

APPENDICI METODOLOGICHE



INDICE

APPENDICI:

1. Le fonti informative
2. L'ascolto dell'informazione locale di servizio pubblico: un modello per dati panel
3. I servizi pubblici radiotelevisivi locali in Europa (i "Big 5")
4. SINOTTICA TSSP e approfondimento ad hoc
5. Sistema informativo regionale: note alla lettura dei dati

APPENDICE 1

Le fonti informative

Dal punto di vista metodologico, data la complessità dell'analisi, l'Autorità ha utilizzato una molteplicità di fonti, considerando quale riferimento temporale il 2018 o l'ultimo anno disponibile.

Per quanto riguarda le informazioni relative all'offerta di informazione, dove non diversamente specificato, i dati riportati sono elaborazioni Agcom.

I dati relativi all'offerta di informazione sono stati forniti dagli stessi operatori nell'ambito dell'Informativa Economica di Sistema (IES 2017) o per la tenuta del Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC 2018). Tali dati sono stati verificati ed integrati con le informazioni rilasciate dalla Direzione generale per i servizi di comunicazione elettronica, di radiodiffusione e postali del Ministero dello sviluppo economico (MISE) (2016) per l'emittenza televisiva e radiofonica. Le valorizzazioni e i dati economici, ove non diversamente specificato, provengono dalle comunicazioni all'Informativa Economica di Sistema inviate nel 2017. Tali dati sono stati confrontati e integrati con le informazioni presenti nel Registro pubblico delle imprese (Telemaco), con particolare riguardo alla ricostruzione degli assetti societari. Per le testate esclusivamente online sono stati utilizzati anche i dati dell'Osservatorio AGCOM sulle testate online (2017).

Per quanto riguarda i giornalisti, sono stati utilizzati i dati INPGI relativi agli iscritti all'Ordine dei Giornalisti nel 2017, che hanno un rapporto esclusivo con una testata (sono esclusi dall'analisi i *freelance* e gli iscritti alla gestione separata che collaborano con più testate).

Per l'analisi della fruizione di informazione si è fatto uso di dati rilevati con un'indagine *ad hoc* condotta da GfK Italia per l'Agcom su un campione di oltre 14.000 individui rappresentativo della popolazione italiana a livello nazionale e regionale.

Al fine di consentire la validità delle stime con dettaglio regionale, in alcune regioni quali la Valle d'Aosta, il Trentino Alto Adige, il Friuli Venezia Giulia, le Marche, l'Umbria, l'Abruzzo, il Molise, la Basilicata e la Calabria è stato effettuato un sovra-campionamento, in modo che ciascuna regione avesse una numerosità minima di 400 casi per un totale di oltre 2.000 interviste, che si aggiungono al campione rappresentativo a livello nazionale costituito da 12.000 individui. L'indagine *ad hoc*, volta a verificare il consumo, l'affidabilità e l'autorevolezza delle fonti informative a carattere nazionale e locale, si pone come un caso unico nel panorama internazionale, in quanto raccoglie informazioni su tutti i mezzi di comunicazione: Tv, radio, quotidiani, web, per le venti regioni italiane.

All'apposita indagine condotta da GfK Italia, si affiancano le informazioni prodotte sempre da GfK Italia e contenute in SINOTTICA TSSP, l'indagine sulla popolazione italiana che rappresenta un sistema integrato di informazioni sull'evoluzione socio-culturale (opinioni, aspettative e valori, orientamenti, stili di vita), sui comportamenti di consumo e sull'esposizione ai mezzi di comunicazione. Per la rilevazione dei comportamenti di consumo sono stati utilizzati un mix di strumenti e tecnologie: le interviste personali con un apposito strumento – il Dialogatore – così come un apparecchio (detto *meter*) per la rilevazione del consumo televisivo e radiofonico.

Un'ulteriore fonte informativa per l'analisi dei consumi e per riscontrare la penetrazione dei diversi mezzi, è costituita dalle rilevazioni di audience, in particolare, Auditel per le emittenti televisive, TER per quelle radiofoniche, ADS per i quotidiani e Audiweb per il consumo online.

Per analizzare il servizio pubblico, che a livello locale mostra una particolare rilevanza, sono state utilizzate informazioni specifiche della RAI. L'operatore di servizio pubblico ha fornito un'ingente mole di dati e

informazioni, per un periodo di circa dodici anni, sull'offerta locale di servizio pubblico. Queste informazioni riguardano la struttura delle redazioni locali (personale, giornalisti, ecc.), alcune variabili di natura economica (costi suddivisi per regione e *asset*), nonché le audience raggiunte dalle trasmissioni informative in ogni regione italiana.

Per informazioni relative al contesto sono stati utilizzati i dati diffusi dall'Istat.

I criteri di attribuzione dei dati economici

Per l'attribuzione degli editori alle varie regioni d'Italia si è utilizzato, in via prioritaria, il criterio della sede legale. Ove la sede legale, per le imprese locali, non fosse rappresentativa del reale collegamento dell'editore con il territorio, ad esempio perché parte di un gruppo editoriale più ampio che conferisce la stessa sede legale della capogruppo, si è proceduto ad attribuire l'impresa in base alla sede operativa maggiormente significativa della presenza sul territorio (ad esempio, nel caso dei quotidiani si è considerata la provincia del tribunale di registrazione della testata). Questo stesso criterio è stato utilizzato per una prima valorizzazione economica del sistema dell'informazione regionale, anche se tale criterio tende a sovrastimare le regioni che ospitano editori che operano a livello nazionale o pluriregionale.

Si è proceduto, quindi, per comparazione, ad assegnare i ricavi in base al "consumo" e quindi alla spesa della regione, associando a ciascuna impresa il bacino di utenza interessato da quella fonte informativa. Al riguardo, per le emittenti televisive, si è proceduto a verificare le province in cui diffondono il proprio segnale e a ciascuna provincia sono stati attribuiti i ricavi pro-quota alla popolazione. Analogamente per le radio, in base alla diffusione del segnale, sono stati assegnati i ricavi pro-quota alla popolazione coperta dal segnale. Per i quotidiani, invece, sono stati utilizzati i dati territoriali certificati da ADS per le testate rilevate, mentre, per le altre testate, si è proceduto ad una ripartizione in base alle dichiarazioni dell'editore.

APPENDICE 2

L'ascolto dell'informazione locale di servizio pubblico: un modello per dati panel

Sulla base dei dati di *audience* del TGR (ed. sera), è stata condotta un'analisi panel sulle regioni italiane (da gennaio 2007 a dicembre 2015). L'obiettivo dell'analisi è esaminare l'andamento dell'ascolto della testata regionale nelle diverse regioni e nel tempo; verificare, così, la presenza e la significatività di fattori strutturali di domanda e di offerta – caratteristici delle diverse regioni e persistenti nel tempo – che contribuiscono a spiegare l'andamento dello *share* regionale della testata TGR (effetti regionali); verificare l'effetto e testare la significatività di ulteriori variabili di controllo: *switch-off*, *trend* temporale, concorrenza locale.

Il modello sottoposto a verifica è una relazione statica che può essere semplificata nel modo seguente:

$$\text{tgr_share}_{it} = \alpha_i + \beta_1 x_{it1} + \dots + \beta_k x_{itk} + \varepsilon_{it}$$

In cui:

$i=1, \dots, 20$ regioni

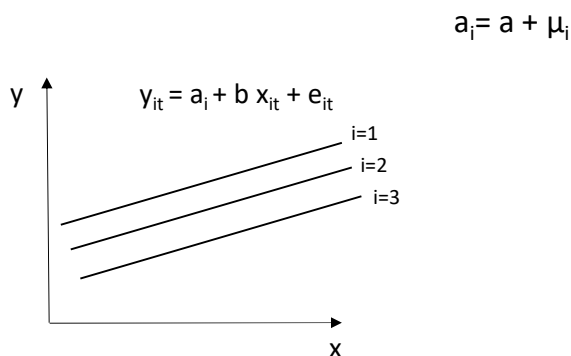
$t=2007m_1, \dots, 2015m_{12}$

X matrice dei regressori (*trend* temporale, *dummy switch-off*, *audience* emittenti locali), (n,k)

β vettore dei coefficienti (1,k)

α_i = effetto regionale

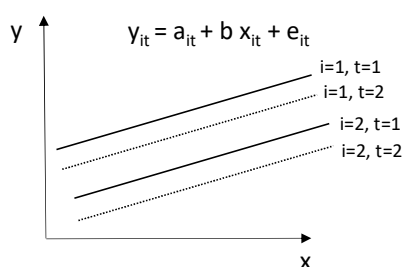
Da un punto di vista concettuale, il modello precedente equivale a stimare una serie di relazioni lineari, una per ciascuna regione come rappresentato in figura:



Nella figura ogni retta rappresenta una regione italiana con una propria intercetta a_i che è costituita da una parte di variabilità comune a tutte le regioni (a) e un'altra parte in cui confluiscono tutte le componenti inosservabili caratteristiche di ciascuna regione e che incidono sull'andamento dell'ascolto della testata di servizio pubblico (μ_i).

Nell'analisi preliminare, è stata verificata anche una specificazione alternativa, in cui oltre agli effetti regionali sono presenti anche effetti temporali, ossia si ipotizza che anche il tempo agisce diversamente nelle regioni e influenza in modo differente la variabilità dello *share* del TGR. Graficamente questa specificazione può essere così rappresentata:

$$a_{it} = a + \mu_i + \tau_t$$



L'effetto temporale è costituito dal valore τ_t

La strategia di analisi si è articolata in *step* successivi:

1. Analisi della variabile dipendente: analisi grafica dell'andamento nel tempo e scomposizione delle fonti di variabilità;
2. Verifica della significatività di effetti regionali e temporali;
3. Stima di modelli alternativi.

Nella prima fase esplorativa è emersa l'esistenza di eterogeneità regionale nello *share* del TGR, osservabile dalla scomposizione della variabilità dello *share* nelle due fonti principali: la variabilità tra regioni (*between*) e la variabilità all'interno di ciascuna regione nel periodo considerato (*within*). Tale scomposizione (Tabella A.1) mette in luce come la maggior parte della variabilità dell'andamento nell'*audience* del TGR sia imputabile alle differenze tra regioni (0,81) che rappresentano il 79,4% della devianza totale del panel costituito dalle 20 regioni italiane osservate dal 2007 al 2015, mentre la variabilità intra regionale (*within*) rappresenta il 20,6% della devianza totale.

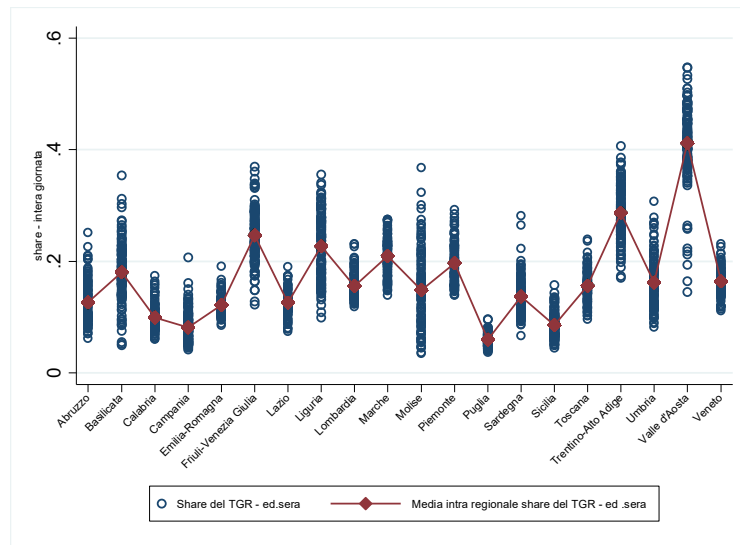
Tabella A.1 – Scomposizione della variabilità dello *share* del TGR

Fonti di variabilità	Deviazione standard	% devianza
Variabilità tra regioni (<i>between</i>)	0,81	79,4%
Variabilità all'interno di ciascuna regione (<i>within</i>)	0,40	20,6%
Variabilità temporale specifica di ciascuna regione (<i>within</i> intra temporale)	0,87	91,8%
Variabilità temporale comune a tutte le regioni (<i>between</i> inter temporale)	0,26	8,2%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Auditel

Questa informazione indica che esistono differenze tra regioni, che possono essere apprezzate anche graficamente (Figura A.1), osservando come le medie intra regionali (la linea rossa all'interno del grafico) varino significativamente da regione a regione. Esiste quindi un'eterogeneità degli ascolti del notiziario regionale della Rai sul territorio che è riconducibile a fattori specifici propri di ciascuna regione, effetti regionali di carattere strutturale che sono in grado di spiegare i differenti livelli di *share* del TGR.

Figura A.1 – Eterogeneità tra regioni

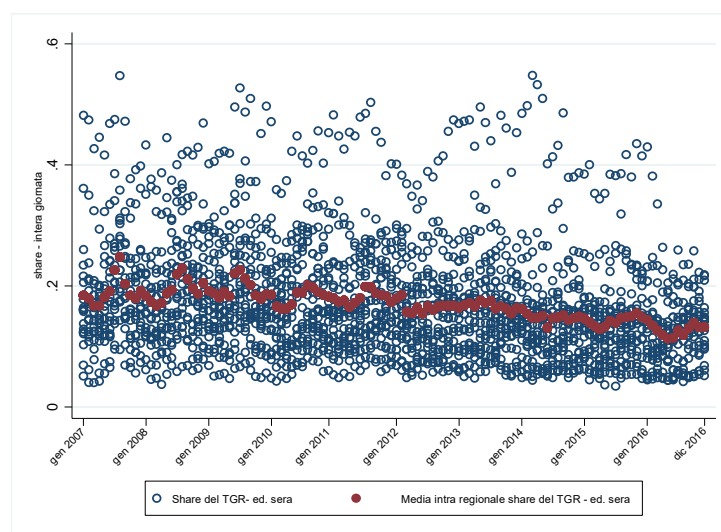


Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati Auditel

Soffermandosi sull’eterogeneità di carattere temporale, la scomposizione della variabilità della Tabella A.1 mostra in effetti la prevalenza di fenomeni temporali che sono caratteristici di ogni regione che spiegano il 91,8% della variabilità legata al tempo; questi appaiono predominanti rispetto all’impatto esercitato da fenomeni comuni a tutte le regioni (8,2% della variabilità temporale). Ad esempio, l’analisi suggerisce che l’andamento degli ascolti del TGR nelle regioni italiane è spiegato solo in parte dal *trend* strutturale di diminuzione delle *audience* della televisione generalista in chiaro, mentre è attribuibile anche a effetti temporali che agiscono su scala regionale, come, appunto, la transizione al digitale e altri fattori di carattere strutturale o derivanti da *shock* temporanei, ad esempio il verificarsi di eventi di particolare rilievo nella comunità locale.

La Figura A.2 consente di mostrare graficamente la presenza di eterogeneità temporale che determina le diversità tra le regioni: infatti si osserva come i punti del grafico di colore blu – ognuno dei quali rappresenta lo *share* mensile del TGR in una regione – siano molto dispersi attorno al valore medio del periodo, rappresentato dai punti di colore rosso.

Figura A.2 – Eterogeneità temporale



Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati Auditel

Il passaggio successivo è consistito nella verifica dell’esistenza e della significatività degli effetti regionali e temporali individuati dall’esame esplorativo della variabile dipendente. I test effettuati al riguardo hanno confermato la presenza di effetti regionali e temporali statisticamente significativi, corroborando quanto mostrato dall’analisi grafica. In particolare, è stato effettuato un test sulla significatività di 20 *dummy* regionali per un totale di 2.106 osservazioni ($F= 2.918,71$; $\text{prob} > F = 0.0000$) e un test di significatività di 108 *dummy* mensili per un totale di 2.018 osservazioni ($F=74,90$; $\text{prob} > F = 0.0000$).

Verificata la presenza di effetti regionali e temporali, si è proceduto a stimare più modelli alternativi per dati *panel*. Escludendo la possibilità di stimare un modello con una singola intercetta (modello *pooled*) utilizzando lo stimatore dei minimi quadrati (OLS), si è utilizzato lo stimatore OLS su un modello con 20 *dummy* regionali (LSVD) ed è stata effettuata anche una stima (equivalente) con lo stimatore degli effetti fissi (FE). Un’ulteriore verifica è stata eseguita stimando un terzo modello con lo stimatore degli effetti *random* (RE), il quale è stato utilizzato anche per effettuare una verifica circa l’impatto che l’esistenza di minoranze linguistiche e culturali determina sull’*audience* del TGR (stima RE b). Le proprietà (correttezza, efficienza e consistenza) dei tre stimatori si fondano su una serie di ipotesi e in particolare la consistenza delle stime RE, a differenza dei primi due tipi di stimatore, si fonda sull’ipotesi che le variabili esplicative siano non correlate con gli effetti regionali.

I risultati delle stime, presentati nella Tabella A.2, riportano i valori dei coefficienti delle variabili esplicative (*trend* temporale, *dummy switch-off*, *reach* emittenti locali, *dummy* regionali, *dummy* minoranze) con la relativa significatività statistica. Nella specificazione LSDV b è stata omessa la *dummy* Lazio, regione adoperata come *benchmark* di riferimento, così da consentire una interpretazione degli effetti regionali in funzione del Lazio.

Tabella A.2 – Sintesi dei risultati di stima

Variabili esplicative	Modello con effetti fissi (FE)	Modello con effetti casuali (RE)	Modello con effetti casuali (RE b)	Modello dei minimi quadrati con 20 dummy regionali (LSDV)	Modello dei minimi quadrati con 19 dummy regionali (LSDV b)
<i>Dummy switch-off</i>	-0.0177**	-0.0177***	-0.0177***	-0.0177***	-0.0177***
<i>Trend temporale</i>	-0.0004**	-0.0004***	-0.0003***	-0.0004***	-0.0004***
<i>Reach emittenti locali</i>	-1.7189	-1.8072**	-1.8074**	-1.7189*	-1.7189*
Regioni con minoranze linguistiche			0.1787***		
Abruzzo				0.3602***	-0.0024
Basilicata				0.4248***	0.0622***
Calabria				0.3268***	-0.0358***
Campania				0.3224***	-0.0402***
Emilia-Romagna				0.3572***	-0.0054*
Friuli-Venezia Giulia				0.4906***	0.1280***
Lazio				0.3626***	
Liguria				0.4701***	0.1075***
Lombardia				0.3971***	0.0345***
Marche				0.4385***	0.0759***
Molise				0.3919***	0.0293***
Piemonte				0.4367***	0.0741***
Puglia				0.3010***	-0.0616***
Sardegna				0.3762***	0.0136***
Sicilia				0.3203***	-0.0423***
Toscana				0.3917***	0.0291***
Trentino-Alto Adige				0.5296***	0.1670***
Umbria				0.3963***	0.0337***
Valle d'Aosta				0.6602***	0.2976***
Veneto				0.4079***	0.0453***
Costante	0.4086***	0.4095***	0.3823***		0.3626***
N. di osservazioni	2,126	2,126	2,126	2,126	2,126
R²	0.2178			0.9728	0.8721
R² corretto	0.2167			0.9725	0.8708
F (significatività della regressione)	12.5644			3,900	606.8377

Legenda: *** p<.001 ** p<.01 * p<.05

Fonte: stime dell'Autorità su fonti varie

APPENDICE 3

I servizi pubblici radiotelevisivi locali in Europa (i “Big 5”)

ITALIA	
	<p><i>Missione:</i> qualità dell’offerta radiotelevisiva e impegno affinché tale obiettivo sia perseguito anche nei generi a più ampia diffusione. La Rai è tenuta ad assicurare un’offerta editoriale equilibrata, in grado di mantenere un livello di ascolto idoneo per l’adempimento delle proprie funzioni; è tenuta inoltre ad assicurare la promozione e la diffusione dei vantaggi generati dalle nuove tecnologie e la loro estensione alla collettività; è tenuta ad assicurare il sostegno alla produzione audiovisiva italiana ed europea.</p>
	<p><i>Struttura:</i> 24 redazioni regionali di cui una bilingue (italo-francese, attiva in Valle d’Aosta) e 3 in lingua minoritaria (sloveno a Trieste, tedesco e ladino a Bolzano), una redazione centrale e tre redazioni distaccate (Sassari, Udine e Catania). L’offerta è prodotta dalla Direzione Coordinamento Sedi Regionali ed Estere, per il tramite degli Uffici centrali di Roma, delle Sedi Regionali e provinciali e degli Uffici distaccati, oltre che dai Centri di produzione di Roma, Milano, Napoli e Torino. Le singole redazioni regionali sono coinvolte, inoltre, nella produzione di pagine news regionali destinate alla nuova offerta dedicata al web e <i>social media</i>.</p>
	<p><i>Offerta locale del concessionario:</i> Concessione Rai, art. 3 “Obblighi del concessionario”:</p> <ol style="list-style-type: none">1. g) Produzione e distribuzione di trasmissioni radiofoniche e televisive, nonché di contenuti audiovisivi in lingua:<ul style="list-style-type: none">- tedesca e ladina per la Provincia autonoma di Bolzano,- ladina per la Provincia autonoma di Trento,- sarda per la Regione autonoma Sardegna,- francese per la Regione autonoma Valle d’Aosta- friulana e slovena per la Regione autonoma Friuli-Venezia Giulia. <p>Il contratto di servizio definisce le modalità operative nel rispetto della legge 15 dicembre 1999, n. 482.</p> <ol style="list-style-type: none">1. q) Valorizzazione dei centri di produzione decentrati, in particolare per le finalità di cui alla lettera d) [dell’art. 3 della Concessione] e per le esigenze di promozione delle culture e degli strumenti linguistici locali.

	<p><i>Informazione locale:</i> trasmissioni in lingua di notiziari e rubriche, nello specifico nelle regioni a statuto speciale Friuli-Venezia Giulia e Val D'Aosta e nelle Province autonome di Trento e Bolzano. Ove è presente un canale televisivo in lingua, come Rai Ladinia, Rai Südtirol e Rai3 bis Furlanija Julijska krajina, canali dedicati alle rispettive minoranze linguistiche nei diversi territori, questo ritrasmette il palinsesto della stessa Rai3 ad esclusione degli orari dedicati al TGR e alle dirette di eventi eccezionali.</p> <p>Edizioni giornaliere di notiziari regionali diffusi sia attraverso i telegiornali (dal lunedì al venerdì ore 14.00, 19.30, 00.10; sabato ore 14.00, 19.30, 23.30; domenica ore 14.00, 19.30, 23.30) sia attraverso i giornali radio (dal lunedì al sabato ore 7.18, 12.10, 18.30; domenica ore 12.15) e trasmessi all'interno di finestre regionali nella programmazione dei canali nazionali Rai3 (Tabella 3.1) e Radio1.</p>
	<p><i>Contributo alla programmazione nazionale:</i> programmi di informazione e intrattenimento a diffusione nazionale e regionale, programmi straordinari in occasione di eventi di particolare rilievo nazionale.</p> <p><i>Offerta web locale:</i> programmi e servizi giornalistici a contenuto informativo, artistico, culturale, educativo e ricreativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - per la Regione autonoma Sardegna la testata TGR offre una programmazione radiotelevisiva in lingua sarda. - teche, disponibili in formato digitale, delle sedi regionali sarda, dell'Alto Adige, del Friuli-Venezia Giulia e della Sicilia. <p>Siti web:</p> <ul style="list-style-type: none"> www.sardegnaigitallibrary.it www.Rai3z.Rai.it www.sedefvg.Rai.it www.regionesicilia.Rai.it

GERMANIA

ARD ¹



Missione: produrre e distribuire programmi che contribuiscano al dibattito pubblico, con particolare attenzione al genere dell'informazione, affinché spazi dall'attualità regionale a quella nazionale e poi a quelle europea ed internazionale.

Contribuire al processo d'integrazione europea.



Struttura: 9 enti pubblici regionali istituiti dai 16 Lander gestiscono, ciascuno nel proprio territorio, il canale televisivo ARD3 e le stazioni radiofoniche locali.

Offerta locale del concessionario: 9 canali televisivi regionali distinti (ARD 3) dedicati esclusivamente alla programmazione regionale e locale con palinsesto autonomo.

Si affianca la produzione di informazione all'interno di finestre inserite nella programmazione del canale nazionale ARD1.

55 canali radiofonici locali.

Informazione locale: telegiornali all'interno della programmazione dei canali ARD 3 + finestra di 10 minuti al giorno di informazione locale all'interno di un programma nazionale sul canale ARD1.

Contributo alla programmazione nazionale: contributo degli enti regionali alla produzione delle trasmissioni del canale ARD 1 (54%).

Offerta web locale: 9 siti web degli enti pubblici regionali dedicati alla programmazione di interesse di ciascun Lander.

Programmi televisivi e radiofonici regionali all'interno del servizio *on demand* di ARD (Mediathek).

20 web radio con programmazione regionale.

Servizi di *podcast*.

REGNO UNITO



Missione: informare, educare, intrattenere. Sostenere la cittadinanza e la società civile. Promuovere l'educazione e l'apprendimento. Stimolare la creatività e l'eccellenza culturale. Rappresentare il Regno Unito, le sue nazioni, regioni e comunità. Portare il Regno Unito nel mondo e il mondo nel Regno Unito.



Struttura: BBC Nations & Regions è la divisione che coordina produzione e diffusione di programmi locali e regionali televisivi e radiofonici. Si articola in 3 unità territoriali nelle nazioni della Scozia, del Galles e dell'Irlanda del Nord. 15 unità territoriali coprono le attività nelle regioni dell'Inghilterra. Si affiancano 36 aree locali inglesi (nei Paesi e distretti minori).

Offerta locale del concessionario: 9 programmi di interesse locale (news, meteo, politica) inseriti all'interno della programmazione nazionale di BBC One e BBC Two. 40 canali radiofonici di informazione regionale/locale. 6 canali radiofonici dedicati alle 3 nazioni.

Informazione locale: 3 edizioni al giorno di telegiornali regionali (2 nei giorni festivi) su BBC One, in particolare BBC One Northern Ireland, BBC One Scotland, BBC One Wales rispettivamente dedicati all'Irlanda del Nord, alla Scozia ed al Galles; BBC Two Northern Ireland, BBC Two Scotland, BBC Two Wales.

Contributo alla programmazione nazionale: partecipazione alla produzione di una quota del palinsesto nazionale con programmi di genere vario. Copertura informativa regionale/locale all'interno della programmazione televisiva di BBC news. Copertura informativa e culturale regionale/locale all'interno della programmazione radiofonica di BBC Radio 2, BBC Radio 3, BBC Radio 4, BBC Radio 5 Live, BBC Radio Scotland, BBC Radio nan Gaidheal, BBC Radio Wales, BBC Radio Cymru, BBC Radio Ulster and BBC Radio Foyle, BBC Radio Local Radio, BBC Radio Alba.

	<p><i>Offerta per le minoranze linguistiche:</i> programmazione in lingua locale (irlandese, scozzese e gaelico). Dal 2009 trasmette un canale in lingua gaelica.</p>
	<p><i>Offerta web locale:</i> 4 siti web declinati per area territoriale dedicati a informazione e intrattenimento regionale/locale in collaborazione con BBC News Interactive.</p> <p>Servizi di podcast e video.</p> <p>Programmi televisivi e radiofonici all'interno del servizio on demand BBC iPlayer.</p> <p>Servizio di news dedicato alla fruizione da dispositivo mobile.</p>

FRANCIA

francetélévisions

Missione: informare, educare, animare il dibattito democratico a livello nazionale, locale, internazionale; costruire valori identitari; offrire una programmazione culturale quotidiana; offrire una programmazione regionale e d'oltremare; offrire una programmazione che dia atto della diversità culturale della società francese; favorire l'espressione di una pluralità di opinioni.

Concessionario: France TV (concessionario per i servizi televisivi).
Radio France (concessionario per i servizi radiofonici).

Struttura: France 3 è la testata dedicata alla programmazione regionale e locale. La programmazione ruota intorno a quattro assi: radici regionali, storia, patrimonio e cultura popolare. Articolata in: 1 Direzione centrale con funzioni di coordinamento; 13 Direzioni territoriali dedicate ad attività amministrative e di produzione; 24 Uffici regionali di informazione; 37 Redazioni locali; 59 Uffici permanenti (1 giornalista + 1 addetto alle riprese) con funzioni di corrispondenza. La programmazione radiofonica pubblica locale è affidata a France Blue, testata di Radio France. Nei territori d'oltremare France Tv opera con il network RFO che gestisce tutta la programmazione locale, televisiva e radiofonica.

Nel 2018 è stato avviato un progetto di riforma del servizio pubblico (presentato dal governo francese il 19 luglio 2018) che, tra le misure proposte, prevede anche un aumento della programmazione regionale su France 3 (da due a sei ore al giorno), oltre allo sviluppo della collaborazione tra France 3 e France Bleu, il *network* delle radio locali.

Offerta locale del concessionario: programmi d'interesse locale (magazine e documentari regionali) realizzati dalle 13 Direzioni territoriali, collocati in blocchi di programmazione giornalieri dedicati. 42 stazioni radiofoniche locali. Nei territori d'oltremare 6 canali televisivi locali e 4 radio locali affiancati dai rispettivi siti *web*.



	<p><i>Informazione locale:</i> due edizioni al giorno del telegiornale regionale (prodotte dai 24 Uffici regionali di informazione). Una edizione al giorno del telegiornale locale (prodotto dalle 24 Redazioni locali).</p>
	<p><i>Contributo alla programmazione nazionale:</i> funzioni di corrispondenza esercitate dagli Uffici permanenti.</p>
	<p><i>Offerta per le minoranze linguistiche:</i> Programmi in lingua bretone, alsaziana, corsa, basca, occitana, catalana, provenzale.</p>
	<p><i>Offerta web locale:</i> 24 siti web declinati per regione. Programmi televisivi di interesse locale all'interno dei servizi <i>on demand</i>, dedicati alle <i>news</i>, ad approfondimenti e programmi regionali. 42 siti web radiofonici declinati per aree territoriali. Servizi di <i>podcast</i>.</p>

SPAGNA



Missione: produzione di contenuti e diffusione di canali generalisti e tematici, in chiaro o codificati, in ambito nazionale o internazionale, nonché nella offerta di servizi interattivi.

Offerta di Internet con contenuti di qualità diversificati ed equilibrati per ogni tipo di pubblico, coprendo tutti i generi al fine di soddisfare le esigenze di informazione, cultura, istruzione e intrattenimento della società spagnola, riflettendo l'identità e la diversità culturale e linguistica, attraverso la promozione del pluralismo e la partecipazione.

Concessionario: RTVE

Offre anche contenuti locali che tengono conto delle lingue co-ufficiali secondo la realtà linguistica di ciascuna Comunità Autonoma, considerando anche le condizioni delle regioni ultra periferiche.

RTVE è affiancato da una Federazione semi-statale di canali locali gestiti da 12 Enti radiotelevisivi territoriali che rappresentano le Comunità Autonome.



Struttura: 15 Centri Territoriali nei capoluoghi delle Comunità Autonome + alcune sedi minori nei capoluoghi di provincia e nelle principali città e isole.

Offerta locale del concessionario: produzione di programmi di interesse locale collocati all'interno di finestre regionali inserite nella programmazione dei canali televisivi nazionali La1 e La2 e del canale radiofonico RNE 5, dedicato alle *news*.

La Federazione Forta gestisce 40 canali televisivi locali e 20 canali radiofonici.

Informazione locale: due edizioni al giorno del telegiornale dedicato all'informazione locale e regionale.

Contributo alla programmazione nazionale: attività di corrispondenza regionale per i servizi giornalistici in onda in programmi nazionali e per la copertura di eventi locali di rilievo nazionale.

	<p><i>Offerta per le minoranze linguistiche:</i> RNE 4, canale radiofonico in lingua catalana. I programmi nelle lingue co-ufficiali devono offrire i sottotitoli in Castigliano, per garantire la corretta comprensione da parte di tutto il pubblico spagnolo.</p>
	<p><i>Offerta web locale:</i> 38 siti web (19 televisivi e 19 radiofonici) dedicati all'informazione locale e regionale. Programmi televisivi e radiofonici all'interno del servizio <i>on demand</i> di RTVE. Servizi di <i>podcast</i>.</p>

APPENDICE 4

SINOTTICA TSSP e approfondimento *ad hoc*

Oltre alle informazioni che vengono normalmente rilevate tramite Sinottica TSSP, l'indagine è stata arricchita di un set informativo aggiuntivo, con lo scopo di approfondire il processo informativo della popolazione italiana 14+ su questioni politiche e non solo attraverso i vari mezzi di comunicazione.

Tale approfondimento è stato condotto *ad hoc* utilizzando due diversi impianti di rilevazioni al fine di soddisfare due diversi obiettivi di indagine:

Approfondimento ad hoc su Panel Sinottica TSSP: integra quanto già rilevato all'interno di Sinottica TSSP e consente di ottenere informazioni rappresentative del totale popolazione dai 14 in su.

Approfondimento ad hoc su Oversample regionali: integra quanto rilevato attraverso Sinottica TSSP (informazioni di base e sul tema di specifico interesse per l'indagine) e consente di ottenere informazioni rappresentative per singola regione.

1. Approfondimento ad hoc su Panel Sinottica TSSP: note metodologiche

Sinottica TSSP, oltre ad offrire un vasto bagaglio informativo, dà la possibilità di approfondire ulteriormente specifici ambiti di indagine per comprendere il mercato di interesse in modo più dettagliato e puntuale. Le informazioni aggiuntive vengono infatti rilevate presso lo stesso campione, con la stessa metodologia e piano di rilevazione impiegati per Sinottica TSSP. Tale approfondimento riesce quindi a garantire una sinergia informativa perfettamente integrata con le variabili precedentemente rilevate presso gli stessi individui.

2. Approfondimento ad hoc su Oversample regionali: note metodologiche

Al fine di avere dei risultati rappresentativi anche a livello di singola regione e una numerosità di base sempre leggibile (almeno 400 casi per regione), sono stati condotti degli oversample per ciascuna delle regioni non sufficientemente ampie all'interno del campione rappresentativo a livello nazionale di Sinottica TSSP.

Il piano di rilevazione

Le informazioni sugli oversample sono state rilevate nel periodo novembre-dicembre 2016 tramite metodologia CATI. La rilevazione è stata condotta complessivamente su 2.200 individui residenti nelle regioni che in Sinottica TSSP risultano rappresentate con numerosità contenuta.

Il campione

Per ciascuna regione, sono stati selezionati individui con caratteristiche socio demografiche tali per cui, sommati agli individui già inclusi nel campione rappresentativo a livello nazionale di Sinottica TSSP, si raggiungesse una rappresentatività a livello regionale.

Le quote campionarie di ciascuna regione sono state determinate in base alla distribuzione della popolazione per ampiezza demografica del centro di residenza. All'interno di ogni assegnazione territoriale, le interviste sono effettuate rispettando le specifiche quote per sesso e classe d'età.

L'universo di riferimento è stato determinato in base ai dati Istat disponibili alla data della definizione del campione prima della sessione d'intervista; quali fonti sono state utilizzate, in particolare, il censimento, le statistiche demografiche, nonché la rilevazione sulle forze di lavoro.

In fase di rientro dei dati il campione è stato sottoposto a ulteriori operazioni di bilanciamento o di riponderazione, al fine sia di tener conto degli inevitabili scostamenti tra il campione progettato e quello effettivamente rientrato dalla rilevazione sia di rispettare, oltre alle quote assegnate, anche le distribuzioni secondo altri parametri socio demografici.

Confronto fra le distribuzioni marginali del campione rientrato al termine del field e quelle del campione finale ottenuto dopo il controllo e il bilanciamento

REGIONE	Campione non ponderato	Campione ponderato
Piemonte, Valle d'Aosta	9,3%	7,5%
Lombardia	14,1%	16,4%
Liguria	2,9%	2,7%
Trentino, Veneto, Friuli	11,7%	11,9%
Emilia Romagna	5,3%	7,4%
Toscana	4,1%	6,2%
Umbria, Marche	5,6%	4,0%
Lazio	7,0%	9,7%
Abruzzo, Molise	5,6%	2,7%
Campania	8,6%	9,5%
Puglia	6,6%	6,7%
Basilicata, Calabria	6,5%	4,2%
Sicilia	9,0%	8,3%
Sardegna	3,7%	2,8%

Intervallo di confidenza dell'errore statistico

Viste le numerosità considerate per la rilevazione (Sinottica TSSP + Oversample = 14.200 casi) e la soglia stabilita per la rappresentatività a livello di singola regione (400 casi), sono di seguito riportati i margini di errore per una corretta interpretazione dei fenomeni da analizzare.

Se per un certo fenomeno si ha una stima di penetrazione di X% (o un'intensità media pro capite pari ad X) quale è il margine d'errore possibile di questa stima rispetto al valore reale? In calcoli di questo tipo intervengono diversi fattori (prima fra tutti la natura distributiva del fenomeno rispetto al disegno campionario) che rendono impossibile dare un criterio generale.

Consideriamo comunque a titolo di esempio il caso più semplice e frequente della stima di una penetrazione. I dati mostrano, per una data caratteristica, una certa percentuale sul totale popolazione. Il margine entro cui è compreso il vero valore con probabilità di commettere un errore inferiore al 5%, sarà di:

Margini di errore con una base di calcolo pari a 14.200 casi (12.000 Sinottica TSSP + 2.200 Oversample)

± 0,16% per valori intorno all' 1%
± 0,23% per valori intorno al 2%
± 0,36% per valori intorno al 5%
± 0,50% per valori intorno al 10%
± 0,59% per valori intorno al 15%
± 0,66% per valori intorno al 20%
± 0,71% per valori intorno al 25%
± 0,76% per valori intorno al 30%
± 0,79% per valori intorno al 35%
± 0,81% per valori intorno al 40%
± 0,82% per valori intorno al 45%
± 0,83% per valori intorno al 50%

e simmetricamente per tutti i valori superiori al 50%.

Margini di errore con una base di calcolo pari a 400; soglia limite stabilita per avere la rappresentatività a livello di singola regione:

± 0,98% per valori intorno all' 1%
± 1,37% per valori intorno al 2%
± 2,14% per valori intorno al 5%
± 2,94% per valori intorno al 10%
± 3,50% per valori intorno al 15%
± 3,92% per valori intorno al 20%
± 4,24% per valori intorno al 25%
± 4,49% per valori intorno al 30%
± 4,67% per valori intorno al 35%
± 4,80% per valori intorno al 40%
± 4,88% per valori intorno al 45%
± 4,90% per valori intorno al 50%

e simmetricamente per tutti i valori superiori al 50%.

Le aree tematiche di indagine

Le aree di indagine oggetto della rilevazione *ad hoc* sono:

1) mezzi di comunicazione usati per informarsi in generale (informazioni che accadono in Italia e nel mondo)

- Frequenza di fruizione
- Focus sulla fruizione Internet ai fini informativi: fonti usate, social network visitati ed attività svolte

2) mezzi di comunicazioni usati per l'informazione locale, per comprendere quali mezzi e soprattutto quali canali/emittenti/fonti vengono usate dalle persone per informarsi su notizie ed avvenimenti locali

- Mezzi usati per informazioni locali: canali TV, Radio, Internet e quotidiani
- Per ciascun mezzo viene chiesto: utilizzo, frequenza, tempo dedicato, tipologia di informazioni ricercate e le emittenti fruite

3) breve approfondimento su referendum ed informazione politica (sezione dedicata solo ai maggioresni)

- Viene chiesto se sono andati a votare per il referendum del 4 dicembre
- Mezzi utilizzati per raccogliere informazioni su scelte politiche ed elettorali in generale

4) valutazione su importanza ed affidabilità dei vari mezzi di comunicazione come fonte di informazioni

- classifica di importanza delle prime 3 fonti d'informazione
- per ciascuna fonte viene chiesto quanto la si ritiene affidabile

5) domande di carattere generale che spaziano nelle tematiche affrontate e che sono fondamentali per poter classificare gli individui secondo gruppi pre-definiti.

APPENDICE 5

Sistema informativo regionale: note alla lettura dei dati

Scheda Regionale

Indicazione della regione, con le relative province e i riferimenti del Co.Re.Com.

Principali evidenze:

Percentuale di popolazione regionale che si informa di informazione locale;

Primo gruppo per *total audience* informativa (con la relativa % di penetrazione rispetto alla popolazione regionale);

Prima e seconda fonte informativa più importante della regione.

Inquadramento regionale

I dati riportati nella tabella descrittiva delle caratteristiche socio-economiche di ciascuna regione sono stati estratti dall'Istat ed elaborati dall'Agcom; essi forniscono alcune informazioni di contesto che consentono di supportare le analisi, anche in un'ottica comparativa. I dati si riferiscono all'ultimo anno disponibile (ad esempio, la popolazione o l'età media si riferiscono al 1 gennaio 2018).

Fruizione di informazione

Per l'analisi della fruizione di informazione si è fatto uso di dati rilevati con un'indagine *ad hoc* condotta da GfK Italia per l'Agcom su un campione di oltre 14.000 individui rappresentativo della popolazione italiana a livello nazionale e regionale con un sovra-campionamento in alcune regioni quali la Valle d'Aosta, il Trentino Alto Adige, il Friuli Venezia Giulia, le Marche, l'Umbria, l'Abruzzo, il Molise, la Basilicata e la Calabria (in modo che ciascuna regione avesse una numerosità minima di 400 casi per un totale di oltre 2.000 interviste, che si aggiungono al campione rappresentativo a livello nazionale costituito da 12.000 individui) al fine di consentire la validità delle stime per ciascuna regione.

L'indagine, volta a verificare il consumo, l'affidabilità e l'autorevolezza delle fonti informative a carattere nazionale e locale, si pone come un caso unico nel panorama internazionale, in quanto raccoglie informazioni su tutti i mezzi di comunicazione: Tv, radio, quotidiani, web, per le venti regioni italiane.

All'apposita indagine condotta da GfK Italia, sono state affiancate le informazioni prodotte sempre da GfK Italia e contenute in SINOTTICA TSSP, l'indagine sulla popolazione italiana che costituisce un sistema integrato di informazioni sull'evoluzione socio-culturale (opinioni, aspettative e valori, orientamenti, stili di vita), sui comportamenti di consumo e sull'esposizione ai mezzi di comunicazione.

Accesso ai mezzi per informarsi

Rappresenta la percentuale di individui di almeno 14 anni che, nella regione considerata e in Italia, accede ai media «tutti i giorni» con il preciso intento di reperire informazioni.

Mezzo più importante per informarsi

Rappresenta la percentuale di individui di almeno 14 anni che, nella regione considerata e in Italia, all'interno della propria dieta informativa, attribuisce a un mezzo il ruolo di fonte principale per informarsi.

Fonti utilizzate per informarsi

Rappresenta la percentuale di individui di almeno 14 anni che, nella regione considerata, dichiara di utilizzare quel mezzo per informarsi su ciò che succede in Italia e nel mondo.

Brand più utilizzati per informarsi su fatti locali

Rappresenta la percentuale di individui di almeno 14 anni che, nella regione considerata, dichiara di utilizzare uno specifico marchio (canale televisivo, canale radiofonico o quotidiano) per informarsi a livello locale, ossia di notizie e avvenimenti che riguardano la regione, provincia o comune in cui l'individuo risiede. La figura riporta i primi 7 brand con le percentuali più elevate di individui e non include le fonti informative online.

Offerta informativa

Media locali

Si è proceduto a rilevare il numero dei fornitori locali di informazioni al fine di misurare la capacità «potenziale» del sistema di offrire una pluralità di punti di vista, oltre a quanto disponibile a livello nazionale.

In particolare, sono stati considerati gli operatori (ossia società) radiotelevisivi e radiofonici e gli operatori di editoria elettronica mentre, nel caso dei quotidiani, si è rilevato il numero delle testate.

Per identificare i media locali si è proceduto a classificare le imprese secondo il loro bacino geografico di riferimento. Le emittenti televisive e radiofoniche sono state catalogate in base al titolo autorizzatorio, mentre per i quotidiani si è utilizzata la diffusione come criterio di classificazione. In particolare, se il quotidiano ha una diffusione pari o superiore al 75%, rispetto al totale della propria diffusione, in una provincia, è classificato come "provinciale"; se il quotidiano ha una diffusione multi-provinciale ma il 75% della propria diffusione è all'interno di una singola regione, è classificato come "regionale", se il quotidiano ha una diffusione in diverse provincie e in più regioni ma entro il 75% delle provincie italiane (equivalente a 83 provincie) è classificato come "multiregionale"; infine, se il quotidiano è diffuso in oltre 83 provincie italiane, ossia supera il 75% del territorio, è considerato "nazionale". Gli editori elettronici sono considerati, per la stessa natura globale del web, a carattere nazionale.

I dati relativi all'offerta di informazione sono stati forniti dagli stessi operatori al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC), aggiornati in base all'ultima comunicazione annuale 2018 e alle comunicazioni effettuate fino al 30 ottobre 2018. Tali dati sono stati verificati ed integrati con le informazioni rilasciate dalla Direzione generale per i servizi di comunicazione elettronica, di radiodiffusione e postali del Ministero dello sviluppo economico (MISE) (2016) per l'emittenza televisiva e radiofonica e con quelli comunicati dalle imprese nell'ambito dell'Informativa Economica di Sistema (IES 2017). Per le testate esclusivamente online sono stati utilizzati anche i dati dell'Osservatorio Agcom sulle testate online (2018).

Si fa presente che la rilevazione effettuata equivale ad una fotografia di un processo in movimento e, data l'estrema variabilità e la crisi cui si è assistito nell'ultimo periodo, alcuni numeri relativi alle fonti informative disponibili potrebbero differire allo stato attuale.

Per l'attribuzione degli editori alle varie regioni d'Italia si è utilizzato, in via prioritaria, il criterio della sede legale. Ove la sede legale, per le imprese locali, non fosse rappresentativa del reale collegamento dell'editore con il territorio, ad esempio perché parte di un gruppo editoriale più ampio che conferisce la stessa sede legale della capogruppo, si è proceduto ad attribuire l'impresa in base alla sede operativa maggiormente significativa della presenza sul territorio (nel caso dei quotidiani, ad esempio, si è considerata la provincia della sede del tribunale di registrazione della testata). Si è, inoltre, evidenziato anche il numero di fornitori locali di informazione diffusi nella regione, nel cui computo confluiscono anche le società che hanno sede in altre regioni, ma che sono autorizzate a diffondere nella regione considerata.

Giornalisti impiegati nella regione

L'indicatore relativo ai giornalisti impiegati nella regione riporta il dato INPGI relativo agli iscritti all'Ordine dei Giornalisti nel 2017, che hanno un rapporto esclusivo con una testata (sono esclusi dall'analisi i *freelance* e gli iscritti alla gestione separata che collaborano con più testate), distinti per mezzo.

Imprese del sistema informativo con sede nella regione

Il numero di imprese del sistema informativo si riferisce al totale, sia nazionale sia locale, delle emittenti (società) televisive e radiofoniche, degli editori di quotidiani e degli editori elettronici che hanno la propria sede legale (o operativa) nella regione. Non sono, invece, considerati, gli editori di stampa periodica e le concessionarie di pubblicità.

Dipendenti nelle imprese del sistema informativo con sede nella regione

Il numero dei dipendenti è basato sui dati dichiarati all'Informativa Economica di Sistema dalle stesse società, riparametrato sulla base dei ricavi totali realizzati da queste società nel solo settore delle comunicazioni.

Ripartizione delle imprese del sistema informativo con sede nella regione, per fatturato

La ripartizione delle imprese del sistema informativo con sede nella regione per fatturato si basa sui dati presenti nell'Informativa Economica di Sistema 2017. Date le dimensioni economiche limitate degli operatori di informazione locale, si è evidenziata, oltre alla soglia prevista dalla IES (sopra o sotto il milione di euro), ulteriori sotto - soglie (fino a 100.000€; tra 100.001€ e 500.000 €; da 500.001€ a 1.000.000€).

Fonti di finanziamento

Le valorizzazioni e i dati economici, ove non diversamente specificato, provengono dalle comunicazioni all'Informativa Economica di Sistema inviate nel 2017 e si riferiscono all'anno 2016. Le valorizzazioni vagliano solo l'ambito soggettivo considerato, quindi non sono esaminate né le concessionarie di pubblicità, né i ricavi netti delle concessionarie nei settori valutati.

Ricavi dei media con sede nella regione

Per una prima valorizzazione economica del sistema dell'informazione regionale, sono evidenziati i ricavi delle imprese che hanno sede (legale o operativa come descritto prima) nella regione, distinti per mezzo (Tv, radio, quotidiani, Internet), anche se tale criterio tende a sovrastimare le regioni che ospitano editori che operano a livello nazionale o pluriregionale.

Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione

Per valutare la tipologia di ricavo sono stati distinti: la raccolta pubblicitaria, la vendita di contenuti (ricavi da utenti) e altri ricavi. Nel computo dei ricavi per Internet sono inclusi anche i ricavi netti delle concessionarie.

Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media

I ricavi prodotti dalle imprese della regione, sono, quindi, messi a confronto con la spesa della regione nei settori dell'informazione considerati. Tale spesa è stimata associando a ciascun editore, inclusi gli editori nazionali, il bacino di utenza interessato da quella fonte informativa. Per gli operatori televisivi e radiofonici, si è proceduto a verificare le province in cui essi diffondono il proprio segnale e, a ciascuna provincia, sono stati attribuiti i ricavi pro quota alla popolazione. Per i quotidiani, invece, sono stati utilizzati i dati territoriali certificati da ADS (relativi alla diffusione nel 2016) per le testate rilevate, attribuendo a ciascuna provincia i ricavi degli editori in base alle copie diffuse in quella provincia, mentre, per le altre testate, si è proceduto ad una ripartizione in base alle dichiarazioni dell'editore e ad una attribuzione dei ricavi in base alla popolazione per provincia.

Televisione

Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo

I ricavi degli operatori radiotelevisivi che hanno sede nella regione, sono messi a confronto con il consumo (la spesa) della regione nel settore radiotelevisivo. Tale consumo è stimato associando a ciascuna emittente che diffonde il proprio segnale nella regione (incluse le nazionali) il bacino di utenza interessato potenzialmente da quella fonte informativa. A ciascuna provincia in cui essi diffondono il proprio segnale, sono stati attribuiti i ricavi pro quota alla popolazione.

Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

La composizione dei ricavi delle società televisive che hanno sede nella regione distingue tra raccolta pubblicitaria (con l'indicazione della percentuale di pubblicità locale), ricavi da utente, ossia ricavi da Tv a pagamento (se esistente), e altri ricavi.

Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

È evidenziato il numero di editori locali (dall'iper-locale al macro-regionale), rilevati nel Registro degli Operatori di Comunicazioni, in base al codice fiscale dell'impresa, che diffondono in ciascuna provincia, indipendentemente dal numero di canali programmi che diffondono.

Per quanto riguarda il consumo mediatico, per riscontrare la penetrazione televisiva, sono stati utilizzati i dati Auditel, in particolare la pubblicazione *Audience Televisive in Italia. Tv locali rapporto annuale. Anno 2017 (TS Cumulato +7)*. Per le emittenti non rilevate in questo rapporto è stato stimato l'ascolto nel minuto medio a partire dai dati, ove disponibili, relativi ai Contatti netti rilevati da Auditel e pubblicati in *TV Locali - dati per Regione. Anno 2017*.

Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)

Sono indicati i canali televisivi più seguiti (in generale, non solo a fini informativi) in ordine decrescente di *share*, ossia in base al rapporto percentuale tra gli ascoltatori di una certa emittente e il totale degli ascoltatori che stanno guardando la televisione sulle diverse reti, confrontati con le percentuali a livello nazionale.

Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali

Sono indicati i canali televisivi nazionali più seguiti (in generale, non solo a fini informativi) in ordine decrescente in termini di *Ascolto Medio*, ossia in base alla media di ascoltatori presenti in ogni minuto della fascia. È stata considerata la fascia giornaliera (2:00 – 25:59).

Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali

Sono indicati i canali televisivi locali più seguiti (in generale, non solo a fini informativi) in ordine decrescente in termini di *Ascolto Medio*, ossia in base alla media di ascoltatori presenti in ogni minuto della fascia. È stata considerata la fascia giornaliera (2:00 – 25:59).

Radio

Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico

I ricavi degli operatori radiofonici che hanno sede nella regione, sono messi a confronto con il consumo (la spesa) della regione nel settore radiofonico. Tale consumo è stimato associando a ciascuna emittente che diffonde il proprio segnale nella regione (incluse le nazionali) il bacino di utenza interessato potenzialmente da quella fonte informativa. A ciascuna provincia in cui essi diffondono il proprio segnale, sono stati attribuiti i ricavi pro quota alla popolazione.

Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione

La composizione dei ricavi delle società radiofoniche che hanno sede nella regione distingue tra raccolta pubblicitaria, con l'indicazione della percentuale di pubblicità locale, e altri ricavi.

Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia

È evidenziato il numero di imprese radiofoniche locali (dall'iper-locale al macro-regionale), rilevati nel Registro degli Operatori di Comunicazioni, in base al codice fiscale dell'impresa, che diffondono in ciascuna provincia, indipendentemente dal numero di canali programmi che diffondono.

Per quanto riguarda il consumo mediatico, per riscontrare la penetrazione radiofonica, sono stati utilizzati i dati raccolti nell'ambito dell'indagine TER 2017, relativi a 90.000 interviste dell'indagine TER CATI condotte tra il 4 maggio e il 18 dicembre.

Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)

Sono indicati i canali radiofonici, sia nazionali sia locali, più seguiti (in generale, non solo a fini informativi) in ordine decrescente in base al rapporto percentuale tra gli ascoltatori di una certa emittente e il totale degli ascoltatori della radio, confrontati con le percentuali a livello nazionale.

Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali

Sono indicati i canali radiofonici nazionali più seguiti (in generale, non solo a fini informativi) in ordine decrescente in termini di ascoltatori delle emittenti radio nel giorno medio per regione.

Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali

Sono indicati i canali radiofonici locali più seguiti (in generale, non solo a fini informativi) in ordine decrescente in termini di ascoltatori delle emittenti radio nel giorno medio per regione.

Quotidiani

Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani

Per il confronto tra i ricavi prodotti dagli editori che hanno sede nella regione e la spesa della regione nella stampa quotidiana, sono stati utilizzati gli ultimi dati territoriali certificati da ADS 2017 (relativi all'anno 2016) per le testate rilevate che indicano esattamente la diffusione per provincia. Infatti, i ricavi prodotti dalle imprese quotidiane che hanno sede nella regione, sono stati messi a confronto con i ricavi attribuiti degli editori di quotidiani in base alle copie diffuse in ciascuna provincia. Per le testate non rilevate da ADS, si è proceduto ad una attribuzione in base alle dichiarazioni dell'editore e ad una ripartizione dei ricavi in base alla popolazione per provincia.

Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

La composizione dei ricavi delle società editrici di quotidiani che hanno sede nella regione distingue tra raccolta pubblicitaria (con l'indicazione della percentuale di pubblicità locale), ricavi da utente, ossia ricavi da vendita di copie e collaterali, e altri ricavi.

Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

Questa figura mostra la diversa incidenza delle province nella spesa in base al dato diffusionale dei quotidiani. La fonte è costituita da ADS e dalle dichiarazioni degli editori.

Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia

È evidenziato il numero di editori locali (dall'iper-locale al macro-regionale) che diffondono in ciascuna provincia. La fonte è costituita da ADS e dalle dichiarazioni degli editori.

Quotidiani più diffusi nella regione (%)

Sono indicati i quotidiani più diffusi in ordine decrescente, in percentuale rispetto al totale della diffusione dei quotidiani nella regione, confrontati con le percentuali della diffusione a livello nazionale. La fonte è costituita da ADS e dalle dichiarazioni degli editori.

Andamento delle copie vendute

Sulla base dei dati forniti dagli operatori in sede di dichiarazione alla Informativa Economica di Sistema, la figura mostra i valori assoluti e il trend (quinquennio 2012-2016) delle copie vendute di quotidiani, nella regione considerata, in comparazione con valori e andamento a livello nazionale.

Internet

Composizione dei ricavi dei media online con sede nella regione

La composizione dei ricavi degli operatori esaminati nel sistema delle comunicazioni (TV, radio, quotidiani ed editori elettronici) che operano online e che hanno sede nella regione, in base a quanto dichiarato all'Informativa Economica di Sistema, distingue tra raccolta pubblicitaria (la fonte di finanziamento prevalente online) e altri ricavi.

Editori online con sede nella regione

È evidenziato il numero di operatori nell'editoria elettronica che hanno la sede legale in ciascuna provincia, Quale fonte è stato utilizzato il ROC (elenco pubblico).

Reach online dei primi 5 brand (%)

È confrontato il valore di *reach*, ossia la percentuale di utenti unici al netto delle sovrapposizioni tra i dispositivi rilevati rispetto al totale degli utenti online, dei primi 5 brand a livello nazionale con il valore della *reach* a livello regionale. I dati sono di fonte Audiweb: Audiweb Total, *Internet Ranking Total*, Brand, Categoria "All", Marzo 2018. Si fa presente che il dato è lo stesso per Piemonte e Valle d'Aosta nonché per Abruzzo e Molise essendo i dati di queste regioni riportati in forma aggregata nella fonte utilizzata.

Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

È confrontato il valore di *reach*, ossia la percentuale di utenti unici al netto delle sovrapposizioni tra i dispositivi rilevati rispetto al totale degli utenti online, dei primi 5 brand di informazione a livello nazionale con il valore della *reach* a livello regionale. I dati sono di fonte Audiweb: Audiweb Total, *Internet Ranking Total*, Brand, Categoria "News & Information [Current Events & Global News]", Marzo 2018. Si fa presente che il dato è lo stesso per Piemonte e Valle d'Aosta nonché per Abruzzo e Molise essendo i dati di queste regioni riportati in forma aggregata nella fonte utilizzata.