

Indicatori di riferimento tv – formule di calcolo

- Rating cum. in %** = penetr. netta ponderata in base alla durata di visione in %
GRP : OTS o somma dei contatti : OTS x 100 : universo
- Somma dei contatti** = penetrazione lorda in migliaia
universo x GRP (in %) o rating in % x universo : 100 x OTS
- GRP (Gross Rating Point)** = pressione pubblicitaria o penetrazione lorda in %
rating in % x OTS o somma dei contatti : universo x 100
- Proiezione** = penetrazione netta in migliaia
universo x rating in % o somma dei contatti : OTS
- OTS (Opportunity to see)** = media dei contatti (rapporto lordo/netto)
GRP : rating in % o somma dei contatti : proiezione (universo x rating in %)
- Affinità** = rapporto tra i GRP del target e quelli del target di riferimento
GRP del target x 100 : GRP del target di riferimento
- Quota di mercato** = quota della durata di visione di una trasmissione in %
durata di visione di una trasmissione o una rete (in min.) x 100 : durata di visione di tutte le trasmissioni o reti (in min.)
- PMC (prezzo per mille contatti)** = prezzo per 1000 contatti (lordo in migliaia)
prezzo : somma dei contatti x 1000
- CPP (Cost per Point)** = prezzo per GRP (lordo in %)
prezzo : GRP
- PMS (prezzo per mille spettatori)** = prezzo per 1000 spett. (netto in migliaia)
prezzo : rating in migliaia (proiezione) x 1000 o PMC x OTS