elenco dei comuni oggetto della rilevazione, la seconda con il numero dei comuni suddiviso per area geografica.

Censis

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

Bussoleno
Chieri
Collegno
Givoletto
Grugliasco
Leini
Nichelino
Orbassano
Parella
Pinerolo
Rivalta di Torino
Rivoli
Sant'Ambrogio di Torino
Settimo Torinese
Torino
Traves
Val della Torre
Venaria Reale
Volvera
Ghislarengo
San Germano Vercellese
Vercelli
Novara
Oleggio
Trecate
Borgo San Dalmazzo
Bra
Cavallermaggiore
Cuneo
Fossano
Saluzzo
Santo Stefano Belbo
Villar San Costanzo
Asti
Castell'Alfero
Nizza Monferrato
Acqui Terme
Alessandria
Borghetto di Borbera
Casal Cermelli
Casale Monferrato
Castelnuovo Bormida
Cerreto Grue
Valenza
Camburzano
Arizzano

[4] Inserire, nella casella di testo, l'elenco dei comuni in formato tabella.

Censis

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti					
più di 5mila abitanti					
fino a 10mila abitanti					
tra 10mila e 100mila abitanti					
più di 100mila abitanti					
Totale					

11. METODO DI CAMPIONAMENTO *(inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione)*

Campione rappresentativo dell'universo di riferimento stratificato rispetto alle variabili: genere, età in classe, area geografica e ampiezza del comune di residenza. Ponderazione ex-post per ristabilire le giuste quote.

12. RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

Il margine d'errore relativo al totale del campione, al livello di significatività del 95%, è compreso tra +/-2,8%

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Le interviste sono state condotte mediante tecnologia PANEL TELEMATICO/Dialogatore

[5] La suddivisione geografica delle Regioni segue la ripartizione dell' Istat:

- Nord Ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- Nord Est: Bolzano-Bozen, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
- Centro: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- Sud e Isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

Censis

14. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE;

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……524	% ……30,10
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……1.219	% ……69,90

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

(*Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)*

1. L'evoluzione dei consumi mediatici
1. Lei guarda la televisione tradizionale (digitale terrestre)? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai □
Base 100,0%
2. Lei guarda la televisione digitale satellitare? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai □
Base 100,0%
3. Lei guarda programmi televisivi, film o video via internet (tramite tv con connessione a internet, "smart tv", e/o tramite il computer, "web tv")? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai □
Base 100,0%
4. Lei guarda programmi televisivi, film o video sullo smartphone/tablet (mobile tv)? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai □
Base 100,0%
5. Lei legge i quotidiani cartacei a pagamento (anche se non li compra personalmente)? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai
Base 100,0%□
6. Lei legge i quotidiani cartacei gratuiti (free press)? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai □
Base 100,0%
7. Lei legge i quotidiani online? (1 sola risposta)
- Sì, tutti i giorni/quasi tutti i giorni □
- Sì, 3/4 volte la settimana □
- Sì, 1/2 volte la settimana □
- Mai/quasi mai
Base 100,0%□

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

[6] Inserire, nella casella di testo, l'elenco di tutte le domande.