



**DOCUMENTO AI SENSI DELL'ART. 6 DELLA DELIBERA AGCOM  
N. 130/06/CSP DEL 12 LUGLIO 2006 RECANTE L'ESPOSIZIONE  
DELL'INTERA METODOLOGIA UTILIZZATA PER L'INDAGINE  
SULL'ASCOLTO RADIOFONICO IN ITALIA "RADIO TER 2022"**

Società che realizza l'Indagine: TAVOLO EDITORI RADIO S.r.l., in sigla anche TER srl

Sede legale: Corso Sempione n. 27 - 20145 MILANO

Codice fiscale e partita IVA: 09468140968

Iscritta al Registro delle Imprese del Tribunale di Milano al n. 09468140968

Capitale sociale Euro 160mila interamente versato

Tel.: 02 31993522

Email: [info@tavoloeditoriradio.it](mailto:info@tavoloeditoriradio.it)

**INDICE**

A) PREMessa

B) L'INDAGINE PRINCIPALE (realizzata da GFK Italia srl e Ipsos srl)

C) L'INDAGINE PARALLELA (realizzata da DOXA spa)

## **A) PREMESSA**

Il presente documento descrive le caratteristiche tecnico-metodologiche dell'indagine con finalità statistica sull'ascolto radiofonico in Italia per l'anno 2022, denominata "RADIO TER 2022", realizzata dalla Tavolo Editori Radio srl (di seguito, per brevità, denominata anche "TER") tramite le società:

- GfK Italia srl, con sede in Milano, Via Tortona n. 33, codice fiscale 08586300157 (di seguito, per brevità, denominata anche "GfK")
- IPSOS srl, con sede in Milano, Via Tolmezzo n. 15 codice fiscale 01702460153 (di seguito, per brevità, denominata anche "IPSOS")
- DOXA spa, con sede in Milano, Via Panizza n. 7 codice fiscale 00935420158 (di seguito, per brevità, denominata anche "DOXA")

L'indagine Radio TER 2022 è un'indagine campionaria unitaria - 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 Tavolo Editori Radio 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, per:

- La radio nel complesso;
- Le singole emittenti nazionali e locali iscritte.

L'indagine fornisce, per le singole emittenti locali iscritte, anche dati di ascolto a livello provinciale, per i seguenti parametri: AQH, ascoltatori nel Giorno Medio, ascoltatori nei 7 gg. L'indagine Radio TER 2022 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.

L'indagine viene realizzata utilizzando un questionario telefonico, mediante il quale si chiede a ciascun intervistato quali sono stati i suoi comportamenti di ascolto del mezzo Radio nel periodo recente (ultimi 7 / 14 / 28 giorni) e nella giornata di ieri, e di attribuire, per fasce orarie e per singolo quarto d'ora della giornata, gli ascolti del mezzo alle specifiche emittenti ascoltate.

In particolare l'Indagine Radio TER 2022 è realizzata mediante due distinte survey:

- **L'indagine PRINCIPALE** – basata su 120.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, **realizzata dagli Istituti GfK e Ipsos** su campioni equamente suddivisi - che permette di misurare l'ascolto delle emittenti nel quarto d'ora medio, la durata dell'ascolto, gli ascoltatori nel giorno medio e nei 7 giorni
- **L'indagine PARALLELA** – basata su 20.000 casi rappresentativi dell'universo di riferimento, **realizzata dall'Istituto Doxa** - che serve a stimare le coperture cumulate a 14 e 28 giorni.

#### **La tecnica D.A.R. – descrizione**

L'approccio D.A.R. (Day After Recall) – utilizzato per l'indagine PRINCIPALE - 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 (nei giorni infrasettimanali vs. nei giorni del fine settimana e in 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 ad ogni rispondente la ricostruzione nel dettaglio di una sola giornata di ascolto (la giornata di ieri), immediatamente precedente il giorno di intervista.

## **B) L'INDAGINE PRINCIPALE (realizzata da GfK Italia Srl e Ipsos Srl)**

### **1. ARTICOLAZIONE DELL'INDAGINE PRINCIPALE E PERIODI DI RILEVAZIONE**

L'Indagine Principale di RADIO TER 2022 è un'indagine campionaria unitaria - rappresentativa della

popolazione di 14 anni e oltre presente sul suolo italiano - sull'ascolto delle emittenti radiofoniche pubbliche e private, nazionali e locali su tutte le piattaforme trasmissive.

Le singole emittenti locali iscritte avranno anche i dati di ascolto a livello provinciale.

L'Indagine Principale è condotta su un campione di individui, rappresentativo della popolazione presente in Italia di 14 anni e oltre.

La rilevazione è effettuata telefonicamente con l'ausilio del computer (sistema C.A.T.I.).

L'Indagine Principale viene realizzata utilizzando la tecnica Day After Recall (D.A.R.), che consiste nel chiedere a ciascun intervistato quali sono stati i suoi comportamenti di ascolto del mezzo Radio nel periodo recente (ultimi 7 giorni), e nella giornata di ieri, e di attribuire, per fasce orarie e per singolo quarto d'ora della giornata, gli ascolti del mezzo alle specifiche emittenti ascoltate.

L'Indagine Principale è basata sulla realizzazione di 120.000 interviste annuali, suddivise tra GfK e Ipsos (60.000 per Istituto).

Le interviste sono effettuate sia su telefoni fissi sia su telefoni cellulari.

È stato previsto un calendario di rilevazione basato su wave trimestrali da 30.000 interviste ciascuna (15.000 per Istituto).

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 4 trimestri di rilevazione secondo lo schema seguente:

Primo trimestre	martedì 25 gennaio – lunedì 4 aprile 2022	30.000 casi
Secondo trimestre	martedì 5 aprile – lunedì 20 giugno 2022 (con pausa nel periodo pasquale da martedì 12 a lunedì 18 aprile 2022)	30.000 casi
Terzo trimestre	martedì 21 giugno – lunedì 10 ottobre 2022 (con pausa estiva da martedì 26 luglio a lunedì 29 agosto 2022)	30.000 casi
Quarto trimestre	martedì 11 ottobre – lunedì 19 dicembre 2022	30.000 casi
Totale		120.000 casi

## **2. IL CAMPIONE**

### **2.1 L'universo**

La collettività a cui si riferiscono i risultati dell'Indagine Principale (di seguito, anche "Universo") è

costituita dagli individui presenti in Italia di almeno 14 anni di età. È, dunque, 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" (popolazione al 1° gennaio 2021), contenente i dettagli di distribuzione della popolazione per regione, provincia e comune.

A tale data la collettività di riferimento ammonta a **52.172.848** individui.

## **2.2 Il metodo di campionamento**

Il campione complessivo di 120.000 interviste è di tipo probabilistico stratificato per provincia, regione, ampiezza centro, sesso, età, tipo giorno, device telefonico, con distribuzione delle interviste a proporzionalità corretta ai fini di ridurre la varianza delle stime nelle Province di dimensioni minori (in termini di numero di residenti secondo i dati ISTAT).

Il campione che GfK e Ipsos realizzano per l'Indagine Principale di Radio TER 2022, sotto la supervisione della società che supporta TER nella attività di verifica circa la correttezza della esecuzione dell'indagine, con il maggior allineamento possibile in termini di approcci adottati, è ricavato:

- Per la telefonia fissa, da un basket unico. In particolare GfK e Ipsos devono adottare i seguenti criteri:
  - il tasso di numeri di telefono ripetuti fra i due Istituti deve essere minimo e proporzionale alla naturale incidenza di sovrapposizione;
  - i numeri di telefono fisso contattati dagli Istituti non devono essere ripetuti per un periodo di sei mesi.
  
- Per la telefonia mobile, GfK e Ipsos devono adottare i seguenti criteri:
  - l'insieme dei numeri non deve presentare differenze in termini di copertura dei prefissi esistenti e di distribuzione dei numeri per prefisso;
  - il tasso di numeri di telefono ripetuti fra i due Istituti deve essere minimo e proporzionale alla naturale incidenza di sovrapposizione;
  - i numeri di telefono cellulare contattati dagli Istituti non devono essere ripetuti per un periodo di 6 mesi;
  - tramite specifiche procedure di verifica e monitoraggio deve essere garantito che tutti i prefissi mobili esistenti siano considerati.

Per ulteriori dettagli operativi si rinvia alla sezione 3: Frame di campionamento.

Le unità finali di campionamento sono gli individui, Italiani o stranieri, di almeno 14 anni presenti sul suolo italiano e raggiungibili tramite una connessione di telefono fissa o mobile.

In termini di distribuzione delle interviste a livello territoriale, il campione:

- Prevede una distribuzione provinciale delle interviste a proporzionalità corretta secondo i criteri descritti più avanti;
- Per i comuni con popolazione pari o inferiore a 5.000 abitanti, prevede una stratificazione per celle/areole sub-provinciali definita sulla base delle caratteristiche orografiche del territorio oltre che sul criterio della contiguità territoriale.

Le interviste vengono equidistribuite nelle singole giornate che compongono ciascuna delle quattro wave di rilevazione.

### **2.3 La stratificazione geografica**

L'Indagine Principale misura gli ascolti di emittenti dalle caratteristiche molto differenti. Si rilevano infatti sia le radio a diffusione nazionale sia quelle con diffusione locale, anche con bacini di utenza molto limitati.

Dal punto di vista metodologico si pone la necessità di adottare un piano di campionamento che sia in grado di misurare l'ascolto di tutte le tipologie di emittenti. Viene quindi privilegiato il criterio della massima diffusione e dispersione delle interviste sul territorio mediante il coinvolgimento, nella rilevazione, di un numero molto elevato di comuni e adottando il metodo telefonico C.A.T.I. per la realizzazione delle interviste in modo da garantire una grande capillarità di contatti.

Per rappresentare al meglio anche le emittenti locali, riducendo la varianza delle stime nelle province meno popolate, si utilizza un disegno di «campionamento a proporzionalità corretta» (si veda il dettaglio al successivo paragrafo 2.3.2).

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 popolate mantengono un adeguato livello di rappresentatività.

#### **2.3.1 Le province considerate**

Si passa dalle 107 province di cui all'ordinamento amministrativo italiano preso a riferimento (ISTAT "Popolazione e movimento anagrafico dei Comuni" aggiornato al 1/1/2021), a 105 province, grazie all'unione di:

- Isernia aggregata a Campobasso;
- Gorizia aggregata a Trieste.

### 2.3.2 Criterio per la definizione del numero di casi per provincia

È 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 popolate;
- **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.

Per fare un esempio, ordiniamo le province dalla più popolosa (Roma) alla meno popolosa (Aosta) e utilizziamo come stimatore dell'affidabilità statistica l'ampiezza dell'intervallo di confidenza: più è ampio questo intervallo, meno sono affidabili le stime delle metriche calcolate su questo campione. Passando da un campione meramente proporzionale al campione a proporzionalità corretta, l'intervallo di confidenza di una provincia delle dimensioni di Aosta si riduce da 3,7 a 2,7 mentre quello di una provincia delle dimensioni di Roma aumenta da 0,6 a 0,7.

Tanto più da questi due estremi si procede verso la parte centrale della distribuzione, tanto minore è l'intervento correttivo.

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;
- 1500 casi verranno utilizzati per ridurre il sottocampionamento delle tre province più grandi (Roma, Milano, Napoli) derivante dalla tecnica del campione “a proporzionalità corretta”. I rimanenti 118.500 casi saranno distribuiti secondo il criterio descritto sopra.

La tabella che segue mostra il numero di casi da realizzare in ciascuna provincia secondo i criteri di

campionamento descritti:

<b>Province</b>	<b>Campione Teorico TER (Indagine Principale)</b>
Roma	7.136
Milano	5.748
Napoli	5.025
Torino	3.740
Brescia	2.212
Bari	2.102
Palermo	2.042
Bergamo	1.976
Salerno	1.853
Catania	1.842
Bologna	1.803
Firenze	1.770
Padova	1.675
Verona	1.656
Varese	1.646
Monza e della Brianza	1.624
Caserta	1.590
Genova	1.589
Treviso	1.587
Vicenza	1.553
Venezia	1.551
Lecce	1.440
Modena	1.325
Cosenza	1.283
Perugia	1.240
Como	1.209
Cuneo	1.186
Messina	1.179
Foggia	1.168
Pavia	1.124
Taranto	1.114
Latina	1.113
Trento	1.081
Udine	1.071
Reggio nell'Emilia	1.059
Bolzano-Bozen	1056



Reggio di Calabria	1.048
Sassari	996
Frosinone	983
Ancona	971
Parma	949
Alessandria	936
Mantova	917
Cagliari	916
Trapani	900
Pisa	900
Agrigento	895
Avellino	881
Forlì-Cesena	867
Ravenna	861
Lucca	855
Novara	852
Brindisi	849
Siracusa	848
Trieste	843
Chieti	840
Barletta-Andria-Trani	840
Cremona	836
Potenza	809
Lecco	805
Pesaro e Urbino	804
Ferrara	803
Sud Sardegna	794
Catanzaro	789
Rimini	785
Arezzo	782
Livorno	774
Pescara	744
Pordenone	744
Viterbo	742
Ragusa	739
Macerata	737
Teramo	728
Campobasso	723
Savona	717
L'Aquila	714
Pistoia	712
Piacenza	705

Benevento	677
Siena	673
Prato	670
Caltanissetta	653
Lodi	638
Rovigo	633
La Spezia	630
Imperia	620
Asti	617
Terni	611
Grosseto	608
Ascoli Piceno	584
Belluno	584
Nuoro	582
Matera	567
Sondrio	567
Massa-Carrara	566
Biella	561
Vercelli	552
Verbano-Cusio-Ossola	535
Fermo	533
Crotone	518
Enna	514
Oristano	512
Rieti	507
Vibo Valentia	504
Aosta	483
<b>Totale</b>	<b>120.000</b>

### 2.3.3 Classe dimensionale dei comuni e criterio orografico

Mentre i comuni con oltre 5.000 abitanti vengono tutti campionati singolarmente, per i comuni con popolazione pari o inferiore a 5.000 abitanti si procede a una stratificazione basata sulle caratteristiche orografiche del territorio (così come definite da ISTAT) oltre che sul criterio della contiguità territoriale, innestando il criterio della prossimità territoriale negli strati definiti sulla base delle classi orografiche ISTAT:

- Montagna interna;
- Montagna litoranea;
- Collina interna;
- Collina litoranea;
- Pianura.

## **2.4 Criteri di stratificazione del campione**

Una volta quantificate le quote provinciali annuali, queste vengono divise per i quattro trimestri di rilevazione e costituiscono il punto di riferimento per le successive stratificazioni.

Il campione viene segmentato all'interno delle province in modo proporzionale rispetto alla popolazione di riferimento.

- Ottenuto il numero di interviste da effettuare in ciascuna delle 105 province risultanti, il totale viene stratificato per i criteri di seguito elencati: Per giorno di rilevazione: il campione sarà equidistribuito su tutto il corso dell'anno (si veda in proposito il calendario di cui al paragrafo 1 – Articolazione dell'Indagine Principale) con l'obiettivo di un ugual numero di interviste per ciascun giorno di rilevazione;
- 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 x provincia (3x105 celle);
- Tipo giorno x regione (7x18 + 3x2 celle);
- Provincia x ampiezza centri (105x5 celle);
- Tipo giorno x ampiezza centri (7x5 celle);
- Tipo giorno x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni);
- Per regione x device telefonico, in modo da rispecchiare nel modo il più possibile fedele la situazione di reperibilità su diversi device registrata da ISTAT (2x20 celle).

In modo particolare, trattandosi di una 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.

La distribuzione relativa a Radio TER 2022 è la seguente:

- 31,2% di persone contattabili da fisso;
- 20,5% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi;
- 48,3% di persone contattabili da mobile senza telefono fisso.

Le quote campionarie di interviste su fisso e cellulare saranno 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.

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

Tale distribuzione dovrà variare per regione in modo proporzionale alla distribuzione di cellulare/fisso secondo gli ultimi aggiornamenti Istat disponibili. In caso di impossibilità a raggiungere tale distribuzione regionale, gli Istituti si impegnano a garantire 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).

Le classi di età campionate sono le seguenti:

- 14-17 anni (\*);
- 18-24 anni;
- 25-34 anni;
- 35-44 anni;
- 45-54 anni;
- 55-64 anni;
- 65 anni e oltre.

(\*) tale classe prevede 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.

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.

## **2.5 Distribuzione delle interviste**

L'Indagine Principale 2022 è effettuata da GfK e da Ipsos, e pertanto i campioni trimestrali vengono suddivisi in due parti equivalenti fra loro rispetto a tutti i parametri di riferimento e rappresentano la quota interviste da realizzare in ciascun trimestre.

A livello di singolo giorno-data, il campione è equi-ripartito (compresi i giorni festivi) in modo da assicurare, senza soluzione di continuità, una copertura il più possibile omogenea dell'intero periodo di rilevazione.

In ciascuna wave di rilevazione, al fine di garantire la maggiore possibile dispersione del campione, si garantisce che tutti i comuni con più di 5.000 abitanti e tutti i comuni virtuali (ampiezza demografica <5.000 abitanti) vengono inclusi nel campione.

La stratificazione “Provincia x Ampiezza Centri” garantisce automaticamente la rappresentazione proporzionale delle diverse ampiezze dei centri abitativi.

I comuni fino ai 5.000 abitanti non vengono campionati singolarmente. Per rispondere alle esigenze di rappresentatività a livello territoriale, sono comunque inseriti all'interno del campione, ma accorpati in “comuni virtuali”.

## **2.6 Matrice di campionamento complessiva**

La matrice complessiva di campionamento ottenuta incrociando tutti i criteri di stratificazione adottati per l'Indagine Principale (matrice teorica) è composta da 2.543 celle.

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”.

## **2.7 Livelli minimi di copertura delle celle di campionamento**

Il livello di saturazione delle celle viene computato a totale trimestri e quindi sommando i campioni realizzati dai due Istituti.

Viene prevista una variazione massima del 10% per le province di Milano, Roma e Napoli, del 15% per la provincia di Torino e del 20% per tutte le altre province rispetto alla copertura percentuale raggiunta a totale Italia alla quarta e alla sesta settimana del field di ogni trimestre. Riguardo al target (variabili sesso ed età), GfK e Ipsos si pongono come obiettivo indicativo un margine di scostamento del 25% alla 5<sup>a</sup> settimana (rispetto alla copertura raggiunta a totale Italia). Particolare attenzione verrà posta sulle province di Monza e della Brianza, Trieste e Gorizia e Bologna, in quanto soggette ad un maggiore avanzamento. In ogni caso vengono previsti anche i seguenti vincoli a livello di totale Italia nel campione di rientro:

- a) 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;
- b) 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.

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

di campionamento:

- a) copertura delle quote campione almeno al 90% per i marginali. Copertura almeno all'80% per quote "interne";
- b) copertura almeno al 70% per il target 14-17 anni (marginale e celle interne).

Tenendo conto della quota percentuale dei soggetti intervistati su fisso, di cui al precedente paragrafo 2.4, del fatto che il campione non è distribuito proporzionalmente sul territorio per contenere la varianza delle stime relative alle celle territoriali meno consistenti in termini numerici, e che la combinazione di questi due fattori ha un impatto non del tutto prevedibile sull'andamento del field, è necessario consentire alcune deroghe per:

a) celle campionarie storicamente più difficili da alimentare. Per tali si intendono:

- interviste realizzate nei giorni sabato e domenica (tipo giorno venerdì e sabato) relativamente alle matrici tipo giorno x regione e tipo giorno x sesso-età (ad esclusione delle celle relative ai target 25 - 34 anni e 35 - 44 anni): in tali celle campionarie la copertura deve essere almeno al 60%;
- interviste realizzate la domenica (tipo giorno sabato) relativamente alla matrice tipo giorno x provincia: in tali celle campionarie la copertura deve essere almeno al 60%;
- interviste condotte su cellulare nelle regioni Valle D'Aosta, Calabria, Sicilia e Sardegna: in tali celle campionarie la copertura deve essere almeno al 50%.

b) celle campionarie da 1 a 12 casi compresi (cioè fino a 6 casi a Istituto): è consentito uno scostamento massimo rispetto al teorico di 5 casi totale Istituti;

c) celle campionarie da 13 a 24 casi compresi (cioè fino a 12 casi a Istituto): copertura almeno al 60% di tali celle.

In ogni caso GfK e Ipsos si pongono come obiettivo indicativo la saturazione del maggior numero di celle.

### **3. FRAME DI CAMPIONAMENTO**

In termini di frame di campionamento, viene operata una distinzione tra telefonia fissa e telefonia mobile. I due Istituti utilizzano il medesimo database per l'estrazione dei recapiti di telefonia fissa. Tale database viene gestito in modo indipendente: non vi è quindi una suddivisione di numeri di telefono considerato che la probabilità di intervistare le medesime persone all'interno di una determinata wave è estremamente contenuta (0,1%) e che l'incidenza è ulteriormente contenuta dalla bassa probabilità che uno stesso individuo accetti di essere nuovamente intervistato per l'Indagine Principale in tempi ristretti rispetto alla prima intervista.

Gli Istituti GfK e Ipsos si impegnano a non utilizzare numeri telefonici, fissi o cellulari, profilati e ad aggiornare contemporaneamente il database dei numeri fissi utilizzati.

Per i target 14-17 e 18-24 anni è prevista la continuazione dell'intervista via mobile quando l'intervistato dichiara di avere il fisso in elenco.

L'estrazione dei numeri fissi viene verificata con il supporto del soggetto che supporta TER nella attività di controllo sulla corretta esecuzione dell'indagine Radio TER 2022.

Gli Istituti non utilizzano numeri telefonici, fissi o cellulari, già utilizzati nei 6 mesi precedenti o derivanti da data base di altre ricerche degli Istituti o da elenchi già esistenti. Non viene accettata una percentuale di numeri fissi o cellulari intervistati superiore alla naturale probabilità di re-intervista tra 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 quasi al 100%, con una percentuale di soggetti privi di connessione telefonica che si aggira intorno al 2%.

#### **4. ORARI DI FIELDWORK E GESTIONE NUMERI DI TELEFONO**

Le interviste vengono condotte tutti i giorni della settimana (quindi sia nei giorni feriali che nel weekend/festivi) di ciascun periodo di rilevazione dalle 14:00 alle 21:30.

L'orario pomeridiano (fino alle ore 19:00) privilegia la ricerca degli utenti di telefonia mobile, indicativamente 72%. Al netto di questa indicazione, i due Istituti cercano di minimizzare le differenze di rilevazione per device, in tutte le fasce orarie.

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.

Gli Istituti insistono su ciascun recapito telefonico tentato per almeno 5 tentativi, in caso di contatti non raggiunti.

Gli Istituti espliciteranno le regole di riproposizione dei recapiti telefonici impostate nei rispettivi sistemi, allineando in particolare la movimentazione dei numeri occupati (priorità alta).

Ciascun Istituto si impegna a non richiamare i numeri telefonici che ha intervistato prima del decorso di 6 (sei) mesi dall'intervista.

#### **5. LE LISTE DELLE RADIO**

TER comunica a GfK e Ipsos, per ogni radio iscritta all'Indagine Principale, il dettaglio delle province nelle quali rilevare ogni singola emittente, sulla base delle richieste formulate da ogni radio in sede di iscrizione. Le radio nazionali vengono rilevate in tutte le province.

## **6. LA RACCOLTA DEI DATI**

### **6.1 Il questionario**

Il questionario dell'Indagine Principale è unico per il totale mezzo e per le singole emittenti pubbliche e private, nazionali e locali (l'elenco di emittenti è quindi variabile da provincia a provincia).

Per le interviste condotte su telefono cellulare, in sede di screening si verifica:

- Possesso esclusivo di telefono cellulare;
- Presenza del numero fisso negli elenchi telefonici nel caso non siano possessori esclusivi di telefono cellulare;
- Età e comune di domicilio abituale dell'intervistato, per verificare l'esaurimento o meno della quota campionaria provinciale e per proporre l'elenco delle radio relativo a quella provincia.

Nel corso dell'intervista condotta su telefono mobile, se alla prima domanda di screening "Lei ha anche un telefono fisso a casa?", la risposta è negativa, l'intervista continua, previa verifica di non avere ancora completata la quota campionaria provinciale. Così facendo vengono intervistati gli individui che sono possessori esclusivi di telefono cellulare.

Se la risposta è invece positiva, viene chiesto se il numero di telefono è riportato negli elenchi telefonici. Nel caso l'intervistato dichiari che il fisso non sia in elenco o non sa se sia in elenco, l'intervista prosegue su telefono cellulare, previa verifica della quota. In questo modo vengono raggiunti anche coloro che risultano essere non reperibili su linea fissa.

Per i target 14-17 e 18-24 è prevista la continuazione dell'intervista via mobile quando l'intervistato dichiara di avere il fisso in elenco.

Ai fini di verifica della copertura delle quote campionarie, e per proporre l'elenco delle radio relativo a quella provincia vengono chiesti: età (dalla quale si ricava l'anno di nascita) e comune di domicilio abituale dell'intervistato.

Il questionario, della durata media 14 minuti, è strutturato in modo da rilevare per il totale mezzo e per le singole emittenti le seguenti informazioni:

- Ascoltatori nei 7 giorni su sollecito da elenco emittenti per provincia;
- Frequenza d'ascolto;
- Ascoltatori nel giorno medio (ieri);
- Ascoltatori nel singolo quarto d'ora, per tipo giorno;
- Durata d'ascolto (minuti per giorno);
- Luoghi d'ascolto (per giorno medio);
- Device d'ascolto (per giorno medio);
- Utilizzo dell'auto e tempo speso mediamente in auto nei giorni feriali e nei giorni sabato/domenica;



- Caratteristiche sociodemografiche;
- Sezione facoltativa relativa alla Digital Radio (DAB+).

Relativamente agli individui che hanno la residenza al Sud ma vivono al Nord è prevista una domanda in coda al questionario, nella sezione facoltativa, per verificare, a scopo conoscitivo, eventuali differenze tra domicilio e residenza (rispetto al 2021, la lista delle risposte precodificate verrà integrata della voce Non Indica). Inoltre, per il Mezzo Radio sono previste alcune domande relative a quanto chi ascolta la radio è anche ingaggiato dalle attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device.

La **prima sezione** è volta a rilevare l'ascolto della radio, in termini di frequenza generica, e delle emittenti pubbliche e private, nazionali e locali più in dettaglio negli ultimi sette giorni.

Il ricordo delle radio ascoltate viene sollecitato mediante la lettura delle emittenti iscritte nella provincia dell'intervistato.

Al fine di evitare distorsioni legate alla posizione dell'emittente all'interno della lista proposta agli intervistati, l'ordine delle radio viene randomizzato.

Le emittenti a rischio confusivo (con nomi simili fra loro) vengono raggruppate in blocchi e si sollecita ogni blocco facendolo precedere da questa frase: "Ora le leggerò alcuni nomi di emittenti che sono molto simili tra loro".

I blocchi ruotano in maniera randomica insieme alle altre emittenti del cartellino provinciale.

Le emittenti all'interno di ciascun blocco sono ordinate in maniera decrescente in base al numero di province di iscrizione di ciascuna radio.

I casi di parità di numero di province vengono trattati nel seguente modo:

- Se le emittenti sono indipendenti fra loro, vengono considerate aventi priorità uguale e la loro proposizione sarà randomica.
- Se le radio fanno parte dello stesso network, la radio più rilevante per quel network (su indicazione dell'Editore) è sempre citata per prima, mentre le altre emittenti hanno priorità uguale e la loro proposizione sarà randomica.

La **seconda sezione** si propone di rilevare l'ascolto della radio nel giorno medio. Per convenzione viene definito come giorno medio 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.

Il ricordo degli atti d'ascolto degli intervistati viene sollecitato per fasce orarie.

In questa sezione la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a rendere coerente ciò che viene dichiarato in questa sezione con la precedente. L'unità minima di misura utilizzata nell'indagine è il quarto d'ora: è ascoltatore colui che dichiara di aver ascoltato una radio all'interno di un dato quarto d'ora.

La durata dell'ascolto viene approssimata al 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 **terza sezione** mira a rilevare, per ogni radio ascoltata nel giorno medio, i luoghi e i device di ascolto.

I luoghi d'ascolto sono così definiti:

- In casa;
- Fuori casa;
- Sia in casa che fuori casa.

E, per le radio ascoltate fuori casa, così approfonditi:

- 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.

Gli strumenti d'ascolto (device) rilevati sono:

- 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 (esempio: Google home, Alexa);
- altro;
- non ricorda.

E, per l'ascolto tramite telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet, così approfonditi:

- In streaming da web;
- In streaming tramite app;
- Podcast/On demand da web;

- Podcast/On demand tramite app;
- Altro.

La **quarta sezione** è necessaria per la definizione del profilo degli ascoltatori e verte sulle caratteristiche socio-demografiche dell'intervistato e della sua famiglia.

Nell'ottica di una più precisa e dettagliata rappresentazione del target intervistati, si procede alla rilevazione, quanto più dettagliata possibile, della professione (dell'intervistato) e dell'istruzione (dell'intervistato).

#### LIVELLO DI ISTRUZIONE

- Laurea 4 o più anni / vecchio ordinamento;
- Laurea triennale / diploma universitario;
- Diploma superiore 4-5 anni;
- Diploma superiore 2-3 anni;
- Licenza media;
- Licenza elementare/nessun titolo;
- Non risponde.

#### PROFESSIONE / OCCUPAZIONE DELLA PERSONA INTERVISTATA

- Non occupato, e cioè:
  - Studente;
  - In cerca di prima occupazione;
  - Casalinga;
  - Pensionato;
  - Disoccupato (ex occupato);
  - Proprietario, redditiero, benestante;
  - Altro non occupato.
- Occupato, e cioè:
  - Imprenditore;
  - Dirigente/Alto funzionario;
  - Libero professionista;
  - Artista, giornalista;
  - Insegnante;
  - Militare o Paramilitare;
  - Religioso;
  - Impiegato (o categoria intermedia);
  - Negoziante/esercente;

- Agente di commercio, rappresentante (autonomo);
- Artigiano con azienda;
- Altro lavoratore in proprio senza azienda;
- Familiare coadiuvante (tra le quattro categorie precedenti);
- Operaio specializzato e qualificato;
- Operaio comune e manovale;
- Agricoltore conduttore (coltivatore diretto, affittuario, mezzadro, ecc.);
- Agricoltore dipendente (bracciante e salariato agricolo);
- Familiare coadiuvante di agricoltore conduttore;
- Autista (dipendente di una società/ditta);
- Tassista (libero professionista);
- Autotrasportatore (libero professionista/proprietario mezzo di trasporto);
- Autotrasportatore (dipendente di una società/ditta).

Al termine delle domande relative ai dati socio-demografici, viene rilevato l'utilizzo dell'auto: frequenza di utilizzo (come conducente o passeggero) nei giorni feriali e nel fine settimana e tempo di utilizzo in media al giorno.

Gli Istituti, su campioni trimestrali resi il più possibile omogenei dal punto di vista del profilo demossociale e territoriale a seguito della ponderazione, provvederanno ad analizzare i dati relativi all'utilizzo dell'auto rispettivamente ottenuti: qualora gli scarti tra gli Istituti o rispetto alla progressione delle wave precedenti dovessero superare il 10%, saranno tenuti a darne comunicazione a TER

L'ultima sezione del questionario si riferisce alla Digital Radio (DAB+). Tale sezione è facoltativa. Ciò significa che viene posta a tutti gli intervistati che completano la sezione delle variabili di classificazione ma, nel caso in cui l'intervista cada, viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa.

## **6.2 Il sistema C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview)**

La rilevazione è effettuata telefonicamente con l'ausilio del computer (sistema C.A.T.I.).

Questo sistema di intervista è stato adottato per varie necessità:

- Rapidità di esecuzione delle interviste;
- Accurata gestione a computer del questionario e delle sue complesse modalità di somministrazione;
- Possibilità di effettuare campionamenti estremamente estesi e capillari (anche una intervista in un comune) a costi ragionevoli;
- Possibilità di gestire con grande accuratezza il campione nelle sue varie articolazioni;
- Possibilità di controllare la qualità delle interviste in corso di realizzazione, sia da parte dell'Istituto incaricato della rilevazione, sia da parte della società che supporta TER nell'attività

di controllo.

### **6.2.1 Le interviste nella provincia di Bolzano**

Nella provincia autonoma a statuto speciale di Bolzano è prevista la possibilità che le interviste vengano effettuate anche in lingua tedesca.

Le interviste in lingua tedesca vengono svolte da intervistatori bilingue, in grado cioè di parlare correntemente e in maniera fluente la lingua tedesca e la lingua italiana. Gli intervistatori hanno a disposizione il questionario in entrambe le lingue.

### **6.2.2 Gestione degli ascolti via TV**

Vengono raccolti tutti gli ascolti radiofonici dichiarati dagli intervistati, anche quelli provenienti dalla visione della TV, con distinzione tra:

- canale televisivo della radio (con immagini in movimento);
- solo audio (senza immagini in movimento).

Gli Istituti daranno istruzioni ai propri intervistatori in sede di briefing per la corretta registrazione dell'ascolto via TV (canale televisivo della radio o solo audio).

### **6.3 Qualità e collaborazione degli Istituti con Terze Parti**

Nella fase della raccolta dei dati viene attuato un piano complessivo per il controllo della qualità delle informazioni rilevate.

Tale piano prende l'avvio dalla selezione e dalla formazione dei rilevatori. Questi vengono selezionati fra coloro che hanno notevole esperienza nelle indagini C.A.T.I..

Il gruppo di intervistatori che opera sull'Indagine Principale è sottoposto ad una riunione di istruzione (briefing), tenuta direttamente e di persona da ricercatori Senior responsabili della ricerca degli Istituti presso la propria sede.

Il primo briefing viene fatto sempre di persona (non consentiti briefing in audioconferenza), salvo casi di integrazioni minime della rete nel corso del field.

Nel corso del briefing agli intervistatori viene illustrato nel dettaglio il questionario, vengono quindi effettuate delle interviste simulate al terminale per testare il programma di rilevazione e per illustrare praticamente le procedure di registrazione dei dati.

L'attività degli intervistatori è costantemente seguita dai supervisor nel corso dell'esecuzione delle interviste, sia in sala rilevazione sia con sistema remoto.

## **7. LE DEFINIZIONI**

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

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 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 6.00 della mattina precedente e le 6.00 della mattina del giorno della rilevazione).
- *Ascoltatore nei sette giorni:*  
Viene considerato ascoltatore nei sette giorni colui 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. L'ELABORAZIONE DEI DATI**

### **8.1 La ponderazione**

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

La ponderazione è una fase necessaria al fine di riportare il campione alle proporzioni dell'universo, volutamente modificate nella fase di determinazione della numerosità campionaria a seguito dei sovra-campionamenti, territoriali, per device.

Inoltre, con la ponderazione, si riesce a porre rimedio alle distorsioni che potrebbero derivare dalla non completa copertura delle quote, fermo restando quanto previsto ai precedenti punti 2.4 e 2.5.

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

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

La ponderazione viene effettuata utilizzando i medesimi parametri a seconda che si tratti dei dati del trimestre, del semestre o dell'intera rilevazione.

Viene applicato un piano di ponderazione atto a 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 (20x2 celle);
- Tipo giorno x provincia (3x105 celle);
- Tipo giorno x regione (7x18 + 3x2 celle);
- Provincia x ampiezza centri (105x5 celle);
- Tipo giorno x ampiezza centri (7x5 celle);
- Tipo giorno x sesso-età (7x13 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).

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

I dati verranno ponderati anche in base a:

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

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.

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/commerciante/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:

<b>PROFESSIONE RILEVATA</b>	<b>Codici questionario</b>	<b>MACRO CATEGORIE</b>	<b>Codici macro categorie</b>
<b><u>Non occupato:</u></b>			
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
<b><u>Occupato:</u></b>			
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/commerciante/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
Agente di commercio, rappresentante (autonomo)	17	Artigiano/commerciante/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
Artigiano con azienda	18	Artigiano/commerciante/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
Altro lavoratore in proprio senza azienda	19	Artigiano/commerciante/agricoltore (con o senza dipendenti) /coadiuvante/prestatore d'opera	2
Familiare coadiuvante (tra categorie 16-19, cioè tra le quattro precedenti)	20	Artigiano/commerciante/agricoltore (con o senza dipendenti)	2



		/coadiuvante/prestatore d'opera	
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/commerciante/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/commerciante/agricoltore (con o senza dipendenti)/coadiuvante/prestatore d'opera	2
Autista (dipendente di una società/ditta)	26	Operaio/comMESSO/agricoltore dipendente	5
Tassista (libero professionista)	27	Imprenditore/libero professionista	1
Autotrasportatore (libero professionista/proprietario mezzo di trasporto)	28	Imprenditore/libero professionista	1
Autotrasportatore (dipendente di una società/ditta)	29	Operaio/comMESSO/agricoltore dipendente	5

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

<b>TITOLO DI STUDIO RILEVATO</b>	Codici questionario	<b>MACRO CATEGORIE</b>	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

La versione definitiva della ponderazione dei dati dell'Indagine Principale 2022 viene realizzata da GfK, previa verifica da parte del soggetto che supporta TER nell'attività di controllo.

Gli Istituti consegnano a TER i dati come previsto dal Regolamento di cui all'art. 14.5 dello Statuto di TER. Tale Regolamento dispone i modi, i termini e le condizioni per la ricezione dei dati dai soggetti che le realizzano, per la comunicazione, il trattamento e la pubblicazione dei dati nonché per la

secretazione dei dati non oggetto di pubblicazione (Il testo di tale Regolamento è consultabile presso la sede di TER).

## **8.2 L'elaborazione**

Ogni elaborazione è indipendente dalle precedenti, in quanto è il risultato del compattamento di singole rilevazioni, basato su nuove ponderazioni e successivi riporti all'universo.

Una volta ottenuto il perfetto bilanciamento del campione, si provvede alla estrapolazione all'universo, ovvero ad espandere i dati del campione all'intera collettività di riferimento.

## **8.3 La produzione e la diffusione dei dati**

### **Le tipologie di consegna dei risultati**

Radio TER 2022 prevede i seguenti rilasci pubblici dell'Indagine Principale:

- Due a cadenza **semestrale** pubblici. Questi comprendono la fornitura di tavole statistiche in formato elettronico e di file per la produzione di due edizioni semestrali del nastro di pianificazione (tale nastro di pianificazione viene realizzato da TER tramite la software house incaricata da TER);
- Uno a cadenza **annuale** pubblico. Anche questo comprende la fornitura di tavole statistiche in formato elettronico e del file per la produzione del nastro di pianificazione annuale (tale nastro di pianificazione viene realizzato da TER tramite la software house incaricata da TER);
- Dieci pubblicazioni del totale ascolto del mezzo radio, di cui quattro relative ai dati di ascolto dell'Indagine Principale dei quattro trimestri dell'anno 2022 e le ulteriori sei basate sui dati di ascolto dell'Indagine Principale con riferimento ai seguenti trimestri mobili: 15 febbraio – 2 maggio 2022; 8 marzo – 23 maggio 2022; 3 maggio – 11 luglio 2022; 24 maggio – 5 settembre 2022; 12 luglio – 31 ottobre 2022; 6 settembre – 21 novembre 2022.

Radio TER 2022 prevede inoltre:

- Quattro rilasci a cadenza trimestrale non pubblicabili riferiti e riservati singolarmente a ogni editore (nazionale e locale) iscritto all'Indagine. Questi rilasci riguardano, con riferimento all'Indagine Principale, gli Ascoltatori sette giorni, giorno medio, AQH, ascoltatori nei singoli quarti d'ora per tipo giorno dell'emittente iscritta all'Indagine. Quest'ultima informazione viene rilasciata solo alle emittenti che hanno superato la soglia di 80 casi rilevati nel giorno medio;
- Due rilasci semestrali non pubblicabili e riservati unicamente a a ogni editore nazionale iscritto all'Indagine e ad ogni editore locale iscritto all'Indagine che li commissiona a TER, delle interviste eseguite in ognuno di tali semestri, i cui file vengono predisposti in modo tale che ne sia garantita l'assoluta anonimizzazione dei dati dei soggetti intervistati e del giorno dell'intervista.
- Un Semestre Mobile non pubblicabile riferito e riservato singolarmente ad ogni editore (nazionale e locale) iscritto all'Indagine. Questo rilascio riguarda, con riferimento all'Indagine Principale, gli

Ascoltatori Sette Giorni, Giorno Medio e AQH (quest'ultima informazione viene rilasciata solo alle emittenti che hanno superato la soglia di 80 casi rilevati nel giorno medio). Il Semestre Mobile si compone del II e III trimestre 2022.

La tabella riassuntiva trimestrale del totale Mezzo Radio è anche oggetto di pubblicazione.

I rilasci pubblici semestrali e il rilascio pubblico annuale sono preceduti da un'anticipazione dei dati che comprenderà l'AQH (06:00-00:00), gli ascoltatori nel giorno medio per regione, 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 TER). All'interno del blocco le emittenti sono inserite in ordine alfabetico;
- Le nazionali creano un blocco a parte.

Oltre alle emittenti iscritte, vengono pubblicate altre due voci: "Altra radio" e "Non ricorda quale radio". Nella prima voce confluiscono, come net, le radio non iscritte alla rilevazione ma citate nel corso dell'intervista, nella seconda voce gli ascolti non imputabili a nessuna emittente ma soltanto al totale mezzo (si veda la sezione dedicata all'elaborazione dei dati).

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 (esplicitati successivamente) al fine di evidenziare le dimensioni dell'intervallo di confidenza ed 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 Excel e file Pdf per il rilascio **trimestrale**

Per ciascuna emittente viene creato un file Excel e un file Pdf contenenti, per le emittenti che hanno superato gli 80 casi raccolti nel giorno medio, i casi e i risultati ponderati a totale mezzo e per l'emittente relativi alle metriche Sette Giorni, Giorno Medio, AQH, Giorno medio totale, feriale, sabato e domenica suddiviso per quarto d'ora. Le emittenti che non raggiungono gli 80 casi nel giorno medio non ricevono il dettaglio del giorno medio per quarto d'ora e per tipo giorno. I file vengono inviati a ciascun editore via email.

- File PDF per la pubblicazione semestrale 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 TER. La pubblicazione delle anticipazioni avviene in concomitanza del rilascio del II e del IV trimestre.

- File PDF per la pubblicazione semestrale e annuale – **volumi**

I volumi consistono in 7 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.

- File PDF per il rilascio dei **Trimestri Mobili**

I file contengono una tabella riportante le stime ponderate e non ponderate a Totale Mezzo Radio degli Ascoltatori Giorno Medio e AQH.

- File Excel e PDF per il rilascio del **Semestre Mobile**

Per ciascuna emittente viene creato un file Excel e un file PDF contenenti i casi e i risultati ponderati per l'emittente relativi alle metriche Giorno Medio, Sette Giorni e AQH (quest'ultima informazione viene rilasciata solo alle emittenti che hanno superato la soglia di 80 casi nel Giorno Medio).

I file vengono inviati a ciascun editore via e-mail.

GfK e Ipsos forniscono, inoltre, a TER, in occasione dei rilasci semestrali pubblici e del rilascio annuale pubblico un file per la produzione di un Database (denominato Nastro di Pianificazione) nel quale sono consultabili attraverso software autorizzati da TER i dati, a livello di singole emittenti integrati dell'Indagine Principale e dell'Indagine Parallela.

Il Nastro di Pianificazione viene prodotto in tre edizioni, rispettivamente, con riferimento ai dati del I semestre, del II semestre e dell'anno 2022.

#### **8.4 Tempi dei rilasci**

I risultati trimestrali e le anticipazioni dei semestri e dell'anno, vengono consegnati da GfK a TER indicativamente quattro settimane dopo la chiusura di ogni singolo periodo di rilevazione e comunque non oltre la quinta.

Il processo di elaborazione standard prevede che Ipsos fornisca a GfK i dati entro la prima settimana successiva alla chiusura del fieldwork.

#### **8.5 Trimestre Mobile e Semestre Mobile**

Nel 2022 è previsto il rilascio pubblico di sei Trimestri Mobili (il primo periodo sarà febbraio, marzo e aprile 2022), con riferimento al totale mezzo radio. Questo comprende la fornitura di tavole statistiche in formato elettronico.

In particolare tale rilascio con cadenza mensile riguarda le metriche Giorno Medio e AQH di ascolto del mezzo radio sulla base delle ultime 30.000 interviste circa condotte fino a quel momento. Tecnicamente tale elaborazione si definisce come una media mobile posticipata di ordine 3, che considera cioè l'insieme degli ultimi tre periodi.

Ogni periodo che si "perde" è omologo al periodo che si "guadagna". In altre parole, quando nella stima della prima delivery addizionale si rinuncia ai dati del periodo 1 (le prime tre settimane del primo trimestre), si guadagnano quelli del periodo 4 (le prime tre settimane del secondo trimestre). Periodo 1 e periodo 4 sono omologhi, nel senso che le interviste raccolte in quei due periodi presentano caratteristiche simili fra loro.

Poiché il termine "trimestre" è l'indicazione convenzionale di periodi di rilevazione in realtà composti da 10 o 11 settimane, si prevede:

- per i trimestri composti da 10 settimane un raggruppamento tre-tre-quattro, cioè che il primo periodo sarà composto dalle prime tre settimane, il secondo dalle successive tre, il terzo dalle ultime quattro;
- per i trimestri composti da 11 settimane un raggruppamento tre-tre-cinque, cioè che il primo periodo sarà composto dalle prime tre settimane, il secondo dalle successive tre, il terzo dalle ultime cinque

Rispetto all'elaborazione dei dati relativi ai trimestri ordinari, l'elaborazione di Trimestri Mobili dovrà tenere conto di possibili differenti coperture delle celle campionarie. Mentre infatti le operazioni di controllo sul field che minimizzano il rischio di presenza di celle vuote sono ottimizzate per il trimestre ordinario, non si può escludere che, nel passaggio da un periodo all'altro previsto dal Trimestre Mobile, alcune celle rimangano scoperte. Per evitare ciò, occorre

aggregare tra di loro più celle. L'operazione di aggregazione sarà condotta secondo il criterio di minimo intervento rispetto all'elaborazione ordinaria.

Inoltre, viene previsto (contestualmente al rilascio dei dati del III trimestre dell'Indagine Principale di Radio Ter 2022, non pubblicabile e riservato unicamente a tutti gli editori nazionali e locali iscritti alla indagine Radio Ter 2022), il rilascio dei dati del semestre mobile non pubblicabile e riservato unicamente a tutti gli editori nazionali e locali iscritti a tale indagine. Il semestre mobile consiste in una elaborazione basata sul cumulo delle interviste condotte nel II e III trimestre dell'Indagine Principale di Radio Ter 2022.

## **9. 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 52.172.848 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 (30.000 casi), semestrali (60.000 casi) e annuale (120.000 interviste).

Ad esempio, nel caso della rilevazione trimestrale (30.000 interviste complessive), per un bacino di ascoltatori stimato a 100.000 ascoltatori (pari ad una penetrazione di 0,19), l'intervallo fiduciario varia di  $\pm 25.823$  individui. L'errore campionario, quindi la variazione della stima, è pari o superiore a  $\pm 26\%$  della stessa.

Come si è detto al precedente paragrafo 8.3, al fine di fornire una corretta lettura dei dati, nei rilasci pubblici (semestrali e annuale) 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  $\leq 100$ .

Di seguito è riportato nell'ultima colonna il numero di casi corrispondente alle varie stime. Attenzione: si tratta di un valore indicativo, che si otterrebbe nel caso in cui non fosse applicata la ponderazione (cioè: ogni individuo valesse esattamente 1). Nella realtà possono verificarsi casi in cui, a parità di casi rilevati, l'esplosione all'universo dia numeri differenti in quanto i casi hanno peso diverso.

Rilevazione trimestrale: 30.000 interviste complessive

Bacino ascoltatori (v.a.)	% penetrazione	Ampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima	Casi teorici
---------------------------	----------------	--	-------------------------	--------------------------	--------------------	--------------

25.000	0,05	± 12.921	12.079	37.921	52%	14
50.000	0,10	± 18.268	31.732	68.268	37%	29
75.000	0,14	± 22.368	52.632	97.368	30%	43
100.000	0,19	± 25.823	74.177	125.823	26%	58
125.000	0,24	± 28.864	96.136	153.864	23%	72
150.000	0,29	± 31.611	118.389	181.611	21%	86
175.000	0,34	± 34.136	140.864	209.136	20%	101
200.000	0,38	± 36.484	163.516	236.484	18%	115
300.000	0,58	± 44.640	255.360	344.640	15%	173
400.000	0,77	± 51.496	348.504	451.496	13%	230
500.000	0,96	± 57.519	442.481	557.519	12%	288
600.000	1,15	± 62.948	537.052	662.948	10%	345
700.000	1,34	± 67.926	632.074	767.926	10%	403
800.000	1,53	± 72.545	727.455	872.545	9%	460
1.000.000	1,92	± 80.950	919.050	1.080.950	8%	575
1.500.000	2,88	± 98.657	1.401.343	1.598.657	7%	863
2.000.000	3,83	± 113.356	1.886.644	2.113.356	6%	1150
3.000.000	5,75	± 137.442	2.862.558	3.137.442	5%	1725
4.000.000	7,67	± 157.082	3.842.918	4.157.082	4%	2300
5.000.000	9,58	± 173.791	4.826.209	5.173.791	3%	2875
6.000.000	11,50	± 188.349	5.811.651	6.188.349	3%	3450
7.000.000	13,42	± 201.226	6.798.774	7.201.226	3%	4025
8.000.000	15,33	± 212.725	7.787.275	8.212.725	3%	4600
9.000.000	17,25	± 223.060	8.776.940	9.223.060	2%	5175
10.000.000	19,17	± 232.387	9.767.613	10.232.387	2%	5750

Rilevazione semestrale: 60.000 interviste complessive

Bacino ascoltatori (v.a.)	% penetrazione	Ampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima	Casi teorici
25.000	0,05	± 9.136	15.864	34.136	37%	29
50.000	0,10	± 12.918	37.082	62.918	26%	58
75.000	0,14	± 15.817	59.183	90.817	21%	86
100.000	0,19	± 18.259	81.741	118.259	18%	115
125.000	0,24	± 20.410	104.590	145.410	16%	144
150.000	0,29	± 22.352	127.648	172.352	15%	173
175.000	0,34	± 24.137	150.863	199.137	14%	201
200.000	0,38	± 25.798	174.202	225.798	13%	230



300.000	0,58	± 31.565	268.435	331.565	11%	345
400.000	0,77	± 36.413	363.587	436.413	9%	460
500.000	0,96	± 40.672	459.328	540.672	8%	575
600.000	1,15	± 44.511	555.489	644.511	7%	690
700.000	1,34	± 48.031	651.969	748.031	7%	805
800.000	1,53	± 51.297	748.703	851.297	6%	920
1.000.000	1,92	± 57.240	942.760	1.057.240	6%	1150
1.500.000	2,88	± 69.761	1.430.239	1.569.761	5%	1725
2.000.000	3,83	± 80.155	1.919.845	2.080.155	4%	2300
3.000.000	5,75	± 97.186	2.902.814	3.097.186	3%	3450
4.000.000	7,67	± 111.074	3.888.926	4.111.074	3%	4600
5.000.000	9,58	± 122.889	4.877.111	5.122.889	2%	5750
6.000.000	11,50	± 133.183	5.866.817	6.133.183	2%	6900
7.000.000	13,42	± 142.288	6.857.712	7.142.288	2%	8050
8.000.000	15,33	± 150.419	7.849.581	8.150.419	2%	9200
9.000.000	17,25	± 157.727	8.842.273	9.157.727	2%	10350
10.000.000	19,17	± 164.322	9.835.678	10.164.322	2%	11500

Rilevazione annuale: 120.000 interviste complessive

Bacino ascoltatori (v.a.)	% penetrazione	Ampiezza intervallo di confidenza (v.a.)	limite minimo dell'i.c.	limite massimo dell'i.c.	Errore della stima	Casi teorici
25.000	0,05	± 6.460	18.540	31.460	26%	58
50.000	0,10	± 9.134	40.866	59.134	18%	115
75.000	0,14	± 11.184	63.816	86.184	15%	173
100.000	0,19	± 12.911	87.089	112.911	13%	230
125.000	0,24	± 14.432	110.568	139.432	12%	288
150.000	0,29	± 15.805	134.195	165.805	11%	345
175.000	0,34	± 17.068	157.932	192.068	10%	403
200.000	0,38	± 18.242	181.758	218.242	9%	460
300.000	0,58	± 22.320	277.680	322.320	7%	690
400.000	0,77	± 25.748	374.252	425.748	6%	920
500.000	0,96	± 28.760	471.240	528.760	6%	1150
600.000	1,15	± 31.474	568.526	631.474	5%	1380
700.000	1,34	± 33.963	666.037	733.963	5%	1610
800.000	1,53	± 36.272	763.728	836.272	5%	1840
1.000.000	1,92	± 40.475	959.525	1.040.475	4%	2300
1.500.000	2,88	± 49.329	1.450.671	1.549.329	3%	3450
2.000.000	3,83	± 56.678	1.943.322	2.056.678	3%	4600

3.000.000	5,75	± 68.721	2.931.279	3.068.721	2%	6900
4.000.000	7,67	± 78.541	3.921.459	4.078.541	2%	9200
5.000.000	9,58	± 86.895	4.913.105	5.086.895	2%	11500
6.000.000	11,50	± 94.175	5.905.825	6.094.175	2%	13800
7.000.000	13,42	± 100.613	6.899.387	7.100.613	1%	16100
8.000.000	15,33	± 106.362	7.893.638	8.106.362	1%	18400
9.000.000	17,25	± 111.530	8.888.470	9.111.530	1%	20700
10.000.000	19,17	± 116.194	9.883.806	10.116.194	1%	23000

## **C) L'INDAGINE PARALLELA (realizzata da Doxa Spa)**

### **ARTICOLAZIONE DELL'INDAGINE E PERIODI DI RILEVAZIONE**

L'Indagine Parallela è condotta su un campione annuo di 20.000 interviste rappresentativo della popolazione presente in Italia di 14 anni e oltre.

Le interviste per l'Indagine Parallela sono svolte sia su telefono fisso sia su telefono cellulare. La rilevazione è effettuata telefonicamente con l'ausilio del computer (sistema C.A.T.I.).

L'Indagine è strutturata in due wave di rilevazione di 10.000 interviste ciascuna secondo lo schema seguente:

<b>Prima wave:</b>	martedì 3 maggio 2022 – lunedì 20 giugno 2022
<b>Seconda wave:</b>	martedì 4 ottobre 2022 – lunedì 12 dicembre 2022

### **CAMPIONAMENTO**

#### ***Universo***

Analogamente a quanto avviene nell'Indagine Principale, la collettività (Universo) di riferimento dell'Indagine Parallela è costituita dagli individui presenti in Italia di almeno 14 anni di età. È, dunque, 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" (popolazione al

1° gennaio 2021) contenente i dettagli di distribuzione della popolazione per regione, provincia e comune.

A tale data la collettività di riferimento ammonta a 52.172.848 individui.

### ***Campione e margine di errore***

L'Indagine Parallela, come si è detto, è condotta su un campione annuo di 20.000 interviste rappresentativo del medesimo Universo di riferimento dell'Indagine Principale (popolazione presente in Italia di 14 anni e oltre).

Dal punto di vista metodologico, quindi, si pone la necessità di adottare un piano di campionamento che prediliga il criterio della massima diffusione e dispersione delle interviste sul territorio attraverso il coinvolgimento – nella rilevazione – di un elevato numero di comuni.

Per questo motivo il metodo di campionamento adottato per l'Indagine Parallela è lo stesso dell'Indagine Principale.

Per la definizione del campione di 10.000 interviste di ciascuna wave dell'Indagine Parallela si procede con un riproporzionamento del campione trimestrale (totale Istituti) da 30.000 interviste che Doxa ha ricevuto da TER.

La numerosità campionaria di 10.000 interviste per wave consente una lettura dei risultati, a un livello di confidenza del 95%, con un margine di errore di +/- 1%.

A livello di singola wave di rilevazione le quote campionarie, per l'indagine parallela, sono le seguenti:

- province (105 celle)
- regione x sessoetà (20 x 13 celle)
- regione x ampiezza demografica dei centri (20 x 5 celle)
- tipo giorno x sessoetà (7 x 13 celle)
- tipo giorno x regione (7 x 18 +3x2 celle)
- regione x device telefonico (20 x 2 celle)

A livello comunale sono previste quote puntuali per tutti i comuni con numero di abitanti superiore a 5.000. Per i comuni più piccoli (con numero di abitanti fino a 5.000) sono definite delle quote per areole (raggruppamenti di tali comuni). La definizione e la costruzione delle areole sono realizzate dagli istituti incaricati dell'Indagine Principale; si rimanda pertanto alla relativa metodologia.

In aggiunta alle quote campionarie socio-demografiche sono applicate ulteriori quote per tipologia di telefono (fisso/mobile):

- 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.

Al fine di garantire una copertura omogenea dell'intero periodo di rilevazione il campione di ciascuna wave è equiripartito lungo i rispettivi periodi di field (compresi i giorni festivi). Dunque un egual numero di interviste è realizzato per ciascun giorno di rilevazione.

La tabella che segue riporta i casi previsti, in ciascuna provincia, secondo i criteri di campionamento descritti:

<b>PROVINCIA</b>	<b>INTERVISTE</b>
Torino	624
Cuneo	198
Alessandria	156
Novara	142
Asti	102
Biella	94
Vercelli	92
Verbano-Cusio-Ossola	90
Aosta	80
Milano	958
Brescia	368
Bergamo	330
Varese	274
Monza e della Brianza	270
Como	202
Pavia	188
Mantova	152
Cremona	140
Lecco	134
Lodi	106
Sondrio	94
Trento	180
Bolzano-Bozen	176
Padova	280
Verona	276
Treviso	264
Venezia	258
Vicenza	258
Rovigo	106
Belluno	98
Udine	178
Pordenone	124

<b>Trieste E Gorizia</b>	140
<b>Genova</b>	264
<b>Savona</b>	120
<b>La Spezia</b>	106
<b>Imperia</b>	104
<b>Bologna</b>	300
<b>Modena</b>	220
<b>Reggio nell'Emilia</b>	176
<b>Parma</b>	158
<b>Forlì-Cesena</b>	144
<b>Ravenna</b>	144
<b>Ferrara</b>	134
<b>Rimini</b>	130
<b>Piacenza</b>	118
<b>Firenze</b>	296
<b>Pisa</b>	150
<b>Lucca</b>	142
<b>Arezzo</b>	130
<b>Livorno</b>	130
<b>Pistoia</b>	118
<b>Siena</b>	112
<b>Prato</b>	112
<b>Grosseto</b>	102
<b>Massa-Carrara</b>	94
<b>Perugia</b>	206
<b>Terni</b>	102
<b>Ancona</b>	162
<b>Pesaro e Urbino</b>	134
<b>Macerata</b>	122
<b>Ascoli Piceno</b>	98
<b>Fermo</b>	88
<b>Roma</b>	1.190
<b>Latina</b>	186
<b>Frosinone</b>	164
<b>Viterbo</b>	124
<b>Rieti</b>	84
<b>Chieti</b>	140
<b>Pescara</b>	124
<b>Teramo</b>	122
<b>L'Aquila</b>	120
<b>Campobasso e Isernia</b>	120
<b>Napoli</b>	838
<b>Salerno</b>	308
<b>Caserta</b>	266
<b>Avellino</b>	146

<b>Benevento</b>	112
<b>Bari</b>	350
<b>Lecce</b>	240
<b>Foggia</b>	194
<b>Taranto</b>	186
<b>Brindisi</b>	142
<b>Barletta-Andria-Trani</b>	140
<b>Potenza</b>	134
<b>Matera</b>	94
<b>Cosenza</b>	214
<b>Reggio di Calabria</b>	174
<b>Catanzaro</b>	132
<b>Crotone</b>	86
<b>Vibo Valentia</b>	84
<b>Palermo</b>	340
<b>Catania</b>	308
<b>Messina</b>	196
<b>Agrigento</b>	150
<b>Trapani</b>	150
<b>Siracusa</b>	142
<b>Ragusa</b>	124
<b>Caltanissetta</b>	108
<b>Enna</b>	86
<b>Cagliari</b>	152
<b>Sassari</b>	166
<b>Oristano</b>	86
<b>Nuoro</b>	98
<b>Sud Sardegna</b>	132
<b>TOTALE</b>	20.000

## **METODO DI RILEVAZIONE**

La rilevazione dell'Indagine Parallela è effettuata con sistema CATI, come avviene per l'Indagine Principale.

L'orario di rilevazione è il seguente: dal lunedì alla domenica dalle 14.00 alle 21.30.

Prima dell'avvio della rilevazione sono realizzati briefing personali per formare gli intervistatori coinvolti nell'indagine. L'obiettivo del briefing è quello di fornire agli intervistatori tutte le informazioni sulla ricerca e tutti gli insegnamenti, le avvertenze, le raccomandazioni e le esemplificazioni pratiche necessarie alla conoscenza degli obiettivi e dei metodi dell'indagine oltre che per la migliore comprensione del questionario e dei criteri di somministrazione delle domande.

I rilevatori coinvolti nell'Indagine Parallela devono avere una solida esperienza nelle ricerche di mercato condotte con sistema CATI.

### **Controlli di qualità**

Al fine di controllare e verificare tutte le fasi dell'Indagine Parallela sono implementate delle procedure durante la fase di rilevazione.

Giornalmente sono effettuati controlli di qualità sulla fase di intervista svolta dai singoli intervistatori attraverso:

- controlli diretti o di sala → il responsabile del field telefonico e i supervisor assegnati all'indagine osservano e controllano gli intervistatori durante lo svolgimento della loro attività
- controlli alla postazione → il responsabile del field telefonico e i supervisor effettuano controlli per ottenere elementi di giudizio su:
  - o esecuzione tecnica (osservanza delle istruzioni ricevute, corretta gestione del PC, fedeltà al questionario, metodo di somministrazione, efficienza, ritmo d'intervista, professionalità in generale)
  - o stile d'intervista (qualità dell'approccio, capacità di persuasione, gentilezza, gradevolezza della voce e del tono, efficacia colloquiale, attenzione ai problemi di risposta, chiarezza e capacità esplicativa e comunicativa in generale).

Inoltre, la società che supporta TER nell'attività di controllo verifica la correttezza dello svolgimento di tutte le fasi dell'indagine.

### **Questionario**

Il questionario dell'Indagine Parallela è così strutturato:

- sezione di screening volta a verificare i criteri di eleggibilità delle persone
- sezione dedicata all'ascolto della radio in generale e delle singole emittenti della provincia:
  - o frequenza di ascolto della radio
  - o radio ascoltate negli ultimi 7 giorni. Si legge l'elenco di tutte le radio della provincia iscritte all'Indagine Principale per tale provincia (le radio nazionali sono rilevate in tutte le province) (il nome dell'emittente va letto per esteso e secondo le regole di corretta pronuncia per alcune emittenti che hanno nomi particolari o stranieri) e per ognuna si chiede all'intervistato se l'ha ascoltata negli ultimi 7 giorni. Alle emittenti che sono state ascoltate negli ultimi 7 giorni viene imputato l'ascolto anche negli ultimi 14 e 28 giorni. In caso di mancato ascolto negli ultimi 7 giorni, per quella emittente viene chiesto se vi è stato ascolto negli ultimi 14 giorni.
  - o radio ascoltate negli ultimi 14 giorni. Se un'emittente non risulta essere stata ascoltata negli ultimi 7 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. In caso di mancato ascolto negli ultimi 14 giorni viene chiesto se vi è stato ascolto negli ultimi 28 giorni (prima di passare alla radio successiva).

- 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.
- sezione finalizzata alla raccolta dei principali dati socio-demografici degli intervistati
- sezione sull'utilizzo dell'automobile

### ***Ponderazione dei dati***

Al termine della rilevazione si procede alla fase di ponderazione, il processo con cui si attribuiscono alle unità campionarie (intervistati) dei pesi affinché i dati possano essere espansi all'intero universo.

A tal fine il campione deve soddisfare due requisiti principali:

1° requisito ("riproporzionamento") – Il campione deve essere esattamente riproporzionato, ovvero, deve rispecchiare le stesse proporzioni presenti nell'universo. Queste proporzioni vanno ripristinate nel campione per due ordini di motivi:

- i sovracampionamenti stabiliti in fase di determinazione della numerosità campionaria di ciascuna provincia
- la possibile distorsione derivante dalla non completa copertura delle quote stabilite ex ante nel piano di campionamento teorico

2° requisito ("espansione") – Il campione sia un esatto stimatore diretto dell'universo, ovvero, deve essere in grado di produrre dati espressi non in termini di quantità di interviste ma nella forma di stime dell'universo in migliaia di persone (valori assoluti X 1.000).

In generale, la fase di ponderazione prevede l'assegnazione, a ciascun soggetto intervistato, di un unico peso che realizza entrambe le funzioni, sia quella del riproporzionamento che quella dell'espansione all'universo.

La ponderazione dei dati dell'Indagine Parallela viene effettuata, al termine della singola wave di rilevazione (10.000 interviste), secondo i seguenti parametri:

- provincia (105 celle)
- tipo giorno per ampiezza dei centri (7x5 celle)
- tipo giorno per sessoetà (7x13 celle)
- tipo giorno per regione (7x17 celle → sono state accorpate le seguenti regioni: Piemonte/V. d'Aosta; Abruzzo/Molise; Calabria/Basilicata)
- regione per sessoetà (17x13 celle)



- regione per ampiezza dei centri (17x5 celle)
- titolo di studio (2 celle)
- interviste sul cellulare o telefono fisso (2 celle)

## **ELABORAZIONE DEI DATI**

L'Indagine Parallela è progettata e calibrata metodologicamente per alimentare le modellistiche di creazione della copertura dinamica a 4 settimane.

A livello di singola emittente i seguenti dati sono integrati con i dati dell'Indagine Principale nel Nastro di Pianificazione:

- incremento percentuale tra gli ultimi 7 e gli ultimi 14 giorni
- incremento percentuale tra gli ultimi 14 e gli ultimi 28 giorni

Come detto, il Nastro di Pianificazione viene prodotto in tre edizioni, rispettivamente, con riferimento ai dati del I semestre, del II semestre e dell'anno 2022.

Ai fini di tale produzione DOXA fornisce a TER un file contenente per singola emittente i rapporti incrementali 7/14 giorni e 14/28 giorni.

Per ciascuna emittente, oltre ai due rapporti incrementali, viene fornita anche la composizione percentuale degli stessi rapporti per le seguenti variabili socio-demografiche: sesso, età, titolo di studio, regione.