

→ OBIETTIVI

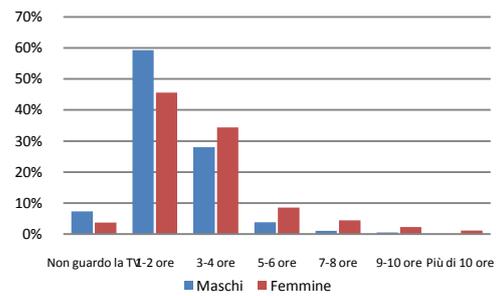
Acquisire una precisa conoscenza del pubblico delle televisioni locali piemontesi per fornire alle suddette strumenti per fidelizzare le persone che già le seguono e ne apprezzano i programmi, ampliare l'offerta, attirare nuovi utenti attualmente distanti dal media televisivo.

→ SOLUZIONE

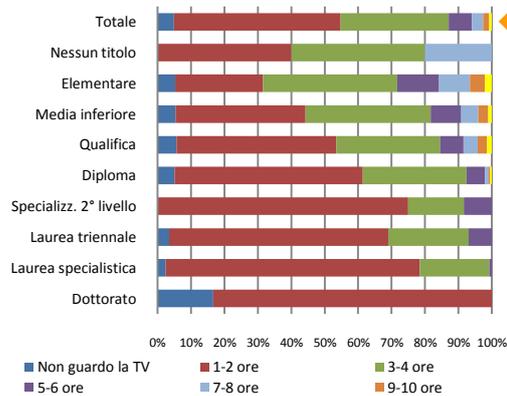
È stato somministrato un questionario, con metodologia Cati-Cawi, ad un campione di circa 1200 cittadini italiani residenti in Piemonte, in modo da poter ottenere una rappresentatività statistica a livello regionale. Le interviste hanno avuto come scopo quello di ricostruire il profilo di consumo culturale e televisivo della popolazione piemontese, e di classificare la popolazione in base ai cluster individuati dagli stili di vita (basandosi su variabili socio-demografiche, valori, atteggiamenti e comportamenti delle persone).

→ BENEFICI

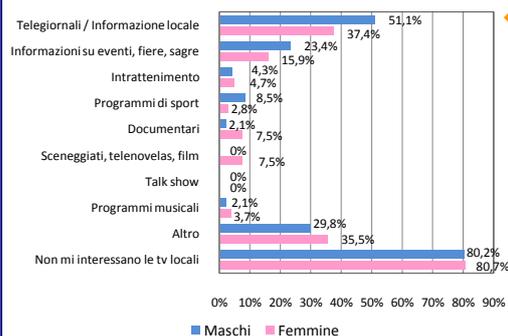
Si è potuto analizzare quale sia il ruolo che ad oggi ricopre la televisione (e nello specifico le televisioni locali) nella società piemontese, per quanto riguarda i suoi due principali "compiti" di informazione ed intrattenimento. Il mezzo televisivo è stato perciò messo a confronto da una parte con gli altri principali mezzi di comunicazione (radio, quotidiani, riviste, web tv ed Internet), dall'altra con varie forme di intrattenimento o svago come teatro, concerti/spettacoli, cinema, libri, pc, cellulare.



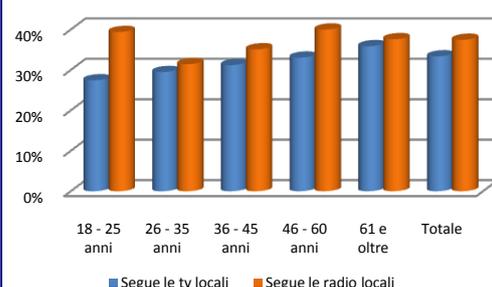
← Ore davanti alla tv in una giornata tipo, per genere



← Ore davanti alla tv in una giornata tipo, per titolo di studio



← Cosa vorrebbe vedere, sulle tv locali, chi ad oggi non le segue



← Utenti delle tv locali e delle radio locali a confronto