

COME AFFERRARE **PROTEO**

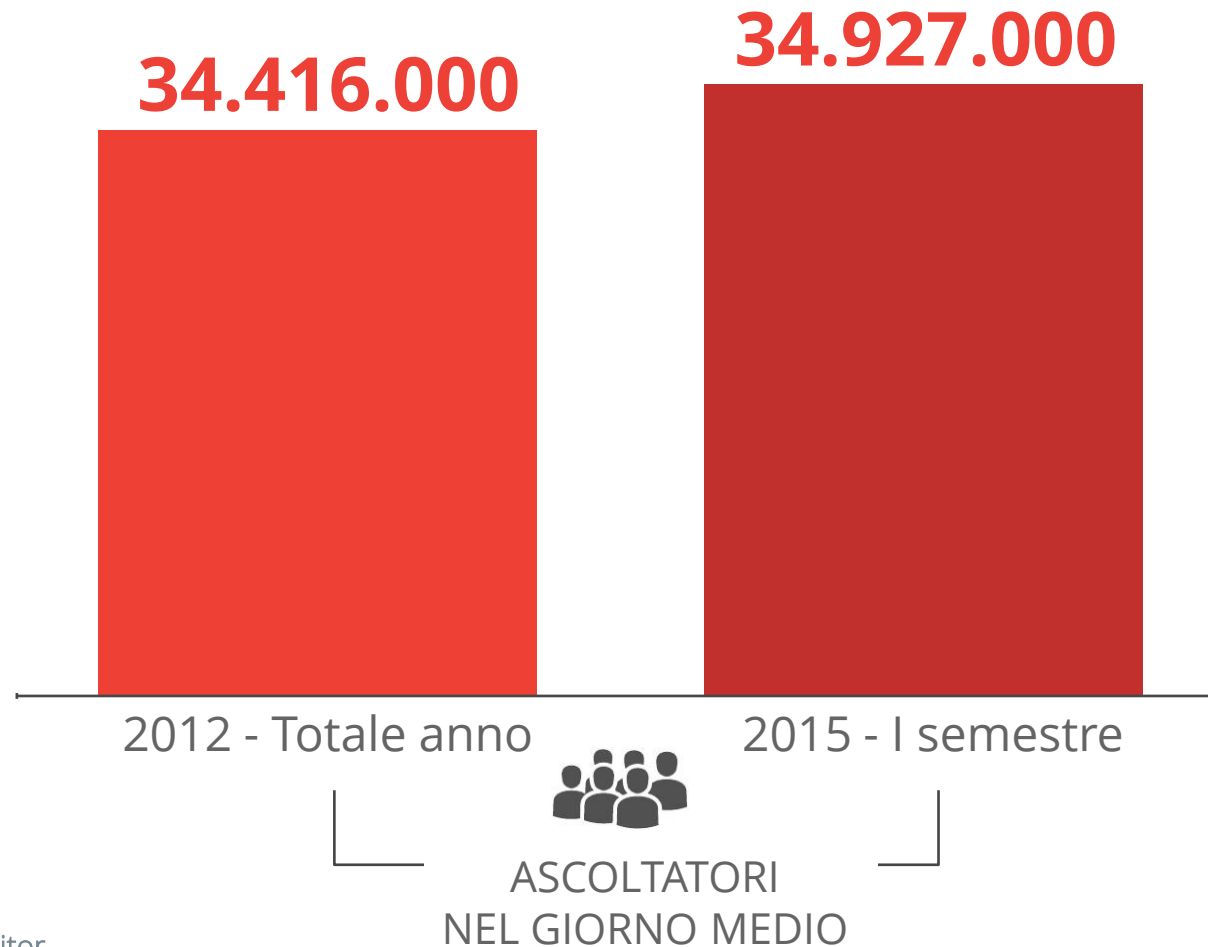
La prima ricerca di base
sulla radio

LA RADIO: IL SECONDO MEZZO DI MASSA DOPO LA TV E PRIMA DEL WEB

PENETRAZIONE DEL MEZZO	EU28	ITALIA
TV	97%	98%
RADIO	88%	85%
STAMPA	84%	83%
WEB	77%	73%

Dati Eurobarometro maggio 2015

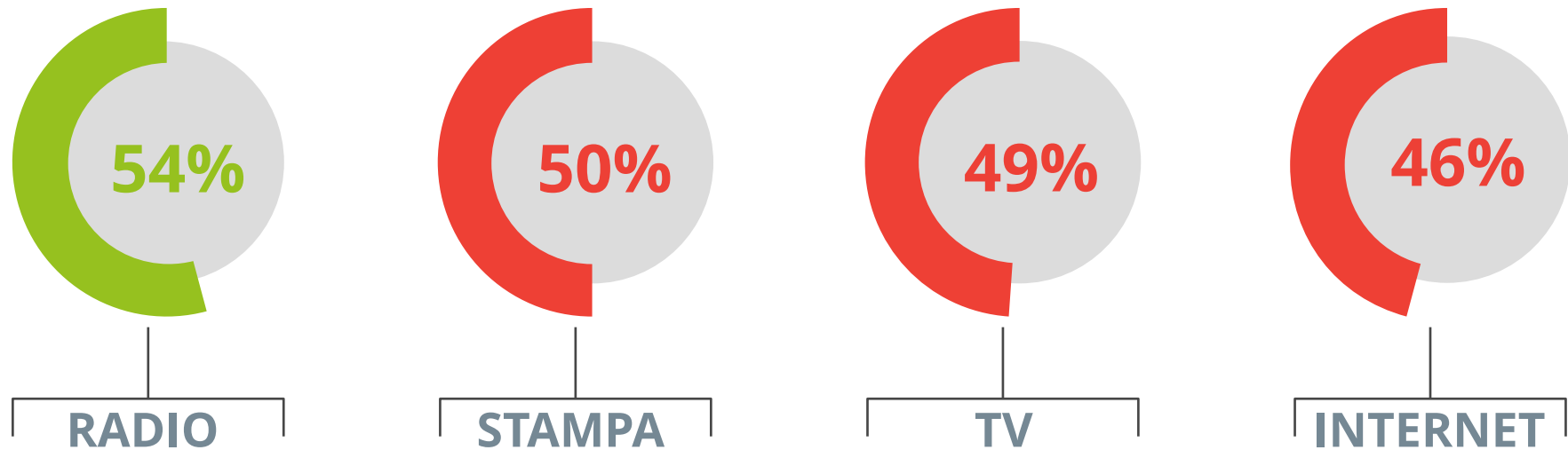
UN MEZZO IN SALUTE



Fonte Radio Monitor

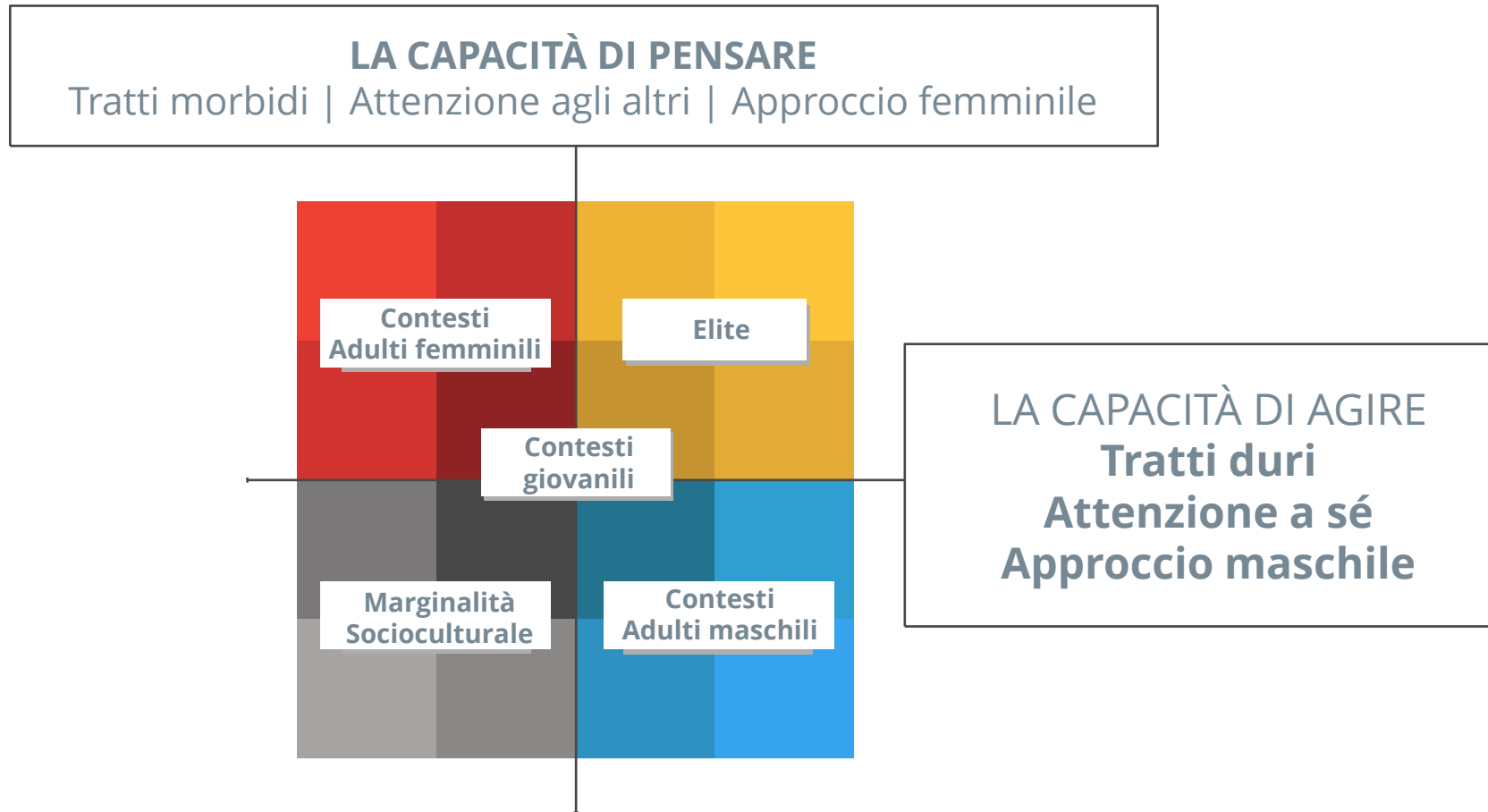
IL MEZZO PIÙ CREDIBILE

La fiducia verso i mezzi



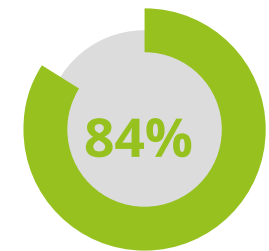
LA GRANDE MAPPA:

LE DIMENSIONI SOCIO-DINAMICHE DELLA SOCIETÀ

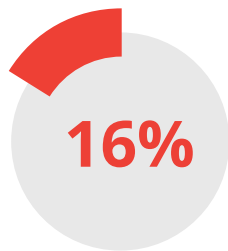


LA RADIO È ANCORA IL MEZZO DI TUTTI

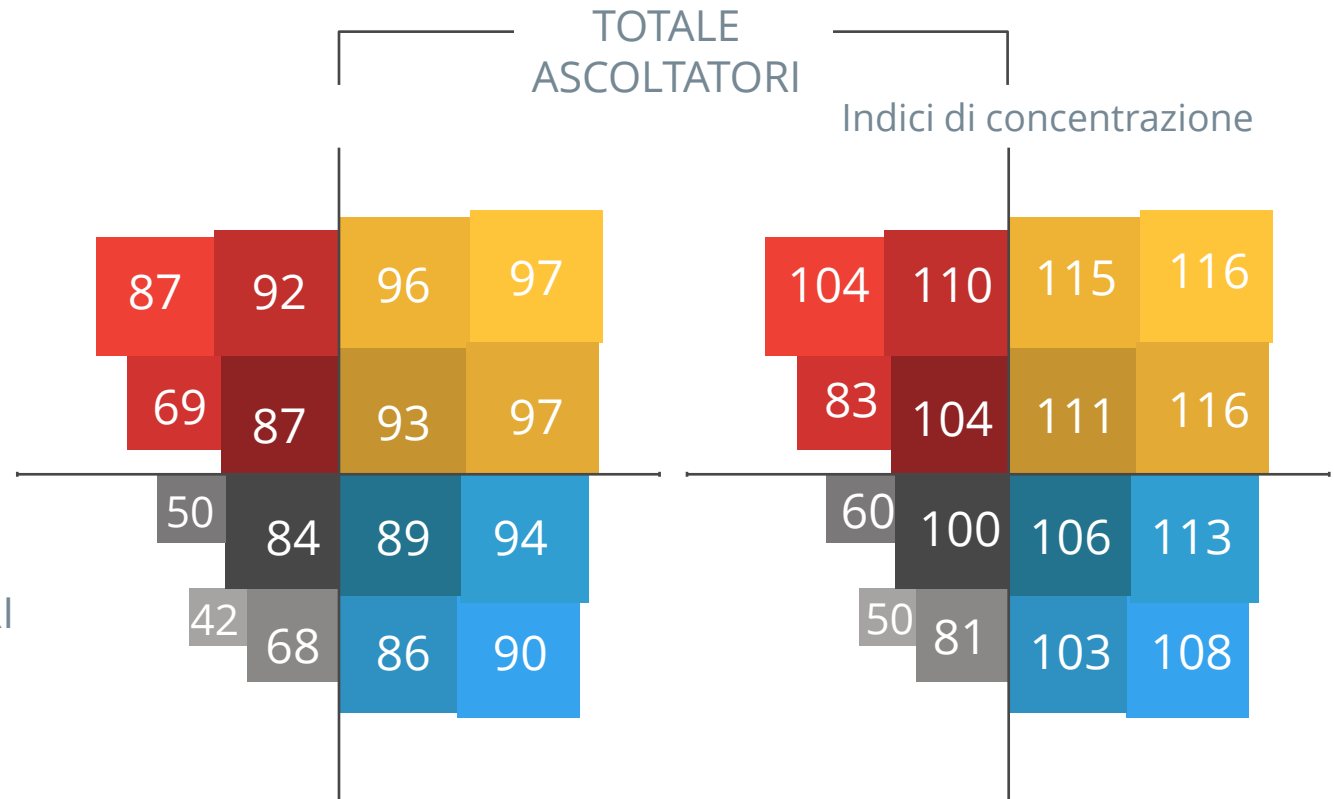
Base: totale popolazione; valori % e I.C.



TOTALE
ASCOLTATORI



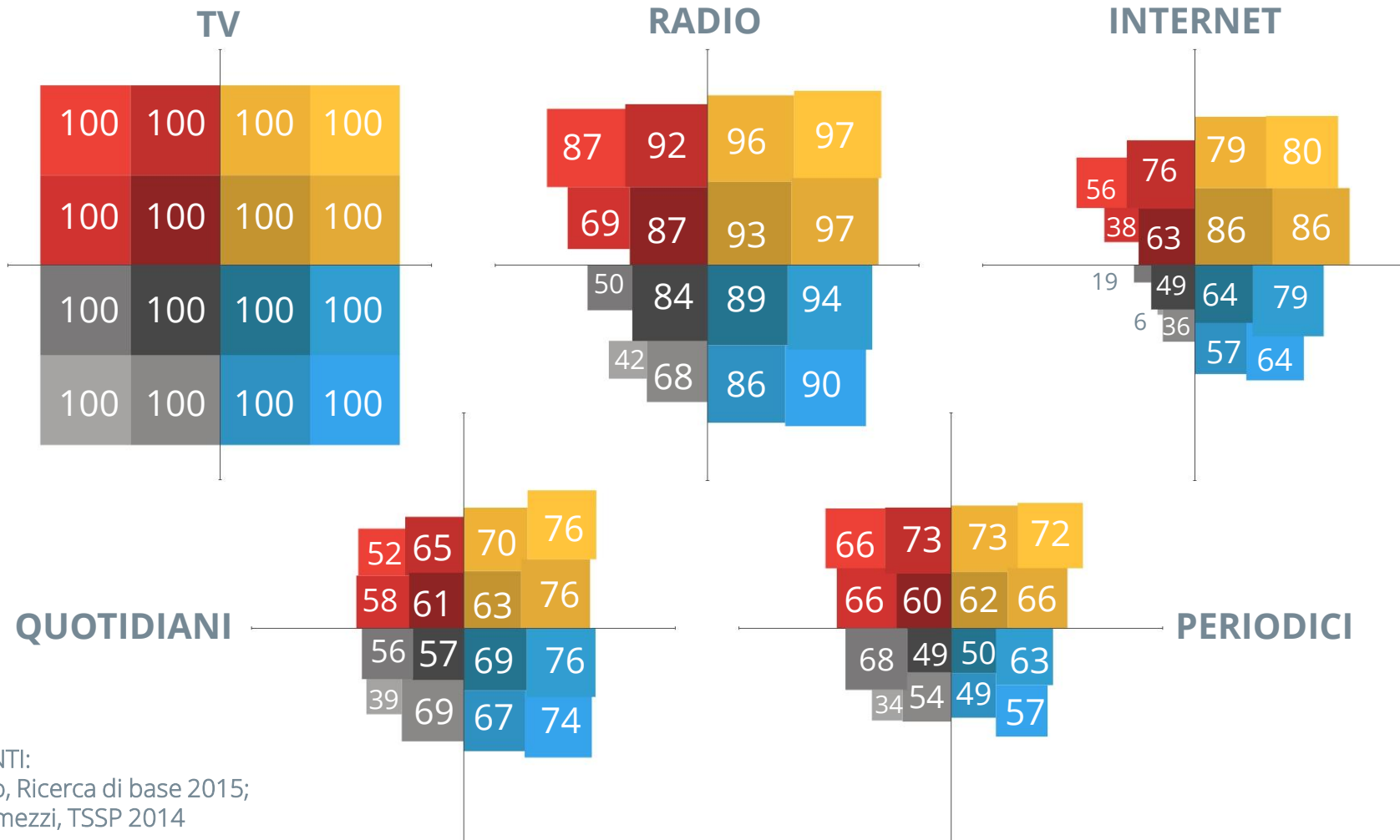
NON
ASCOLTATORI



Dom. D1: Con che frequenza le capita di ascoltare la radio? Nel rispondere pensi a tutti i luoghi in cui si può ascoltare la radio, e cioè sia all'ascolto in casa, che al lavoro, nei locali pubblici o nei suoi spostamenti.

IL SECONDO DOPO LA TV

Base: totale popolazione; valori %

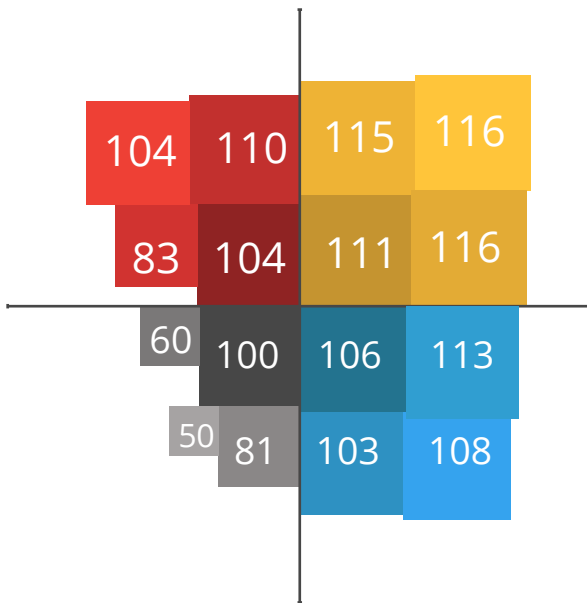


*FONTI:
Radio, Ricerca di base 2015;
Altri mezzi, TSSP 2014

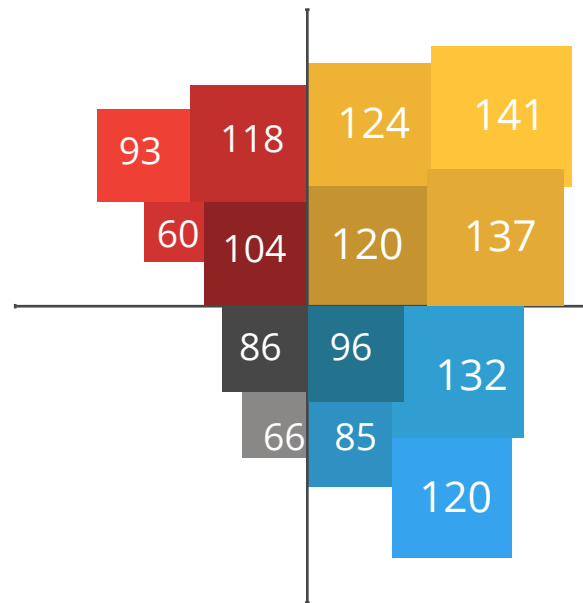
CON UN CORE TARGET MOLTO QUALIFICATO

Base: totale popolazione; I.C.

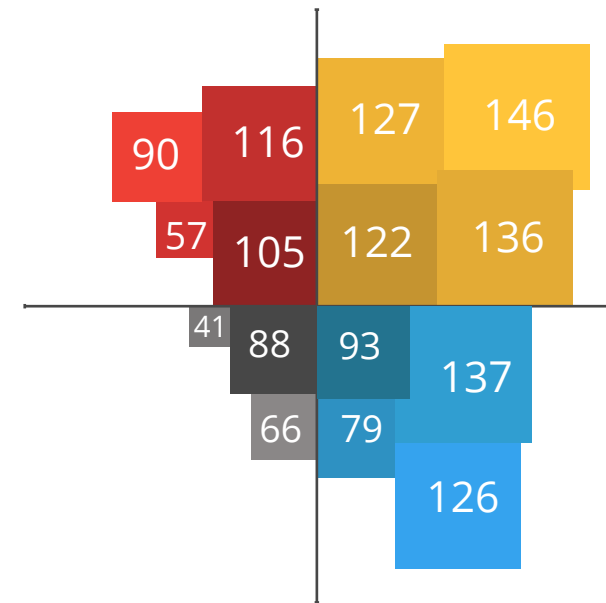
Totale ascoltatori



4/5 giorni a settimana



Tutti i giorni

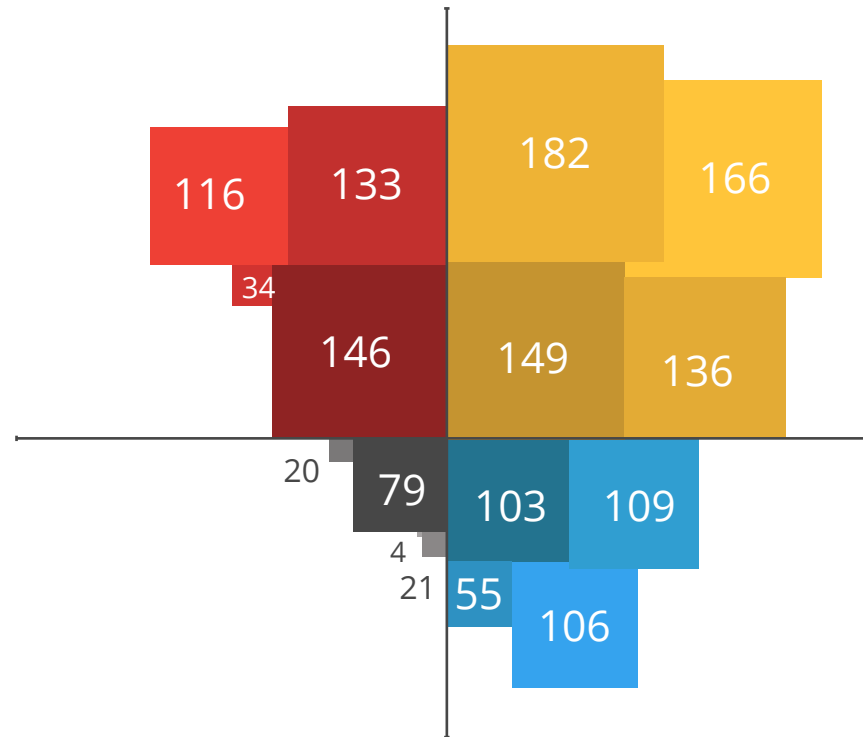


Dom. D1: Con che frequenza le capita di ascoltare la radio? Nel rispondere pensi a tutti i luoghi in cui si può ascoltare la radio, e cioè sia all'ascolto in casa, che al lavoro, nei locali pubblici o nei suoi spostamenti.

...CARATTERIZZA IL PUBBLICO PIÙ QUALIFICATO...

Base: totale popolazione; I.C.

Dispositivi classici e nuovi



Dom. E1B-C-D: E quando (nelle diverse fasce della giornata) ascolta la radio a casa / in ufficio / sul posto di lavoro / sui mezzi di trasporto pubblici / taxi che dispositivo utilizza per l'ascolto?

PER OGNI TIPO DI ATTIVITÀ

Base: ascoltatori almeno 1 giorno a settimana; I.C.



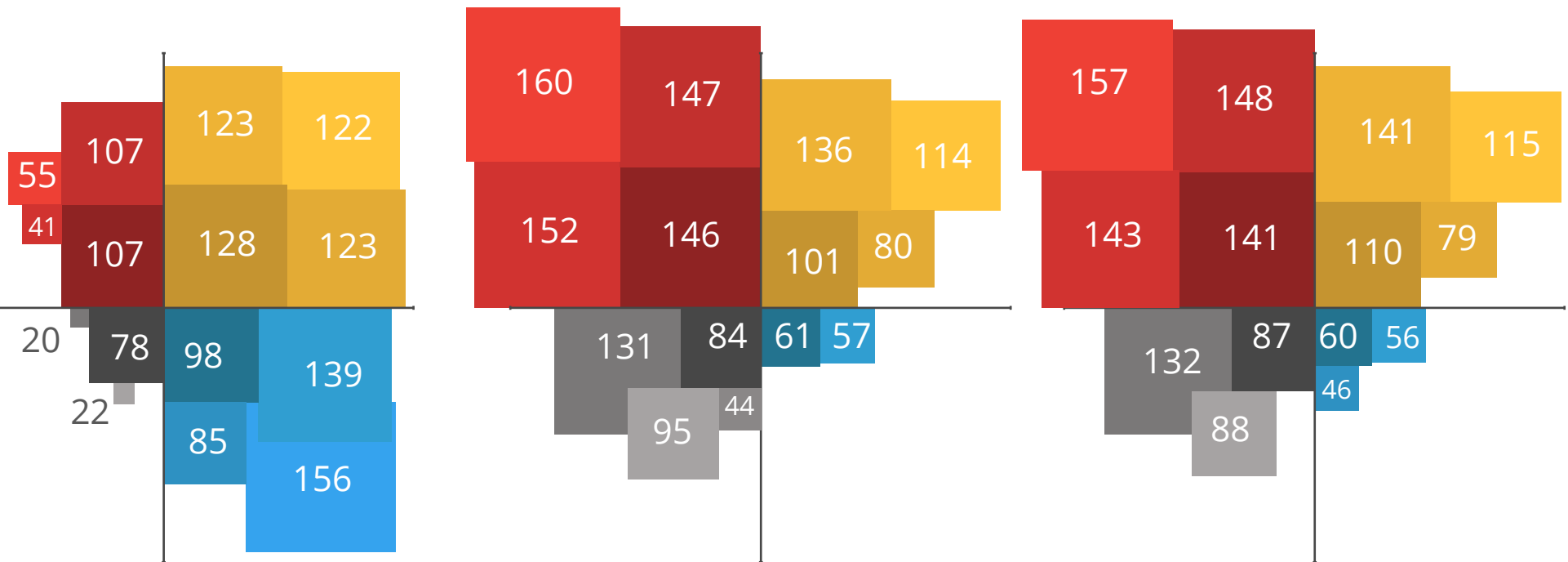
Mentre lavora/studia



Mentre cucina



Mentre fa le faccende domestiche

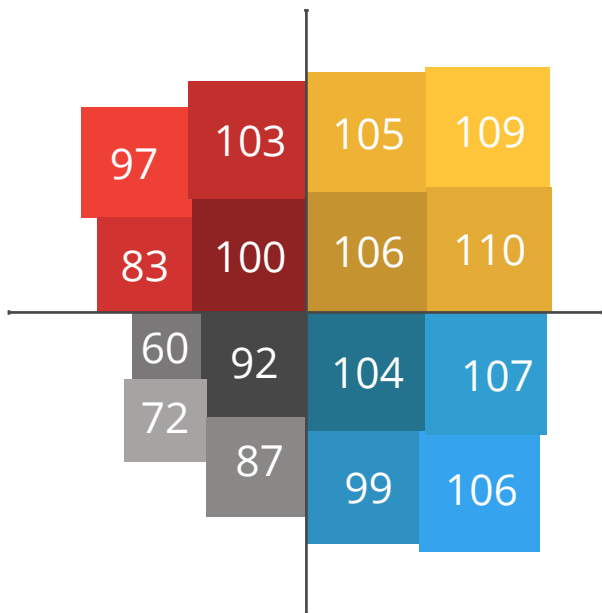


PER OGNI TIPO DI ATTIVITÀ

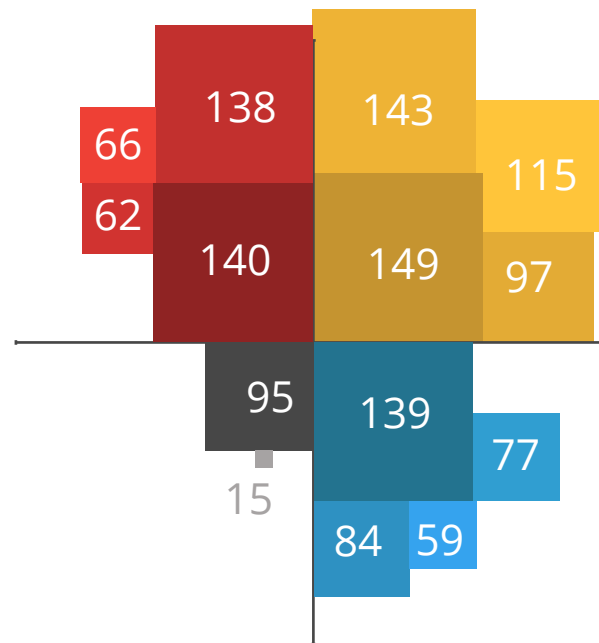
Base: ascoltatori almeno 1 giorno a settimana; I.C.



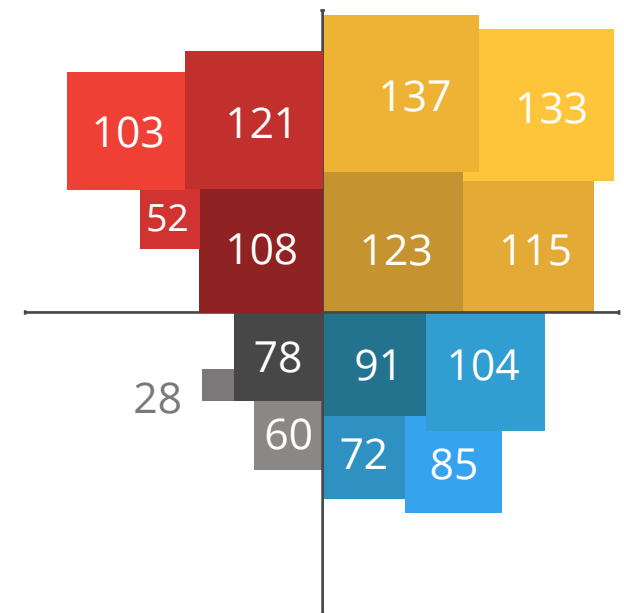
Mentre si sposta
in auto



Mentre si sposta
con i mezzi pubblici



Mentre fa sport





Medialand Srl è un'agenzia specializzata in campagne pubblicitarie radiofoniche locali e nazionali, selezionate tra le migliori sul territorio nazionale, costruisce piani di comunicazione e spot radiofonici puntuali ed efficaci.

www.media-land.it

info@media-land.it

Mob. 3482246979