

Indicatori di riferimento tv – significato

Cinque grandezze che, in linea di principio, coprono tutti gli indicatori:

lordo in % o in migliaia | netto in % o in migliaia | rapporto lordo/netto

- Rating cum. in %** = penetrazione **netta** ponderata in base alla durata di visione **in %**
 Indica la percentuale del target raggiunta almeno una volta
- Somma dei contatti** = penetrazione **lorda in migliaia**
 Indica il totale dei contatti generati (inclusi i contatti multipli)
- GRP (Gross Rating Point)** = pressione pubblicitaria o penetrazione **lorda in %**
 Indica la percentuale del target complessivamente raggiunta (include i contatti multipli e quindi può essere superiore a 100)
- Proiezione** = penetrazione **netta in migliaia**
 Indica il totale dei telespettatori raggiunti almeno una volta
- OTS (Opportunity to see)** = media dei contatti **(rapporto lordo/netto)**
 Indica il numero medio di contatti dei telespettatori
- Affinità** = rapporto tra il livello di GRP del target e quello del target di riferimento
- Quota di mercato** = quota della durata di visione in %
 Indica l'incidenza della durata di visione di una trasmissione/rete sulla durata di visione complessiva di tutte le trasmissioni/reti nel periodo in esame

I prezzi sono calcolati dividendo i costi di diffusione per le prestazioni e quindi la somma dei contatti, i GRP o la proiezione):

- PMC (prezzo per mille contatti)** = prezzo per 1000 contatti **(lordo in migliaia)**
- CPP (Cost per Point)** = prezzo per GRP **(lordo in %)**