

Analisi del pubblico della Televisione secondo i parametri SESSO ed ETA' : i dati AUDITEL per l'anno 2012

giorgio di martino

Auditel ha recentemente presentato una interessante analisi sul pubblico della Televisione splittato secondo i parametri **Sesso** ed **Età** relativamente all'anno **2012** : ci abbiamo guardato dentro ed ecco quello che vale la pena evidenziare .

1) il pubblico della Tv a confronto con l'intera popolazione

L'ascolto medio giorno della tv è stato stimato in

10.358.776

individui in età a partire da 4 anni .

Il confronto con l'intera popolazione evidenzia delle differenze significative come esposto in tabella 1 .

Tabella 1

	TV : ascolto medio giorno +4	Universo medio individui + 4	
	10.358.776	58.185.780	
	B	A	B/A%
maschi 15 +	39,62	42,9	-7,64
femmine 15+	53,62	46,4	15,56
indiv 4 \ 14	6,76	10,7	-36,82

Tabella 1 segue

	TV : ascolto medio giorno +4 10.358.776 B	Universo medio individui + 4 58.185.780 A	B/A%
4 \ 14	6,76	10,7	-36,82
15 \ 24	6,24	10,5	-40,57
25 \ 34	9,33	13,1	-28,78
35 \ 44	14,05	16,8	-16,37
45 \ 54	15,68	15,1	3,84
55 +	47,95	33,8	41,86

Certamente più donne che uomini (hanno più tempo a disposizione?) , molti bambini ne sono esclusi (è forse l'effetto scuola ?) , ai teens interessa poco , in termini relativi il pubblico di pre-anziani ed anziani è quasi il doppio (la tv gli riempie la giornata) .

2) il pubblico della Tv a confronto con quello di Internet

E' un confronto d'obbligo , dato che il nuovo Media attira l'interesse delle Aziende e dei pubblicitari . Dall'archivio Audiweb abbiamo elaborato il profilo medio del fruitore secondo il parametro età : il confronto è in tabella 2 .

Tabella 2

	TV : ascolto medio giorno +4 (.000) stima 10359 B		INTERNET : stima utenti giorno medio (.000) stima 13.958 A	B/A%
sino a 14	6,76	sino a 10	1,8	275,55
15-24	6,24	11 \ 24	15,87	-60,68
25-34	9,33	25 \ 34	19,28	-51,61
35-54	29,73	35 \ 54	47,27	-37,10
55+	47,94	55 e+	15,78	203,80

A parte la differenza di classificazione delle età giovanili , possiamo fare le seguenti considerazioni : i bambini che frequentano le scuole elementari stanno imparando ad usare il computer , per cui gli spettacoli Tv hanno ancora il sopravvento . Dagli 11 anni ai 24 anni (siamo nelle età pre-lavorative) si naviga sul web in cerca di avventure e quindi la TV interessa meno . Dai 25 ai 54 anni il web non è solo avventura , ma anche lavoro per cui la distanza dalla TV inizia a calare . Infine , nel pubblico pre-anziano ed anziano l'interesse per il web è decisamente inferiore a quello della TV e qui varrebbe la pena di porsi la domanda se ciò è dovuto al "ritardo " del nostro Paese sulla diffusione e l'utilizzo del computer oppure il gap è dovuto al rifiuto dell'innovazione nelle attuali generazioni .

3) il peso degli Editori televisivi ed il loro pubblico prevalente

E' noto agli utenti Auditel che sistematicamente l'azienda pubblica una tavola che dà una *classificazione di tutte le reti pubblicate secondo la loro appartenenza Editoriale* . Nell'analisi che segue si è adottato lo **schema aggiornato al 12 giugno 2013** .

Sempre utilizzando i valori dell'ascolto medio giorno , nella tabella 3 sono evidenziati in ordine decrescente gli editori più significativi integrati con un dato che può essere ascritto all'ascolto delle TV LOCALI : l'insieme delle voci considerate copre il **92%** del *totale ascolto medio giorno* .

Tabella 3

	Ascolto medio giorno	peso %
Totale EMITTENTI	10.358.776	
EDITORE		
RAI	4.118.743	39,76
MEDIASET	3.507.678	33,86
ALTRE DIGITALI - ANALOGICHE	768.630	7,42
SKY	478.250	4,62
DISCOVERY	181.454	1,75
FOX	177.253	1,71
SWITCHOVER MEDIA SRL	108.590	1,05
DISNEY	60.813	0,59
EDB MEDIA	39.672	0,38
TURNER	23.115	0,22
DE AGOSTINI	21.969	0,21
GRUPPO LT MULTIMEDIA	21.927	0,21
AXN	18.628	0,18
TOTALE	9.526.722	91,96

L'analisi sugli Editori diventa interessante se si considerano le tre tipologie di pubblico

**maschi 15 +
femmine 15+
indiv 4 \ 14**

I risultati sono esposti in tabella 4 , dove i dati sono espressi in % di composizione .
Osservandoli da statistico , si coglie una notevole variabilità sia nel senso delle righe
che in quello delle colonne per cui viene spontaneo chiedersi se alcuni Editori puntino a
Target specifici per differenziarsi .

Tabella 4

	<i>Maschi 15+</i>	<i>Femmine 15+</i>	<i>4 \ 14</i>
Totale EMITTENTI	39,62	53,62	6,76
<i>RAI</i>	39,46	56,58	3,96
<i>MEDIASET</i>	37,37	55,15	7,48
<i>ALTRE DIGIT.ANALOG.</i>	44,66	49,36	5,98
<i>SKY</i>	53,99	37,91	8,10
<i>DISCOVERY</i>	29,61	61,86	8,53
<i>FOX</i>	42,73	51,98	5,29
<i>SWITCHOVER MEDIA SRL</i>	20,00	31,54	48,46
<i>DISNEY</i>	16,92	30,53	52,55
<i>EDB MEDIA</i>	74,45	19,98	5,57
<i>TURNER</i>	20,80	30,00	49,20
<i>DE AGOSTINI</i>	42,99	36,52	20,49
<i>GRUPPO LT MULTIMEDIA</i>	41,83	55,85	2,32
<i>AXN</i>	56,29	38,62	5,09

Vogliamo esaminare il **target 4 \ 14 anni** ? Ecco la risposta

<i>DISNEY</i>	52,55
<i>TURNER</i>	49,20
<i>SWITCHOVER MEDIA SRL</i>	48,46
<i>DE AGOSTINI</i>	20,49

Non dimentichiamo che questo target pesa sul totale ascolto per il **6,76 %** .

Se passiamo al **target Maschi 15 +** , il panorama cambia , come risulta dai dati successivi

EDB MEDIA	74,45
AXN	56,29
SKY	53,99

Si tenga presente che sul totale ascolto tv gli uomini pesano per il **39,62 %**

Se passiamo al **target demmine 15 +** , che sul totale ascolto tv pesano per il **53,62%** si possono considerare i seguenti Editori

DISCOVERY	61,86
RAI	56,58
GRUPPO LT MULTIMEDIA	55,85
MEDIASET	55,15

Quello che salta all'occhio immediatamente è che risulta molto più evidente il differenziale sugli uomini che non sulle donne .

L'analisi sugli Editori resterebbe incompleta se non si prendesse in considerazione anche l' **Età** .
Per non appesantire l'esposizione , abbiamo considerato le tre classi convenzionali

giovani	15 \ 34
adulti	35 \ 54
anziani	55 +

I risultati sono esposti in tabella 5 , dove i dati sono espressi in % di composizione .
Osservandoli da statistico , si coglie anche qui una notevole variabilità sia nel senso delle righe che in quello delle colonne per cui viene spontaneo chiedersi se alcuni Editori puntino a Target specifici per differenziarsi .

tabella 5

	15 \ 34	35 \ 54	55 +
MEDIASET	18,93	32,49	41,11
RAI	10,07	24,52	61,44
SKY	23,17	41,74	26,98
FOX	29,19	41,96	23,57
ALTRE DIGIT.ANALOG.	18,14	33,31	42,57
AXN	18,48	42,37	34,06
DE AGOSTINI	33,00	30,10	16,41
DISCOVERY	30,13	40,98	20,37
GRUPPO LT MULTIMEDIA	12,99	37,47	47,2
EDB MEDIA	24,40	31,69	38,34
Totale EMITTENTI	15,57	29,73	47,95

Nelle tabelle successive gli Editori sono ordinati fascia di età per fascia di età in ordine decrescente : si lascia al lettore di trarre le considerazioni opportune .

tabella 5a

	15 \ 34
DE AGOSTINI	33,00
DISCOVERY	30,13
FOX	29,19
EDB MEDIA	24,40
SKY	23,17
MEDIASET	18,93
AXN	18,48
ALTRE DIGIT.ANALOG.	18,14
GRUPPO LT MULTIMEDIA	12,99
RAI	10,07
Totale EMITTENTI	15,57

tabella 5b

	35 \54
AXN	42,37
FOX	41,96
SKY	41,74
DISCOVERY	40,98
GRUPPO LT MULTIMEDIA	37,47
ALTRE DIGIT.ANALOG.	33,31
MEDIASET	32,49
EDB MEDIA	31,69
DE AGOSTINI	30,10
RAI	24,52
Totale EMITTENTI	29,73

tabella 5c

	55 +
RAI	61,44
GRUPPO LT MULTIMEDIA	47,20
ALTRE DIGIT.ANALOG.	42,57
MEDIASET	41,11
EDB MEDIA	38,34
AXN	34,06
SKY	26,98
FOX	23,57
DISCOVERY	20,37
DE AGOSTINI	16,41
Totale EMITTENTI	47,95

4) i profili delle reti generaliste e di La7

Se si riconsiderano i dati di tabella 3 , la parte del "leone" nel panorama dell'*ascolto medio giorno* è fatta da **RAI** e da **Mediaset** : la prima titolare di **14** emittenti pubblicate , la seconda di **19** . Per completare l'analisi del mercato televisivo , abbiamo considerato per ogni Editore le emittenti con un ascolto medio giorno significativo e nella tabella 6 na abbiamo elaborato lo split per classi convenzionali di **età** . All'elenco delle emittenti abbiamo aggiunto **La7** per significarne "*la presenza come potenziale Terzo polo*" .

tabella 6

	Ascolto medio giorno	04 \ 14	15 \ 34	35 \ 54	55 +
R A I					
Rai 1	1.898.208	2,78	8,7	20,7	67,82
Rai 3	793.203	2,13	8,46	23,17	66,24
Rai 2	785.075	4,05	11,61	29,13	55,21
Rai Premium	127.158	3,74	12,29	30,93	53,04
Rai 4	114.534	4	19	39	38
Rai Movie	93.917	2,23	12,96	31,22	53,59
Rai Yoyo	91.880	31,67	18,85	31,81	17,67
Rai News	59.555	1,15	7,36	29,33	62,16
Rai Sport 1	43.406	4,43	15,66	29,71	50,2
Rai Gulp	33.789	50	13,13	24,39	12,48
Rai Sport 2	31.608	2,84	10,75	25,65	60,76
Rai 5	30.074	2,45	15,57	33,58	48,4
Rai Storia	15.655	2,02	8,82	30,71	58,45
M E D I A S E T					
Canale 5	1.581.035	4,85	17,52	33,34	44,29
Italia 1	759.264	10,2	27,62	36,94	25,24
Rete 4	615.421	2,31	9,94	23,83	63,92
Iris	114.175	2,27	14,16	30,25	53,32
Boing	99.438	45,82	15,74	27,55	10,89
La5	86.176	5,03	29,75	36,9	28,32
Cartoonito	71.371	37,81	15,36	30,89	15,94
Mediaset Extra	71.228	8,1	25,72	39,03	27,15
Premium Calcio/HD	52.495	5,94	22,75	37,82	33,49
Italia 2 Mediaset	40.075	11,38	33,03	38,08	17,51
La7	356.745	2,16	9,97	24,13	63,74
Totale EMITTENTI	10.358.776	6,76	15,57	29,73	47,94

Con un criterio meramente soggettivo abbiamo evidenziato le reti che meglio caratterizzano le 4 fasce di età prendendo a riferimento il profilo generale dell'ascolto .

Per i bambini	Ascolto medio	04 \ 14
	giorno	
Rai Gulp	33.789	50,00
Boing	99.438	45,82
Cartoonito	71.371	37,81
Rai Yoyo	91.880	31,67

per i giovani	Ascolto medio	15 \ 34
	giorno	
Italia 2 Mediaset	40.075	33,03
La5	86.176	29,75
Italia 1	759.264	27,62
Mediaset Extra	71.228	25,72
Premium Calcio/HD	52.495	22,75

per gli adulti	Ascolto medio	35 \ 54
	giorno	
Mediaset Extra	71.228	39,03
Rai 4	114.534	39,00
Italia 2 Mediaset	40.075	38,08
Premium Calcio/HD	52.495	37,82
Italia 1	759.264	36,94
La5	86.176	36,90

per gli anziani	Ascolto medio	55 +
	giorno	
Rai 1	1.898.208	67,82
Rai 3	793.203	66,24
Rete 4	615.421	63,92
La7	356.745	63,74
Rai News	59.555	62,16
Rai Sport 2	31.608	60,76
Rai Storia	15.655	58,45

A M E N