

## **LE DIAPOSITIVE**

**LE TV locali pubblicate da AUDITEL nel 2005 secondo REGIONI**

---

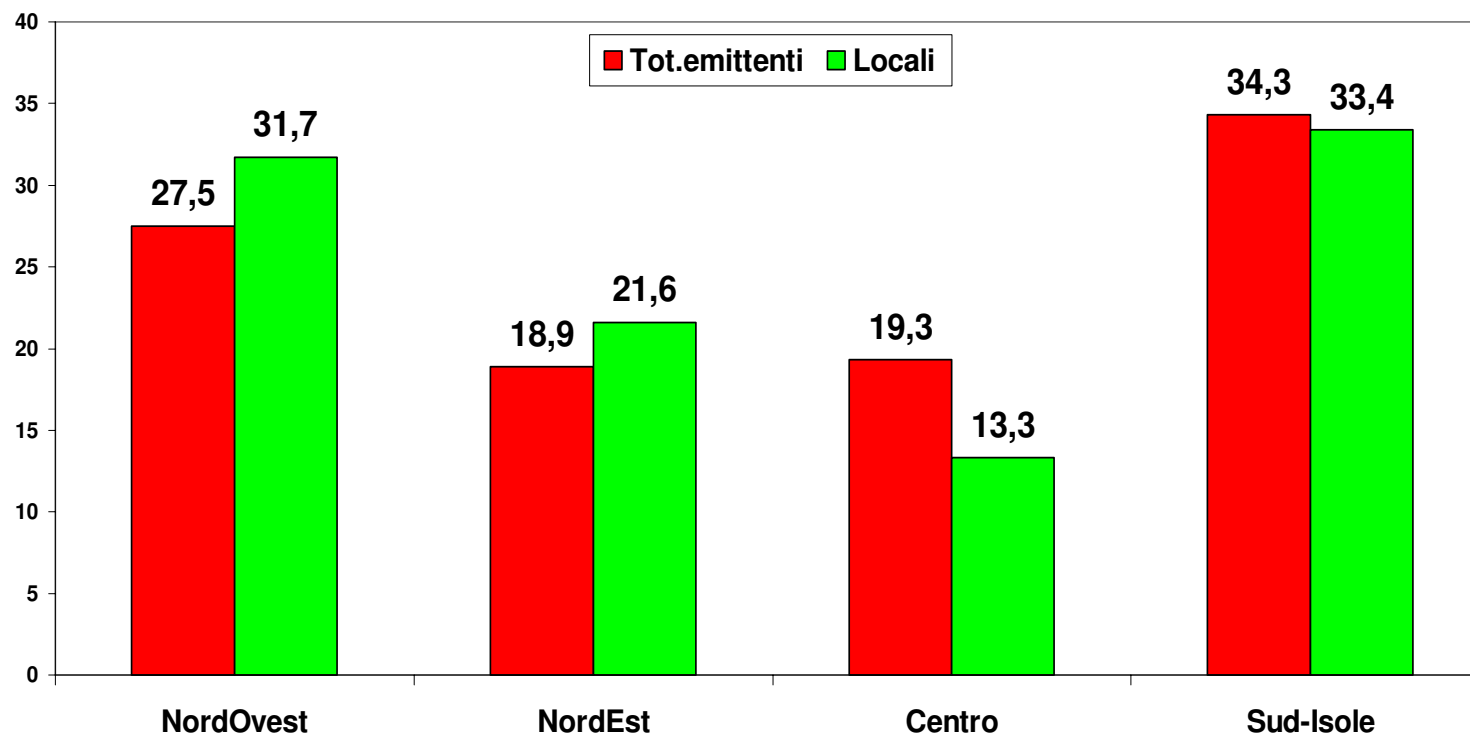
Piemonte - Val d'Aosta	7	Campania	18
Liguria	6	Abruzzo e Molise	4
Lombardia (*)	20	Puglia	13
<b>NORD OVEST</b>	<b>33</b>	Calabria	5
Trentino - Alto Adige	2	<b>SUD</b>	<b>40</b>
Veneto	12	Sicilia	13
Friuli - Venezia Giulia	2	Sardegna	3
Emilia - Romagna	10	<b>ISOLE</b>	<b>16</b>
<b>NORD EST</b>	<b>26</b>	<b>Totale</b>	<b>134</b>
Marche	1		
Toscana	6		
Umbria	1		
Lazio	11		
<b>CENTRO</b>	<b>19</b>		

---

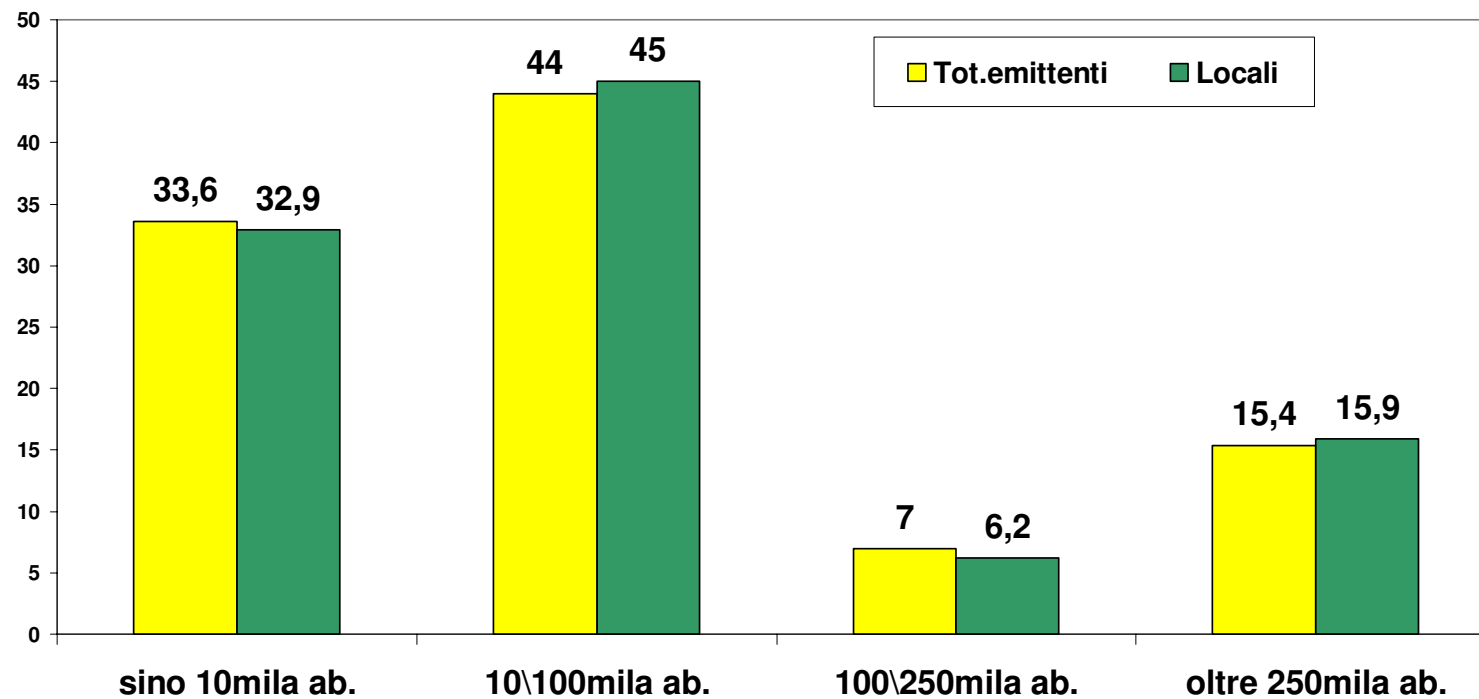
(\*) in Lombardia viene conteggiata anche la "TV della Svizzera Italiana"

diapo2

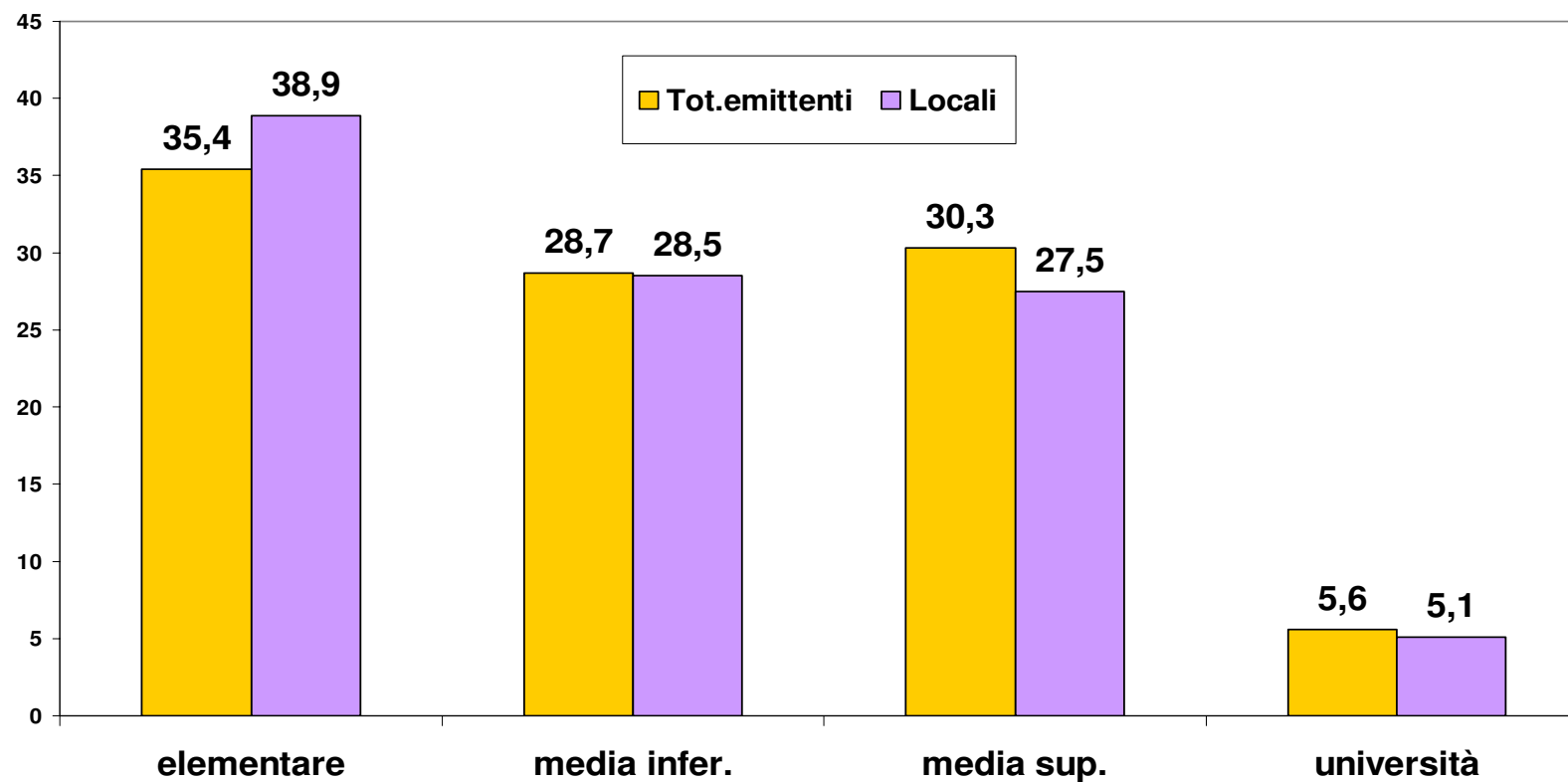
### Profilo dell'ascolto della TV in generale e delle LOCALI secondo ZONE GEOGRAFICHE (Auditel marzo 2005)



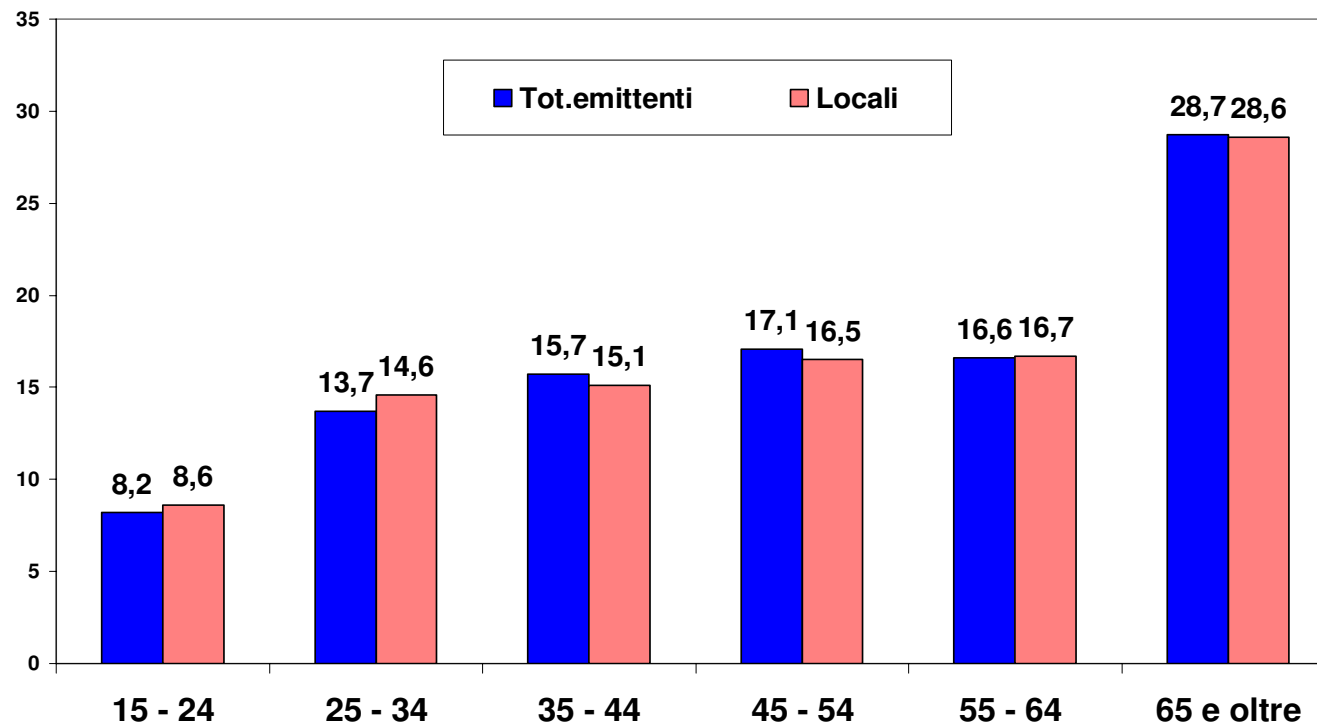
**Profilo dell'ascolto della TV in generale e delle LOCALI secondo AMPIEZZA  
DEL COMUNE DI RESIDENZA (Auditel marzo 2005)**



**Profilo dell'ascolto della TV in generale e delle LOCALI secondo LIVELLO DI ISTRUZIONE (base : ADULTI - Auditel marzo 2005)**



**Profilo dell'ascolto della TV in generale e delle LOCALI secondo l'ETA'**  
(base : ADULTI - Auditel marzo 2005)



## NUMERO DI ASCOLTATORI

**l'Ascolto "medio" di una rete televisiva ,ad esempio , tra le 6 del mattino e le 24 , o di un suo programma , ad esempio , tra le 21 e le 22 , si ottiene come rapporto tra la sommatoria dei telespettatori presenti in ciascun minuto dell'intervallo temporale considerato e la durata di tale intervallo espressa in minuti .**

**In Statistica , una simile definizione coincide con la MEDIA ARITMETICA SEMPLICE .**

## NUMERO DI ASCOLTATORI

Che cosa non ci dice questa definizione ? Non ci dice ,ad esempio,

se gli ascoltatori sono stati sempre gli stessi ,

se gli ascoltatori sono cambiati ogni minuto ,

per quanti minuti un ascoltatore è stato sintonizzato ,

se i minuti di ascolto individuali sono stati continui o frazionati .



In altri termini , questa definizione nulla dice sui "COMPORTAMENTI DI ASCOLTO REALI" del pubblico .



## COPERTURA

**Stima del numero di telespettatori - contati una volta sola - sintonizzati sulla emittente "X" per almeno 1 minuto nell'arco di un prefissato intervallo temporale,**

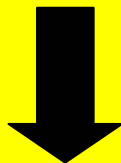
**permette di fare confronti omogenei tra reti "grandi" e reti "piccole" pur in presenza di un campione statistico di limitata numerosità .**

## **COPERTURA**

**confronto tra Reti nazionali e Reti locali in termini di**

**COPERTURA PER ALMENO UN MINUTO**

**COPERTURA PER ALMENO 20 MINUTI CONSECUTIVI**



**su due intervalli temporali così definiti**

**mese di marzo 2005**

**giorno medio del mese di marzo 2005 .**

## COPERTURA

i dati che mostrerò penalizzano le TV Locali in quanto non si riferiscono al complesso di 134 emittenti

bensì ad un network ideale di 16 emittenti così costruito



**"la PRIMA per ASCOLTI con SEDE in ciascuna delle 16 regioni "**

diapo 11

## COPERTURA PER ALMENO UN MINUTO .

Valori assoluti in migliaia	mar-05	%	giorno		Indice di fedeltà (B/A)	minuti ascolto
			medio mar-05	%(B)		
RAI 1	55.483		36.207			
RAI 2	55.260		31.500			
RAI 3	54.628		27.224			
CANALE 5	55.411		35.379			
ITALIA 1	54.641		28.748			
RETE 4	53.756		24.243			
<b>MEDIA 6 RETI</b>	<b>54.863</b>	<b>98,5</b>	<b>30.550</b>	<b>54,8</b>	<b>0,556</b>	<b>68'</b>
Piemonte - V.A.	Telecupole	1.992	370			
Liguria	Primo canale Genova	945	263			
Lombardia	Nuova Antenna Tre	5.276	988			
Veneto	7gold - Telepadova	5.173	1.358			
Friuli V.G.	Telefriuli	806	213			
Emilia Romagna	7gold - Sesta rete	2.595	491			
Marche	TV Centro Marche	841	142			
Toscana	7 gold - Italia7	2.096	403			
Umbria	Umbria TV	476	86			
Lazio	Video Italia	3.306	489			
Campania	Telecapri	5.505	1.324			
Abruzzo Molise	7 gold - Antenna 10	504	87			
Puglia	Telenorba	4.414	1.443			
Calabria	Videocalabria	1.040	235			
Sicilia	Antenna Sicilia	2.832	384			
Sardegna	Videolina	1.511	568			

<b>TOTALE</b>	<b>39.312</b>	<b>70,6</b>	<b>8.844</b>	<b>15,9</b>	<b>0,225</b>	<b>20'</b>
---------------	---------------	-------------	--------------	-------------	--------------	------------

Individui + 4 anni (Base Auditel)	55.696					
-----------------------------------	--------	--	--	--	--	--

---

**Nell'arco di un mese, tutti gli Italiani transitano sulle reti nazionali (98,5%)  
e ben più di 2 su 3 sulle 16 TV locali analizzate (70,6%)**

**Il rapporto tra le TV locali e le nazionali risulta pari a**

$$70,6 \div 98,5 = 71,7\%$$

**Nel giorno medio, l'indice che esprime l'interesse (B\A) verso una rete  
assume rispettivamente i valori 0,556 e 0,225**

**con un peso per le TV locali rispetto alle nazionali pari a**

$$0,225 \div 0,556 = 40,5 \%$$

## **Confronto sulle durate di ascolto**

**chi si sintonizza per almeno 20 minuti consecutivi**



**COPERTURA ALLARGATA**

**genera delle DURATE di ascolto molto significative .**

**(l'analisi ha escluso i valori di RAI 1 e di Canale 5 per non penalizzare troppo le 16 TV locali )**

diapo 14

## COPERTURA PER ALMENO 20 MINUTI CONSECUTIVI

Valori assoluti in migliaia		Base : giorno medio marzo 2005			B/A %	
		Copertura per almeno 1 minuto (A)	minuti ascolto	Copertura per almeno 20' consec. (B)		minuti ascolto
RAI 1		36.207	97'	23.418	127'	
CANALE 5		35.379	93'	22.712	120'	
RAI 2		31.500	51'	15.721	78'	
RAI 3		27.224	45'	12.702	72'	
ITALIA 1		28.748	55'	15.001	81'	
RETE 4		24.243	51'	11.061	87'	
<b><u>MEDIA 4 RETI</u></b>		<b><u>27.929</u></b>	<b><u>50'</u></b>	<b><u>13.621</u></b>	<b><u>79'</u></b>	<b><u>48,8</u></b>
Piemonte - V.A.	Telecupole	370	14'	49	56'	13,2
Liguria	Primo canale Genova	263	27'	70	73'	26,6
L ombardia	Nuova Antenna Tre	988	18'	173	64'	17,5
Veneto	7gold - Telepadova	1.358	17'	216	53'	15,9
Friuli V.G.	Telefriuli	213	14'	31	42'	14,6
Emilia Romagna	7gold - Sesta rete	491	15'	60	60'	12,2
Marche	TV Centro Marche	142	12'	22	42'	15,5
Toscana	7 gold - Italia7	403	14'	47	63'	11,7
Umbria	Umbria TV	86	14'	22	39'	25,6
Lazio	Video Italia	489	17'	89	61'	18,2
Campania	Telecapri	1.324	20'	279	55'	21,1
Abruzzo Molise	7 gold - Antenna 10	87	18'	14	51'	16,1
Puglia	Telenorba	1.443	27'	468	60'	32,4
Calabria	Videocalabria	235	32'	68	88'	28,9
Sicilia	Antenna Sicilia	384	20'	85	56'	22,1
Sardegna	Videolina	568	22'	151	46'	26,6
<b><u>TOTALE</u></b>		<b><u>8.844</u></b>	<b><u>20'</u></b>	<b><u>1.844</u></b>	<b><u>58'</u></b>	<b><u>20,8</u></b>



**l'indice che esprime il valore della "COPERTURA ALLARGATA"  
(rapporto B\A) assume rispettivamente i valori 0,488 e 0,208**

**con un peso per le TV locali rispetto alle nazionali pari a**

$$0,208 \setminus 0,488 = 42,6 \%$$

**Molto più significative sono le DURATE DI ASCOLTO espresse in**

**"minuti consecutivi di permanenza sui programmi"**

**79 ' su una rete media nazionale**

**58 ' come MEDIA per le 16 TV locali**

**con un peso per le TV locali rispetto alle nazionali pari a**

$$58 \setminus 79 = 73,4\%$$

# **LE TV MINORI : PERCHE' PIANIFICARLE ?**

## **Parte SECONDA**

**il mondo delle TV locali in termini di utilizzo : esempi di pianificazione**

gli Investimenti richiesti per essere presenti sulle TV Nazionali



da NIELSEN - ADEX sul periodo gennaio - settembre 2005

***UTENTI***

**894 Aziende**

**2787 Marche**

***BUDGET MEDIO (IN EURO)***

**3.457.000 per Azienda**

**1.109.000 per Marca**

gli Investimenti richiesti per essere presenti sulle TV Nazionali



La realtà è però più complessa

**UTENTI**      270 Aziende (30%) pesano per il 90% del totale investito



ecco il dettaglio

---

	n° aziende	investito medio (in Euro)	n° medio di spot
<b>BIG SPENDERS</b>	<b>270</b>	<b>10.215.000</b>	<b>3.172</b>
ALTRI	624	533.000	304
TOTALE	894	<b>3.457.000</b>	1.170

---

gli Investimenti richiesti per essere presenti sulle TV Nazionali



La realtà è però più complessa

**MARCHE** 837 Marche (30%) pesano per il 79% del totale investito



ecco il dettaglio

---

	n° marche	investito medio (in Euro)	n° medio di spot
<b>BIG SPENDERS</b>	<b>837</b>	<b>#####</b>	<b>800</b>
ALTRI	1950	341.000	193
TOTALE	2787	<b>#####</b>	375

---

## DOMANDA

"Con **1,1 milione di Euro** cosa posso fare sulle TV nazionali per la mia marca ?"

RISPOSTA : Abbiamo cercato in ADEX una soluzione media che vi esponiamo

<b>BUDGET (in Euro)</b>	<b>#####</b>
<b>n° di Spot (30')</b>	<b>circa 300</b>
<b>costo medio a spot</b>	<b>4.000 EURO</b>
<b>n° emittenti pianificate</b>	<b>6</b>
<b>durata della campagna</b>	<b>14 giorni</b>
<b>n° spot \ emittente \ giorno</b>	<b>circa 4</b>

**E se utilizzassimo come alternativa un insieme di TV locali distribuite da Nord a Sud ?**

Ecco una ipotesi di pianificazione plausibile con i confronti

	TV LOCALI	TV NAZIONALI
<b>BUDGET (in EURO)</b>	190.000	1.200.000
<b>n° di Spot (30')</b>	2.500	300 circa
<b>costo medio a spot</b>	76 Euro	4.000 Euro
<b>n° emittenti pianificate</b>	35	6
<b>durata della campagna</b>	14 gg.	14 gg.
<b>n° spot \ emittente \ giorno</b>	5	4 circa

E se utilizzassimo come alternativa un insieme di TV locali distribuite da Nord a SUD ? SEQUE

ed ecco le valutazioni quantitative dei piani a confronto

	TV LOCALI	TV NAZIONALI	
<b>BUDGET (in EURO)</b>	190.000	#####	➔ 16%
<b>n° emittenti pianificate</b>	35	6	
NB : ognuna delle emittenti locali è a COPERTURA REGIONALE per cui stiamo confrontando i risultati di "1" network nazionale con quelli di "6" network nazionali !			
<b>COPERTURA su 55,7 milioni di ITALIANI</b>	12 milioni circa	45 milioni circa	
<b>Copertura in % sulla popolazione</b>	21,5	80,8	➔ 27%
<b>Costo contatto (centesimi di EURO)</b>	1,6	2,7	➔ 59%
<b>n° medio di esposizioni</b>	2,2	6,8	➔ 32%



Un utilizzo "ideale" delle TV locali si ha nel caso in cui l'AZIENDA abbia necessità di fare pubblicità su porzioni di territorio : le REGIONI

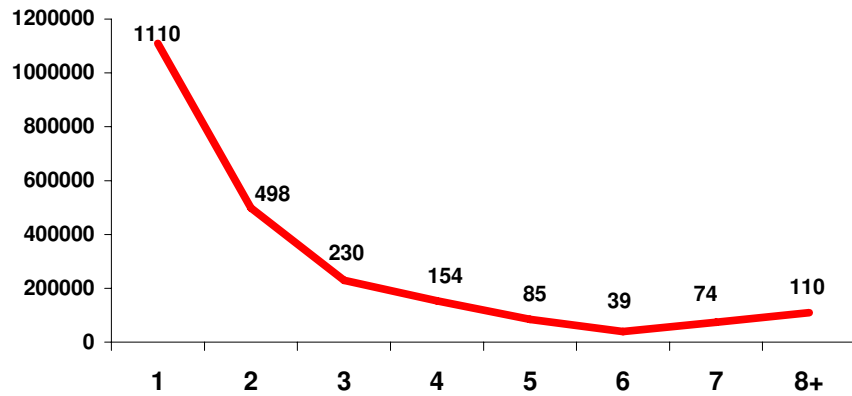
Ecco un esempio di pianificazione reale

	LOMBARDIA	PUGLIA
<b>BUDGET (in EURO)</b>	<b>33.600</b>	<b>23.200</b>
<b>n° di spot</b>	<b>210</b>	<b>140</b>
<b>costo spot (in EURO)</b>	<b>160</b>	<b>166</b>
<b>n° emittenti</b>	<b>3</b> Telelombardia Antenna 3 7gold-Teleradiocity	<b>2</b> TeleNorba 7gold-Puglia
<b>durata</b>	<b>14 gg.</b>	<b>14 gg.</b>
<b>n° spot emittente\giorno</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>COPERTURA su .....</b>	<b>8.790.000</b> <b>2.300.000</b>	<b>3.916.000</b> <b>1.398.000</b>
<b>COPERTURA %</b>	<b>26,2</b>	<b>35,7</b>
<b>Costo contatto (centesimi di EURO)</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>
<b>n° medio di esposizioni</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>

## E da ultimo , un po' di statistica

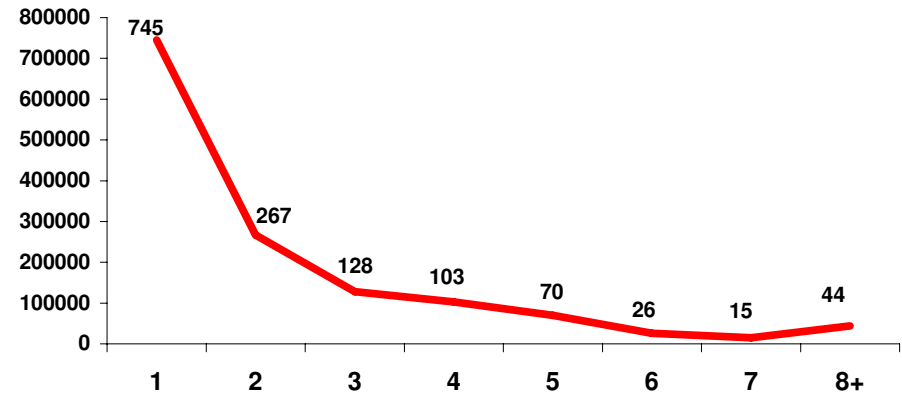
### Analisi della COPERTURA in termini di numero di contatti

Lombardia : COPERTURA pari a 2.300.000 disaggregata secondo numero di contatti



numero di contatti

Puglia : COPERTURA pari a 1.398.000 disaggregata secondo numero di contatti

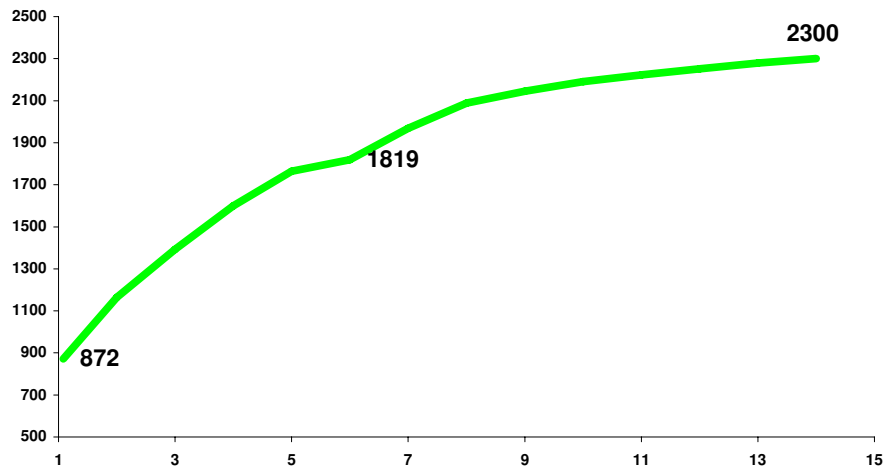


numero di contatti

### E da ultimo , un po' di statistica

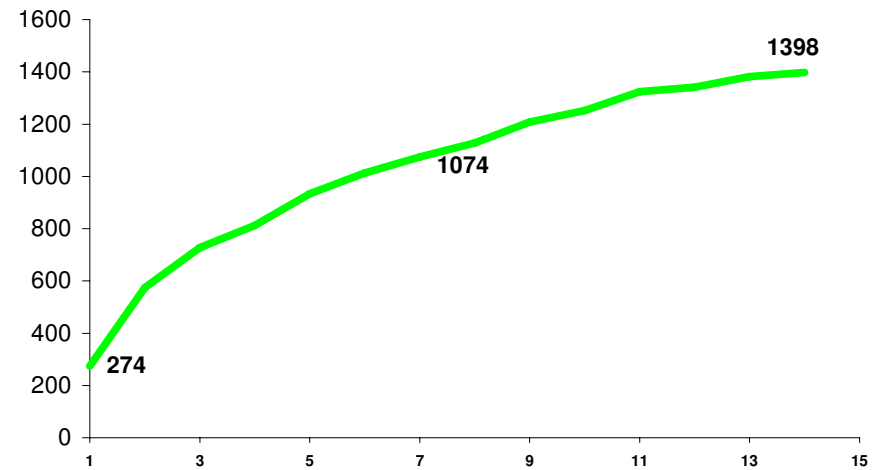
#### Analisi della COPERTURA CUMULATA in 14 giorni

**Lombardia : Andamento della copertura cumulata in 14 giorni**



giorni

**Puglia : Andamento della copertura cumulata in 14 giorni**



giorni