

## Gli 11 punti dell'indicazione della fonte

**Chi utilizza dati scientifici ne indica sempre la fonte. Questo consente a qualunque destinatario di risalire ai dati. Dalla fonte si evince con quali dati si è lavorato e quali criteri il valutatore ha stabilito per l'analisi. L'indicazione della fonte si è quindi imposta anche per l'utilizzo dei dati del panel televisivo di Mediapulse per tutti gli utenti. Questo evita molte domande e discussioni inutili. Tuttavia, con le nuove possibilità di valutazione, sorgono ripetutamente domande su quali siano le regole per la contrassegnazione di una indicazione della fonte corretta.**



### L'indicazione corretta della fonte

Per garantire la replicabilità, ogni indicazione della fonte deve contenere i seguenti elementi:

1. la base di dati (Mediapulse TV Data)
2. il sistema di valutazione (ad es. Instar Analytics)
3. l'ambito geografico (ad es. la Svizzera tedesca)
4. il gruppo target (ad es. fascia di età 15-49 anni, incl. ospiti)
5. l'emittente valutata (ad es. RTL CH o SRF1)
6. il periodo di tempo della valutazione (ad es. 1° semestre del 2021)
7. la fascia oraria (ad es. lun. - dom. 24 h)
8. l'indicatore riconosciuto (ad es. Rt-T)
9. le piattaforme incluse (ad es. tutte le piattaforme)
10. l'ascolto in differita (ad es. Overnight +7)
11. **Il carattere eventualmente provvisorio dei dati**

## Esempio di indicazione della fonte

Fonte: MediapulseTV Data (Instar Analytics), DS, fascia di età 15-49 incl. ospiti, RTL CH, 1° semestre 2021, lun.- dom. 24 h, Rt-T, tutte le piattaforme, Overnight +7

## Spiegazione dei singoli elementi

1. A partire da gennaio 2019, «MediapulseTV Data» è la fonte di riferimento corretta per la **base di dati**. Denominazioni come «Dati Kantar» o «Panel televisivo Kantar» non sono denominazioni corrette. «MediapulseTV Data» sostituisce la denominazione «Panel televisivo Mediapulse», valida fino a dicembre 2018.
2. Il nome del **sistema di valutazione** deve essere specificato in modo da escludere equivoci con valutazioni di strumenti terzi o con calcoli propri.
3. Per quanto riguarda l'**ambito geografico**, i dati devono riportare in modo chiaro a quale regione si riferiscono (regione linguistica, zona di concessione o area WEMF ecc.).
4. Per quanto riguarda il **gruppo target**, devono essere indicati tutti i criteri applicati alle persone o ai nuclei familiari, nonché le relative combinazioni, con o senza ospiti. Nel caso in cui venga utilizzato, in aggiunta, anche un gruppo target di riferimento, esso deve essere chiaramente specificato.
5. In particolare per le **emittenti** estere con finestre pubblicitarie e/o di programmi, deve essere indicato chiaramente il nome dell'emittente (ad es. RTL CH o RTL Total).
6. Per quanto riguarda il **periodo di tempo**, deve essere chiaro quale periodo si sta analizzando (ad es. Ø 2021 o 1° luglio- 31 agosto 2021). Nel caso in cui si faccia riferimento a un altro periodo di tempo, anche quest'ultimo deve essere specificato.
7. Per quanto riguarda la **fascia oraria**, è necessario specificare le fasce orarie nonché i giorni della settimana presi in analisi (ad esempio Ø 24 ore lun.- dom. oppure Ø ore 18.00- 20.00 lun.- ven.).
8. Deve essere chiaro quale **Fact (indicatore)** viene visualizzato (ad es. MA, Rt-T). Nel caso di pubblicazioni, è necessario indicare il nome completo dell'indicatore (ad es. quota di mercato in %, rating in migliaia).
9. I dati devono riportare in modo chiaro a quale **piattaforma** si riferiscono (ad es. tutte le piattaformeTV o piattaforme web).
10. L'**ascolto in differita** deve essere contrassegnato di conseguenza (ad es. Overnight o Overnight +7).
11. Il **carattere provvisorio** dei dati deve essere chiaramente riconoscibile se si vogliono pubblicare dati provvisori.\*

\* Con l'introduzione dei dati Hi-Res Boost, il modello di fornitura dei dati cambia. Come accaduto finora, i dati vengono autorizzati il giorno successivo alla messa in onda. Questi valgono, tuttavia, come «provvisori»; dopo una settimana vengono infatti integrati con i dati risultanti dal boosting, diventando così i dati definitivi, finali. I dati «Overnight+7» definitivi, risultanti dal boosting sono disponibili al più presto quindici (15) giorni dopo la prima messa in onda. Fino a questo momento si tratta di dati provvisori che vengono consegnati nel calendario del software di analisi come «Particular Publication Rules».

Se si desidera pubblicare dei dati provvisori, essi devono sempre essere contrassegnati con l'**avviso «provvisori»**. Tale obbligo di contrassegno vale ad esempio per:

- analisi live, cioè dati del giorno prima, ad es. eventi sportivi live,
- analisi Overnight+7, cioè dati nei primi sette (7) giorni dopo la messa in onda,
- valutazioni di più periodi se il periodo di analisi comprende uno o più giorni con «dati provvisori».

Occorre inoltre prestare attenzione a quanto segue: qualora siano presenti dati definitivi per analisi provvisorie, in caso di una successiva pubblicazione si devono sempre impiegare i dati definitivi. **I dati definitivi non devono essere contrassegnati come tali.**



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Berna

Badenerstrasse 15  
8004 Zurigo