



IPSOS MEDIACELL

Il meter... senza meter applicato alle realtà locali

Nora Schmitz

Group Director Ipsos Media CT



Roma, 28 maggio 2014

MEDIACELL



COS'È MEDIACELL?

È un **sistema elettronico per la misurazione degli ascolti radiofonici (fm, web, sat, dtt, dab)** che, tramite un telefono cellulare che funge da strumento di rilevazione, raccoglie dati statistici su cosa le persone ascoltano, senza dover chiedere queste informazioni in una intervista.

MediaCell è un sistema che unisce in modo del tutto unico:

una tecnica estremamente innovativa ed efficace di encoding



l'adozione del telefono cellulare per la rilevazione dei codici emessi dalle emittenti



COME FUNZIONA MEDIACELL

Nel telefono cellulare del panelista viene installato un piccolissimo **software** (una App chiamata MediaCell) che **rileva dei codici inseriti nell'audio delle emittenti radiofoniche** e invia le informazioni raccolte ai server di Ipsos, che le elabora statisticamente.

Il telefono funziona così da **'terzo orecchio'** del panelista che, per abitudine e quindi senza particolari sforzi, porta sempre con sé lo strumento di rilevazione garantendo un'ottima copertura di tutta la giornata.

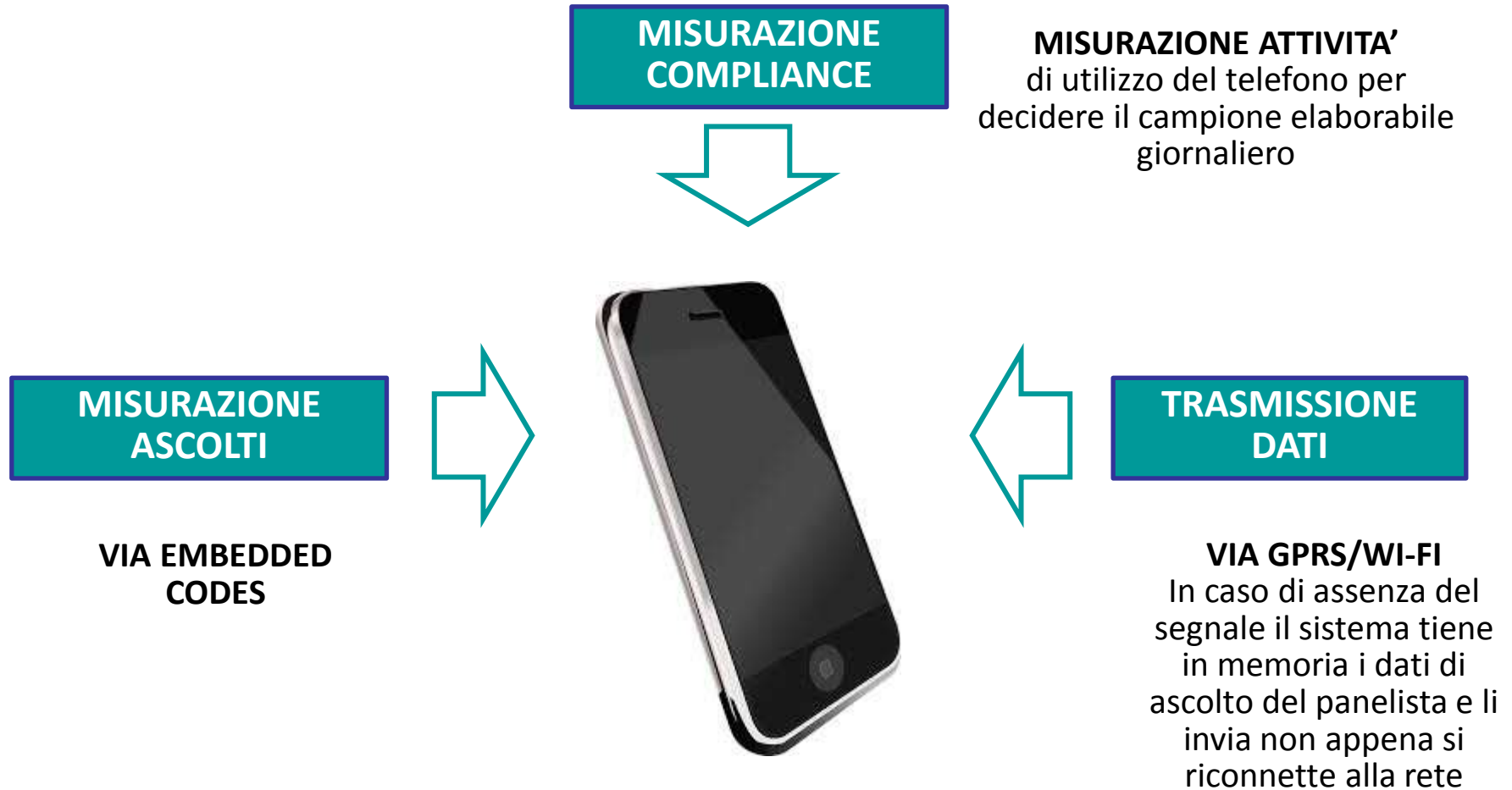
A differenza dei meter per la misurazione passiva dell'audience forniti dal mercato (che sono dispositivi appositi e aggiuntivi), la scelta del telefono cellulare si basa sul presupposto che si tratti di un dispositivo di utilità quotidiana per lo stesso panelista, che quindi lo porterà sempre con sé, non lo presterà e/o non lo abbandonerà mai.

Il telefono cellulare:

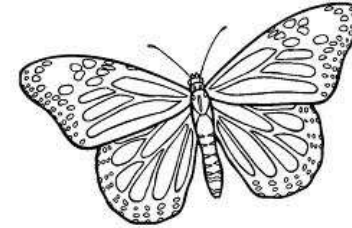
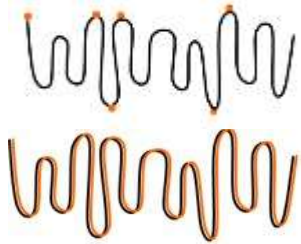
- con sé per abitudine
- una dotazione personale
- di utilità per il soggetto stesso



UNO STRUMENTO (di rilevazione)... ...MOLTE FUNZIONI



L'ENCODING MEDIACELL



Un sistema di codifica che

- **Inserisce il codice in modo continuativo** → adatto a tutti i tipi di contenuti radiofonici, compresi i contenuti strumentali e le radio 'all talk'
- **È compatibile con un ampio range di formati** (MP3, AAC+, WMA, Flash audio, Real Audio), combinati con diversi livelli di compressione (128k, 96k, 64k, 32k e 24k (WMA)) → adatto a tutte le modalità di erogazione/fruizione dei contenuti radiofonici

Il codice MediaCell è molto leggero: in 24bit contiene tutte le informazioni essenziali per il riconoscimento dei contenuti con il livello di dettaglio ormai indispensabile, e cioè:

- **Emittente:** nome dell'emittente e, se necessario, dell'edizione regionale
 - **Consente l'allocazione corretta degli ascolti anche nel caso di trasmissioni in simulcast**, di contenuti a reti unificate o di programmi consortili)
- **Piattaforma (Fm, Web, Dtt, Sat, DAB...):** per comprendere il contributo delle diverse piattaforme all'audience totale, e le sovrapposizioni di ascolto tra piattaforme
- **Time stamp: il momento originale della messa in onda**, in modo da consentire di riallocare correttamente, a fini sia editoriali che pubblicitari, gli ascolti in time shifted

SAT

WEB
streaming live

DTT

FM

PIATTAFORME ENCODATE

DAB

Simulcast
RADIO ON TV
SAT-DTT

Simulcast
RADIO ON TV
WEB

WEB
podcast

LA CODIFICA OFFLINE DEGLI SPLIT ADV DELLE RADIO LOCALI



- L'encoding è disponibile
 - **Tramite Hw** (in real time) per le trasmissioni da regia (segnale 'main')
 - **Tramite Sw** (offline) per la gestione economica degli split provinciali ADV
- Oltre agli encoder hardware, Ipsos ha infatti sviluppato una **soluzione software**, che consente di ridurre il numero di encoder hardware necessari alle emittenti locali
 - la soluzione si basa su un **applicativo software** dove tutti gli spot vengono codificati con il codice della radio prima di essere archiviati nel database degli spot, con una logica molto simile a quella spesso utilizzata per l'inserimento dei tag di audit
 - questo sistema rende possibile, anche per le radio con split locali per l'adv, installare un solo encoder hardware all'uscita dello studio di registrazione, e 'coprire' comunque i contenuti provinciali codificandoli offline



- Per gli split provinciali, con l'encoding è poi sufficiente, sia che il codice sia stato inserito tramite hardware sia che il codice sia stato inserito tramite software, riaggregare le informazioni in elaborazione riconducendole alla corretta emittente

IL PANEL MEDIACELL RADIOMETRICS 2014

un campione molto articolato territorialmente

Il **panel Ipsos MediaCell Radiometrics 2014** si basa su un campione di **4.000** individui 14+ anni che fornisce risultati di ascolto a **15 network nazionali** e **18 radio locali**.

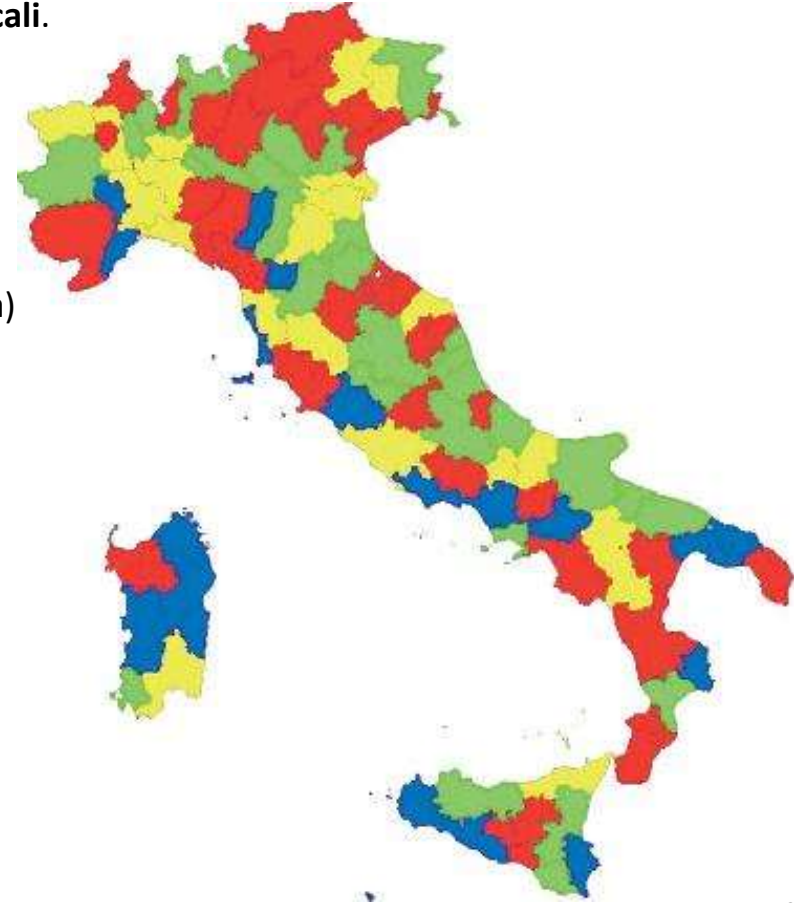
Il campione è **molto articolato territorialmente**

ed è controllato per:

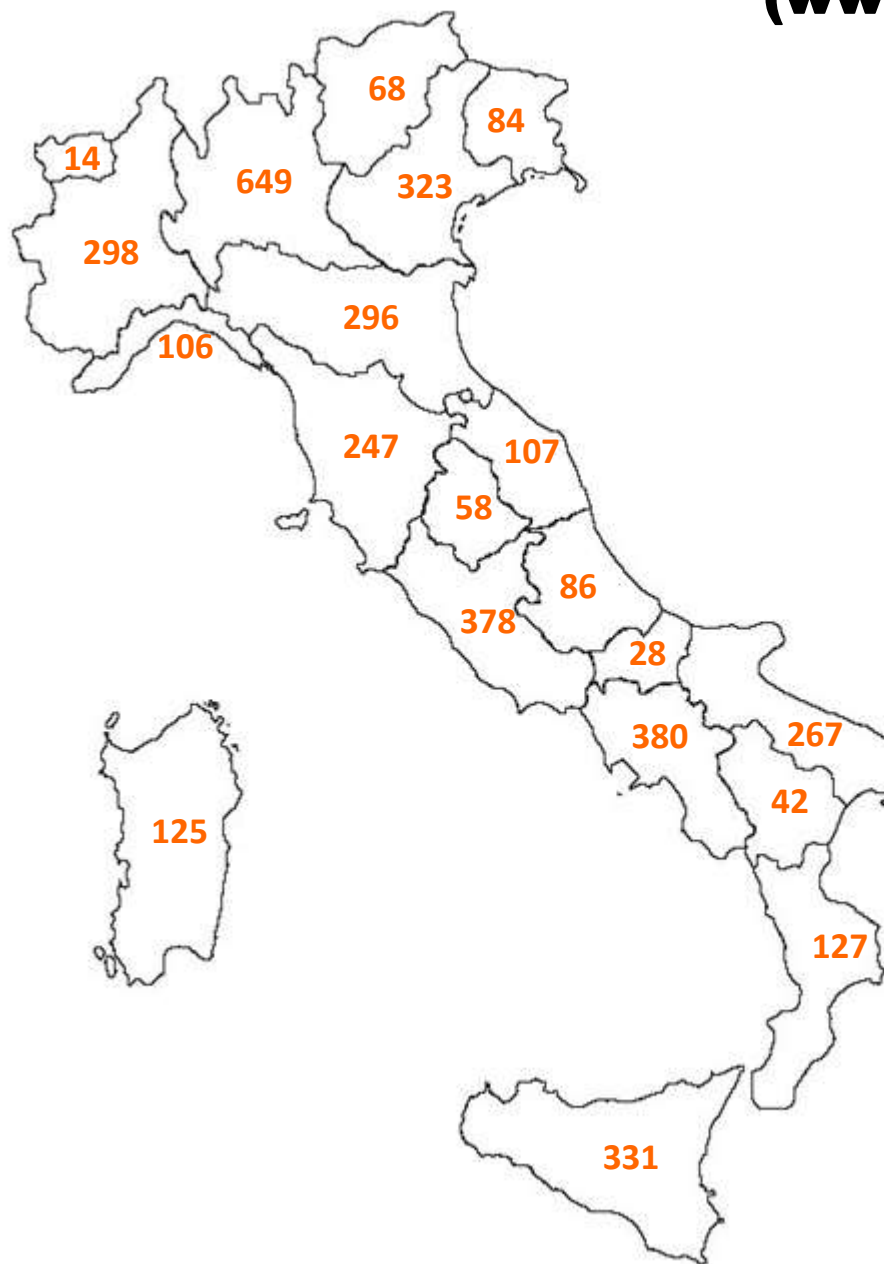
- Regione (20 regioni) * ampiezza centri (4 classi di ampiezza)
- Provincia (110 province) * capoluogo non capoluogo
- Profilo sociodemografico (sesso, età e titolo di studio)

Il ricorso ad uno smartphone come strumento di rilevazione permette di avanzare richieste di collaborazione poco invasive, quindi

- di rappresentare anche i soggetti più giovani ed attivi
- di garantirsi una collaborazione continuativa nel tempo



LA DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE 2014 per regione – distribuzione per Provincia consultabile sulla brochure (www.Ipsos.it)

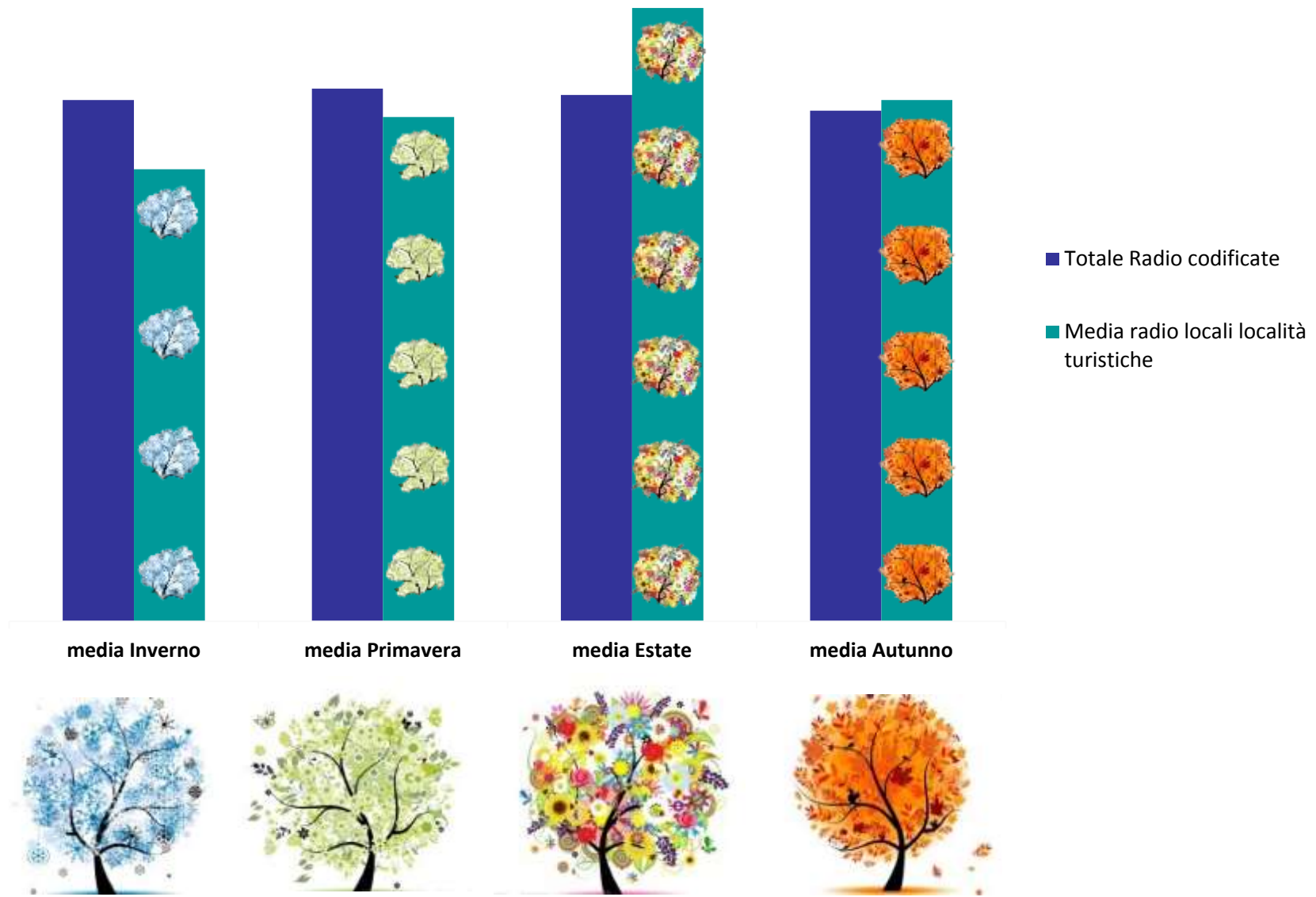


	fino a 10mila	10- 30mila	30- 100mila	oltre 100mila	Totale
NORD OVEST	419	231	191	226	1067
Liguria	28	16	21	41	106
Lombardia	264	159	109	117	649
Piemonte	120	56	54	68	298
Valle d'Aosta	7	-	7	-	14
NORD EST	262	213	105	191	771
Emilia Romagna	72	80	40	104	296
Friuli V. G.	35	14	21	14	84
Trentino	35	7	11	15	68
Veneto	120	112	33	58	323
CENTRO	159	163	197	271	790
Lazio	56	56	76	190	378
Marche	40	21	39	7	107
Toscana	49	72	71	55	247
Umbria	14	14	11	19	58
SUD E ISOLE	390	350	390	256	1386
Abruzzo	36	21	21	8	86
Basilicata	21	7	14	-	42
Calabria	63	24	28	12	127
Campania	88	96	117	79	380
Molise	14	7	7	-	28
Puglia	40	88	88	51	267
Sardegna	56	28	21	20	125
Sicilia	72	79	94	86	1931

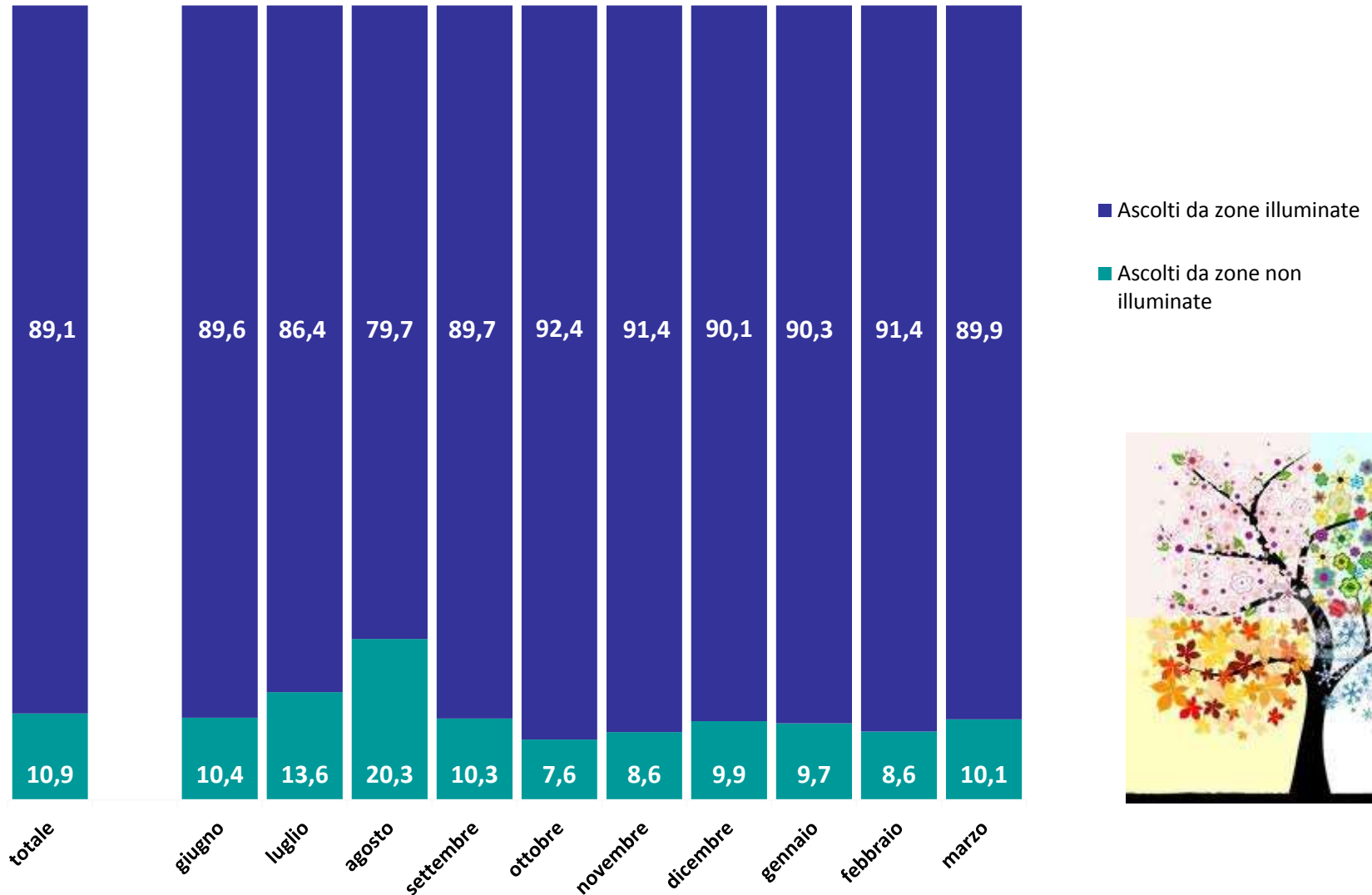
STAGIONALITÀ



Dati di ascolto per stagione: totale radio vs radio locali che illuminano località turistiche



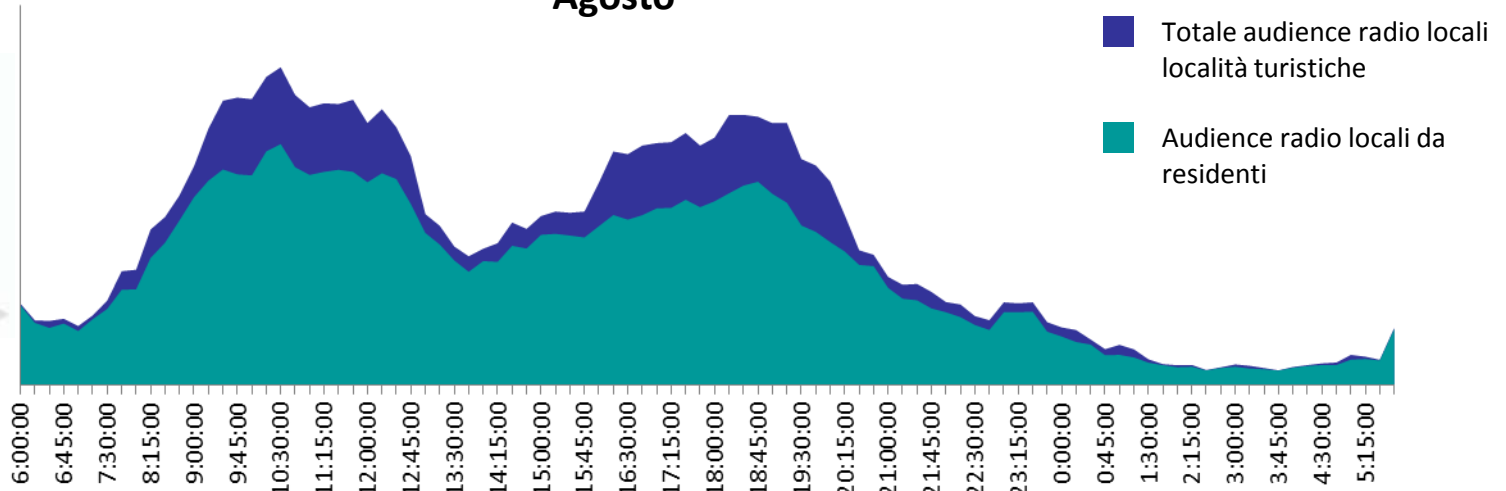
Porzione di ascolto radio locali proveniente da zone non illuminate per mese



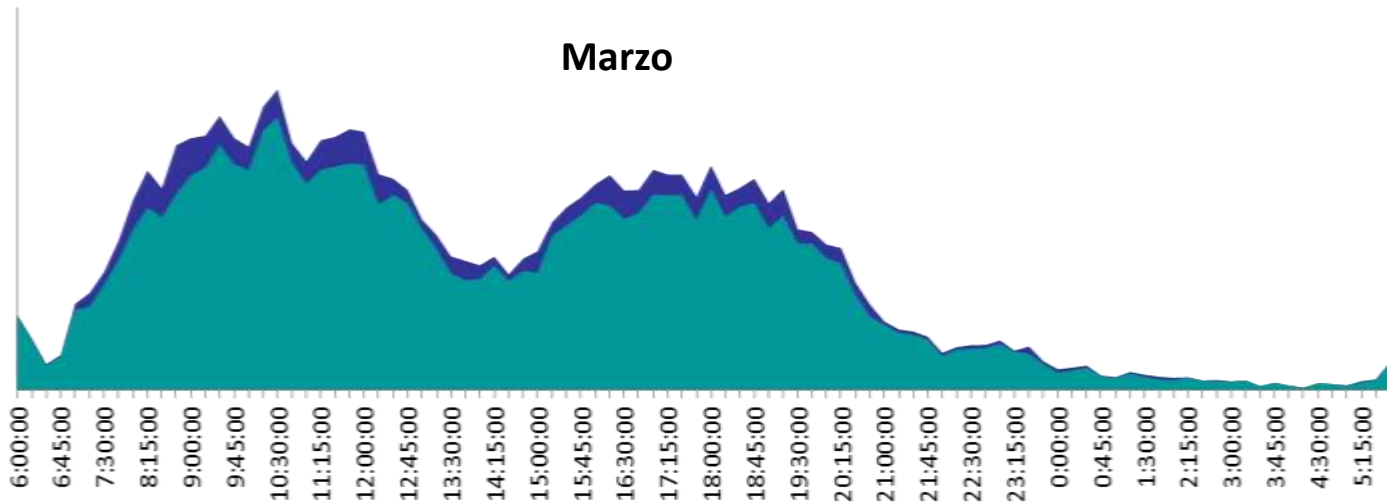
Porzione di curva di ascolto delle radio locali di località turistiche proveniente da zone non illuminate: Agosto vs Marzo



Agosto



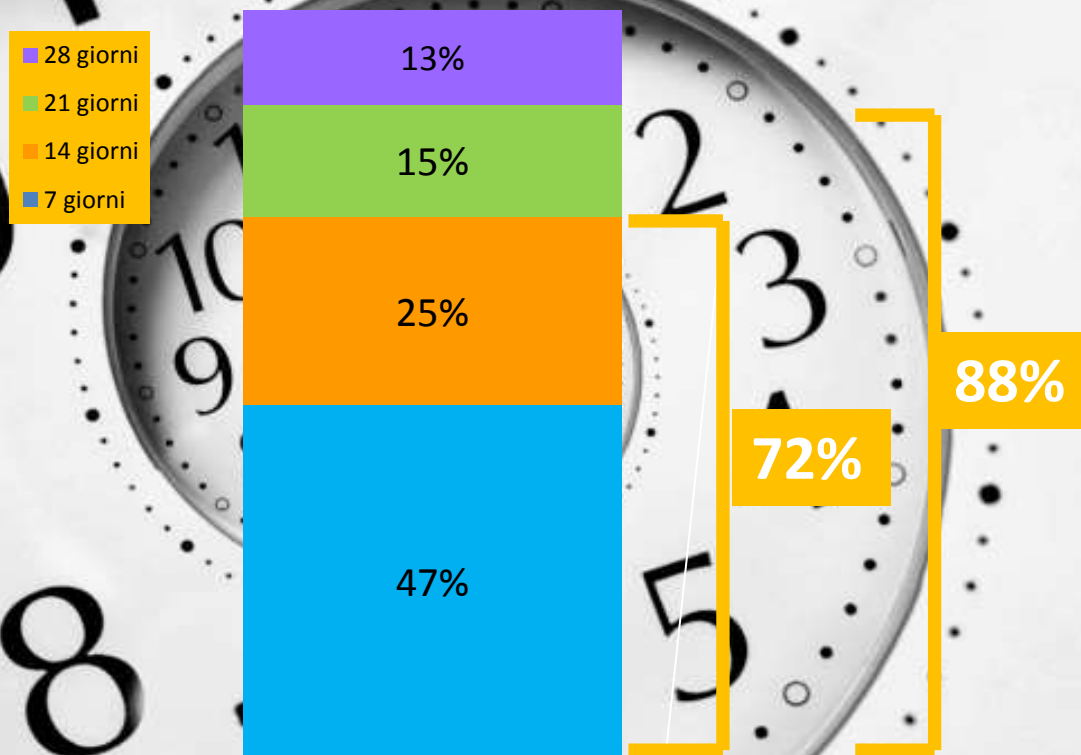
Marzo





COPERTURA CUMULATA

Copertura cumulata delle radio locali codificate nei 7, 14, 21 e 28 giorni



CONTRIBUTO DEL WEB



Il web come risorsa di 'estensione' geografica e di business

