



TROISI
RICERCHE

LA PAROLA AGLI ASCOLTATORI

Indagine sulle abitudini di ascolto delle emittenti radiofoniche locali



LA RICERCA

Ricerca | Timeline

Premessa

Il progetto di ricerca si proponeva di fornire una rappresentazione delle emittenti radiofoniche locali pugliesi, adottando una doppia prospettiva: quella dell'offerta (Emittenti) e quella della domanda (Ascoltatori privati e commerciali).

Ciò, allo scopo di delineare un quadro statistico-informativo dettagliato, che fosse di supporto al Comitato Regionale per le Comunicazioni (Co.re.com) della Regione Puglia nello svolgimento della sua missione istituzionale



Primo censimento e Prima indagine statistica sulle emittenti radiofoniche in Puglia



Ottobre 2016 - Ottobre 2017



Assoradio

**Assoradio
e
Corecom Puglia**

2016

Attività censuaria emittenti

È stata realizzata ad ottobre 2016 il primo censimento delle emittenti locali in Italia,

2017

Indagine statistica sull'ascolto radiofonico in Puglia

Realizzazione della 1° indagine sugli ascoltatori

Ricerca | Timeline



**Aggiornamento censimento e
Realizzazione terza indagine
statistica sulle emittenti radiofoniche
in Puglia**



Gennaio - Settembre 2024



Assoradio

Assoradio

2024

Attività censuaria emittenti

Aggiornamento

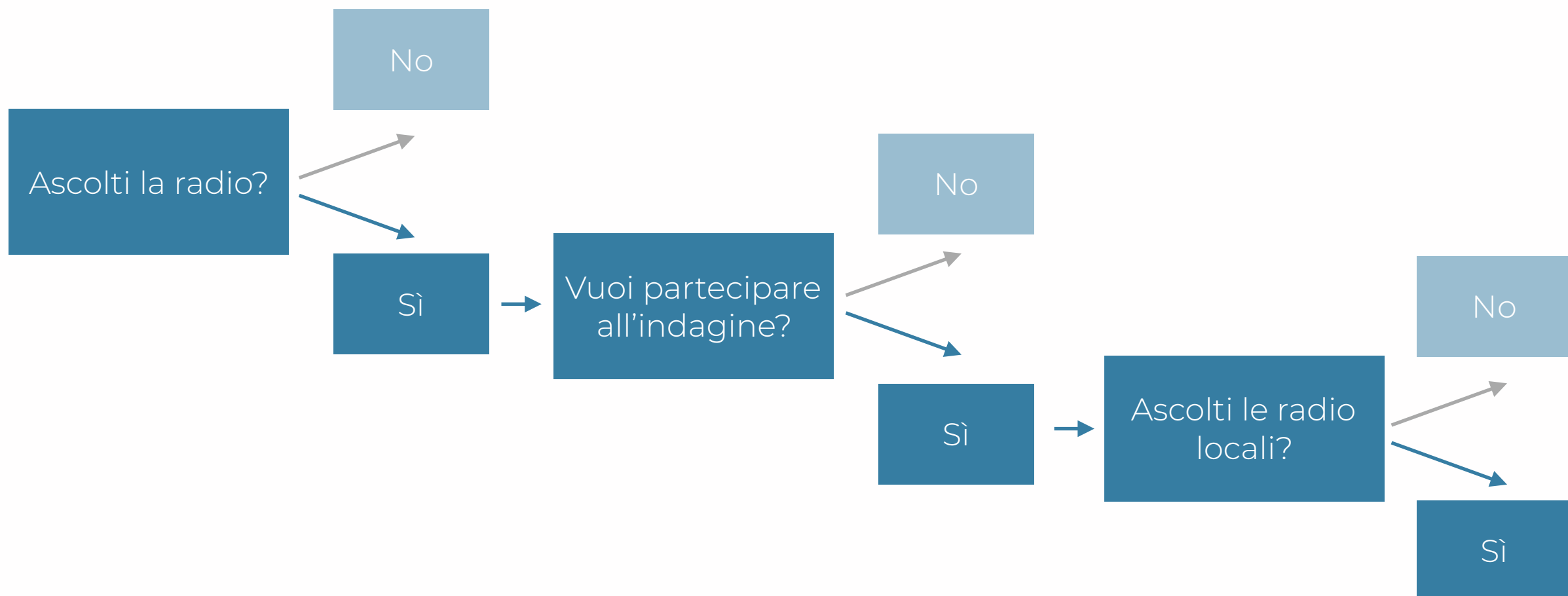
**Indagine statistica sull'ascolto
radiofonico in Puglia**

Realizzazione della 3° indagine sugli
ascoltatori

Panel | Processo di Selezione

Abbiamo chiesto a 3.000 utenti radiofonici pugliesi di partecipare ad un'indagine riguardante l'esperienza di ascolto delle emittenti locali.

L'obiettivo è stato di analizzare preferenze, criteri di scelta e abitudini di ascolto del pubblico delle radio locali in Puglia.



Panel | Composizione

Il collettivo statistico oggetto di indagine è stata l'intera popolazione residente in Puglia, stratificata per quote attinenti alle variabili di: *genere, età, Provincia e Comune di residenza/domicilio*.

La popolazione è stata individuata sulla base dei dati socio-demografici stimati dall'ISTAT(1° Gennaio 2024), Il campione rappresentativo è stato stratificato per quote rispetto alla densità abitativa nelle Province e nei Comuni oggetto d'osservazione, alle fasce d'età e al genere, in modo proporzionale rispetto alla popolazione di riferimento.

Si osservino i seguenti dettagli del piano di campionamento:

- La rappresentatività è stata garantita dal processo di estrazione inferenziale di natura casuale delle unità campionarie, non privilegiando alcuna unità rispetto ad un'altra e garantendo a ciascuna unità la medesima probabilità di estrazione.
- L'ampiezza del campione ottimale è stata stimata mediante Distribuzione Bernoulliana $X \sim \text{Ber}(\pi)$ ed è risultata pari a 3.000 unità.
- L'ampiezza del campione reale stimato è stata di 3.000 unità e ha consentito di pervenire ad una fotografia dettagliata e precisa del fenomeno "ascolto radiofonico delle emittenti pugliesi" cogliendone aspetti complessi e dinamici.



Panel | Target

L' **errore statistico campionario** associato all'indagine campionaria è risultato pari a $\leq 2,5\%$ a livello complessivo regionale

Periodo di rilevazione: da 21 Aprile a 11 Settembre 2024

Strumento di rilevazione dati: questionario di Customer Satisfaction testato con strumenti scientifici, quali: *Alpha di Cronbach* e *Analisi delle componenti principali*, al fine di garantirne l'efficienza e l'affidabilità

Tecnica di campionamento: campione casuale con stratificazione proporzionale per Provincia e con l'imposizione di proporzionalità rispetto alle distribuzioni note per genere e classe d'età

3.000

Campione

Aprile-
Settembre '24

Periodo rilevazione

8:37 min

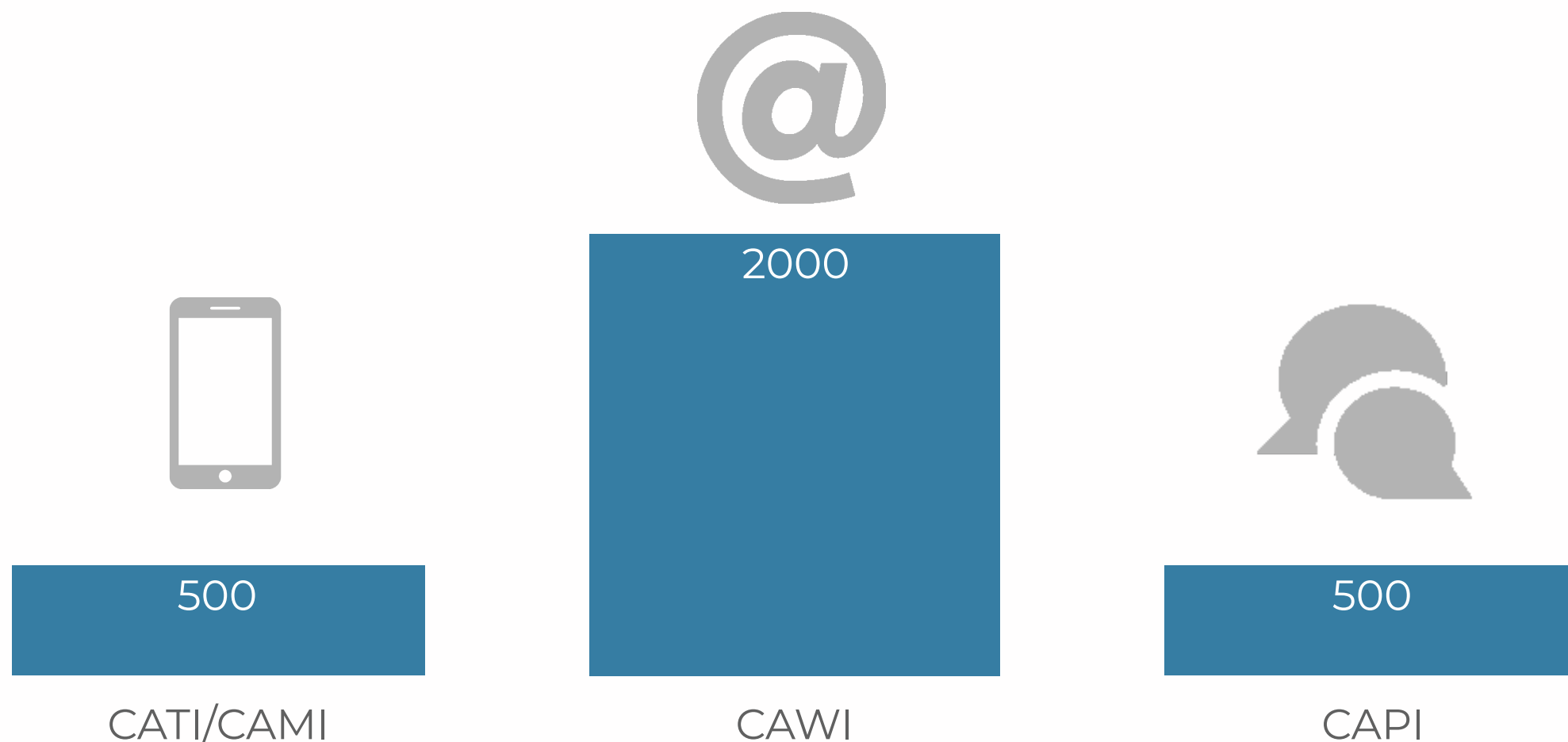
Tempo di completamento

Panel | Rilevazione

Per rappresentare in modo ancora più esaustivo la popolazione oggetto di indagine, gli utenti-target sono stati intervistati tramite strumenti diversi:

telefono (CATI/CAMI), web (CAWI) e face to face (CAPI),

Il questionario è stato somministrato al campione selezionato incrociando i dati dell'Editore sul bacino di utenza (base comunale) e per ciascuna delle stazioni radio attive in quella specifica area geografica.

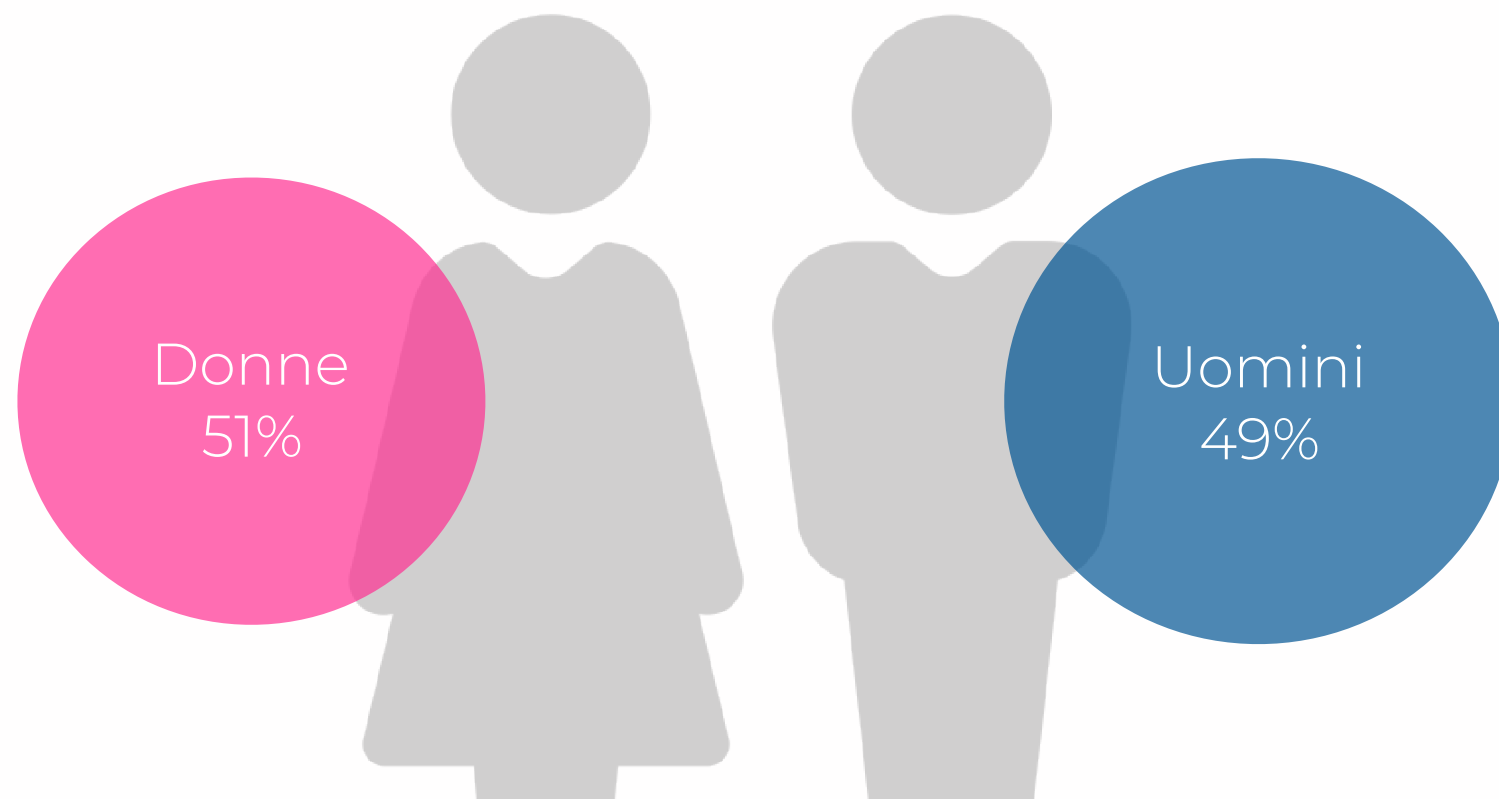




IL CAMPIONE

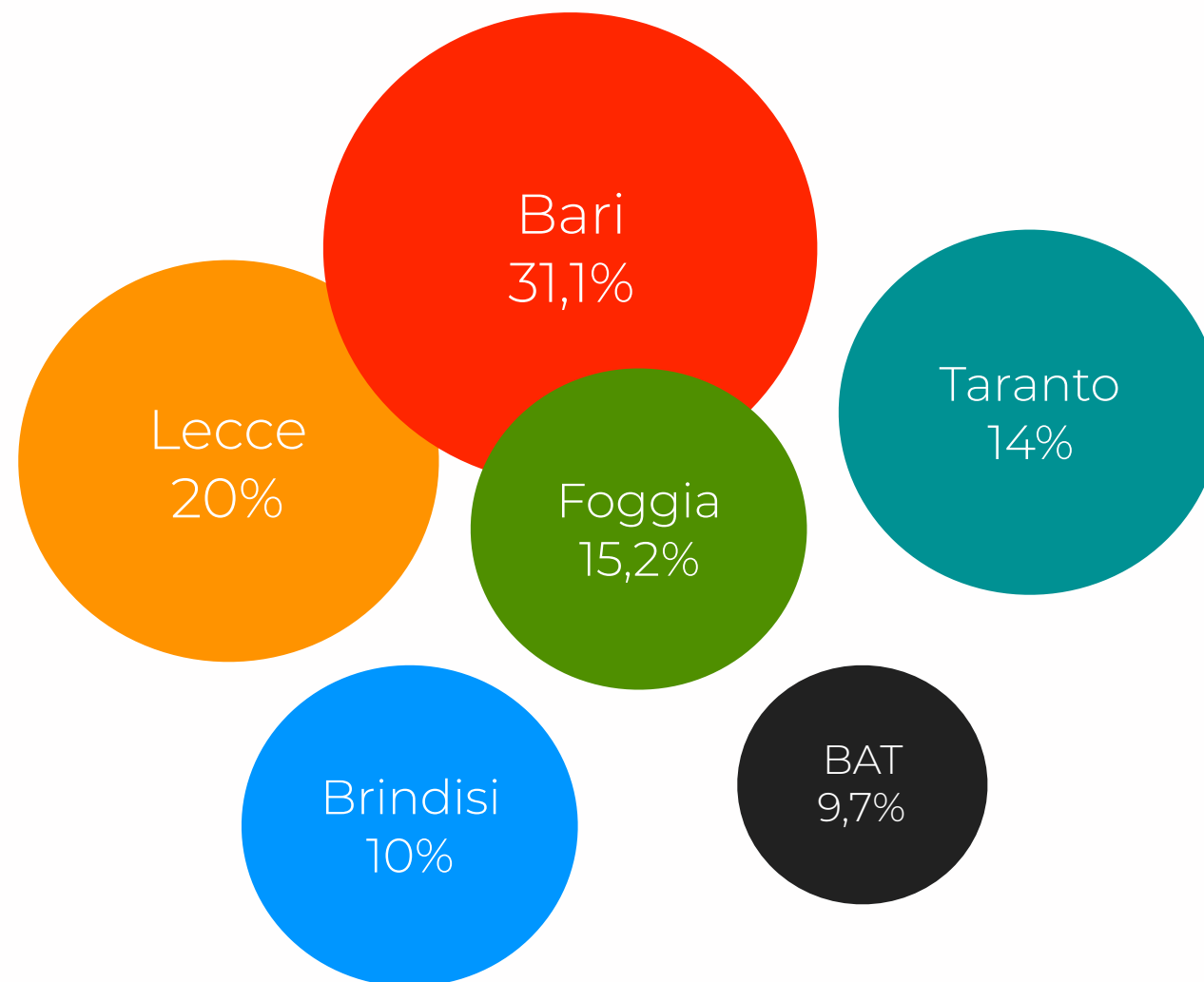
Campione | Genere

Gli ascoltatori interpellati sono equamente distribuiti tra Uomini e Donne

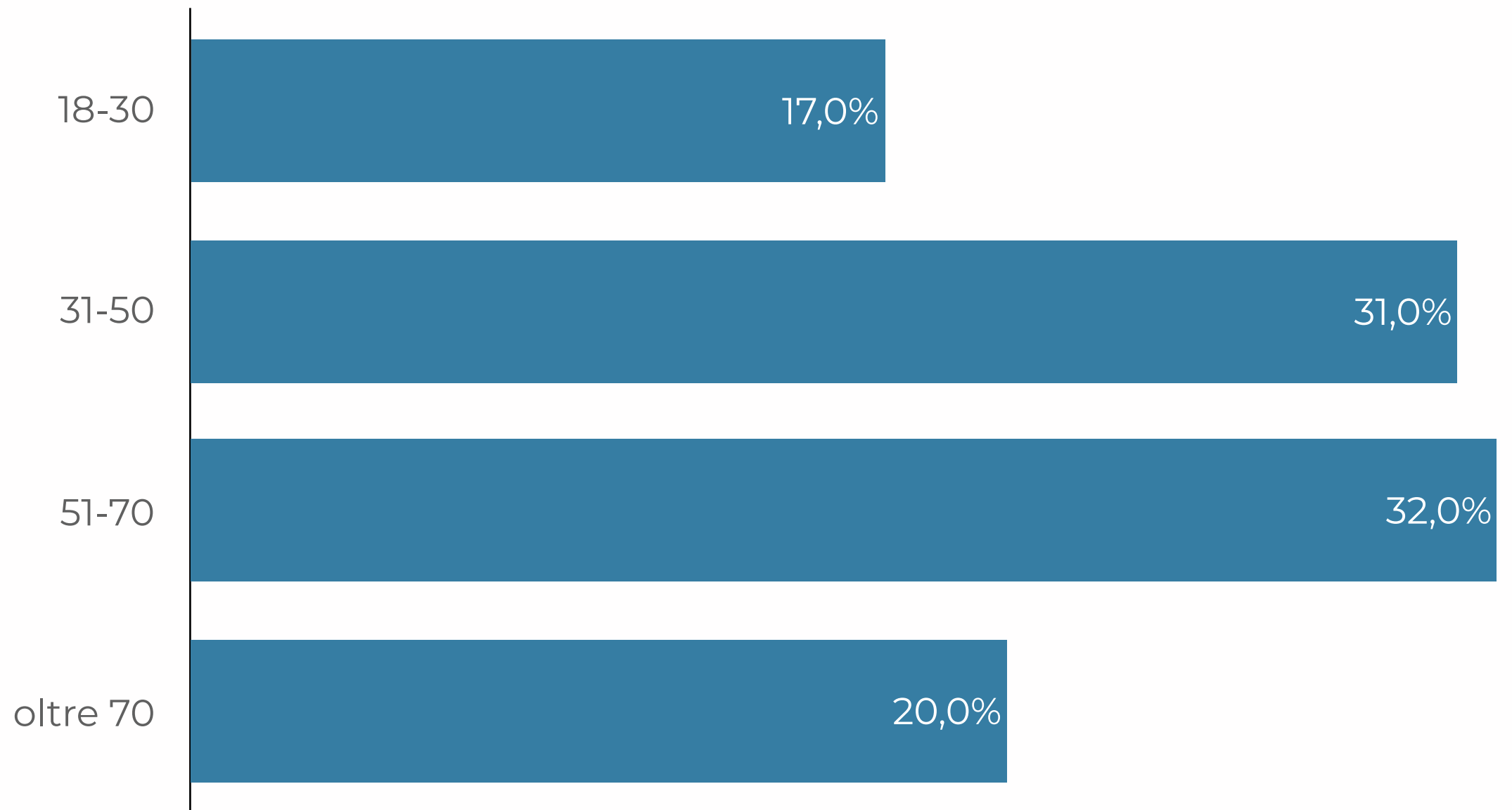


Campione | Provenienza

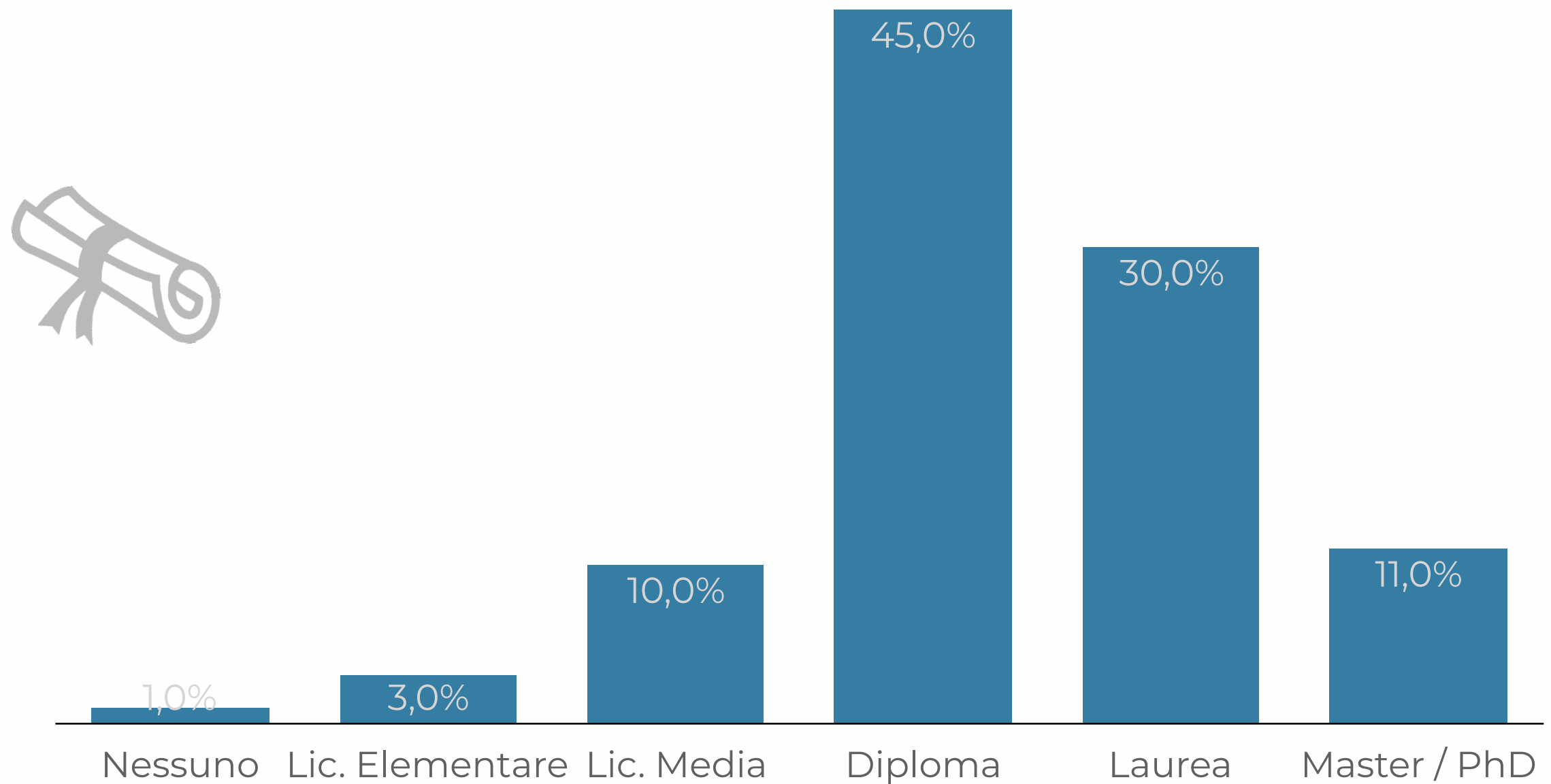
Gli ascoltatori interpellati sono rappresentativi dell'intero territorio regionale



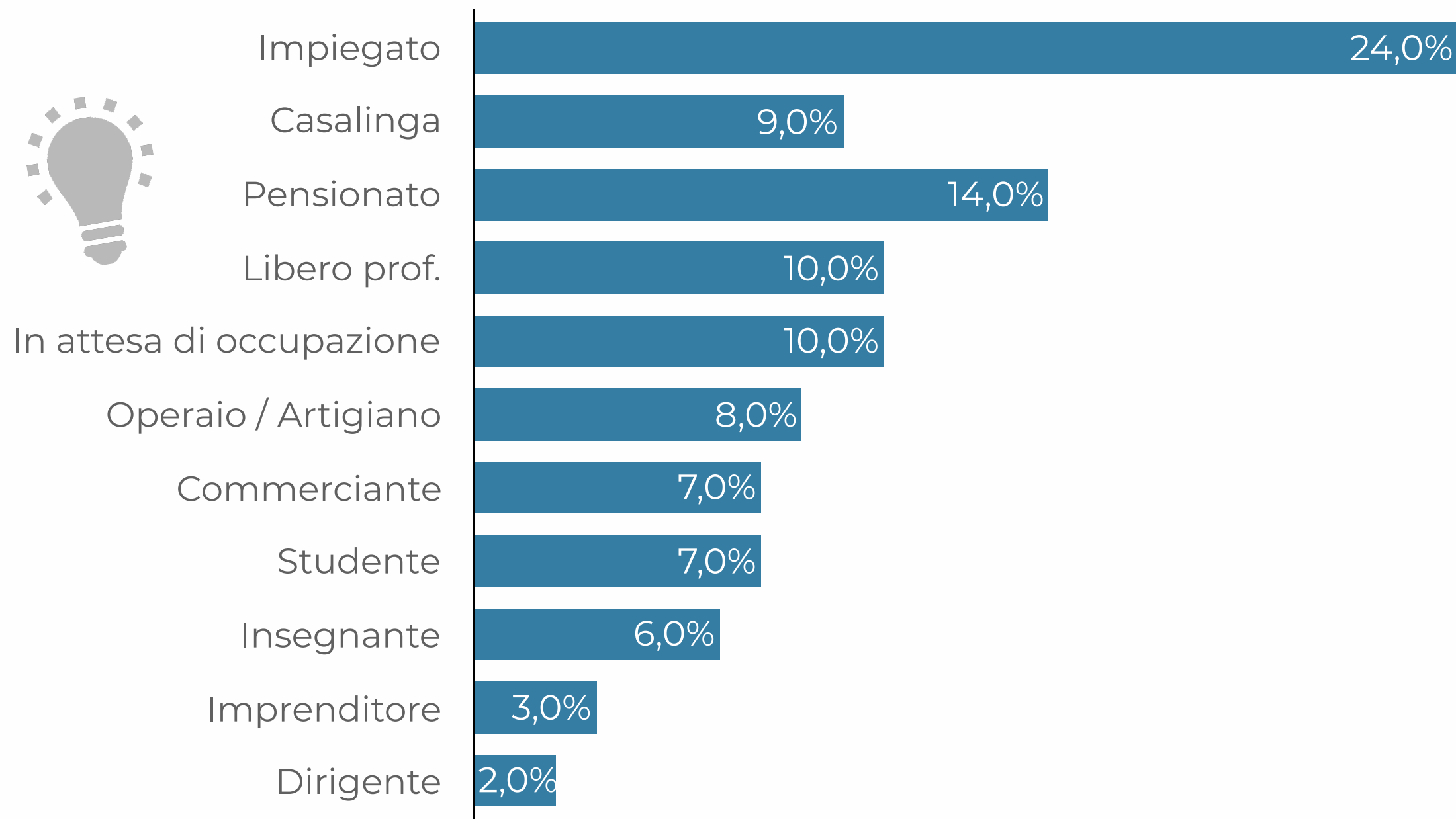
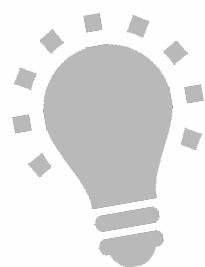
Campione | Età



Campione | Titolo di studio

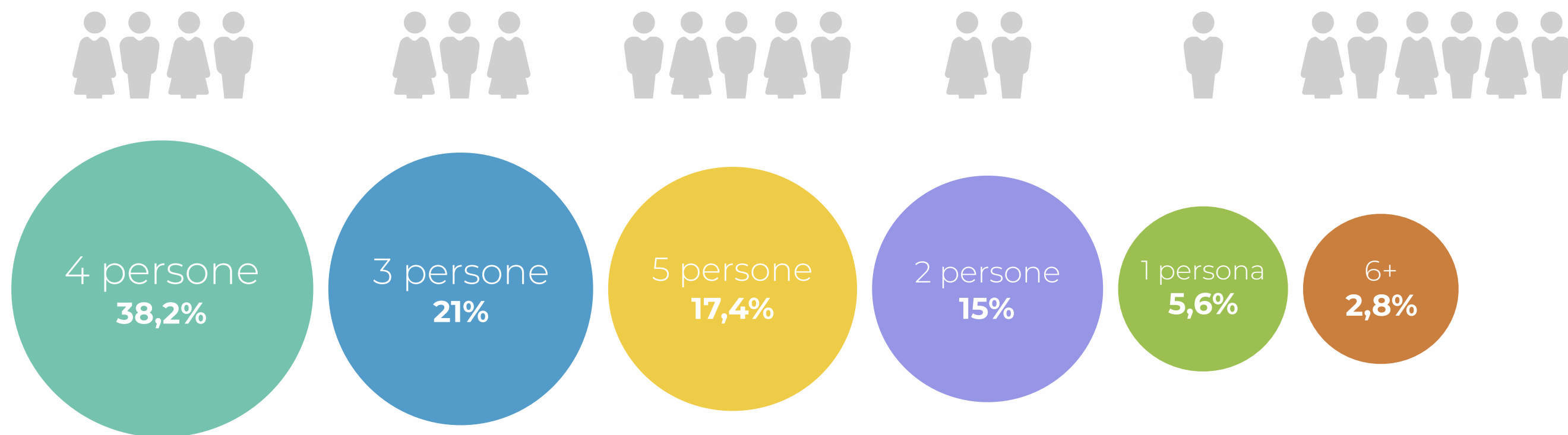


Campione | Professione



Campione | Nucleo familiare

Si tratta, prevalentemente, di un pubblico che vive con altre persone

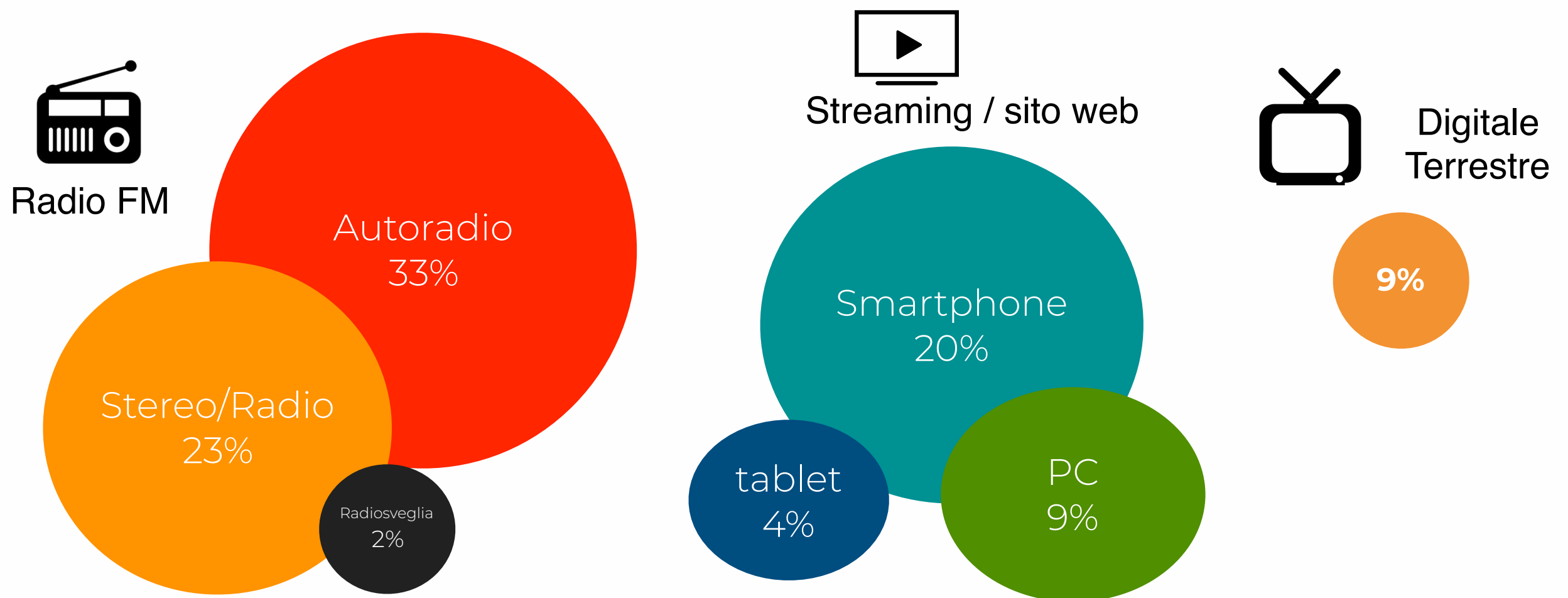


Il nucleo familiare in cui vive è composto da:

ABITUDINI DI ASCOLTO

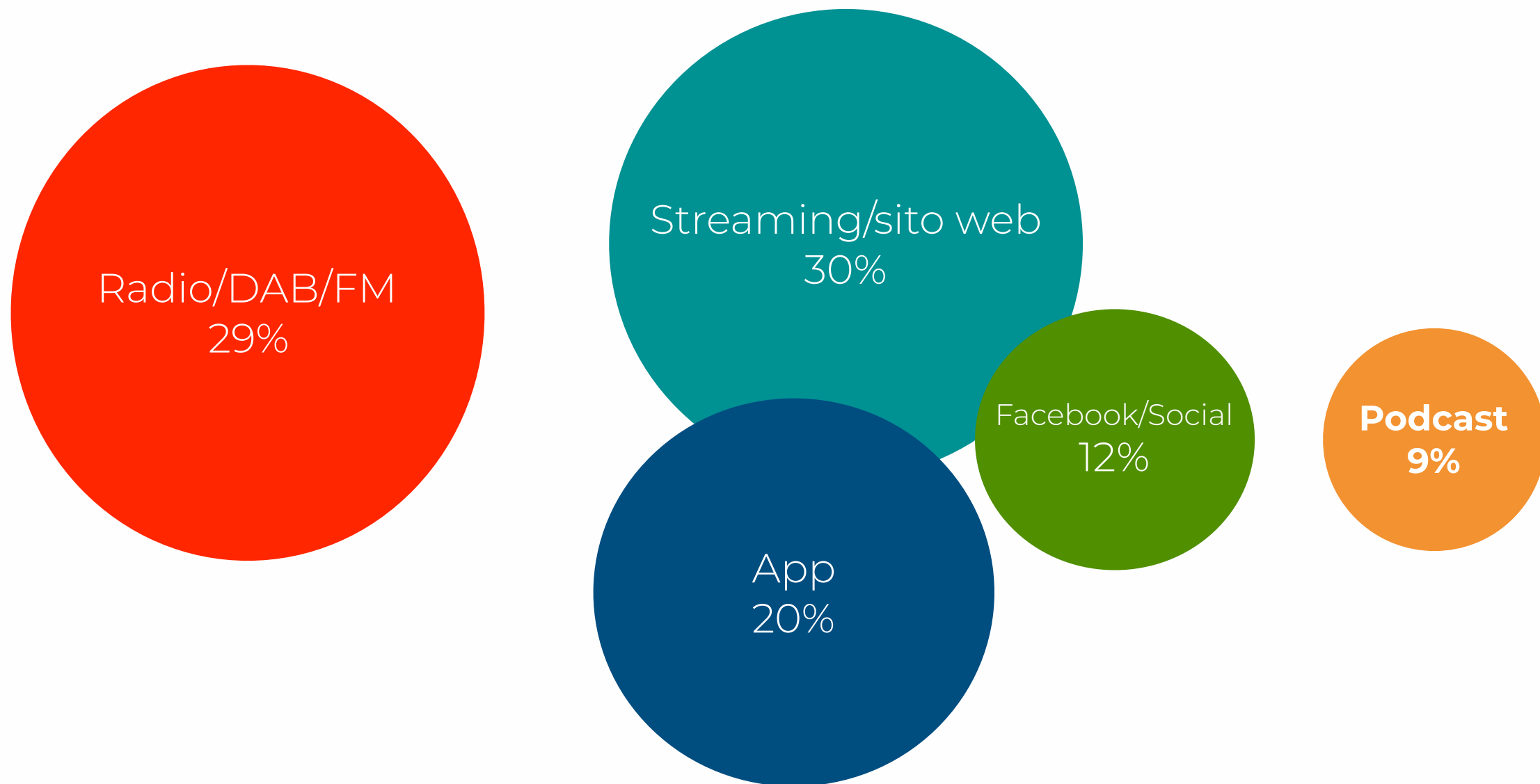
Ascolto | Mezzo

QUALE/I MEZZO/I UTILIZZA ABITUALMENTE PER ASCOLTARE LE RADIO LOCALI?



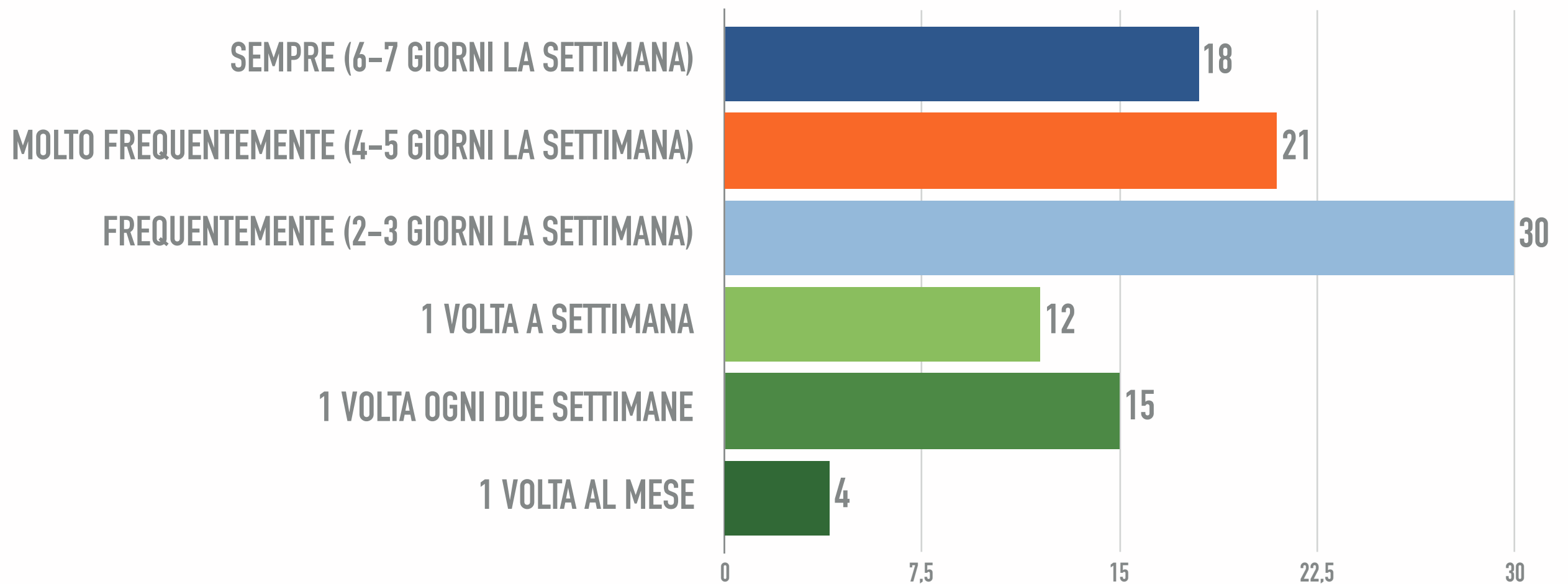
Ascolto | Canale

QUALE/I CANALE/I UTILIZZA ABITUALMENTE PER ASCOLTARE LE RADIO LOCALI?



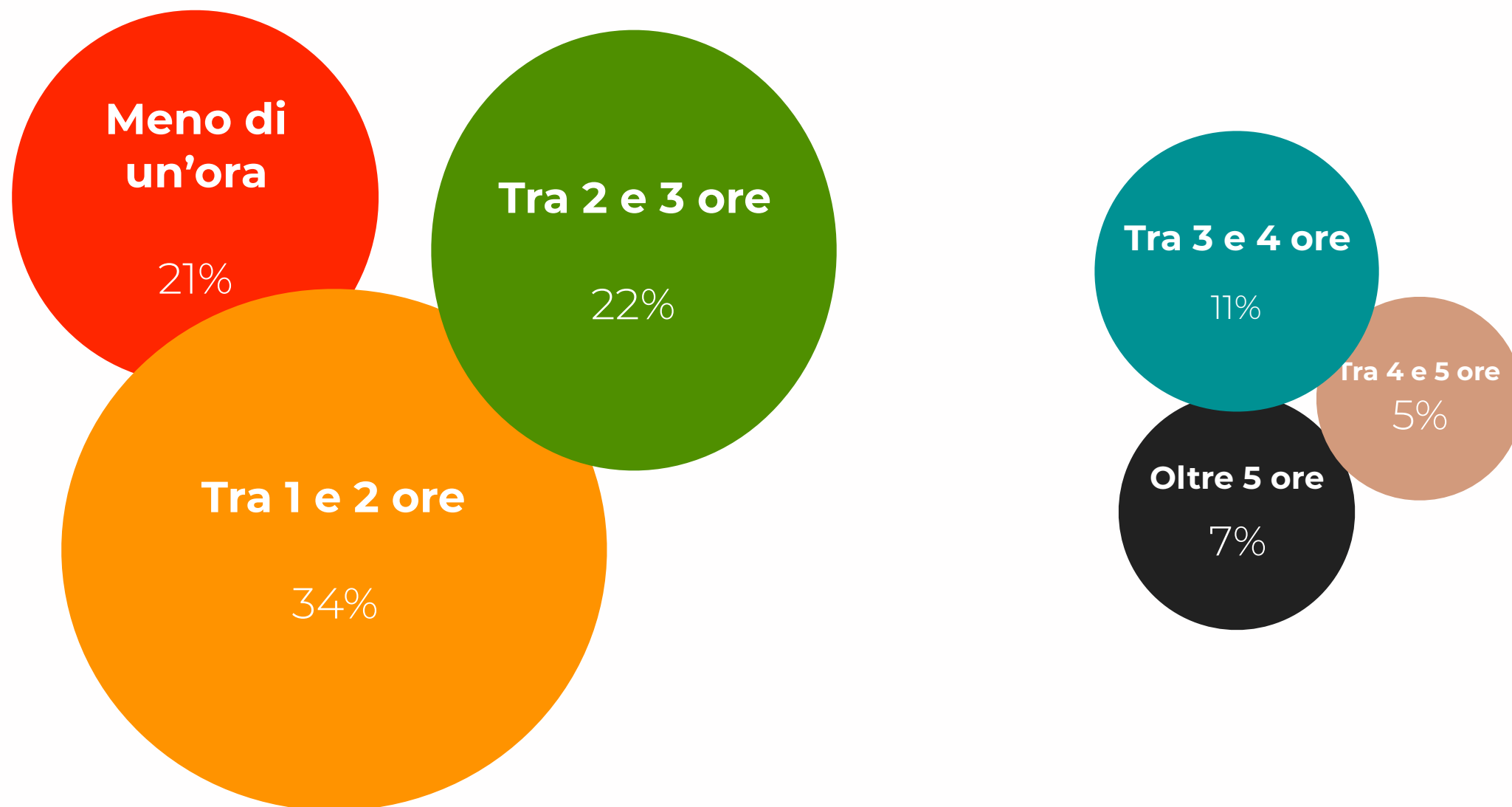
Ascolto | Assiduità

SOLITAMENTE, CON CHE FREQUENZA LE ASCOLTA?



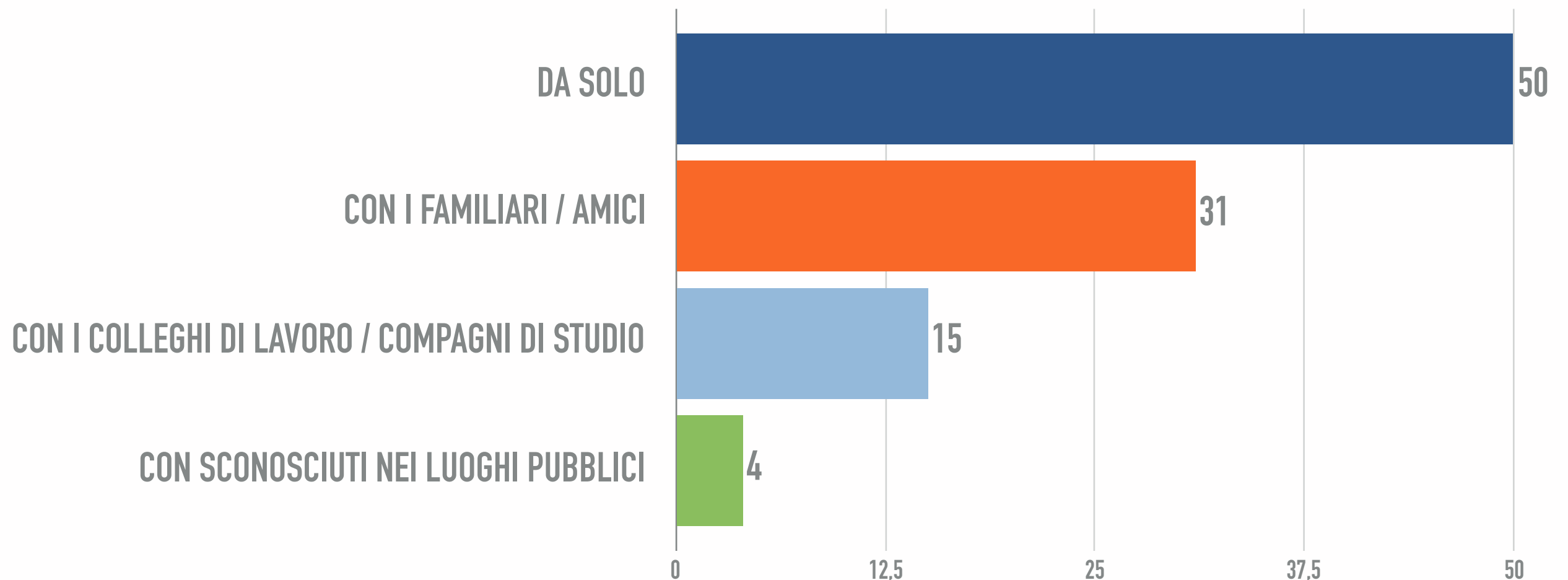
Ascolto | Durata media quotidiana

PER QUANTE ORE AL GIORNO, MEDIAMENTE, LE ASCOLTA?



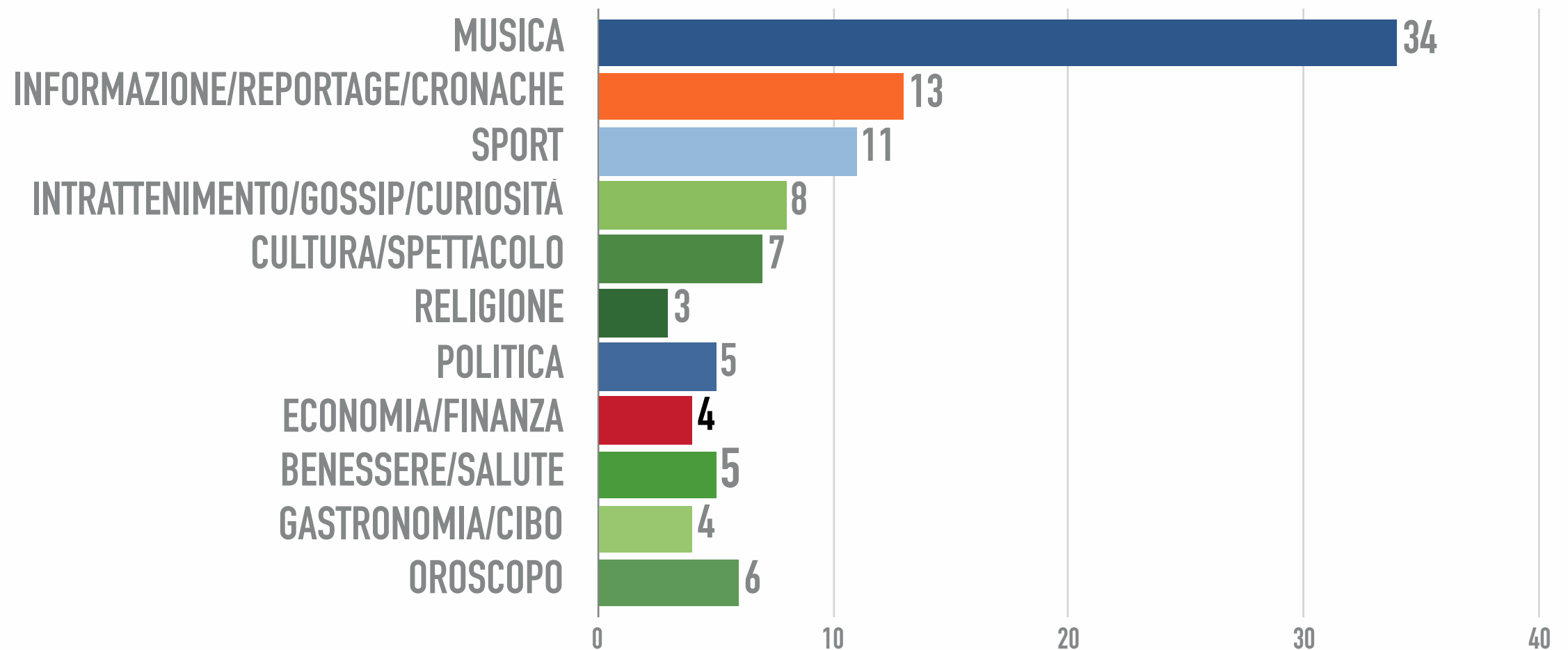
Ascolto | Co-ascoltatori

CON CHI LE ASCOLTA ABITUALMENTE?



Ascolto | Programma

QUALE TIPO DI PROGRAMMA ASCOLTA PIÙ FREQUENTEMENTE SULLE RADIO LOCALI?



CRITERI DI SCELTA

Criteri | Scelta dell'emittente

COME AVVIENE SOLITAMENTE LA SCELTA DEI PROGRAMMI CHE ASCOLTA?

Mi sintonizzo sulla radio locale quando so che c'è il programma che voglio ascoltare

42%

Programmazione

Quando accendo la radio, vado alla ricerca della tipologia di programma che voglio ascoltare

24%

Ricerca

Non scelgo: ascolto il programma che trovo quando mi sintonizzo sulla radio locale

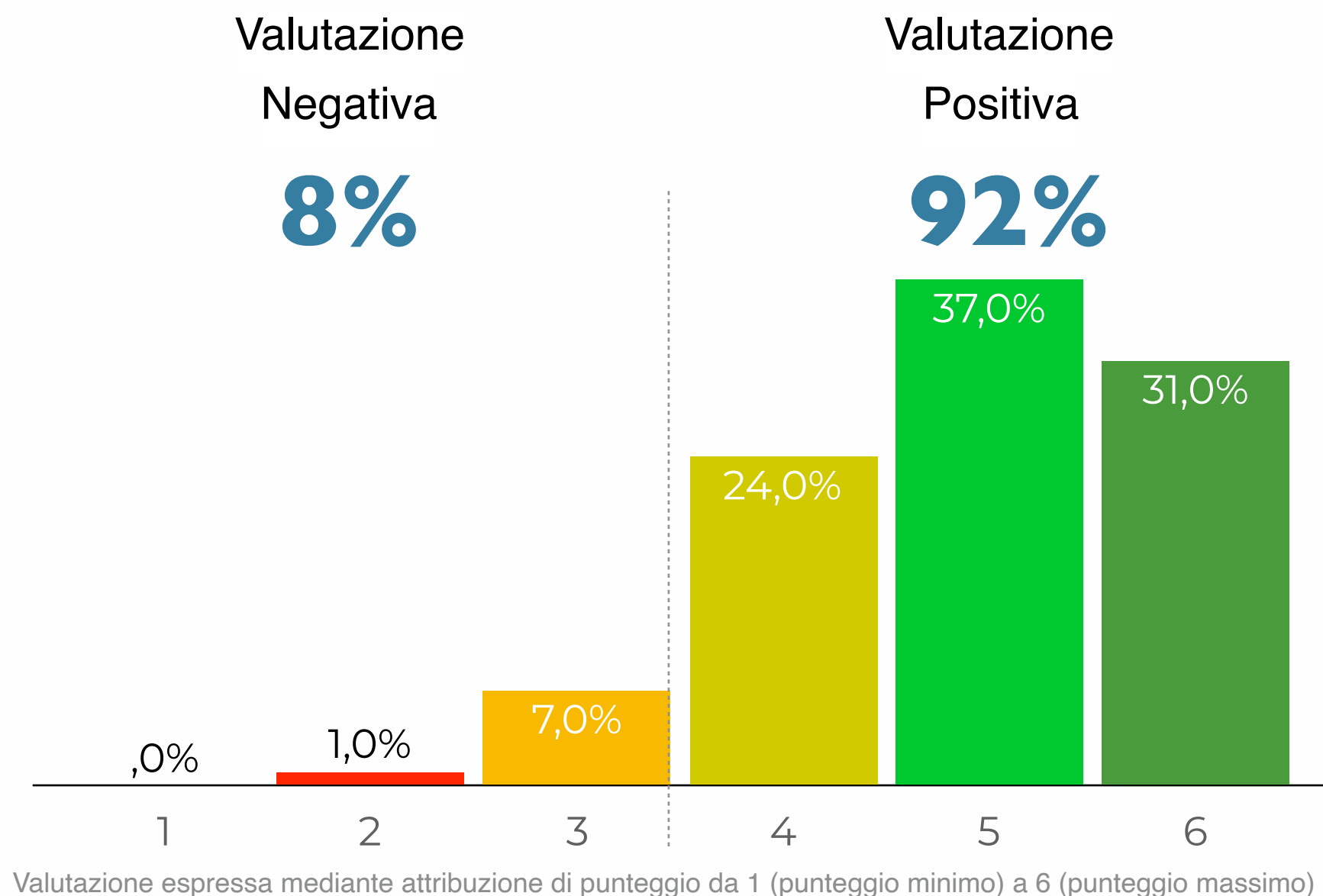
34%

Casualità

SODDISFAZIONE

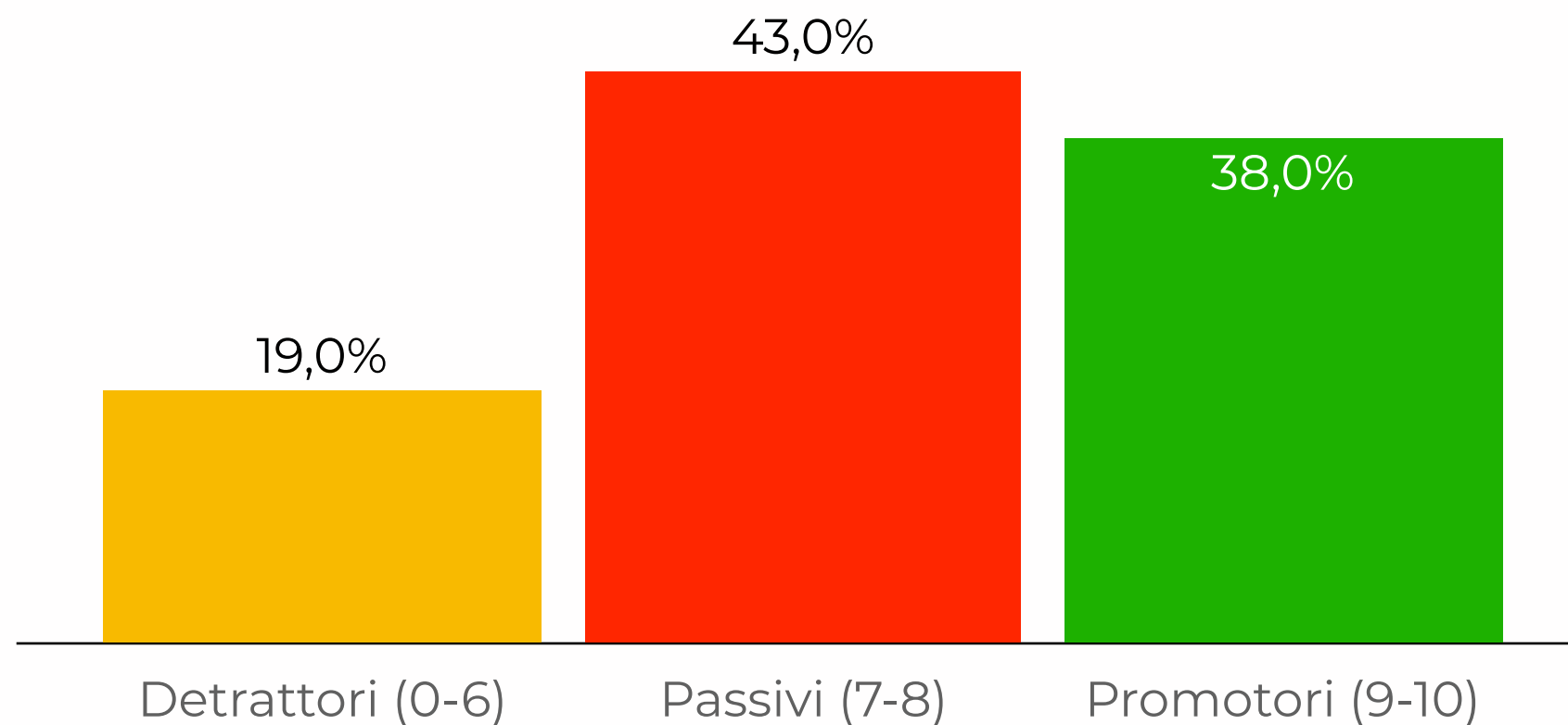
Indice di soddisfazione | OverAll

COMPLESSIVAMENTE, QUANTO È SODDISFATTO DEI PROGRAMMI TRASMESSI DALLE EMITTENTI RADIOFONICHE LOCALI CHE ASCOLTA PIÙ FREQUENTEMENTE?



Indice di soddisfazione | Net Promoter Score

CON QUANTA PROBABILITÀ CONSIGLIERESTI DI ASCOLTARE LE RADIO LOCALI AD UN AMICO O UN COLLEGA?



Il gruppo di ricerca

Gruppo di ricerca



ANDREA TROISI

Amministratore unico
di Troisi Ricerche srl



ANDREA PICCIUOLO

Ceo e co-founder di
Tropic srl, start-up
innovativa nel settore
della business
intelligence. Linguista
e semiologo.



BRIXHILDA LLESCHI

Ricercatore senior in
Troisi Ricerche srl

Grazie per l'attenzione



**RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI E SONDAGGI
DI OPINIONE**

SEDE DI BARI

via De Rossi, 57
70122 Bari (BA)

SEDE DI ROMA

Via Dodecaneso, 3
00144 Roma (RM)

SEDE DI MILANO

Via Montenapoleone, 8
20121 Milano (MI)

info@troisiricerche.it
www.troisiricerche.it

TROISI RICERCHE SRL UNIPERSONALE

Cap. Soc. 10.000,00 € (i.v.)
REA BA - 541094
P.IVA 07216100722



AZIENDA CERTIFICATA:



Google Analytics Advanced



HubSpot Academy



Istituto accreditato al MIUR come
Ente di ricerca (codice 62814EFI)



ADERENTE A:



CONFINDUSTRIA



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



Società
Italiana di
Statistica



International
Statistical
Institute

UNI EN ISO 9001:2015