

# Indicatori (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 %** = penetr. **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 %**)
- PMS (prezzo per mille spettatori)** = prezzo per 1000 spettatori (**netto in migliaia**)

# Indicatori (formule)

- 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**