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. Di seguito sono riportate le istruzioni corrette per citare la fonte quando si utilizzano i dati Mediapulse.



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. TV 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 2025)
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: Mediapulse TV Data (TV Analytics), DS, fascia di età 15-49 incl. ospiti, RTL CH, 1° semestre 2025, lun.- dom. 24 h, Rt-T, tutte le piattaforme, Overnight +7

Spiegazione dei singoli elementi

1. A partire da gennaio 2019, «Mediapulse TV Data» è la fonte di riferimento corretta per la **base di dati**. Denominazioni come «Dati Fifty5Blue» o «Panel televisivo Fifty5Blue» non sono denominazioni corrette. «Mediapulse TV 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.).
1. 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.
2. 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).
3. Per quanto riguarda il **periodo di tempo**, deve essere chiaro quale periodo si sta analizzando (ad es. Ø 2025 o 1° luglio- 31 agosto 2025). Nel caso in cui si faccia riferimento a un altro periodo di tempo, anche quest'ultimo deve essere specificato.
4. 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.).
5. 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).
6. I dati devono riportare in modo chiaro a quale **piattaforma** si riferiscono (ad es. tutte le piattaforme TV o piattaforme web).
7. L'**ascolto in differita** deve essere contrassegnato di conseguenza (ad es. Overnight o Overnight +7).
8. Il **carattere provvisorio** dei dati deve essere chiaramente riconoscibile se si vogliono pubblicare dati provvisori.*

* Il passaggio al sistema di misurazione TV ibrido cambia il modello di fornitura dei dati. Come in passato, i dati sull'utilizzo della TV basati sul panel di misurazione TV vengono autorizzati il giorno successivo alla messa in onda. Tuttavia, questi dati sono considerati "provvisori", a differenza dei dati "definitivi" basati sul pannello di misurazione TV ibrido, che vengono forniti al massimo 3 giorni lavorativi dopo la messa in onda e sostituiscono i dati provvisori. Per la citazione della fonte, ciò significa che le analisi basate su dati provvisori di utilizzo della TV devono sempre essere etichettate come tali con l'aggiunta "provvisorio". I dati definitivi, invece, non devono essere etichettati separatamente, ma richiedono comunque la specificazione del consumo in differita preso in considerazione nell'analisi (vedi punto 10).

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