

AUDIRADIO S.r.l

Request for Proposal
RICERCA AUDIRADIO S.r.l.

1. Contesto di riferimento

Audiradio (di seguito indicata anche **JIC**) intende procedere alla realizzazione della ricerca 2025 sull'ascolto e la fruizione del mezzo Radio - cioè l'ascolto dell'insieme delle emittenti nazionali e locali italiane dotate di concessione e/o autorizzazione ministeriale per l'attività broadcast FM, su tutti i dispositivi, su tutte le piattaforme di distribuzione e in tutte le modalità di fruizione (live e on-demand) - di seguito, la **Ricerca AudiRadio 2025**.

La Ricerca AudiRadio 2025 dovrà:

- assicurare un adeguato equilibrio tra la necessità di dare continuità e stabilità alla currency e l'opportunità di adottare metodologie di nuova generazione per rilevare i consumi delle forme d'offerta digitali.
- misurare le metriche principali di ascolto: Giorno Medio (GMI), Quarto d'Ora Medio (AQH) e 7/14/28 Giorni.
- assicurare una maggior frequenza e una maggiore tempestività dei rilasci periodici rispetto ai tempi della attuale ricerca.
- includere la nuova currency della radio nel "sistema integrato delle Audi", auspicato da AGCom, per ottenere proficui vantaggi dalla mutua condivisione di asset strategici.
- essere economicamente sostenibile per le radio nazionali e locali che intendano iscriversi alla ricerca.

*** **

Tenendo conto dei principi indicati e considerato che i servizi di rilevazione *audience* vengono forniti dal JIC avvalendosi – a vario titolo - della collaborazione di società terze specializzate, il JIC ha interesse a indire e, con il presente invito indice, una procedura per l'acquisizione di offerte (di seguito, la **Procedura**) finalizzate all'individuazione di una o più società specializzate delle quali il JIC potrà avvalersi per l'esecuzione delle attività di rilevazione *audience* integrate relative alla Ricerca AudiRadio 2025, nei termini e con le modalità di cui all'Allegato 1.

Il presente invito a offrire (di seguito, **RFP** o **Request for Proposal**) individua i termini e le condizioni alle quali le imprese interessate (di seguito, i **Partecipanti**) potranno partecipare alla Procedura indetta dal JIC.

2. Natura giuridica della RFP.

2.1. La RFP:

- a) non costituisce né offerta al pubblico e/o proposta a contrarre ai sensi dell'articolo 1336 del Codice Civile, né promessa al pubblico ai sensi dell'articolo 1989 del Codice Civile;
- b) costituisce unicamente un invito a offrire (e non a contrarre), non vincolante in alcun modo per il JIC, neppure in termini precontrattuali;
- c) non impegna in alcun modo il JIC in ordine all'instaurazione di qualsivoglia rapporto precontrattuale e/o contrattuale con i Partecipanti, né è suscettibile di determinare in capo agli stessi diritti e/o aspettative, restando pertanto il JIC libero di decidere discrezionalmente, e senza alcun obbligo di preavviso e/o motivazione, come gestire la Procedura nonché di sospenderla in qualsiasi momento e/o di non darvi alcun seguito, nei confronti di tutti e/o alcuno dei Partecipanti, senza che alcunché sia dovuto, a qualsiasi titolo (inclusi indennizzi, rimborsi spese e/o risarcimenti del danno da responsabilità precontrattuale, contrattuale e/o extracontrattuale), ai Partecipanti alla RFP;
- d) attribuisce al JIC le prerogative indicate al successivo punto 4.7.

2.2. La risposta alla RFP da parte dei Partecipanti è preliminarmente costituita dalla sottoscrizione di un Accordo di Riservatezza (come definito al successivo articolo 2.3) e dall'invio di un'Offerta (come definita al successivo articolo 4).

La risposta alla RFP:

- a) non comporta alcuna legittima aspettativa di conclusione di un contratto relativamente alla Ricerca AudiRadio 2025;
- b) impegna i Partecipanti a partecipare alla Procedura indetta dal JIC secondo le condizioni e

- termini di cui alla RFP e per tutta la sua durata;
- c) impegna i Partecipanti a non modificare, salvo richiesta scritta del JIC, i contenuti delle Offerte presentate, per tutta la durata della Procedura di cui alla RFP;
 - d) impegna i Partecipanti a modificare ed aggiornare, su richiesta del JIC e/o nel caso di aggiornamento della RFP ai sensi dell'articolo 4.4 c), i contenuti delle Offerte presentate;
 - e) impegna i Partecipanti scelti a negoziare in buona fede con il JIC un contratto relativo alla fornitura dei servizi richiesti dal JIC, secondo quanto previsto nella RFP ed a termini e condizioni coerenti con quelli dell'Offerta;
 - f) impegna i Partecipanti a risarcire integralmente ogni e qualsiasi danno, di qualunque tipo (incluso il danno da responsabilità precontrattuale), eventualmente cagionato al JIC nel corso della Procedura.
- 2.3.** La partecipazione alla RFP comporta l'acquisizione, da parte dei Partecipanti, di Informazioni Riservate (come definite all'articolo 9.1). La partecipazione alla Procedura è condizionata alla previa sottoscrizione da parte dei Partecipanti di un accordo di riservatezza che il JIC fornirà su richiesta che potrà essere inoltrata dai Partecipanti ai recapiti di seguito indicati (di seguito, **Accordo di Riservatezza**). L'Accordo di Riservatezza, debitamente sottoscritto dai Partecipanti, dovrà essere indirizzato al JIC e trasmesso via PEC e contestualmente via email agli indirizzi di cui al successivo punto 10.1.
- 2.4.** Non verranno accettate Offerte da parte di Partecipanti che non abbiano precedentemente sottoscritto ed inviato l'Accordo di Riservatezza. Analogamente, non saranno forniti i chiarimenti di cui all'articolo 4.3 ai Partecipanti che non abbiano precedentemente sottoscritto ed inviato l'Accordo di Riservatezza.

3. Descrizione del progetto relativo alla Ricerca AudiRadio 2025

- 3.1.** Il progetto relativo alla Ricerca AudiRadio 2025 si articola sulla base di quanto indicato nell'**Allegato 1**, che esplicita in termini analitici le linee guida da seguire per le singole componenti nonché le caratteristiche di massima del progetto relativo alla Ricerca AudiRadio 2025 e delle attività richieste ai Partecipanti. L'Allegato 1 costituisce parte integrante ed essenziale della RFP.
- 3.2.** I Partecipanti prendono atto - anche ai fini delle attività richieste ai Partecipanti e di quanto precisato al successivo articolo 4.7 - che la Ricerca AudiRadio 2025 sarà strutturata sulla base di singoli lotti come indicato nell'Allegato 1 e che ai fini della presentazione delle Offerte e della valutazione dei relativi contenuti economici i Partecipanti saranno tenuti ad attenersi a quanto precisato al successivo punto 4.2.

4. Modalità di presentazione delle Offerte e di svolgimento della Procedura

- 4.1.** Le offerte dei Partecipanti (di seguito, **Offerte**), redatte in lingua italiana, dovranno essere indirizzate al JIC e trasmesse tramite PEC e contestualmente via email agli indirizzi di cui al successivo punto 10.1.
- 4.2.** Ciascuna Offerta dovrà essere preceduta dalla sottoscrizione e trasmissione dell'Accordo di Riservatezza, e dovrà contenere:
- a) la documentazione comprovante il possesso dei requisiti di cui al successivo articolo 5.1;
 - b) le informazioni e le conferme di cui al successivo articolo 5.1;
 - c) la manifestazione di interesse alla realizzazione della Ricerca AudiRadio 2025 nei termini di cui alla presente RFP.
 - d) una descrizione dettagliata delle attività che i Partecipanti intendono porre in essere per lo sviluppo e la realizzazione della Ricerca AudiRadio 2025, con indicazione e descrizione dei tempi previsti di implementazione per ogni area e/o ambito di sviluppo relativi alla Ricerca AudiRadio 2025 (da fornire a mezzo di un piano dettagliato specificamente dedicato alle tempistiche di avvio della ricerca integrata nonché delle tempistiche dell'eventuale periodo di "sovrapposizione"/"coesistenza" rispetto ai sistemi di rilevazione preesistenti e, in tal caso, con descrizione della tipologia di supporto/cooperazione eventualmente necessaria da parte dei soggetti coinvolti relativamente ai sistemi di rilevazione preesistenti);
 - e) un'offerta economica, che dovrà essere descritta in un documento separato, allegato

all'Offerta, specificamente dedicato all'esposizione analitica di ogni voce di costo. Ai fini di quanto indicato, l'offerta economica formulata dai Partecipanti dovrà essere analiticamente suddivisa ed articolata – tenuto conto dell'indicazione delle attività e dei lotti sui quali acquisire le offerte e di cui all'Allegato 1 - nei termini che seguono:

Offerta economica relativa alle attività:

SURVEY CATI STREAM A

Lotto 1 - RILEVAZIONE 50% STREAM A1

Lotto 2 - RILEVAZIONE 50% STREAM A1

Lotto 3 - RILEVAZIONE STREAM A2

Proposta (a) (AQH modellizzato)

Proposta (b) (AQH puntuale)

con la precisazione che, con riferimento all'offerta per la SURVEY CATI STREAM A, dovrà essere esposta un'offerta economica cumulativa nonché un'offerta economica riferita singolarmente ai **Lotti 1, 2 e 3**.

Per il **Lotto 3** dovrà essere esposta un'offerta riferita alla **Proposta (a)** e un'offerta riferita alla **Proposta (b)**.

Si richiede ai Partecipanti che procederanno alla presentazione di un'offerta relativa a SURVEY CATI STREAM A di formulare una specifica offerta anche per la Fase Pilota opzionale nei termini di cui all'Allegato 1.

Offerta economica relativa alle attività:

SURVEY CATI STREAM B

Lotto 4 - RILEVAZIONE 50% STREAM B

Lotto 5 - RILEVAZIONE 50% STREAM B

con la precisazione che, con riferimento all'offerta per la SURVEY CATI STREAM B, dovrà essere esposta un'offerta economica cumulativa nonché un'offerta economica riferita singolarmente ai **Lotti 4 e 5**.

Si richiede ai Partecipanti che procederanno alla presentazione di un'offerta relativa a SURVEY CATI STREAM B di formulare una specifica offerta anche per la Fase Pilota opzionale nei termini di cui all'Allegato 1.

Offerta economica relativa alle attività:

LOTTO 6 – COORDINAMENTO, ELABORAZIONE E PONDERAZIONE DEI DATI + PRODUZIONE DI MODELLI STATISTICI.

con la precisazione che, con riferimento al **Lotto 6**, dovrà essere esposta un'offerta economica per l'intero Lotto 6 integrata da un'indicazione specifica del dettaglio dei costi relativi ai singoli Lotti 6A1, 6A2 e 6B, come indicati nell'Allegato 1;

Offerta economica relativa alle attività:

LOTTO 7 - PRODUZIONE NASTRO DI PIANIFICAZIONE RESPONDENT LEVEL (futuro nastro di Total Audience)

Ai fini di quanto sopra indicato, il JIC precisa che il costo complessivamente atteso per l'insieme delle attività e dei lotti di seguito indicati

- SURVEY CATI STREAM A (Lotti 1, 2 e 3, Proposta (a) e Proposta (b));

- SURVEY CATI STREAM B (Lotti 4 e 5);

- Lotto 6;

- Lotto 7;

non dovrà eccedere - relativamente alla Ricerca AudiRadio 2025 - **EUR 4.980.000,00.**

Ai Partecipanti viene altresì richiesto di volere indicare una **[stima della riduzione dei costi complessivi]** per l'insieme delle attività e dei lotti di seguito indicati

- SURVEY CATI STREAM A (Lotti 1, 2 e 3, Proposta (a) e Proposta (b));

- SURVEY CATI STREAM B (Lotti 4 e 5);

- Lotto 6;

- Lotto 7;

in ipotesi di rinnovo da parte del JIC del contratto per gli ulteriori 2 (due) anni, come indicato al successivo punto 8.4 (c).

E che il costo atteso per le singole attività ed i lotti di seguito indicati non dovrà eccedere:

- SURVEY CATI STREAM A (Lotti 1, 2 e 3, Proposta (a) e Proposta (b): **EUR 2.600.000,00;**

- SURVEY CATI STREAM B (Lotti 4 e 5): **EUR 1.600.000,00;**

- Lotto 6 : **EUR 430.000,00;**

- Lotto 7 : **EUR 350.000,00.**

- f) l'approccio metodologico proposto nonché le soluzioni da implementare per la realizzazione della Ricerca Audiradio 2025 coerentemente con quanto previsto nella RFP e nell'Allegato 1. In particolare, l'Offerta dovrà illustrare le modalità con le quali i Partecipanti intendono assicurare i principi di trasparenza e correttezza metodologica a garanzia dei soggetti che operano sul mercato, nonché di equità e non discriminazione verso tutti i soggetti coinvolti (indipendentemente dal mezzo o dalla piattaforma di cui viene rilevato il consumo);
- g) la conferma dei Partecipanti a consentire l'esecuzione in qualsiasi momento - e garantendo la massima collaborazione - alle attività di *audit* (anche tramite soggetti terzi e/o società di controllo e certificazione indipendenti) e/o comunque controlli sulla Ricerca AudiRadio 2025 e su tutte le fasi del processo di raccolta ed elaborazione delle rilevazioni e dei dati, nonché circa la replicabilità delle fasi del processo di raccolta ed elaborazione delle rilevazioni e la piena tracciabilità delle fasi del processo di trasferimento di informazioni tra le diverse fonti di dati che costituiscono l'impianto della rilevazione;
- h) la descrizione delle modalità di esercizio del controllo specifico su tutte le componenti della filiera di produzione del dato, con un ruolo di guida e di indirizzo, e dell'esecuzione di *audit* nei riguardi di tutti i fornitori per ogni fase del processo;
- i) la conferma della disponibilità a una rivisitazione, valutazione e interrogazione periodica della rilevazione mediante il Comitato Tecnico di Audiradio (nelle forme e nelle modalità che saranno indicate dal JIC) che agiscono in maniera trasparente e riferiscono le proprie valutazioni agli organi societari del JIC;
- j) una descrizione di come i Partecipanti intendono strutturare e gestire i flussi di dati (personali e non personali) raccolti nell'ambito della Ricerca AudiRadio 2025 e i ruoli ed adempimenti privacy dei vari soggetti coinvolti nel trattamento (con particolare riferimento ai profili di titolarità del trattamento dei dati connessi ai servizi di cui all'Offerta). Tali elementi saranno in ogni caso oggetto di discussione e negoziato con i singoli Partecipanti.
- k) la conferma dei Partecipanti circa l'utilizzo dei dati raccolti e trattati per fini di rilevazione *audience* del JIC esclusivamente per i medesimi fini (e.g. con esclusione dell'utilizzo di tali dati per finalità differenti rispetto alla rilevazione *audience* integrata descritta nella RFP);
- l) una descrizione dei meccanismi di prevenzione dei nuovi sistemi di identificazione degli utenti;
- m) la conferma dei Partecipanti circa la disponibilità a cooperare in buona fede con altri

Partecipanti qualora venisse assegnata e/o attribuita singolarmente e/o congiuntamente ad altri Partecipanti l'esecuzione di uno o più Lotti nei termini di cui al precedente punto 4.2 (e);

- n) la conferma dei Partecipanti circa la disponibilità a cooperare in buona fede con eventuali soggetti terzi che, a qualunque titolo, dovessero essere coinvolti dal JIC nel corso della Procedura;
- o) la conferma dei Partecipanti circa la cessione al JIC dei diritti di proprietà intellettuale e/o industriale della Ricerca AudiRadio 2025 nel suo complesso e/o dei singoli dati e/o risultati che la compongono, della metodologia adottata, del *panel* e dei modelli di attribuzione delle audience, nonché un'indicazione da parte dei Partecipanti delle tecnologie, algoritmi, software, database che i Partecipanti sono disposti a cedere/trasferire al JIC, con la precisazione che il trasferimento dei diritti di cui al presente punto (o) in favore del JIC è ricompreso nel corrispettivo indicato dai Partecipanti nell'Offerta;
- p) la conferma dei Partecipanti circa la disponibilità a che - nell'ambito della reciprocità tra i vari JIC - i dati e/o le informazioni relativi alla Ricerca AudiRadio 2025 potranno essere individuati dal JIC per la condivisione con altri JIC (i.e., a titolo esemplificativo, Auditel/Audicom);
- q) la conferma dei Partecipanti della rinuncia a avanzare pretese in relazione alla titolarità degli asset, delle informazioni e dei dati conferiti da e/o comunque riferibili a eventuali soggetti terzi coinvolti dai Partecipanti nella Ricerca AudiRadio 2025;
- r) un'elencazione degli standard di qualità ai quali ciascun Partecipante ha aderito e/o si impegna ad aderire entro la chiusura della Procedura;
- s) ogni ulteriore attività proposta e/o offerta dai Partecipanti;
- t) ogni garanzia e/o manleva offerta dai Partecipanti;
- u) attestazione dell'osservanza degli impegni di cui all'Accordo di Riservatezza;
- v) la conferma dei Partecipanti – nonché dei soggetti fornitori terzi e/o subappaltatori dei Partecipanti - circa la sussistenza dei requisiti minimi relativi alle caratteristiche del field indicate nel paragrafo "Requisiti Risorse Coinvolte nella Ricerca AudiRadio2025" di cui all'Allegato 1;
- w) la conferma dell'impegno da parte dei Partecipanti che qualora nell'esecuzione delle attività di cui al Contratto - come di seguito definito – i Partecipanti dovessero avvalersi dell'opera di un soggetto terzo in regime di subappalto, il soggetto subappaltatore dovrà essere di gradimento del JIC e dotato di adeguata professionalità che garantisca il medesimo livello di qualità del Partecipante ed utilizzi personale interamente dedicato alle prestazioni oggetto del Contratto. Il Partecipante - in ogni caso - sarà l'unico responsabile verso il JIC per l'esecuzione delle prestazioni di tale subappalto e dovrà altresì obbligarsi a manlevare e tenere indenne il JIC e/o i suoi aventi causa da qualsiasi danno, pregiudizio, costo, spesa (incluse le spese legali), sanzione o qualsivoglia altro onere derivanti da pretese o azioni giudiziarie, per effetto di violazioni del Contratto e/o delle disposizioni di legge applicabili da parte del fornitore del Partecipante.

4.3. Eventuali richieste di chiarimenti potranno essere inoltrate ai recapiti indicati nell'articolo 10.1 della RFP, entro e non oltre le ore 13:00 del 19 luglio 2024. Le risposte del JIC alle richieste di chiarimenti saranno comunicate entro le ore 13:00 del 2 agosto 2024, contestualmente ai referenti di tutti i Partecipanti di cui all'articolo 10.2, senza specificare quale di questi ha sottoposto ciascuna richiesta di chiarimenti.

4.4. Entro il secondo termine di cui all'articolo 4.3, indipendentemente da richieste di chiarimenti ricevute dai Partecipanti, il JIC si riserva il diritto di:

- a) fornire informazioni ulteriori a tutti i Partecipanti;
- b) richiedere informazioni e documenti ulteriori a qualsiasi Partecipante, nonché svolgere *audit* (direttamente e/o tramite terzi, e in qualsiasi momento) sull'effettivo, diligente e professionale svolgimento delle attività di cui all'articolo 3.1 e degli Allegati, e il possesso di tutti i requisiti di cui all'articolo 5.1;
- c) modificare i termini e le condizioni della Procedura, previa comunicazione a tutti i

Partecipanti mediante comunicazioni agli indirizzi e referenti indicati nelle Offerte.

- 4.5.** Le Offerte devono essere presentate, nelle modalità di cui al precedente articolo 4.1, entro e non oltre le ore 13:00 del 2 settembre 2024. Al fine della verifica del rispetto del termine entro il quale dovranno essere trasmesse le Offerte, farà fede la data e l'ora di ricezione, da parte del JIC, dell'Offerta via PEC. È discrezionalità del JIC ammettere alla Procedura anche Offerte ricevute oltre la scadenza indicata.
- 4.6.** Entro e non oltre le ore 13:00 del 21 ottobre 2024 e salva, comunque, la facoltà di cui all'articolo 4.7, il JIC individuerà i Partecipanti con i quali avviare la negoziazione del/i contratto/i relativo/i alla Ricerca AudiRadio 2025 (di seguito, il **Contratto**) e/o ai lotti nei termini di cui al precedente punto 4.2 (e). Il JIC potrà, sino a detto termine, richiedere chiarimenti e/o informazioni e/o documenti aggiuntivi ai Partecipanti.
- 4.7.** Il JIC si riserva il diritto (anche nel caso di presentazione di Offerte congiunte, ai sensi del successivo articolo 5.3):
- a) di avviare e portare avanti la negoziazione del Contratto parallelamente con più di un Partecipante, rinviando quindi ad un secondo momento la decisione sul/i Partecipante/i con il/i quale/i concludere il Contratto, senza con ciò incorrere in responsabilità di alcun tipo, ad alcun titolo (neppure precontrattuale);
 - b) di procedere alle negoziazioni, successivamente al termine di cui all'articolo 4.6, singolarmente e/o con altri Partecipanti, anche con Partecipanti diversi da quelli di cui all'articolo 4.6, con le stesse modalità di cui al precedente punto a);
 - c) di concludere il Contratto con uno o più Partecipanti, attribuendo a ciascun Partecipante l'esecuzione di uno o più lotti nei termini di cui al precedente punto 4.2 (e), singolarmente e/o congiuntamente ad altri Partecipanti (ed indipendentemente dal fatto che i Partecipanti si siano o meno tra loro associati, in qualsiasi forma, al momento della presentazione delle Offerte), riservandosi il diritto di accettare le Offerte ricevute dai Partecipanti anche solo parzialmente e/o limitatamente all'esecuzione di uno o più tra i lotti indicati al precedente punto 4.2 (e). In ragione di quanto indicato, il JIC si riserva conseguentemente la facoltà ed il diritto di concludere singoli contratti con uno o più Partecipanti relativamente all'esecuzione di uno o più lotti come indicati al precedente punto 4.2 (e) con assunzione dei Partecipanti assegnatari dei singoli contratti relativi all'esecuzione di uno o più dei lotti indicati di un obbligo specifico di cooperazione e coordinamento con i Partecipanti assegnatari degli altri lotti.
- 4.8.** I Partecipanti scelti dal JIC ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 dovranno avviare prontamente, e condurre, una negoziazione in buona fede per la definizione di tutti gli aspetti economici, operativi e legali necessari alla stipula del Contratto con il JIC. È sin d'ora convenuto che, salvo diversamente indicato dal JIC, la prima proposta contrattuale verrà redatta dal JIC, senza che i Partecipanti possano proporre e/o imporre proprie condizioni generali e/o speciali di contratto.
- 4.9.** Sarà discrezionalità del JIC prorogare uno o più termini di cui al presente articolo. Eventuali proroghe andranno a beneficio di tutti i Partecipanti e saranno comunicate ai referenti di tutti i Partecipanti di cui all'articolo 10.2.

5. Condizioni per la presentazione delle Offerte

- 5.1.** Ai fini dell'ammissione alla Procedura, i Partecipanti dovranno avere sottoscritto l'Accordo di Riservatezza e possedere i requisiti di seguito indicati (la cui sussistenza deve essere adeguatamente documentata) nonché fornire le seguenti informazioni e documenti e rendere o rilasciare le seguenti dichiarazioni (la cui veridicità ed autenticità dovrà essere dimostrabile, su semplice richiesta del JIC):
- a) disporre di comprovata esperienza tecnica e scientifica nei processi di rilevazione delle audience;
 - b) specificare se nell'assetto proprietario del Partecipante compaiono soci che operano

direttamente o indirettamente (attraverso società collegate, controllate, controllanti e/o soggette a coordinamento e/o controllo) nel mercato della comunicazione, anche pubblicitaria (e.g. editori, intermediari di pubblicità, agenzie), indicando in termini percentuali le relative partecipazioni al relativo capitale sociale;

- c) confermare, relativamente agli amministratori, ai dirigenti e ai sindaci del Partecipante, l'assenza (i) di condanne a pena detentiva superiori a sei mesi per delitti non colposi e della non sottoposizione degli stessi soggetti alle misure di prevenzione e/o alle misure di sicurezza previste dalle pertinenti disposizioni normative e (ii) di carichi pendenti;
- d) rilascio di una dichiarazione attestante il rispetto, da parte del Partecipante, della vigente normativa in materia retributiva, contributiva, previdenziale, assistenziale, assicurativa e sanitaria; la dichiarazione indicata dovrà essere integrata con copia del DURC in corso di validità;
- e) rendere dichiarazione di conformità alla normativa sulla protezione dei dati personali volta per volta applicabile e/o come aggiornata e/o modificata, ivi inclusi il Reg. (UE) 2016/679 (GDPR), le normative sulla protezione dei dati nazionali, le linee guida e i provvedimenti delle competenti autorità per la protezione dei dati personali locali (e.g. il Garante Privacy) e europee (e.g. il Comitato Europeo per la Protezione dei Dati Personali, EDPB) nonché le pronunce rese in termini dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea (CGUE), di seguito e complessivamente, la Normativa Privacy.

5.2. Non saranno prese in considerazione Offerte inviate da soggetti che non siano in possesso di tutti i predetti requisiti e documenti.

5.3. I Partecipanti possono presentare Offerte sia individualmente, sia congiuntamente e, quindi, che prevedano l'associazione, a vario titolo, tra due o più Partecipanti e ciò purché l'Offerta/Offerte risultino coerenti con il contenuto della presente RFP. In tal caso, i requisiti di cui al precedente articolo 5.1 dovranno essere posseduti (e adeguatamente dimostrati) da ciascun Partecipante e, nell'Offerta, dovrà essere indicato quale, tra i Partecipanti associati, fungerà quale referente contrattuale dei Partecipanti nonché, all'interno dell'organizzazione di quest'ultimo, chi assumerà il ruolo di responsabile relativamente alla Ricerca AudiRadio 2025.

6. Criteri di valutazione delle Offerte

6.1. Le Offerte saranno valutate – a propria discrezione – dal JIC sulla base della rispondenza delle stesse a quanto previsto nella RFP sia sul piano tecnico sia sul piano economico.

6.2. Il JIC, nell'ambito della valutazione delle Offerte, terrà altresì conto:

- a) dell'eventuale associazione (a vario titolo) dei Partecipanti, ferme restando le facoltà del JIC di cui all'articolo 4.7;
- b) della disponibilità dei Partecipanti a cedere al JIC la proprietà/titolarietà degli asset di cui al precedente punto 4.2;
- c) della tipologia e dell'ampiezza degli impegni di esclusiva e/o di non concorrenza che i Partecipanti sono disponibili ad assumere;
- d) dei profili di modalità del trattamento dei dati (personali e non personali) connessi ai servizi di cui all'Offerta;
- e) della disponibilità dei Partecipanti ad offrire le più ampie garanzie e manleve, anche di natura legale, inerenti tra l'altro le tempistiche di implementazione delle attività stesse nonché il puntuale rispetto della normativa applicabile;
- f) delle eventuali ulteriori attività, facoltative, prospettate dai Partecipanti – anche in relazione ad eventuali profili di innovazione - per la realizzazione della Ricerca AudiRadio 2025 in base all'articolo 4.2, lettere r) e s);

I Partecipanti prendono infine atto che nell'ambito della valutazione delle Offerte costituiscono criteri di preferenza:

- (i) il possesso del field per i Lotti 1, 2, 3, 4, 5, come definiti nell'Allegato 1;

- (ii) i requisiti delle risorse che saranno coinvolte nella Ricerca AudiRadio 2025 come indicati nell'Allegato 1;

7. Cause di esclusione

7.1. Saranno esclusi dalla Procedura i Partecipanti:

- a) che non abbiano sottoscritto l'Accordo di Riservatezza;
- b) che presentino un'Offerta il cui contenuto o la cui provenienza siano incerti;
- c) che presentino un'Offerta sottoposta a condizioni, eccezioni e/o riserve di qualsiasi natura rispetto agli elementi specificati nell'articolo 5.1;

7.2. Saranno altresì esclusi dalla Procedura i Partecipanti:

- a) che violano una o più disposizioni della RFP e/o dell'Accordo di Riservatezza;
- b) che abbiano reso dichiarazioni false, inesatte e/o incomplete;
- c) che non siano più in possesso, al momento della scelta da parte del JIC, dei requisiti previsti dall'articolo 5.1.

8. Contenuto del Contratto

8.1. I Partecipanti scelti ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 dovranno avviare prontamente e condurre una negoziazione in buona fede per la definizione di tutti gli aspetti economici, operativi e legali necessari alla stipula del Contratto con il JIC, su bozza predisposta dal JIC medesimo, senza che i Partecipanti possano proporre e/o imporre proprie condizioni generali e/o speciali di contratto (comunque denominate).

8.2. I Partecipanti scelti ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 si impegnano, ora per allora, ad assumere contrattualmente i più ampi impegni di collaborazione, cooperazione, diligenza, professionalità e conformità alla normativa applicabile, inclusi (senza alcuna pretesa di esaustività) i seguenti:

- a) prestare la più ampia collaborazione al JIC e/o ai soggetti terzi dallo stesso individuati, per assicurare la continuità del servizio di rilevazione *audience* nel passaggio dal/i precedente/i fornitore/i;
- b) prestare la più ampia collaborazione, al JIC e/o ai soggetti terzi dallo stesso individuati, per assicurare la continuità del servizio di rilevazione *audience* nel passaggio a eventuali nuovi fornitori per ogni causa di cessazione del Contratto;
- c) tenendo conto delle specifiche finalità di trattamento e implementando idonee misure di *data protection by design* e *data protection by default* in conformità all'articolo 25 del GDPR, trattare il minor numero/volume possibile di dati personali e prediligere il trattamento di dati anonimi/aggregati;
- d) evitare e/o ridurre al minimo trasferimenti di dati personali all'estero e/o coinvolgimento di sub-responsabili del trattamento, con la precisazione che è attesa da parte dei Partecipanti la conservazione ed archiviazione dei dati personali presso strutture posizionate all'interno di paesi membri UE;
- e) concludere tempestivamente ogni accordo sul trattamento dei dati personali (e.g. accordi ai sensi dell'articolo 28 del GDPR, accordi di contitolarità, clausole contrattuali standard come approvate dalla Commissione Europea) necessario alla luce delle concrete caratteristiche del trattamento svolto;
- f) adottare tempestivamente tutte le misure di sicurezza, organizzative e tecniche, necessarie per garantire ai dati personali trattati un livello di sicurezza adeguato ai rischi connessi al trattamento;
- g) nel caso di trasferimento di dati personali al di fuori dell'Unione Europea, adottare tempestivamente le misure supplementari necessarie e funzionali al rispetto della Normativa Privacy;
- h) assicurare la replicabilità, da parte di soggetti terzi certificatori indipendenti, di tutte le fasi del processo di raccolta ed elaborazione delle rilevazioni, nonché la piena tracciabilità delle fasi del processo di trasferimento di informazioni tra le diverse fonti di dati che costituiscono l'impianto della rilevazione;
- i) condurre – sotto la propria esclusiva responsabilità - le più opportune verifiche circa la

conformità alla normativa applicabile, inclusa la Normativa Privacy, di eventuali terzi *data provider* dei quali i Partecipanti intendono avvalersi, incluse audit nei riguardi di tutti i fornitori per ogni fase del processo di rilevazione;

- j) cedere e/o comunque assicurare al JIC la proprietà e titolarità esclusiva degli *asset* di cui all'articolo 4.2;
- k) assicurare al JIC la proprietà/titolarità esclusiva dei dati relativi ai risultati della rilevazione, con esclusione di qualsiasi riserva di utilizzo non precedentemente autorizzato per iscritto dal JIC;
- l) assicurare la più ampia cooperazione e coordinamento con il JIC e con gli altri Partecipanti in ipotesi di assegnazione a più Partecipanti dell'esecuzione di uno o più Lotti Aggregati;
- m) consentire al JIC di svolgere *audit* e/o ispezioni, direttamente e/o tramite terzi, in qualsiasi momento nel corso della durata del Contratto, per la verifica della puntuale osservanza delle obbligazioni assunte dai Partecipanti, con specifico riferimento al rispetto della normativa applicabile (inclusa la Normativa Privacy) in tutte le fasi del processo di raccolta ed elaborazione delle rilevazioni. Analoga facoltà di *audit* e/o ispezione dovrà essere riconosciuta a beneficio delle autorità competenti (e.g. AGCOM);
- n) fornire prontamente al JIC, in qualsiasi momento nel corso della durata del Contratto, qualsiasi informazione e/o documento richiesto al fine dell'adempimento degli obblighi gravanti sul JIC, nonché al fine della verifica della puntuale osservanza delle obbligazioni assunte dal Partecipante, con specifico riferimento al rispetto della normativa applicabile (inclusa la Normativa Privacy). Analoga facoltà dovrà essere riconosciuta a beneficio delle autorità competenti (e.g. AGCOM);
- o) tenere integralmente manlevato ed indenne il JIC da ogni danno, costo e/o responsabilità derivante e/o comunque relativo ad azioni e/o omissioni del Partecipante, nonché violazioni della Normativa Privacy e, in generale, della normativa applicabile (ivi incluse eventuali sanzioni amministrative irrogate al JIC e/o ai clienti del JIC).

8.3. I Partecipanti scelti ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 si impegnano, ora per allora, a fornire contrattualmente le più ampie dichiarazioni e garanzie, incluse (senza alcuna pretesa di esaustività) le seguenti:

- a) operare in costante conformità alla normativa applicabile, inclusa la Normativa Privacy;
- b) fornire tempestivamente al JIC informazioni corrette, complete e aggiornate al fine dell'adempimento degli obblighi legali (inclusi gli obblighi di natura regolamentare) gravanti sul JIC.

8.4. I Partecipanti scelti ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 si impegnano, ora per allora,:

- a) a non fornire, né direttamente né tramite terzi, con riferimento al territorio italiano, servizi in concorrenza con quelli forniti al JIC;
- b) ad attribuire al JIC l'esclusiva titolarità di tutte le customizzazioni e di tutti gli elementi specifici creati per la realizzazione della Ricerca AudiRadio 2025;
- c) a concordare una durata del Contratto di 1 (un) anno, con specifica previsione del riconoscimento di un'opzione di rinnovo in favore del JIC per un periodo di ulteriori 2 (due) anni.

8.5. Il Contratto potrà altresì prevedere, tra le altre cose, obblighi di *technology refresh*, obblighi di mantenimento di elevati standard qualitativi per tutta la durata del Contratto stesso, obblighi di non concorrenza, nonché SLA, KPI e penali in caso di disservizi.

8.6. Il JIC si riserva espressamente la facoltà ed il diritto di escludere dalla Procedura (chiudendo con effetto immediato ogni forma di negoziazione e senza che ciò determini alcuna responsabilità, di natura precontrattuale e/o di altra natura, in capo al JIC) qualsiasi Partecipante individuato ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 e che rifiuti l'assunzione di uno o più degli impegni di cui sopra e/o che non ottemperi a una o più delle condizioni e termini dell'Offerta. Il JIC potrà, a propria discrezione, proseguire la negoziazione con gli altri Partecipanti individuati ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7 e/o riaprire la Procedura.

9. Disposizioni finali

9.1. Confidenzialità

9.1.1. I Partecipanti si impegnano a mantenere strettamente riservate e confidenziali le Informazioni Riservate e ad usarle, salvo espressa autorizzazione scritta del JIC, solo per lo svolgimento della RFP.

9.1.2. Per **Informazioni Riservate** si intendono tutte le informazioni del JIC e/o comunque relative e/o attinenti al JIC e/o rese disponibili dal JIC in relazione alla RFP e/o alla Ricerca AudiRadio 2025 – anche se riferite a soggetti terzi – nell’ambito della Procedura di cui alla RFP, ricevute e/o acquisite dai Partecipanti in qualsiasi modo e momento (sia prima, sia dopo la pubblicazione della presente RFP), direttamente e/o indirettamente, in qualunque forma (compresa quella orale) ed indipendentemente dall’essere state espressamente qualificate come riservate, inclusi, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo, modelli di business, dettagli di operazioni, strategie commerciali, dati di associati e/o controparti contrattuali (espressamente comprese le emittenti radiofoniche nazionali e/o locali), dati di società controllate, tariffari, metodologie, processi, dati finanziari e/o prodotti e servizi, oltre ad annotazioni, cataloghi, analisi ed altri documenti contenenti e/o fondati su informazioni confidenziali e, più in generale, ogni informazione relativa al JIC, a propri clienti, prodotti, servizi, organizzazione e strategia commerciale. Sono da considerare Informazioni Riservate anche eventuali dati personali, metodologie di ricerca, *know-how*, segreti aziendali ed altri diritti di proprietà intellettuale del JIC e/o comunque rese disponibili dal JIC nell’ambito della Procedura di cui alla RFP.

9.1.3. Le Informazioni Riservate dovranno essere gestite come previsto nell’Accordo di Riservatezza che resterà valido ed efficace per tutta la durata della Procedura e fino alla sottoscrizione del Contratto nonché, laddove il Contratto non contenga obblighi di riservatezza più tutelanti per il JIC, anche per tutta la durata del Contratto e per i successivi 5 anni.

9.2. Proprietà delle informazioni

9.2.1. Tutti i concetti, le informazioni, le idee e il *know-how* eventualmente contenuti nelle Offerte rimangono nella titolarità esclusiva dei Partecipanti. E’ fatto, tuttavia, espressamente salvo il diritto del JIC di utilizzare i predetti concetti, informazioni, idee e *know-how* ai fini della realizzazione della Ricerca AudiRadio 2025, indipendentemente dal fatto che il Partecipante dal quale provengono sia o meno stato scelto ai sensi degli articoli 4.6 e 4.7.

9.3. Costi

9.3.1. Tutti i costi associati e/o comunque relativi alla preparazione e alla formalizzazione delle Offerte e, più in generale, della documentazione relativa alla Procedura, saranno sostenuti dai Partecipanti e non potrà essere richiesto alcun rimborso e/o contributo, a qualunque titolo, al JIC.

10. Comunicazioni – Foro Competente

10.1. Fermo restando quanto previsto dall’articolo 4.1, ogni comunicazione relativa alla Procedura ed alla RFP, dovrà essere indirizzata al JIC e trasmessa tramite PEC e contestualmente via email agli indirizzi:

- via PEC: audiradiosrl@pec.it
- via email: info@audiradio.info

10.2. Contestualmente all’invio dell’Offerta al JIC, ciascun Partecipante è tenuto a designare un referente unico per la Procedura, indicandone le generalità, l’indirizzo, il numero di telefono (fisso e cellulare) e l’indirizzo email, per ogni futura eventuale comunicazione.

10.3. Qualunque controversia dovesse insorgere tra il JIC ed i Partecipanti relativamente al contenuto,

interpretazione, Procedura ed esecuzione di quanto previsto nella RFP sarà devoluta alla competenza esclusiva del Foro di Milano.

*** **

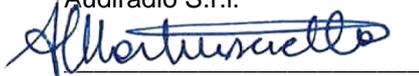
I dati personali raccolti nel contesto della Procedura saranno trattati unicamente dal JIC ed esclusivamente ai fini della Procedura stessa, con modalità cartacee ed elettroniche idonee a garantire la massima riservatezza e conformità alla normativa vigente, e saranno cancellati al termine del periodo di prescrizione applicabile. In mancanza di comunicazione dei dati richiesti, potrà non essere possibile ammettere il Partecipante alla Procedura. I medesimi dati non saranno oggetto di trasferimento all'estero, ma potranno essere condivisi con fornitori di servizi necessari ai fini della Procedura medesima, che tratteranno i dati – a seconda dei casi – quali titolari autonomi o responsabili del trattamento e, in tale eventualità, sulla base di istruzioni fornite con specifico accordo sul trattamento dei dati personali. Eventuali richieste di esercizio dei diritti riconosciuti dalla normativa privacy (e.g. accesso, cancellazione, limitazione del trattamento, aggiornamento e rettifica, portabilità) potranno essere inoltrate ai medesimi recapiti indicati nel presente documento.

Elenco allegati:

Allegato 1 – Allegato Tecnico: RICERCA AUDIRADIO 2025

Milano, 11 luglio 2024

Audiradio S.r.l.



Il Presidente
Dott. Antonio Martusciello

Allegato 1

Allegato tecnico: RICERCA AUDIRADIO ASCOLTI RADIO 2025

Sommario

1. PREMESSA	2
2. CARATTERISTICHE DI BASE DELLA NUOVA INDAGINE.....	2
4. SCHEMA GENERALE DELL'INDAGINE	3
5. LOTTI SUI QUALI ACQUISIRE OFFERTE	5
6. REQUISITI RISORSE COINVOLTE NELLA RICERCA	5
7. CARATTERISTICHE DEI SINGOLI LOTTI.....	6
8. DETTAGLIO METODOLOGIA STREAM A	7
9. DETTAGLIO METODOLOGIA STREAM B	11
10. FASE PILOTA - OPZIONALE	14

PREMESSA

Audiradio (di seguito anche "JIC") intende procedere alla realizzazione della Ricerca 2025 sull'ascolto e la fruizione del mezzo Radio - cioè l'ascolto dell'insieme delle emittenti nazionali e locali italiane dotate di concessione e/o autorizzazione ministeriale per l'attività broadcast FM, su tutti i dispositivi, su tutte le piattaforme di distribuzione e in tutte le modalità di fruizione (live e on-demand), di seguito, la Ricerca Audiradio 2025

La Ricerca Audiradio 2025 dovrà:

- Assicurare un adeguato equilibrio tra la necessità di dare continuità e stabilità alla currency e l'opportunità di adottare metodologie di nuova generazione per rilevare i consumi delle forme d'offerta digitali.
- Misurare le metriche principali di ascolto: Giorno Medio (GMI), Quarto d'Ora Medio (AOH) e 7/14/28 Giorni.
- Assicurare una maggior frequenza e una maggiore tempestività dei rilasci periodici rispetto ai tempi dell'attuale.
- Essere inclusa nel "sistema integrato delle Audi", auspicato da AGCom, per ottenere proficui vantaggi dalla mutua condivisione di asset strategici.
- Essere economicamente sostenibile per le radio nazionali e locali che intendano iscriversi alla ricerca.

CARATTERISTICHE DI BASE DELLA NUOVA INDAGINE AUDIRADIO

La Ricerca Audiradio 2025, come detto, intende assicurare un adeguato equilibrio tra la necessità di rilevare con appropriata affidabilità statistica gli ascolti di un insieme molto ampio di emittenti, e l'opportunità di adottare metodologie di nuova generazione per rilevare i consumi delle forme d'offerta digitali.

Per conseguire tale finalità, Audiradio si propone di:

- **Realizzare una rilevazione CATI** (Day After Recall)
- Mantenere un percorso comune a tutte le radio per la rilevazione delle coperture cumulate fino a 28 giorni e **dividere i percorsi di rilevazione dell'AOH, della reach nel giorno medio e della reach settimanale** tra le radio nazionali e locali.
- Lo sdoppiamento dei percorsi tra radio nazionali e locali consentirà di ridurre il numero medio di radio sollecitate all'intervistato e la durata delle interviste.
- **Introdurre la metodologia censuaria passiva - tramite SDK - per la componente d'ascolto radio (audio e video) generata attraverso device digitali.** Questo per uniformare la rilevazione della Radio Digitale alle rilevazioni digitali degli altri JIC.
- **Condividere alcuni degli asset di ricerca degli altri JIC e allineare le definizioni e gli universi utilizzati.** Per gli Universi di Riferimento verrà utilizzato il dato Istat e potrà essere utilizzata la Ricerca di Base unica di Auditel-Audicom opportunamente integrata. Per la profilazione e l'individualizzazione dei dati Digital on-demand si potrebbero impiegare il costituendo panel digital di Audicom (per i device personali) e il focal meter panel di Auditel (per le tv connesse), purché con la dovuta attenzione ai profili di rappresentatività del fenomeno radio.
- Si continuerà comunque a guardare con attenzione all'evoluzione tecnica e alle esperienze europee di applicazione di nuove metodologie di rilevazione dell'ascolto della radio, in particolare in riferimento al DAB+, valutando la possibilità di introdurre diverse fonti di dati censuari di ascolto, e valutando al contempo la sostenibilità economica per tutto il comparto.

SCHEMA GENERALE DELL'INDAGINE

La Ricerca Audiradio 2025 dovrà prevedere:

A) DUE PERCORSI DI RICERCA CATI, articolati nel seguente modo:

Stream A

È il percorso di indagine che avrà il compito di rilevare per le emittenti locali la Reach Settimanale e il dato del Giorno Medio, con le medesime modalità attuali, e l'AQH, in modo puntuale per lo Stream A1 e in due varianti alternative per lo Stream A2 ovvero attraverso le misure del tempo speso, funzionali alla ricostruzione, tramite un modello, della curva dell'AQH (a) oppure attraverso la misurazione puntuale dell'AQH (b).

Inoltre, fornirà per tutte le emittenti in rilevazione, uno strato comune di ricerca, diretto a rilevare:

- la curva di copertura 7-14-28gg.,
- le informazioni utili per la profilazione e l'individualizzazione dei dati censuari digitali;
- i parametri di de-duplica per la produzione dei dati di Total Audience.

Lo Stream A sarà suddiviso in due percorsi:

- l'A1 sarà interamente dedicato a misurare 7gg., GMI e AQH puntuale per le sole Emittenti Locali
- l'A2 rileverà le coperture 7-14-28gg. per tutte le emittenti rilevate (Nazionali e Locali), il GMI per le emittenti Locali. Relativamente all'AQH sarà necessario elaborare 2 opzioni alternative:
 - opzione a): TSL (per ricavare l'AQH modellizzato)
 - opzione b): AQH rilevato in modo puntuale

Inoltre rileverà i dati relativi alla deduplica per la Total Audience.

Stream B

È il percorso di indagine che avrà il compito di rilevare per le emittenti Nazionali la Reach Settimanale, il dato del giorno Medio e l'AQH puntuale con le medesime modalità attuali.

Questa indagine potrà essere basata su un piano campionario semplificato rispetto alla currency 2024, in ragione della diversa copertura territoriale delle emittenti interessate.

ULTERIORI SPECIFICHE VALIDE PER ENTRAMBI GLI STREAM

Da valutare per entrambi gli Stream le modalità di inserimento delle domande utili alla ricostruzione del Totale Mezzo. I Partecipanti dovranno formulare specifiche proposte al riguardo.

B) UN NASTRO DI PIANIFICAZIONE RESPONDENT LEVEL, che dovrà essere prodotto utilizzando le informazioni provenienti dallo Stream A e B (così come avviene oggi con l'Indagine Principale e Parallela di ERA).

La pubblicazione del nastro dovrà passare per tutte le radio da semestrale a trimestrale. Per le radio dello Stream B sarà impiegato il dato puntuale del trimestre; per quelle rilevate nello Stream A il dato del semestre mobile (ultimi due trimestri), per garantire grandezze più stabili (per le combinazioni emittenti-provincia eventualmente misurate per uno solo dei due trimestri del semestre mobile, andrà trovata una soluzione idonea a rappresentare correttamente i dati. I Partecipanti dovranno formulare specifiche proposte al riguardo).

C) UNA RILEVAZIONE TRAMITE SDK PER LA COMPONENTE DIGITALE (editoriale+pubblicitaria).

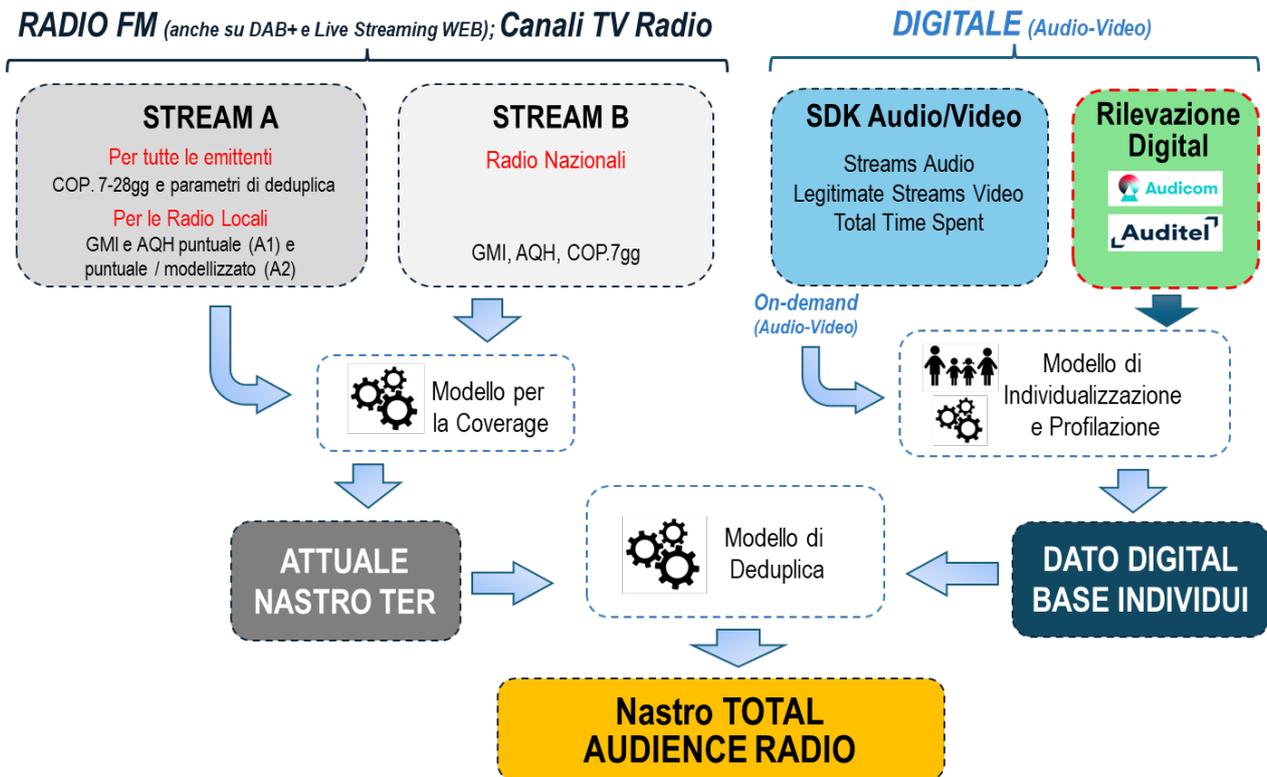
In particolare, la tecnologia **SDK** verrà utilizzata per la rilevazione **Audio e Video**. La tecnologia SDK sarà quella già utilizzata da Auditel e da Audicom (oggi SDK Comscore).

Per i modelli di individualizzazione e profilazione dei dati censuari base device, nonché per la produzione dei dati di audience, si potranno utilizzare gli asset di altri JIC: il focal meter panel di Auditel (tv connessi) e il costituendo panel second screen di Audicom (device personali), con la dovuta attenzione ai profili di rappresentatività del fenomeno radio. Ciò per fare efficienza e garantire interoperabilità di risultati.

D) UN NASTRO RESPONDENT LEVEL DI TOTAL AUDIENCE che dovrà essere prodotto utilizzando le informazioni provenienti dalle indagini CATI e dalla rilevazione censuaria digitale.

Per la deduplica dei diversi dati potranno essere utilizzate informazioni ricavate dall'Indagine CATI STREAM A2.

Di seguito lo schema generale di ricerca:



LOTTE SUI QUALI ACQUISIRE OFFERTE

La Ricerca Audiradio 2025 è strutturata nei seguenti lotti:

SURVEY CATI STREAM A (offerte da acquisire sia cumulativamente che per singoli Lotti)

Lotto 1 - RILEVAZIONE 50% STREAM A1

Lotto 2 - RILEVAZIONE 50% STREAM A1

Lotto 3 - RILEVAZIONE STREAM A2

Proposta a (AQH modellizzato)

Proposta b (AQH puntuale)

SURVEY CATI STREAM B (offerte da acquisire sia cumulativamente che per singoli Lotti)

Lotto 4 - RILEVAZIONE 50% STREAM B

Lotto 5 - RILEVAZIONE 50% STREAM B

LOTTO 6 - COORDINAMENTO, ELABORAZIONE E PONDERAZIONE DEI DATI + PRODUZIONE DI MODELLI STATISTICI

(offerta da acquisire per l'intero Lotto 6 con dettaglio costi per 6A1, 6A2, 6B)

6A1

- Piano di campionamento Stream A e Stream B
- Fusione dei due data base (Stream A e Stream B)
- Ponderazione dei dati
- Creazione file dati per la produzione del nastro di pianificazione e rilascio dei volumi

6A2

- Stima Totale Mezzo ed eventuale modello per la curva dell'AQH delle Locali in Stream A2 (proposta a)

6B

- Individualizzazione e profilazione dati Digital
- Deduplica dati Cati e Digital (Total Audience)

LOTTO 7 - PRODUZIONE NASTRO DI PIANIFICAZIONE RESPONDENT LEVEL (in futuro: nastro di Total Audience)

REQUISITI RISORSE COINVOLTE NELLA RICERCA

Si richiede ai Partecipanti di mettere a disposizione di Audiradio un Team di Specialisti, coordinato da un Direttore (o eventualmente più direttori, nel caso di partecipazione a più lotti) di comprovata esperienza nelle attività previste. Il Direttore si interfacerà regolarmente con il Comitato Tecnico di Audiradio e le figure delineate da Audiradio.

Dovranno essere forniti i profili professionali delle persone che faranno parte dei team dedicati ad Audiradio.

Relativamente alle caratteristiche del field, sono richiesti i seguenti requisiti minimi:

- retribuzione di tipo orario (non a intervista), comunque nel rispetto di quanto previsto dal contratto stipulato da ASSIRM o ASSEPRIM e la controparte sindacale.
- perfetta conoscenza della lingua italiana.

- la possibilità nella provincia autonoma di Bolzano che le interviste vengano effettuate anche in lingua tedesca, e che siano pertanto svolte da intervistatori bilingue (in grado cioè di parlare in maniera fluente sia la lingua tedesca che l'italiano).
- tutti gli intervistatori devono essere dedicati esclusivamente alle ricerche di mercato (ovvero non devono svolgere altre attività di call center per l'Istituto).
- almeno il 50% degli intervistatori deve avere due o più anni di comprovabile esperienza in ricerche di mercato condotte con sistema CATI, anche presso altri istituti di ricerca. Costituisce criterio di preferenza l'utilizzo di una quota più elevata e ai Partecipanti è richiesto di indicare tale quota.
- possesso di almeno un diploma di scuola media superiore o almeno 3 anni di esperienza di ricerche di mercato.
- dimestichezza nell'uso del pc e con i supporti informatici dedicati alla realizzazione delle interviste, doti comunicative e proprietà di linguaggio adeguati a effettuare correttamente le interviste.
- è ammessa la possibilità per i Partecipanti di autorizzare lo svolgimento di interviste da remoto (@home), purché la quota delle interviste da remoto rimanga contenuta. Costituisce criterio di preferenza la realizzazione della maggior parte delle interviste in central location fornendone la percentuale.
- è richiesta, inoltre, una documentazione dettagliata dei sistemi di controllo del field sia in central location che da remoto.
- relativamente alla quota dei supervisor rispetto al numero di intervistatori, è richiesto un rapporto minimo pari a 1:20. costituisce criterio di preferenza l'utilizzo di una quota più elevata e ai Partecipanti è richiesto di indicare tale quota.
- i Partecipanti devono garantire una quota minima di controllo delle interviste pari al 10% a campione, con il 100% dell'intervista monitorata/ascoltata.
- gli intervistatori devono ricevere una formazione adeguata alla natura del lavoro da svolgere. In particolare, prima dell'avvio di ogni rilevazione, saranno realizzate riunioni di briefing a cui parteciperanno anche i supervisor, tenute di persona dai ricercatori Senior responsabili della ricerca, finalizzate a fornire tutte le informazioni, le avvertenze, le raccomandazioni e le esemplificazioni pratiche necessarie alla conoscenza degli obiettivi e dei metodi dell'indagine, oltre che alla migliore comprensione del questionario e dei criteri di somministrazione delle domande.
- l'impegno da parte dei Partecipanti che qualora nell'esecuzione delle attività di cui alla ricerca dovessero avvalersi dell'opera di un soggetto terzo in qualità di fornitore e/o in regime di subappalto, il soggetto terzo e/o il subappaltatore dovrà essere dotato di adeguata professionalità che garantisca il medesimo livello di qualità del Partecipante ed utilizzi personale interamente dedicato alle prestazioni oggetto della Ricerca Audiradio 2025.

CARATTERISTICHE DEI SINGOLI LOTTI

Relativamente ai singoli lotti si richiede ai Partecipanti di:

SURVEY CATI STREAM A - ovvero per ciascuno dei lotti 1, 2, 3

- Gestire in collaborazione con Audiradio il piano di campionamento dell'indagine CATI.
- Collaborare con Audiradio alla stesura del questionario (in allegato al presente documento la descrizione dei questionari per la rilevazione 2025).
- Eseguire le interviste CATI ripartendole equamente nel corso dell'intero anno rispettando le quote campionarie.
- Rilasciare i dati CATI, al fine di produrre il file dei dati elementari non ponderati, secondo il calendario concordato con Audiradio. Il file dei dati elementari verrà trasmesso al fornitore del Lotto 6 secondo le specifiche definite dal Lotto 6.
- Interfacciarsi con il fornitore dei Lotti 4, 5 di STREAM B al fine di coerenza gli impianti metodologici e le tempistiche delle due indagini.
- Interfacciarsi con il Comitato Tecnico di Audiradio per tutti gli approfondimenti/chiarimenti richiesti, producendo i relativi report/dashboard di performance del field.

SURVEY CATI STREAM B - ovvero ciascuno dei lotti 4 e 5

- Gestire in collaborazione con Audiradio il piano di campionamento dell'indagine CATI
- Collaborare con Audiradio alla stesura del questionario (in allegato al presente documento la descrizione dei questionari per la rilevazione 2025).
- Eseguire le interviste CATI ripartendole equamente nel corso dell'intero anno rispettando le quote campionarie.
- Rilasciare i dati CATI, al fine di produrre il file dei dati elementari non ponderati, secondo il calendario concordato con Audiradio. Il file dei dati elementari verrà trasmesso al fornitore del Lotto 6 secondo le specifiche definite dal Lotto 6.
- Interfacciarsi con il fornitore dei Lotti 1, 2, 3 di STREAM A al fine di coerenza gli impianti metodologici e le tempistiche delle due indagini.
- Interfacciarsi con il Comitato Tecnico di Audiradio per tutti gli approfondimenti/chiarimenti richiesti, producendo i relativi report/dashboard di performance del field.

PILOTA QUESTIONARI

Per entrambi gli Stream A e B si considera inclusa una fase pilota per testare i questionari in termini di lunghezza, comprensione e struttura e l'idoneità degli stessi alla ricostruzione del Totale Mezzo.

LOTTO 6 - COORDINAMENTO, ELABORAZIONE E PONDERAZIONE DEI DATI + PRODUZIONE DI MODELLI STATISTICI

6A1

- Interfacciarsi con i Partecipanti assegnatari dei Lotti 1, 2, 3, 4, 5 per individuare le eventuali integrazioni dei questionari.
- Definire il piano di campionamento delle Survey Stream A1, A2 e Survey Stream B.
- Predisporre il Piano di Ponderazione di:
 - Survey Stream A2 (esclusivamente dati di copertura);
 - Survey Stream B;
 - Stream A (A1+A2).
- Predisporre due distinti DB contenenti i dati d'ascolto ponderati. Tali DB dovranno contenere i dati provenienti dalle seguenti survey:
 - DB: survey CATI Stream A + survey CATI Stream B (4 DB trimestrali in cui i dati per le locali sono su base semestre mobile + 1 DB annuale).
- Elaborare i dati d'ascolto e produrre i volumi elettronici, secondo il seguente schema:
 - report CATI: ascolti live (4 report trimestrali in cui i dati per le locali sono su base semestre mobile + 1 report annuale).
- Trasferire i dati al Partecipante assegnatario del Lotto 7.

6A2

- Progettare e sottoporre all'approvazione del Comitato Tecnico e del CdA di Audiradio i modelli statistici per:
 - la curva dell'AQH delle radio Locali solo nella proposta Stream A2a;
 - la fusione dei dati delle due Survey Stream A e B CATI, in un file respondent level;
 - la stima del Totale Mezzo.

6B

- Progettare e sottoporre all'approvazione del Comitato Tecnico e del CdA di Audiradio i modelli statistici per:
 - l'individualizzazione e la profilazione dei dati Digital (Video ed Audio);
 - la fusione dei dati CATI e SDK (Audio e Video), con le dovute deduplicazioni in un unico file respondent level di Total Audience.
- Predisporre un DB TOTAL AUDIENCE: come precedente 6A1 + dati censuari da SDK
 - produrre volumi di TOTAL AUDIENCE;

LOTTO 7 - PRODUZIONE NASTRO DI PIANIFICAZIONE RESPONDENT LEVEL

- Produrre i "diari virtuali" d'ascolto sui 7-14-28 giorni utilizzando i dati respondent level provenienti dal Lotto 6 (Survey CATI Stream A-B);
- Produrre il nastro di pianificazione (4 nastri trimestrali + 1 nastro annuale);
- Produrre il nastro di pianificazione di Total Audience;
- Interfacciarsi con il Partecipante assegnatario del Lotto 6 per individuare le eventuali integrazioni del questionario, funzionali alla produzione del nastro di pianificazione.

DETTAGLIO METODOLOGIA STREAM A

Tecnica di Rilevazione: intervista telefonica - metodo CATI - su un campione rappresentativo della popolazione di riferimento, raggiunto sia su telefono fisso sia mobile, con percentuale su telefonia mobile aggiornata in base all'ultimo dato ISTAT.

Universo di riferimento: popolazione italiana di 14 anni e oltre presente sul suolo italiano.

Campione: 120.000 casi annuali

Calendario rilevazione:

	<i>Periodo</i>	<i>Stream A1 - N° casi</i>	<i>Stream A2 - N° casi</i>
<i>1° trimestre</i>	Metà gennaio-marzo	20.000	10.000
<i>2° trimestre</i>	Aprile-giugno (pausa periodo Pasquale)	20.000	10.000
<i>3° trimestre</i>	Giugno-luglio-settembre (pausa agosto)	20.000	10.000
<i>4° trimestre</i>	Ottobre-novembre-metà dicembre	20.000	10.000
<i>Totale</i>		<i>80.000</i>	<i>40.000</i>

Criteri di stratificazione del campione Stream A1 (80.000 casi):

Ottenuto il numero di interviste da effettuare in ciascuna delle 105 province (accorpendo Isernia con Campobasso, Gorizia con Trieste) risultanti, il totale viene stratificato per i criteri di seguito elencati: il campione sarà equidistribuito su tutto il corso dell'anno 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 (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x provincia (3x105 celle);
- Giorno della settimana x regione (7x18 celle) + Tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle);
- Provincia x ampiezza centri (105x5 celle);
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle);
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni);
- Regione x device telefonico (fisso-mobile), per rispecchiare la situazione di reperibilità su diversi device registrata da ISTAT in ciascuna regione (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.

A titolo esemplificativo la distribuzione 2024 è stata la seguente (la stessa verrà aggiornata con gli eventuali nuovi dati dell'Indagine Istat-Multiscopo):

- 27,4% di persone contattabili da fisso;
- 20,2% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi;
- 52,4% 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.

In caso di impossibilità a raggiungerle a livello 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).

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

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.

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).

Criteri di stratificazione del campione Stream A2 (40.000 casi):

A livello di singola wave di rilevazione le quote campionarie sono le seguenti:

- province (105 celle);
- regione x sesso-età (20x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni);
- regione x ampiezza demografica dei centri (20 x 5 celle);
- giorno della settimana x sesso-età (7 x 13 celle);
- giorno della settimana x regione (7x18 celle) + Tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle);
- regione x device telefonico (fisso-mobile) (20 x 2 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.

A titolo esemplificativo la distribuzione 2024 è stata la seguente (la stessa verrà aggiornata con gli eventuali nuovi dati dell'Indagine Istat-Multiscopo):

- 27,4% di persone contattabili da fisso;
- 20,2% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi;

- 52,4% 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.

In caso di impossibilità a raggiungerle a livello 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).

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

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

Stream A1: cosa rilevare

- Ascolto nei 7 giorni;
- Ascolto nel giorno precedente l'intervista;
- Frequenza di ascolto;
- Ascolto nel singolo quarto d'ora, per giorno della settimana;
- Luoghi d'ascolto nel giorno precedente l'intervista;
- Device d'ascolto nel giorno precedente l'intervista;
- Caratteristiche sociodemografiche;
- Utilizzo dell'auto e tempo speso mediamente in auto nei giorni feriali, nei giorni sabato/domenica e nel giorno precedente l'intervista;
- Dettaglio fruizione digitale (da Sito, da App...);
- Sezione facoltativa che prevede 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 e domande relative alla Digital Radio (DAB+).

Stream A2: cosa rilevare

Per le sole emittenti locali:

- ascolto nel giorno precedente l'intervista
- - **proposta a)** - TSL da utilizzare per un modello statistico per l'attribuzione della curva degli ascolti per quarto d'ora;
 - **proposta b)** - Ascolto nel singolo quarto d'ora, per giorno della settimana (come Stream A1);
- frequenza dell'ascolto;
- ascolto in Casa e Fuori Casa;
- luoghi e device di ascolto;

Per tutte le emittenti:

- ascolto 7-14-28 giorni;
- principali dati socio-demografici degli intervistati;
- parametri di deduplica per i modelli di definizione del dato di Total Audience e di Totale Mezzo (da definire con il contributo del/dei Partecipante/i);
- utilizzo dell'auto e tempo speso mediamente in auto nei giorni feriali, nei giorni sabato/domenica e nel giorno precedente l'intervista.

La Ponderazione:

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

Per l'intero Stream A viene applicato un piano di ponderazione a semestri mobili e a totale anno 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 (20 x 2 celle);
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x provincia (3x105celle);
- Giorno della settimana x regione (7x18 celle) + Tipo giorno x Valle d'Aosta-Molise (3x2 celle);
- Provincia x ampiezza centri (105x5 celle);
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle);
- Giorno della settimana 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 attualmente "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 attualmente "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.

La ponderazione dello Stream A2 (esclusivamente dati di copertura) viene effettuata su base trimestrale (10.000 interviste) e annuale (40.000 interviste), secondo i seguenti parametri:

- provincia (105 celle)
- giorno della settimana per regione (7x17 celle, sono accorpate le regioni Piemonte/V.d'Aosta; Abruzzo/Molise; Calabria/Basilicata)
- regione per sesso/età (17x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni)
- regione per ampiezza dei centri (17x5 celle)
- giorno della settimana per ampiezza dei centri (7x5 celle)
- giorno della settimana per sesso-età (7x13 celle)
- titolo di studio (2 celle)
- interviste sul cellulare o telefono fisso (2 celle)

Al termine di ciascuna wave di rilevazione si provvederà alla produzione di 2 data set (Stream A1+Stream A2, Stream A2), al controllo della qualità dei dati e alla loro ponderazione ed espansione all'universo.

DETTAGLIO METODOLOGIA STREAM B

Tecnica di Rilevazione: intervista telefonica - metodo CATI - su un campione rappresentativo della popolazione di riferimento, raggiunto sia su telefono fisso sia mobile.

Universo di riferimento: popolazione italiana di 14 anni e oltre presente sul suolo italiano.

Campione: almeno 80.000 casi annuali

Calendario rilevazione:

	<i>Periodo</i>	<i>Stream B</i>
<i>1° trimestre</i>	Metà gennaio-marzo	20.000
<i>2° trimestre</i>	Aprile-giugno (pausa periodo Pasquale)	20.000
<i>3° trimestre</i>	Giugno-luglio-settembre (pausa agosto)	20.000
<i>4° trimestre</i>	Ottobre-novembre-metà dicembre	20.000
<i>Totale</i>		80.000

Criteria di stratificazione del campione:

Lo Stream B sarà stratificato per regione con quote minime per provincia all'80%.

Dettaglio:

Ottenuto il numero di interviste da effettuare in ciascuna delle 20 Regioni risultanti, il totale viene stratificato per i criteri di seguito elencati: il campione sarà equidistribuito su tutto il corso dell'anno con l'obiettivo di un ugual numero di interviste per ciascun giorno di rilevazione;

- Regione x sesso-età (20x14 celle);
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x Regione (3x20 celle);
- Regione x ampiezza centri (20x5 celle);
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle);
- Giorno della settimana x sesso-età (7x13 celle - accorpamento maschi e femmine per il target 14-17 anni);
- Per regione x device telefonico (fisso-mobile), per rispecchiare la situazione di reperibilità su diversi device registrata da ISTAT in ciascuna regione (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.

A titolo esemplificativo la distribuzione 2024 è stata la seguente (la stessa verrà aggiornata con gli eventuali nuovi dati dell'Indagine Istat-Multiscopo):

- 27,4% di persone contattabili da fisso;
- 20,2% di persone contattabili solo da mobile con fisso non presente sugli elenchi;
- 52,4% 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.

In caso di impossibilità a raggiungerle a livello 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).

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

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 regionale e per giorno della settimana (nella matrice giorno della settimana 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.

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

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

Cosa rilevare:

- Ascolto nei 7 giorni;
- Ascolto nel giorno precedente l'intervista;
- Frequenza di ascolto;
- Ascolto nel singolo quarto d'ora, per giorno della settimana;
- Luoghi d'ascolto nel giorno precedente l'intervista;
- Device d'ascolto nel giorno precedente l'intervista;
- Caratteristiche sociodemografiche;
- Utilizzo dell'auto e tempo speso mediamente in auto nei giorni feriali, nei giorni sabato/domenica e nel giorno precedente l'intervista;
- Dettaglio fruizione digitale (da Sito, da App...);
- Sezione facoltativa che prevede 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 e domande relative alla Digital Radio (DAB+).

Al termine di ciascuna wave di rilevazione si provvederà all'unione dei dati, al controllo della qualità dei dati e alla loro ponderazione ed espansione all'universo.

La Ponderazione:

La ponderazione viene effettuata utilizzando i medesimi parametri a seconda che si tratti dei dati del trimestre, eventuale semestre, e 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:

- Regione x sesso-età (20x14 celle);
- Tipo giorno (lunedì-venerdì, sabato, domenica) x Regione (3x20 celle);
- Regione x ampiezza centri (20x5 celle);
- Giorno della settimana x ampiezza centri (7x5 celle);
- Giorno della settimana 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 di 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 attualmente "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 attualmente "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.

FASE PILOTA PER STREAM A e B

TEST PER LA FUSIONE DEI DATI DI ASCOLTO STREAM A E STREAM B

I Partecipanti al Lotto 6 garantiscono che i modelli proposti nell'offerta saranno preventivamente validati da una fase di test che utilizzerà le prime interviste effettuate. Tale attività sarà inclusa nell'offerta.

I Partecipanti potranno inoltre proporre e quotare una fase pilota aggiuntiva opzionale che utilizzi interviste ad hoc pari al 5% delle interviste di Stream A1, A2 e B con l'obiettivo di analizzare la fusione dei dati risultanti dallo Stream A e dallo Stream B e di fornire al Partecipante che risulterà assegnatario del lotto 6 un database utile alla messa a punto dei modelli della CATI. Fatta eccezione per le dimensioni campionarie, la fase test adotterà le medesime specifiche metodologiche dello Stream A e dello Stream B.

Allegato 2

Allegato tecnico: RAZIONALE DEI QUESTIONARI

Elementi comuni a tutti gli Stream

Verrà comunicato ai Partecipanti l'elenco delle radio iscritte alla ricerca, di seguito una stima indicativa.

- Stream A:

Stream A1 - 25 Radio in media x intervista (min. 8 Radio- max 52 Radio)

Stream A2 - 43 Radio in media x intervista (min. 26 Radio- max 70 Radio)

- Stream B: 18 Radio.

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

- possesso esclusivo di telefono cellulare;
- nel caso di non possesso esclusivo di telefono cellulare: presenza del numero fisso negli elenchi telefonici;

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. 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 dichiara 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 vengono chiesti sesso, età e comune di domicilio abituale dell'intervistato.

Nella provincia autonoma a statuto speciale di Bolzano è prevista la possibilità che le interviste vengano effettuate anche in lingua tedesca. Il questionario dovrà essere dunque predisposto anche in lingua tedesca.

Gli Istituti dovranno proporre il set di domande integrative utili alla stima del Totale Mezzo (non previste nell'elenco seguente).

STREAM A1

- Frequenza di ascolto della Radio, in generale (scala 8 passi)

Il questionario è strutturato in modo da rilevare per le singole **emittenti locali** (lettura dell'elenco delle emittenti, ordine random) le seguenti informazioni:

- Ascolto nei 7 giorni su sollecito da elenco emittenti
- x le sole emittenti ascoltate nei 7 giorni: ascolto nel giorno medio (ieri) (per convenzione il giorno medio è 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)
- ascolto della radio per fascia oraria
- x le sole emittenti ascoltate ieri: ascolto nel singolo 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 durata d'ascolto (in minuti) è ricavata di conseguenza; la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a coerenzare ciò che viene dichiarato rispetto all'ascolto radio per fascia oraria
- x le sole emittenti ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
 - o in casa, fuori casa, sia in casa che fuori casa

- se fuori casa: 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.
- x le sole emittenti ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
 - 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 (es. Google Home, Alexa), altro, non ricorda.
 - telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet approfondimento livello di piattaforma utilizzata: sito internet della radio, app della radio, altro sito internet, altra app, canali social, non ricorda.
- Domande in generale (non per singole Radio)
 - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
 - Caratteristiche sociodemografiche (professione (dell'intervistato), istruzione (dell'intervistato), RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia)
 - Sezione facoltativa (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte) relativa al coinvolgimento in attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device (in generale)
 - Sezione facoltativa (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte) relativa alla Digital Radio (DAB+)

STREAM A2

Il questionario rileverà nell'ordine le coperture 7-14-28gg. per tutte le emittenti rilevate (Nazionali e Locali). Solo per le Emittenti Locali il GMI e

Opzione a - il TSL per ricostruzione tramite modello della curva dell'AQH

Opzione b – rilevazione puntuale AQH.

Per tutte le emittenti i parametri di deduplica per la Total Audience.

- Frequenza di ascolto della Radio
- **per tutte le emittenti**
 - radio ascoltate negli ultimi 7 giorni. Si legge l'elenco di tutte le radio della provincia e di tutte le radio nazionali (alle emittenti che sono state ascoltate negli ultimi 7 giorni viene imputato l'ascolto anche negli ultimi 14 e 28 giorni)
 - 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.
 - 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.

Soltanto **per le emittenti locali** il questionario prosegue con la rilevazione delle seguenti informazioni:

- x le sole emittenti ascoltate nei 7 giorni: ascolto nel giorno medio (ieri) (per convenzione il giorno medio è 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)

Opzione a

- x le sole emittenti ascoltate ieri: durata d'ascolto (ieri)
- + eventuali informazioni utili a cura del Partecipante per ricostruire tramite modello la curva di AQH

Opzione b

- ascolto della radio per fascia oraria

- x le sole emittenti ascoltate ieri: ascolto nel singolo 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 durata d'ascolto (in minuti) è ricavata di conseguenza; la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a coerenzare ciò che viene dichiarato rispetto all'ascolto radio per fascia oraria.
- x le sole emittenti ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
 - o in casa, fuori casa, sia in casa che fuori casa;
 - o se fuori casa: 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.
- x le sole emittenti ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)
 - o 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 (es. Google Home, Alexa), altro, non ricorda.
 - o telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet approfondimento livello di piattaforma utilizzata: sito internet della radio, app della radio, altro sito internet, altra app, canali social, non ricorda.
- Domande in generale (non per singole Radio)
 - o Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
 - o Caratteristiche sociodemografiche (professione (dell'intervistato), istruzione (dell'intervistato), RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia).

Per tutte le emittenti iscritte all'Indagine andranno previste domande necessarie alla deduplica per la Total Audience su proposta dei Partecipanti.

STREAM B

- Frequenza di ascolto della Radio, in generale (scala 8 passi)

Il questionario è strutturato in modo da rilevare per le singole **emittenti nazionali** (lettura dell'elenco delle emittenti, ordine random) le seguenti informazioni:

- Ascolto nei 7 giorni su sollecito da elenco emittenti;
- x le sole emittenti ascoltate nei 7 giorni: ascolto nel giorno medio (ieri) (per convenzione il giorno medio è 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);
- ascolto della radio per fascia oraria
- x le sole emittenti ascoltate ieri: ascolto nel singolo 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 durata d'ascolto (in minuti) è ricavata di conseguenza; la rilevazione delle emittenti avviene prima in modalità spontanea e prevede appositi rilanci volti a coerenzare ciò che viene dichiarato rispetto all'ascolto radio per fascia oraria.
- x le sole emittenti ascoltate ieri: luoghi d'ascolto (ieri)
 - o in casa, fuori casa, sia in casa che fuori casa;
 - o se fuori casa: 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.
- x le sole emittenti ascoltate ieri: device d'ascolto (ieri)

- 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 (es. Google Home, Alexa), altro, non ricorda;
- telefono cellulare/smartphone e/o via PC/Tablet approfondimento livello di piattaforma utilizzata: sito internet della radio, app della radio, altro sito internet, altra app, canali social, non ricorda.
- Domande in generale (non per singole Radio)
 - Utilizzo dell'auto (come conducente o passeggero), frequenza di utilizzo nei giorni feriali e nel fine settimana, tempo di utilizzo medio giornaliero negli stessi periodi e tempo di utilizzo nel giorno precedente.
 - Caratteristiche sociodemografiche (professione (dell'intervistato), istruzione (dell'intervistato), RA, presenza di bambini 0-13 anni in famiglia, numero componenti famiglia).
 - Sezione facoltativa (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte) relativa al coinvolgimento in attività digital e social delle emittenti e alle abitudini di utilizzo dei diversi device (in generale).
 - Sezione facoltativa (in funzione della collaborazione dell'intervistato, l'intervista viene ritenuta ugualmente valida, quindi completa anche senza questa parte) relativa alla Digital Radio (DAB+).