



AUDIRADIO®

DOCUMENTO AI SENSI DELL'ART. 6 DELLA DELIBERA AGCOM
N. 130/06/CSP DEL 12 LUGLIO 2006 RECANTE L'ESPOSIZIONE
DELLA METODOLOGIA UTILIZZATA PER L'INDAGINE
SULL'ASCOLTO RADIOFONICO IN ITALIA "AUDIRADIO 2026"

Società che realizza l'Indagine: AUDIRADIO S.r.l.

Sede legale: Corso Buenos Aires, 79 - 20124 Milano

Codice fiscale e partita IVA: 13533620962

Iscritta al Registro delle Imprese del Tribunale di Milano al n. 13533620962 Capitale sociale euro 120.000 interamente versato

Tel: 02 20228126

E-mail: info@audiradio.info

Sommario

1	Premessa	4
2	Elementi metodologici comuni agli Stream	7
2.1	Universo e Fonti comuni	7
2.2	Ricorso a un frame unico di campionamento	7
2.3	Omogeneità nei periodi rappresentati e nella distribuzione delle interviste	7

2.4	Orario di intervista, numero di tentativi e classificazione esiti	11
2.5	Impiego del CATI@home	11
2.6	Rete degli operatori	12
2.7	Controlli di qualità	12
2.8	Briefing	13
3	Stream A1	14
3.1	Campione	14
3.2	Questionario	17
4	Stream A2	19
4.1	Campione	19
4.2	Questionario	20
5	Stream B	23
5.1	Campione	23
5.2	Questionario	25
6	Screening unico	27
7	Definizioni	28
8	Elaborazione dei dati	29
8.1	Ponderazione	29
8.2	Ponderazione Stream A	29
8.2.1	Semestre mobile	31
8.3	Ponderazione Stream B	31
8.4	Titolo di studio e professione	32
8.5	Fusione degli Stream A e B	34
8.6	Stima degli ascolti on-demand	36
9	Produzione e distribuzione dei dati	37
10	Errori e intervalli di confidenza delle stime	40
10.1	Stream A	41
10.2	Stream B	Errore. Il segnalibro non è definito.
11	Nastro di pianificazione	45

11.1	Oggetto e finalità dell'archivio (Nastro di Pianificazione)	45
11.2	Metriche da rispettare (vincoli di coerenza)	45
11.3	Regole di profilo (priorità e aggregazioni)	45
11.4	Produzione dei Diari Virtuali (schema operativo)	46
11.4.1	Settimana base (7 giorni)	46
11.4.2	Estensione multi-settimana (14–28 giorni)	46
11.4.3	Integrazione dei punti intermedi (21 gg)	46
11.4.4	Controlli formali	46
11.5	Prerequisiti e casi limite	46
11.5.1	Completezza emittenti	46
11.5.2	Limite di rappresentatività ($GM \leq 15$)	46
11.5.3	Coerenza GM vs 7gg (casistica di impossibilità matematica)	47
11.6	Ascolti per device (trattamento e limiti)	47
11.7	Gestione provincia: nastro nazionale vs archivio provinciale	47
11.8	Total Audience nel Nastro di Pianificazione	47
12	Competenza e ruolo degli istituti.....	50

1 Premessa

Il presente documento descrive le caratteristiche tecnico-metodologiche dell'indagine con finalità statistica sull'ascolto radiofonico in Italia per l'anno 2026, denominata "Audiradio 2026", realizzata dalla Audiradio S.r.l. tramite le società:

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

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

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

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

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

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

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

- **Stream A1** – basato su 80.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, realizzato da GfK e Ipsos su campioni equamente suddivisi – che permette di misurare l'ascolto in diretta delle emittenti locali nel Quarto d'ora Medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel Giorno Medio e nei Sette Giorni.
- **Stream A2** – basato su 40.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, realizzato da Ipsos - che serve da una parte a stimare le coperture cumulate a 14 e 28 giorni dell'ascolto lineare sia per le

emittenti nazionali che locali, dall'altra – insieme allo Stream A1 – a misurare l'ascolto lineare delle emittenti locali nel Quarto d'ora Medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel Giorno Medio e nei Sette Giorni. Inoltre, attraverso questo Stream vengono raccolti i parametri di deduplica per la produzione delle metriche a totale mezzo e le informazioni utili per la profilazione e deduplicazione dei dati di ascolto on-demand provenienti dall'SDK.

- **Stream B** – basato su 80.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, realizzato da GfK e Ipsos su campioni equamente suddivisi – che permette di misurare l'ascolto in diretta delle emittenti nazionali nel Quarto d'ora Medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel Giorno Medio e nei Sette Giorni.

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

I rilasci

I rilasci sono pubblici e sono computati su base trimestrale per le emittenti nazionali e in media mobile semestrale per le emittenti locali.

La copertura 14-28 giorni viene calcolata trimestralmente su base media mobile semestrale sia per le emittenti locali che per le emittenti nazionali.

Le elaborazioni in media mobile che compattano dati provenienti dal 2026 e il 2025 gestiranno in modalità concordate le differenze in termini di universi di riferimento, ponderazioni, liste di emittenti e provincia di iscrizione.

Il contenuto di ciascun rilascio include:

- Anticipazioni in formato pdf
- Tavole statistiche in formato Excel e pdf
- Nastro di pianificazione

Le date previste per ciascun rilascio sono riportate nella seguente tabella. Si tratta di date indicative, soggette a conferma da parte degli Istituti e ad approvazione da parte di Audiradio.

Periodo di riferimento nominale ¹	Periodo indicativo anticipazioni
Q1 2026	Maggio / giugno 2026
Q2 2026	Agosto 2026
Q3 2026	Novembre 2026

¹ I dati trimestrali per le emittenti locali saranno calcolati su semestre mobile (ad esempio il periodo di riferimento nominale Q3 2026 si basa per le nazionali sui dati rilevati nel Q3 2026 e per le locali su Q2 2026 + Q3 2026).

Q4 2026	Gennaio / febbraio 2026
---------	----------------------------

La tecnica D.A.R. – descrizione

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

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

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

2 Elementi metodologici comuni agli Stream

2.1 Universo e Fonti comuni

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

Questa collettività - stimata convenzionalmente sulla base dei dati dell'ultimo Censimento della Popolazione condotto dall'Istat - viene aggiornata in base ai dati del volume Istat "Popolazione e movimento anagrafico dei Comuni", contenente i dettagli di distribuzione della popolazione per regione, provincia e comune.

Da fonte Istat sono anche tratti i parametri di stratificazione (e ponderazione) relativi alla penetrazione della telefonia fissa e mobile, con specifico riferimento alla raggiungibilità telefonica, eleggendo a riferimento di tutti gli Stream l'Indagine Istat Multiscopo.

2.2 Ricorso a un frame unico di campionamento

Il campione è ricavato:

- Per la telefonia fissa: tramite estrazione casuale da un basket unico rappresentato dal database residenziale Addressvitt, garantendo:
 - che il tasso di numeri di telefono ripetuti fra i due Istituti sia minimo e proporzionale alla naturale incidenza di sovrapposizione
 - che i numeri di telefono fisso contattati dagli Istituti non siano ripetuti per un periodo di sei mesi.
- Per la telefonia mobile: ricorrendo a un sistema di generazione e validazione unico, comune per i due Istituti. Questa modalità garantisce:
 - che l'insieme dei numeri generati copra tutti i prefissi esistenti e sia completamente uniforme in termini di copertura dei prefissi esistenti e di distribuzione dei numeri per prefisso
 - che non ci siano numeri di telefono ripetuti fra i due Istituti.

L'unione dei due frame fisso e mobile copre l'Universo senza scoperture apprezzabili. Infatti, la diffusione del mobile compensa le scoperture della linea fissa, con una percentuale di soggetti privi di connessione telefonica che si aggira intorno al 2%.

2.3 Omogeneità nei periodi rappresentati e nella distribuzione delle interviste

A livello di singolo giorno-data, il campione deve essere equi-ripartito (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 è quindi pari al numero totale di interviste della wave diviso il numero totale di giorni di lavoro della stessa wave.

Al fine di consentire la realizzazione del numero complessivo delle interviste previste dal piano di campionamento nell'arco temporale del trimestre, viene consentita una flessibilità nel numero di interviste realizzate per specifico giorno di rilevazione.

Gli scostamenti rispetto alla distribuzione ideale delle interviste per singolo giorno di rilevazione sono contenuti, e il loro impatto è ulteriormente minimizzato dal rispetto delle quote trimestrali per “tipo giorno”.

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

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

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

gennaio							febbraio							marzo						
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D
			1	2	3	4				5	6	7	8				1			
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28		23	24	25	26	27	28	29

aprile							maggio							giugno							
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	
			1	2	3	4	5				1	2	3		1	2	3	4	5	6	7
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	
	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		29	30	31	25	26	27	28	29	30	
27	28	29	30											22	23	24	25	26	27	28	

luglio							agosto							settembre							
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	
			1	2	3	4	5							1	2	3	4	5	6		
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	10	7	8	9	10	11	12	13
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	18	14	15	16	17	18	19	20
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30	
27	28	29	30	31										31							

ottobre							novembre							dicembre							
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	
			1	2	3	4								1							
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
12	13	14	15	16	17	18	11	12	13	14	15	16	17	18	16	17	18	19	20	21	22
19	20	21	22	23	24	25	12	13	14	15	16	17	18	12	13	14	15	16	17	18	
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29		28	29	30				
							30														

Legenda

I trimestre	
II trimestre	
III trimestre	
IV trimestre	
Settimane di recupero	

Vincoli di avanzamento

Vengono previsti i seguenti vincoli, a livello di totale Italia, nel campione di rientro:

1. quarta settimana di ogni trimestre: tra il 60% e il 65% per le wave da 9 settimane; tra il 55% e il 60% per le wave da 10 settimane;
2. sesta settimana di ogni trimestre: tra l'80% e l'85% per le wave da 9 settimane; tra il 75% e l'80% per le wave da 10 settimane.

Per vincoli si intendono i limiti massimi di copertura a totale Italia, non a livello di singole celle.

Il numero di settimane è inteso al netto della settimana di recupero.

2.4 Orario di intervista, numero di tentativi e classificazione esiti

Ciascun Istituto realizza l'interno field di indagine di propria competenza tramite i propri call center proprietari italiani, con personale interamente dedicato alle sole ricerche sociali, di marketing e sui Media, operando in modo allineato e coordinato nella gestione del field in termini di orari e di criteri di gestione delle interviste.

Le interviste vengono condotte tutti i giorni della settimana (quindi sia nei giorni feriali che nel weekend/festivi) di ciascun periodo di rilevazione:

- Nell'orario 13:30 – 21:00 da GfK
- Nell'orario 14:00 – 21:30 da Ipsos.

Gli intervistatori GfK osservano una pausa genericamente tra le 17:00 e le 17:30, quelli di Ipsos tra le 17:30 e le 18:00.

L'orario pomeridiano (fino alle ore 19:00) privilegia la ricerca degli utenti di telefonia mobile, con quota indicativa di cellulari del 72%. Al netto di questa indicazione, i due Istituti cercano di minimizzare le differenze di rilevazione per device, in tutte le fasce orarie, in modo da garantire una corretta impostazione del progetto di Ricerca e di uniformare quanto più possibile i criteri di contatto tra di loro.

Le utenze telefoniche sono gestite negli orari diurni e serali con una distribuzione tarata secondo le rese e l'alimentazione delle quote. Se necessario i turni vengono estesi alla tarda mattinata.

Sono gestibili le richieste di appuntamento in orari diversi da quelli "standard" a seconda delle esigenze e richieste dell'intervistato.

Nei giorni festivi, orari di field e contatti su device vengono modulati in modo da riflettere le abitudini delle persone, con la possibilità quindi di dedicare una proporzione del field pomeridiano diversa al contatto sui telefoni fissi.

In ogni caso, viene attuato ogni sforzo per ottenere la migliore possibile distribuzione dei device per giorno della settimana.

Gli Istituti insistono su ciascun recapito telefonico per almeno cinque tentativi, in caso di contatti non raggiunti.

Ciascun Istituto si impegna a non richiamare i numeri telefonici che ha intervistato prima del decorso di sei mesi dall'intervista.

2.5 Impiego del CATI@home

Gli Istituti calibrono la ripartizione in funzione delle effettive disponibilità della forza lavoro, prevedendo comunque un minimo del 50% delle interviste in-hall.

Indipendentemente dalla sede fisica in cui vengono realizzate, le modalità di somministrazione e di controllo delle interviste sono esattamente le medesime tra intervistatori da remoto e in sede:

- Gli intervistatori in modalità da remoto utilizzano lo stesso programma di conduzione e i medesimi sistemi di gestione dell'intervista dei loro colleghi che svolgono l'attività in sede
- L'attività degli intervistatori è costantemente seguita dai supervisori nel corso dell'esecuzione delle interviste, sia in sala rilevazione, sia con sistema remoto
- Le attività di controllo vengono svolte sia internamente che dalla società di auditing incaricata di certificare l'indagine e sono esattamente le medesime sia per gli intervistatori in sede che da remoto.

2.6 Rete degli operatori

Viene garantita una retribuzione degli intervistatori di tipo orario (non a intervista) e nel rispetto di quanto previsto dal contratto stipulato da ASSIRM o ASSEPRIM e la controparte sindacale.

Almeno il 50% degli intervistatori ha almeno due anni di comprovabile esperienza in ricerche di mercato condotte con sistema CATI, anche presso altri Istituti di ricerca.

Gli intervistatori hanno perfetta conoscenza della lingua italiana. Nella provincia autonoma di Bolzano le interviste sono effettuate anche in lingua tedesca da intervistatori bilingue.

Gli Istituti non svolgono attività di call center estranee alle ricerche sociali e di mercato. Ciò garantisce che gli intervistatori siano dedicati esclusivamente alle ricerche di mercato.

È previsto il possesso di almeno un diploma di scuola media superiore o almeno tre anni di esperienza nelle ricerche di mercato.

Gli intervistatori sono selezionati in base alla loro dimestichezza nell'uso del pc e con i supporti informatici dedicati alla realizzazione delle interviste, alle loro doti comunicative e alla proprietà di linguaggio.

2.7 Controlli di qualità

La quota di supervisori rispetto al numero di intervistatori è pari a un rapporto minimo di 1:20.

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

2.8 Briefing

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

3 Stream A1

3.1 Campione

Per rappresentare al meglio anche le emittenti locali, riducendo la varianza delle stime nelle province meno popolose, si utilizza un disegno di “campionamento a proporzionalità corretta”.

Questo approccio consente di attuare un piano di campionamento che, partendo da un principio di proporzionalità, “ammorbidisce” sistematicamente le differenze fra province grandi e province piccole. In questo modo le province più piccole migliorano la rappresentatività statistica, e contemporaneamente le province più popolose mantengono un adeguato livello di rappresentatività.

Di seguito viene descritto il processo che viene seguito per la definizione del numero di casi per provincia.

Come primo step, si passa dalle 107 province di cui all'ordinamento amministrativo italiano preso a riferimento (Istat “Popolazione e movimento anagrafico dei Comuni”), a 105 province, grazie all'unione di:

- Isernia aggregata a Campobasso
- Gorizia aggregata a Trieste.

È quindi prevista una distribuzione per provincia “a proporzionalità corretta”, applicando ai casi che risulterebbero da un campionamento proporzionale un correttivo che ne aumenti o diminuisca la numerosità in modo da migliorare l'affidabilità delle stime provinciali.

Secondo questo meccanismo i casi per provincia sono definiti secondo la formula:

$$x = y^{*0.75} + z^{*0.25}$$

dove:

- **y** = casi per provincia nell'ipotesi di un campione perfettamente proporzionale. In questa ipotesi, l'errore di stima sarebbe molto differente fra le diverse province con margini d'errore elevati per le province meno popolose
- **z** = casi per provincia nell'ipotesi di equi-distribuzione dei casi per numero di province (campione sperimentale). In questa ipotesi la precisione della stima di una qualsiasi metrica è identica per tutte le province, indipendentemente dalle loro dimensioni
- **x** = casi per provincia risultanti: le grandi province donano casi alle piccole. Le piccole province vedono un miglioramento dell'affidabilità delle statistiche, mentre la penalizzazione delle grandi province è accettabile.

Ai campioni provinciali risultanti da questa formula vengono applicate due ulteriori correzioni:

- Un parametro di controllo esterno che tiene conto della popolazione a livello di aggregazioni di regioni (aree), per mantenere la proporzionalità del campione per area geografica
- 1.000 casi vengono utilizzati per ridurre il sottocampionamento delle tre province più grandi (Roma, Milano, Napoli) derivante dalla tecnica del campione “a proporzionalità corretta”. I rimanenti 79.000 casi sono distribuiti secondo il criterio descritto sopra.

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

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

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

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

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

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

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

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

In caso di impossibilità a raggiungerle a livello regionale, gli Istituti si impegnano a garantire comunque per ciascuna regione il rispetto delle quote fisso/cellulare all'80%, a eccezione delle regioni storicamente difficili (Valle d'Aosta, Calabria, Sicilia e Sardegna).

Tali quote, in fase di ponderazione, sono riallineate all'universo di riferimento (Istat Multiscopo ultimo aggiornamento).

Le classi di età campionate sono le seguenti:

- 14-17 anni²
- 18-24 anni
- 25-34 anni
- 35-44 anni
- 45-54 anni
- 55-64 anni
- 65 anni e oltre.

L'ampiezza demografica dei comuni viene campionata in base alle seguenti classi:

- Fino a 10.000 abitanti
- Da 10.000 a 30.000 abitanti
- Da 30.000 a 100.000 abitanti
- Da 100.000 a 250.000 abitanti
- Oltre 250.000 abitanti.

In ciascun trimestre di rilevazione vengono garantiti i seguenti livelli minimi di saturazione delle celle di campionamento:

- Copertura delle quote campione almeno al 90% per i marginali
- Copertura almeno all'80% per quote "interne"
- Copertura almeno al 60% per il target 14-17 anni (marginale e celle interne).
- Copertura almeno al 80% per il target 18-24 anni (marginale e celle interne).
- Copertura almeno al 80% per le seguenti province: BZ, BT, CL, VV, KR, AG, BR, SR (marginale e celle interne).

Il campione è equidistribuito su tutto il corso dell'anno con l'obiettivo di un ugual numero di interviste per ciascun giorno di rilevazione.

² Con l'accorpamento di maschi e femmine a livello provinciale e per tipo giorno (nella matrice tipo giorno per sesso-età). La proporzione maschi-femmine è controllata a livello regionale e a totale Italia.

3.2 Questionario

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

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

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

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

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

- Ascolto nei sette giorni su sollecito da elenco emittenti
- Per le sole emittenti ascoltate nei sette giorni: ascolto nel giorno medio (ieri) (per convenzione il giorno medio è quello antecedente l'intervista, comprensivo delle 24 ore tra le 06:00 della mattina precedente e le 06:00 della mattina del giorno della rilevazione)
- Ascolto della radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti ascoltate ieri: ascolto nel singolo quarto d'ora (per esempio, se l'intervistato dichiara di ascoltare un'emittente dalle 09:05 alle 09:15, l'ascolto per quell'emittente viene approssimato al quarto d'ora 09:01-09:15); la durata d'ascolto (in minuti) è ricavata di conseguenza; la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a coerenzierare ciò che viene dichiarato rispetto all'ascolto radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
 - in casa, fuori casa, sia in casa che fuori casa
 - se fuori casa: in automobile, sul luogo di lavoro (ufficio, negozio, laboratorio, studio), in un negozio, supermercato/centro commerciale, in uno studio professionale (dentista, medico, commercialista ecc..), in un locale pubblico (bar, ristorante), in un luogo pubblico all'aperto, per strada, altro mezzo di trasporto (taxi, pullman, mezzi pubblici, ecc.), altro luogo (stazione, aeroporto, albergo, ecc..), non ricorda.
- Per le sole emittenti ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)

- via PC/Tablet, via telefono cellulare/smartphone, via apparecchio radio, via autoradio, via tv canale televisivo della radio (con immagini in movimento), via tv solo audio (senza immagini in movimento), via smart speaker/assistente vocale (es. Google Home, Alexa), altro, non ricorda.
- telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet approfondimento livello di piattaforma utilizzata: sito internet della radio, app della radio, Radio Player, altro sito internet, altra app, canali social, non ricorda.
- Domande in generale (non per singole Radio):
 - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
 - Caratteristiche socio-demografiche (professione dell'intervistato, istruzione dell'intervistato, RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia)
- Sezioni facoltative (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte)
 - Coinvolgimento in attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device (in generale)
 - Digital Radio (DAB+)

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

Ferma restando la struttura di base del questionario e la stabilità delle domande che servono alla costruzione delle stime di ascolto, si prevede la possibilità da parte di Audiradio di effettuare interventi utili alla migliore efficienza della raccolta dati.

4 Stream A2

4.1 Campione

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

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

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

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

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

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

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

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

In caso di impossibilità a raggiungerle a livello regionale, gli Istituti si impegnano a garantire comunque per ciascuna regione il rispetto delle quote fisso/cellulare all'80%, a eccezione delle regioni storicamente difficili (Valle d'Aosta, Calabria, Sicilia e Sardegna).

In ciascun trimestre di rilevazione vengono garantiti i seguenti livelli minimi di saturazione delle celle di campionamento:

- Copertura delle quote campione almeno al 90% per i marginali
- Copertura almeno all'80% per quote "interne"
- Copertura almeno al 60% per il target 14-17 anni (marginale e celle interne).
- Copertura almeno al 80% per il target 18-24 anni (marginale e celle interne).
- Copertura almeno al 80% per le seguenti province: BZ, BT, CL, VV, KR, AG, BR, SR (marginale e celle interne).

Il campione è equidistribuito su tutto il corso dell'anno con l'obiettivo di un ugual numero di interviste per ciascun giorno di rilevazione.

4.2 Questionario

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

- La curva di copertura 7-14-28 giorni per tutte le emittenti iscritte all'indagine
- Tutti i KPI di ascolto in diretta delle emittenti locali e gli elementi atti a caratterizzare e connotare i dati (ascolto nei sette giorni, nel giorno ieri, per singolo quarto d'ora e per giorno della settimana, luoghi e device di ascolto, caratteristiche socio-demografiche, utilizzo dell'auto)
- I parametri di de-duplica per la produzione dei dati di Total Audience
- Le informazioni utili per la profilazione e l'individualizzazione dei dati censuari digitali.

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

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

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

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

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

Più precisamente, per **tutte le emittenti** si rileva:

- Radio ascoltate negli ultimi sette giorni. Si legge l'elenco di tutte le radio della provincia e di tutte le radio nazionali (alle emittenti che sono state ascoltate negli ultimi sette giorni viene imputato l'ascolto anche negli ultimi 14 e 28 giorni)
- Radio ascoltate negli ultimi 14 giorni. Se un'emittente non risulta essere stata ascoltata negli ultimi sette giorni (prima di passare all'emittente successiva) si chiede subito l'ascolto negli ultimi 14. In caso affermativo, viene imputato l'ascolto anche negli ultimi 28.

- Radio ascoltate negli ultimi 28 giorni. Se un'emittente non risulta essere stata ascoltata negli ultimi 14 giorni (prima di passare all'emittente successiva) si chiede l'ascolto negli ultimi 28.

Per tutte le emittenti si prevede anche la raccolta dell'ascolto "ieri" (per convenzione il giorno medio è quello antecedente l'intervista, comprensivo delle 24 ore tra le 06:00 della mattina precedente e le 06:00 della mattina del giorno della rilevazione) in modo da consentire le attività di deduplica e fusione fra gli Stream A e B.

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

- Ascolto della radio in generale per fascia oraria
- Per le sole emittenti locali ascoltate ieri: ascolto nel singolo quarto d'ora (per esempio, se l'intervistato dichiara di ascoltare un'emittente dalle 09:05 alle 09:15, l'ascolto per quell'emittente viene approssimato al quarto d'ora 09:01-09:15); la durata d'ascolto (in minuti) è ricavata di conseguenza; la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a coerenzziare ciò che viene dichiarato rispetto all'ascolto radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti locali ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
 - in casa, fuori casa, sia in casa che fuori casa
 - se fuori casa: in automobile, sul luogo di lavoro (ufficio, negozio, laboratorio, studio), in un negozio, supermercato/centro commerciale, in uno studio professionale (dentista, medico, commercialista ecc..), in un locale pubblico (bar, ristorante), in un luogo pubblico all'aperto, per strada, altro mezzo di trasporto (taxi, pullman, mezzi pubblici, ecc.), altro luogo (stazione, aeroporto, albergo, ecc..), non ricorda.
- Per le sole emittenti locali ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
 - via PC/Tablet, via telefono cellulare/smartphone, via apparecchio radio, via autoradio, via tv canale televisivo della radio (con immagini in movimento), via tv solo audio (senza immagini in movimento), via smart speaker/assistente vocale (es. Google Home, Alexa), altro, non ricorda.
 - telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet approfondimento livello di piattaforma utilizzata: sito internet della radio, app della radio, Radio Player, altro sito internet, altra app, canali social, non ricorda.
- A tutti i rispondenti vengono poste delle domande per comprendere la fruizione di contenuti on-demand delle radio iscritte all'indagine ed in particolare: piattaforma di fruizione, tipologia di contenuto, fascia oraria e durata della fruizione.
- Sono quindi poste altre domande di profilazione (non per singole Radio) che riguardano:
 - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.

- Caratteristiche socio-demografiche (professione (dell'intervistato), istruzione (dell'intervistato), RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia).

Audiradio comunica agli Istituti l'elenco delle radio oggetto della Ricerca e il dettaglio delle singole province nelle quali rilevare ogni singola emittente.

Ferma restando la struttura di base del questionario e la stabilità delle domande che servono alla costruzione delle stime di ascolto, si prevede la possibilità da parte di Audiradio di effettuare interventi utili alla migliore efficienza della raccolta dati.

5 Stream B

5.1 Campione

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

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

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

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

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

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

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

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

Nel corso del 2026 si valuterà l'adeguamento di tali quote campionarie rispetto all'Indagine Istat-Multiscopo.

In caso di impossibilità a raggiungerle a livello regionale, gli Istituti garantiscono comunque per ciascuna regione il rispetto delle quote fisso/cellulare all'80%, ad eccezione delle regioni storicamente difficili (Valle d'Aosta, Calabria, Sicilia e Sardegna).

Tali quote, in fase di ponderazione, saranno riallineate all'universo di riferimento (Istat Multiscopo ultimo aggiornamento).

Le classi di età campionate sono le seguenti:

- 14-17 anni³
- 18-24 anni
- 25-34 anni
- 35-44 anni
- 45-54 anni
- 55-64 anni
- 65 anni e oltre.

L'ampiezza demografica dei comuni viene campionata in base alle seguenti classi

- Fino a 10.000 abitanti
- Da 10.000 a 30.000 abitanti
- Da 30.000 a 100.000 abitanti
- Da 100.000 a 250.000 abitanti
- Oltre 250.000 abitanti.

In ciascun trimestre di rilevazione vengono garantiti i seguenti livelli minimi di saturazione delle celle di campionamento:

- Copertura delle quote campione almeno al 90% per i marginali
- Copertura almeno all'80% per quote "interne"
- Copertura almeno al 60% per il target 14-17 anni (marginale e celle interne).
- Copertura almeno al 80% per il target 18-24 anni (marginale e celle interne).

Il campione viene equidistribuito su tutto il corso dell'anno con l'obiettivo di un ugual numero di interviste per ciascun giorno di rilevazione.

³ Con l'accorpamento di maschi e femmine tipo giorno (nella matrice tipo giorno per sesso-età). La proporzione maschi-femmine è controllata a livello regionale e a totale Italia.

5.2 Questionario

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

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

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

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

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

- Ascolto nei sette giorni su sollecito da elenco emittenti
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate nei sette giorni: ascolto nel giorno medio (ieri) (per convenzione il giorno medio è quello antecedente l'intervista, comprensivo delle 24 ore tra le 06:00 della mattina precedente e le 06:00 della mattina del giorno della rilevazione)
- Ascolto della radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate ieri: ascolto nel singolo quarto d'ora (per esempio, se l'intervistato dichiara di ascoltare un'emittente dalle 09:05 alle 09:15, l'ascolto per quell'emittente viene approssimato al quarto d'ora 09:01-09:15); la durata d'ascolto (in minuti) è ricavata di conseguenza; la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a coerenzierci ciò che viene dichiarato rispetto all'ascolto radio per fascia oraria
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
 - in casa, fuori casa, sia in casa che fuori casa
 - se fuori casa: in automobile, sul luogo di lavoro (ufficio, negozio, laboratorio, studio), in un negozio, supermercato/centro commerciale, in uno studio professionale (dentista, medico, commercialista ecc..), in un locale pubblico (bar, ristorante), in un luogo pubblico all'aperto, per strada, altro mezzo di trasporto (taxi, pullman, mezzi pubblici, ecc.), altro luogo (stazione, aeroporto, albergo, ecc..), non ricorda.
- Per le sole emittenti nazionali ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
 - via PC/Tablet, via telefono cellulare/smartphone, via apparecchio radio, via autoradio, via tv canale televisivo della radio (con immagini in movimento), via tv solo audio (senza immagini in movimento), via smart speaker/assistente vocale (es. Google Home, Alexa), altro, non ricorda.

- telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet approfondimento livello di piattaforma utilizzata: sito internet della radio, app della radio, Radio Player, altro sito internet, altra app, canali social, non ricorda.
- Domande in generale (non per singole Radio):
 - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
 - Caratteristiche socio-demografiche (professione dell'intervistato, istruzione dell'intervistato, RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia)
- Sezioni facoltative (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte)
 - Coinvolgimento in attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device (in generale)
 - Digital Radio (DAB+)

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

Ferma restando la struttura di base del questionario e la stabilità delle domande che servono alla costruzione delle stime di ascolto, si prevede la possibilità da parte di Audiradio di effettuare interventi utili alla migliore efficienza della raccolta dati.

6 Screening unico

Per massimizzare l'efficienza e garantire l'omogeneità dei dati raccolti nei singoli Stream, Ipsos utilizza un unico screening iniziale comune a tutti Stream gestiti (Stream A1, B e A2). Questo screening si articola come segue:

- Domande comuni: vengono poste domande per verificare l'eleggibilità del rispondente (ad esempio, possesso dei requisiti per partecipare all'indagine) e per identificare la quota campionaria di appartenenza (sesto, età, comune di domicilio abituale).
- Verifica eleggibilità e quota: in base alle risposte, si determina per quali Stream l'intervistato è eleggibile. L'eleggibilità per ciascun Stream dipende dalla disponibilità di "posti" nella quota di appartenenza del rispondente (quota aperta).
- Assegnazione allo stream:
 - Se il rispondente è eleggibile per un solo Stream, prosegue con il questionario di quello Stream.
 - Se il rispondente è eleggibile per più di uno stream, viene assegnato casualmente a uno di questi tramite un algoritmo. Questo algoritmo garantisce la casualità dell'assegnazione e, su grandi numeri, l'equidistribuzione tra Stream, tenendo conto della diversa dimensione campionaria prevista per ciascun stream.
- Somministrazione del questionario: L'intervistatore che effettua il contatto somministra il questionario dello Stream assegnato. Lo stesso parco intervistatori, formati su tutti e 3 i questionari, gestisce le interviste di tutti gli stream, garantendo uniformità nelle modalità di somministrazione delle domande comuni.

Questo approccio con screening unico e assegnazione casuale assicura la massima omogeneità tra gli stream, ottimizzando al contempo l'efficienza della raccolta dati.

7 Definizioni

Riportiamo di seguito le definizioni principali adottate nel corso dell'Indagine Audiradio 2026.

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

- **Ascoltatore nel Giorno Medio (ieri)**

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

- **Ascoltatore nei Sette Giorni**

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

- **Ascoltatori nel Quarto d'ora Medio (AQH)**

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

8 Elaborazione dei dati

8.1 Ponderazione

Al termine di ciascuna wave di rilevazione, si provvede all'unione dei dati rilevati nel corso della wave per ciascuno Stream, al controllo della qualità dei dati e alla loro ponderazione ed espansione all'universo.

La ponderazione è una fase necessaria per riportare il campione alle proporzioni dell'universo, volutamente modificate nella fase di determinazione della numerosità campionaria a seguito dei sovraccampionamenti.

Inoltre, con la ponderazione si riesce a porre rimedio alle distorsioni che possono derivare dalla non completa copertura delle quote, come pure a riportare alle corrette proporzioni le variabili, come l'istruzione e la professione, che non fanno parte del piano di campionamento.

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

I dati rilevati dalle interviste su telefoni cellulari vengono ponderati unitamente a quelli rilevati dalle interviste sui telefoni fissi.

Il piano di ponderazione applicato varia a seconda dello Stream, in modo da tenere in considerazione il peculiare disegno di rilevazione.

Semplificando:

- Le informazioni che fanno riferimento alle emittenti locali (Stream A1 + A2) sono trattate con un piano di ponderazione molto dettagliato, che tiene in considerazione la distribuzione provinciale
- Le informazioni che fanno riferimento alle emittenti nazionali (Stream B) sono trattate con un piano di ponderazione che tiene in considerazione la distribuzione regionale
- Lo Stream A2 è oggetto di diverse procedure di elaborazione; laddove non utilizzato insieme allo Stream A1, è ponderato con granularità non inferiore a quella dello Stream B, dovendo essere impiegato per analizzare/misurare la relazione tra Stream A e B.

Lo Stream A2 è utilizzato anche come un ambiente di laboratorio dove, in funzione della ponderazione applicata, è possibile ricavare le metriche e le relazioni necessarie all'impianto di ricerca.

È da tenere inoltre in conto che entrambi gli Stream sono destinati a unirsi nel database unico respondent level: ogni individuo deve avere un peso coerente con la destinazione finale e la stima degli ascolti a Totale Mezzo.

8.2 Ponderazione Stream A

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

- Uno per lo **Stream A** nella sua interezza, in cui gli individui appartenenti allo Stream A1 e allo Stream A2 vengono misurati nei loro comportamenti di ascolto delle emittenti locali. Per l'intero Stream A viene applicato un piano di ponderazione a semestri mobili in modo da riportare il campione alle proporzioni dell'universo che si basa sulle seguenti matrici/ variabili:
 - Provincia x sesso-età (105x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
 - Solo per il target 14-17 anni: regione x maschi-femmine (20 x 2 celle)
 - Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x provincia (3x105 celle)
 - Giorno della settimana x regione (7x18 celle) + tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle)
 - Provincia x ampiezza centri (105x5 celle)
 - Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle)
 - Giorno della settimana x sesso-età (7x13⁴ celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
 - Tipo telefono/raggiungibilità (fisso in elenco, solo cellulare, cellulare con fisso non in elenco o non sanno se in elenco) x regione (3x20 celle)⁵.

I dati verranno ponderati anche in base a:

- Titolo di studio (4 passi)
- Professione (9 passi).
- L'altro per lo **Stream A2**, che non è usato per la stima delle metriche di ascolto relative alle Emittenti Locali, ma per obiettivi di fusione e di stima della Total Audience, nonché per fornire le metriche di ascolto 7-14-28 giorni necessarie alla generazione del nastro di pianificazione respondent level. La ponderazione dello Stream A2 (esclusivamente dati di copertura) viene effettuata trimestralmente su base semestrale (20.000 interviste), secondo i seguenti parametri:
 - Provincia (105 celle)
 - Giorno della settimana x regione (7x17 celle, sono accorpate le regioni Piemonte/Valle D'Aosta; Abruzzo/Molise; Calabria/Basilicata)
 - Regione x sesso/età (17x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
 - Regione x ampiezza dei centri (17x5 celle)
 - Giorno della settimana x ampiezza dei centri (7x5 celle)
 - Giorno della settimana x sesso-età (7x13⁴ celle)
 - Titolo di studio (2 celle)
 - Interviste sul cellulare o telefono fisso (2 celle)⁵

⁴ Accorpamento maschi 14-17 anni e femmine 14-17 anni

⁵ Tipo telefono/raggiungibilità x regione viene definita alla luce dei dati aggiornati Istat Multiscopo

8.2.1 Semestre mobile

Mentre la produzione dei dati in media mobile per i Semestri composti dai Trimestri I + II, dai Trimestri II + III e dai Trimestri III + IV non pone problemi di omogeneità, in quanto le emittenti locali iscritte nel corso dell'anno non mutano e le procedure di elaborazione ed espansione afferiscono al medesimo universo, il Semestre Mobile composto dai Trimestri IV + I (cioè: l'ultimo di un certo anno e il primo dell'anno successivo) pone una serie di problematiche nella sua elaborazione, poiché i due Trimestri coinvolti provengono da due anni diversi.

Questo implica il fatto di trovarsi di fronte a:

- Due universi differenti
- Due ponderazioni distinte
- Due liste diverse di emittenti potenzialmente diverse, con radio presenti solo in un Trimestre, solo nell'altro, in entrambi.

La soluzione ideata per affrontare **i primi due punti** è di ponderare ciascun trimestre applicando la ponderazione propria dell'anno di riferimento di ciascuno e di espandere i dati all'universo più recente.

Per quanto riguarda **il terzo punto**, per risolvere l'eventuale problema della disomogeneità dei cartellini fra un anno e l'altro, le emittenti non presenti in entrambi gli anni non sono riportate in chiaro nei volumi, ma confluiscono in un'unica voce "altra radio", in modo da non influenzare la stima di ascolto del Totale Mezzo.

8.3 Ponderazione Stream B

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

- Regione x sesso-età (20x14 celle)
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x regione (3x20 celle)
- Regione x ampiezza centri (20x5 celle)
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle)
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13⁶ celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- Tipo telefono/raggiungibilità (fisso in elenco, solo cellulare, cellulare con fisso non in elenco o non sanno se in elenco) x regione (3x20 celle)

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

I dati vengono ponderati anche in base a:

⁶ Accorpamento maschi 14-17 anni e femmine 14-17 anni

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

8.4 Titolo di studio e professione

Nella ponderazione dello Stream A (A1 + A2) e dello Stream B, il titolo di studio dell'intervistato – rilevato in corso di intervista in maniera dettagliata - in fase di elaborazione viene “accorpato” nel modo seguente:

- Laurea
- Diploma media superiore
- Diploma media inferiore
- Licenza elementare/nessun titolo.

Di seguito la ricodifica degli item rilevati per il titolo di studio:

TITOLO DI STUDIO RILEVATO	Codici questionario	MACRO CATEGORIE	Codici macro categorie
Licenza elementare/Nessun titolo	1	Licenza elementare/Nessun titolo	4
Licenza media	2	Diploma media inferiore	3
Diploma di scuola superiore di 2-3 anni	3	Diploma media inferiore	3
Diploma di scuola superiore di 4-5 anni	4	Diploma media superiore	2
Laurea triennale/diploma universitario	5	Laurea	1
Laurea 4 o più anni/vecchio ordinamento	6	Laurea	1

Nella ponderazione dello Stream A (A1 + A2) e dello Stream B, la professione dell'intervistato – rilevata in corso di intervista in maniera dettagliata – in fase di elaborazione viene “accorpata” nel modo seguente:

- Imprenditore, libero professionista
- Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti)/coadiuvante/prestatore d'opera
- Dirigente, quadro, funzionario
- Impiegato o militare di carriera/insegnante
- Operaio, commesso, agricoltore dipendente
- Casalinga
- Studente
- Pensionato
- Non occupato.

Di seguito la ricodifica delle voci relative alla professione dell'intervistato:

	PROFESSIONE RILEVATA	Codici questionario	MACRO CATEGORIE	Codici macro categorie
Non occupato:	Studente	1	Studente	7
	In cerca di prima occupazione	2	Non occupato	9
	Casalinga	3	Casalinga	6
	Pensionato	4	Pensionato	8
	Disoccupato (ex occupato)	5	Non occupato	9
	Proprietario, redditiero, benestante	6	Dirigente/quadro/funzionario	3
	Altro Non occupato	7	Non occupato	9
Occupato:	Imprenditore	8	Imprenditore/libero professionista	1
	Dirigente/Alto funzionario	9	Dirigente/quadro/funzionario	3
	Libero professionista	10	Imprenditore/libero professionista	1
	Artista, giornalista	11	Dirigente/quadro/funzionario	3
	Insegnante	12	Impiegato (o militare di carriera)/insegnante	4
	Militare o Paramilitare	13	Impiegato (o militare di carriera)/insegnante	4
	Religioso	14	Impiegato (o militare di carriera)/insegnante	4
	Impiegato (o categoria intermedia)	15	Impiegato (o militare di carriera)/insegnante	4
	Negoziante/esercente	16	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Agente di commercio, rappresentante (autonomo)	17	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Artigiano con azienda	18	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Altro lavoratore in proprio senza azienda	19	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Familiare coadiuvante (tra categorie 16-19, cioè tra le quattro precedenti)	20	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Operaio specializzato e qualificato	21	Operaio/commesso/agricoltore dipendente	5
	Operaio comune e manovale	22	Operaio/commesso/agricoltore dipendente	5
	Agricoltore conduttore (coltivatore diretto, affittuario, mezzadro, ecc.)	23	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti)/coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Agricoltore dipendente (bracciante e salariato agricolo)	24	Operaio/commesso/agricoltore dipendente	5
	Familiare coadiuvante di agricoltore conduttore	25	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti)/coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Autista (dipendente di una società/ditta)	26	Operaio/commesso/agricoltore dipendente	5
	Tassista	27	Artigiano/commerciale/agricoltore (con o senza dipendenti)/coadiuvante/prestatore d'opera	2
	Autotrasportatore (libero professionista/proprietario mezzo di trasporto)	28	Imprenditore/libero professionista	1
	Autotrasportatore (dipendente di una società/ditta)	29	Operaio/commesso/agricoltore dipendente	5

La ponderazione dello Stream A2, invece, include solo il titolo di studio che viene accorpato a due passi.

Nel corso del 2026 potrà essere avviato un tavolo di confronto sulle modalità di rilevazione/elaborazione della CSE, fermo restando la necessità di effettuare una verifica di fattibilità e un confronto con Auditel.

8.5 Fusione degli Stream A e B

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

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

In una prima fase di elaborazione su ciascuno Stream viene effettuato un cleaning, per garantire piena coerenza del dato rilevato e la risoluzione dell'ascolto per fasce di 15 minuti che assegna dell'ascolto di ciascun quarto d'ora in maniera esclusiva tutt'al più a una singola emittente.

I dati dello Stream A e dello Stream B sono poi ponderati ciascuno secondo il proprio piano di ponderazione, avendo tuttavia l'accortezza di mantenere uguale una concordata stratificazione (per esempio regione x sesso x età) nei confronti della quale il processo di fusione garantisce piena coerenza verso entrambi gli Stream.

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

- La procedura di fusione prevede il gemellaggio tra individui provenienti dallo Stream A e individui provenienti dallo Stream B in modo che nel database unico finale si ottenga la popolazione definita da Istat per le stratificazioni determinate.
- Tale gemellaggio si fonda sulla distanza tra due individui calcolata sulla base di tre leve:
 - Affinità di profilo: la scelta di accoppiare due individui è funzione della distanza euclidea tra i due calcolata su 13 variabili⁷ il cui peso è il medesimo.
 - Affinità di ascolto: ogni coppia di individui è associata a un indice di affinità di ascolto, calcolato sulla base delle corrispondenze tra gli ascolti dichiarati in D3 per le radio dello Stream di appartenenza e le citazioni spontanee in D8b per le radio dello Stream non di appartenenza. Secondo questo indice, un'intervista dello Stream B in cui viene spontaneamente citata la radio locale X nella domanda D8b del questionario risulterà più affine a un'intervista dello Stream A in cui la stessa radio locale X è citata a D3; analogamente a ruoli invertiti nazionali e locali.
 - Sovrapposizione di quarti d'ora d'ascolto: Si calcola la distanza tra due individui di una coppia in base al numero di quarti d'ora di ascolto sovrapposti.

⁷ Titolo di studio a 4 passi, Professione a 9 passi, Provincia, Ampiezza centro, Tipo giorno puntuale, Tipo giorno feriale (lunedì-venerdì), Età puntuale, Genere, Numero componenti famiglia, Responsabile acquisti, D1: frequenza di ascolto in generale della radio, T2: frequenza utilizzo dell'auto ieri, Macro professioni a 3 passi (Imprenditore+Dirigente; Impiegato + Artigiano/commercianti + Operaio; Non occupato + Casalinga + Pensionato + Studente).

- Ogni leva ha un proprio peso, in modo che sia possibile dare maggiore importanza a certe leve rispetto ad altre nelle logiche di fusione.
- Una volta definito il peso delle leve, i record vengono gemellati prediligendo i più affini sulla base delle leve, sempre garantendo perfetta coerenza nei confronti della matrice di stratificazione comune.
- Il meccanismo di fusione tiene inoltre presente, come ulteriore constraint, la quota di Totale Mezzo per strato stimata.
- Nel definire la quantità di record presenti nel database finale, occorre considerare che, per quanto riguarda lo Stream A, è presente il meccanismo del semestre mobile. Per questo motivo per ogni elaborazione trimestrale si considerano:
 - 60.000 casi di Stream A (somma di Stream A1 e A2 nel semestre mobile)
 - 20.000 casi di Stream B
- Per l'elaborazione annuale si considerano:
 - 120.000 casi di Stream A (somma di Stream A1 e A2)
 - 80.000 casi di Stream B
- In conseguenza alla strategia di fusione, il database finale proveniente dall'unione di questi due database ha una dimensione differente e superiore rispetto ai due database di partenza diventando di fatto una base dati di individui “virtuali”. La dimensione finale che risulta da fusioni di questo tipo è comunque simile alla somma dei due Stream.
- Il processo di fusione utilizza come principale layer di stratificazione una singola matrice di ponderazione comune ai due Stream; questo rende possibile la fusione di record solo all'interno di ogni singolo strato, garantendo piena corrispondenza delle caratteristiche definite dalla matrice per entrambi gli Stream.

Grazie poi al peso delle leve, i record gemelli vengono selezionati in modo da avere in comune il massimo di tutti gli altri indicatori possibili, tenendo in considerazione la quota di totale mezzo stimata con apposito processo.

Il database respondent level generato dalla fusione degli Stream viene successivamente duplicato, dimezzando i pesi di ciascun record, per garantire un migliore equilibrio nell'utilizzo delle informazioni provenienti dai due Stream. In questo modo le variabili di ascolto rimangono identiche per entrambi i sotto-individui, preservando gli ascolti dell'individuo virtuale di partenza, mediando il profilo socio-demografico e preservando le metriche di ponderazione. Si noti che per le variabili legate al territorio vengono utilizzate sempre le informazioni provenienti dallo Stream A, in modo tale da garantire la coerenza territoriale degli ascolti delle radio locali.

8.6 Stima degli ascolti on-demand

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

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

9 Produzione e distribuzione dei dati

GfK si occupa periodicamente dei rilasci pubblici e riservati come descritti in Premessa.

I rilasci sono preceduti da un'anticipazione dei dati che comprende l'AQH, gli ascoltatori nel Giorno Medio per regione, gli ascoltatori nei Sette Giorni.

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

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

Nei volumi, le metriche di Sette Giorni e Giorno Medio delle emittenti locali hanno il dettaglio provinciale.

Poiché, soprattutto con riferimento alle emittenti locali, i dati possono essere soggetti a notevoli fluttuazioni a causa delle dimensioni necessariamente ridotte delle basi campionarie, vengono adottati degli alert cromatici ai fini di evidenziare le dimensioni dell'intervallo di confidenza e agevolare la valutazione del dato.

In particolare, vengono evidenziate:

- In rosso le stime basate su un numero di casi rilevati <24
- In giallo le stime basate su un insieme di casi rilevati compreso tra 24 e ≤ 100 .

Infine, l'asterisco (*) indica un numero stimato di ascoltatori minore di 500.

I rilasci dei dati contengono le seguenti informazioni:

File PDF per la pubblicazione trimestrale e annuale – anticipazioni

Le anticipazioni contengono a Totale Mezzo e per tutte le emittenti la stima degli ascoltatori nel Giorno Medio a totale e per regione e nei Sette Giorni e nel quarto d'ora medio (AQH) solo a totale.

Questi file vengono pubblicati sul sito di Audiradio

File PDF per la pubblicazione trimestrale e annuale – volumi

I volumi consistono in sette file PDF e contengono le seguenti informazioni:

1. ASCOLTATORI NEL GIORNO MEDIO

- Ascoltatori nel giorno medio per fasce orarie di tre ore per target a totale, base uomo, base donna, base responsabili acquisti

- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per fasce orarie di tre ore a totale, base uomo, base donna, base responsabile acquisti, base giorno feriale, base sabato, base domenica
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per target a totale, base giorno feriale, base sabato, base domenica
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per regione
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per provincia base per ciascuna regione (per le sole emittenti locali).

2. ASCOLTATORI PER FASCE ORARIE DI TRE ORE

- Ascoltatori di ciascuna emittente per target e fasce orarie di tre ore nel giorno medio.

3. ASCOLTATORI PER FASCIA DI UN'ORA

- Ascoltatori nel giorno medio per fasce orarie di un'ora e per target a totale, base uomo, base donna, base responsabile acquisti
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per fasce orarie di un'ora.

4. ASCOLTATORI NEI 7 GIORNI

- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nei 7 giorni per target
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nei 7 giorni per regione
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nei 7 giorni per provincia, base per ciascuna regione (per le sole emittenti locali).

5. DURATA MEDIA DI ASCOLTO

- Durata dell'ascolto della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per target (stime in minuti).

6. ASCOLTATORI PER LUOGHI E DEVICE

- Ascoltatori nel giorno medio per target e per luogo d'ascolto (Profilo degli ascoltatori della radio rispetto al luogo d'ascolto)
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per luogo d'ascolto
- Ascoltatori nel giorno medio per target e per luogo d'ascolto fuori casa
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per luogo d'ascolto fuori casa
- Ascoltatori nel giorno medio per target e per device d'ascolto
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per device d'ascolto
- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per device d'ascolto esclusivo.

7. ASCOLTATORI PER QUARTO D'ORA

- Ascoltatori della radio e delle diverse emittenti nel giorno medio per quarto d'ora a totale, base giorno feriale, base sabato, base domenica

- Ascoltatori nel quarto d'ora medio (AQH)
- Ascoltatori nel quarto d'ora medio (AQH) per tipo giorno (06:00-00:00).

Ove indicato, le informazioni relative ai target, contemplano le seguenti variabili:

- Sesso
- Responsabile acquisti
- Fasce di età
- Titolo di studio
- Ampiezza centro (<10.000 abitanti, 10.000-30.000 abitanti, 30.000-100.000 abitanti, 100.000-250.000 abitanti, Oltre 250.000 abitanti)
- Area geografica (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole)
- Professione
- Regione.

Nelle anticipazioni e in tutte le tavole dei volumi sono riportati gli alert cromatici sopra descritti.

10 Errori e intervalli di confidenza delle stime

Gli intervalli di confidenza forniscono il campo di variazione all'interno del quale probabilisticamente si colloca il numero degli ascoltatori della radio.

A ogni intervallo viene associato un livello di confidenza che rappresenta il grado di attendibilità dell'intervallo stesso. Nelle seguenti tabelle tale probabilità è stata fissata al 95%.

L'universo di riferimento (popolazione 14 anni e oltre) è di 52.490.386 individui.

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

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

Come si è detto precedentemente al paragrafo 9, al fine di fornire una corretta lettura dei dati, nei rilasci pubblici le soglie di alert vengono evidenziate mediante codici cromatici:

- In rosso le stime basate su un numero di casi rilevati <24
- In giallo le stime basate su un insieme di casi rilevati compreso tra 24 e ≤ 100 .

Poichè nel percorso di fusione il numero effettivo di casi rilevati non trova diretta corrispondenza con il numero di individui virtuali (record) sulla base dei quali è possibile definire gli alert relativi a ciascuna radio, GfK opererà in funzione di una equivalenza approssimata fra individui virtuali e casi rilevati.

Di seguito è riportata una tabella che aiuta a quantificare la possibile approssimazione delle stime del GM in funzione delle loro dimensioni.

10.1 Stream A

Rilevazione semestrale: 60.000 interviste complessive

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

Rilevazione annuale: 120.000 interviste complessive

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

10.2 Stream B

Rilevazione trimestrale: 20.000 interviste complessive

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

Rilevazione annuale: 80.000 interviste complessive

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

5.000.000	9,53	± 106.782	4.893.218	5.106.782	2%
6.000.000	11,43	± 115.736	5.884.264	6.115.736	2%
7.000.000	13,34	± 123.657	6.876.343	7.123.657	2%
8.000.000	15,24	± 130.734	7.869.266	8.130.734	2%
9.000.000	17,15	± 137.097	8.862.903	9.137.097	2%
10.000.000	19,05	± 142.842	9.857.158	10.142.842	1%

11 Nastro di pianificazione

11.1 Oggetto e finalità dell'archivio (Nastro di Pianificazione)

- Produzione di un archivio di pianificazione a partire dai dati originali CATI, tramite costruzione di Diari Virtuali per emittente.
- Obiettivo: rendere i dati utilizzabili dai software di media planning, garantendo coerenza con le metriche rilevate e compatibilità con la pianificazione (copertura, frequenza, GRP).

11.2 Metriche da rispettare (vincoli di coerenza)

Il modello mantiene inalterate le informazioni originali e rispetta le stime di

- Ascoltatori Ultimi 7 Giorni
- Ascoltatori Giorno Medio
- Ascoltatori per Tipo Giorno
- Ascoltatori per Tipo Giorno / Fascia
- Totale AQH e AQH per Fascia

11.3 Regole di profilo (priorità e aggregazioni)

Uniformazione del profilo al CATI secondo priorità:

- Regione
- Sesso
- Classi di età
- Titolo di studio

Aggregazioni previste:

- Piemonte/Valle d'Aosta
- Abruzzo/Molise
- Elementare/Nessun titolo

11.4 Produzione dei Diari Virtuali (schema operativo)

11.4.1 Settimana base (7 giorni)

- Assegnazione dei quarti d'ora dichiarati "ieri" ai primi 7 giorni, tramite rotazione degli ascoltatori con medesimo profilo (criteri al §3).
- Costruzione cumulazioni con asintoto di copertura coerente al bacino "7gg".

11.4.2 Estensione multi-settimana (14–28 giorni)

- Generazione di ulteriori 3 settimane per raggiungere le cumulate 14–28 gg.
- Utilizzo dei tassi di incremento dello Stream A2.
- Ogni settimana trattata come settimana media coerente con i valori settimanali degli stream originali.

11.4.3 Integrazione dei punti intermedi (21 gg)

Integrazione del valore 21 giorni intercettando la curva logaritmica calcolata sui valori disponibili (14/28) per radio e cluster socio-demografico.

11.4.4 Controlli formali

Controllo e validazione dei tracciati record ricevuti dagli Istituti (correttezza formale e coerenza logica minima).

11.5 Prerequisiti e casi limite

11.5.1 Completezza emittenti

I dati grezzi CATI devono contenere tutte le emittenti rilevate, per consentire la selezione successiva delle emittenti da pubblicare.

11.5.2 Limite di rappresentatività (GM ≤ 15)

Per emittenti con casi nel Giorno Medio ≤ 15:

- produzione formale di 4 settimane tramite replica della settimana 7gg sulle settimane successive;
- asintoto copertura bloccato al 7gg: oltre i quarti d'ora massimi settimanali, incremento copertura nullo; aumentano solo GRP e frequenza.

11.5.3 Coerenza GM vs 7gg (casistica di impossibilità matematica)

- Possibile anomalia: Ascoltatori 7gg > (Giorno Medio \times 7).
- In tali casi, i Diari Virtuali non possono rappresentare integralmente i valori originali; in pianificazione la copertura massima è coerentata al vincolo GM \times 7 (asintoto).

11.6 Ascolti per device (trattamento e limiti)

- Dal CATI, per individuo/emittente (su giorno medio), si rileva il device di ascolto.
- Tabulazione per emittente: ascoltatori per device esclusivi e duplicati (multi-device).
- Regole di calcolo:
 - Device esclusivo: attribuzione completa dei quarti d'ora al device dichiarato; calcolo GRP per device esclusivo.
 - Multi-device: non si assegnano quarti d'ora per device (assenza nel dato originale della ripartizione QH per singolo device).

11.7 Gestione provincia: nastro nazionale vs archivio provinciale

- Impostazione storica (replicabile o riconSIDerabile):
 - Produzione Diari Virtuali senza usare la provincia come variabile, per evitare frammentazione delle celle e per vincoli di distribuzione sulle emittenti nazionali.
- Distribuzione di due archivi:
 - Nastro “nazionale” con provincia oscurata;
 - Archivio “provinciale” con provincia in chiaro ma con emittenti nazionali confluente in “ALTRA RADIO” (coerenza totale mezzo), lasciando in chiaro le sole metriche provinciali coerenti con l’impianto previsto.
- Condizione per eventuale introduzione provincia nel modello:
 - analisi di dimensioni campionarie, stratificazione e rappresentatività provinciale nel nuovo impianto (valutazione aggregazioni alternative).

11.8 Total Audience nel Nastro di Pianificazione

Audiradio intende creare e distribuire un archivio che rispetti l’obiettivo di valutare e calcolare le metriche inerenti alla pianificazione di contenuti digitali on demand (COD) rilevati dall’indagine Audiradio attraverso l’SDK congiuntamente agli ascolti delle emittenti riferiti all’impianto d’indagine CATI. Non appena tutto ciò verrà realizzato, la presente descrizione verrà sostituita da una nuova versione, completa e dettagliata secondo i risultati del lavoro attualmente in fase di svolgimento, con la conseguente modifica dell’attuale Nota Metodologica.

Differenze tra Pianificazione Lineare e Digitale

- **Radio Tradizionale (Flusso):** Pianificata vendendo/comprando Spot, unità di tempo. La dichiarazione del quarto d'ora, come minimo ascolto temporale, produce l'esposizione a uno Spot in uno qualsiasi dei 15 minuti in esame.
- **Contenuti Digitali On Demand (COD):** Le campagne pubblicitarie sono vendute/comprate a Impression. La durata degli atti di ascolto tra fruizione lineare e digitale è considerata in maniera differente per stimare l'ascolto editoriale o calcolare i valori di una pianificazione.

Valori in Gioco e Modelli

- **Indagine Tradizionale:** Fornisce dati sugli ascoltatori del Giorno Medio, tipo giorno, quarti d'ora per fasce, e tassi di incremento degli ascoltatori per 14 e 28 giorni.
- **Modello per il Calcolo della Copertura:** Riproduce i valori dei 14, 21, 28 giorni dal dettaglio del quarto d'ora medio per fasce, giorno medio, tipo giorno e 7 giorni (settimana media).
- **SDK:** Fornisce stream puntuali giorno per giorno del periodo di rilevazione e loro durata per le piattaforme rilevate.

Approccio alla Pianificazione

- **Conciliazione degli Atti Digitali:** Gli atti digitali d'ascolto/visione prodotti dall'SDK sono associati agli individui del campione rilevato attraverso l'indagine CATI.
- **Profilazione degli Stream:** Gli stream sono profilati e "nettizzati", associandoli agli ascoltatori CATI e creando una frequenza media giorno di stream per ciascun rispondente, parallelamente viene conteggiata una durata media degli stream associati per ogni rispondente.
- **Stima delle Sovrapposizioni ed Esclusività:** Si stima la sovrapposizione ed esclusività sia con gli ascolti radio lineari sia tra le varie piattaforme rilevate.

Dettagli di Rappresentazione degli Stream

- **Raggruppamento degli Stream:** Gli stream sono raggruppati in canali, piattaforme, network, determinati dalle scelte di ciascun editore.
- **Fascia Oraria e Device:** Gli stream sono differenziati per fasce orarie e device, qualora queste informazioni siano presenti nei dati dell'SDK.

Calcolo della Total Audience

- **Numero Medio di Stream:** Ogni individuo CATI ha associato un numero medio di stream, che determina il profilo, la copertura e la frequenza di un piano in funzione di un'estrazione casuale per il raggiungimento delle Impression necessarie/acquistate di un determinato target o a totale individui.
- **Durata Media degli Stream:** La durata media degli stream è considerata nel calcolo della probabilità di estrazione, soprattutto per i MidRoll e i PostRoll.

In conclusione, il nastro di pianificazione Total Audience sarà composto da un unico set di individui rispondenti (CATI) con tutti i valori atti al calcolo delle metriche di pianificazione delle emittenti e ai loro ascolti editoriali. Gli stream raccolti attraverso l'SDK saranno associati e profilati agli individui CATI in base al Giorno Medio, permettendo di calcolare le metriche di GRP, contatti, copertura e frequenza per la Total Audience, combinando ascolti radio lineari e COD.

12 Competenza e ruolo degli istituti

Le attività di coordinamento vengono svolte da GfK secondo le modalità delineate concordemente. Per rendere concreta la collaborazione tra GfK e Ipsos, il coordinatore è responsabile, con la piena collaborazione degli altri Istituti coinvolti, di garantire che vengano messe in atto tutte le misure volte a fluidificare il passaggio e la condivisione di informazioni fra i due Istituti, anche al fine di minimizzare gli scostamenti di stima.

In particolare, gli Istituti sono tenuti a:

1. Realizzare un sistematico confronto settimanale tra di loro quale elemento essenziale per vagliare gli spostamenti tra le due rilevazioni e renderli minimi. In tale attività saranno coinvolti l'Advisor che supporta Audiradio nell'attività di controllo e ogni volta che lo richiedano rappresentanti del Committente. Un'attività di monitoraggio settimanale con scambio di dati di field, dati grezzi di ascolto (domande D2 e D3) e principali indicatori
2. Effettuare uno scambio e confronto periodico dei principali parametri di ascolto
3. Incontrarsi periodicamente sull'avanzamento della rilevazione e la sua gestione
4. Coinvolgere periodicamente il CT e quando opportuno l'Advisor che supporta Audiradio nell'attività di controllo sullo stato avanzamento lavori
5. Organizzare incontri periodici tra i Field Manager sulle procedure di gestione del field e criticità
6. Prevedere la presenza ai briefing di inizio anno del personale dell'altro Istituto.

Questi confronti, con particolare riferimento a field report, dati di ascolto grezzi, ed eventuali altre variabili si effettuano:

- Durante tutto il corso del field in maniera informale come prassi operativa
- In date definite, al concludersi della quarta settimana, settima settimana, e a fine field di ciascuna wave, secondo modalità formalizzate e con verifica da parte dell'Advisor che supporta Audiradio nell'attività di controllo.

Audiradio a scopo diagnostico può richiedere e/o effettuare analisi sui campioni separati degli Istituti.

Relativamente al passaggio e la condivisione di informazioni e al ruolo di coordinamento di GfK si specifica inoltre quanto segue:

1. Per garantire la riservatezza del know how di GfK e per evitare che specifiche competenze possano essere trasferite alla conoscenza di competitor, si prevede l'esclusività di gestione da parte di GfK dei temi relativi all'unione dei dati provenienti dalle diverse fonti (es.: questionari, SDK), materia specificamente delegata alla modellistica. Dalle discussioni collegiali con Audiradio su tale materia è dunque esclusa Ipsos, mentre GfK si interfacerà direttamente con

Altlab, che avrà inoltre sempre accesso alle informazioni disponibili. A cadenza mensile o su richiesta di Ipsos, GfK aggiornerà Ipsos in merito alle questioni relative alla modellistica.

2. Gli Istituti che partecipano agli incontri con Audiradio e che ricevono documenti o informazioni dal Cliente relazionano i membri che non hanno partecipato e condividono con essi i documenti ricevuti, salvo indicazione contraria da parte del Cliente. Il coordinatore agevola questo scambio.
3. Salvo disposizioni contrarie da parte di Audiradio, GfK fornisce a Ipsos e Altlab i dati pre-fusione a totale e per Istituto e i dati post-fusione in tempi congruenti per condurre proprie analisi di controllo.
4. Sono in carico a GfK la risposta a eventuali richieste da parte di Audiradio di verifica o approfondimento sui dati e formulazione di eventuali ipotesi di intervento sulla struttura e impostazione dell'Indagine. Per agevolare questa attività, eventuali richieste da parte di Audiradio saranno comunicate anche agli altri Istituti incaricati dell'indagine.
5. Il coordinatore definisce un calendario regolare per il confronto tra gli istituti (Ipsos e GfK) e AltLab su questioni cruciali (a cadenza almeno mensile), assicurando che tutte le questioni cruciali relative alle materie concordate siano affrontate tempestivamente e che le collaborazioni procedano senza intoppi. Qualunque Istituto può inoltre richiedere un incontro extra-calendario per discutere temi di specifico interesse.
6. Audiradio potrà, in qualsiasi momento, interpellare singolarmente o collettivamente uno o più degli Istituti incaricati della realizzazione dell'indagine per ottenere chiarimenti o approfondimenti su qualsiasi aspetto realizzativo dell'indagine.

A tutela della corretta informatizzazione e gestione del questionario, gli Istituti attiveranno controlli e monitoraggi sulle modalità di scripting e somministrazione del questionario (compresi alert, istruzioni agli intervistatori, modalità di briefing alla rete), ad esempio attraverso scambi di utenze per l'accesso ai sistemi dell'altro Istituto, possibilità di ascolto delle interviste da parte dei supervisor dell'altro Istituto.

In particolare, le attività di coordinamento per il 2026 vengono suddivise come segue:

- In carico a GfK:
 - creazione delle matrici di campionamento
 - composizione cartellini provinciali partendo dall'anagrafica dei clienti di Audiradio. Le procedure relative a questa area di attività vengono comunque condivise
 - coordinamento scambio delle informazioni tra i due Istituti e creazione di template di monitoraggio in Excel. Le procedure relative a questa area di attività vengono comunque condivise
 - rilasci ufficiali trimestrali, e annuali ad Audiradio e alla software house. Le procedure relative a questa area di attività vengono comunque condivise
 - risposta a eventuali richieste da parte di Audiradio di verifica o approfondimento sui dati, e formulazione di eventuali ipotesi di intervento sulla struttura e impostazione dell'Indagine. Per

agevolare questa attività, eventuali richieste da parte di Audiradio devono essere comunicate al Comitato Scientifico

- Attività congiunte:
 - aggiornamento delle Note Metodologiche e dei documenti per comunicazioni all'Agcom, da effettuarsi ogni anno e a ogni intervento metodologico sulle procedure

Gli Istituti rilasceranno ad Audiradio le informazioni necessarie per alimentare un sistema di reportistica alla quarta e settima settimana di rilevazione.

Le informazioni fornite e la frequenza di aggiornamento delle diverse metriche saranno concordate con Audiradio in buona fede e secondo la complessità di fornitura.

Gli Istituti, ai sensi e nei limiti di quanto regolato nel Contratto Audiradio 2026, assumono singolarmente la responsabilità delle attività e dei servizi rispettivamente eseguiti in proprio. In particolare, ciascun Istituto è responsabile verso Audiradio delle proprie postazioni tecniche e della validità e dell'attendibilità dei dati raccolti; ciascun Istituto è altresì responsabile singolarmente, sia verso Audiradio sia verso l'altro Istituto della completezza e correttezza delle informazioni da esso fornite, così come del rispetto delle tempistiche concordate.