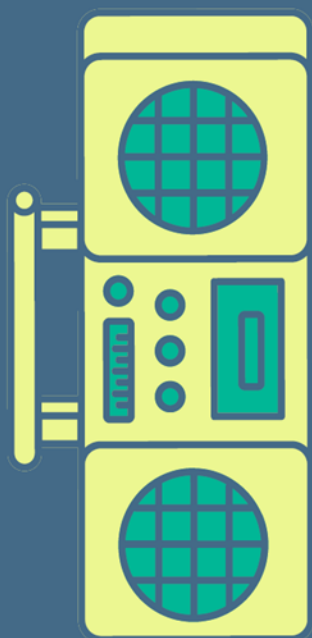




SISTEMA INFORMATIVO REGIONALE

2018



Guida alla lettura



Le schede regionali offrono una visione generale del sistema informativo di ciascuna regione.

Nella scheda è riportato il riferimento del Co.re.Com, l'organo funzionale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sul territorio, e sono indicate le principali evidenze di ciascuna regione.

È, quindi, offerta una visione di contesto, con alcuni indicatori riguardanti la popolazione, la dimensione territoriale e quella economica, che consente di inquadrare le informazioni relative al sistema informativo regionale.

A seguire, sono riportati i principali dati relativi sia all'offerta e alla produzione di informazione, sia alla domanda e al consumo nella regione di riferimento.

Come indicatore di disponibilità principale, si propone una misura delle fonti informative locali, per provincia, oltre che per regione, al fine di quantificare la produzione e la disponibilità di fonti informative, totali e per i diversi mezzi (Tv, radio e quotidiani).

Con riferimento al settore radiotelevisivo e radiofonico si rilevano le società emittenti, con riguardo alla stampa quotidiana le testate, mentre relativamente a Internet, gli operatori di editoria elettronica censiti nel Registro degli Operatori di Comunicazione.

Si evidenzia che gli indicatori proposti rappresentano un'istantanea di un processo dinamico che può non cogliere le modifiche intervenute, soprattutto alla luce dell'estrema variabilità che caratterizza l'evoluzione del settore della produzione.

Sempre sotto il profilo della produzione sono rilevati, oltre al numero di editori, anche gli addetti e, tra questi, in particolare, i giornalisti.

Quanto agli indicatori di consumo e di impatto, vengono esposte misure di penetrazione dei mezzi e di fruizione di informazione, in termini di audience (ove disponibili a livello locale), spesa e importanza informativa.

Sono riportate, altresì, le fonti di finanziamento, nel complesso e nello spaccato per mezzo e tipologia. Al riguardo, si evidenzia il dato della raccolta pubblicitaria, distinguendola dai ricavi d'utente relativi alla vendita di contenuti (tv a pagamento, vendita di copie e di collaterali, vendita di prodotti e servizi elettronici) e dalle altre tipologie di ricavo (contributi, convenzioni, altri ricavi).

Inoltre, si compara quanto prodotto della regione (ricavi dei media che insistono su territorio) rispetto a quanto consumato nel territorio (spesa della regione nei media).

Approfondimenti specifici sui dati, sulle fonti utilizzate, sui riferimenti temporali sono riportate nell'appendice metodologica.

TRENTINO ALTO ADIGE



CO.RE.COM. PROVINCIA DI BOLZANO

Via Cavour 23/c
39100 - Bolzano
kommunikationsbeirat.comprovcomuni
cazioni@pec-bz.org
Presidente: Roland Turk

CO.RE.COM. PROVINCIA DI TRENTO

Via Manci n. 27
38122 – Trento
corecom@consiglio.provincia.tn.it
Presidente: Carlo Buzzi

PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 96% dei trentini si interessa di informazione locale
- ❖ ATHESIA primo gruppo per *total audience informativa* (75%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano L'Adige

Inquadramento regionale

AREA



13.606 Km²

POPOLAZIONE



1,068 milioni

FAMIGLIE



426.988

ETÀ MEDIA



43,5 anni

PIL PRO CAPITE



38.676 €

IMPRESE ATTIVE



85.138

IMPRESE DI SERVIZI
DI INFORMAZIONE E
COMUNICAZIONE



2,4% del totale

ADDETTI
IMPRESE ATTIVE



361.303

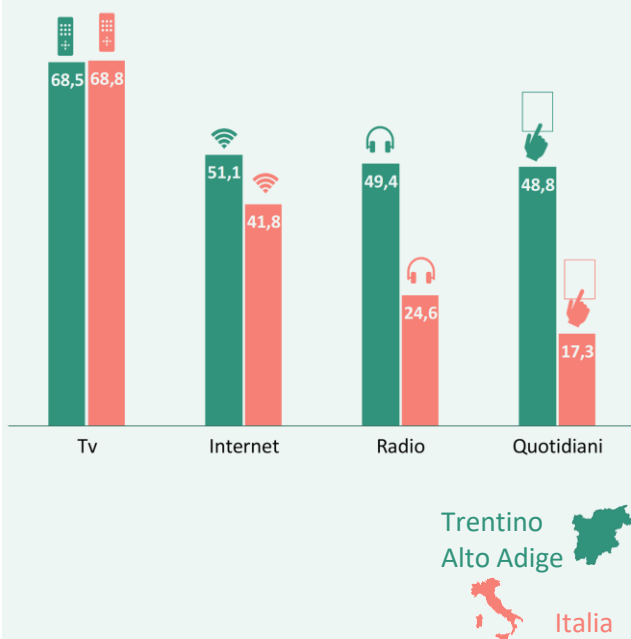
ADDETTI IMPRESE DI
SERVIZI DI INFORMAZIONE
E COMUNICAZIONE



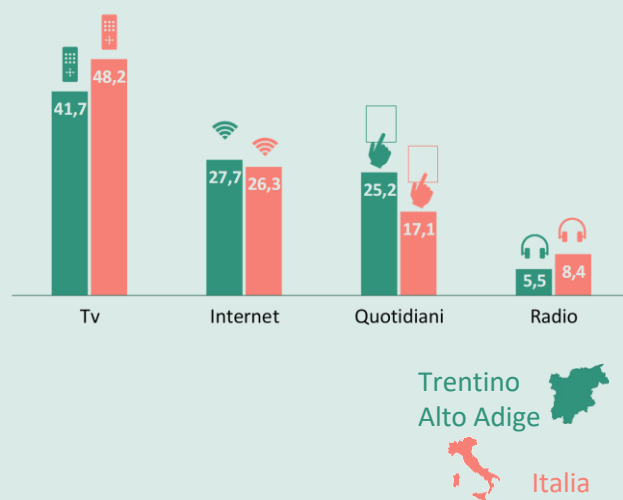
3,4% del totale

Fruizione di informazione

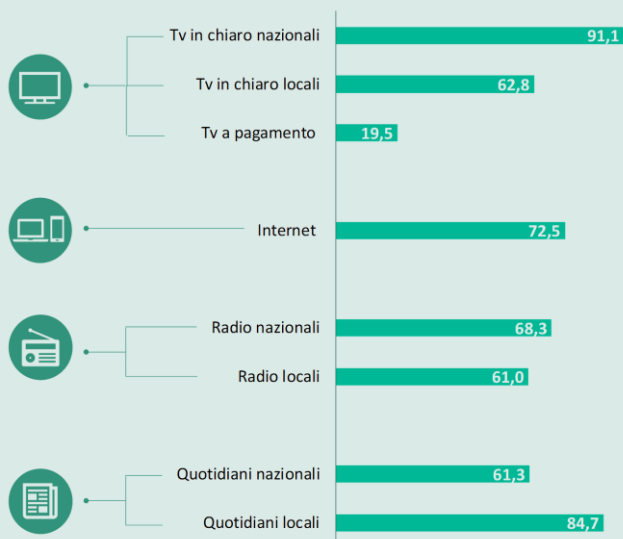
Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



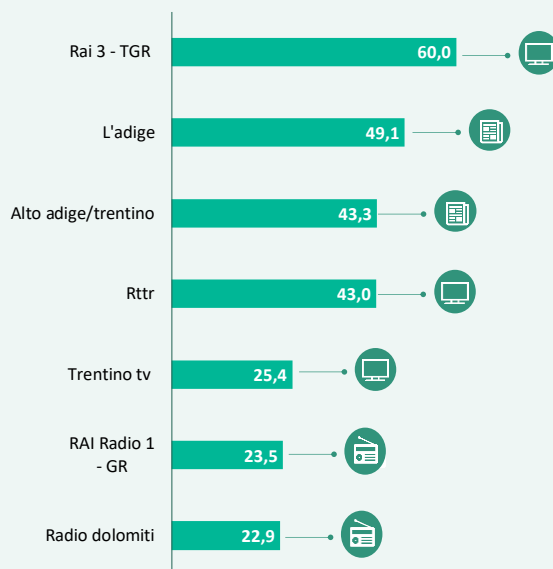
Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



Fonti utilizzate per informarsi (% popolazione della regione)



Brand più utilizzati per informarsi su fatti locali* (% popolazione della regione)



*Esclusa informazione online

Offerta informativa

Media locali con sede nella regione

7



Emittenti
televisive

29



Emittenti
radiofoniche

5



Testate
quotidiane

Media locali diffusi nella regione

29



Emittenti
televisive

48



Emittenti
radiofoniche

32



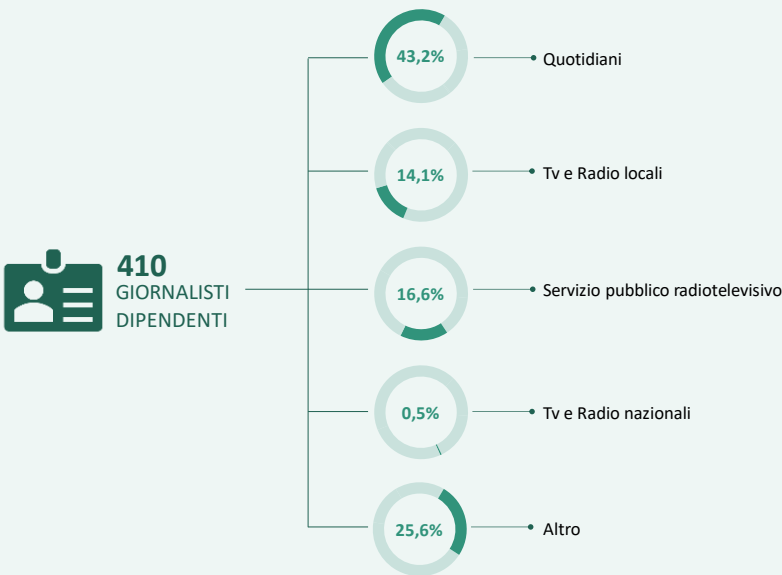
Testate
quotidiane

Media locali diffusi in ciascuna provincia



Offerta informativa

Giornalisti impiegati nella regione



99

IMPRESE DEL SISTEMA
INFORMATIVO
CON SEDE NELLA
REGIONE

543

DIPENDENTI NELLE
IMPRESE DEL SISTEMA
INFORMATIVO CON
SEDE NELLA REGIONE

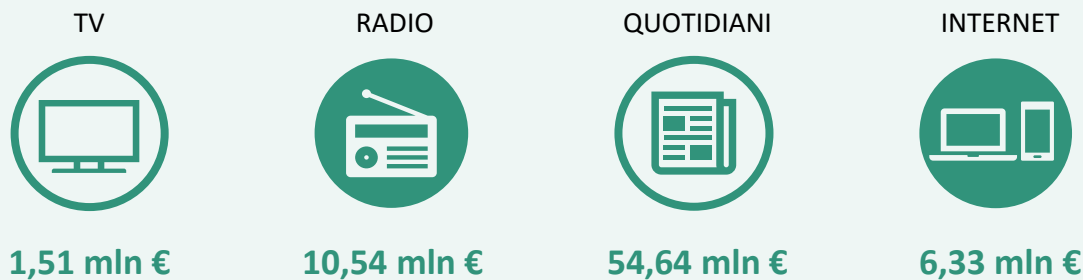


Ripartizione delle imprese del sistema informativo con sede nella regione, per fatturato

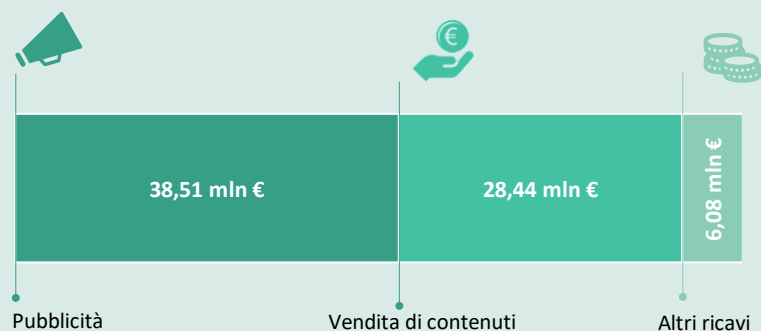
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	42,9%	14,3%	0,0%	42,8%	100,0%
Radio 	50,0%	26,7%	13,3%	10,0%	100,0%
Quotidiani 	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	100,0%

Fonti di finanziamento

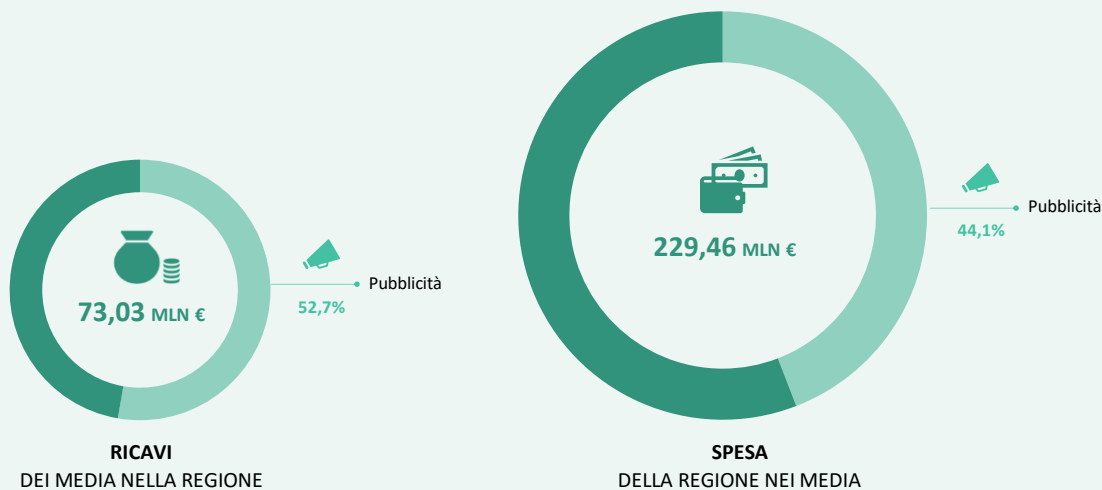
Ricavi dei media con sede nella regione



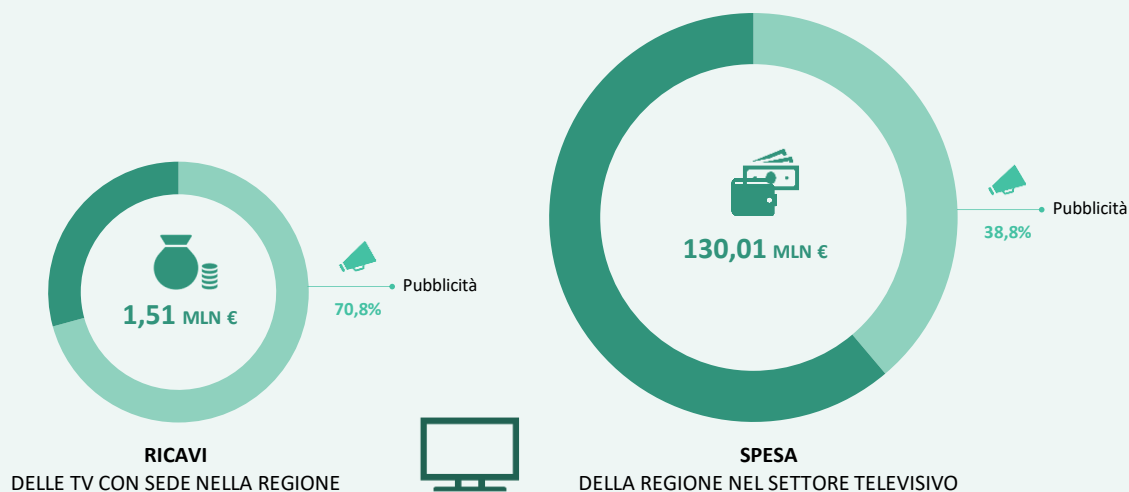
Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



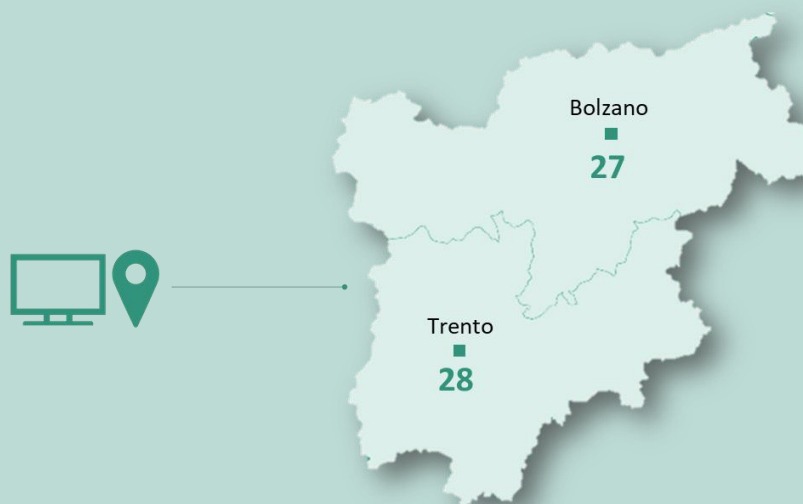
Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



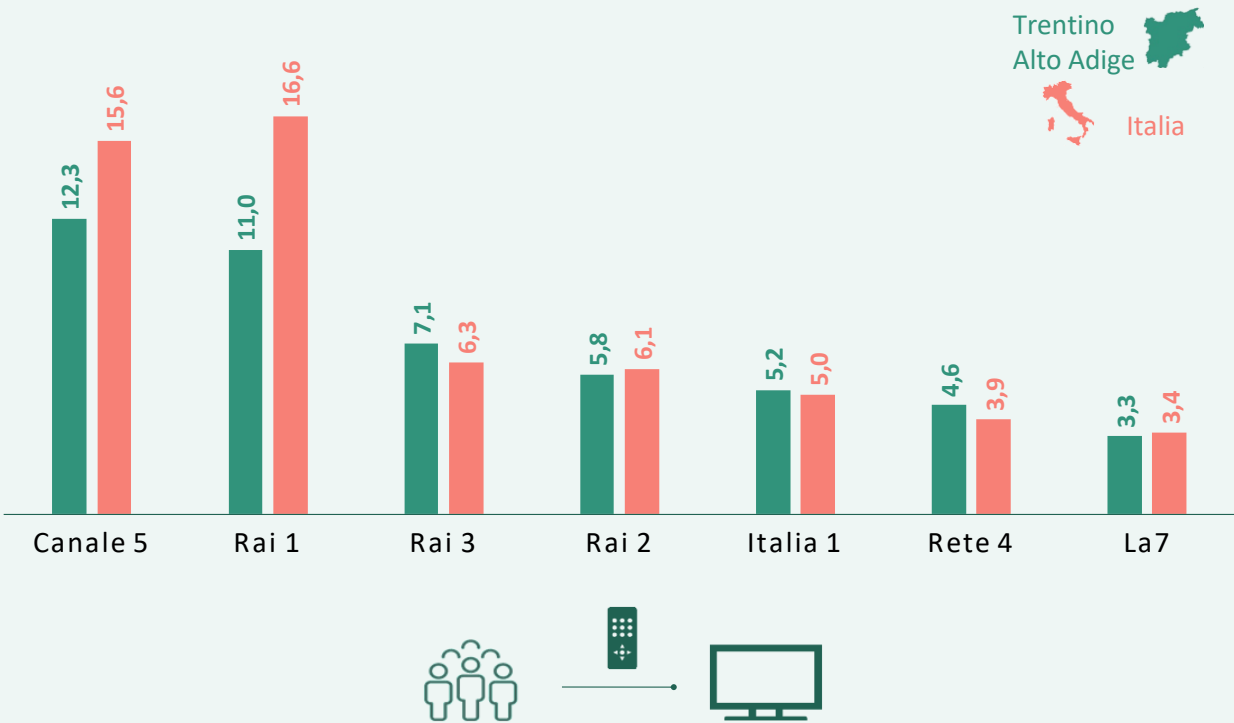
Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione



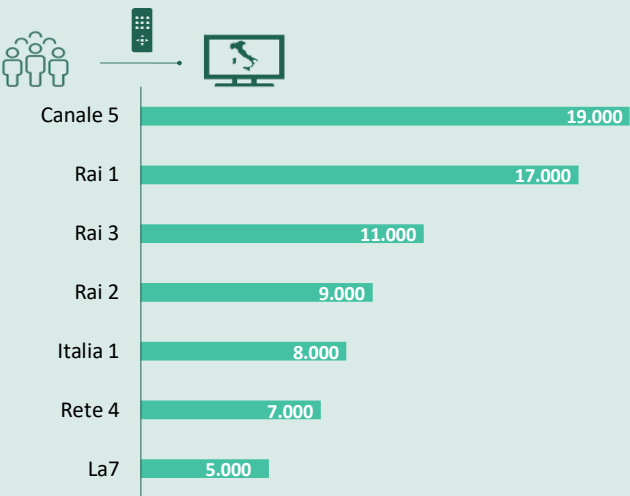
Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



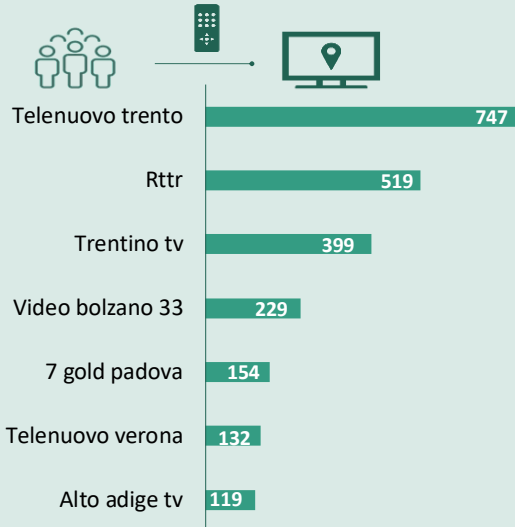
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



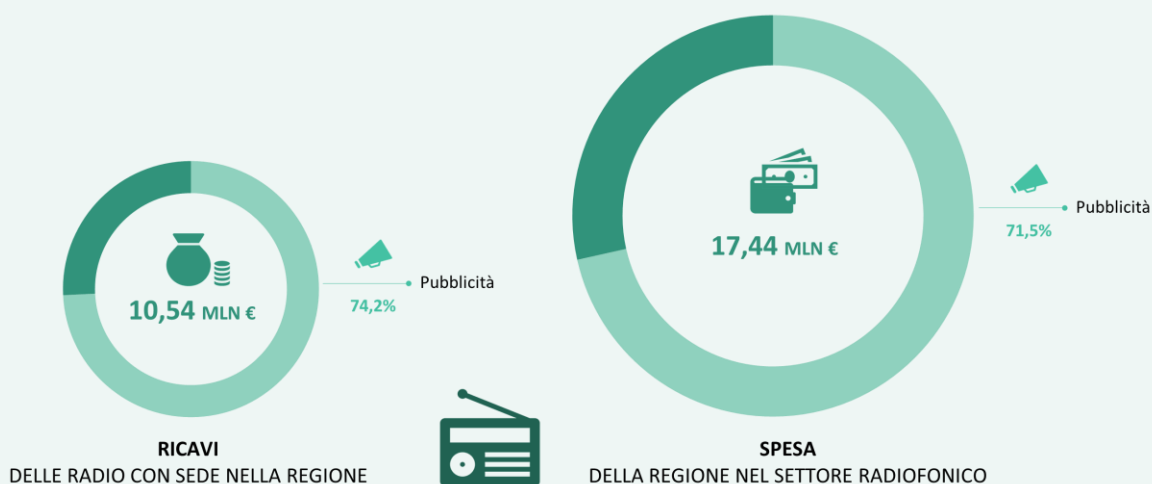
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



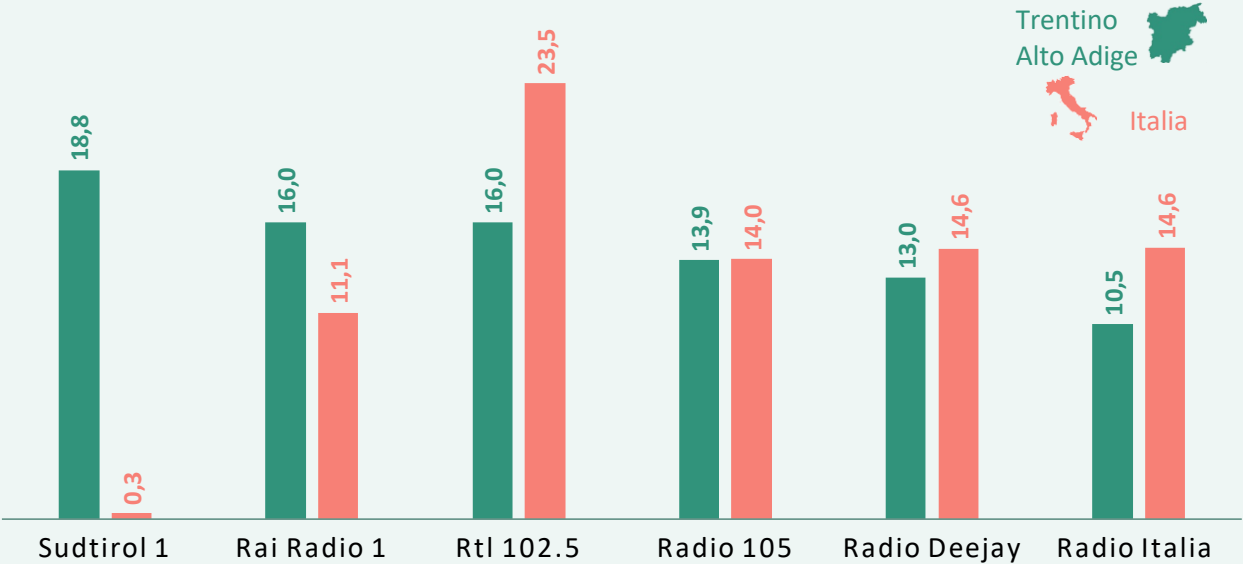
Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



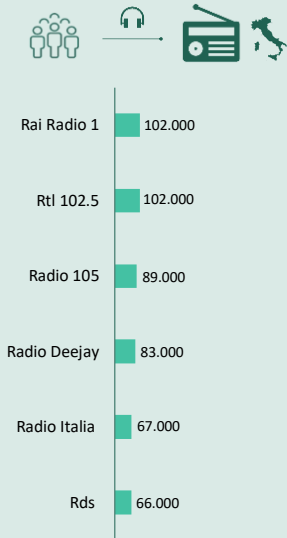
Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



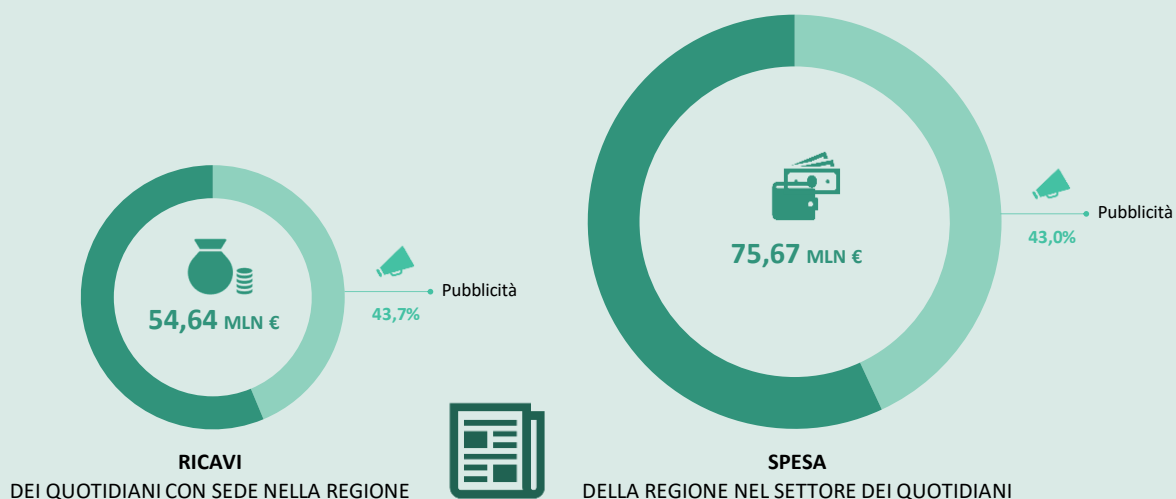
Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



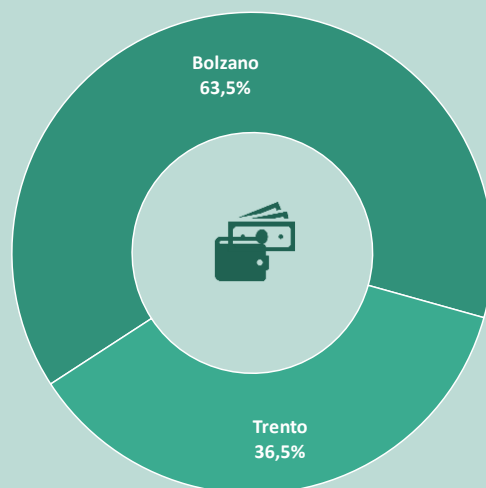
Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



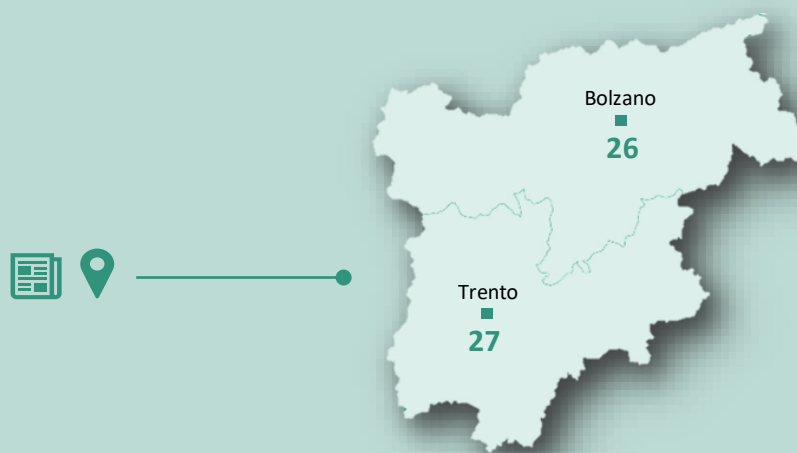
Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



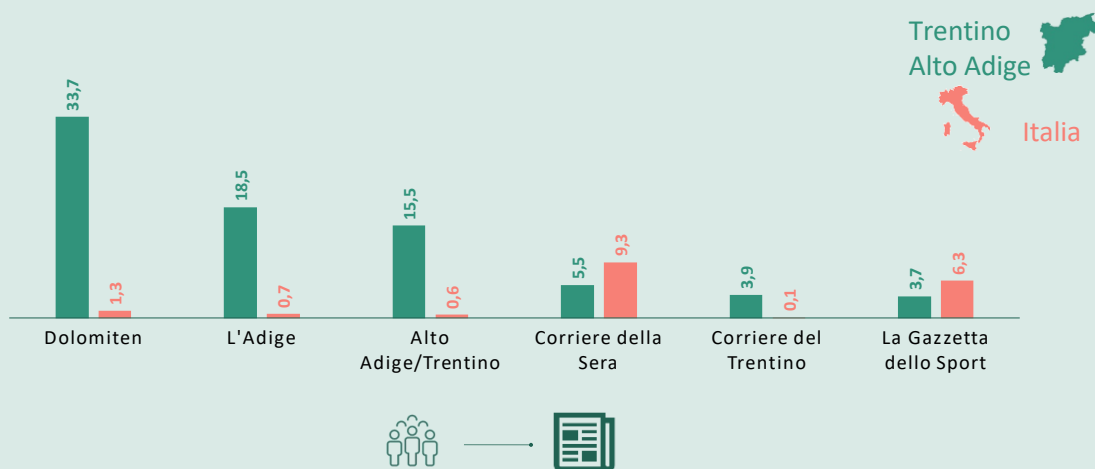
Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



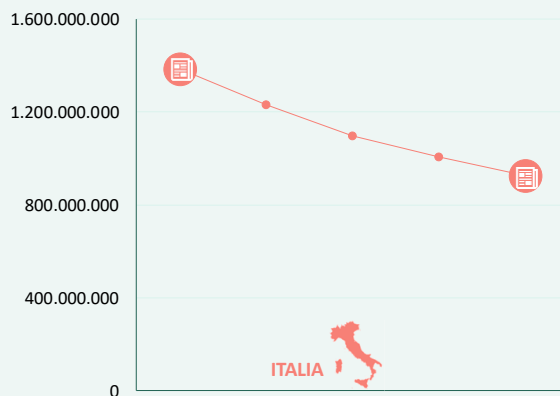
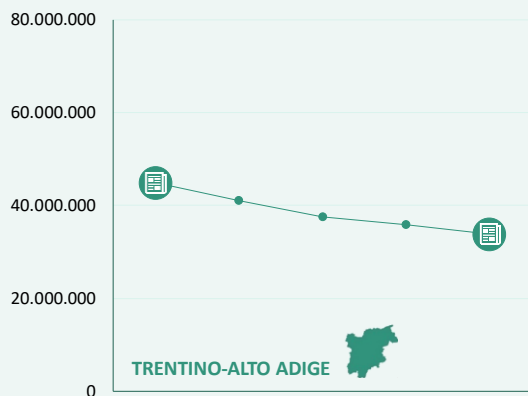
Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



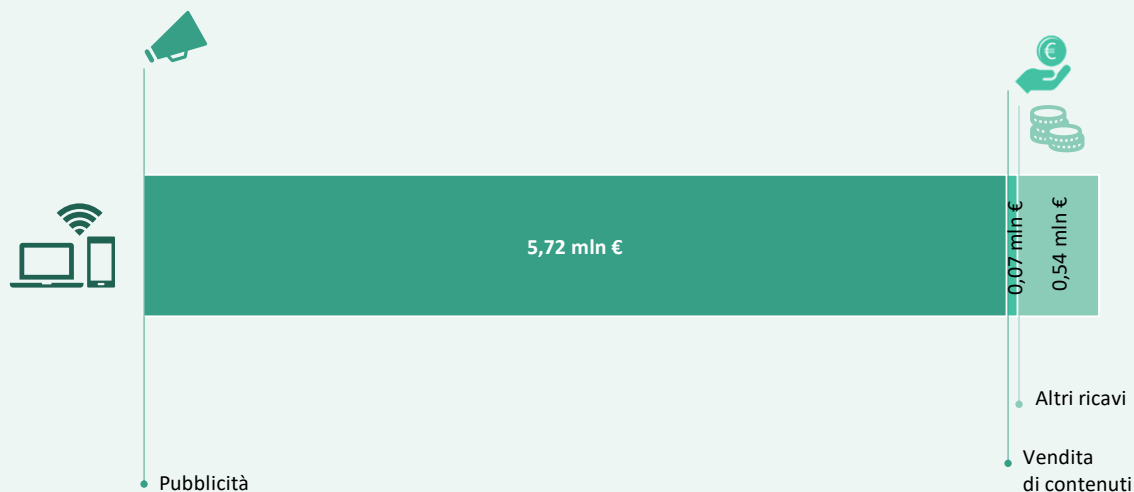
Quotidiani più diffusi nella regione (%)



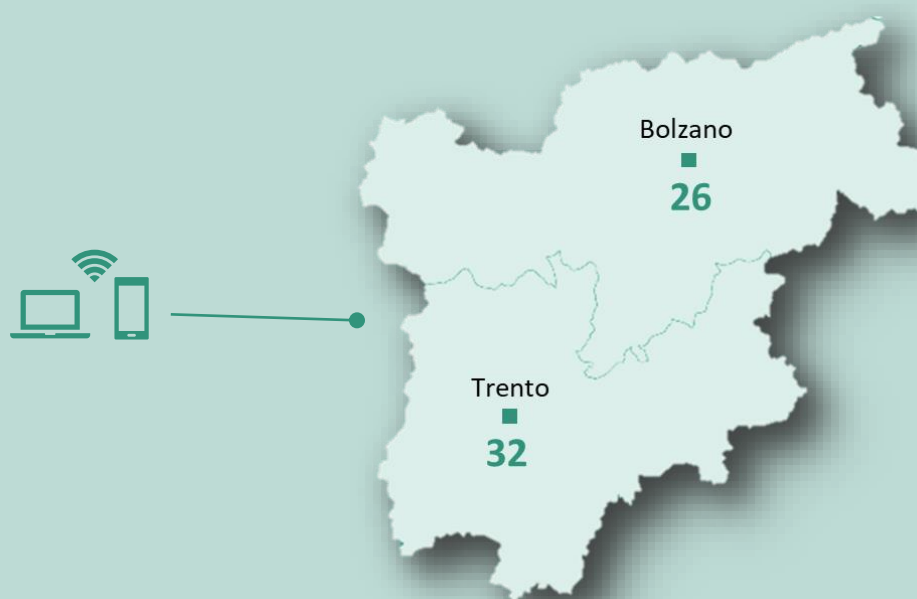
Andamento delle copie vendute



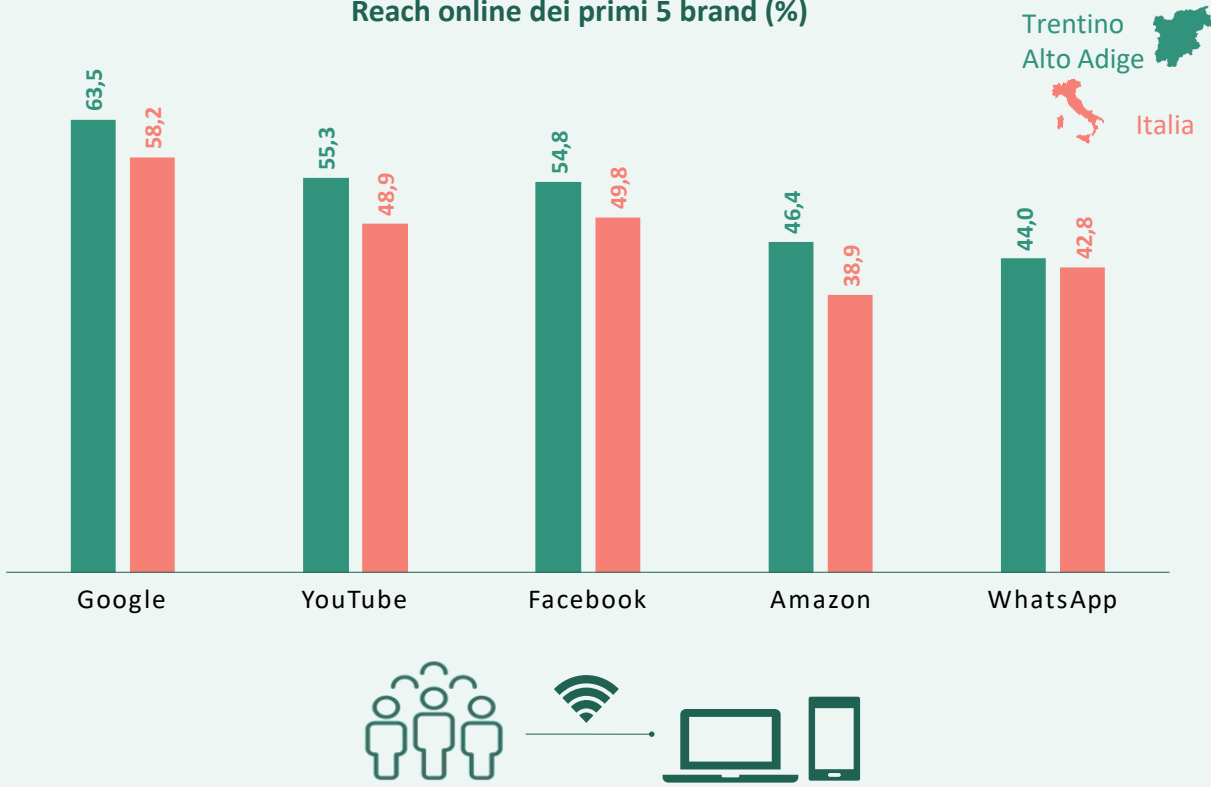
Composizione dei ricavi dei media online nella regione



Editori online con sede nella regione



Reach online dei primi 5 brand (%)



Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

