

## L'ASCOLTO DELLE TV LOCALI SECONDO I DATI AUDITEL DEL MESE DI FEBBRAIO 2012

Giorgio di Martino

*All'inizio del 2012 , mi è sembrato opportuno "fare il punto" sull'ascolto delle TV locali in Italia , in quanto Auditel produce sistematicamente ogni mese una pubblicazione on - line ad uso e consumo esclusivo di questo mezzo .*

*Vale la pena ricordare che nel volume in questione , a fianco delle stime dei **contatti netti** sono calcolati dei "dati di performance" suddivisi in due gruppi*

***indicatori di permanenza***

***indicatori di ripetizione***

*che permettono di valutare il **valore** dell'ascolto di questo mezzo ai fini di un utilizzo ragionato per pianificazioni pubblicitarie sia locali che nazionali*

*Nel seguito sono stati analizzati pertanto*

***i contatti netti per almeno 20 minuti***

***gli spettatori con almeno 20 contatti***

*osservando le performance a livello delle singole **regioni** .  
Al termine del lavoro è presente una **appendice** con i dati di base .*

### 1) I contatti netti per regioni

I dati esposti in tabella 1 sono stati ottenuti per "somma lorda", non avendo la possibilità di valutare le **duplicazioni** d'ascolto tra le emittenti pubblicate nelle singole regioni .

I dati così ottenuti consentono di analizzare il fenomeno in funzione della sua **rilevanza** sul territorio .

Non sono stati fatti confronti con la popolazione residente in quanto trattasi di valutazioni d'ascolto a somma lorda .

La Lombardia ed il Veneto con 34 emittenti (pari al 31% ) raccolgono il **50,27%** dei contatti netti , mentre Campania , Puglia e Sicilia con 22 emittenti ( pari al 20%) raccolgono insieme il **22.37 %** dei contatti netti . In prima analisi , **5 regioni** con il **51%** delle **emittenti** pubblicate , raccolgono il **72,64 %** dei **contatti netti** : il che fa pensare ad una discreta concentrazione .

**tabella 1**

| REGIONI                 | N° EMITTENTI<br>pubblicate | CONTATTI NETTI<br>nel periodo | %          |
|-------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------|
| Lombardia               | 15                         | 35.487.018                    | 25,73      |
| Veneto                  | 19                         | 33.849.654                    | 24,54      |
| Campania                | 8                          | 12.123.044                    | 8,79       |
| Puglia                  | 6                          | 9.895.769                     | 7,17       |
| Sicilia                 | 8                          | 8.838.037                     | 6,41       |
| Piemonte                | 6                          | 7.025.025                     | 5,09       |
| Emilia Romagna          | 9                          | 6.891.810                     | 5,00       |
| Lazio                   | 6                          | 5.199.210                     | 3,77       |
| Toscana                 | 4                          | 4.911.106                     | 3,56       |
| Liguria                 | 5                          | 2.946.785                     | 2,14       |
| Calabria                | 6                          | 2.478.296                     | 1,80       |
| Friuli - Venezia Giulia | 5                          | 2.117.298                     | 1,53       |
| Sardegna                | 2                          | 2.087.149                     | 1,51       |
| Trentino - Alto adige   | 4                          | 1.400.760                     | 1,02       |
| Marche                  | 2                          | 896.748                       | 0,65       |
| Umbria                  | 2                          | 752.356                       | 0,55       |
| Abruzzo                 | 1                          | 683.576                       | 0,50       |
| Molise                  | 2                          | 357.688                       | 0,26       |
| <b>Totale</b>           | <b>110</b>                 | <b>137.941.329</b>            | <b>100</b> |

Se però si analizzano più attentamente i dati , disaggregandoli per antenna all'interno di ogni singola regione salta all'occhio una certa variabilità , indicativa della maggiore o minore forza di ciascuna emittente .

Per cercare di interpretare questa variabilità , abbiamo costruito un **indice di " attrazione media regionale" (IAMR) rapportando la % di contatti netti al numero di emittenti pubblicate** .

Riordinando le Regioni , la nuova graduatoria è riportata in tabella 2 .

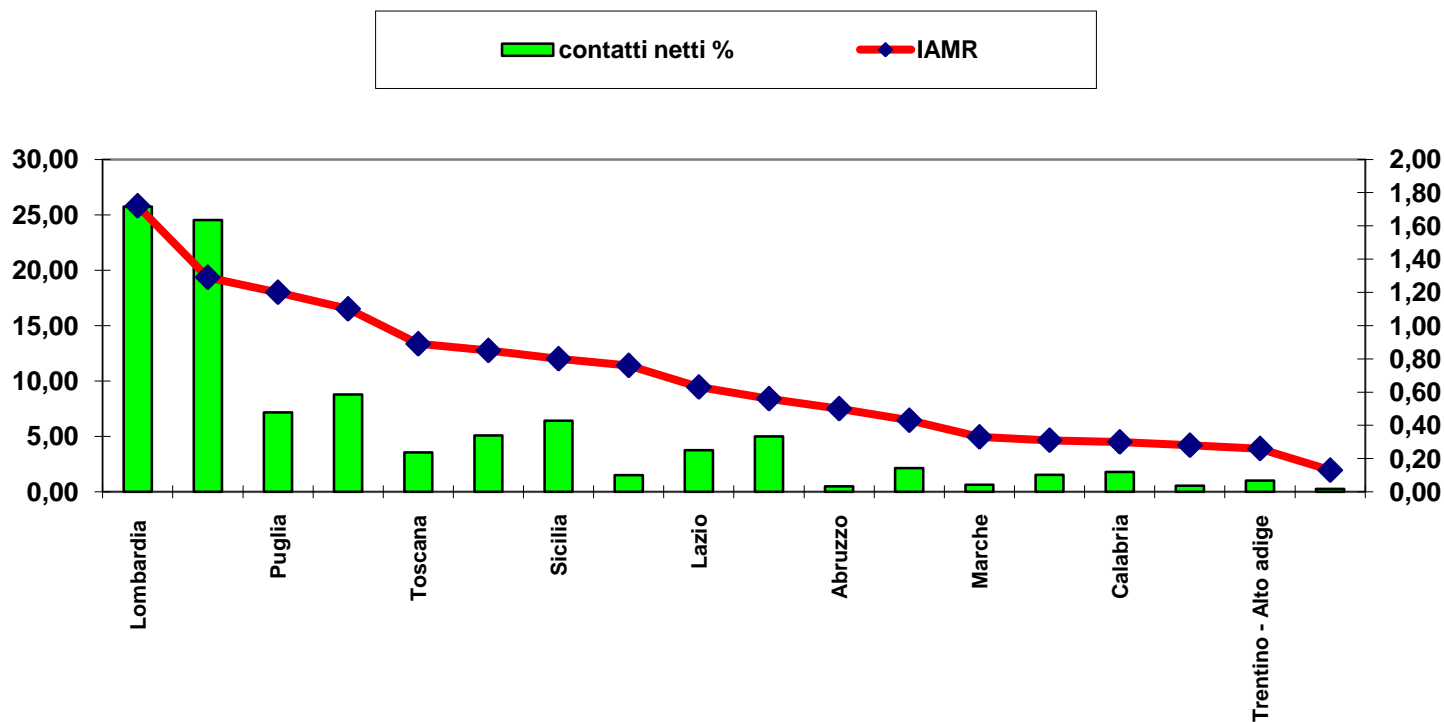
**tabella 2**

| Regioni                 | % contatti netti | N° emittenti pubblicate | IAMR |
|-------------------------|------------------|-------------------------|------|
| Lombardia               | 25,73            | 15                      | 1,72 |
| Veneto                  | 24,54            | 19                      | 1,29 |
| Puglia                  | 7,17             | 6                       | 1,20 |
| Campania                | 8,79             | 8                       | 1,10 |
| Toscana                 | 3,56             | 4                       | 0,89 |
| Piemonte                | 5,09             | 6                       | 0,85 |
| Sicilia                 | 6,41             | 8                       | 0,80 |
| Sardegna                | 1,51             | 2                       | 0,76 |
| Lazio                   | 3,77             | 6                       | 0,63 |
| Emilia Romagna          | 5,00             | 9                       | 0,56 |
| Abruzzo                 | 0,50             | 1                       | 0,50 |
| Liguria                 | 2,14             | 5                       | 0,43 |
| Marche                  | 0,65             | 2                       | 0,33 |
| Friuli - Venezia Giulia | 1,53             | 5                       | 0,31 |
| Calabria                | 1,80             | 6                       | 0,30 |
| Umbria                  | 0,55             | 2                       | 0,28 |
| Trentino - Alto adige   | 1,02             | 4                       | 0,26 |
| Molise                  | 0,26             | 2                       | 0,13 |

Come si rileva dal grafico , le situazioni sono cambiate nel senso che il Veneto si ridimensiona rispetto alla Lombardia in termini di ascolti medi più bassi , la Puglia

prevale sulla Campania e la Sicilia cede il posto al Piemonte , mentre emergono con evidenza la Toscana e la Sardegna .

L'efficienza secondo regioni (Auditel febbraio 2012)



Più in generale , al termine di questa prima analisi sui **contatti** possiamo concludere che ogni **regione** merita un'**analisi indipendente** specie quando una relativa numerosità di antenne si accompagna ad una elevata variabilità dei dati di ascolto .

## 2) I contatti netti per almeno 20 minuti nelle regioni

L'analisi fin qui effettuata se da un lato evidenzia che solo in due regioni si manifesta una significativa presenza delle TV locali ( Lombardia e Veneto con oltre il 50% di contatti netti ) , dall'altro **pone sullo stesso piano** le antenne con alti ascolti e quelle con bassi ascolti per via dell'utilizzo di dati medi nel calcolo dell'indice **IAMR** .

Se invece si prendono in considerazione i **contatti netti per almeno 20 minuti ( CN20' ) e li rapportiamo al totale contatti ( CNT )** , si otterranno dei valori percentuali di entità variabile , la cui dimensione più o meno elevata sta ad indicare ***l'interesse verso i programmi di ciascuna antenna indipendentemente dal suo valore di ascolto complessivo*** . Tale rapporto verrà di seguito indicato con il simbolo **I int** .

Nell'analisi abbiamo stabilito due **valori discriminanti**

|                     |
|---------------------|
| <b>I int = ^20%</b> |
| <b>I int = ^30%</b> |

**NOTA** Il simbolo ^ sta ad indicare valori maggiori di 20% o 30%

ritenuti significativi per selezionare quelle antenne che possono -a ragione- essere inserite in progetti di pianificazione pubblicitaria con **esigenze crescenti di target mirati territorialmente**

Nella tabella 3 sono esposti i risultati relativi a **I int ^20%**.Le regioni sono state ordinate in base ad un **indicatore ottenuto rapportando il n° di antenne con I int^ 20% al totale delle antenne pubblicate** .

**tabella 3**

| Regioni               | n° antenne con<br>I int ^20% | n° antenne pubblicate | B/A %     |
|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------|
|                       | (B)                          | (A)                   |           |
| toscana               | 4                            | 4                     | 100       |
| abruzzo               | 1                            | 1                     | 100       |
| molise                | 2                            | 2                     | 100       |
| sardegna              | 2                            | 2                     | 100       |
| sicilia               | 7                            | 8                     | 88        |
| calabria              | 5                            | 6                     | 83        |
| campania              | 6                            | 8                     | 75        |
| emilia-romagna        | 6                            | 9                     | 67        |
| puglia                | 4                            | 6                     | 67        |
| piemonte              | 3                            | 6                     | 50        |
| trentino- alto adige  | 2                            | 4                     | 50        |
| marche                | 1                            | 2                     | 50        |
| umbria                | 1                            | 2                     | 50        |
| lazio                 | 3                            | 6                     | 50        |
| lombardia             | 6                            | 15                    | 40        |
| liguria               | 2                            | 5                     | 40        |
| friuli-venezia giulia | 2                            | 5                     | 40        |
| veneto                | 7                            | 19                    | 37        |
| <b>totale</b>         | <b>64</b>                    | <b>110</b>            | <b>58</b> |

Il totale antenne si riduce a **64** ( **58%** del totale ) . Per quanto riguarda le regioni , sono state ordinate in termini dell'indicatore B/A. **Quattro** regioni - *possiamo definirle centrali* - non hanno penalizzazioni , **cinque** regioni - *possiamo definirle del sud salvo l'Emilia-Romagna* - presentano penalizzazioni contenute , le restanti **nove** - *definibili di centro nord* - presentano penalizzazioni dal 50% in giù .

Se il filtro diviene più stringente - **I int<sup>30%</sup>** - il numero di antenne si riduce a **31 (28%)** .

I dati di **tabella 4** illustrano una realtà eterogenea sul territorio nazionale .

Solo **Abruzzo** e **Molise** non subiscono penalizzazioni , mentre la **Sicilia** subisce una penalizzazione piccola .

**Sei** regioni - *dislocate sia al nord che al centro che al sud* - presentano una penalizzazione media , **cinque** regioni - *anch'esse distribuite da nord a sud* - risultano fortemente penalizzate . Il fanalino di coda è rappresentato dalla **quattro regioni più ricche** del Paese , nelle quali si salvano solo **5** antenne su **46** pubblicate : ***per cercare di capire il perché di un così basso valore occorrerebbe fare una attenta analisi sulle attuali programmazioni*** .

**tabella 4**

| Regioni               | n° antenne con<br>I int ^30% | n° antenne pubblicate | B/A %     |
|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------|
|                       | (B)                          | (A)                   |           |
| abruzzo               | 1                            | 1                     | 100       |
| molise                | 2                            | 2                     | 100       |
| sardegna              | 1                            | 2                     | 50        |
| puglia                | 3                            | 6                     | 50        |
| marche                | 1                            | 2                     | 50        |
| liguria               | 2                            | 5                     | 40        |
| calabria              | 2                            | 6                     | 33        |
| toscana               | 1                            | 4                     | 25        |
| trentino- alto adige  | 1                            | 4                     | 25        |
| emilia-romagna        | 2                            | 9                     | 22        |
| friuli-venezia giulia | 1                            | 5                     | 20        |
| lazio                 | 1                            | 6                     | 17        |
| piemonte              | 1                            | 6                     | 17        |
| lombardia             | 2                            | 15                    | 13        |
| veneto                | 1                            | 19                    | 5         |
| <b>totale</b>         | <b>31</b>                    | <b>110</b>            | <b>28</b> |

Per concludere l'analisi , in **tabella 5** sono indicate le **31** antenne con **I int^30%** .



Le antenne sono state ordinate in senso decrescente e suddivise convenzionalmente in 3 gruppi.

**tabella 5**

| Regioni             | emittenti          | I int ^30% |
|---------------------|--------------------|------------|
| sicilia             | TRS                | 73,77      |
| molise              | tele Molise        | 71,03      |
| sardegna            | videolina          | 64,68      |
| sicilia             | RTP                | 61,01      |
| emilia-romagna      | tv Parma           | 59,88      |
| puglia              | telenorba          | 59,80      |
| abruzzo             | rete 8             | 50,09      |
| molise              | teleregione Molise | 49,57      |
| sicilia             | antenna Sicilia    | 45,64      |
| emilia-romagna      | telereggio         | 45,46      |
| puglia              | teledue            | 43,71      |
| trentino-alto adige | RTTR               | 42,88      |
| calabria            | 8 video Calabria   | 41,62      |
| sicilia             | telecolor Italia 7 | 39,88      |
| liguria             | primo canale       | 39,05      |
| umbria              | Umbria tv          | 38,78      |
| lombardia           | tele unica         | 37,79      |
| liguria             | primo canale TG 24 | 37,77      |
| lazio               | Extra tv           | 36,77      |
| campania            | telecapri          | 35,99      |
| campania            | Napoli canale 21   | 35,42      |
| veneto              | telenuovo          | 34,81      |
| calabria            | Reggio tv          | 33,06      |
| lombardia           | telelombardia      | 33,05      |

|                       |                 |       |
|-----------------------|-----------------|-------|
| piemonte              | telecupole      | 32,90 |
| campania              | canale 9        | 32,81 |
| puglia                | 7 gold Puglia   | 32,76 |
| toscana               | RTV 38          | 32,41 |
| sicilia               | TRM             | 31,96 |
| friuli-venezia giulia | telefriuli      | 30,32 |
| marche                | tv centroMarche | 30,19 |

### 3) Gli spettatori con almeno 20 contatti

E' l'ultimo degli indicatori di performance sul periodo (febbraio 2012) pubblicati da Auditel ed un cenno ai risultati prodotti è stato fatto **relativamente alle emittenti riportate in tabella 5** .

Come enunciato nella premessa , **la % di spettatori con almeno 20 contatti - ripetizione di sintonizzazione - può essere assunta come indicatore di immagine - I imm -**

che la rete ha generato nei confronti del suo pubblico .

In tabella 6 sono riportati i valori di tale indice , affiancati dai corrispondenti valori di interesse<sup>30%</sup>.

**tabella 6**

| ANTENNE         | I imm | I int ^30% |
|-----------------|-------|------------|
| TRS             | 58    | 73,77      |
| videolina       | 58    | 64,68      |
| tv Parma        | 55    | 59,88      |
| tele Molise     | 36    | 71,03      |
| telenorba       | 36    | 59,80      |
| teledue         | 27    | 43,71      |
| 7 gold Puglia   | 25    | 32,76      |
| antenna Sicilia | 25    | 45,64      |

|                    |    |       |
|--------------------|----|-------|
| teleregione Molise | 24 | 49,57 |
| telereggio         | 23 | 45,46 |
| 8 video Calabria   | 20 | 41,62 |
| primo canale       | 18 | 39,05 |
| RTP                | 18 | 61,01 |
| telebombardia      | 17 | 33,05 |
| primo canale TG 24 | 17 | 37,77 |
| rete 8             | 17 | 50,09 |
| telecolor Italia 7 | 16 | 39,88 |
| telefriuli         | 15 | 30,32 |
| telenuovo          | 14 | 34,81 |
| TRM                | 14 | 31,96 |
| telecupole         | 11 | 32,90 |
| telecapri          | 11 | 35,99 |
| tele unica         | 10 | 37,79 |
| Reggio tv          | 9  | 33,06 |
| tv centroMarche    | 8  | 30,19 |
| RTV 38             | 7  | 32,41 |
| canale 9           | 7  | 32,81 |
| Extra tv           | 6  | 36,77 |
| Napoli canale 21   | 6  | 35,42 |
| RTTR               | 5  | 42,88 |
| Umbria tv          | 1  | 38,78 |

Dopo aver ordinato le emittenti in ordine decrescente , le abbiamo divise in 4 gruppi -evidenziati dai colori - . Le emittenti del **primo** gruppo (5) rappresentano sicuramente sui loro territori di ricezione dei punti di riferimento ben precisi per il loro pubblico -probabilmente non sostituibili con altre fonti televisive .

Le emittenti del **secondo** gruppo (6) pur essendosi guadagnate un'immagine positiva sul loro

pubblico , non sono punti di riferimento "esclusivi " pur avendo una % di contatti netti per almeno 20 minuti di tutto rispetto .

Le emittenti del **terzo** gruppo (12) sono sicuramente conosciute dal pubblico nei rispettivi territori di competenza , ma la loro "immagine" è probabilmente legata ad alcuni programmi specifici che attirano target definibili per struttura .

Le emittenti del **quarto** gruppo (8) anche se probabilmente hanno una parte del loro pubblico fedele , mostrano però ascolti saltuari in quanto non sono riuscite ancora ad essere dei punti di riferimento sui loro territori di pertinenza .

### **ANALISI DI CORRELAZIONE**

Da un punto di vista meramente statistico , è importante verificare se **esista CORRELAZIONE** tra **% di spettatori con almeno 20 contatti - I imm - e % di contatti netti per almeno 20 minuti superiore a 30% - I int^30% -** , in quanto la verifica di coerenza tra due indici calcolati su dati di comportamento eterogenei consente di concludere che quanto sopra esposto ha un **buon livello di accettabilità** . Il calcolo dell'indice di correlazione porta ad un valore

$$R = 0,8107$$

che conferma quanto sopra ipotizzato .