

AUDITEL

La ricerca sull'ascolto della televisione in Italia



prospettive

AUDITEL

Auditel s.r.l.

Via Larga n. 13 - 20122 Milano
tel +39 - 02.5829861 - fax +39 - 02.58298632 - e-mail: info@auditel.it

La popolazione

Immagini in movimento

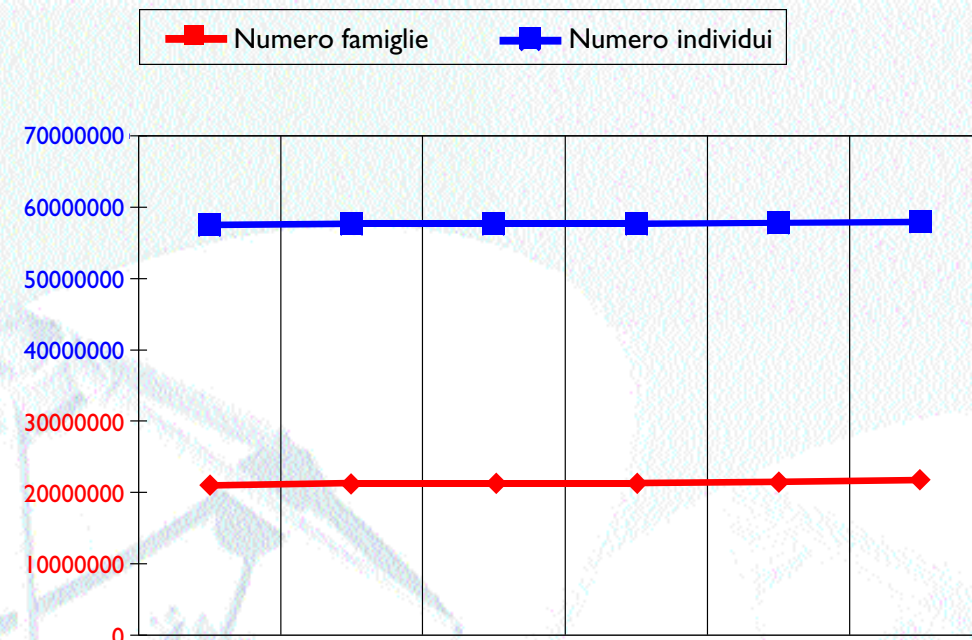


Auditel utilizza due fonti informative per definire e aggiornare le caratteristiche strutturali della popolazione: le informazioni ufficiali ISTAT e i risultati della ricerca di base.

L'aggiornamento di questi parametri avviene ogni anno in corrispondenza della prima domenica di agosto.

I dati ISTAT costituiscono la base di riferimento per l'aggiornamento delle caratteristiche demografiche della popolazione.

La loro disponibilità è tuttavia leggermente sfasata rispetto al periodo a cui si riferiscono; questa sfasatura è inoltre aumentata nel corso degli anni: è per questa ragione che nel 1999 non è stato possibile aggiornare i parametri della popolazione relativamente alle caratteristiche demografiche e pertanto i valori corrispondenti risultano uguali a quelli dell'anno precedente.

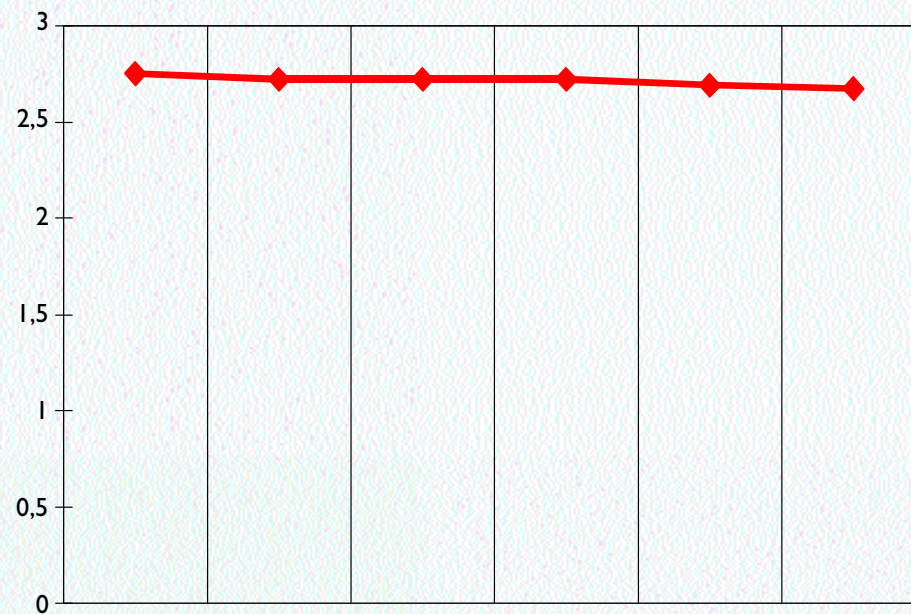


Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Numero famiglie	20.889.000	21.193.000	21.193.000	21.220.000	21.420.000	21.644.522
Numero individui	57.460.977	57.563.354	57.563.354	57.612.615	57.679.895	57.844.017

Sia il numero di famiglie che il numero di individui è risultato in lieve crescita nel corso di questi ultimi 5 anni, le famiglie del 3.6% (con una crescita media dello 0.7% annuale) e gli individui dello 0.7% (crescita media 0.1% su base annua).

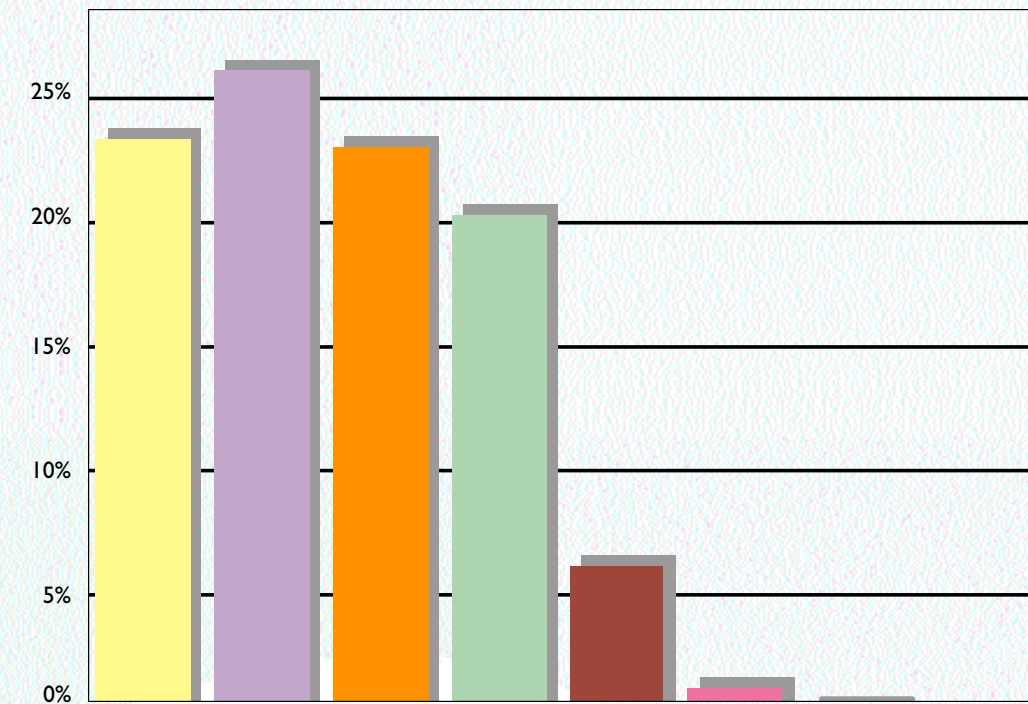


Fermo immagine



Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Numero medio componenti	2.75	2.72	2.72	2.72	2.69	2.67

Il numero medio di componenti per famiglia è stato in costante calo nel corso degli ultimi 6 anni e si è attestato nel 2002 sulla media di 2.67 individui.

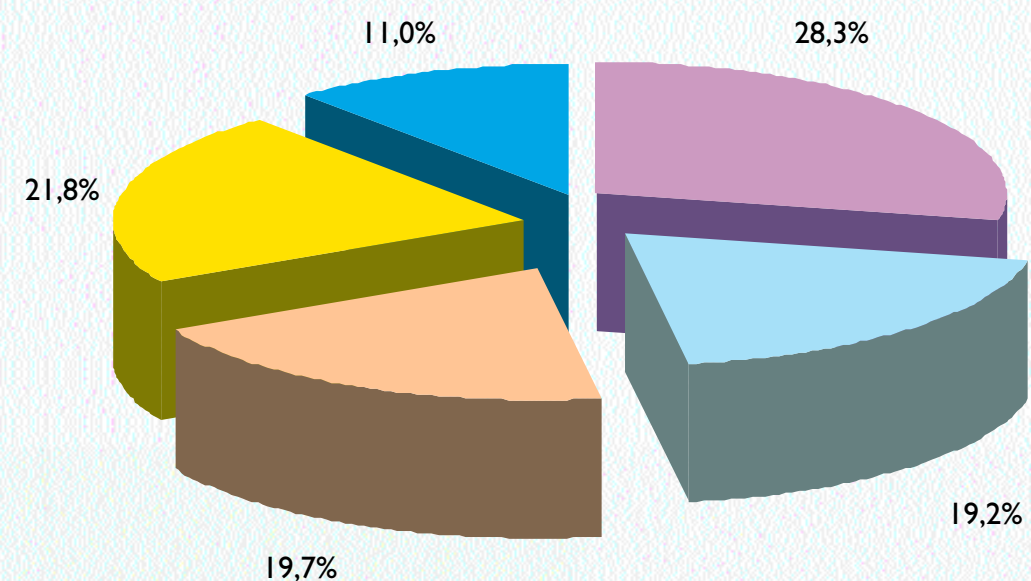


Numero di componenti	1	2	3	4	5	6	7	8
Famiglie	5.035.820	5.642.916	4.975.179	4.382.152	1.293.852	241.479	63.592	9.533
%	23.3%	26.1%	23.0%	20.2%	6.0%	1.1%	0.3%	0.0%

Le famiglie bicomponenti rappresentano, di misura, la maggioranza dei nuclei italiani (poco più di un quarto), seguite dalle monocomponenti.

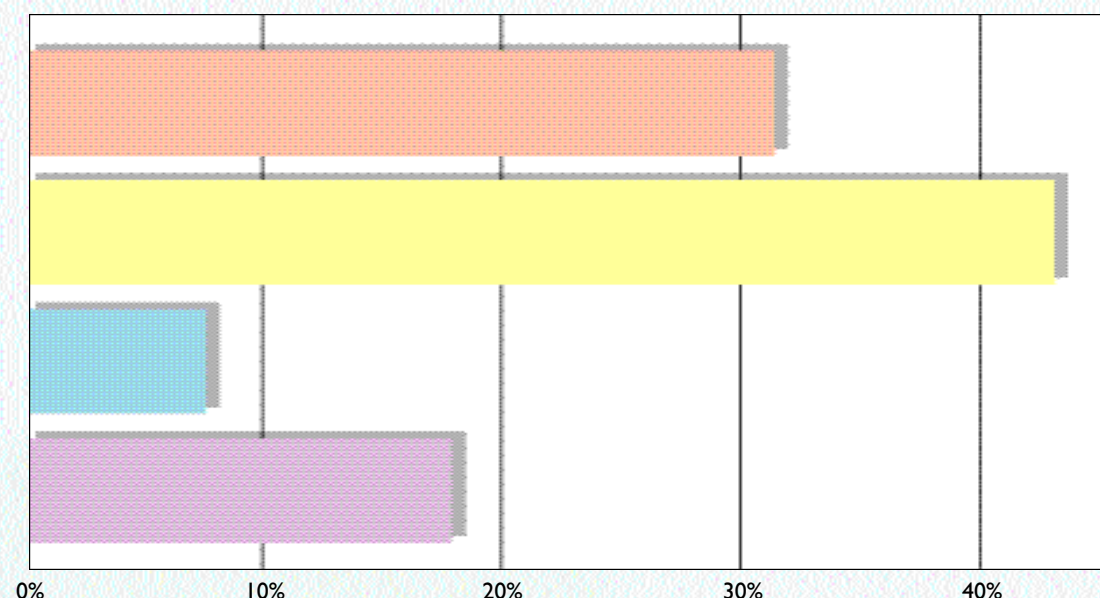
I nuclei familiari composti da 3 e 4 individui rappresentano insieme poco più del 23% del totale, mentre le famiglie numerose (da 5 componenti in su) costituiscono meno del 10% del totale.

Il consumo televisivo familiare è chiaramente correlato con il numero di componenti, che rappresenta pertanto una delle più importanti variabili di segmentazione del campione.



Per area geografica	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Isole
Famiglie	6.129.100	4.145.128	4.265.534	4.725.071	2.379.689
%	28,3%	19,2%	19,7%	21,8%	11,0%

Nel Nord-Ovest si trova quasi il 30% delle famiglie italiane; la seconda area per importanza è il Sud, mentre Nord-Est e Centro sono pressoché equivalenti fra di loro. Nelle isole si trova l'11% delle famiglie italiane. Gli ascolti televisivi presentano una marcata caratterizzazione regionale per alcuni generi di programmazione e anche le preferenze di rete risentono parzialmente della collocazione geografica dei telespettatori.

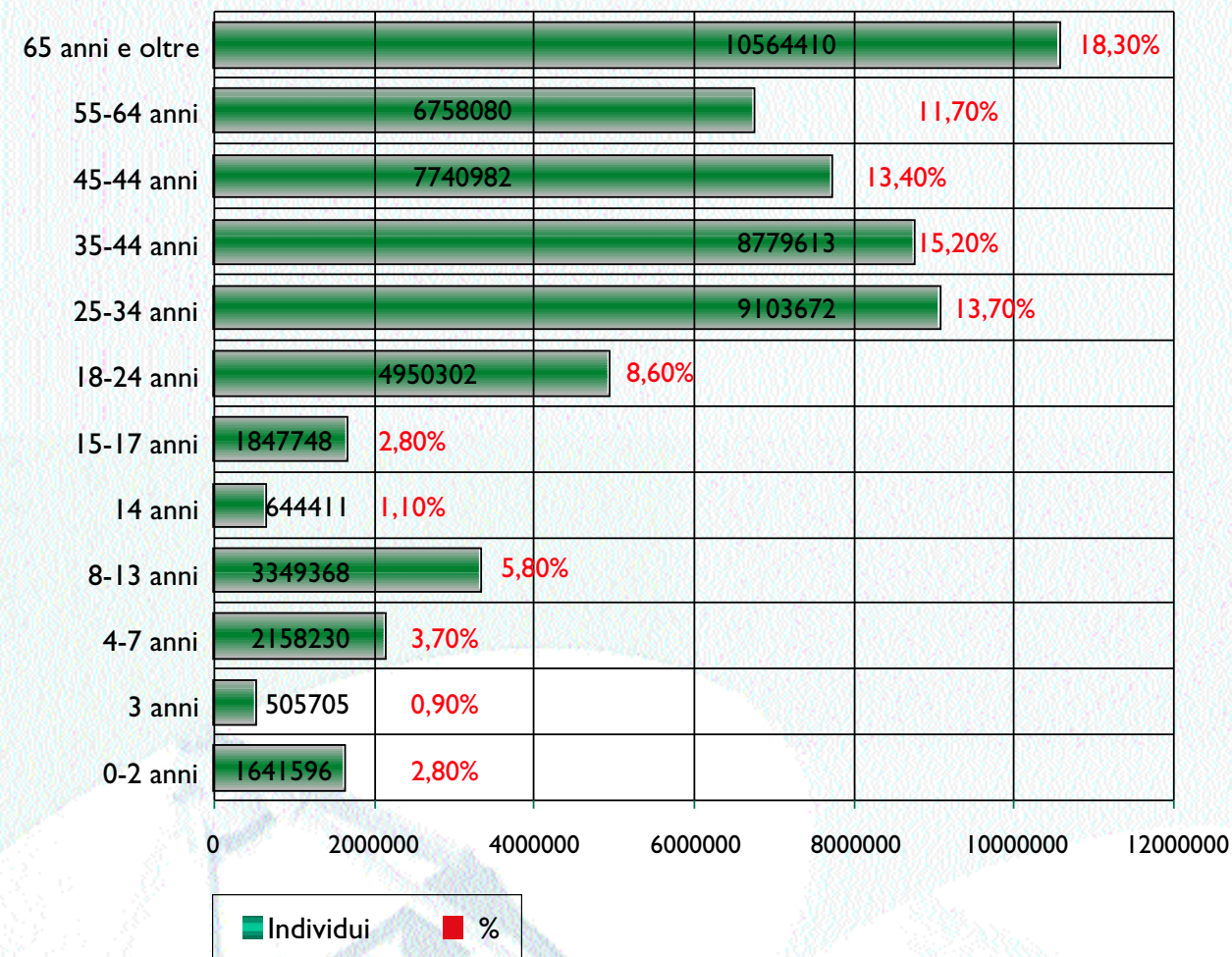
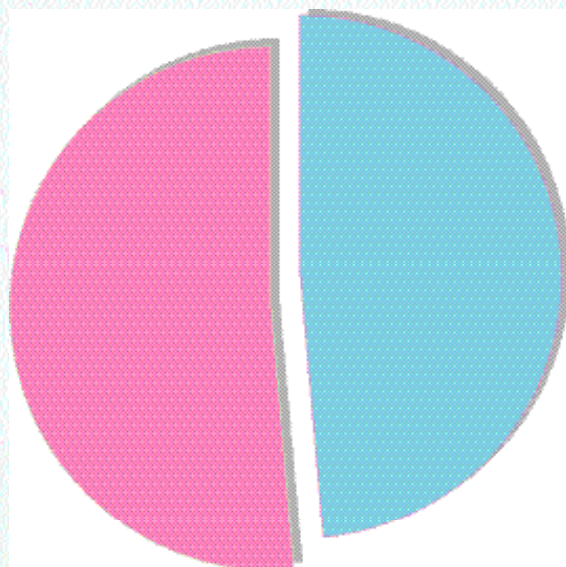


Per ampiezza di centro	Meno di 10.000	10-100.000	100-250.000	oltre 250.000
Famiglie	6.807.176	9.325.821	1.647.395	3.864.130
%	31,4%	43,1%	7,6%	17,9%

Quasi il 75% delle famiglie vive in centri al di sotto dei 100.000 abitanti e solo il 17.9% nelle città di ampiezza superiore a 250.000 abitanti. La diffusione delle principali reti nazionali raggiunge oggi quasi tutto il territorio, compresi i centri di piccole dimensioni, e questa penetrazione così capillare rende il consumo televisivo relativamente uniforme rispetto alle ampiezze dei centri. Diverso è il discorso relativo alla televisione regionale e locale, per la quale la capacità di ricezione rappresenta un elemento fondamentale per determinare le quote di mercato delle singole emittenti; il panel Auditel, grazie alla sua capillarità estesa anche ai piccoli centri, è in grado di rappresentare con una buona precisione il comparto dell'emittenza televisiva locale.

Sesso	Maschi	Femmine
Individui	28090935	29753082
%	48.6%	51.4%

La struttura demografica è notoriamente ripartita in maschi e femmine in quasi egual misura con una leggera prevalenza della componente femminile.



Sono note le recenti statistiche diffuse dagli organismi ufficiali secondo le quali l'Italia è il paese europeo con la popolazione più anziana; in effetti quasi un terzo degli individui ha età superiore ai 55 anni.

Il sistema Auditel è in grado di fornire agli utenti la caratterizzazione delle preferenze di ascolto in funzione del progressivo invecchiamento della popolazione, permettendo di adeguare le strategie editoriali e di comunicazione ai mutamenti strutturali in corso.

Professione	Individui	%
Imprenditore	112721	0.2%
Dirigente /funzionario	510210	0.9%
Libero professionista	1469837	2.5%
Artista /giornalista	72584	0.1%
Insegnante	1357431	2.3%
Militare / paramilitare	268178	0.5%
Religioso	31155	0.1%
Impiegato / categoria intermedia	7423647	12.8%
Negoziante / Esercente	1177954	2.0%
Agente com. / Rappresentante	291371	0.5%
Artigiano con azienda	972633	1.7%
Altro lav. in proprio senza azienda	661336	1.1%
Familiare coadiuvante	334858	0.6%
Operaio o assimilato	6802771	11.8%
Lavoratore a domicilio	60494	0.1%
Agricoltore conduttore	304117	0.5%
Agricoltore dipendente / bracciante	353845	0.6%
Familiare coadiuvante di agricoltore	93967	0.2%
Studente / scolaro	10200983	17.6%
In cerca di prima occupazione	1309093	2.3%
Casalinga	6645007	11.5%
Ritirato dal lavoro / pensionato	13305008	23.0%
Disoccupato (ex occupato)	1274111	2.2%
Bambino età prescolare	2743381	4.7%
Proprietario / benestante / redditiero	4787	0.0%
Altro non occupato	62538	0.1%

A conferma di quanto detto, quasi un quarto della popolazione è costituita da pensionati; le professioni imprenditoriali, dirigenziali e professionali rappresentano meno del 4% complessivo.

Titolo di studio	Individui	%
Laurea	3882847	6.7%
Università non completata	2742997	4.7%
Laurea breve completata	321021	0.6%
Laurea breve non completata	406452	0.7%
Media sup. 4/5 anni completata	12220883	21.1%
Media sup. 4/5 anni non completata	3514241	6.1%
Media sup. 2/3 anni completata	1955307	3.4%
Media sup. 2/3 anni non completata	985201	1.7%
Media inferiore completata	10508701	18.2%
Media inferiore non completata	2729375	4.7%
Elementari completate	9848361	17.0%
Elementari non completate	5344070	9.2%
Nessuna scolarità	3384560	5.9%

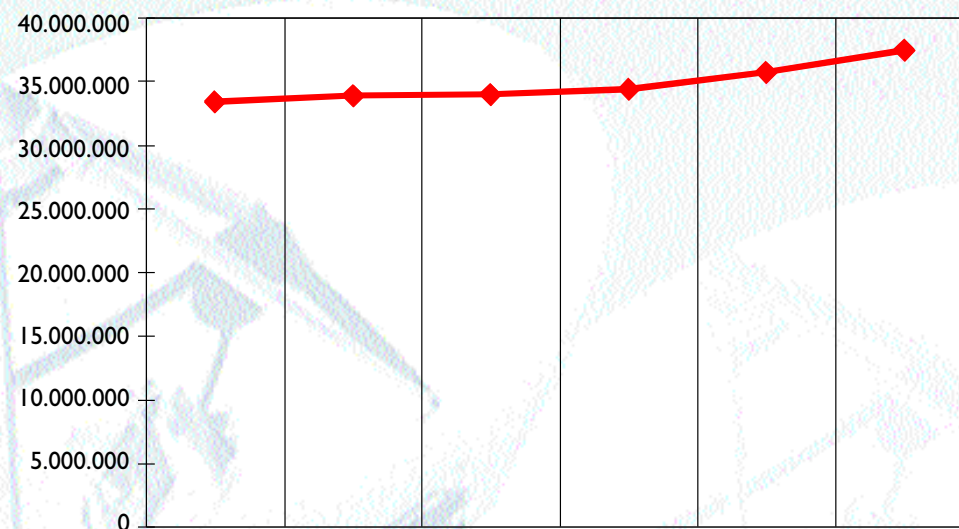
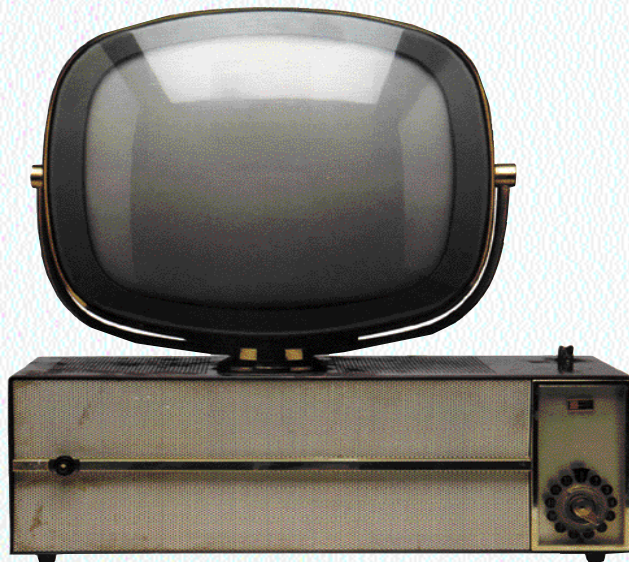
Più di un terzo degli italiani non ha nessuna scolarità oppure una scolarità elementare; questa percentuale comprende anche le persone di età inferiore ai 15 anni, che, come osservato nel grafico a pag. 9 sono il 12.2%.

Ciò significa che più del 20% della popolazione, pur avendo raggiunto l'età corrispondente, non è in possesso del diploma di licenza media inferiore.

Anche questo è un parametro importante nell'analisi dei dati di ascolto, in quanto correlato con le preferenze televisive in termini di contenuti e linguaggi.

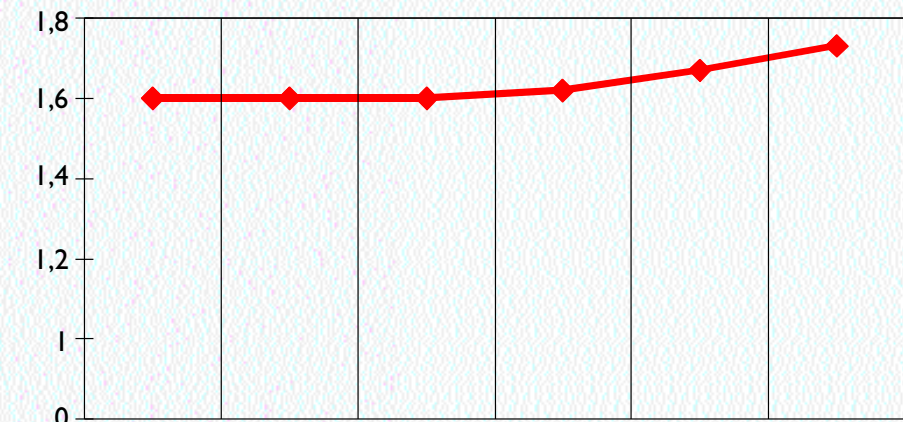
La dotazione di base

Immagini in movimento



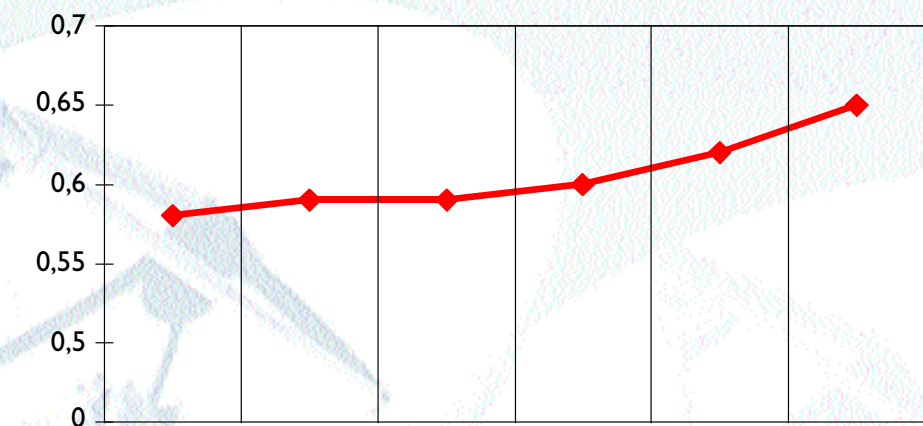
Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Numero televisori	33.400.000	33.896.000	33.909.436	34.393.927	35.686.013	37.422.808

Il parco televisori è cresciuto nel quinquennio considerato del 12%.



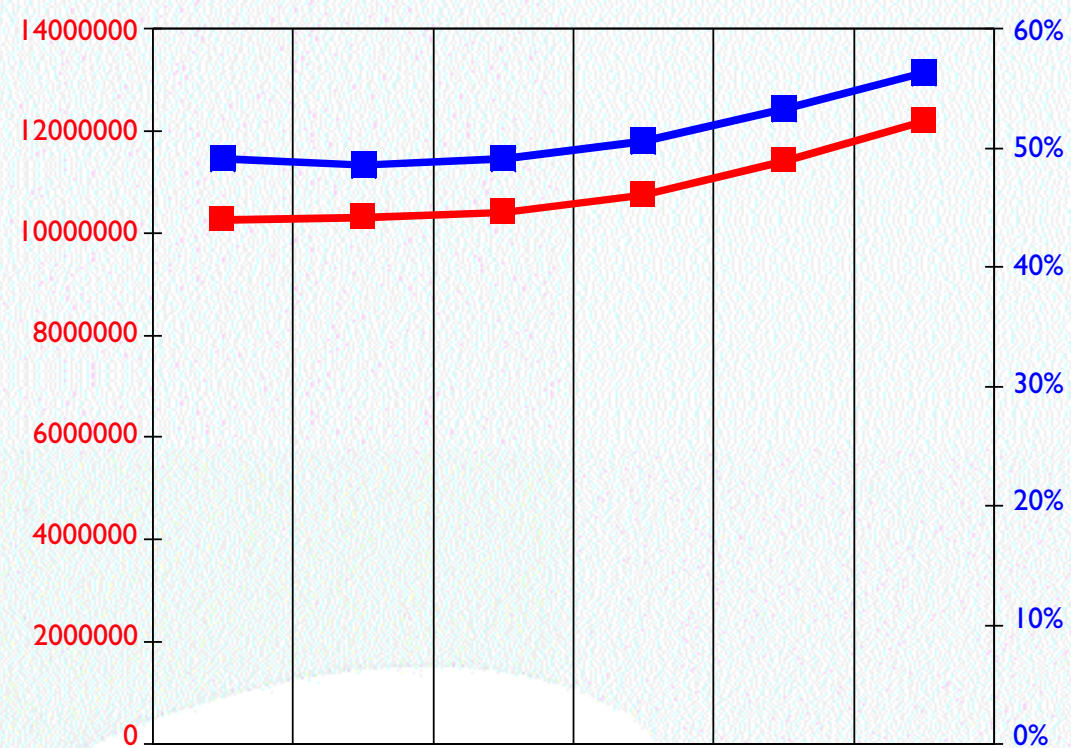
Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Numero televisori per famiglia	1.60	1.60	1.60	1.62	1.67	1.73

Alla fine del 2002 gli apparecchi televisivi erano 37.422.808, pari ad 1.73 per famiglia.



Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Rapporto n.TV / n. componenti	0.58	0.59	0.59	0.60	0.62	0.65

In rapporto agli individui presenti in famiglia, la disponibilità di apparecchi televisivi è cresciuta e oggi il rapporto è approssimativamente di 2 televisori ogni 3 persone. Questo fattore spiega la maggiore individualizzazione dei comportamenti di ascolto che è possibile osservare nel corso degli ultimi anni analizzando i dati Auditel.



	1997	1998	1999	2000	2001	2002
N. famiglie con più di una TV	10.242.441	10.288.539	10.378.122	10.715.011	11.390.237	12.168.476
%	49.0%	48.5%	49.0%	50.5%	53.2%	56.2%

In corrispondenza con l'incremento del parco, è aumentata anche la percentuale di nuclei familiari con più di un televisore, che oggi supera nettamente la metà delle famiglie italiane.

N.TV per luogo dell'appartamento	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Soggiorno (senza cucina)	29.9%	26.5%	25.7%	25.4%	24.9%	23.3%
Salotto TV	15.7%	17.6%	18.8%	18.1%	19.7%	19.2%
Cucina	30.9%	31.9%	32.4%	32.3%	30.9%	31.0%
Camera da letto adulti	14.0%	14.3%	14.0%	14.8%	14.8%	16.3%
Camera dei ragazzi	7.0%	6.8%	6.9%	7.2%	7.8%	8.0%
Studio	0.7%	0.8%	0.6%	0.8%	0.8%	0.8%
Altra stanza	1.8%	2.0%	1.6%	1.5%	1.1%	1.4%

Il locale in cui l'apparecchio televisivo è maggiormente presente rimane il salotto o soggiorno, ma con una lieve diminuzione rispetto al 1997 (complessivamente 42.5% nel 2002 rispetto a 45.6% nel 1997); anche in quasi un terzo delle cucine italiane è presente un televisore. Per il resto si può osservare una relativa stabilità della distribuzione degli apparecchi nelle case, con un lievissimo incremento nelle camere dei ragazzi.



Fermo immagine



Numero di TV	Numero di componenti				
	1	2	3	4	5 e piu'
0	3.6%	1.5%	0.4%	0.4%	0.6%
1	65.7%	46.4%	32.4%	26.1%	30.3%
2	28.1%	42.4%	49.1%	49.0%	41.2%
3	2.6%	8.7%	14.6%	18.3%	8.4%
4 e piu'	0.1%	1.1%	3.6%	6.2%	9.4%
Media	1.30	1.62	1.89	2.05	2.09

Vi è un'attesa correlazione fra il numero di televisori presenti in famiglia e il numero di componenti familiari (le percentuali sono riferite alle colonne della tabella), anche se, quando questi raggiungono e superano il valore di 3, la distribuzione del numero di televisori rimane sostanzialmente invariata e la curva del valore medio si appiattisce.

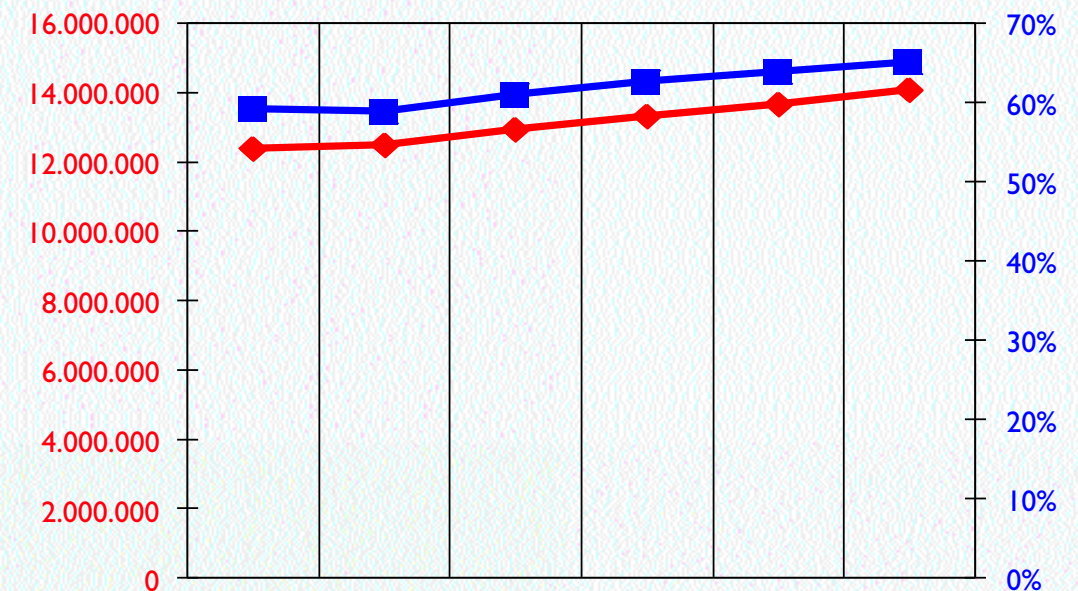
Va osservato che anche un discreto numero di monocomponenti ha più di un apparecchio televisivo, evidentemente collocati in locali differenti.

Numero di TV	Area geografica				
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole
0	1.6%	0.6%	2.6%	1.1%	1.1%
1	42.2%	40.3%	35.6%	44.4%	54.1%
2	43.5%	44.7%	44.4%	39.2%	33.3%
3	10.4%	11.1%	13.4%	12.0%	8.5%
4 e piu'	2.3%	3.2%	3.9%	3.2%	3.1%
Media	1.70	1.77	1.81	1.72	1.59

Il numero medio e la distribuzione di televisori per area geografica non differiscono in modo sostanziale, con un massimo in corrispondenza del centro Italia e un minimo nelle isole.

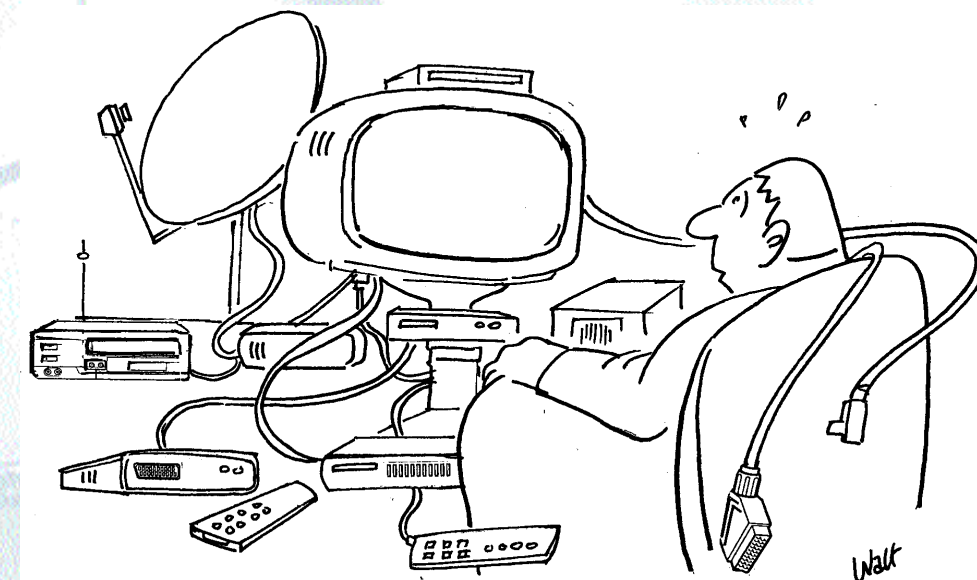
La dotazione allargata

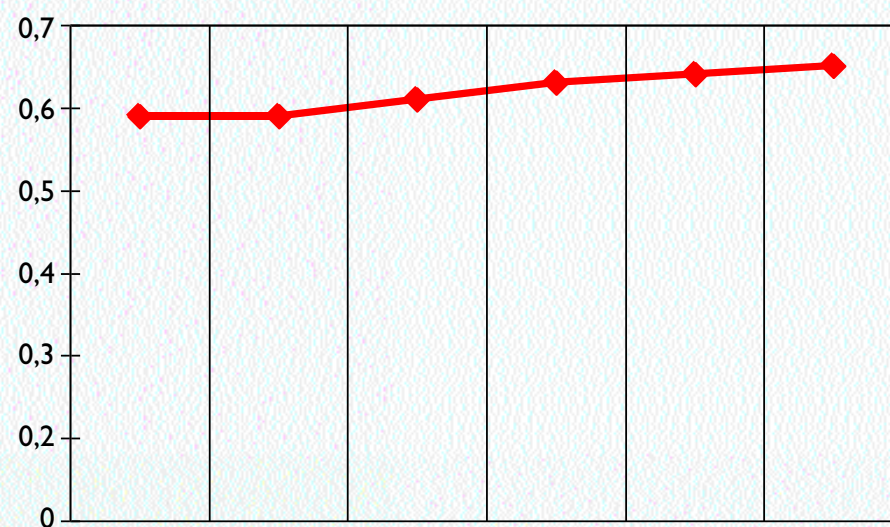
Immagini in movimento



Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
N.famiglie con videoregistratore	12.347.933	12.456.799	12.911.175	13.285.424	13.655.850	14.067.065
%	59.1%	58.8%	60.9%	62.6%	63.8%	65.0%

La penetrazione del videoregistratore è progressivamente aumentata, raggiungendo una percentuale di famiglie del 65% nel 2002.





Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Rapporto VCR / TV	0.59	0.59	0.61	0.63	0.64	0.65

Aumentano pertanto anche i televisori collegati ad un videoregistratore; nel 2002 il rapporto fra numero di videoregistratori e numero di televisori ha raggiunto il valore di 0.65 (due videoregistratori ogni 3 televisori).

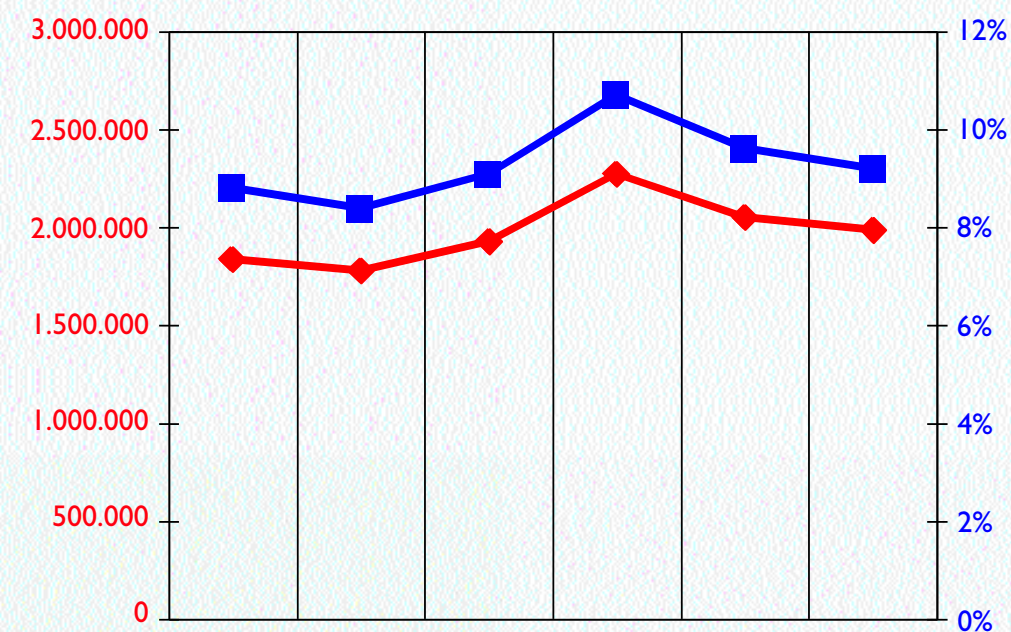
Auditel rileva l'ascolto dei canali televisivi attraverso il tuner del videoregistratore e misura anche il volume di utilizzo del videoregistratore in funzione play.

E' probabile che un certo appiattimento della curva di penetrazione del videoregistratore nel corso degli ultimi anni sia da mettere in relazione con l'ingresso sul mercato dei lettori DVD.

Anno	2000	2001	2002
N. famiglie con home theater	1.2%	1.4%	1.8%
N. famiglie con DVD	2.4%	2.9%	3.9%
N. famiglie con videocamere	13.4%	4.1%	13.9%
N. famiglie con schede TV per computer	1.0%	1.2%	1.2%

Il lettore DVD infatti è oggi presente nel 3.9% delle famiglie; in particolare nel corso dell'ultimo anno ha conosciuto un incremento pari ad un punto percentuale.

Più stentata è la crescita dell'home theater e delle schede che consentono di guardare la televisione attraverso il personal computer.



Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
N. seconde case con televisore	1.840.728	1.780.854	1.927.604	2.271.800	2.049.868	1.989.094
%	8.8%	8.4%	9.1%	10.7%	9.6%	9.2%

L'ascolto del televisore fuori dall'abitazione principale non è molto diffuso in Italia e l'occasione principale è rappresentata dalla disponibilità del televisore nella seconda casa.

La percentuale di famiglie in possesso di seconda casa e con dotazione di televisore (fisso o portato dall'abitazione principale) è attualmente del 9.2%.

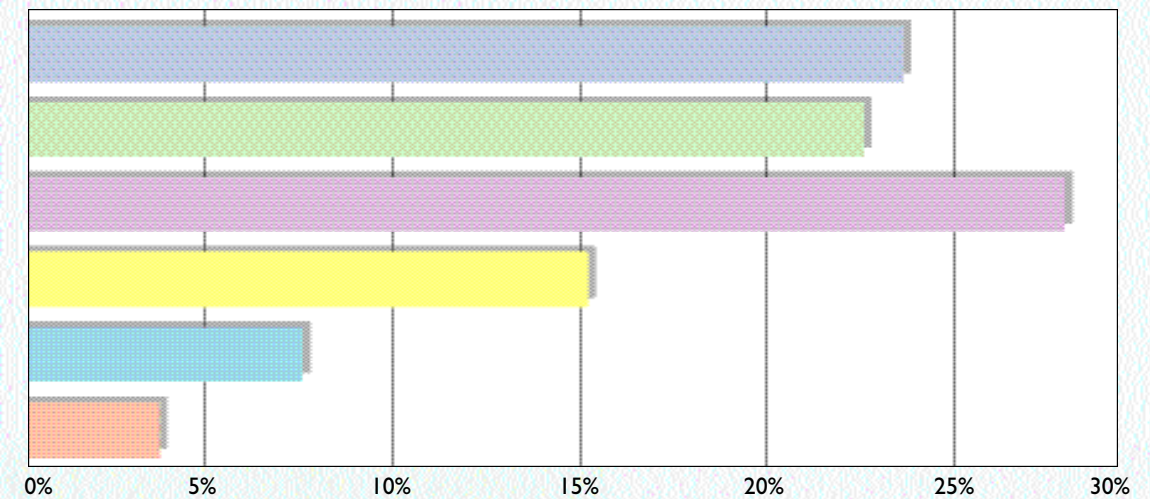
E' probabile che la maggiore incertezza che ha caratterizzato la congiuntura economica in questi ultimi anni abbia causato una lieve contrazione nell'utilizzo delle seconde case a partire dal 2001 (ricordiamo che la definizione adottata include non solo le case di proprietà, ma tutte le abitazioni disponibili in via continuativa, ad esempio in affitto o in prestito).

Fermo immagine



Incrocio n.VCR / n.TV	Numero videoregistratori			
	0	1	2	3 o piu'
Numero televisori				
0	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
1	51.6%	48.3%	0.2%	0.0%
2	25.2%	68.4%	6.3%	0.1%
3	9.1%	68.3%	0.2%	2.4%
4 e piu'	5.6%	53.8%	31.1%	9.5%

La tabella precedente riporta, per ogni classe di presenza di televisori, la percentuale delle classi di presenza dei videoregistratori (le percentuali vanno lette in orizzontale). Vi è un'attesa correlazione fra il numero di televisori e il numero di videoregistratori presenti in famiglia, anche se, pure nelle case caratterizzate dalla presenza di un numero elevato di apparecchi televisivi, i videoregistratori sono, nella maggior parte dei casi, non più di due.



Motivo utilizzo VCR ultimo mese

Registrare programmi da tv 23.6%

Rivedere cassette registrate da tv 22.5%

Vedere cassette comprate 27.9%

Vedere cassette noleggiate 15.2%

Vedere cassette prestate 7.6%

Vedere cassette registrate da telecamera 3.8% Non sa/nr 0.1%

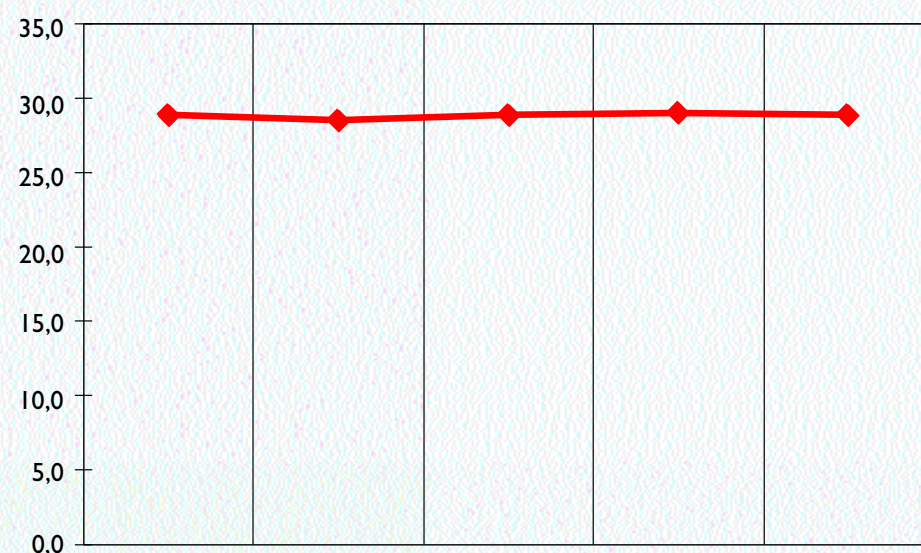
La visione di cassette comprate, noleggiate o prestate rappresenta la principale modalità di utilizzo del videoregistratore, superando in complesso di poco la metà delle risposte.

Abbiamo osservato come il lettore DVD costituisca in questo momento l'apparecchiatura collegata al televisore che presenta l'andamento più dinamico (escludendo naturalmente il decoder digitale a cui sarà dedicata l'ultima sezione di questo volume) e che potenzialmente è in grado di influenzare maggiormente i modelli di fruizione del mezzo.

La presenza del lettore DVD, del 3.9% a livello nazionale, conosce una maggiore diffusione nelle famiglie con età del capofamiglia inferiore a 45 anni (7.5%), nelle famiglie di livello socio-economico superiore (13.5%), presso i dirigenti, i liberi professionisti, gli imprenditori (11.2%). E' inoltre correlata in modo positivo con la presenza di apparecchiature televisive di pregio (televisori al plasma, schermi wide screen, schermi superiori ai 29 pollici).

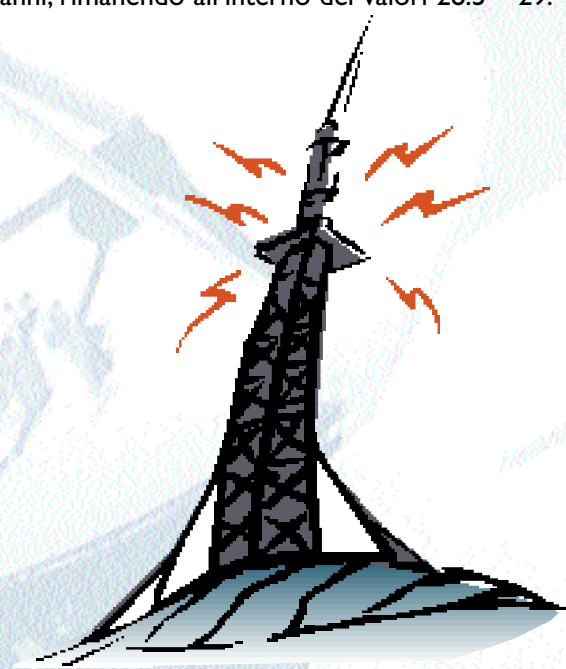
La ricezione

Immagini in movimento

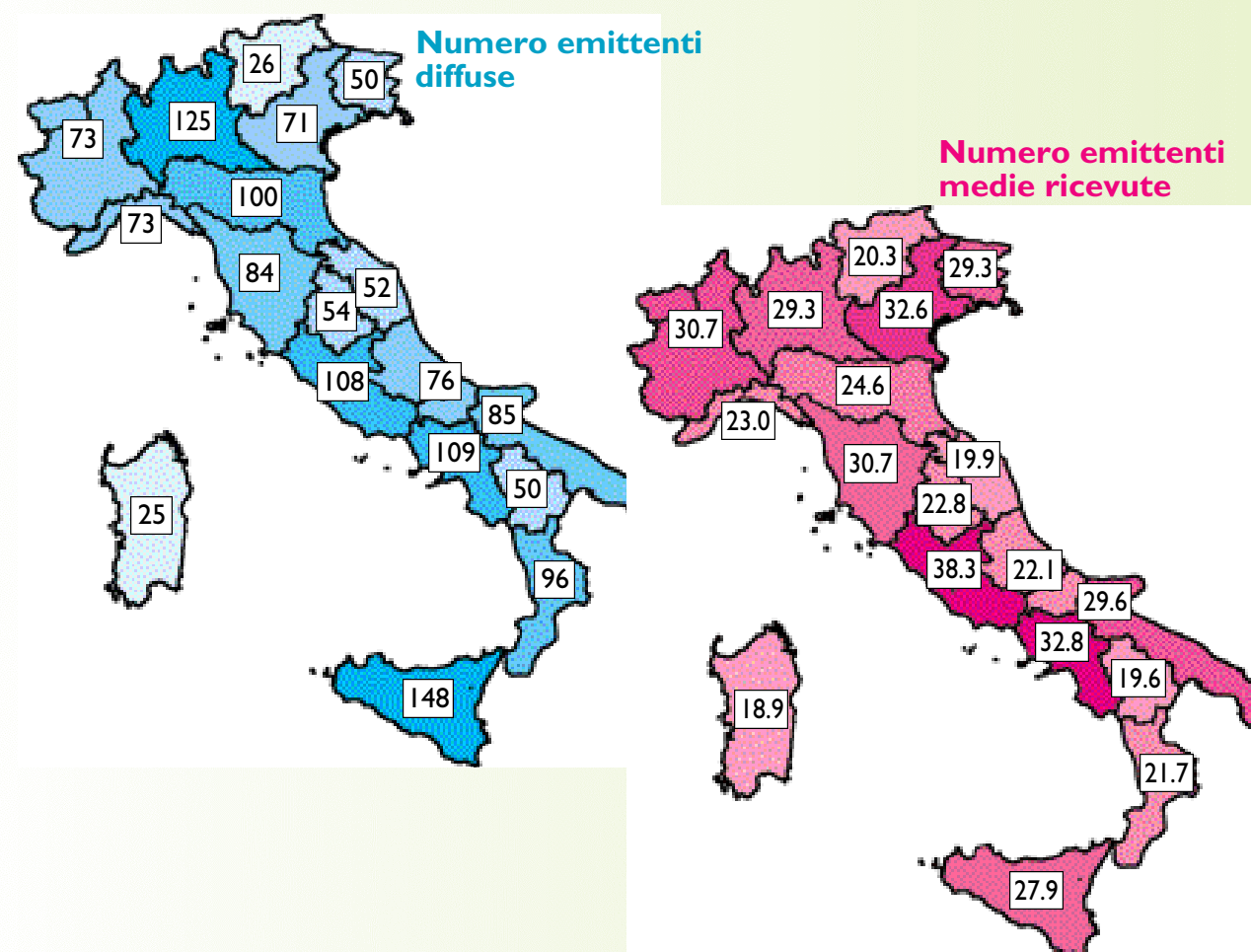


Anno	1998	1999	2000	2001	2002
Emittenti ricevute	28.8	28.5	28.8	29.0	28.8

Il numero medio di emittenti ricevute per famiglia non è variato in modo significativo nel corso degli ultimi 5 anni, rimanendo all'interno dei valori 28.5 – 29.



Fermo immagine



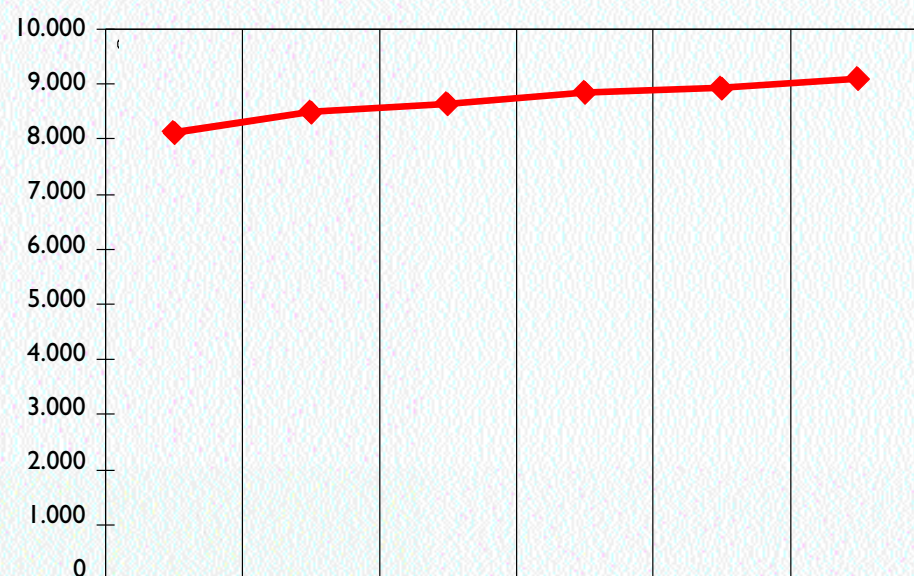
La ricerca di base Auditel consente di conoscere in modo capillare la diffusione delle emittenti regionali e locali, in quanto viene effettuata, nel corso dell'intervista, una accurata ricognizione sui televisori presenti nelle case degli intervistati.

Si può osservare una discreta correlazione fra il numero di emittenti disponibili all'interno di una determinata regione e il numero di emittenti che possono essere mediamente ricevute dalle famiglie presenti.

Tale relazione non è però così diretta: si può dire che la limitazione dell'offerta comporta una limitazione della ricezione (vedi ad esempio Trentino e Sardegna), ma, al contrario, una forte diversificazione dell'offerta non genera necessariamente un corrispondente andamento nella ricezione, come è il caso della Sicilia, di gran lunga la prima regione in termini di emittenti diffuse, ma leggermente al di sotto della media nazionale (che è pari a 28.8 stazioni) per quanto riguarda la ricezione.

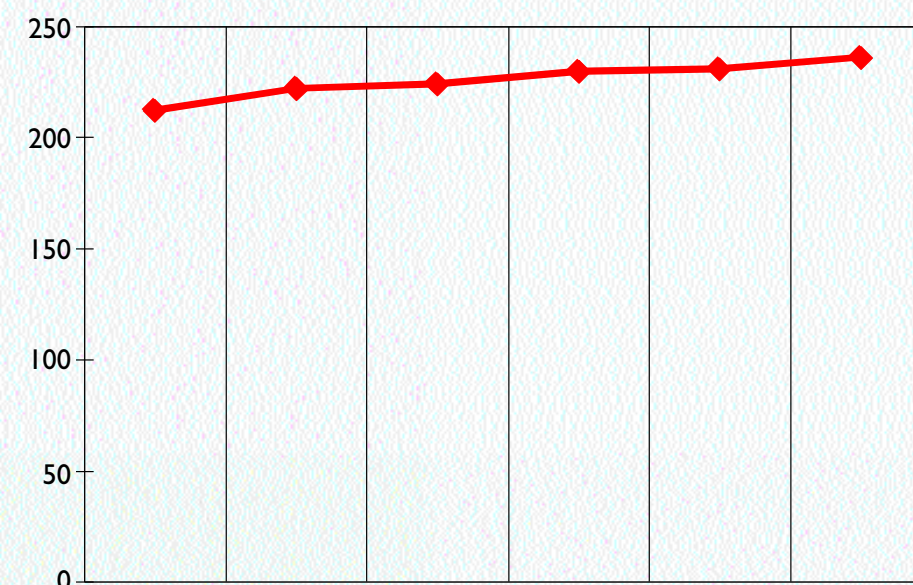
L'offerta e la domanda

Immagini in movimento



Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ascolti medi intera giornata	8113	8494	8630	8848	8915	9095

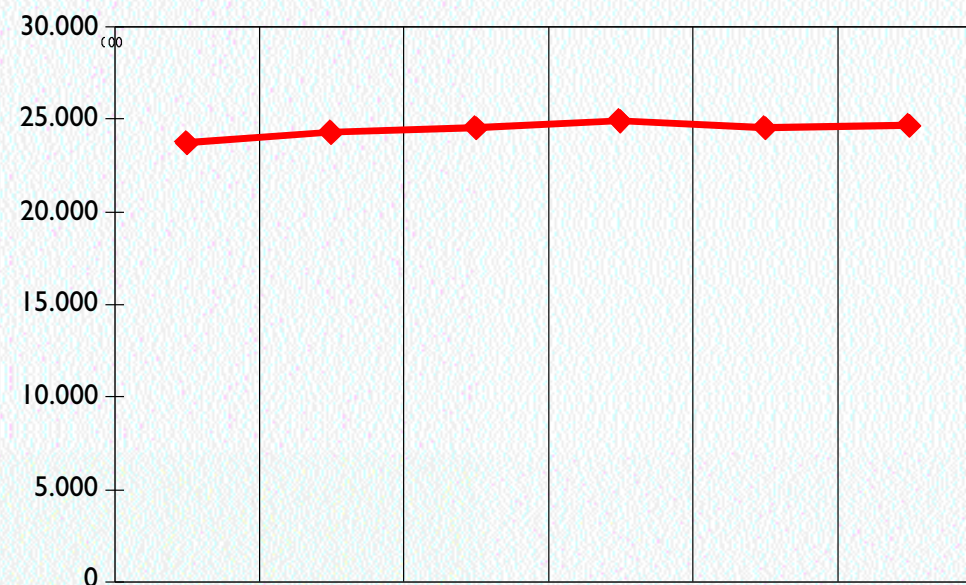
Gli ascolti medi (calcolati come numero medio di telespettatori davanti al teleschermo in ciascun minuto della giornata) sono risultati in costante crescita dal 1997 al 2002, con un incremento nel periodo considerato del 12.1%.



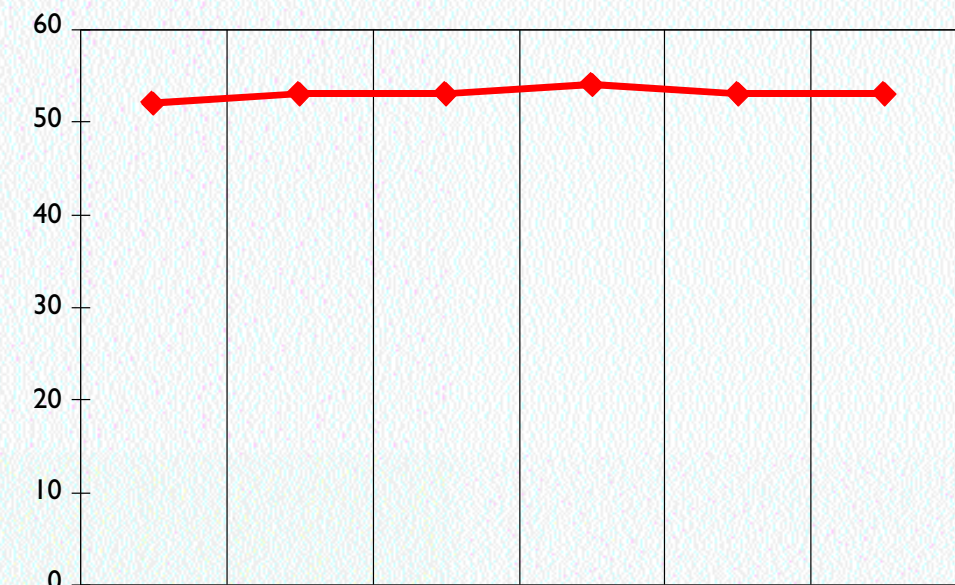
Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Minuti visti intera giornata	212	222	224	230	231	236

L'andamento della curva dei minuti medi visti presenta una tendenza analoga (non esattamente uguale, in quanto influenzata dalle variazioni nella popolazione rappresentata): nel 2002 la televisione è stata vista in media 24 minuti in più rispetto al 1997.

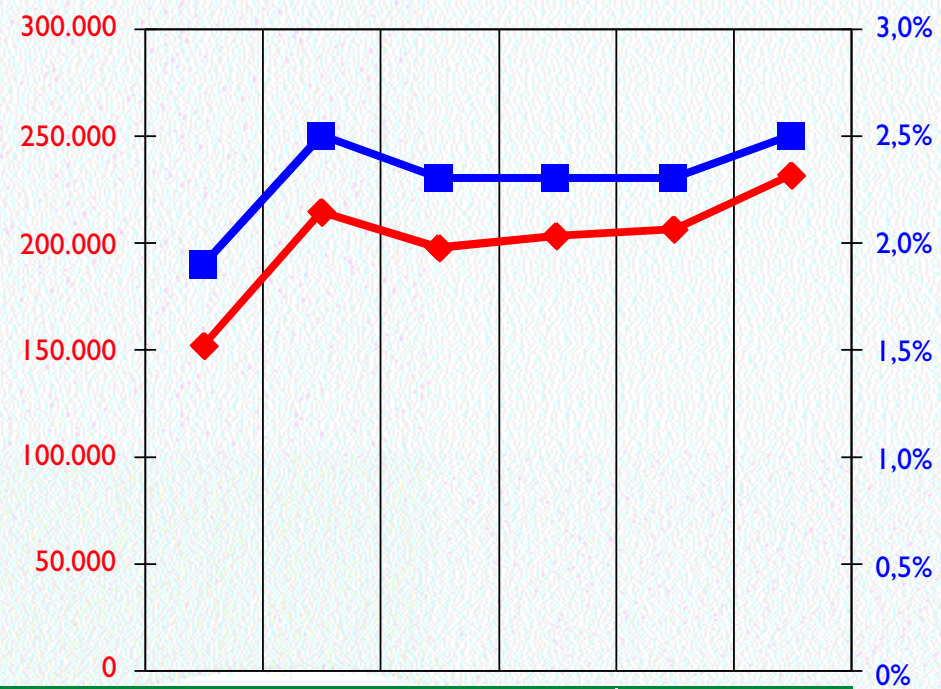
Oggi l'ascolto medio per individuo si sta avvicinando alle 4 ore, segno tangibile dell'importanza che ha il mezzo televisivo nella nostra società e della sua centralità per il tempo libero degli italiani, per la sua capacità di informare, di divertire, e, a seconda della tipologia dei programmi, di formare e di innalzare il livello culturale di chi la guarda.



Anche gli ascolti medi nel prime time sono cresciuti nel periodo considerato, ma in misura inferiore (+4.1%).

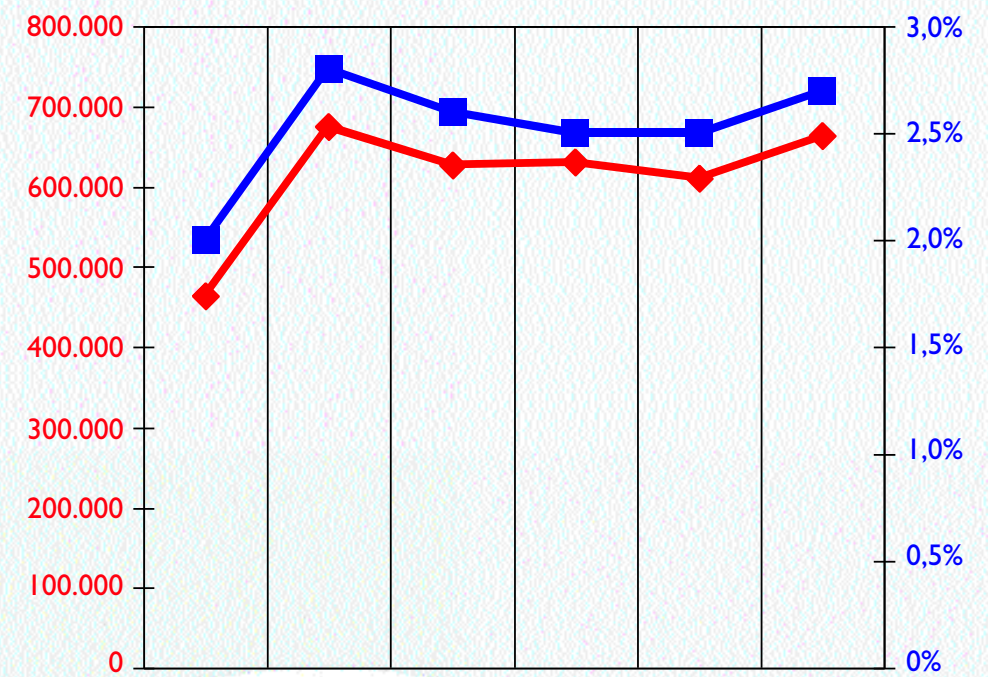


Tale incremento è però quasi interamente derivato dalla variazione positiva nella popolazione rappresentata; infatti il numero di minuti visti rimane quasi invariato nel periodo. Possiamo dunque dedurre che l'incremento degli ascolti registrato per l'intera giornata è stato quasi interamente determinato dalla crescita degli ascolti nelle fasce orarie al di fuori del prime time.



Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ascolto medio ospiti intera giornata	151,893	214,192	197,411	203,071	206,479	231,224
Ascolto medio ospiti intera giornata in % del totale	1.9%	2.5%	2.3%	2.3%	2.3%	2.5%

All'interno del volume totale degli ascolti è in aumento la quota parte di competenza degli ospiti, che è passata dall'1.9% nel 1997 al 2.5% nel 2002 per l'intera giornata.



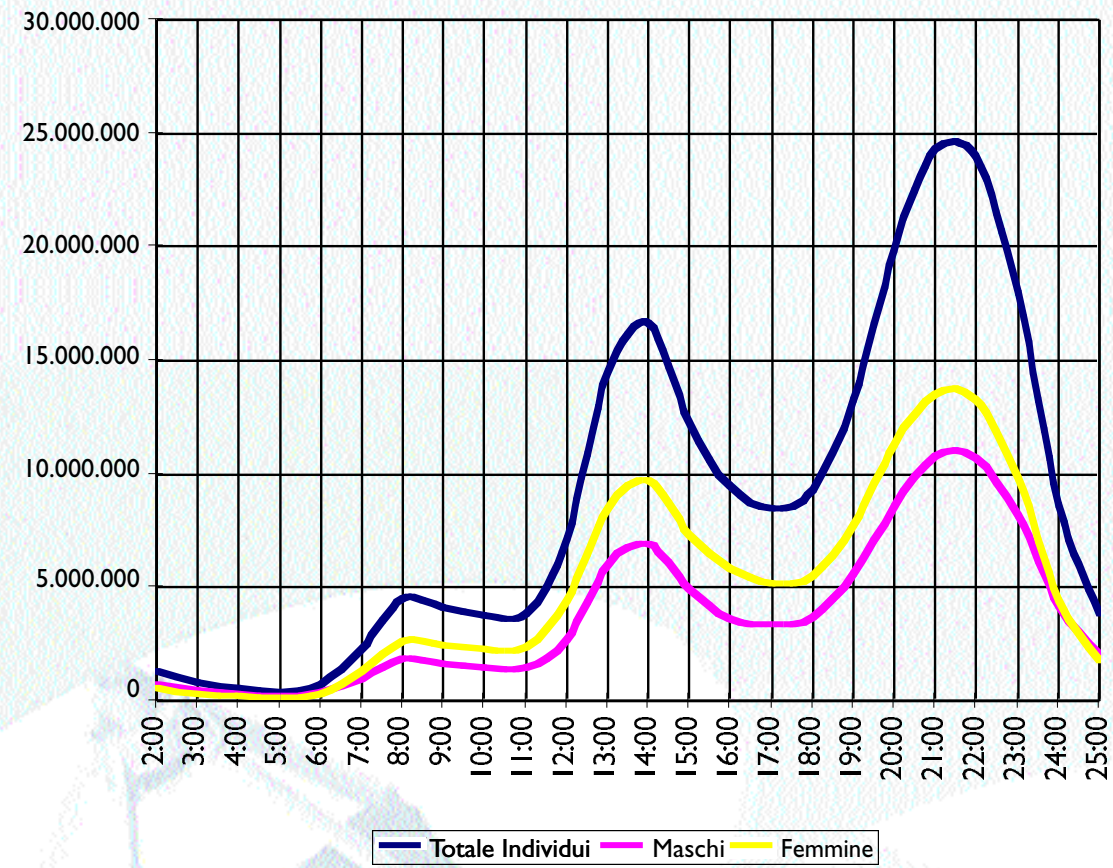
Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ascolto medio ospiti prime time	464,155	674,894	627,834	630,982	610,620	663,523
Ascolto medio ospiti						

Nel prime time la presenza di ospiti davanti al teleschermo è superiore rispetto alla media giornaliera ed anche in questo caso risulta in aumento dal 2% del 1997 al 2.7% del 2002.

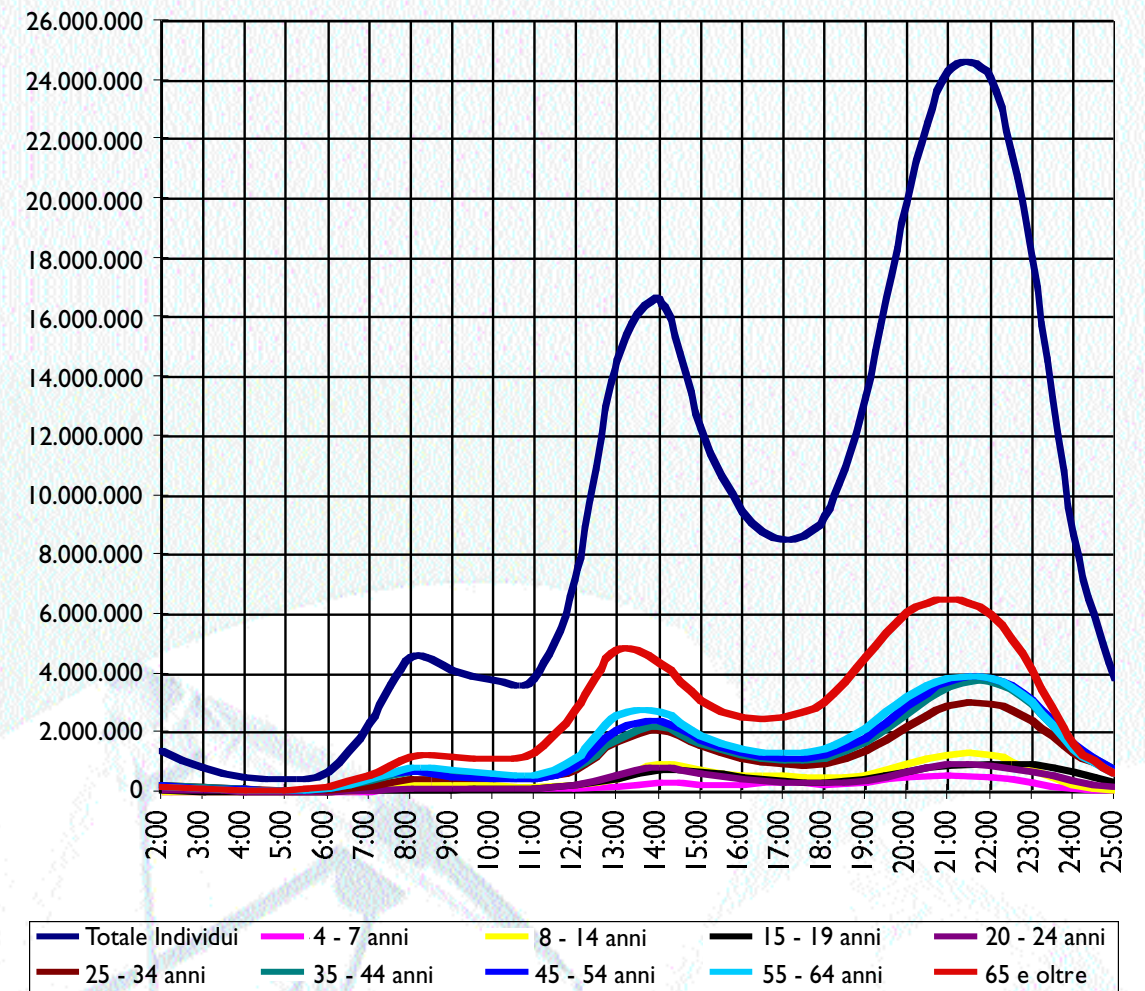
Fermo immagine

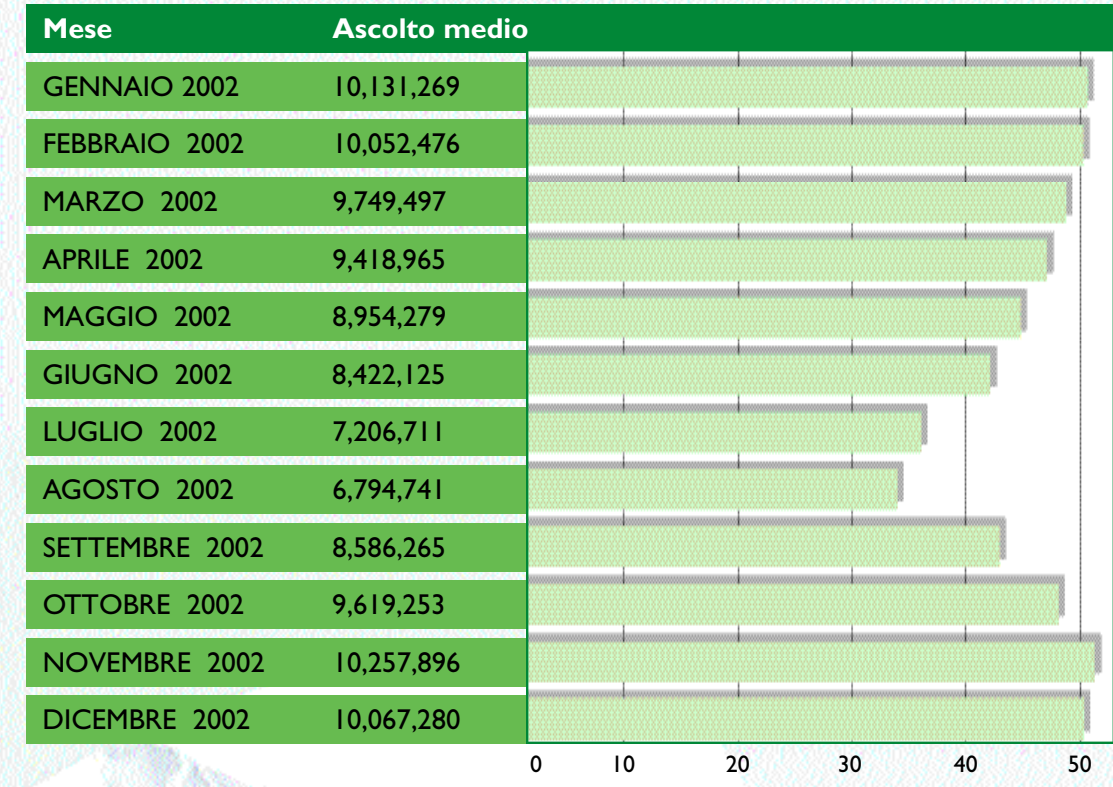
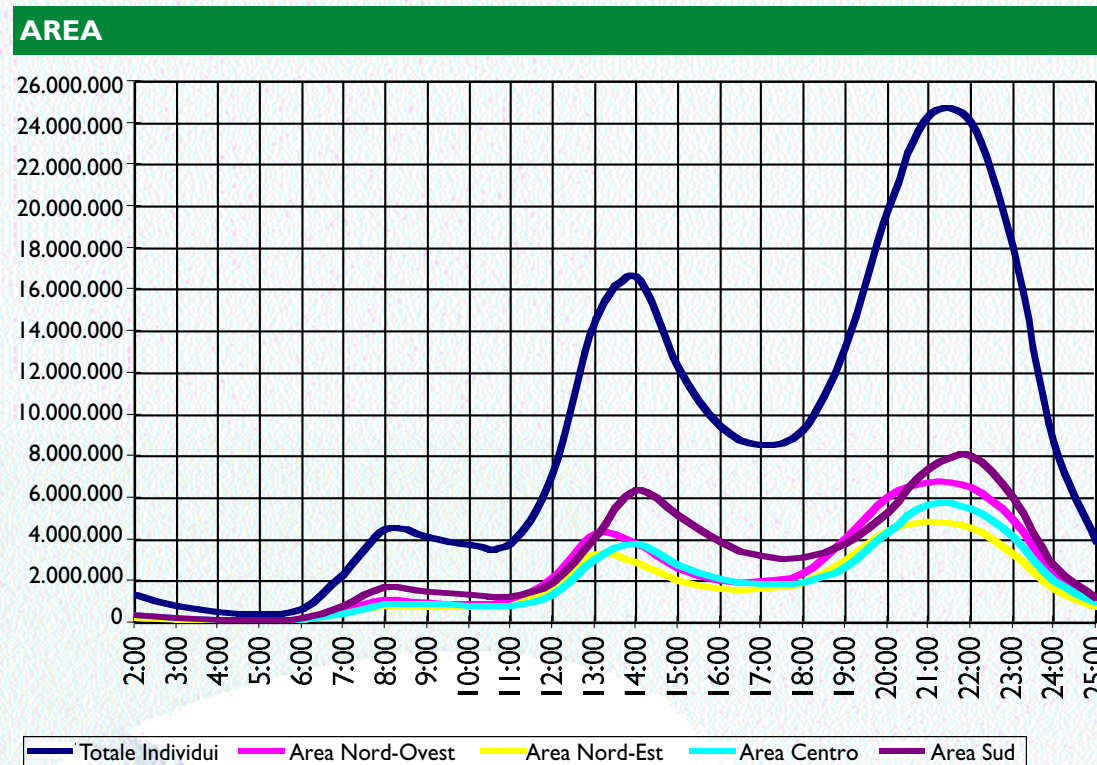


SESSO



ETA'





	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Ascolti medi intera giornata	9087	9043	8954	8940	8831	8859	9954
Minuti visti intera giornata	235	234	232	232	229	229	258

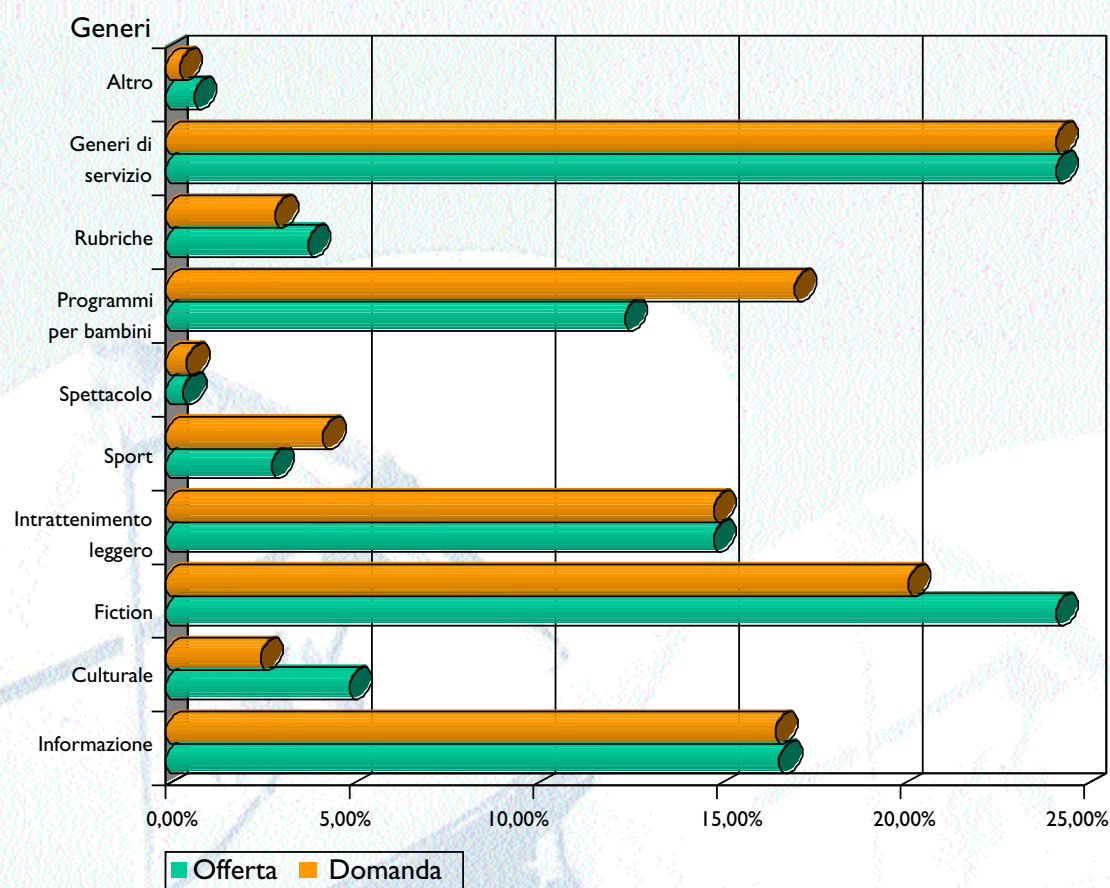
Domenica è la giornata in cui si registrano i maggiori ascolti, con 4 ore e 18 minuti in media sull'anno. Nel corso del resto della settimana si osservano variazioni relativamente marginali, con lunedì e martedì leggermente superiori rispetto alle altre giornate.

La stagionalità degli ascolti televisivi è in stretta relazione con la disponibilità di tempo libero e con l'intensità dell'offerta. I picchi di ascolto si verificano nel periodo compreso fra novembre e febbraio, mentre luglio e agosto registrano i valori di ascolto medio più bassi.



	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Ascolti medi prime time	26035	25860	25713	25021	24387	22366	23352
Minuti visti prime time	56	56	55	54	53	48	50

L'andamento degli ascolti medi nel prime time è significativamente diverso da quello osservato per l'intera giornata, con livelli minimi in corrispondenza del sabato e della domenica. Le serate che riescono a coinvolgere un volume maggiore di pubblico televisivo sono quelle del lunedì e del martedì.



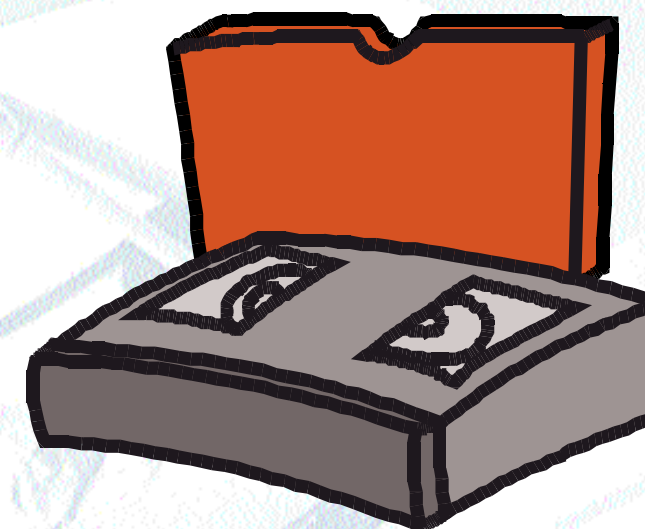
Il confronto fra offerta e domanda per generi è stato effettuato limitatamente alle 7 emittenti di cui viene rilevato il palinsesto e, di conseguenza, la tipologia di trasmissione. La percentuale di offerta si riferisce al tempo di emissione dedicato a ciascun genere televisivo, mentre la percentuale di domanda è rappresentata dal volume di ascolti all'interno di ciascun genere.

VCR	Anno	2001	2002
	% play videoregistratore	1.84%	1.86%

L'ascolto differito dei programmi attraverso il videoregistratore assume un ruolo ancora marginale in Italia.

In effetti, la percentuale di utilizzo del videoregistratore in funzione "play" in rapporto all'ascolto complessivo del mezzo televisivo risulta inferiore al 2% ed è sostanzialmente stabile negli ultimi due anni.

Va ricordato inoltre che la funzione "play" comprende, oltre all'ascolto differito, anche la visione di videocassette acquistate, noleggiate o prestate e pertanto il peso dell'ascolto differito vero e proprio è significativamente inferiore alla percentuale riportata nel grafico.



Nuove forme di intrattenimento e di comunicazione

Immagini in movimento



Il personal computer, Internet e il telefono cellulare hanno conosciuto, con dimensioni diverse un picco di crescita negli anni fra il 1999 e il 2001.

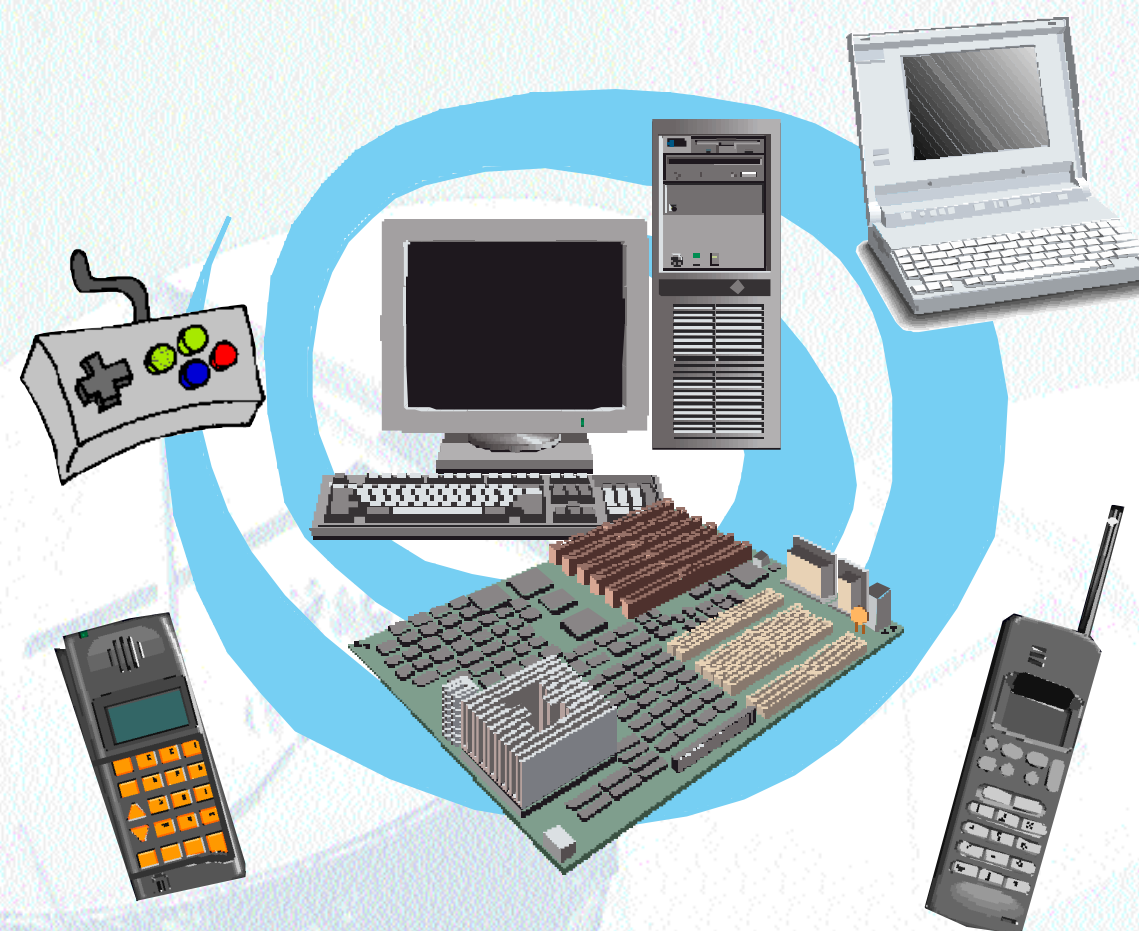
La curva di penetrazione della console per videogiochi comincia in questi ultimi anni ad appiattirsi, mentre si affaccia, per il momento nell'ambito ristretto degli early adopters, il collegamento veloce alla rete (che raggruppa nella nostra definizione le linee ISDN, ADSL e la fibra ottica).

Anno	1997	1998	1999	2000	2001	2002
% famiglie con PC	15.6%	19.2%	20.3%	25.9%	31.8%	36.7%
% famiglie con internet	1.7%	3.2%	6.7%	15.5%	22.6%	27.6%
% famiglie con console videogiochi	6.4%	7.2%	7.6%	11.1%	11.5%	11.0%
% famiglie con cellulare	23.8%	40.2%	58.1%	66.5%	70.7%	75.0%
% famiglie con collegamento veloce alla rete	/	/	/	0.9%	2.3%	3.0%

Fermo immagine

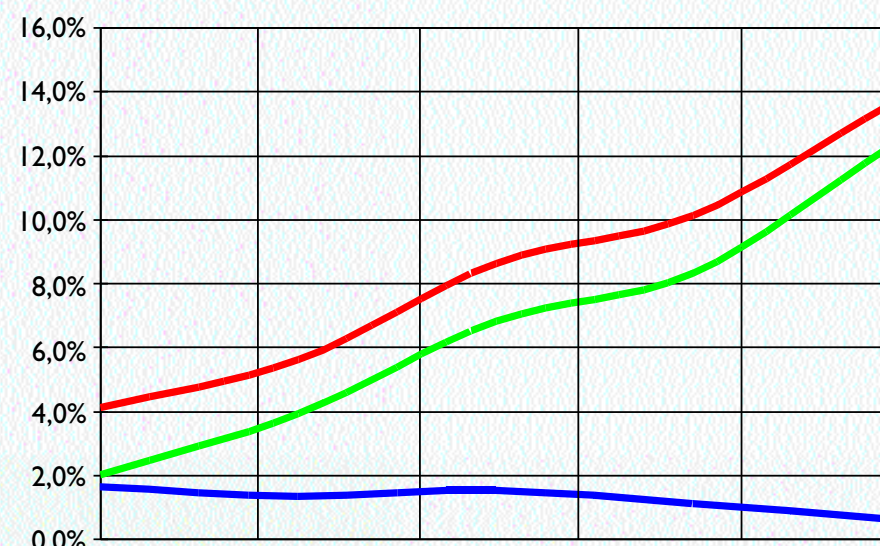


La penetrazione di tutte queste forme di comunicazione e di intrattenimento tende ad essere maggiormente concentrata nelle famiglie con un elevato numero di componenti (e quindi con presenza di figli), nelle famiglie giovani-adulte, in quelle di livello socio-economico superiore, dove sono presenti dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, impiegati, insegnanti, studenti, diplomati e laureati.



Satellite e TV digitale

Immagini in movimento



	1998	1999	2000	2001	2002
SATELLITE	4.1	5.6	8.6	10.1	13.6
ANALOGICO	1.6	1.3	1.5	1.1	0.6
DIGITALE	2.0	3.9	6.8	8.3	12.3

Nota: la somma di analogico e digitale non è uguale al totale satellite, in quanto una parte degli intervistati non è stata in grado di rispondere alla domanda.

La penetrazione del satellite in Italia ha avuto una crescita significativamente inferiore a quella della maggior parte degli altri grandi paesi europei, ma è in ogni caso più che triplicata nel corso degli ultimi 4 anni.

Tale incremento è ormai interamente dovuto alla ricezione digitale che sta anche sostituendo la precedente tecnologia analogica presso una parte delle famiglie.

La ricerca di base Auditel consente di ottenere una stima particolarmente corretta della penetrazione delle tecnologie televisive e, in particolare, di quelle satellitari, in quanto viene effettuata su 18.000 famiglie, attraverso interviste domiciliari e, soprattutto, attraverso l'esame visivo da parte dell'intervistatore delle apparecchiature presenti in casa.

Fermo immagine



Mese	Ascolti medi satellite	in % totale ascolti	Contatti netti giornalieri	Penetrazione
GENNAIO 2002	167	1.7%	2111	4327
FEBBRAIO 2002	172	1.7%	2286	4752
MARZO 2002	190	1.9%	2603	5142
APRILE 2002	170	1.8%	2604	5341
MAGGIO 2002	157	1.8%	2566	5345
GIUGNO 2002	139	1.7%	2402	5489
LUGLIO 2002	129	1.8%	2230	5747
AGOSTO 2002	123	1.8%	2133	5157
SETTEMBRE 2002	146	1.7%	2601	5872
OTTOBRE 2002	179	1.9%	2959	6597
NOVEMBRE 2002	210	2.0%	3186	6348
DICEMBRE 2002	206	2.0%	3196	6674
GENNAIO 2003	226	2.2%	3374	7044
FEBBRAIO 2003	230	2.2%	3435	6972
MARZO 2003	232	2.2%	3666	7108
APRILE 2003	228	2.4%	3596	7428

dati in migliaia

Così come la disponibilità di una parabola presso le famiglie italiane, anche gli ascolti delle emittenti satellitari sono in continua crescita e, nel corso dell'ultimo anno e mezzo, da quando Auditel ha iniziato a pubblicarne ufficialmente i risultati, sono incrementati dall'1.7% al 2.4% in proporzione agli ascolti complessivi.

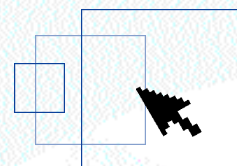
Attualmente l'ascolto medio delle emittenti satellitari è di oltre 200.000 telespettatori nel minuto medio.

La platea televisiva raggiunta dall'offerta satellitare rappresenta inoltre un bacino caratterizzato da una dimensione ormai estremamente significativa, in quanto i contatti medi giornalieri risultano superiori ai 3 milioni e mezzo di spettatori, mentre coloro che si mettono all'ascolto delle emittenti satellitari almeno per un minuto nel mese sfiorano i 7 milioni e mezzo.

Anche questi dati di penetrazione risultano in forte crescita nel corso del periodo considerato, con incrementi di oltre il 70%.



www.auditel.it



Per i "navigatori" della rete il dialogo continua on-line.

Cliccando sull'indirizzo www.auditel.it si può entrare nel sito, tutto nuovo, di Auditel.

Le cinque sezioni principali - scandite dalle domande di base "chi", "come", "cosa", "perché" e da un'area con informazioni sulla distribuzione - consentono una conoscenza generale della ricerca, della sua metodologia, della struttura della Società che la rende possibile.

Agendo sul menu si attivano dei frame che conducono ad altri contenuti, con molti altri ipercollegamenti.

Sulla parte inferiore dell'home page si affacciano le porte che vi condurranno ai principali dati di ascolto giornalieri, all'"abc" per leggerli correttamente e - infine - ad un ricco spazio d'interazione dedicato alle FAQ. Tutte quelle domande frequenti, anche le più indiscrete, che gli utilizzatori vorrebbero rivolgere ad Auditel e che oggi trovano esplicita risposta.