

# SISTEMA INFORMATIVO REGIONALE

2018



# INDICE

Guida alla lettura	▶
Abruzzo	▶
Basilicata	▶
Calabria	▶
Campania	▶
Emilia-Romagna	▶
Friuli Venezia Giulia	▶
Lazio	▶
Liguria	▶
Lombardia	▶
Marche	▶
Molise	▶
Piemonte	▶
Puglia	▶
Sardegna	▶
Sicilia	▶
Toscana	▶
Trentino-Alto Adige	▶
Umbria	▶
Valle d'Aosta	▶
Veneto	▶

# 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.

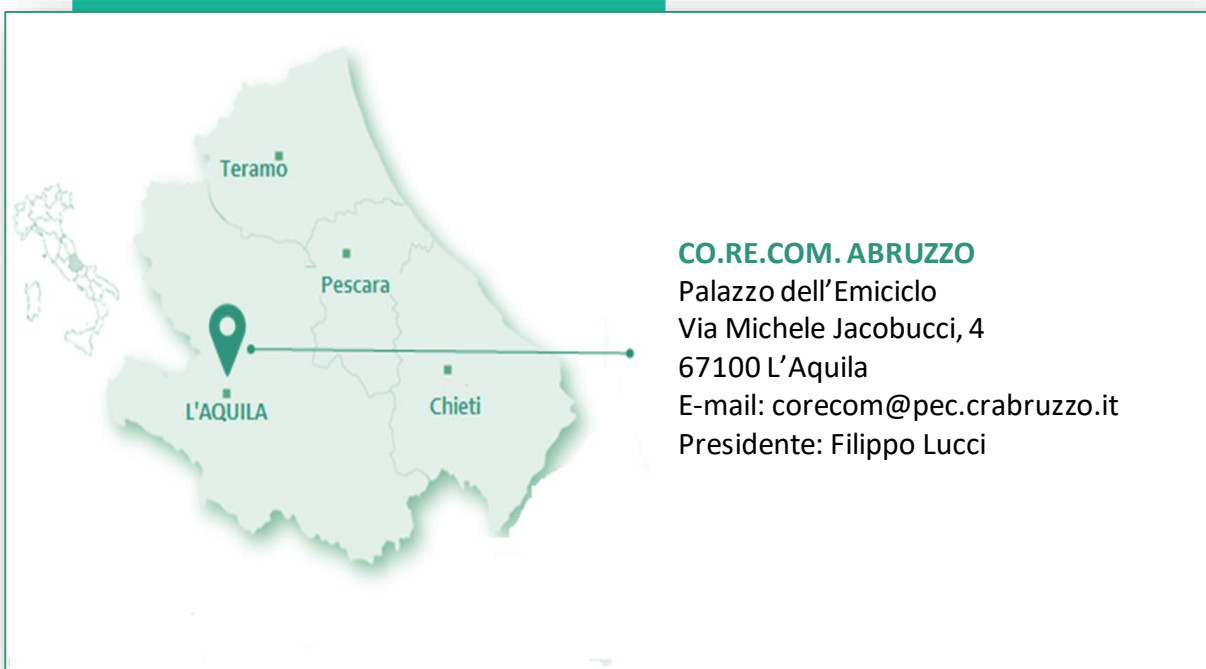
Quanto agli indicatori di consumo e di impatto, vengono espone misure di penetrazione dei mezzi e di fruizione di informazione, in termini di audience (ove disponibili a livello locale), spesa e importanza informativa.

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.

# ABRUZZO



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'88% degli abruzzesi si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (47%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano Il Centro

# Inquadramento regionale

AREA



10.832 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



1,315 milioni

FAMIGLIE



524.049

ETÀ MEDIA



45,9 anni

PIL PRO CAPITE



23.903 €

IMPRESE ATTIVE



98.008

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,9% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



301.550

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

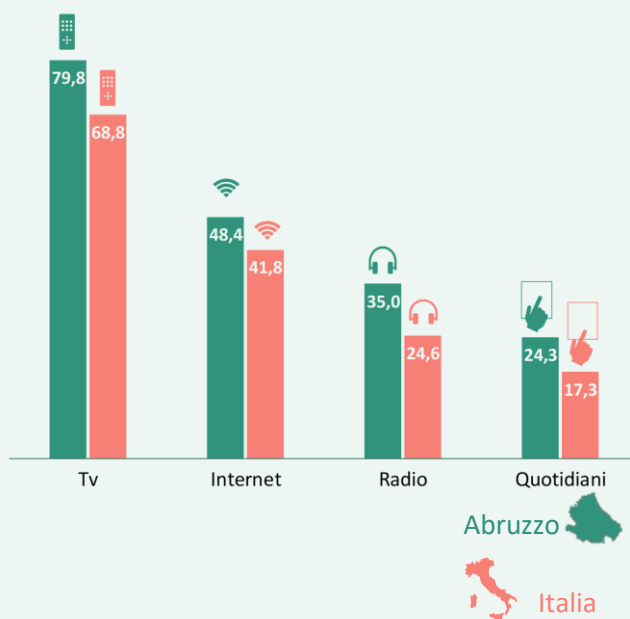


1,5% del totale

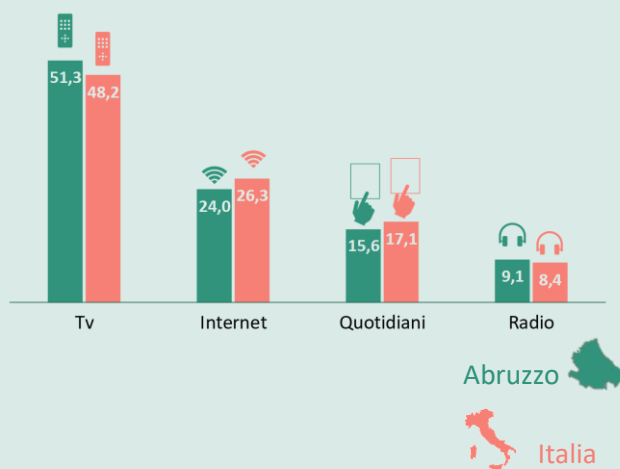
ABRUZZO

# Fruizione di informazione

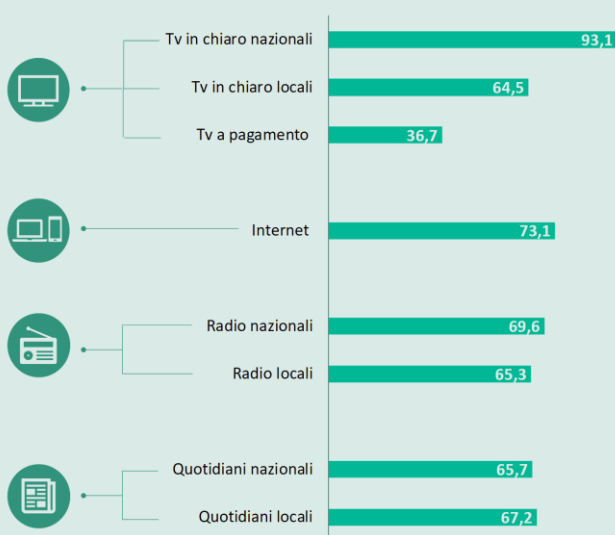
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



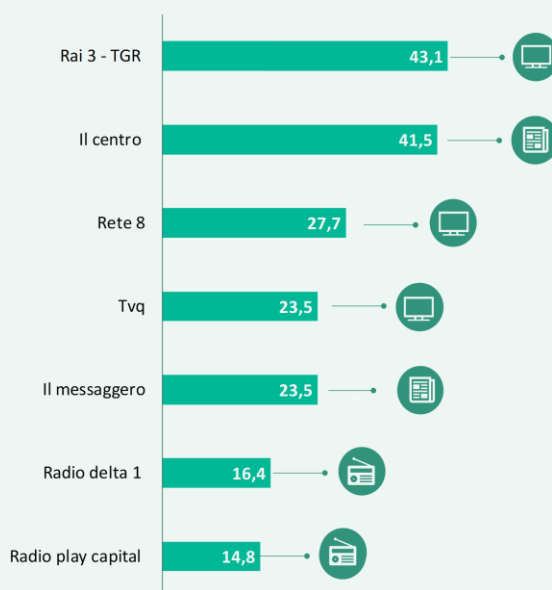
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

14



Emittenti  
televisive

27



Emittenti  
radiofoniche

2



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

34



Emittenti  
televisive

53



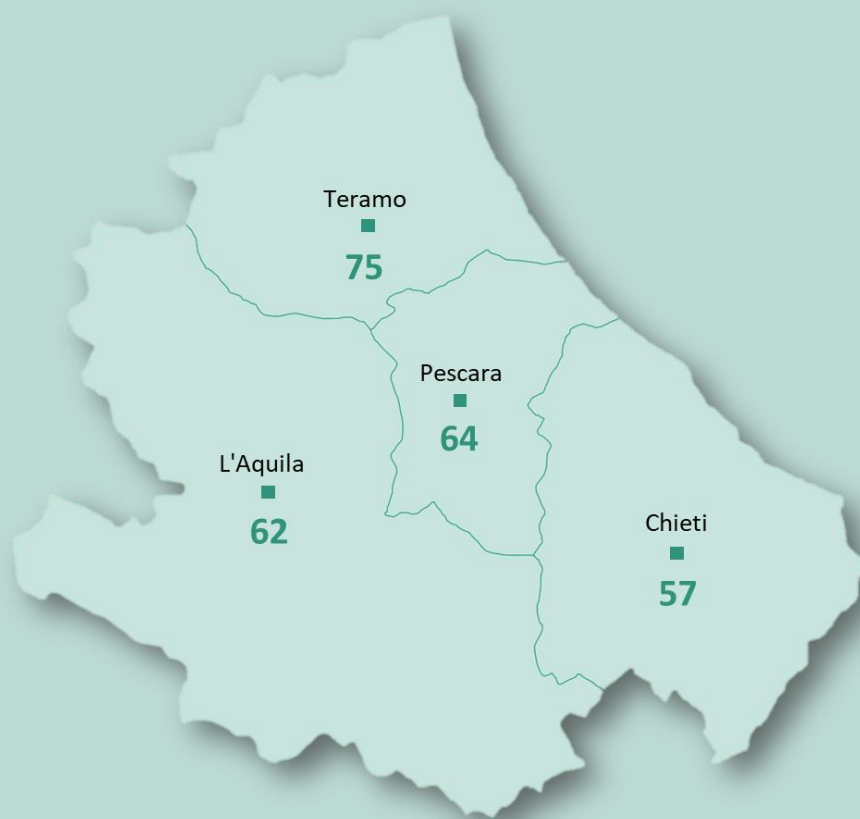
Emittenti  
radiofoniche

21



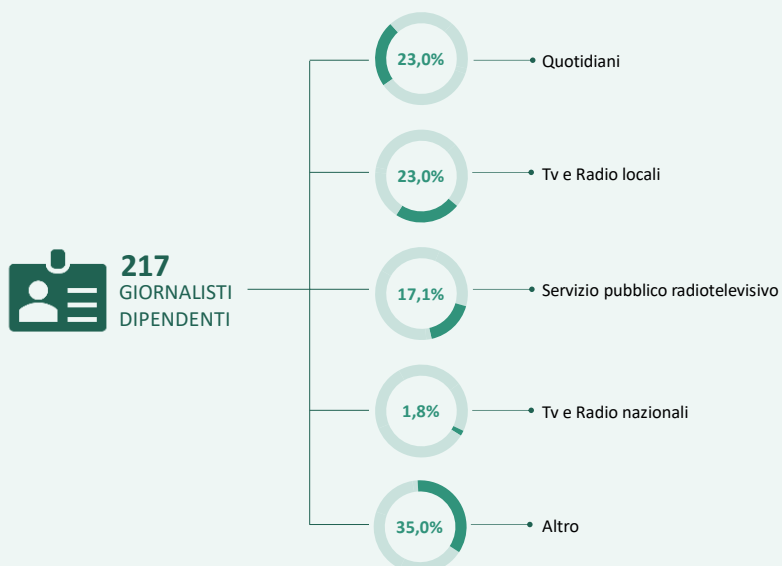
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione






**82**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**192**  
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 	30,0%	40,0%	20,0%	10,0%	<b>100,0%</b>
Radio 	77,3%	18,2%	4,5%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	<b>100,0%</b>



# Fonti di finanziamento

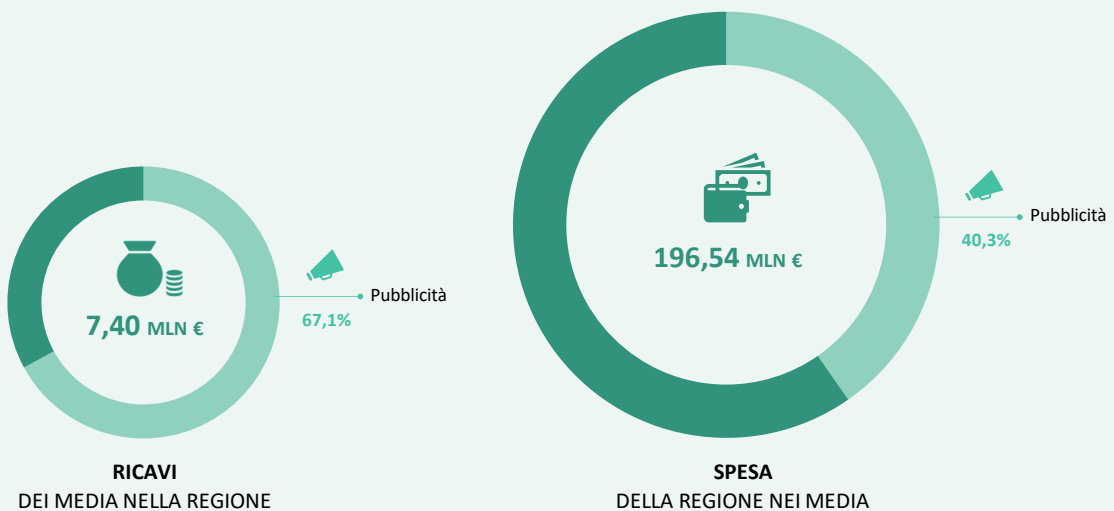
## Ricavi dei media con sede nella regione



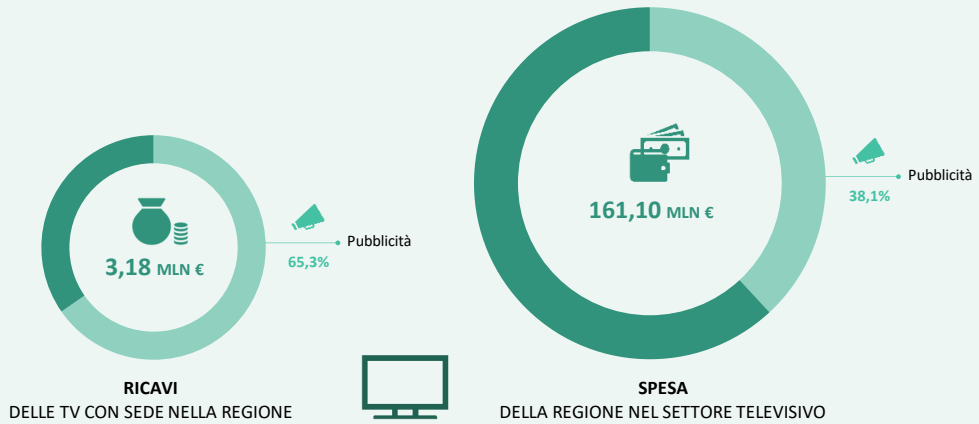
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



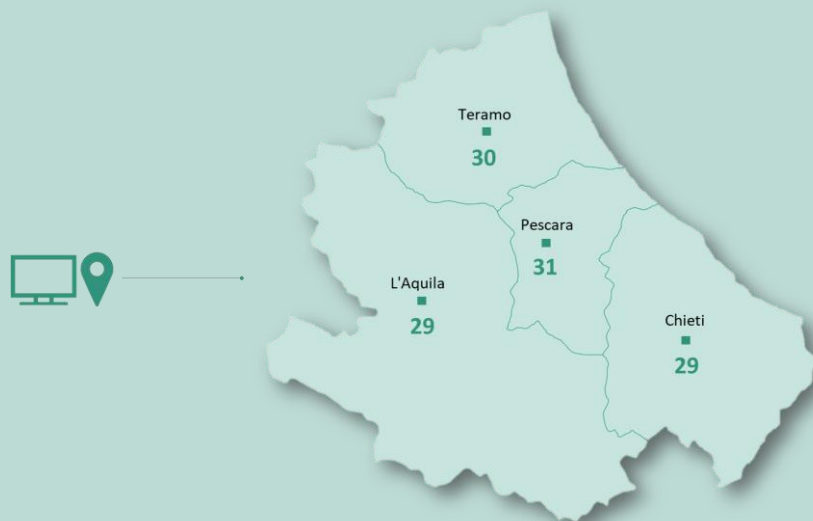
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

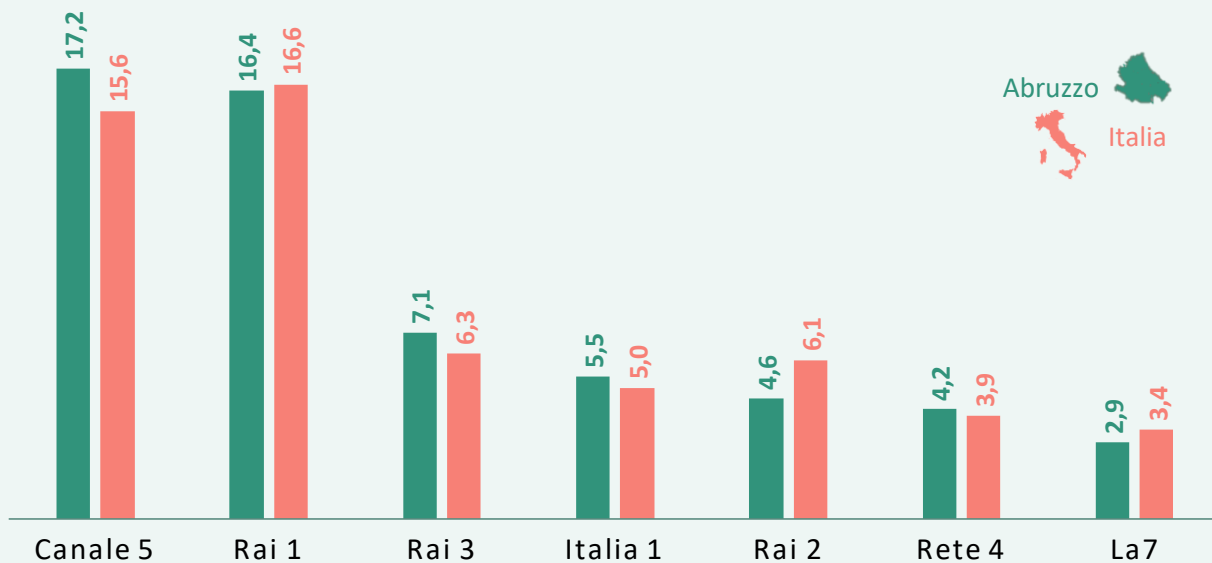


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

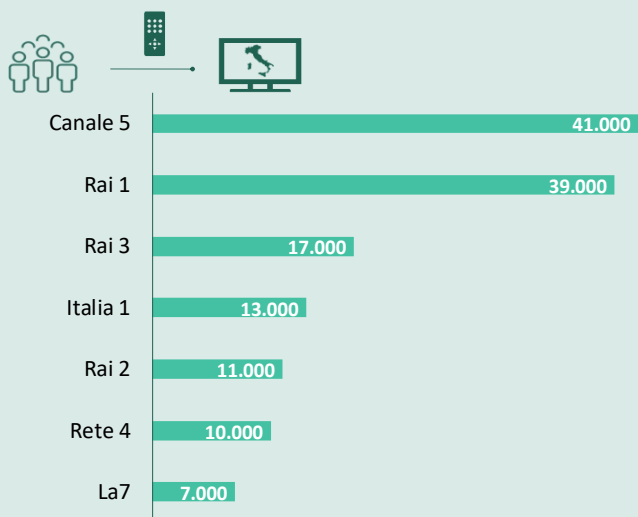


# Televisione

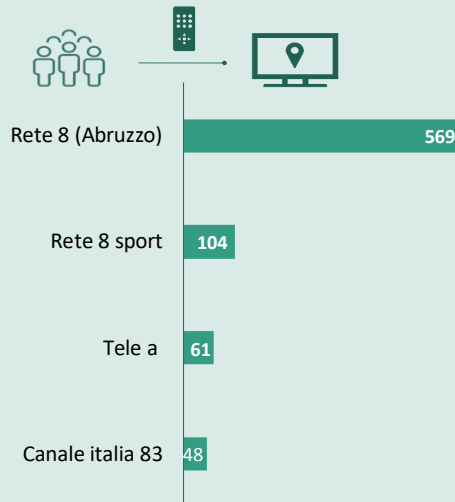
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



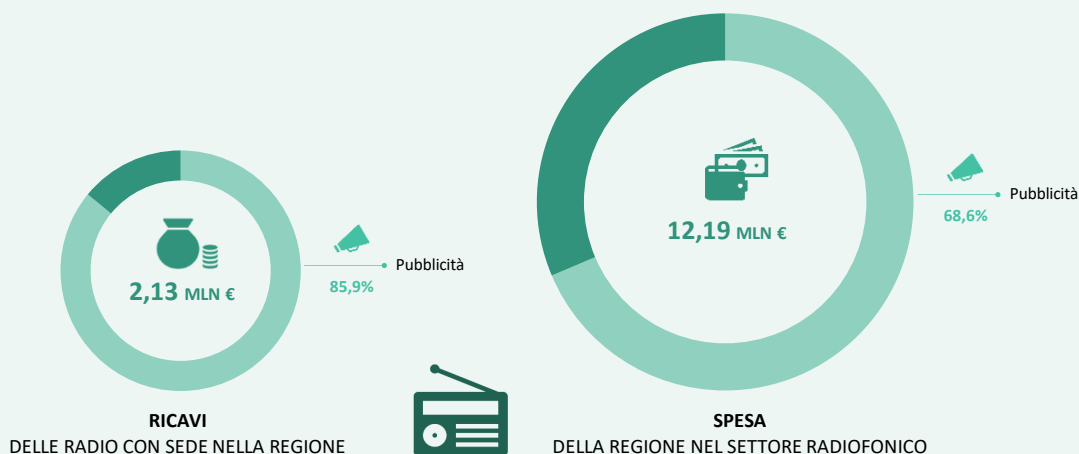
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



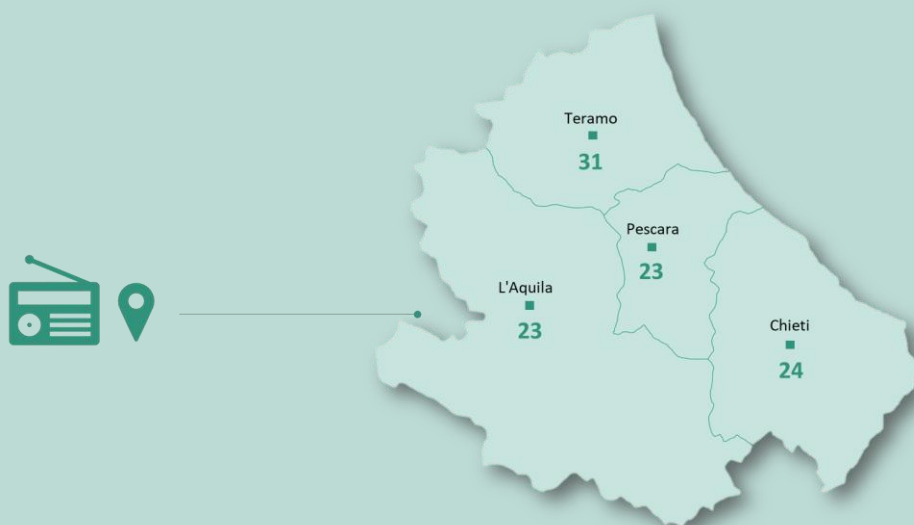
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



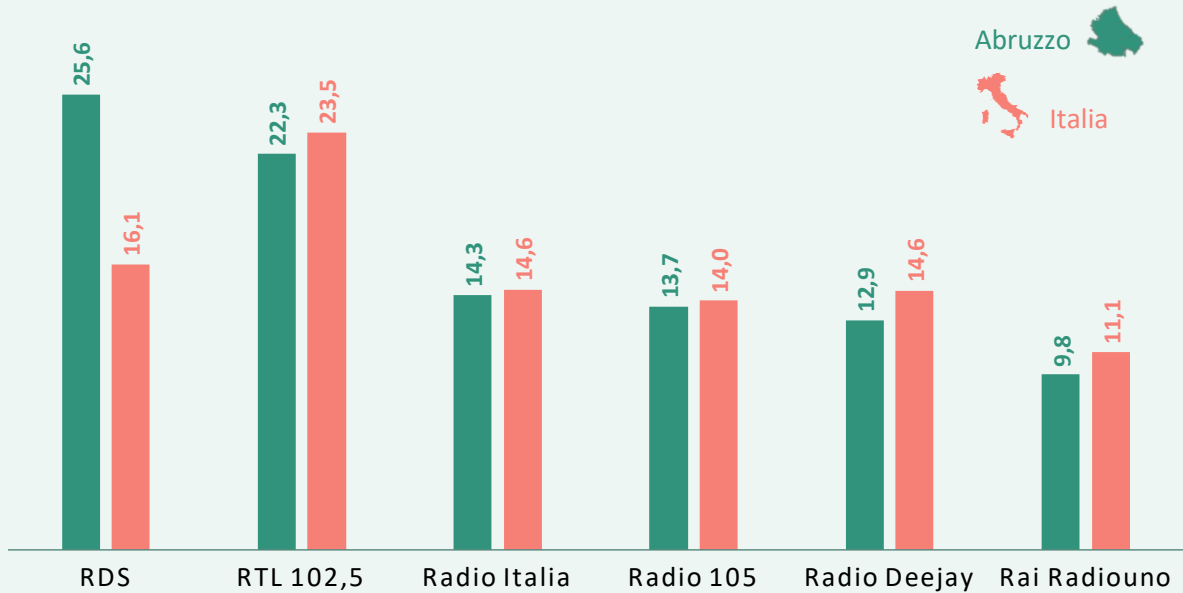
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



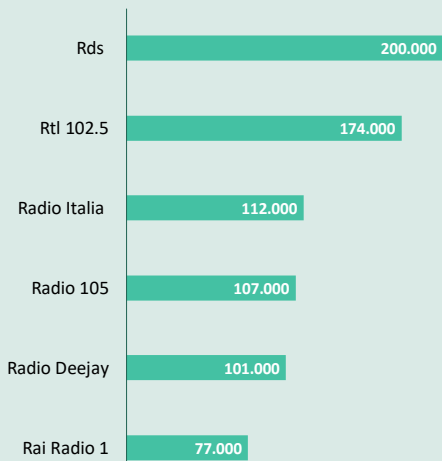
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



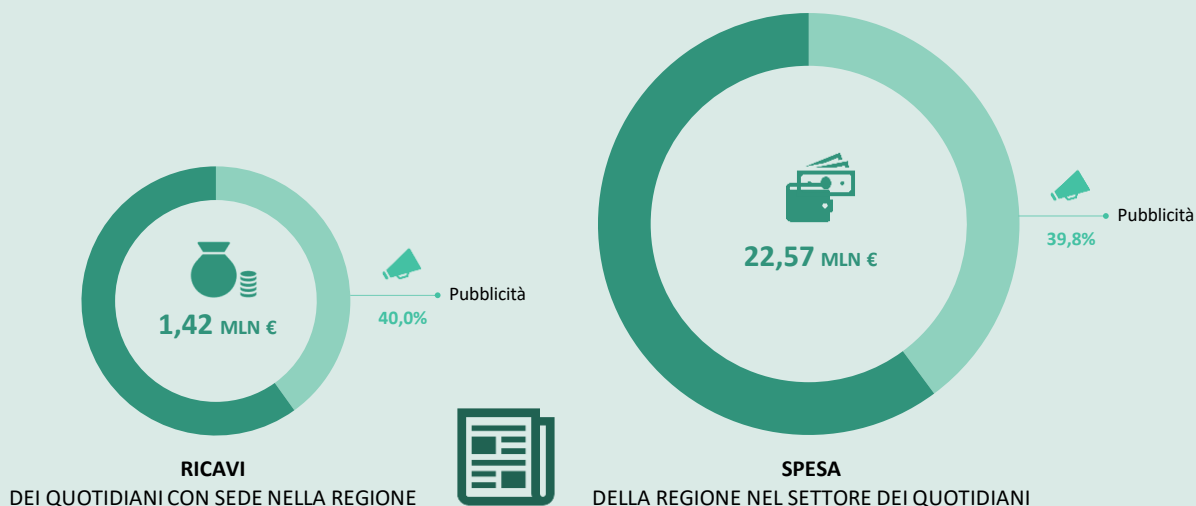
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



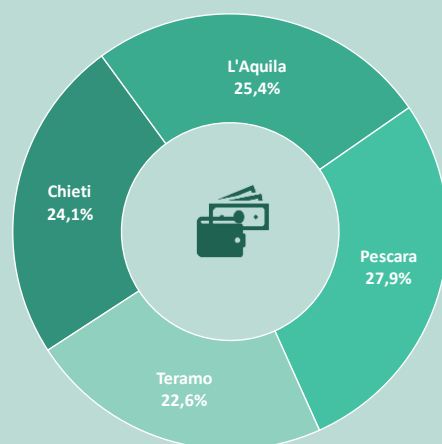
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



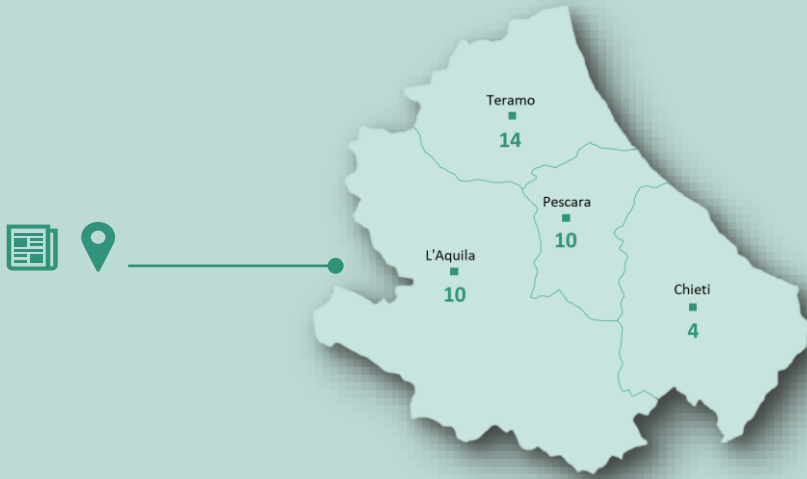
## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



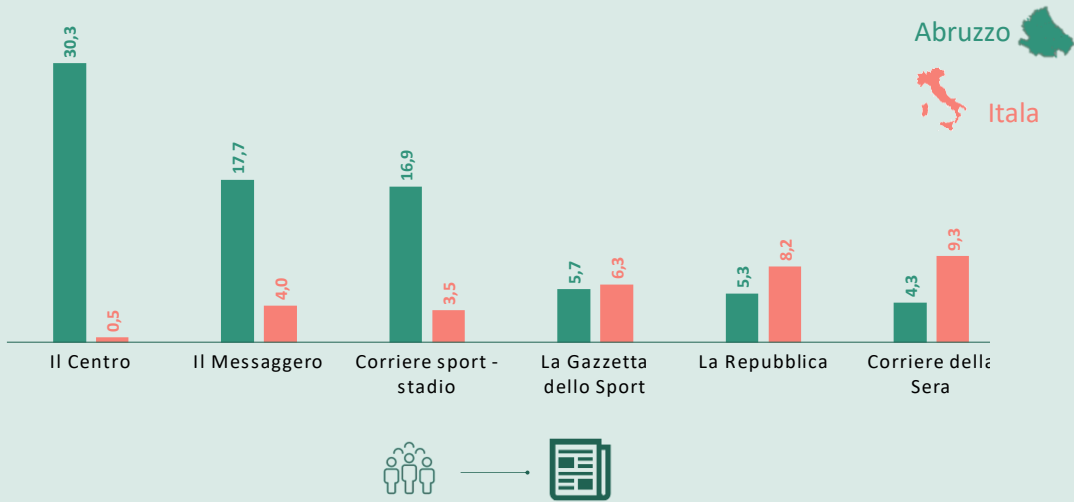
## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



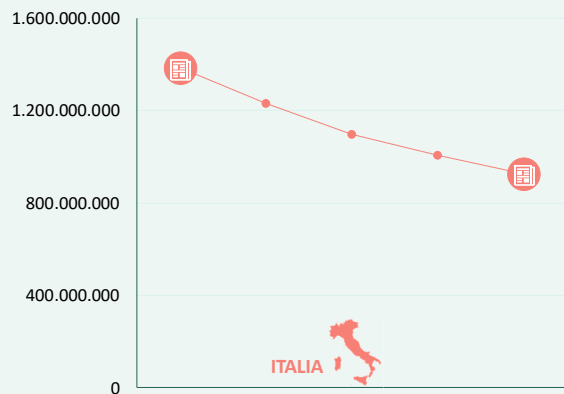
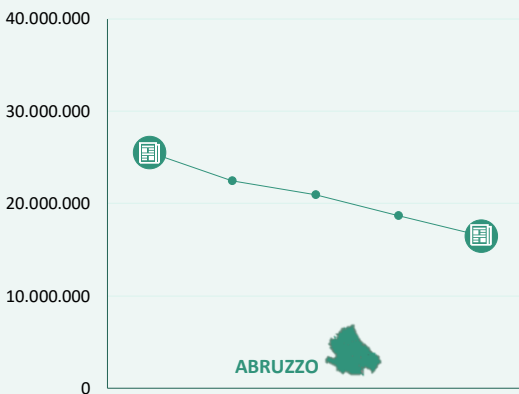
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



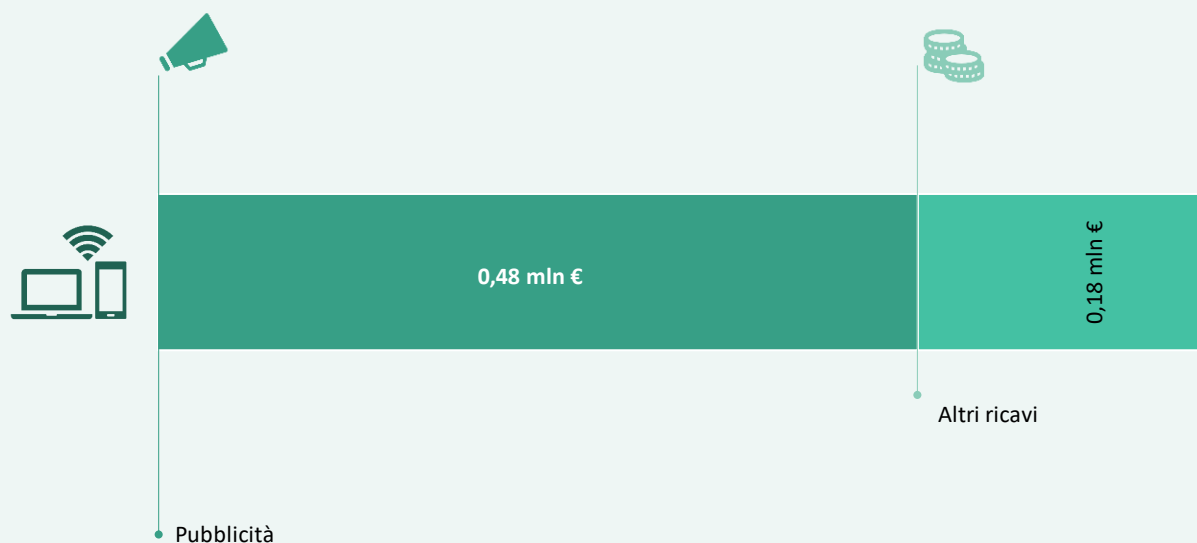
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

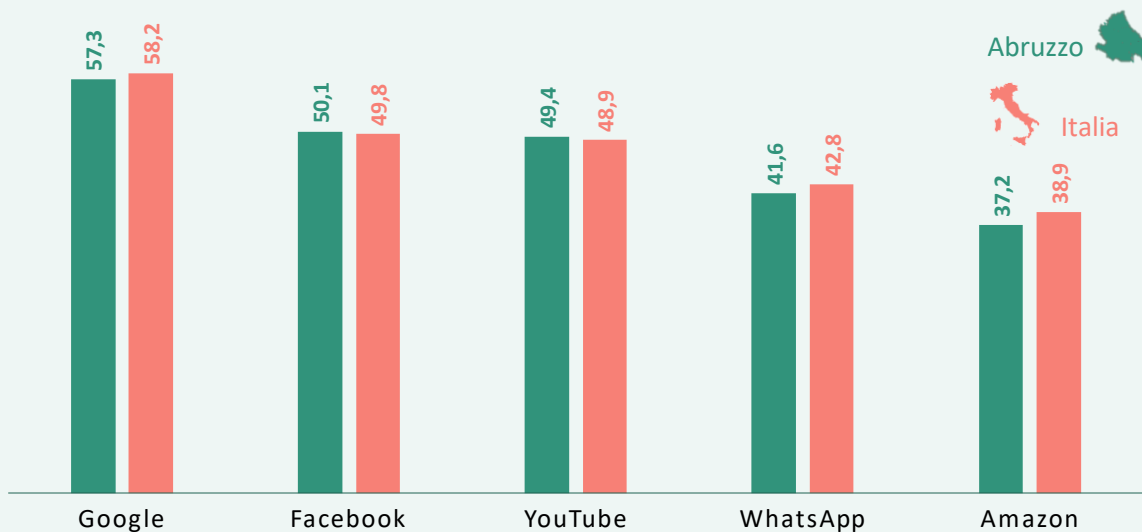


## Editori online con sede nella regione



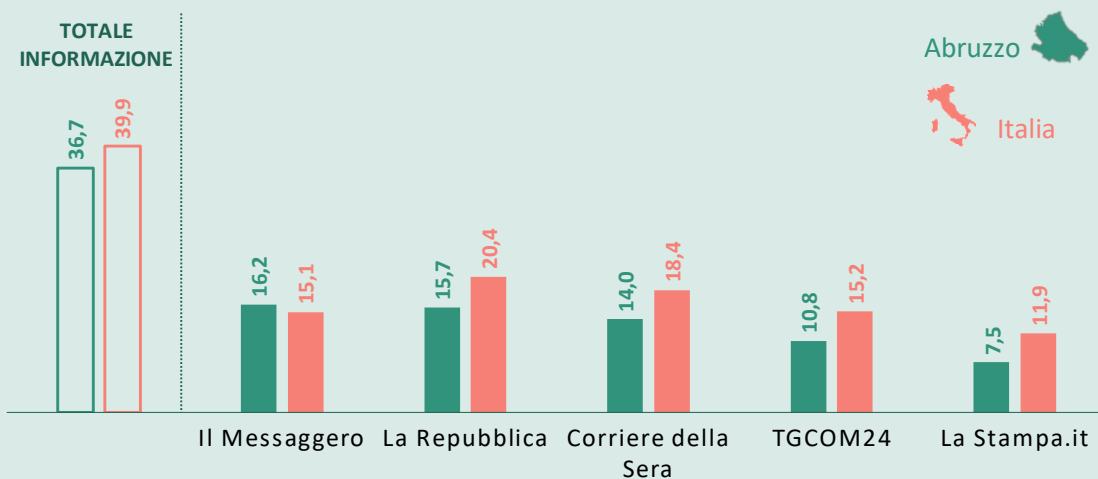


## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

TOTALE  
INFORMAZIONE



# BASILICATA



## CO.RE.COM. BASILICATA

Viale Vincenzo Verrastro, 6  
85100 Potenza

E-mail: [corecom@regione.basilicata.it](mailto:corecom@regione.basilicata.it)

Presidente: Giuditta Lamorte

## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 93% degli abitanti della Basilicata si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (56%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il canale televisivo Telenorba7

# Inquadramento regionale

AREA



10.073 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



567 mila

FAMIGLIE



230.182

ETÀ MEDIA



45,5 anni

PIL PRO CAPITE



20.276 €

IMPRESE ATTIVE



34.986

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,8% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



102.330

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

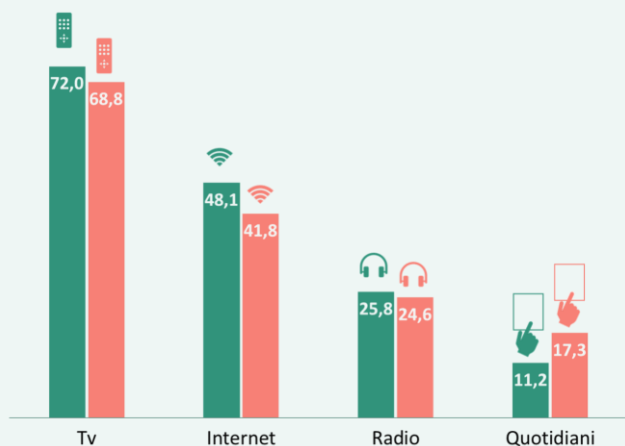


2,3% del totale

BASILICATA

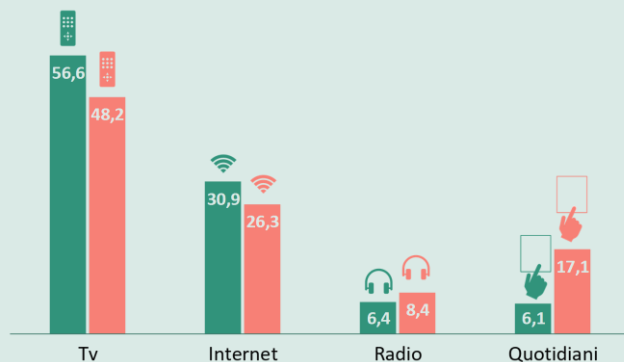
# Fruizione di informazione

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



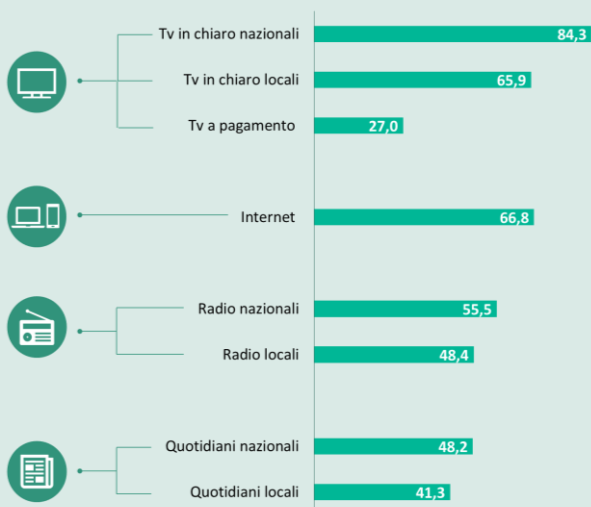
Basilicata   
 Italia

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

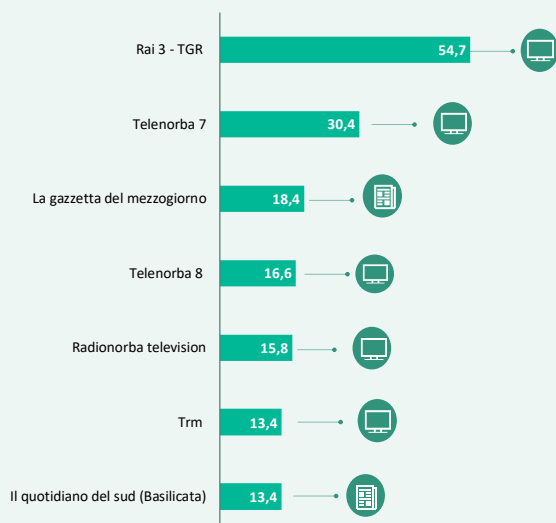


Basilicata   
 Italia

## 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

5



Emittenti  
televisive

18



Emittenti  
radiofoniche

1



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

34



Emittenti  
televisive

57



Emittenti  
radiofoniche

8



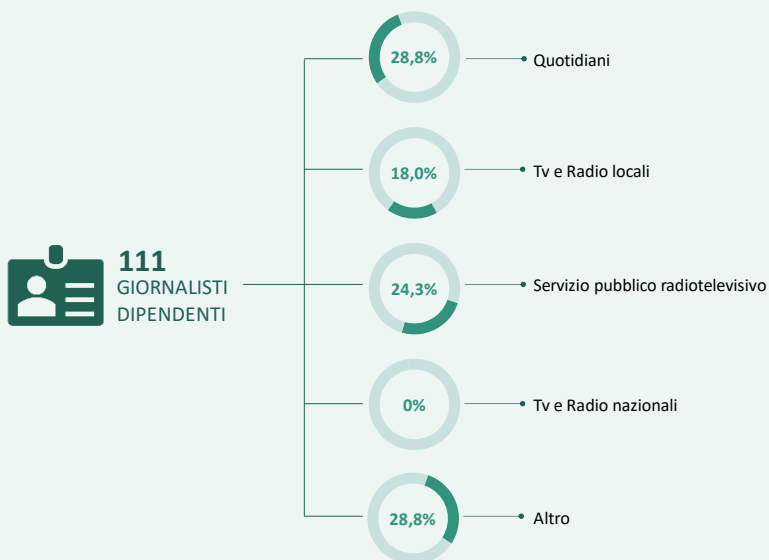
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**49**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**127**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE

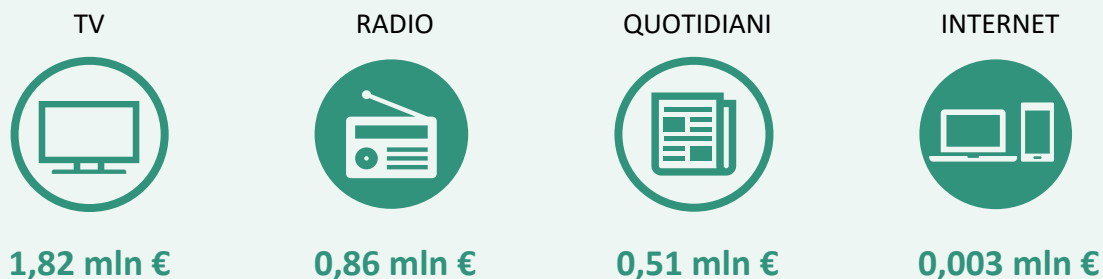


## Ripartizione delle imprese del sistema informativo con sede nella regione, per fatturato

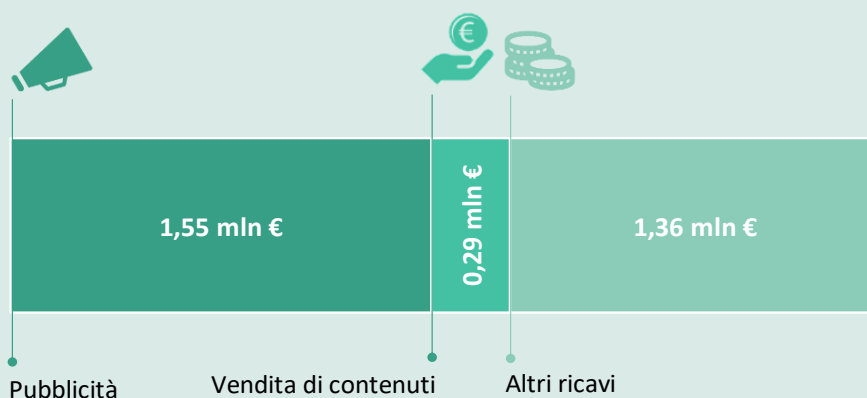
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	<b>100,0%</b>
Radio	87,5%	12,5%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

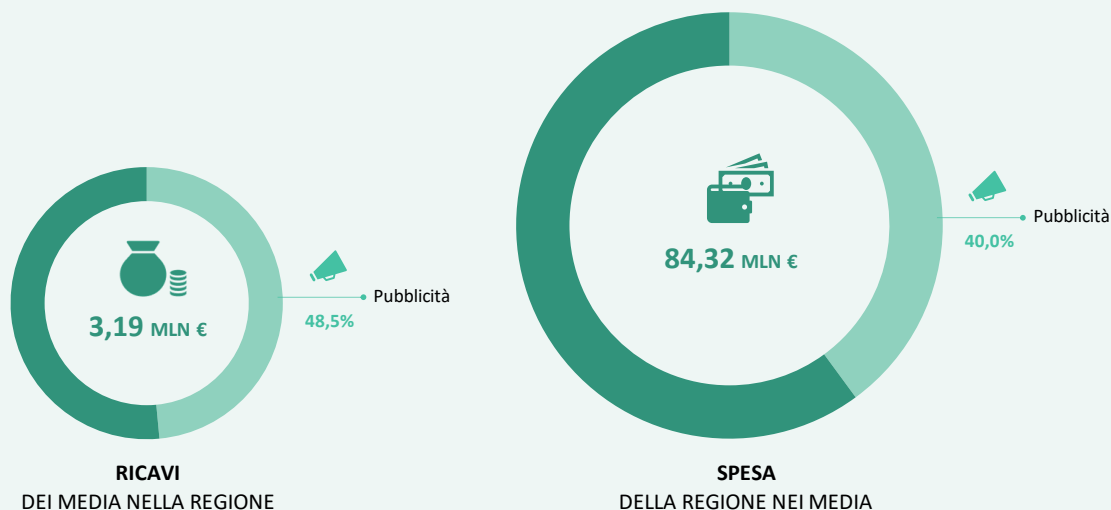
## Ricavi dei media con sede nella regione



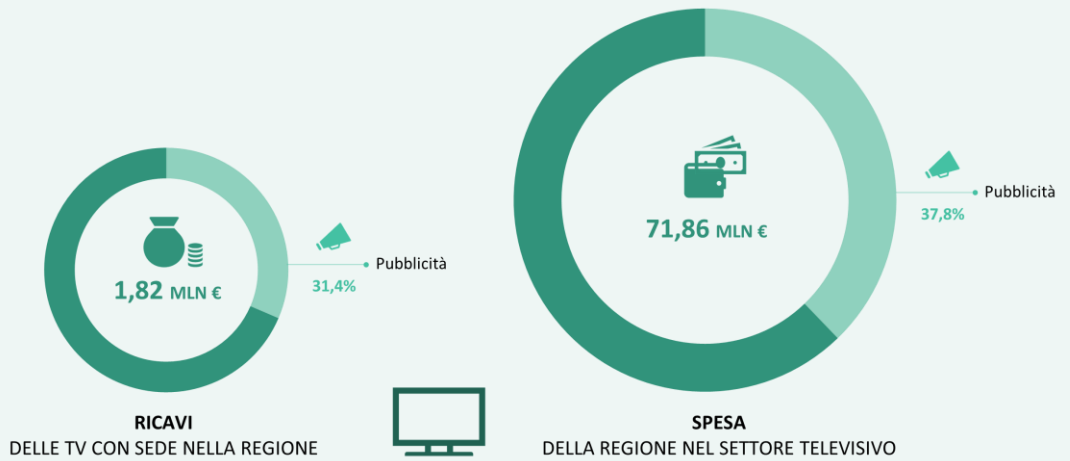
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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



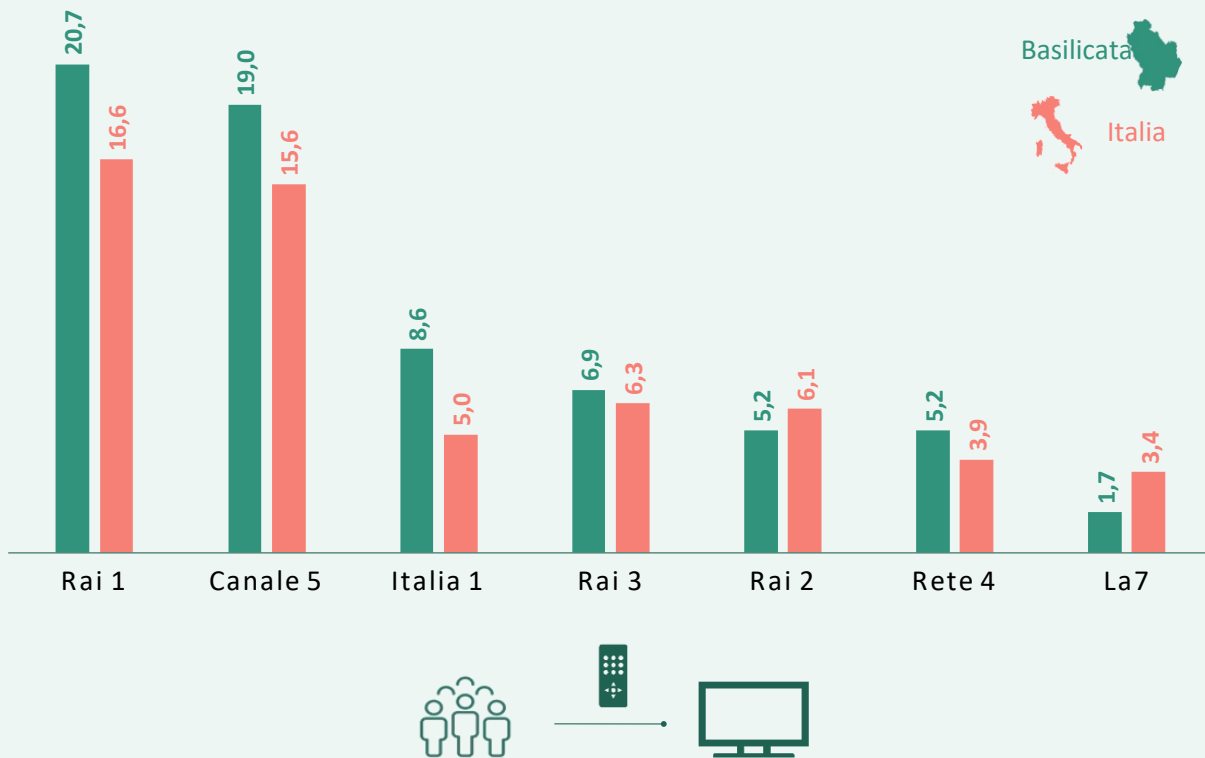
## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



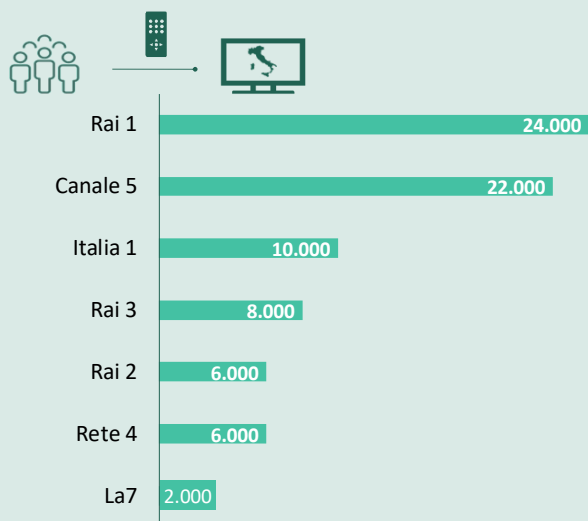


# Televisione

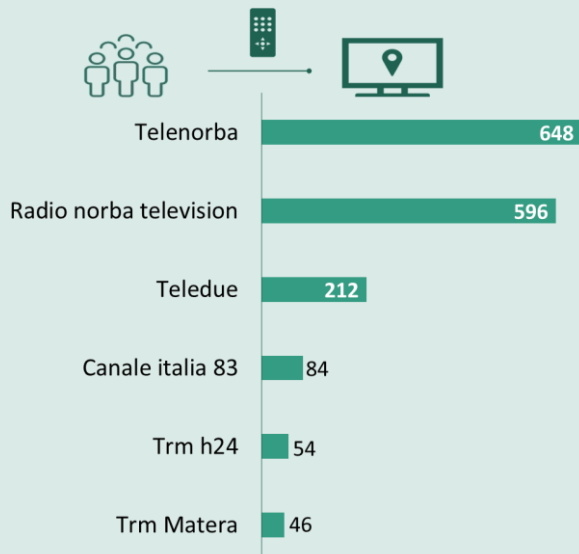
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



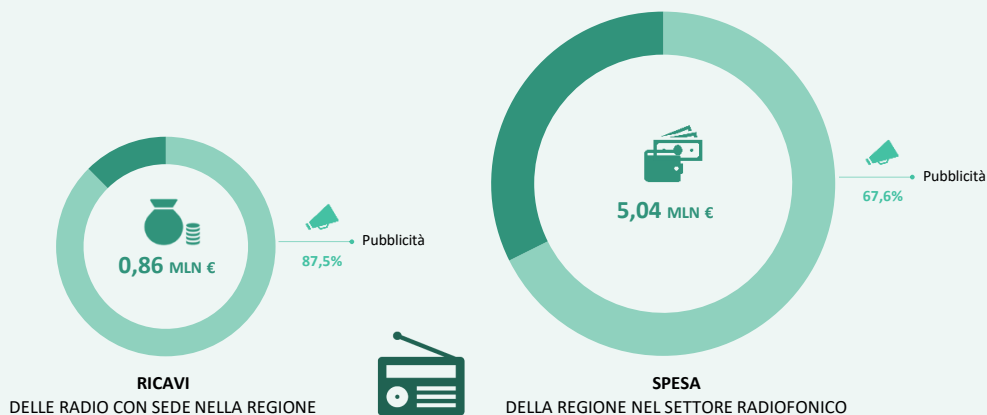
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



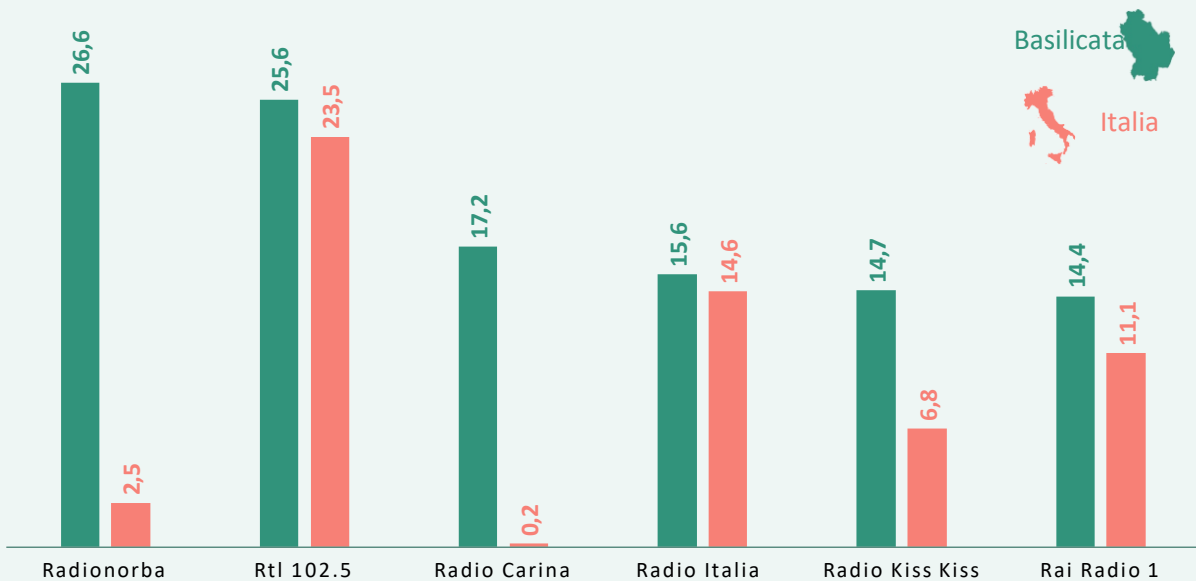
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



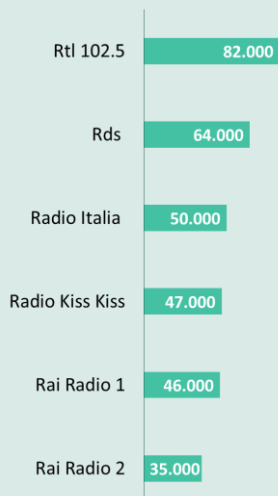
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



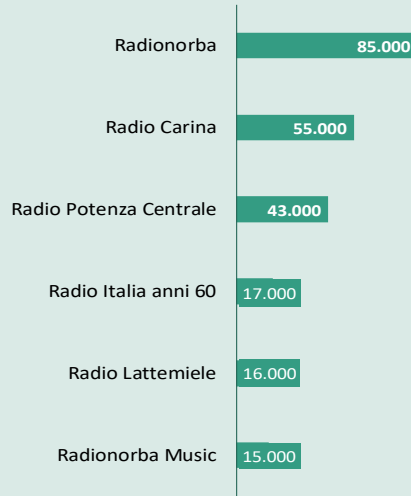
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



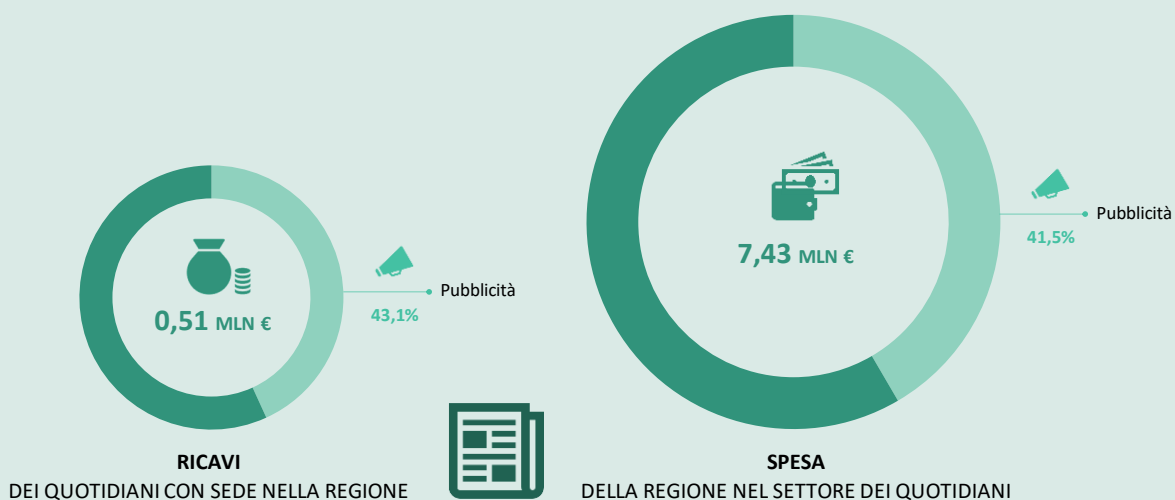
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



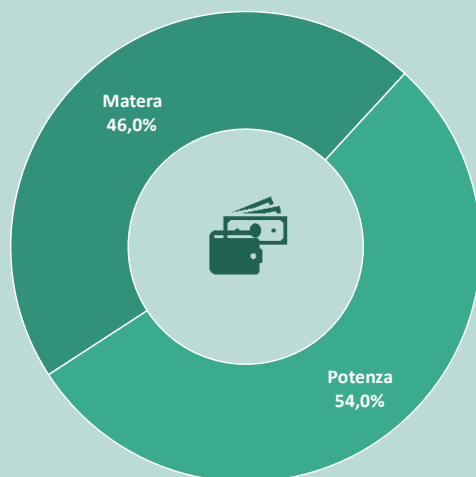
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

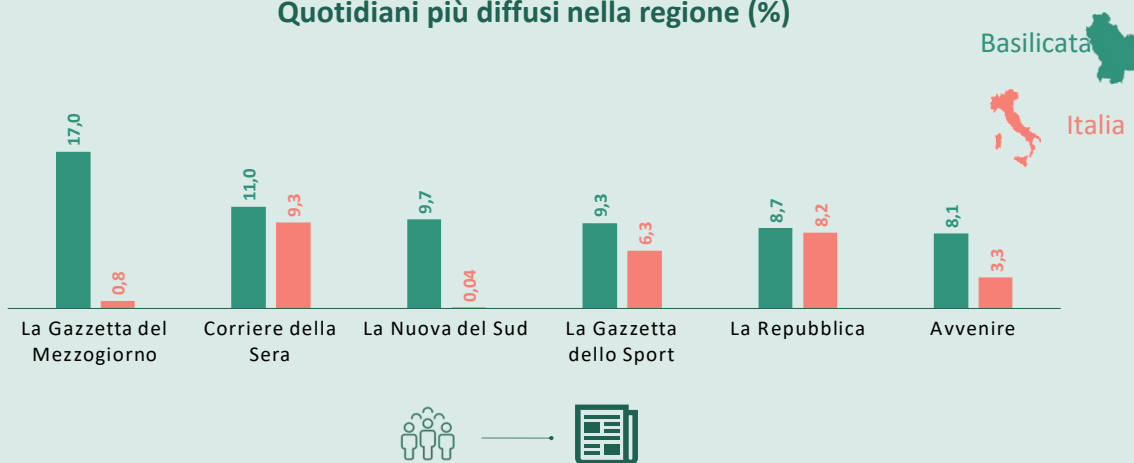


# Quotidiani

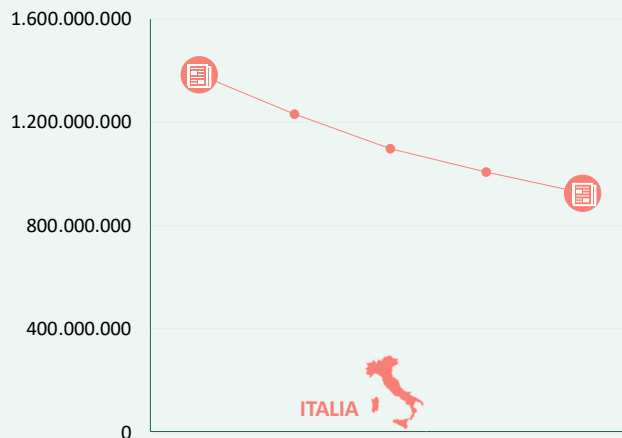
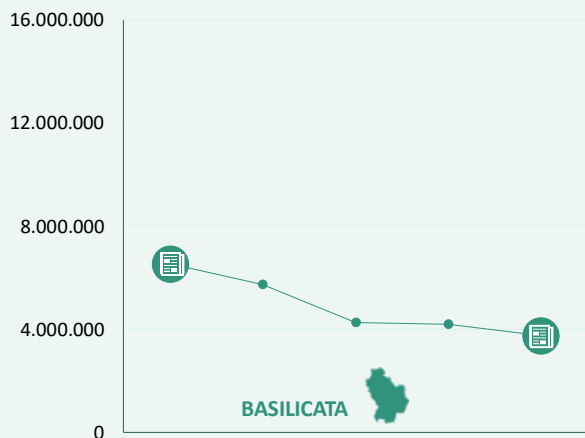
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



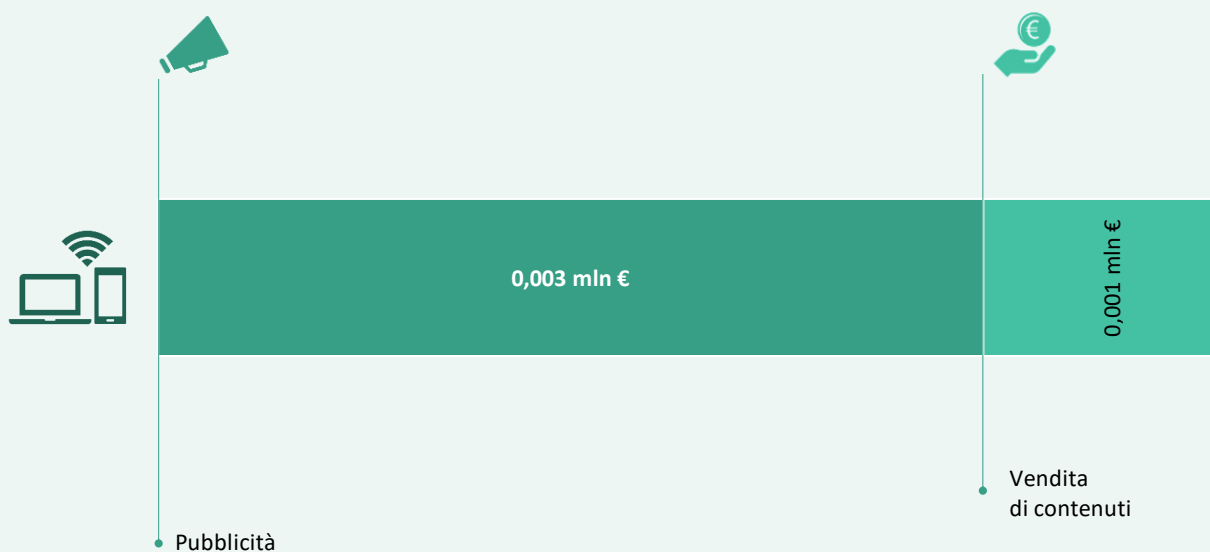
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



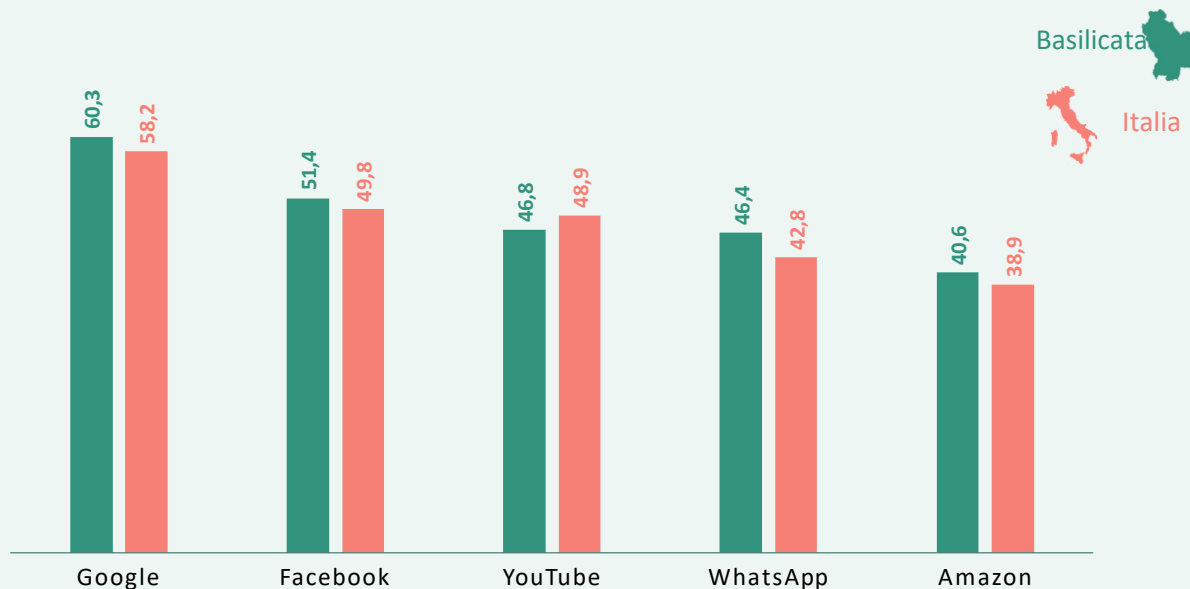
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



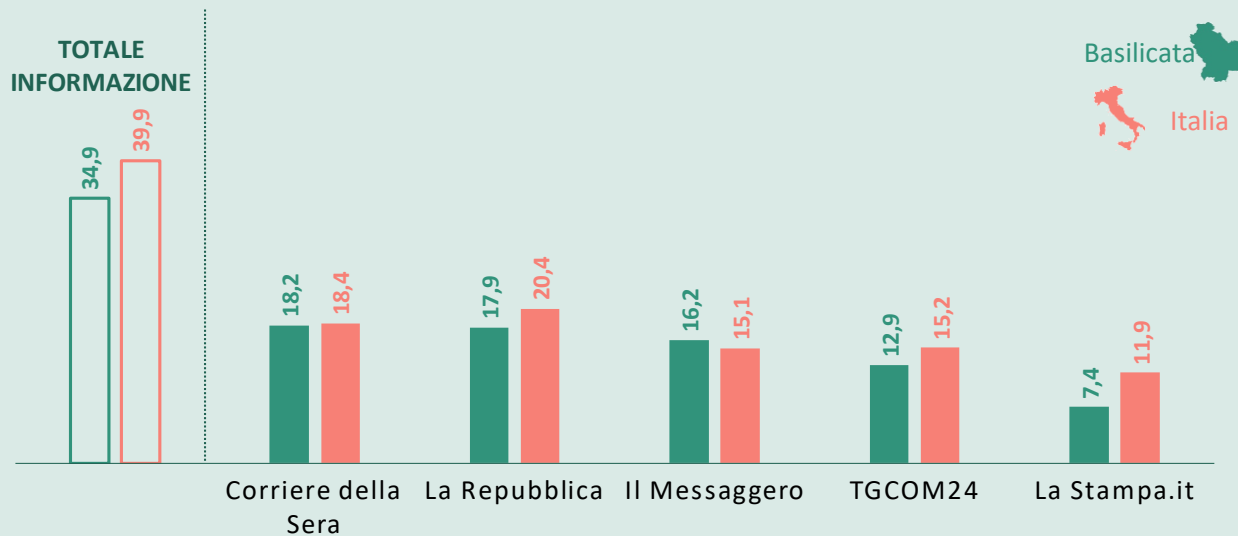
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# CALABRIA



## CO.RE.COM. CALABRIA

Via Cardinale Portanova – Palazzo  
Campanella  
89127 Reggio Calabria  
corecom.cal@pec.consrc.it  
Presidente: Pino Rotta

## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'89% dei calabresi si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (39%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano Gazzetta del Sud



# Inquadramento regionale

AREA



15.222 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



1,957 milioni

FAMIGLIE



772.977

ETÀ MEDIA



44,2 anni

PIL PRO CAPITE



16.648 €

IMPRESE ATTIVE



108.336

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,6% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



262.247

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

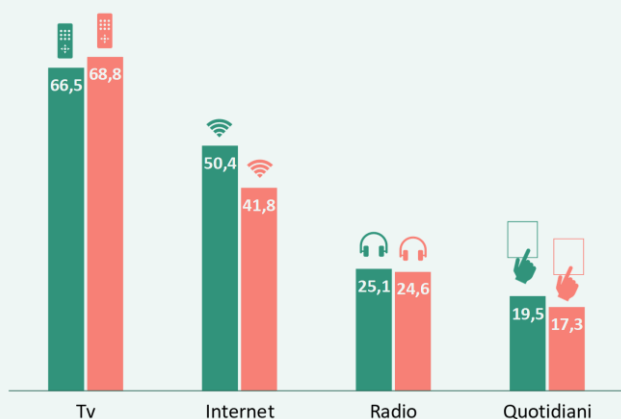


1,6% del totale

CALABRIA

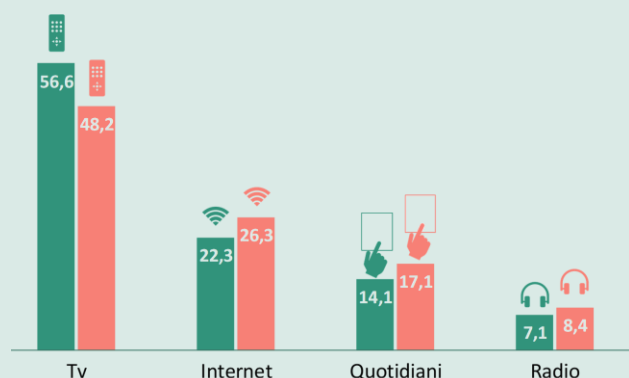
# Fruizione di informazione

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



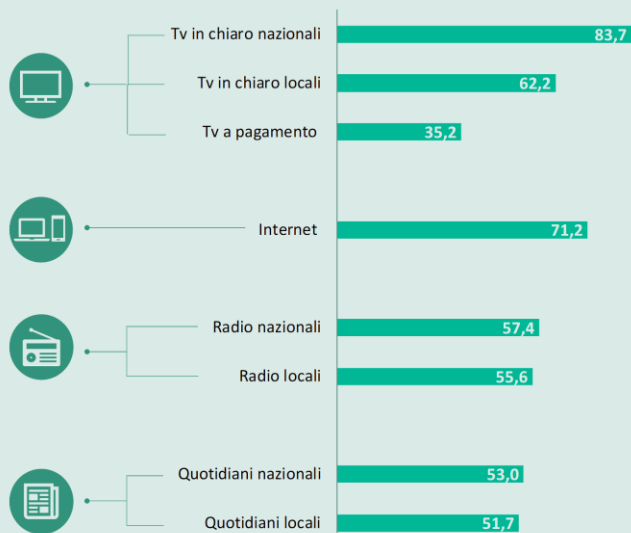
Calabria   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

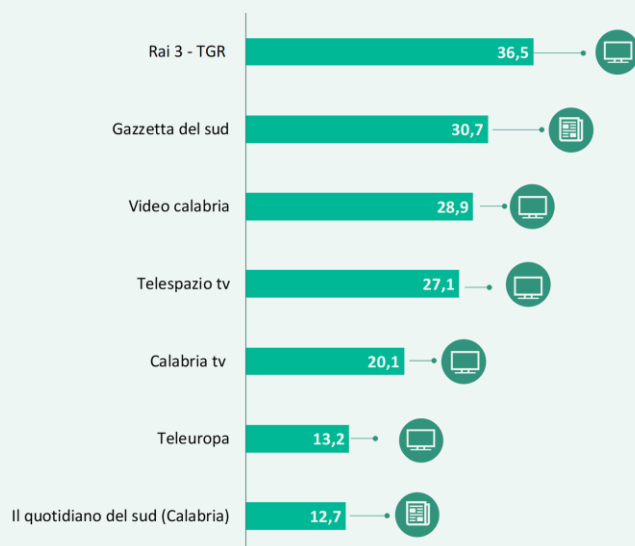


Calabria   
Italia 

## 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

37



Emittenti  
televisive

68



Emittenti  
radiofoniche

0



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

61



Emittenti  
televisive

105



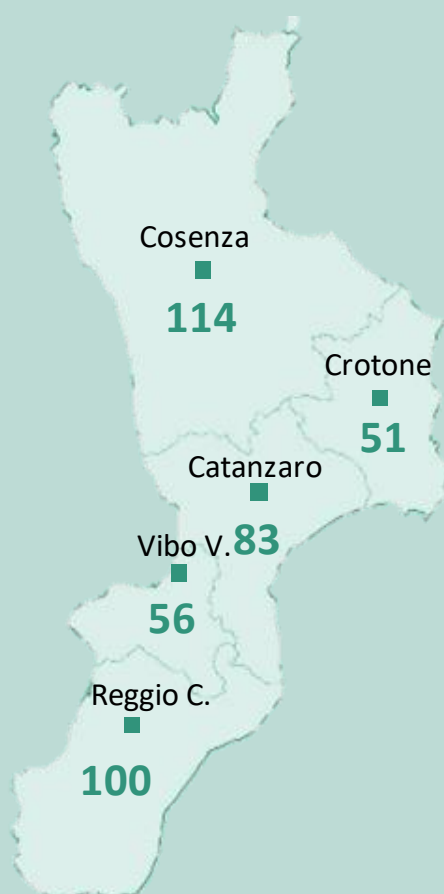
Emittenti  
radiofoniche

10



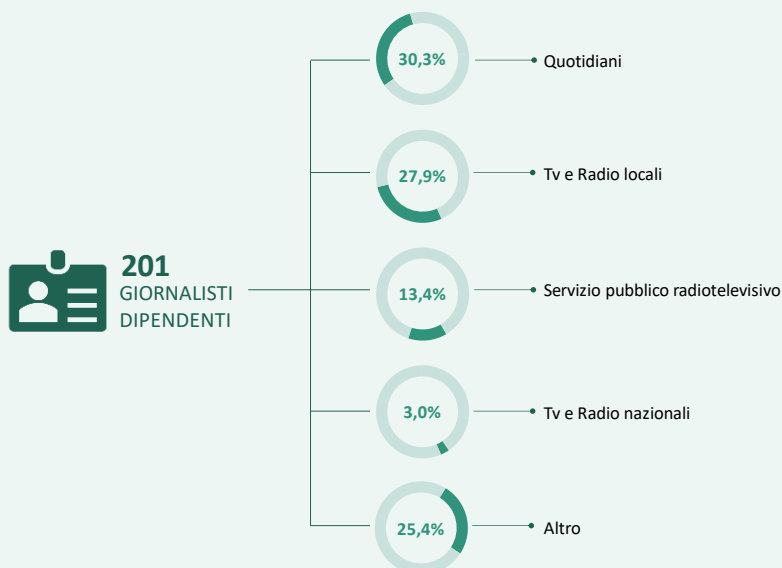
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**162**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**156**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESSE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

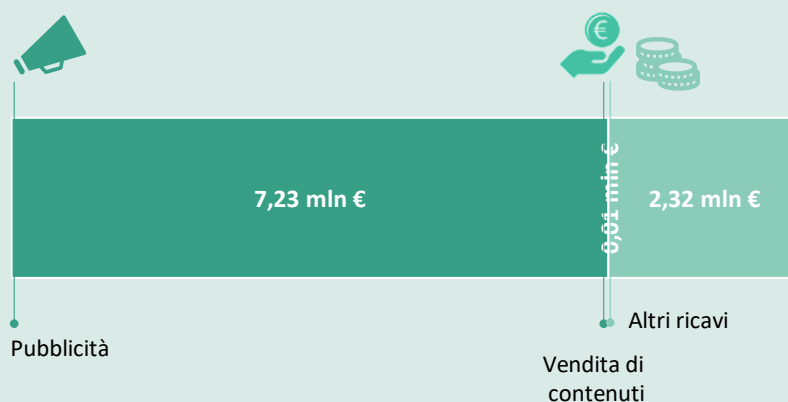
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv	66,7%	25,9%	7,4%	0,0%	<b>100,0%</b>
Radio	94,0%	6,0%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>

# Fonti di finanziamento

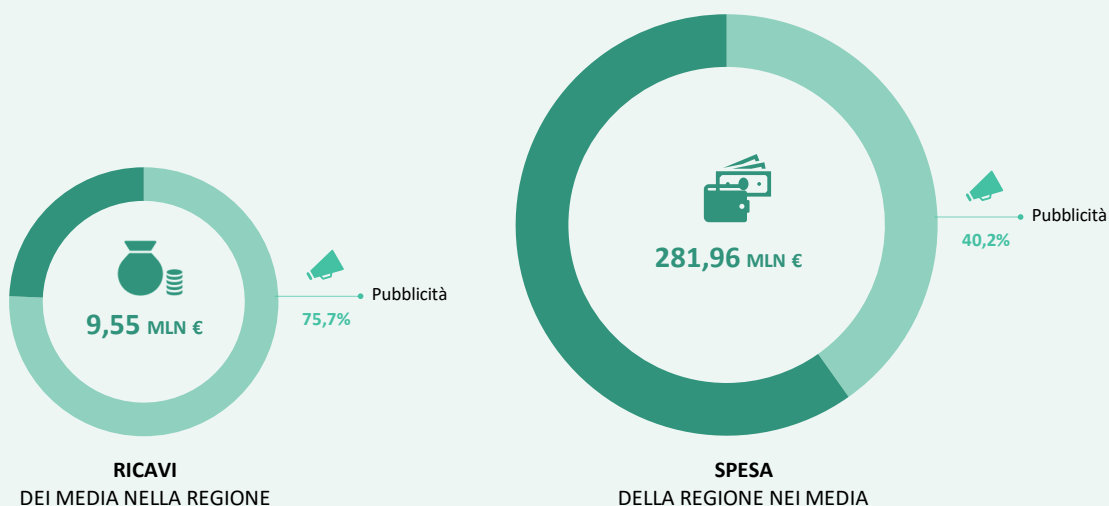
## Ricavi dei media con sede nella regione



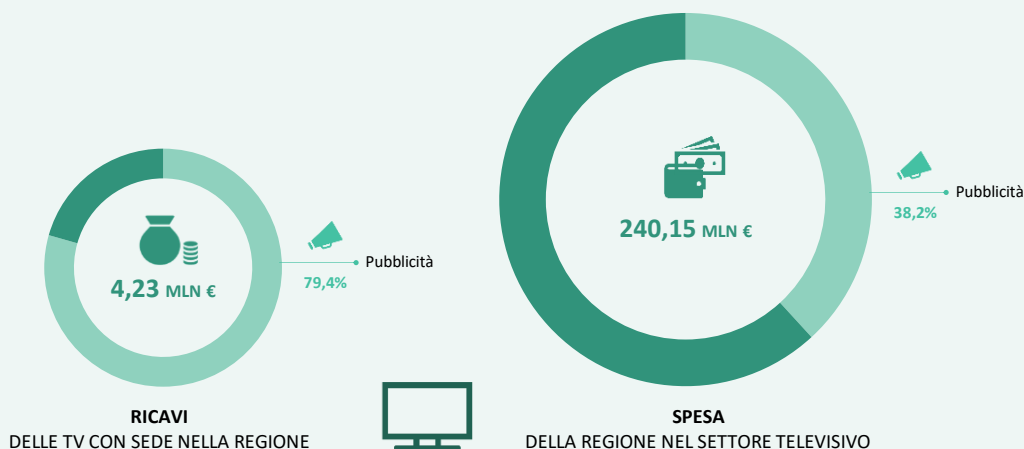
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



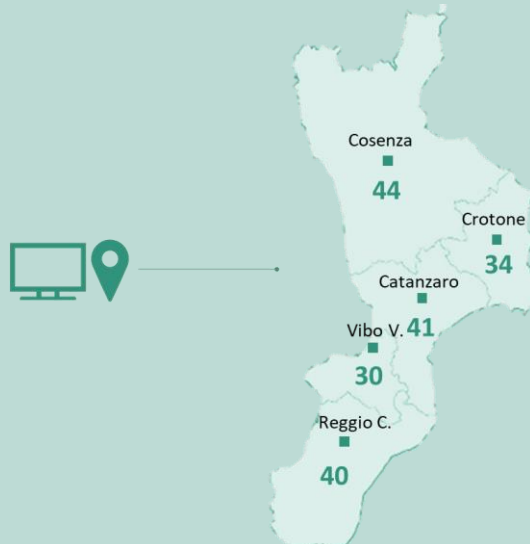
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

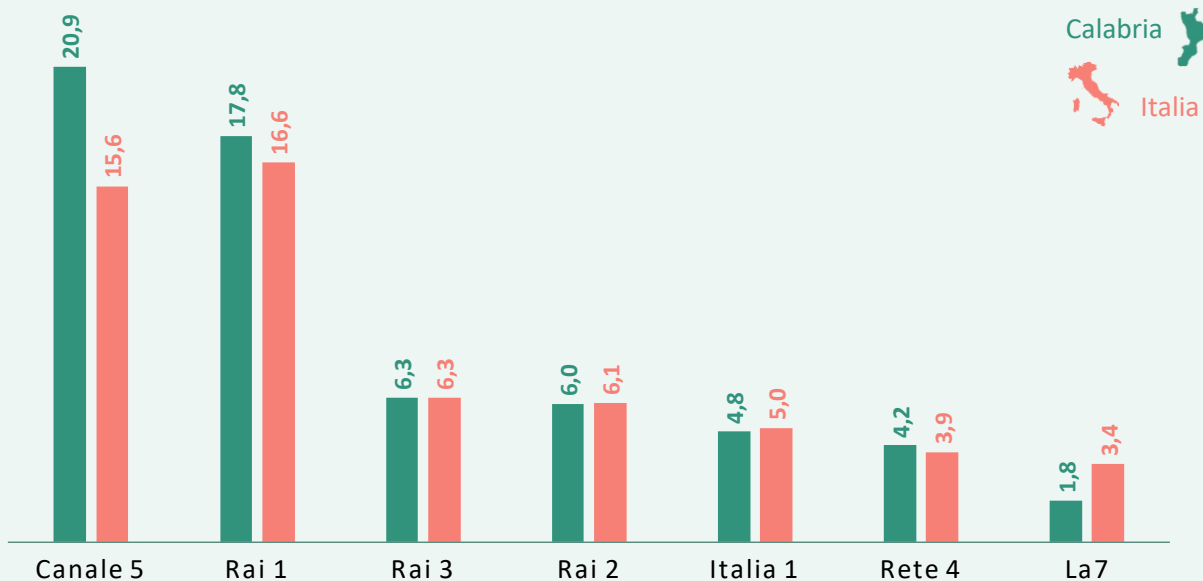


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

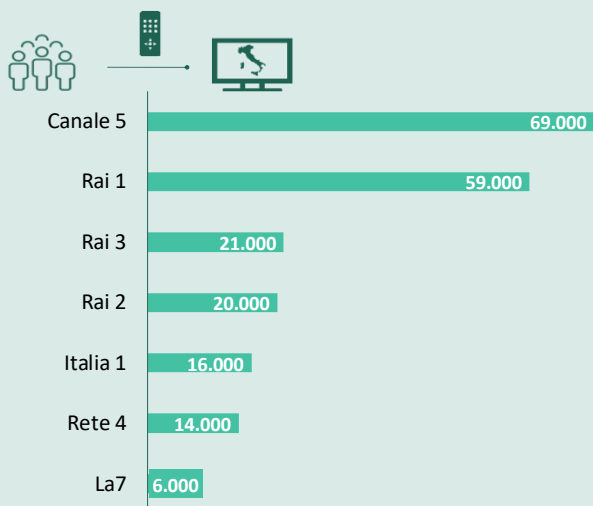


# Televisione

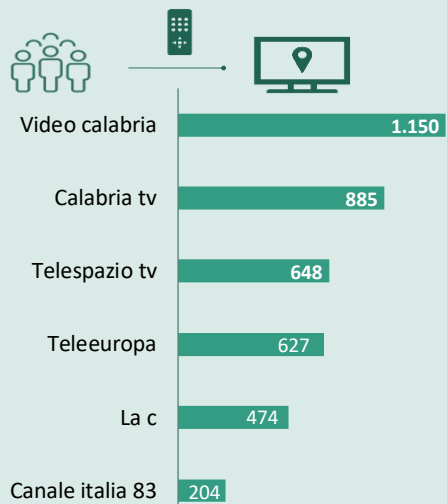
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



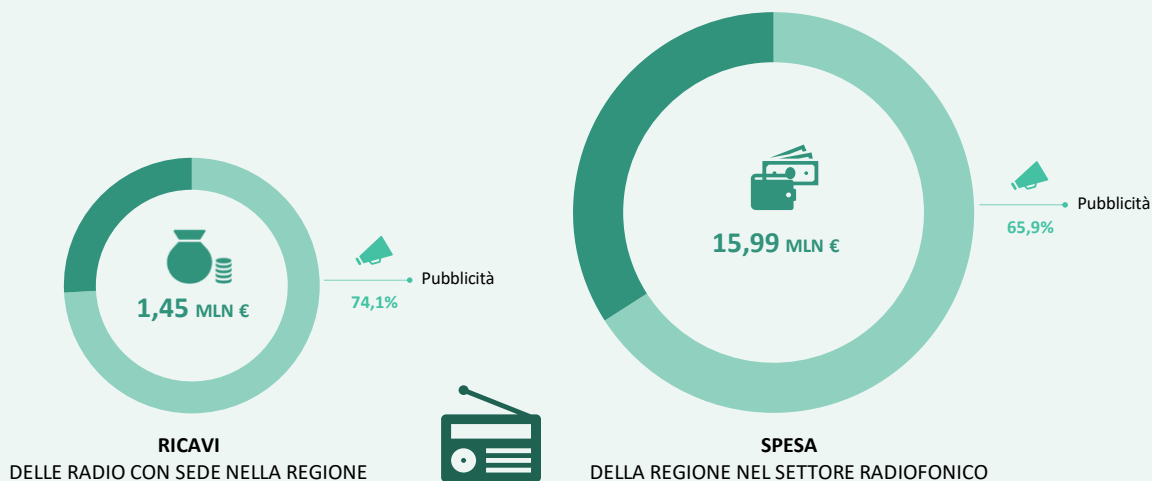
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



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

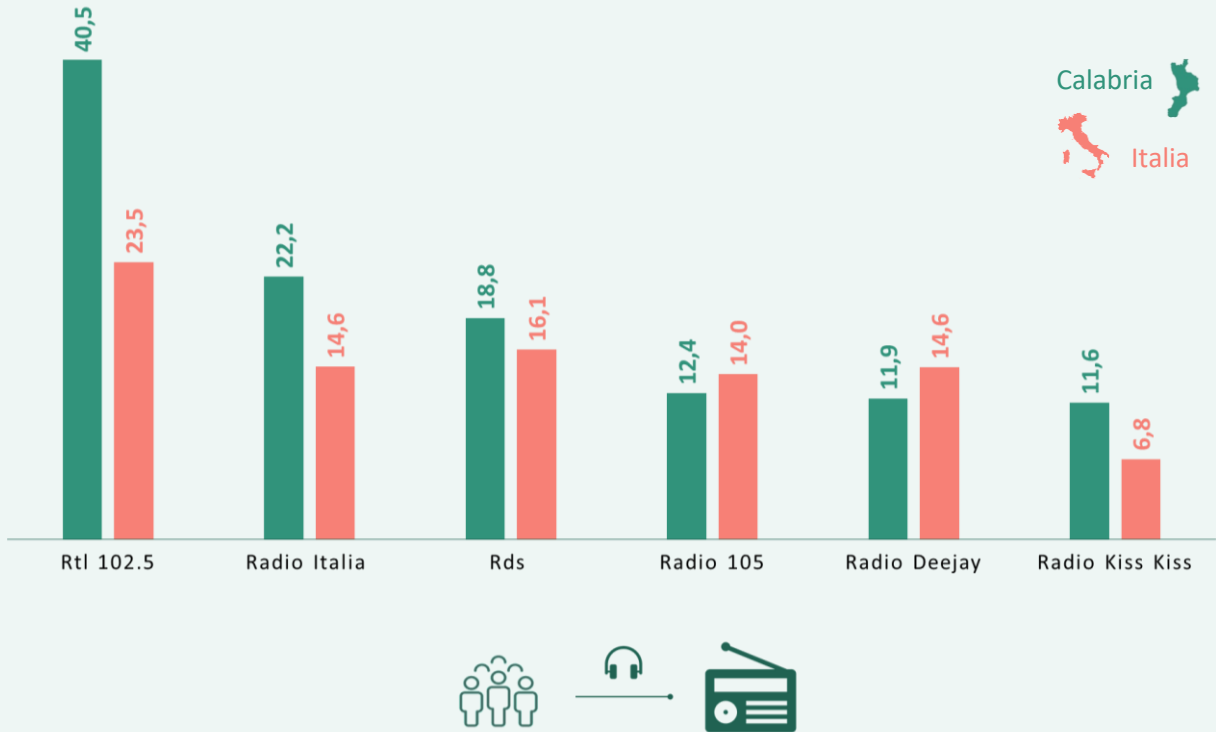


## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia

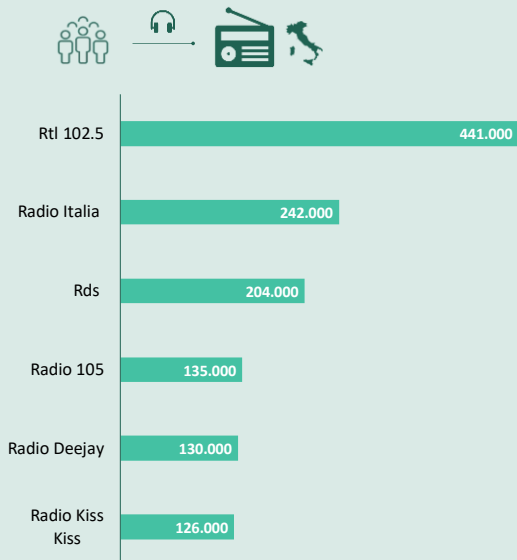




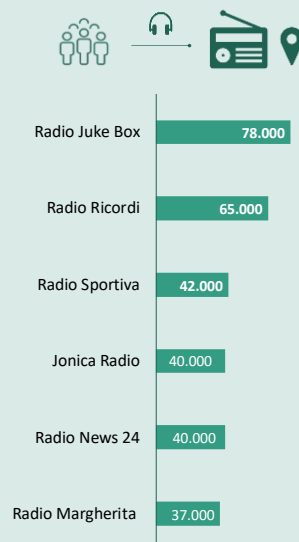
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



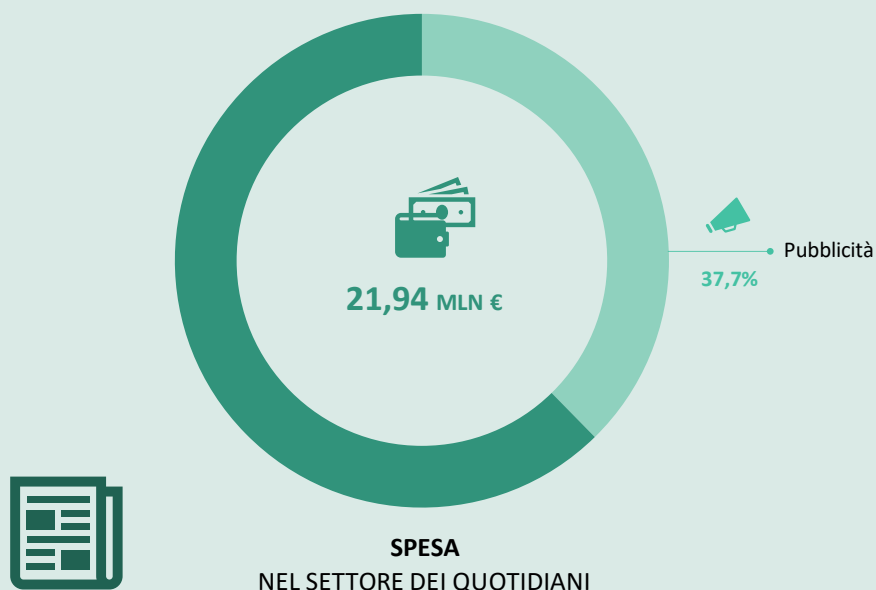
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



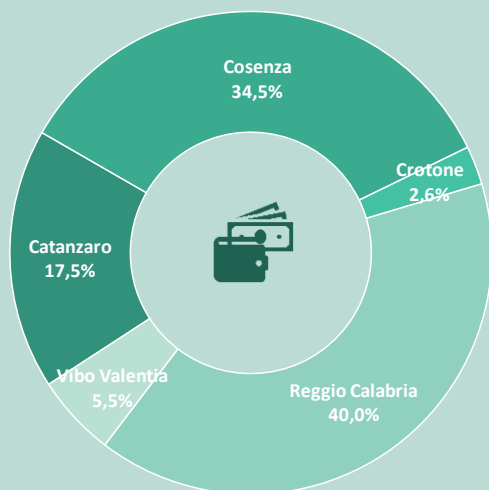
## Spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

Informazione non presente per questa regione

## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

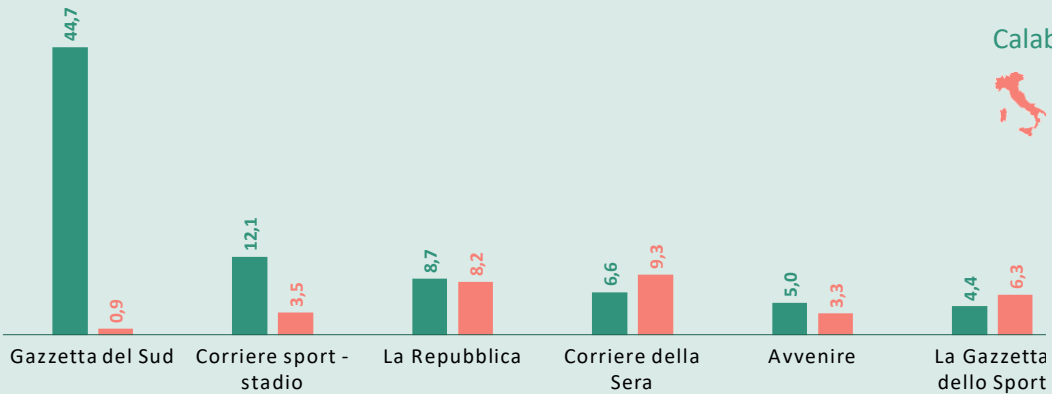


# Quotidiani

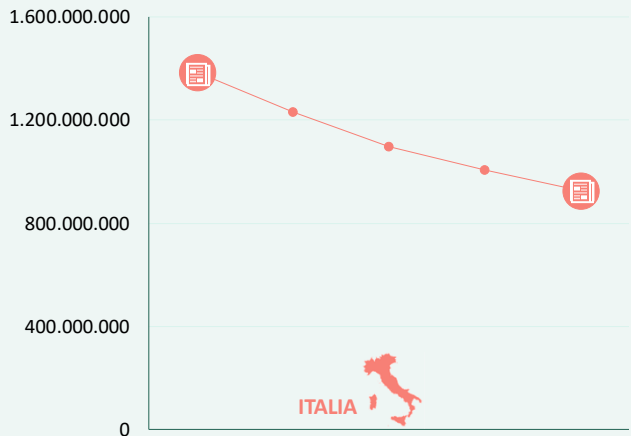
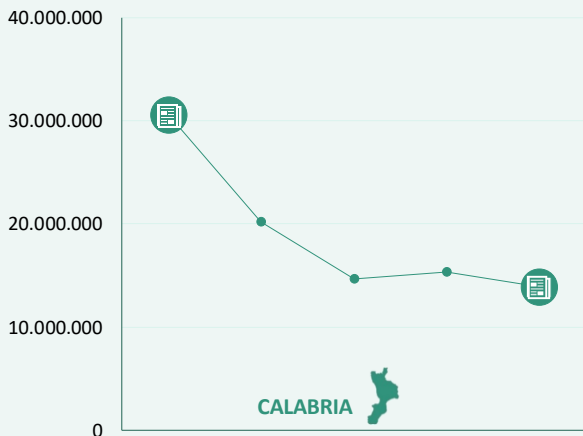
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



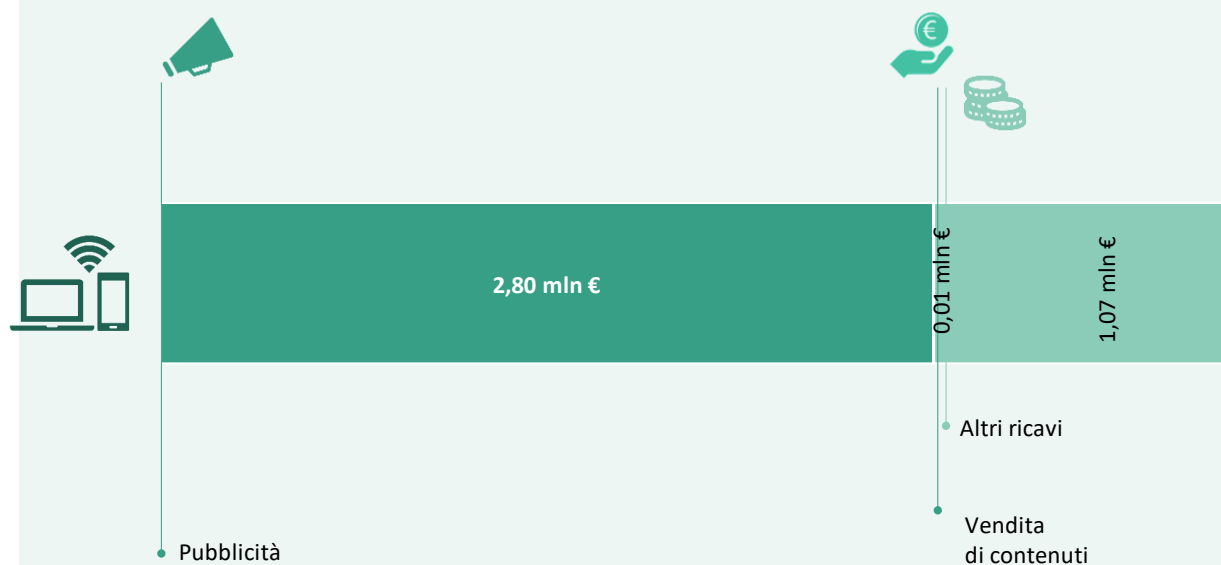
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



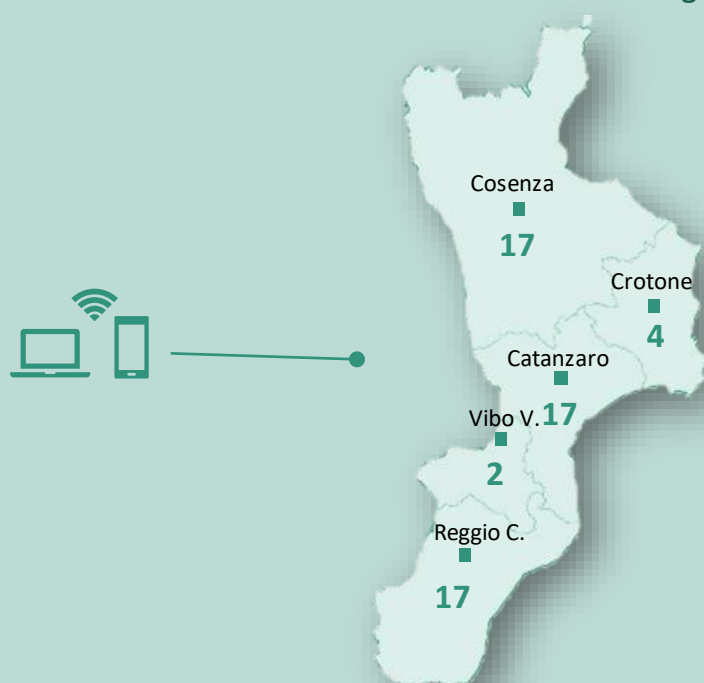
## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

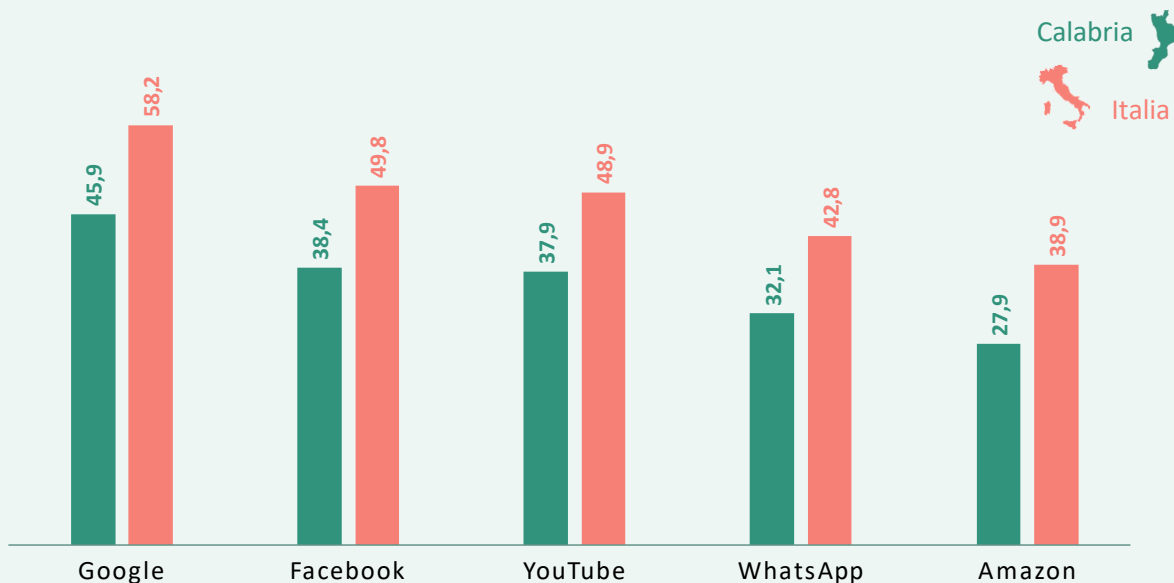


## Editori online con sede nella regione

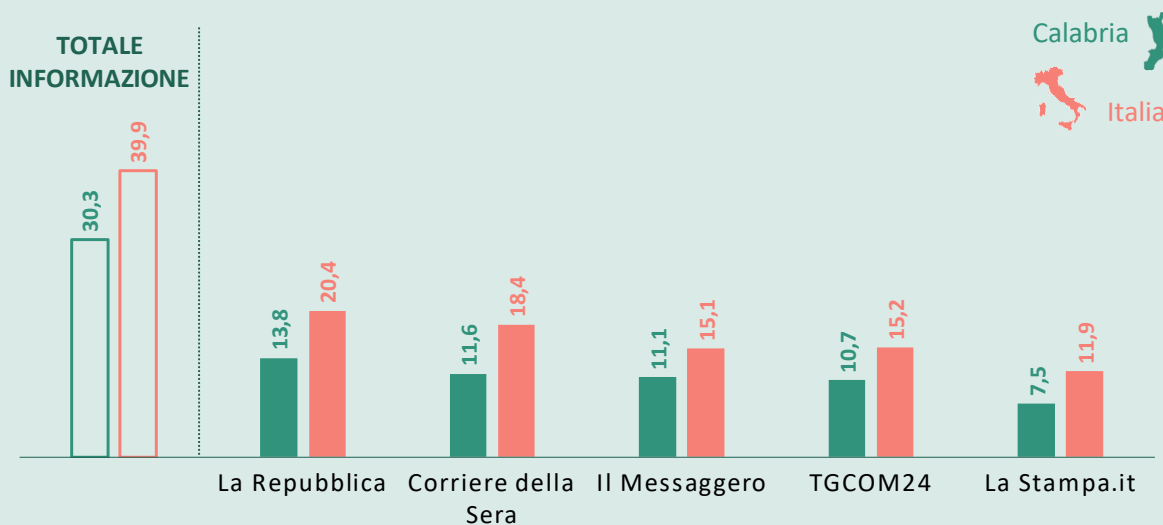


# Internet

## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# CAMPANIA



## CO.RE.COM. CAMPANIA

Centro Direzionale Isola, F/8

80143 Napoli

[corecom.campania@consiglio.regione.campania.legalmail.it](mailto:corecom.campania@consiglio.regione.campania.legalmail.it)

[campania.legalmail.it](http://campania.legalmail.it)

Presidente: Mimmo Falco

## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'86% dei campani si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (38%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il canale televisivo Canale 21

# Inquadramento regionale

AREA



13.671 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



5,827 milioni

FAMIGLIE



2.060.426

ETÀ MEDIA



42,3 anni

PIL PRO CAPITE



18.217 €

IMPRESE ATTIVE



344.353

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,6% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



1.027.665

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

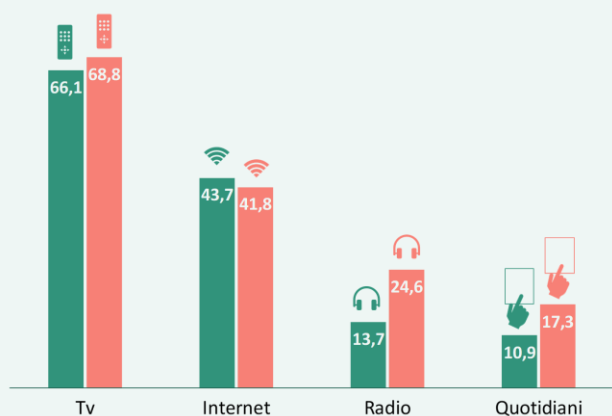


1,8% del totale

CAMPANIA

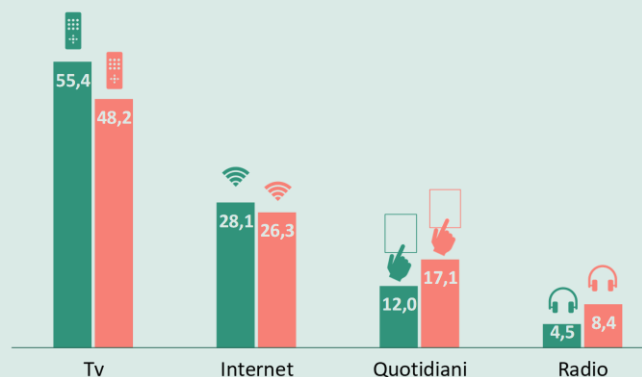
# Fruizione di informazione

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



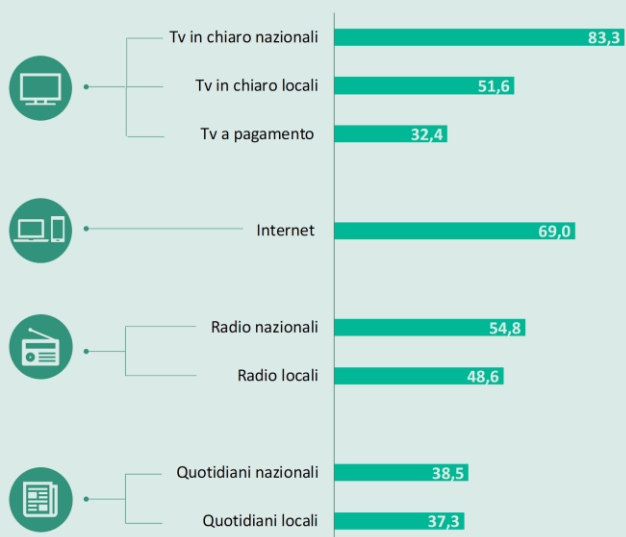
Campania   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

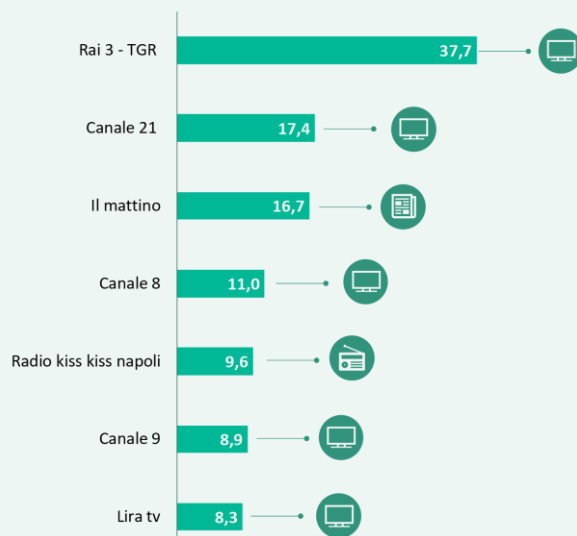


Campania   
Italia 

## 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

41



Emittenti  
televisive

75



Emittenti  
radiofoniche

9



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

60



Emittenti  
televisive

103



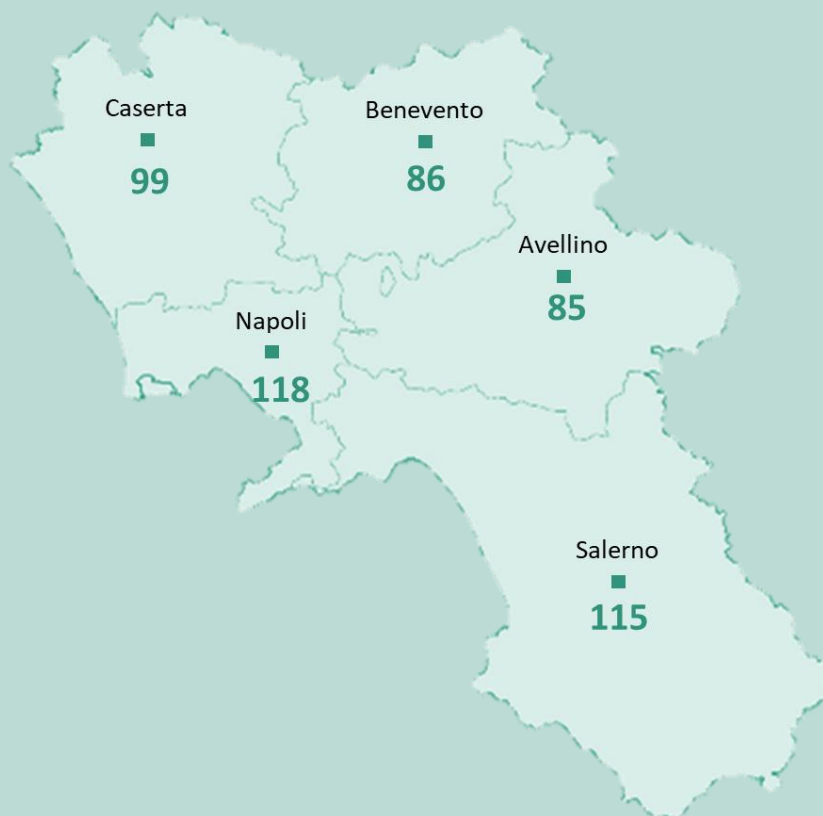
Emittenti  
radiofoniche

23



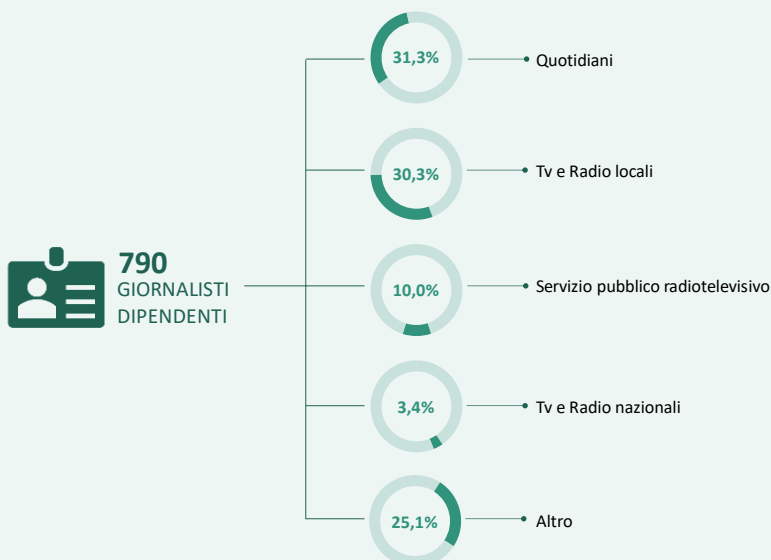
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**259**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**1.184**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

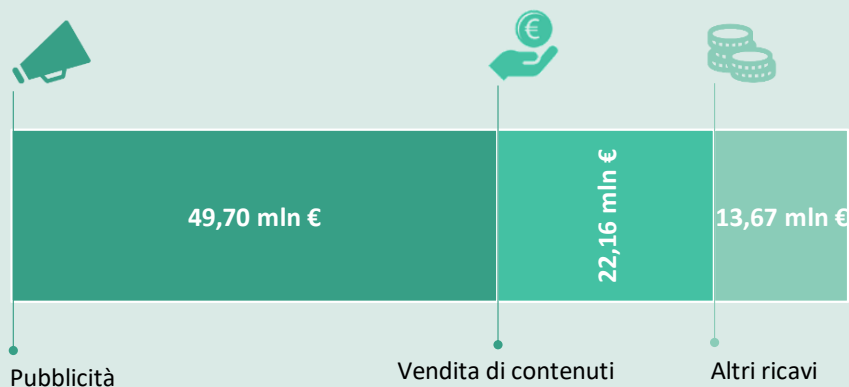
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	39,6%	39,6%	8,3%	12,5%	<b>100,0%</b>
Radio 	69,0%	20,0%	5,5%	5,5%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	25,0%	12,5%	62,5%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

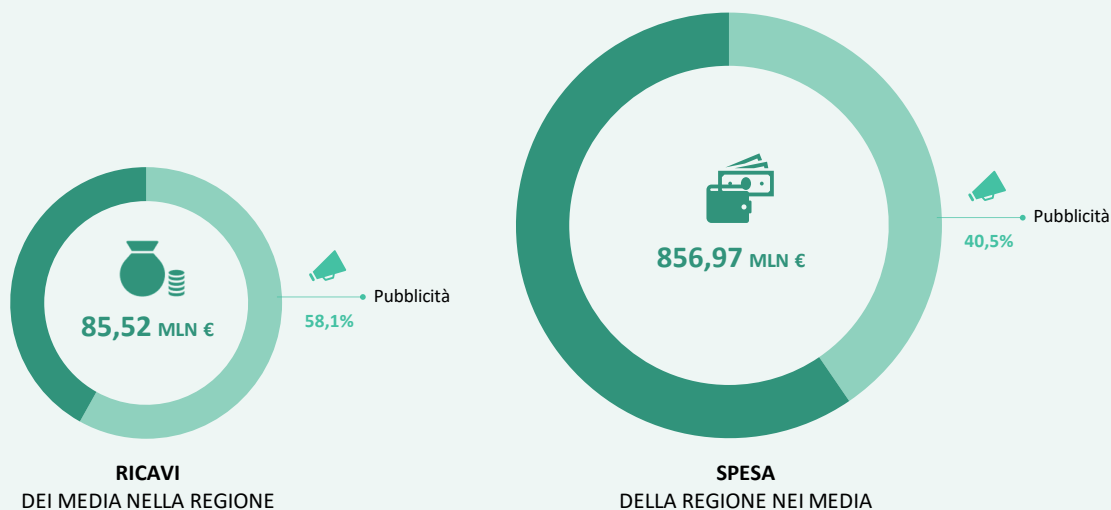
## Ricavi dei media con sede nella regione



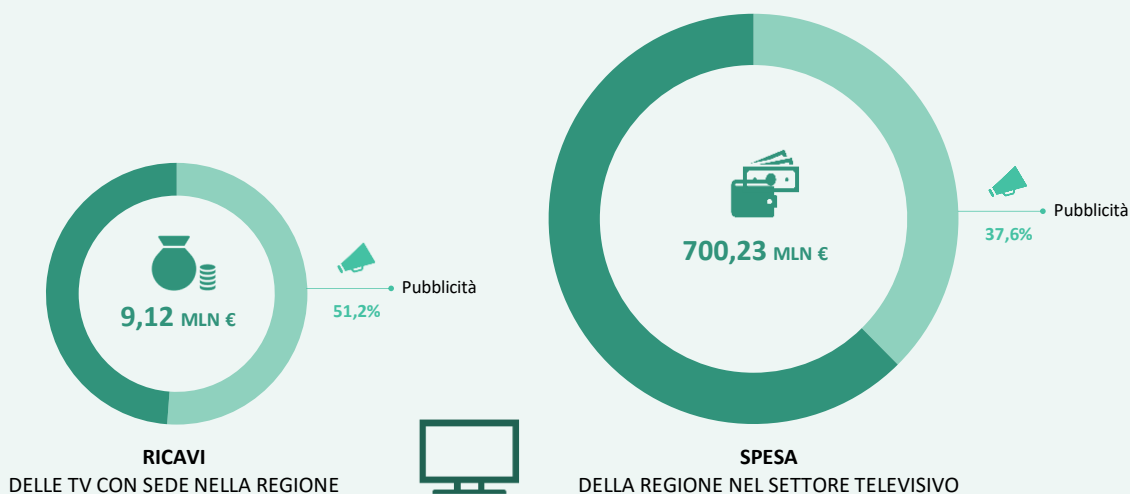
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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

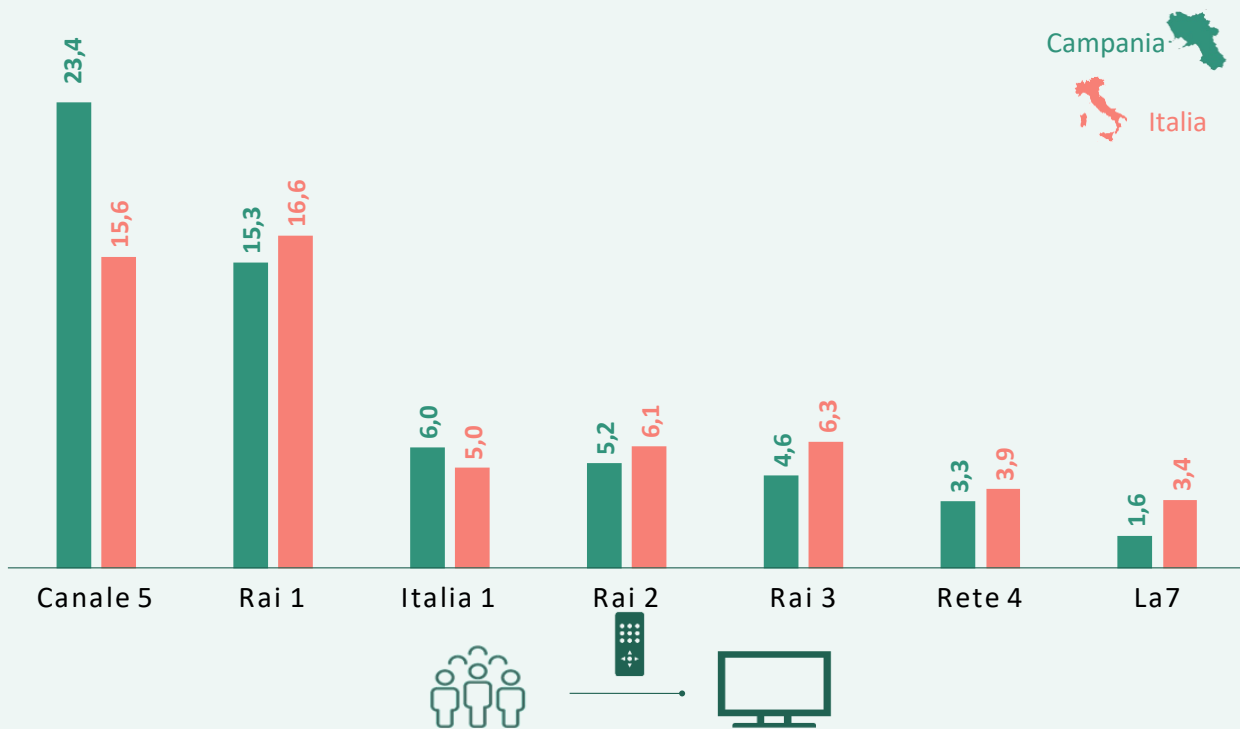


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



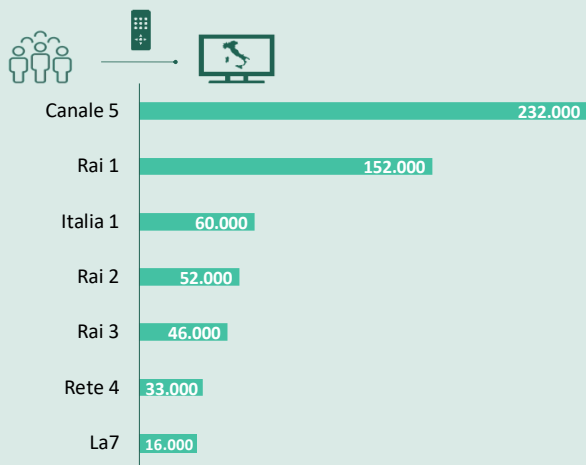
# Televisione

Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)

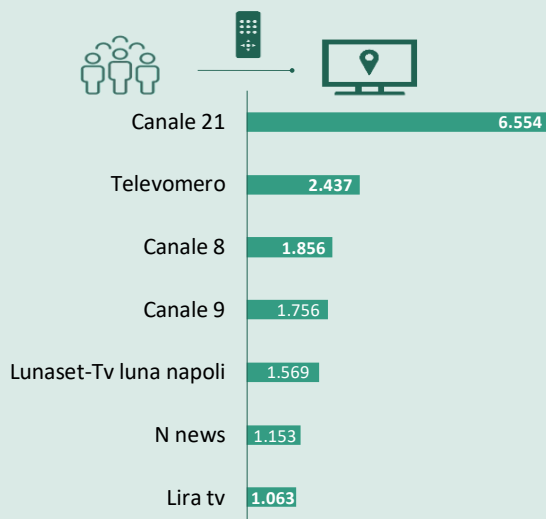


CAMPANIA

Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



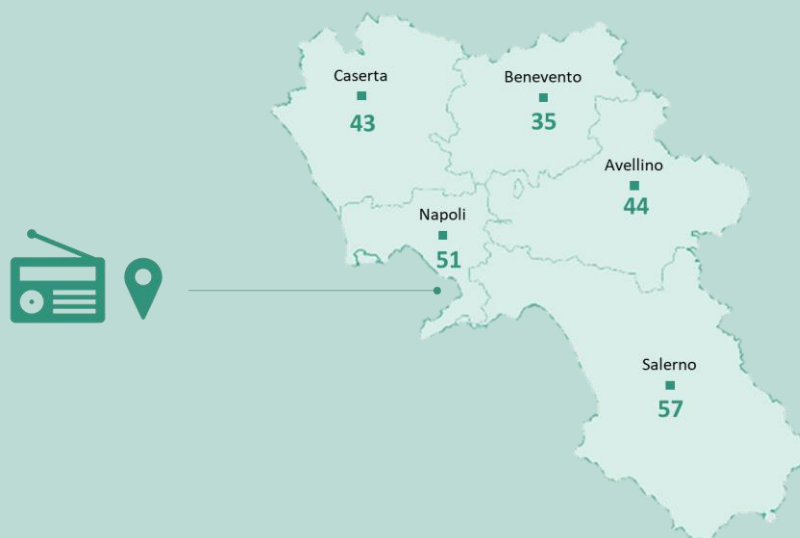
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



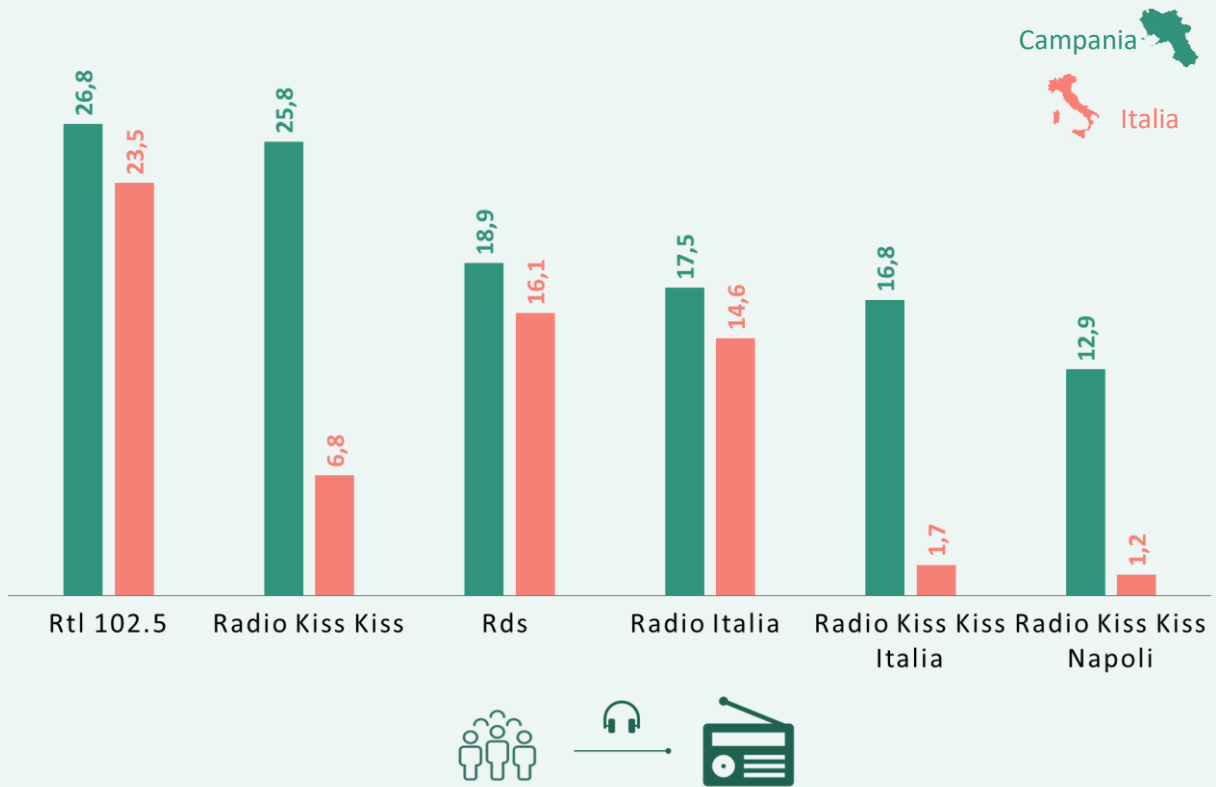
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



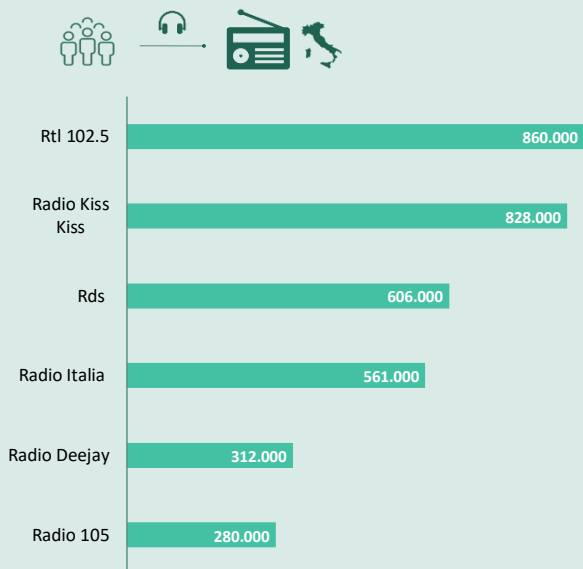
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



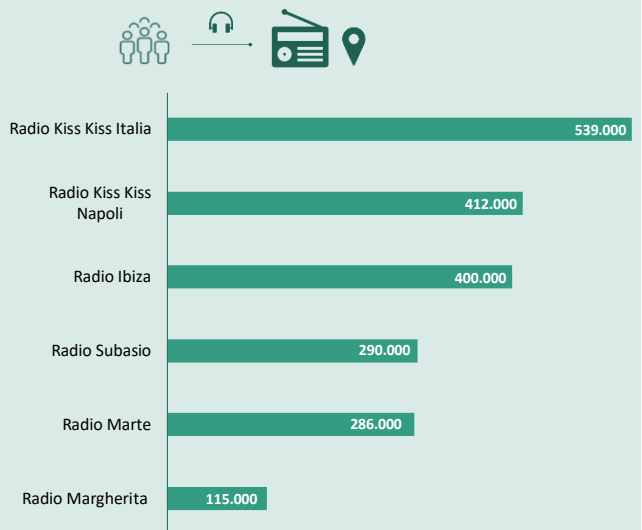
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



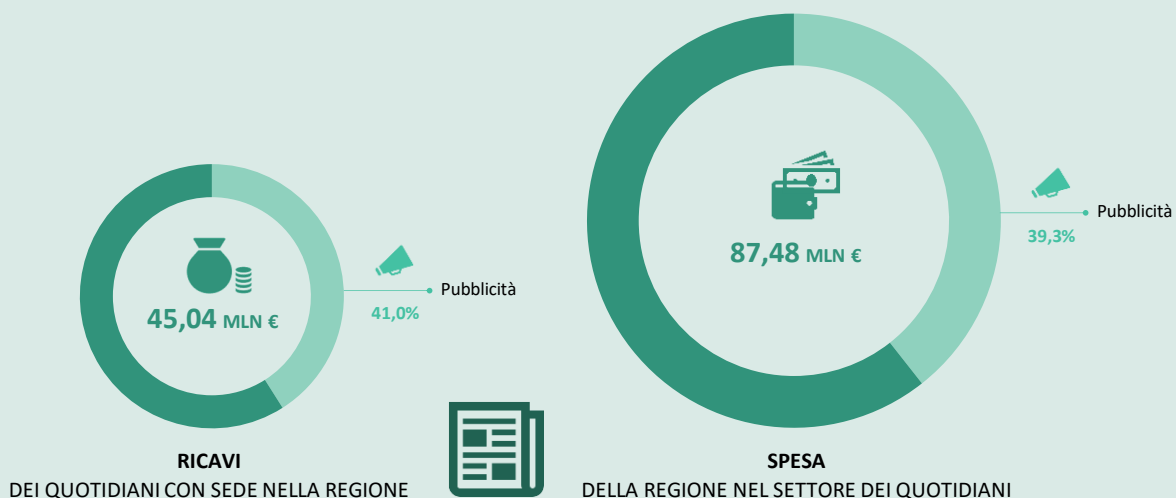
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



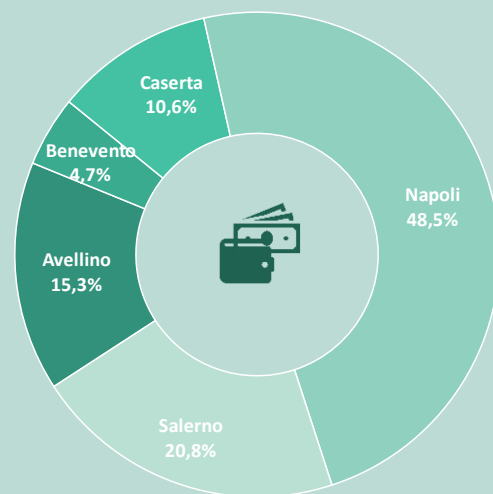
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani





# Quotidiani

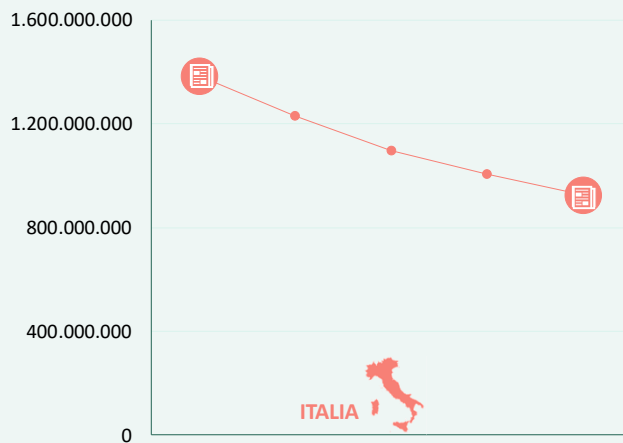
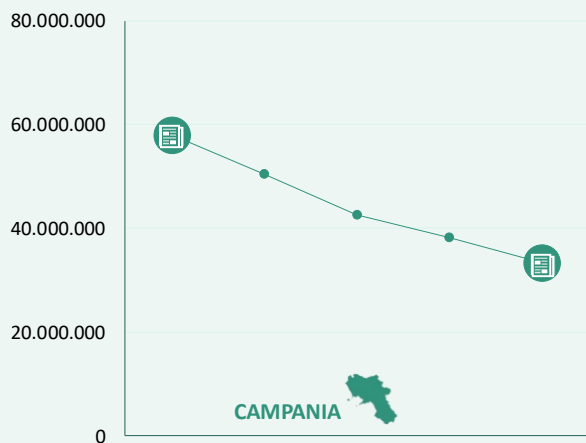
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



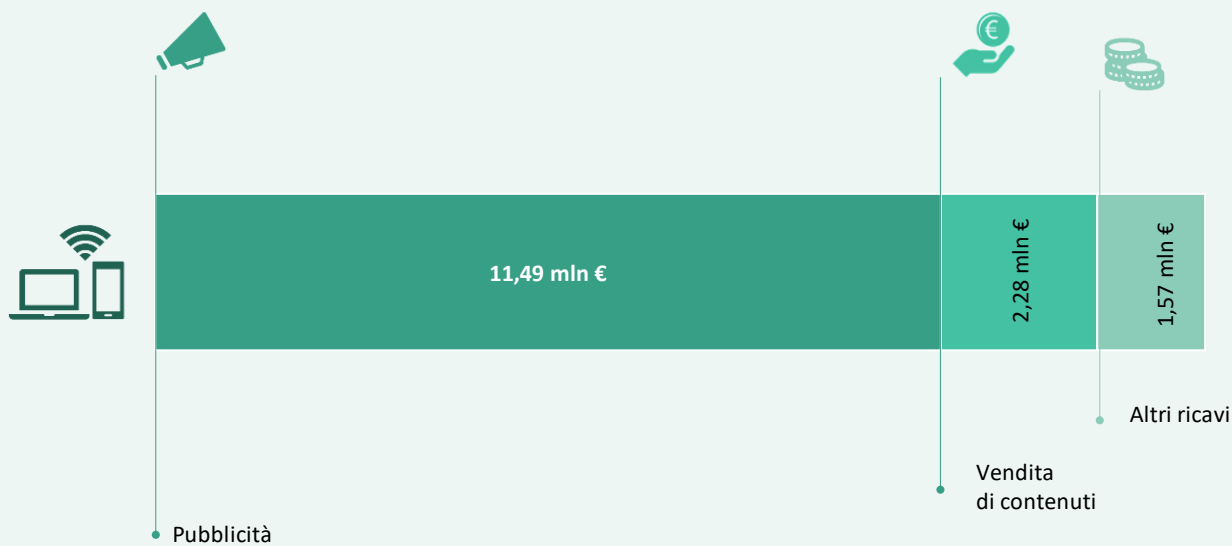
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



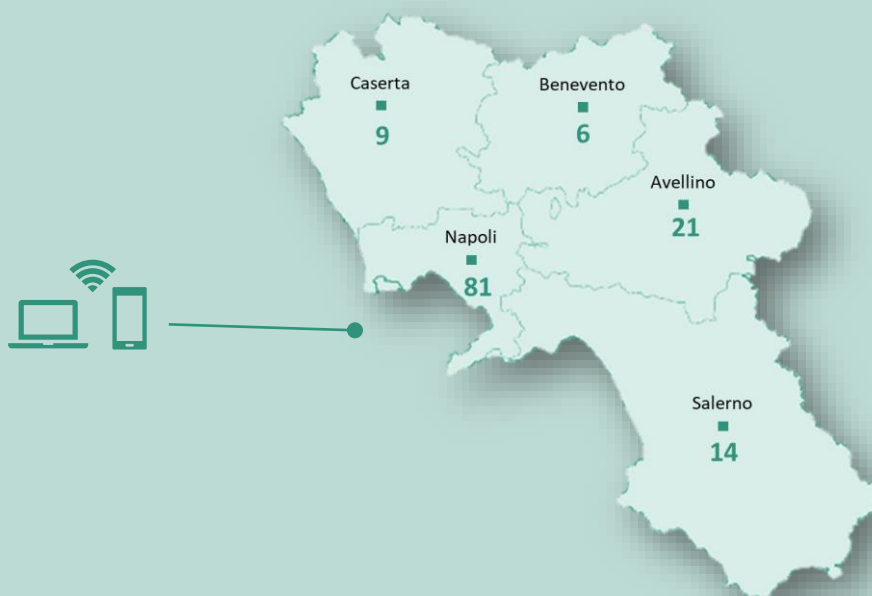
## Andamento delle copie vendute



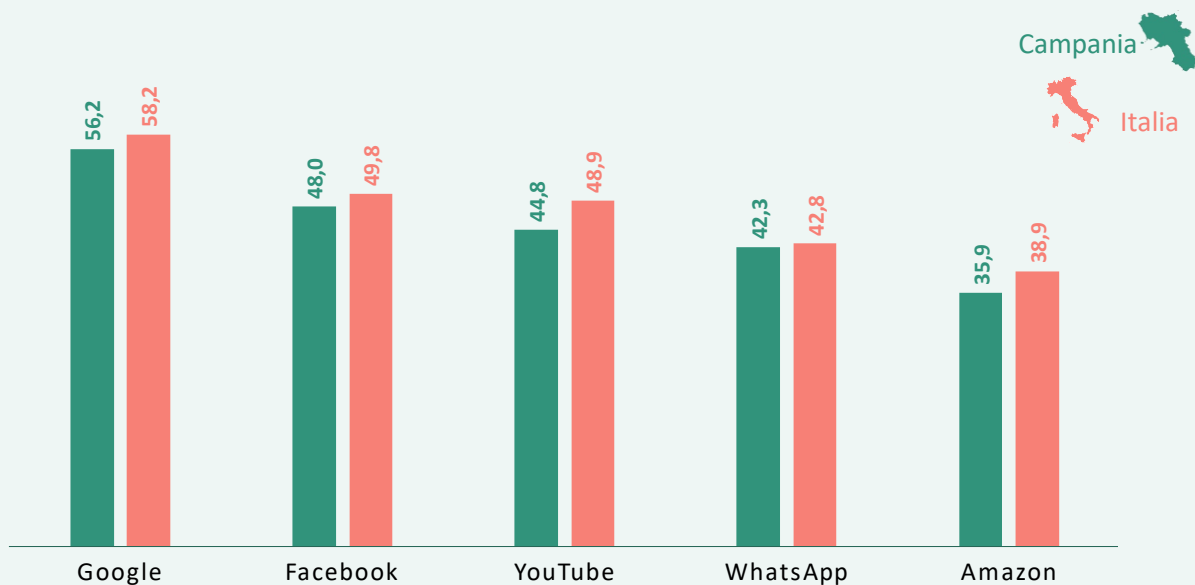
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



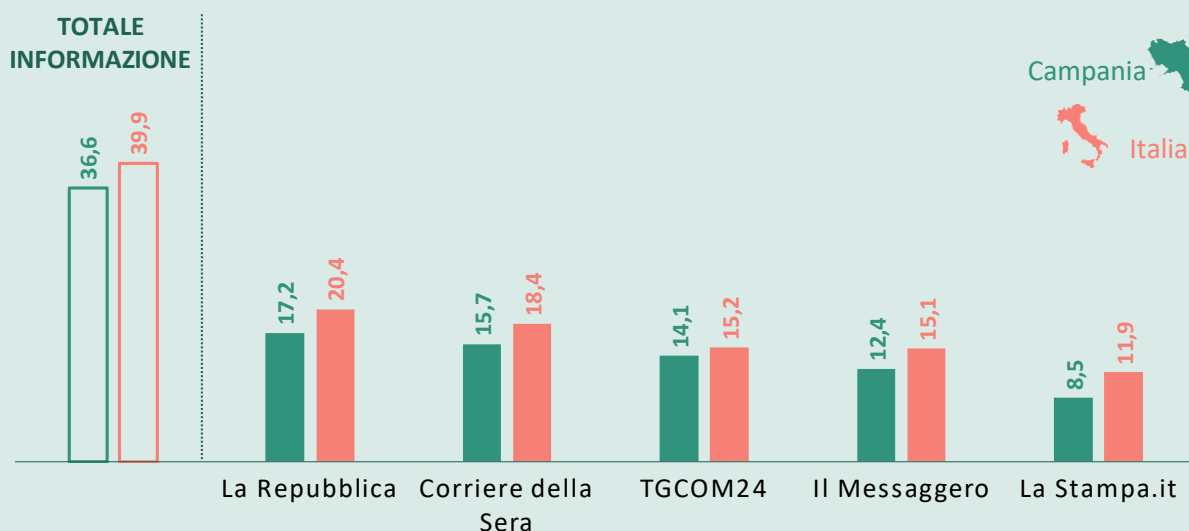
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# EMILIA ROMAGNA

## CO.RE.COM. EMILIA ROMAGNA

Viale A. Moro, 44  
40127 Bologna  
corecom@postacert.regione.emilia-romagna.it  
Presidente: Giovanna Cosenza



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'84% degli emiliani si interessa di informazione locale
- ❖ MONRIF primo gruppo per *total audience informativa* (27%)
- ❖ Dopo il quotidiano Il Resto Carlino la fonte informativa più importante è il TGR

# Inquadramento regionale

AREA



22.453 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



4,453 milioni

FAMIGLIE



1.916.735

ETÀ MEDIA



46,1 anni

PIL PRO CAPITE



34.602 €

IMPRESE ATTIVE



368.153

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,3% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



1.551.470

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

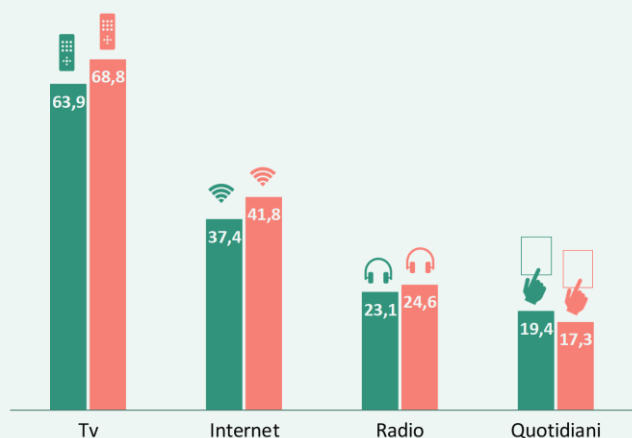


2,3% del totale

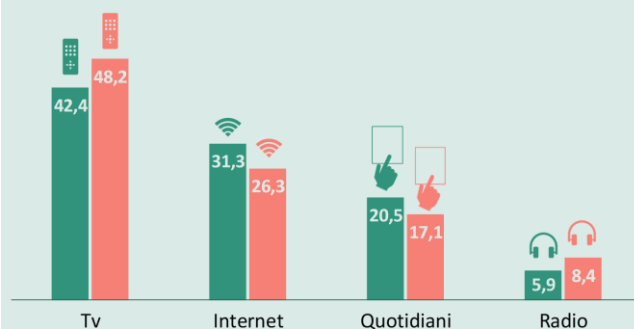
EMILIA ROMAGNA

# Fruizione di informazione

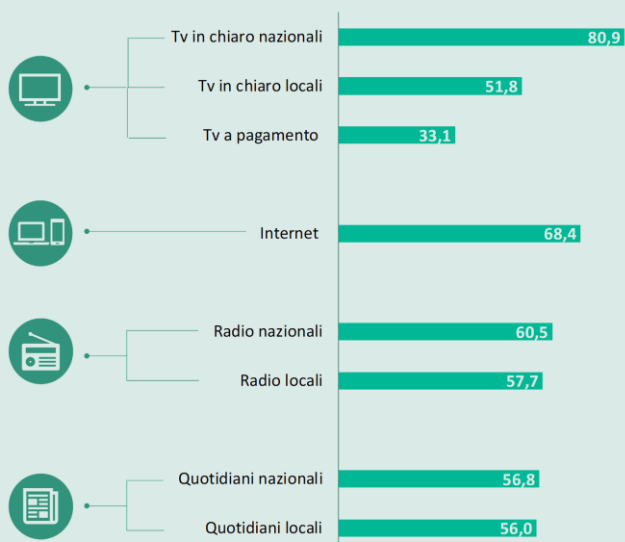
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



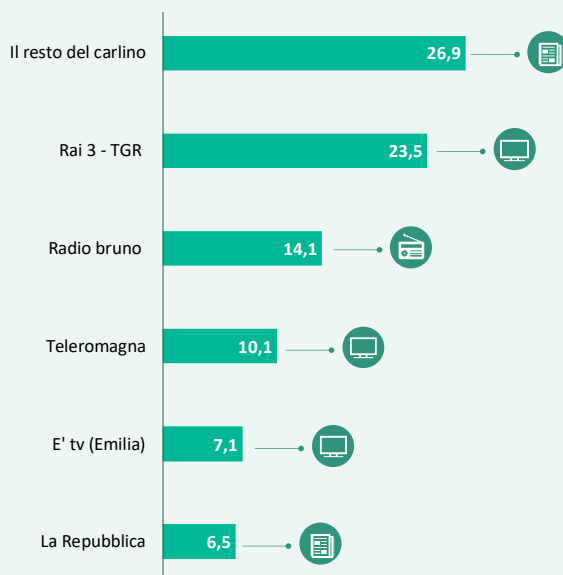
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

23



Emittenti  
televisive

56



Emittenti  
radiofoniche

7



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

49



Emittenti  
televisive

99



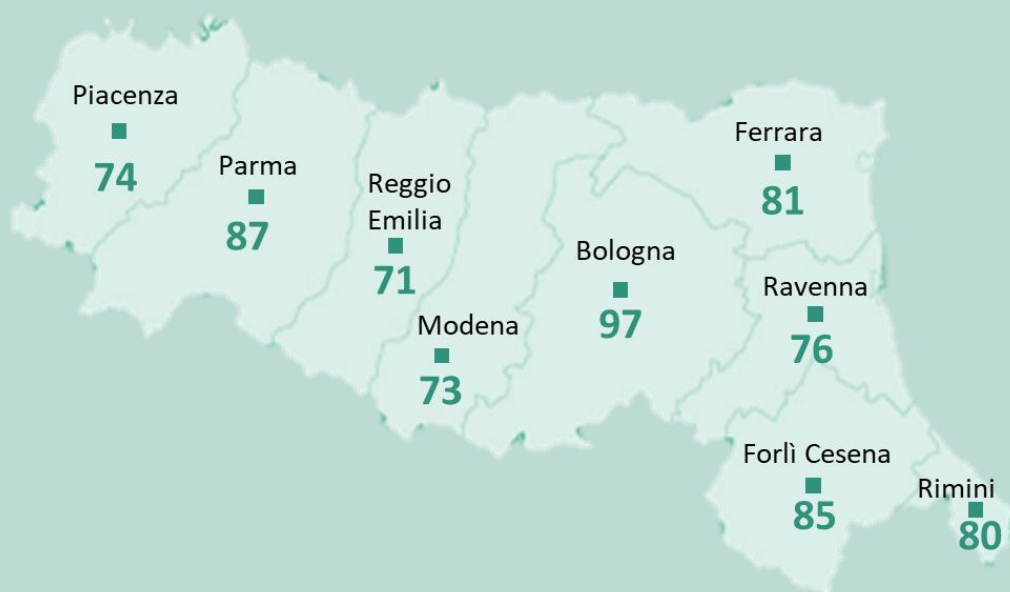
Emittenti  
radiofoniche

40



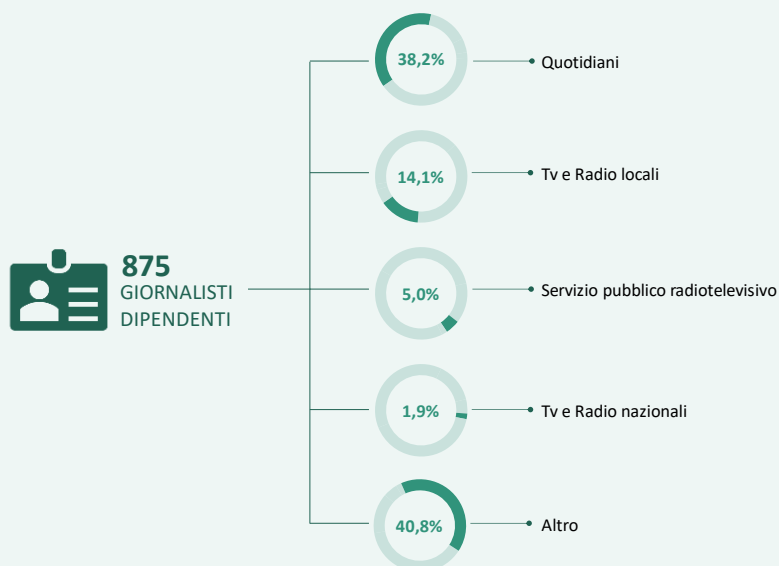
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**253**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**1.889**

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	22,0%	30,0%	22,0%	26,0%	<b>100,0%</b>
Radio	45,8%	41,7%	10,4%	2,1%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

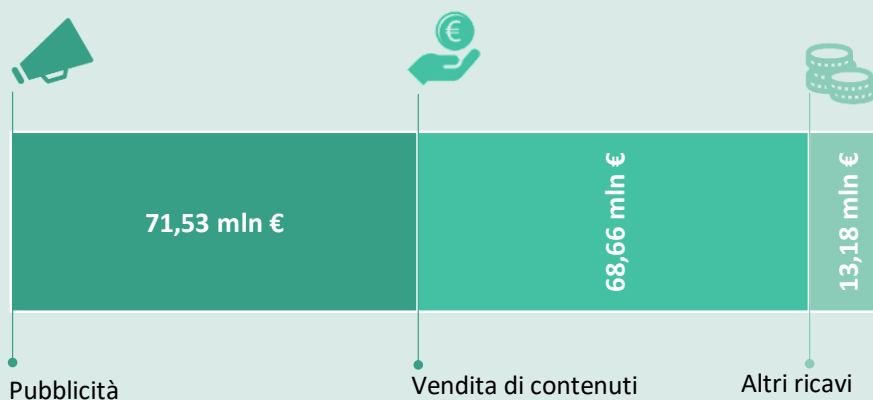


# Fonti di finanziamento

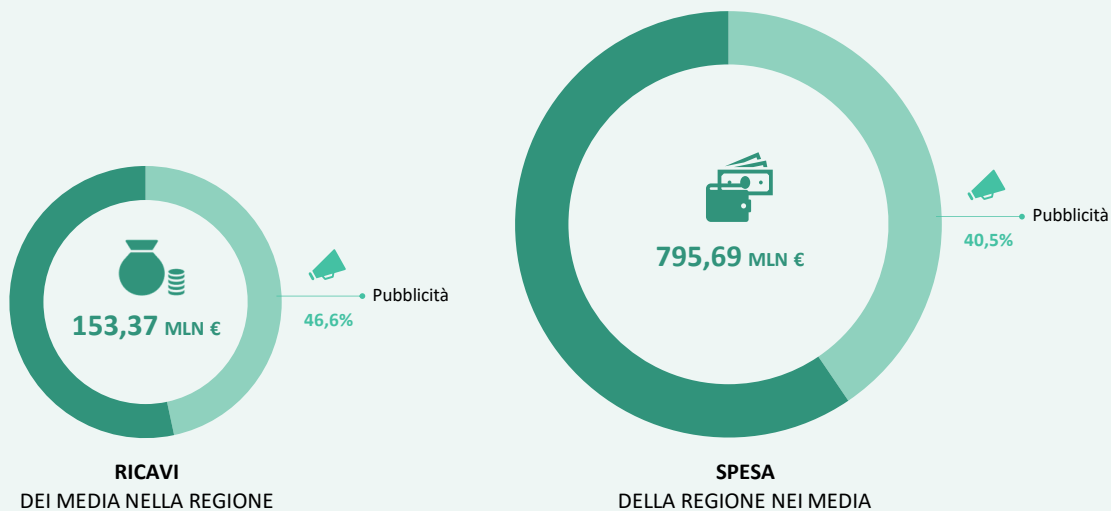
## Ricavi dei media con sede nella regione



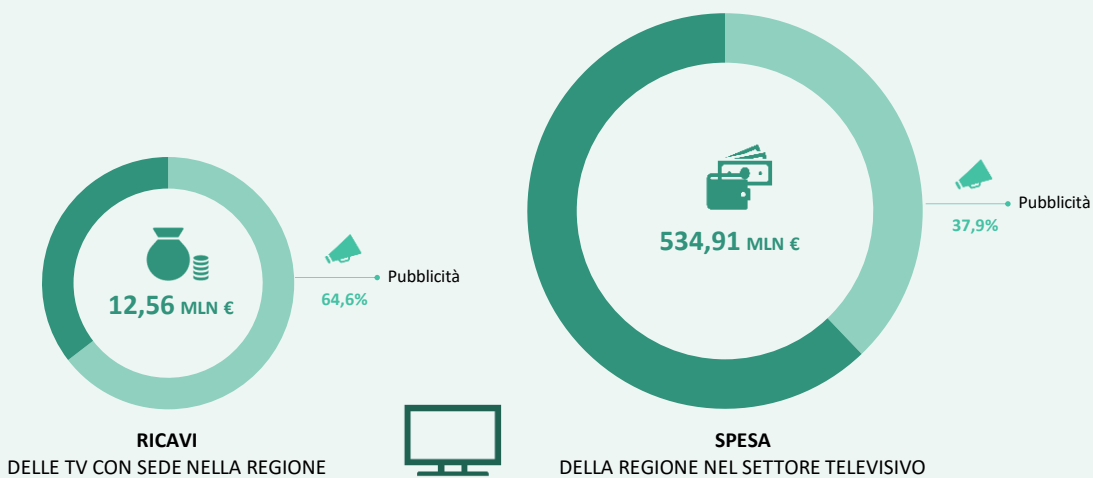
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



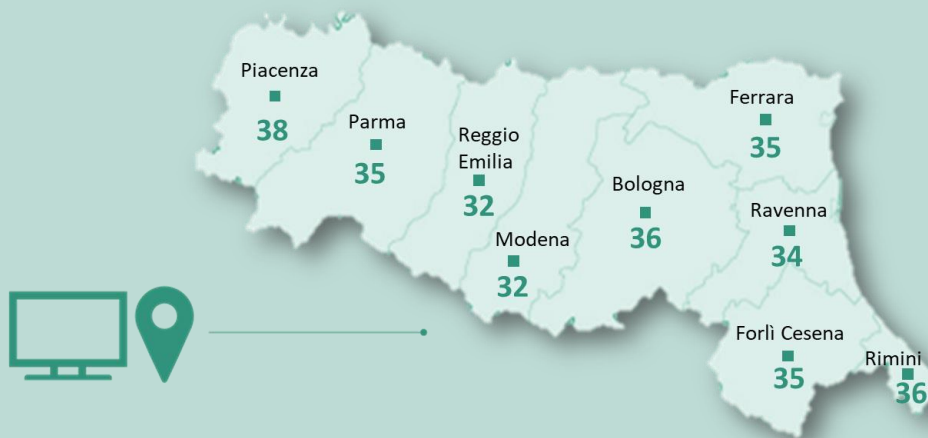
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

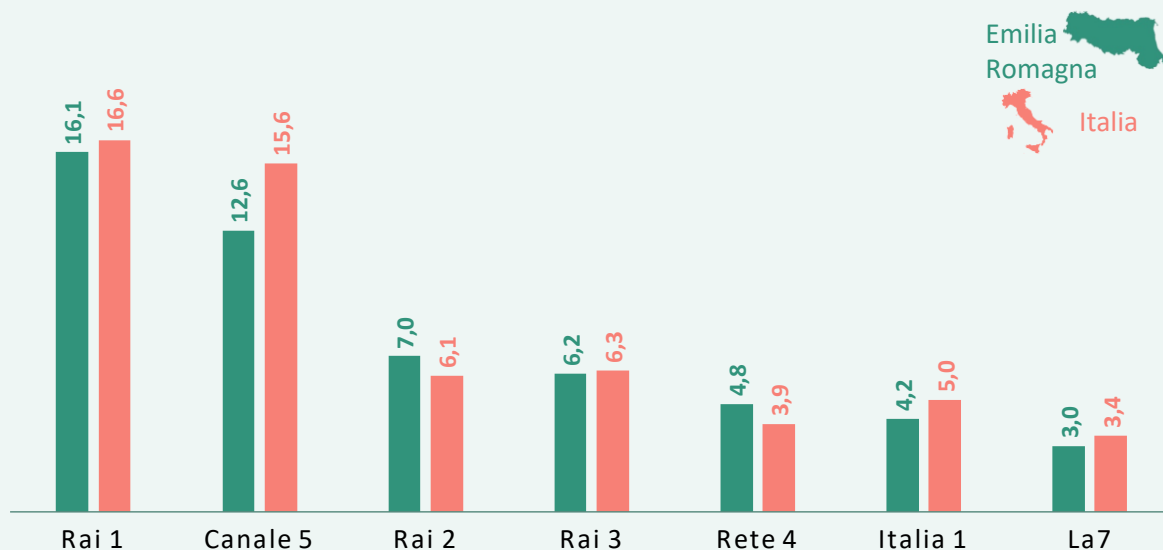


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

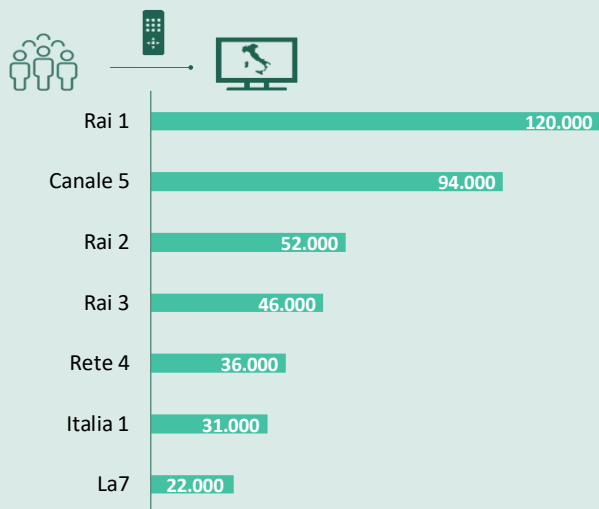


# Televisione

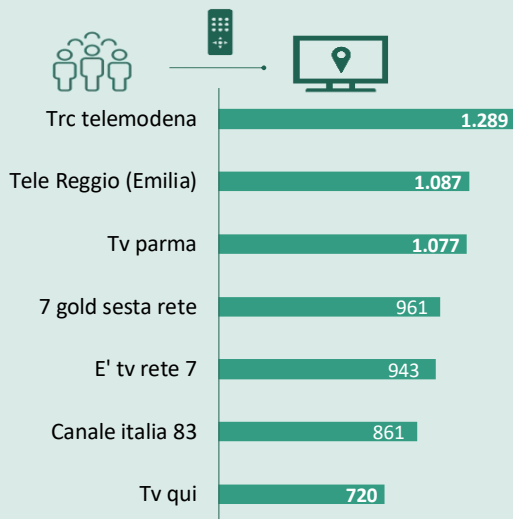
## Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



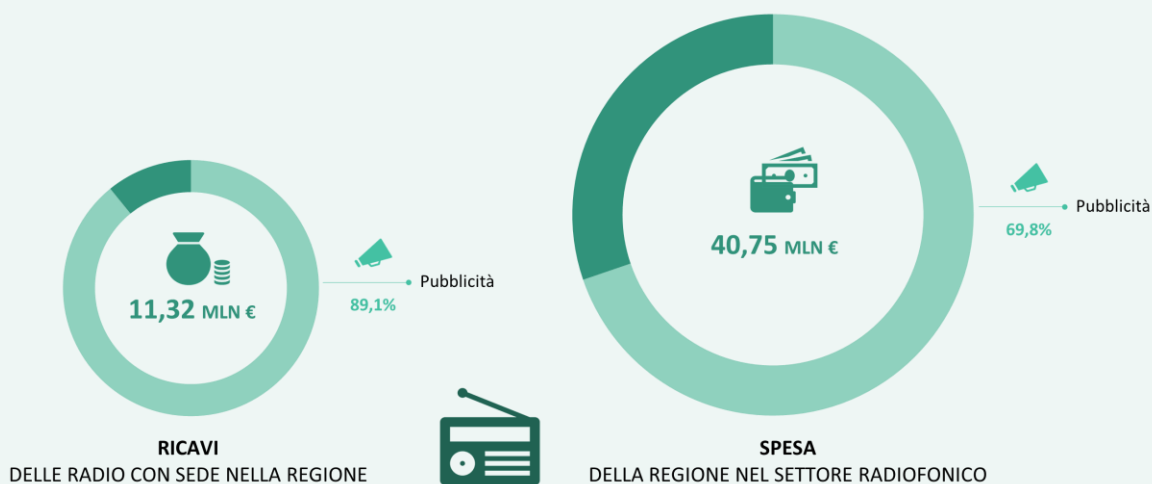
## Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



## Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



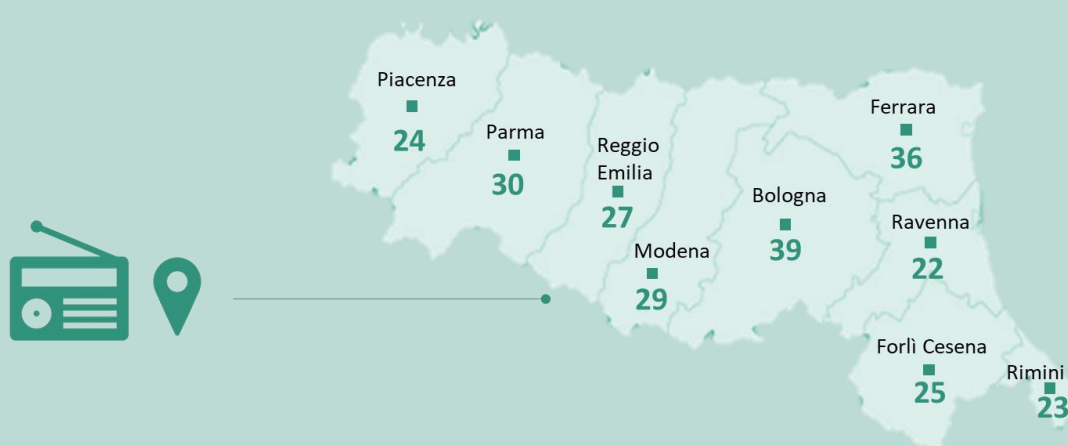
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



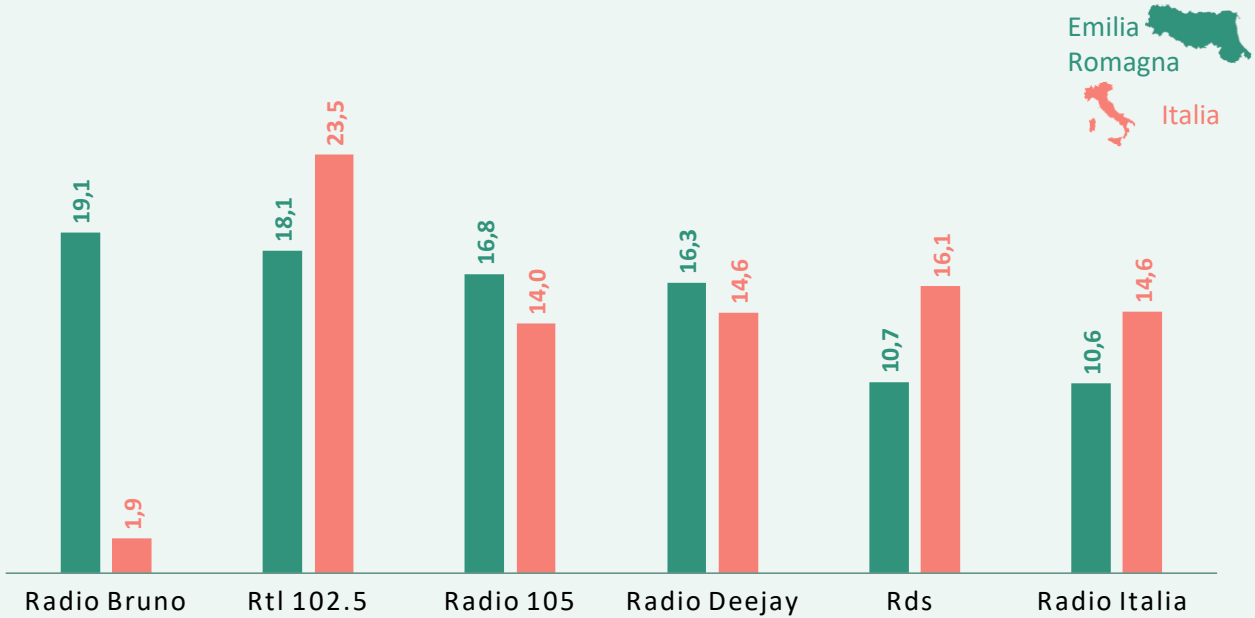
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



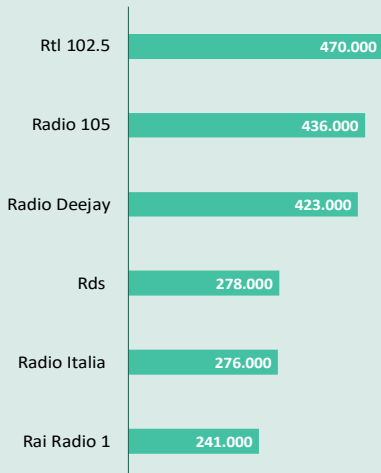
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



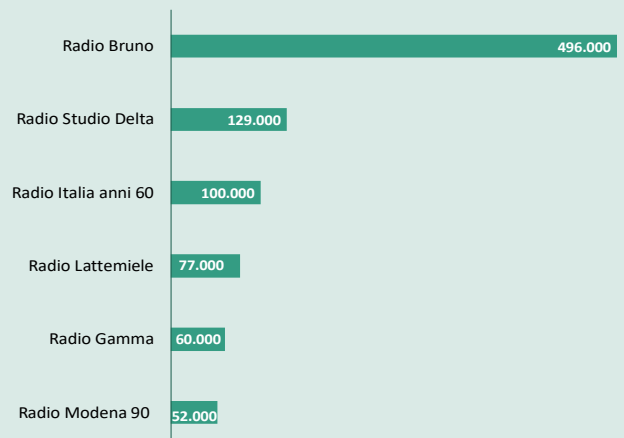
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



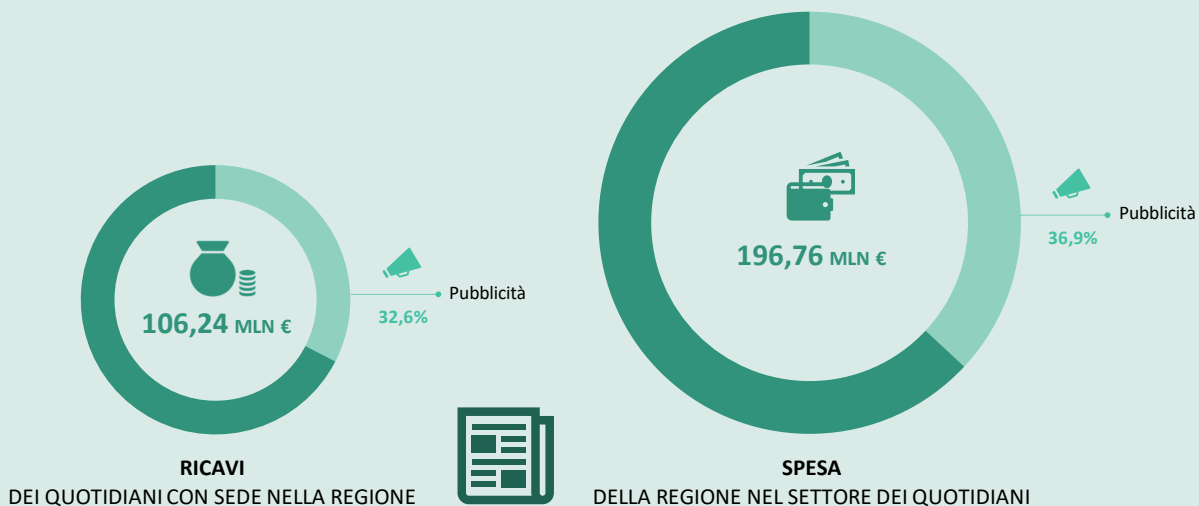
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



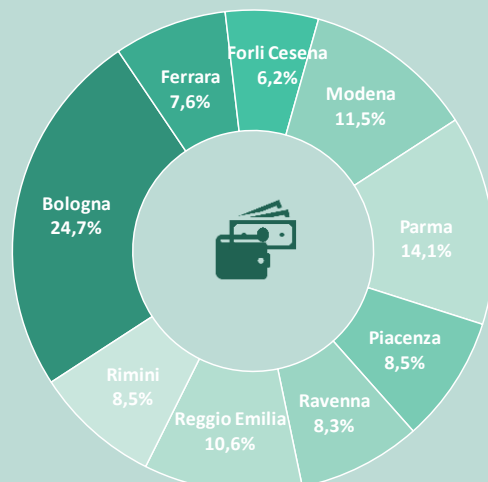
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

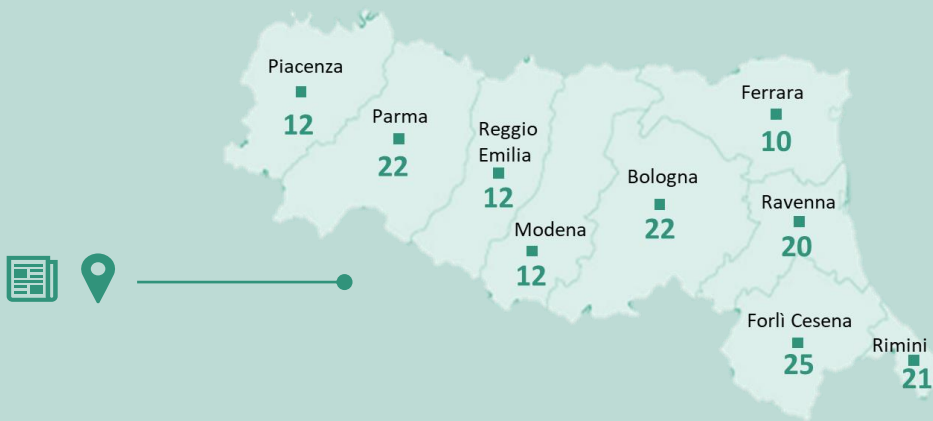


## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

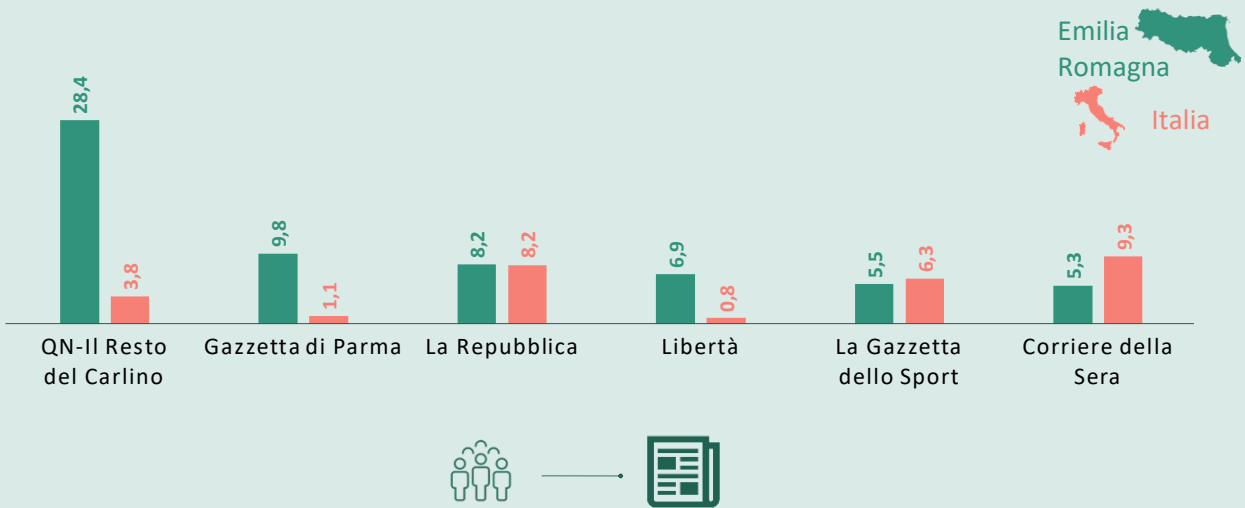


# Quotidiani

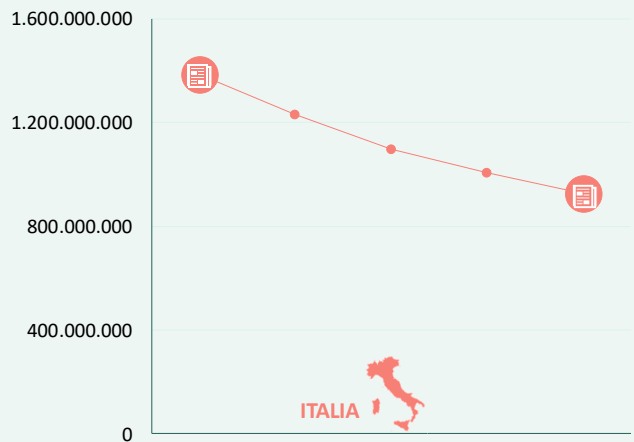
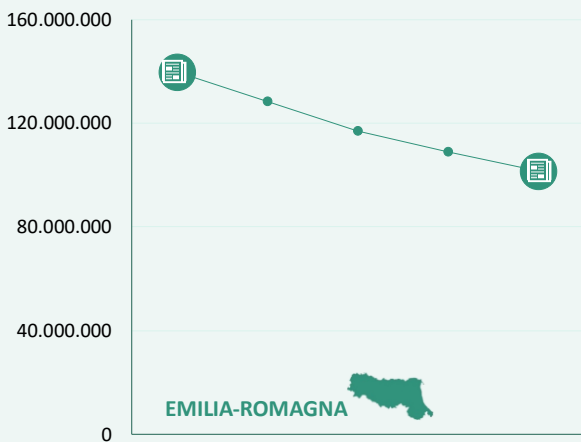
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



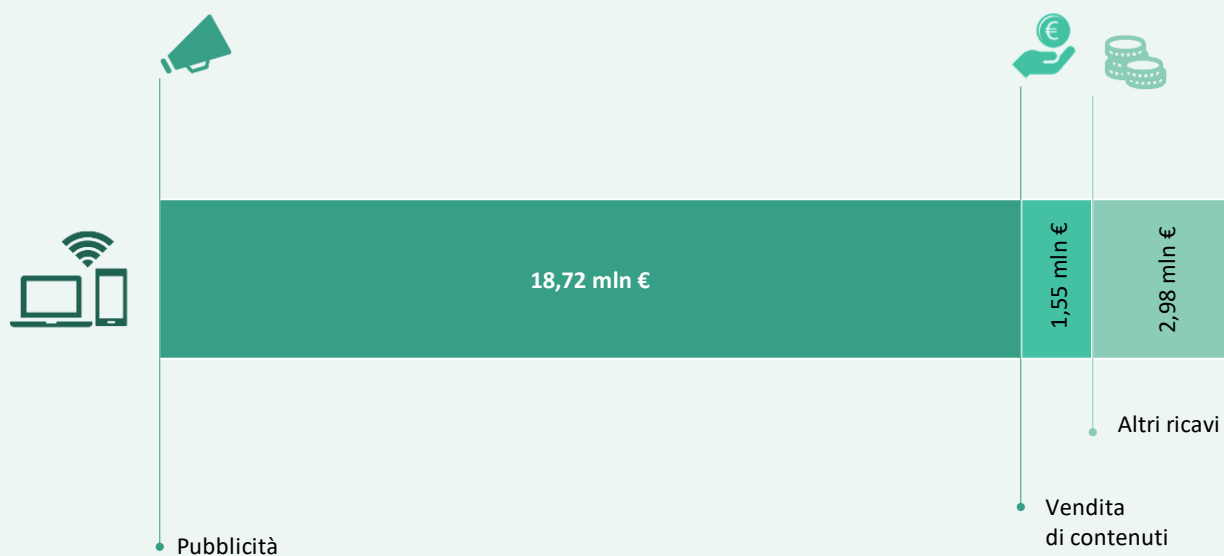
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

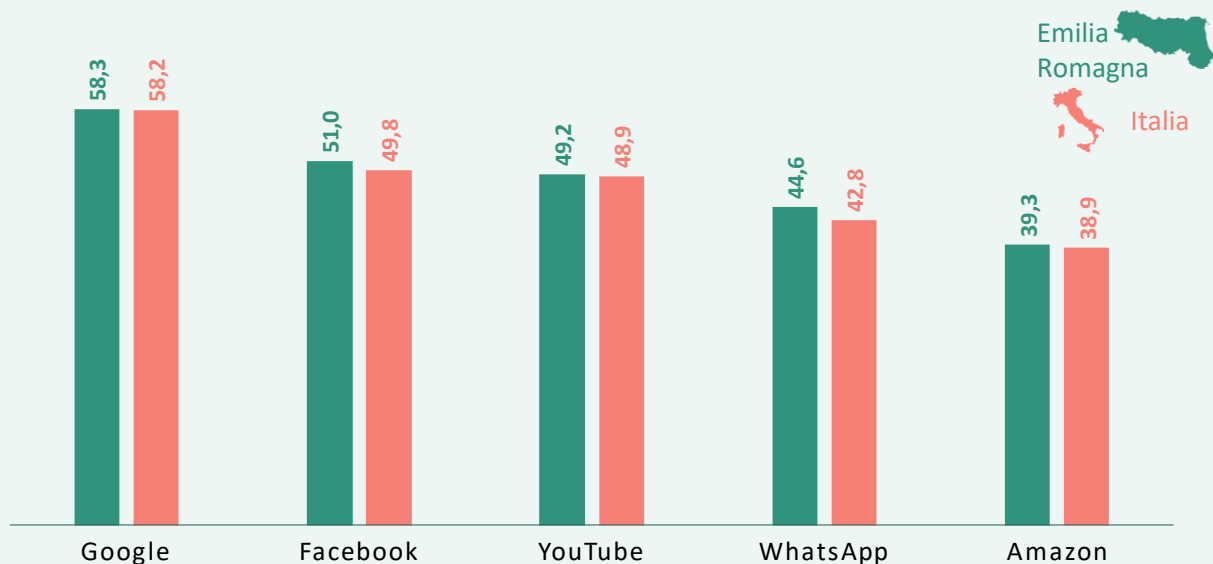


## Editori online con sede nella regione



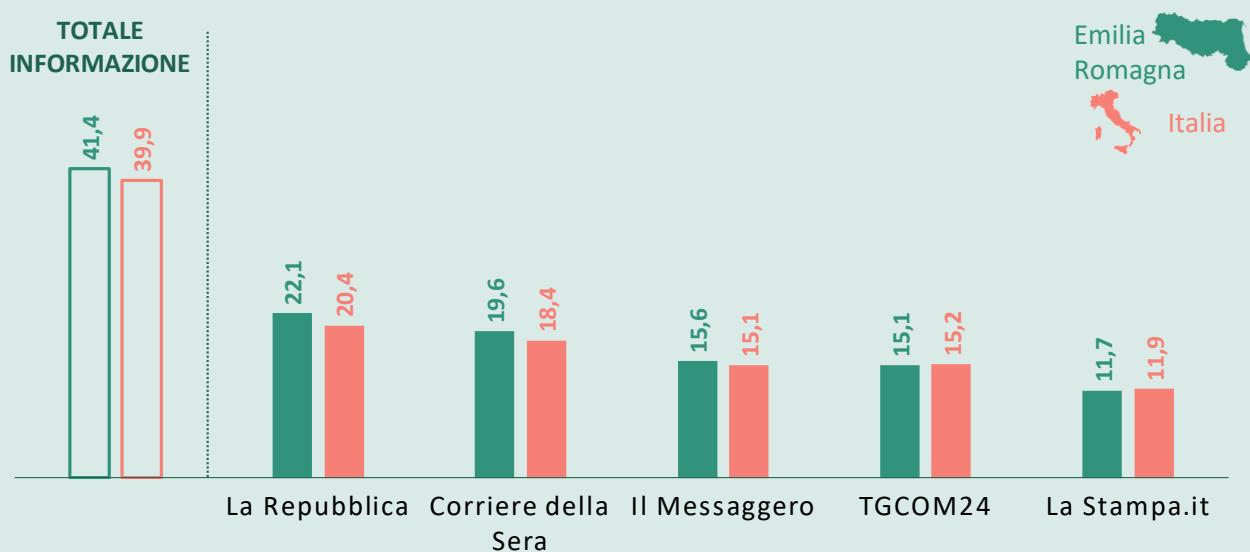


## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

TOTALE  
INFORMAZIONE



# FRIULI VENEZIA GIULIA



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 94% dei friulani si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (50%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il canale televisivo Telefriuli

# Inquadramento regionale

AREA



7.862 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



1,216 milioni

FAMIGLIE



547.760

ETÀ MEDIA



47,3 anni

PIL PRO CAPITE



30.322 €

IMPRESE ATTIVE



83.702

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,4% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



351.875

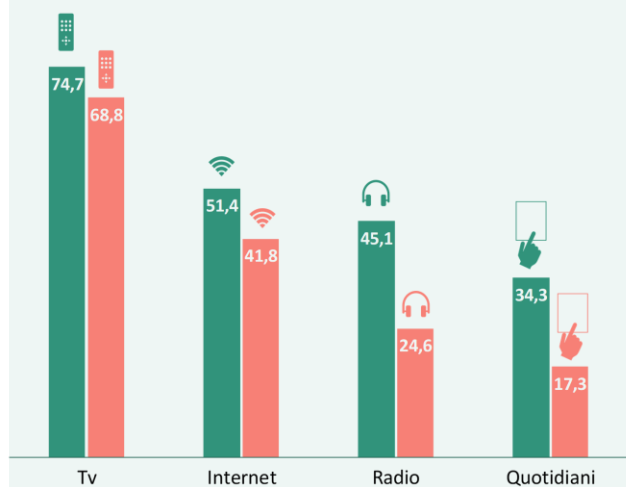
ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE



2,2% del totale

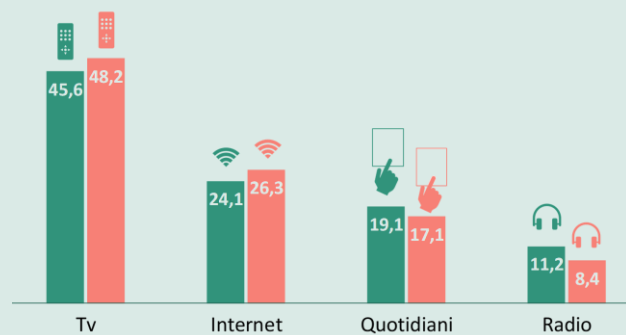
# Fruizione di informazione

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



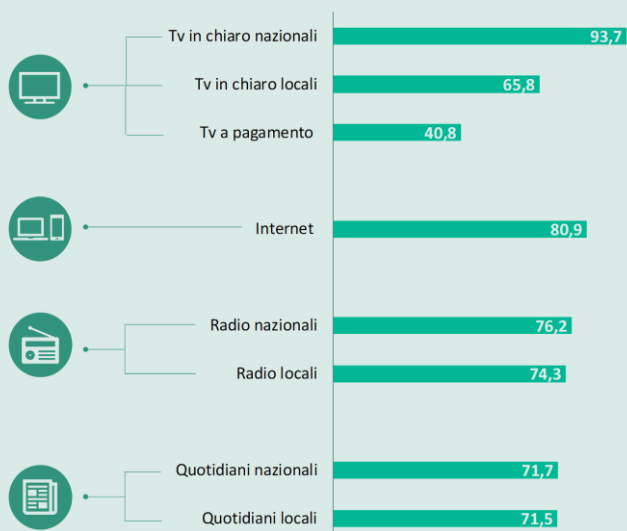
Friuli Venezia  
Giulia   
 Italia

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

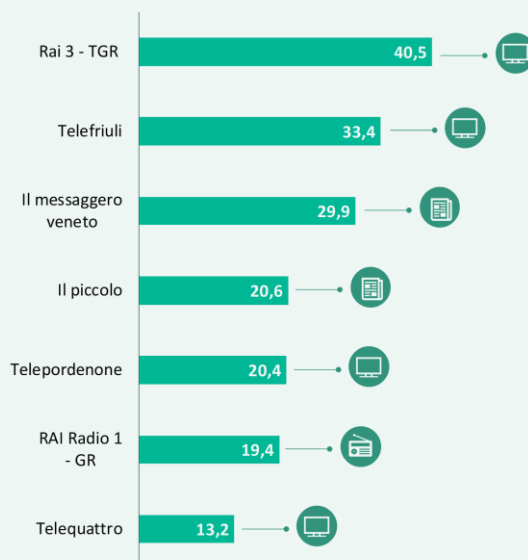


Friuli Venezia  
Giulia   
 Italia

## 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

13



Emittenti  
televisive

16



Emittenti  
radiofoniche

3



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

39



Emittenti  
televisive

33



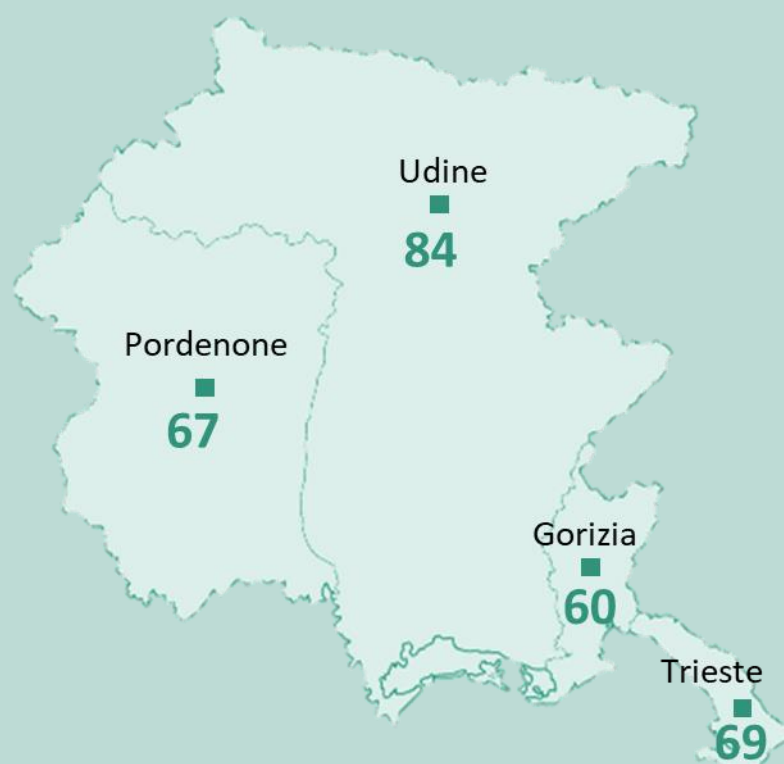
Emittenti  
radiofoniche

25



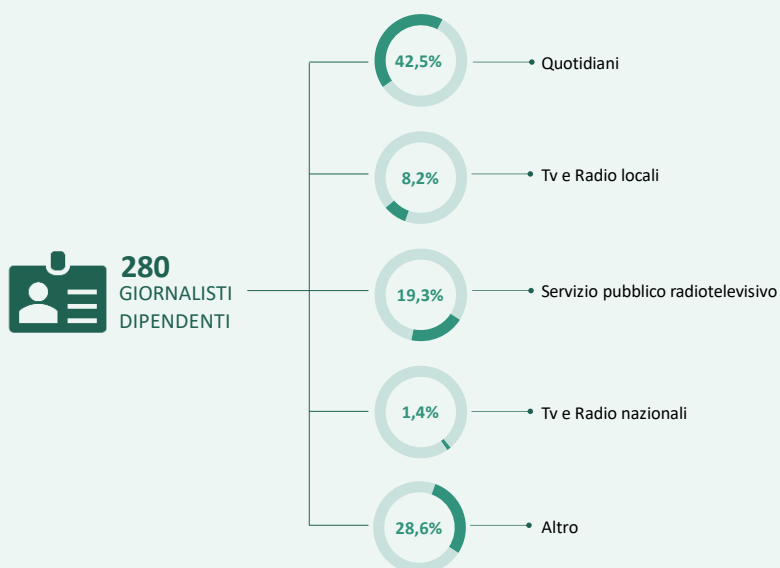
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**67**  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**805**  
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	66,7%	8,3%	8,3%	16,7%	<b>100,0%</b>
Radio	64,3%	35,7%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

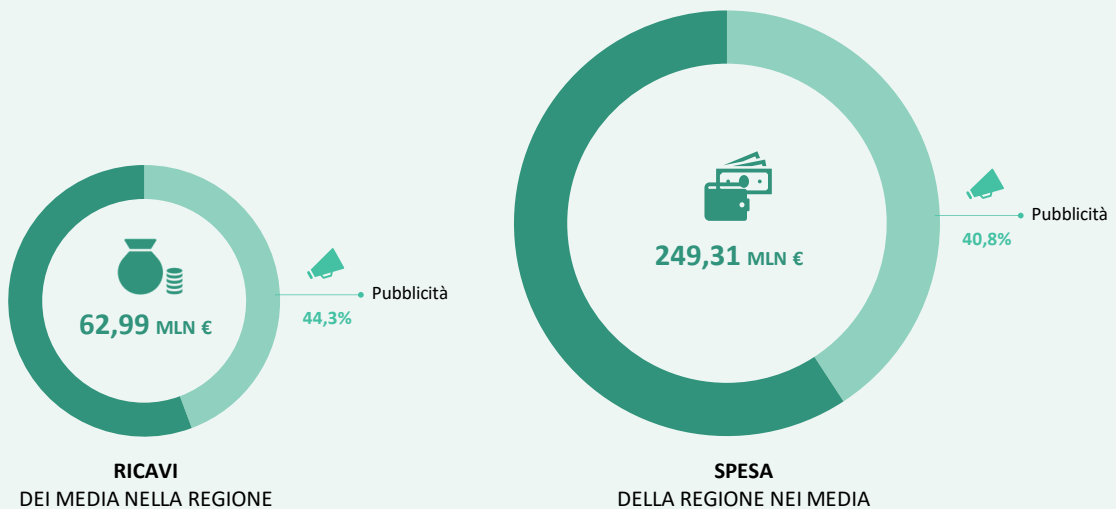
## Ricavi dei media con sede nella regione



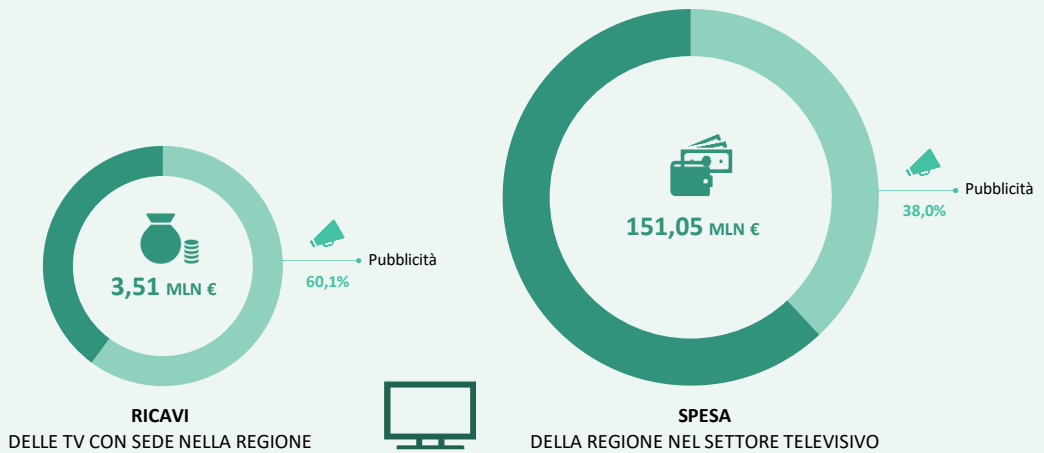
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



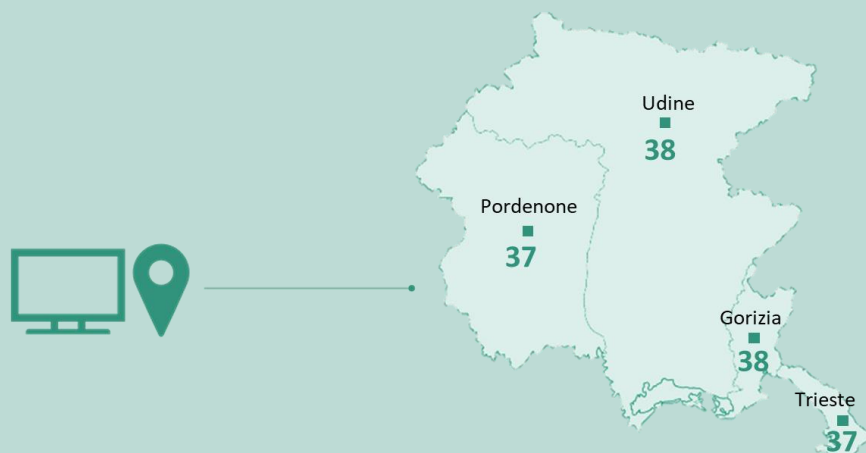
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione



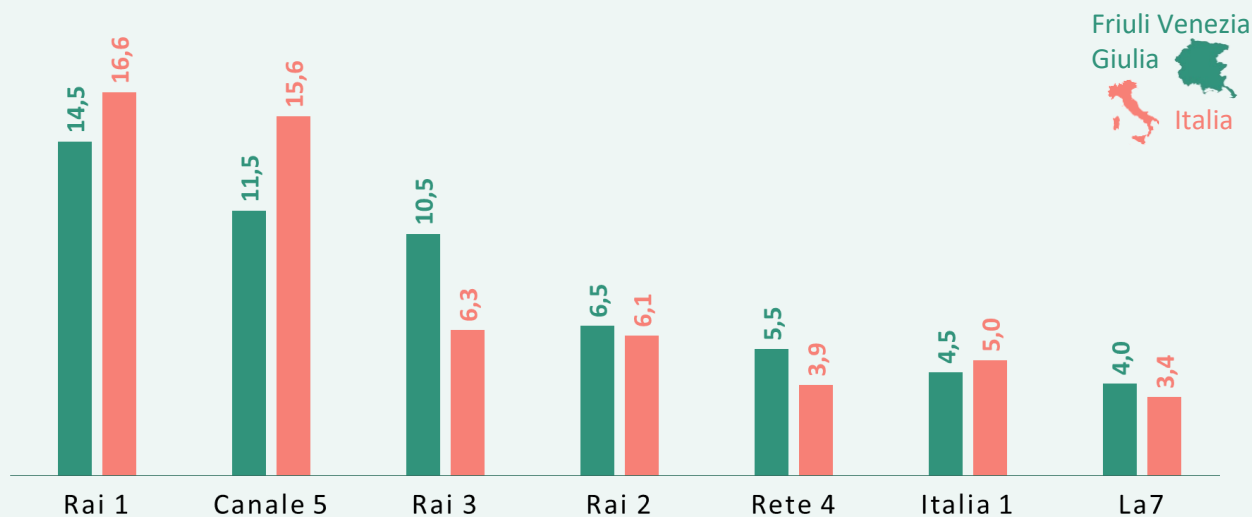
## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



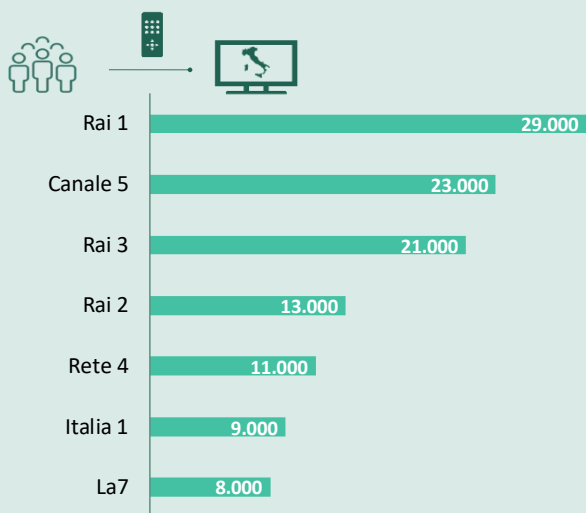


# Televisione

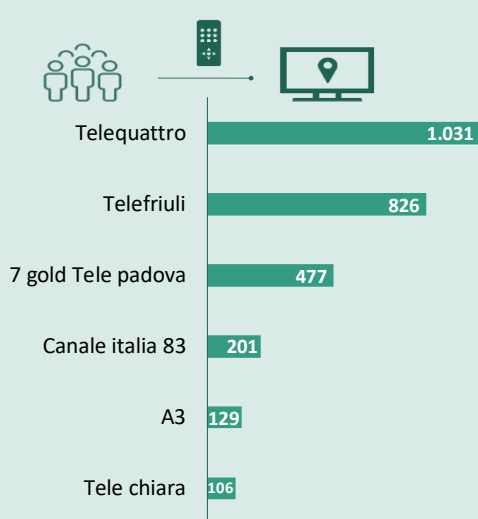
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



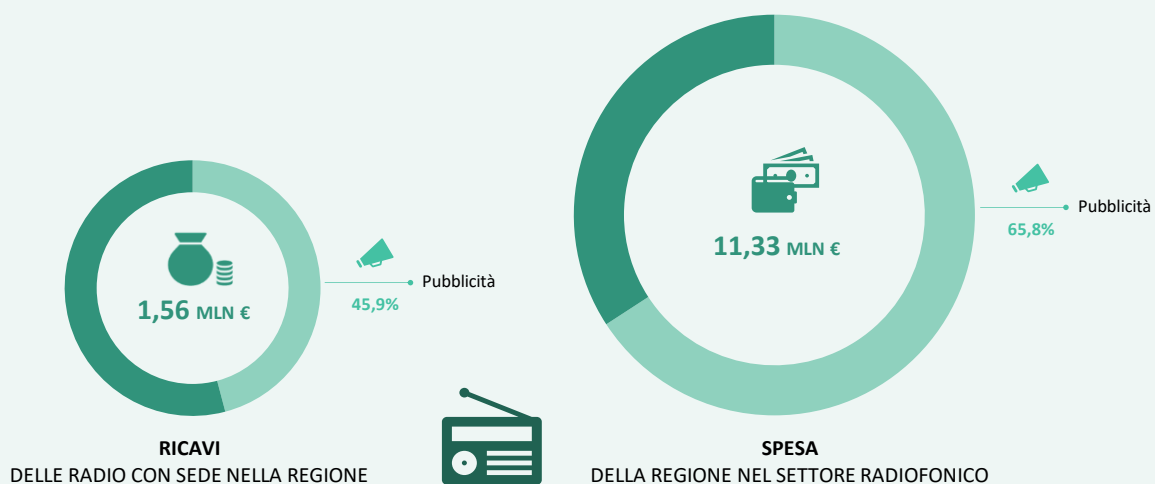
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



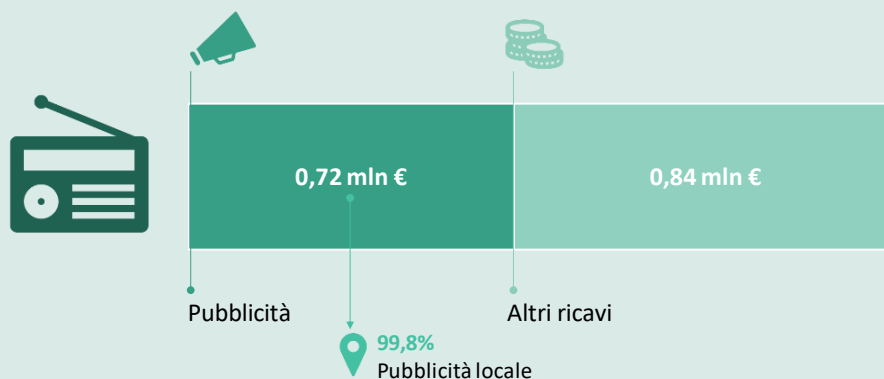
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



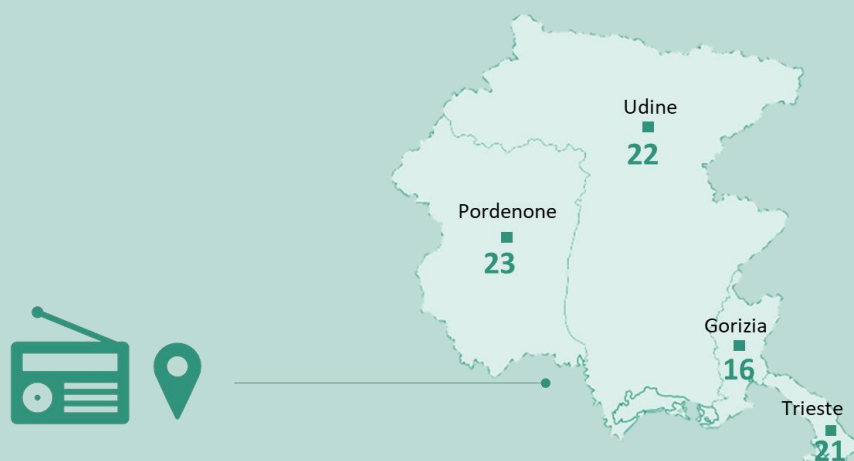
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



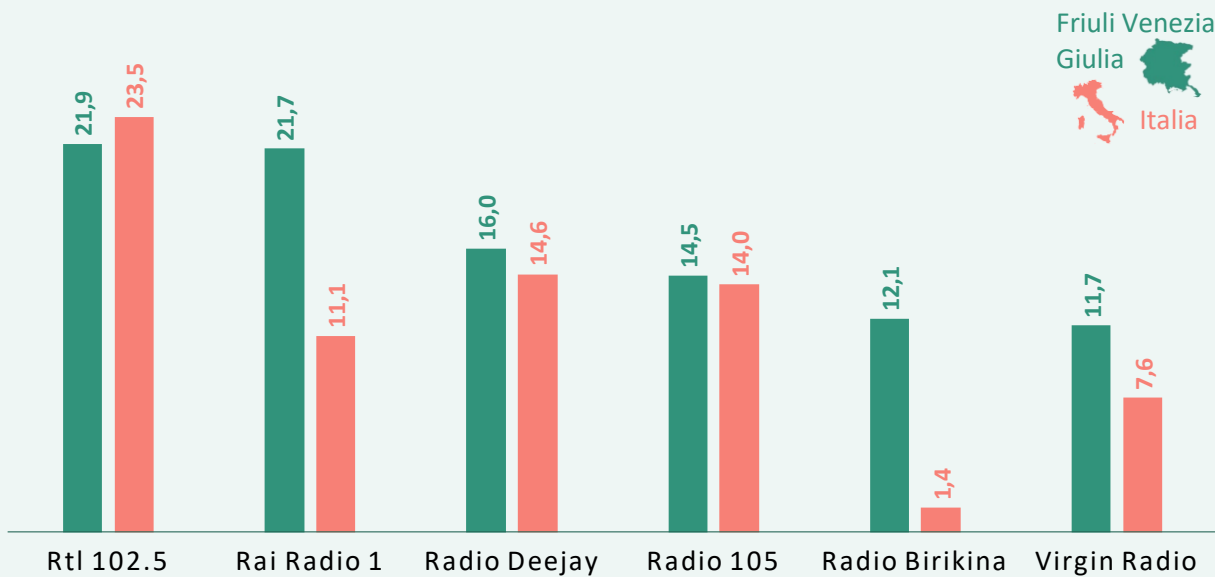
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



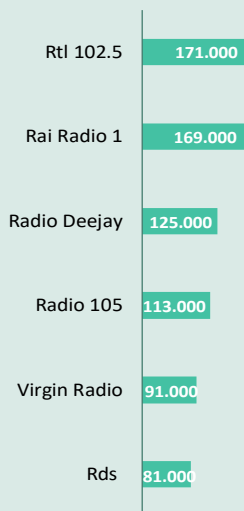
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



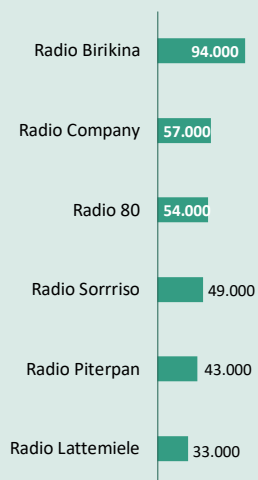
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



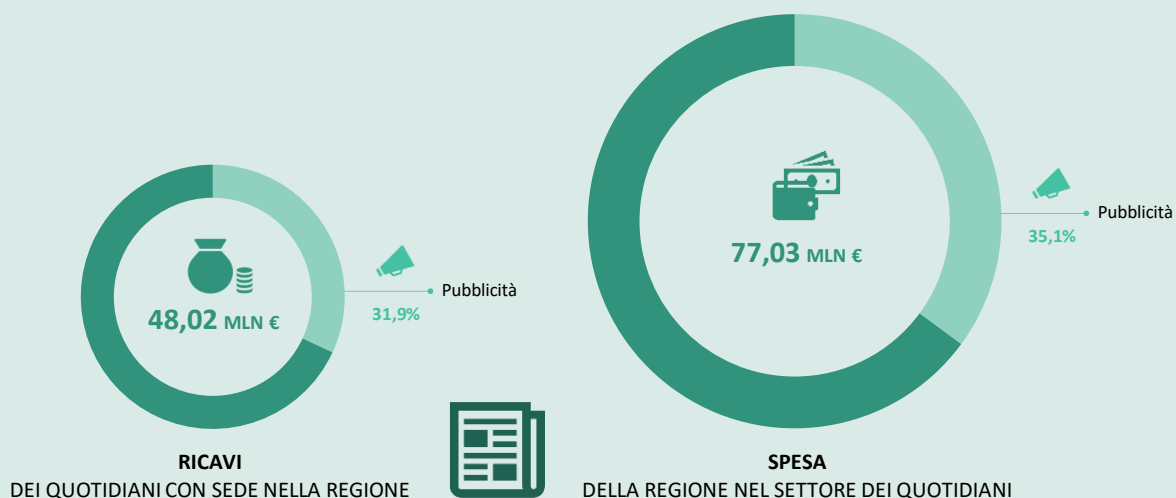
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



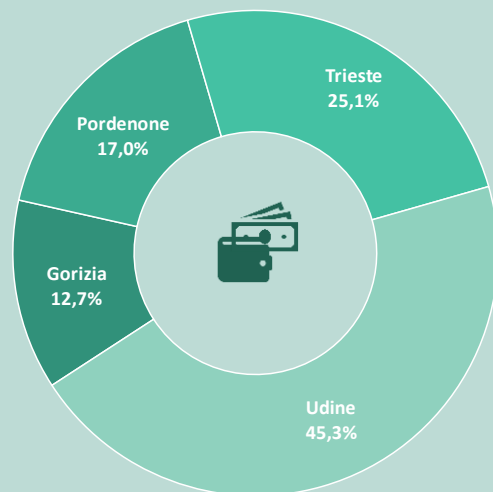
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

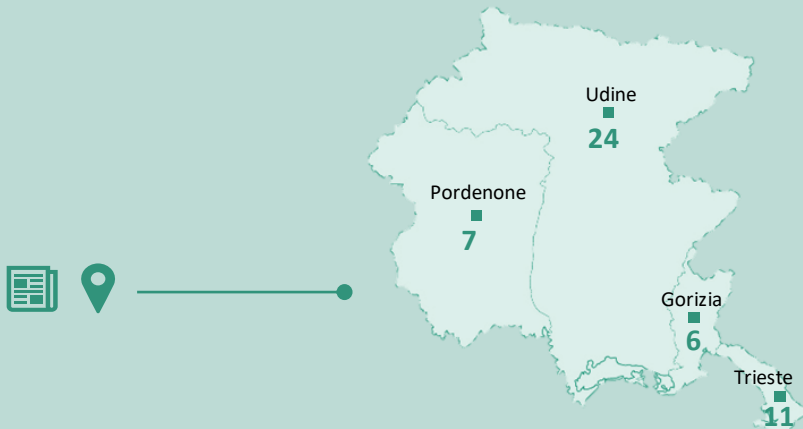


## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



# Quotidiani

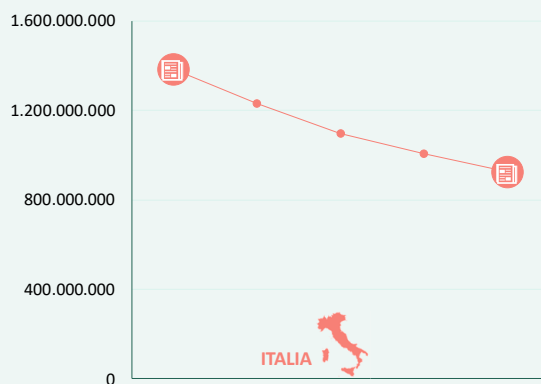
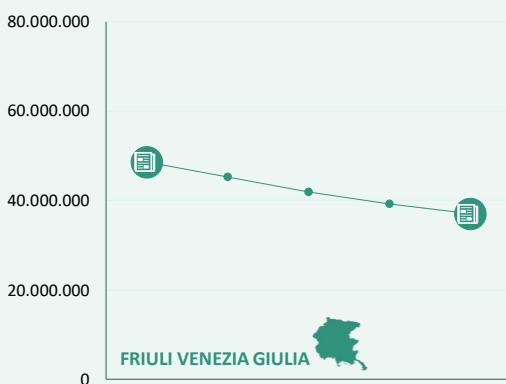
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



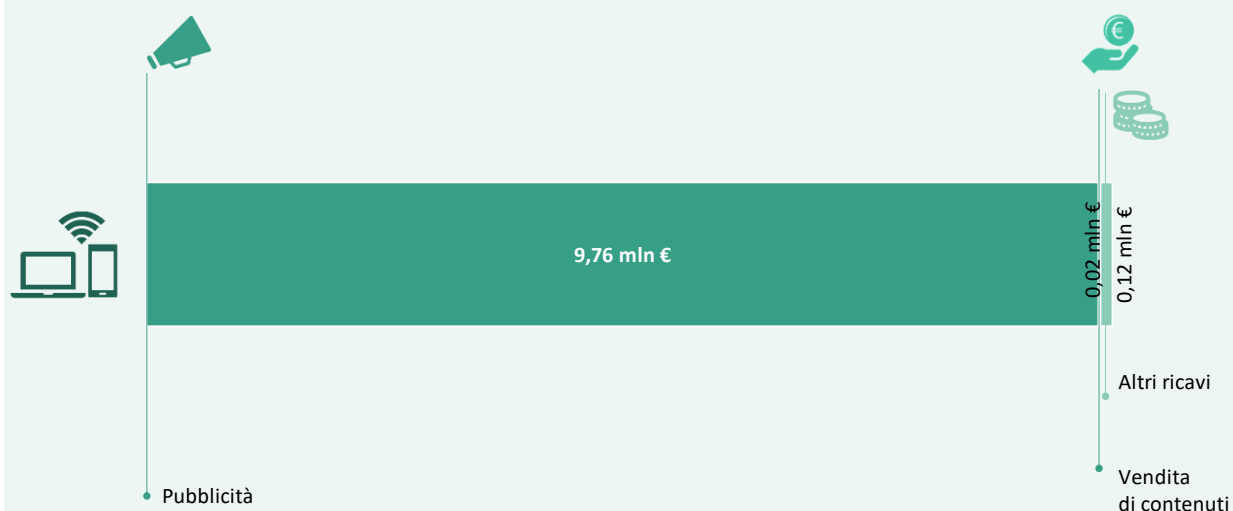
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



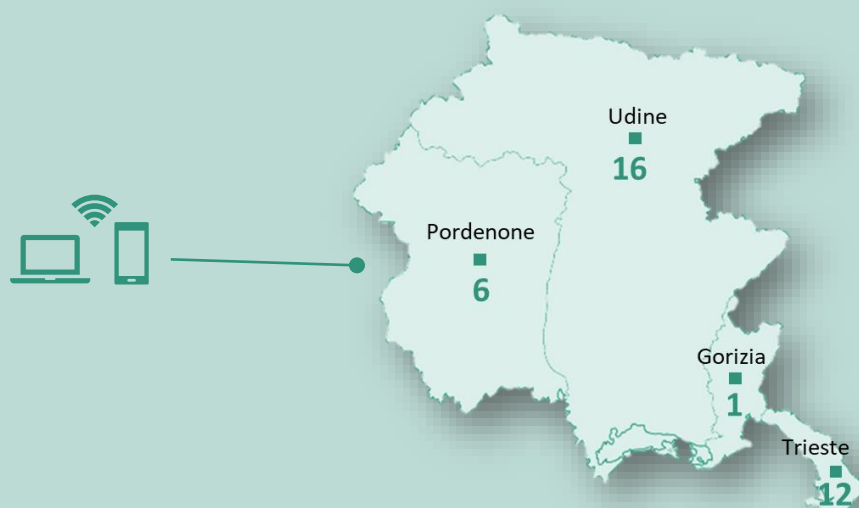
## Andamento delle copie vendute



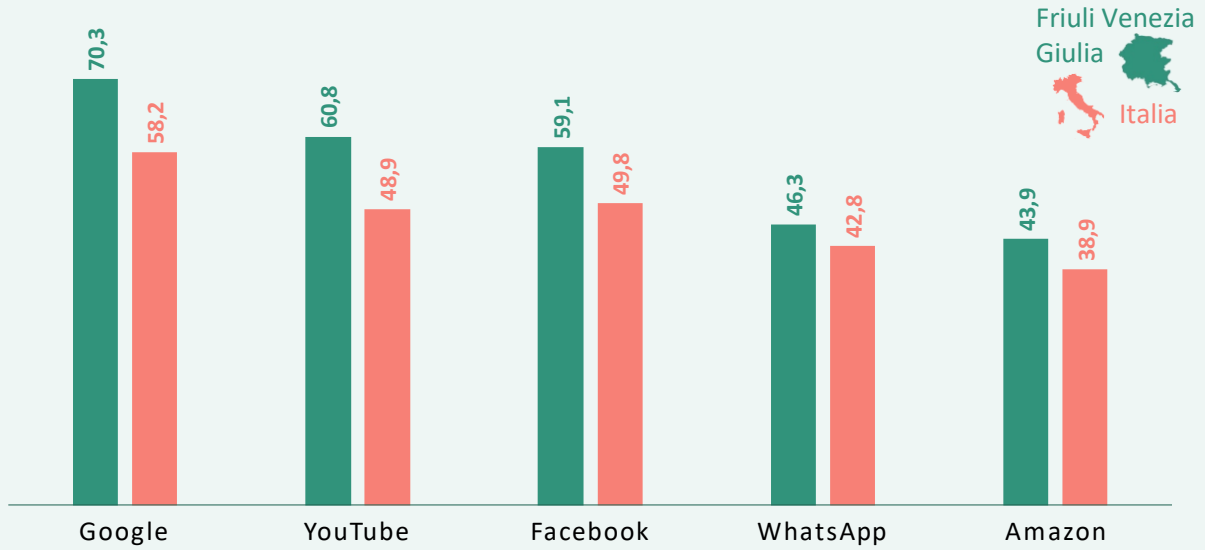
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



## Editori online con sede nella regione

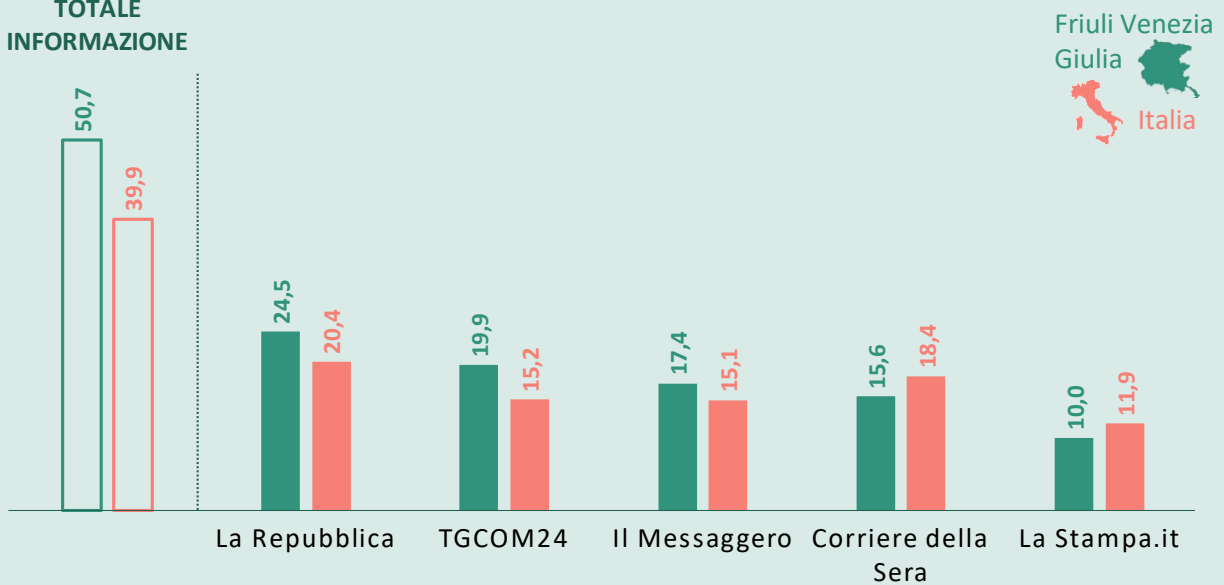


Reach online dei primi 5 brand (%)



Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

TOTALE  
INFORMAZIONE



# LAZIO



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'87% degli abitanti del Lazio si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (34%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano Il Messaggero



# Inquadramento regionale

AREA



17.232 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



5,897 milioni

FAMIGLIE



2.354.273

ETÀ MEDIA



44,8 anni

PIL PRO CAPITE



31.643 €

IMPRESE ATTIVE



436.430

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



3,3% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



1.868.354

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

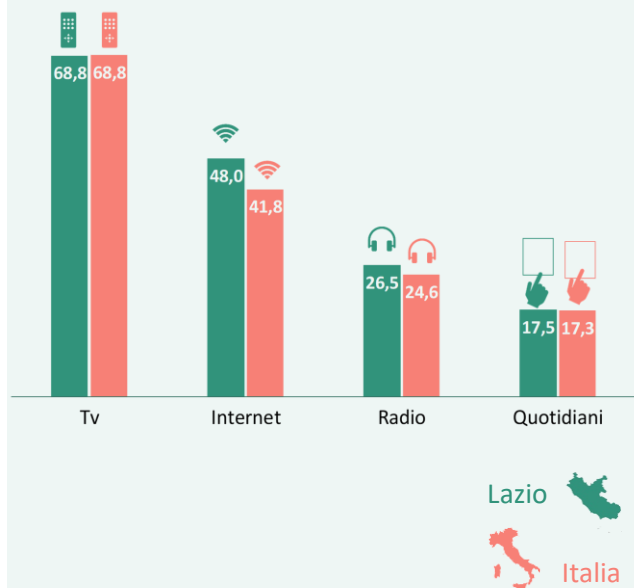


7,8% del totale

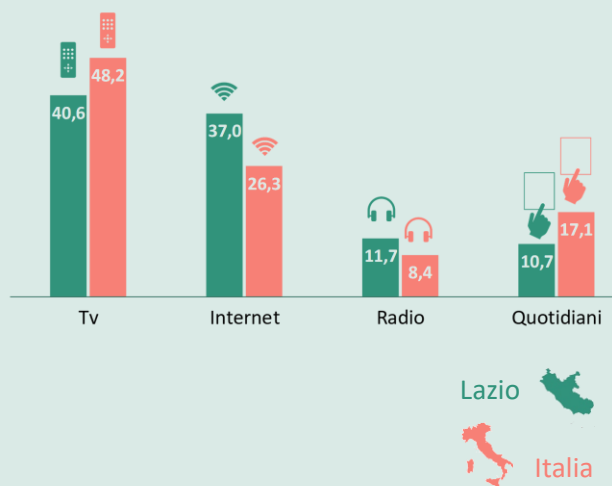
LAZIO

# Fruizione di informazione

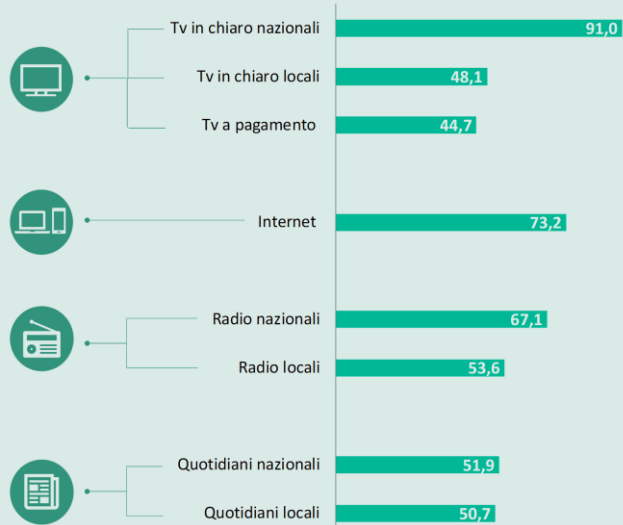
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



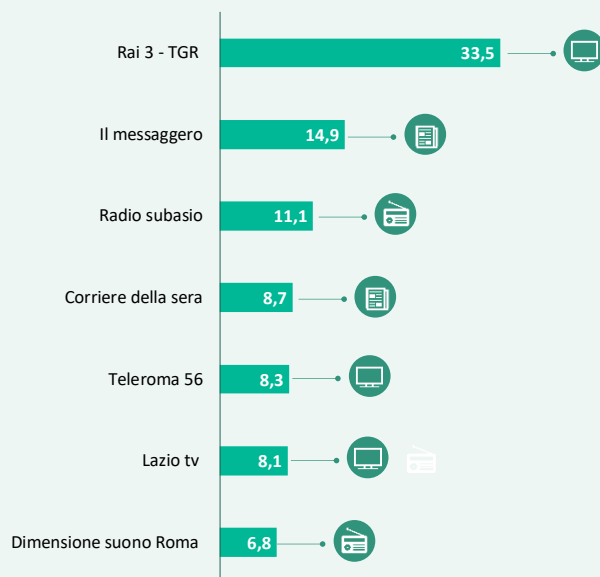
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

40



Emittenti  
televisive

88



Emittenti  
radiofoniche

6



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

61



Emittenti  
televisive

98



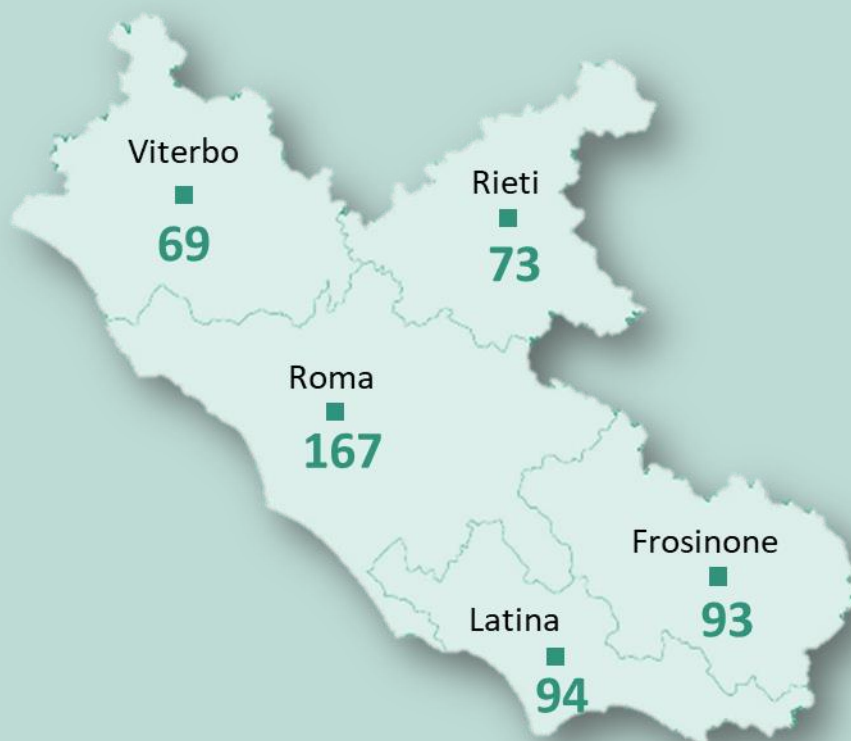
Emittenti  
radiofoniche

46



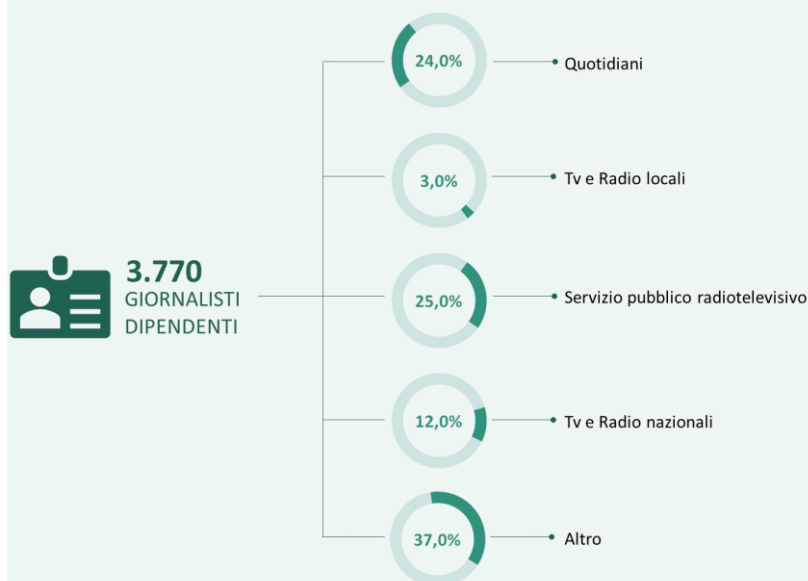
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**533**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**20.283**

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 	21,7%	30,0%	10,0%	38,3%	<b>100,0%</b>
Radio 	62,5%	31,3%	0,0%	6,2%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

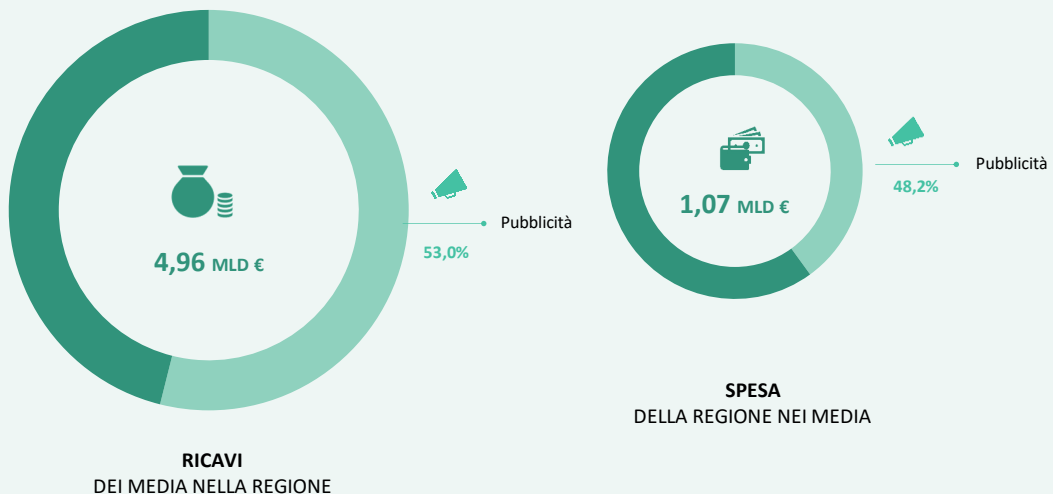
## Ricavi dei media con sede nella regione



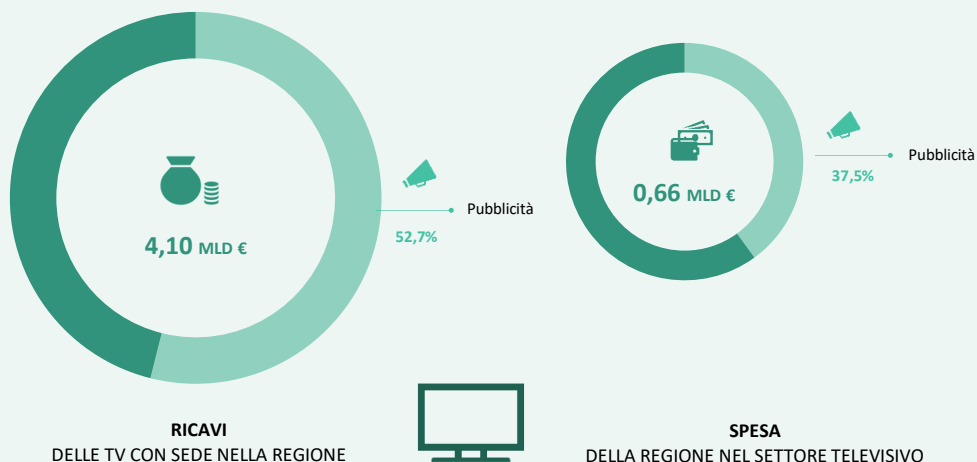
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



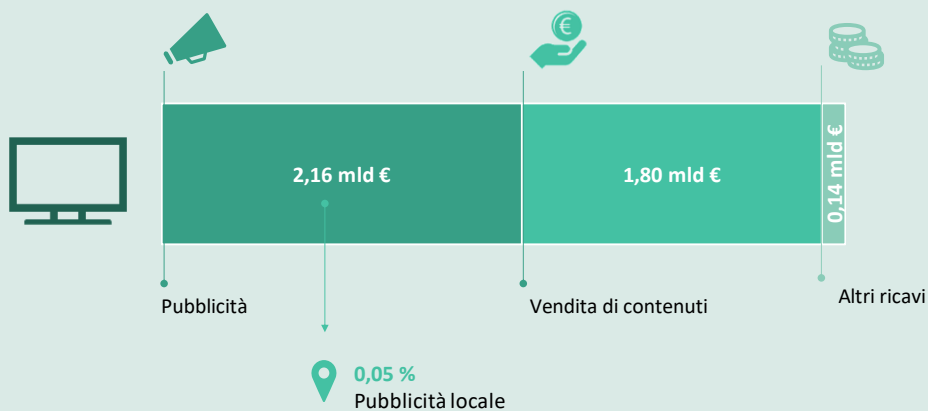
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

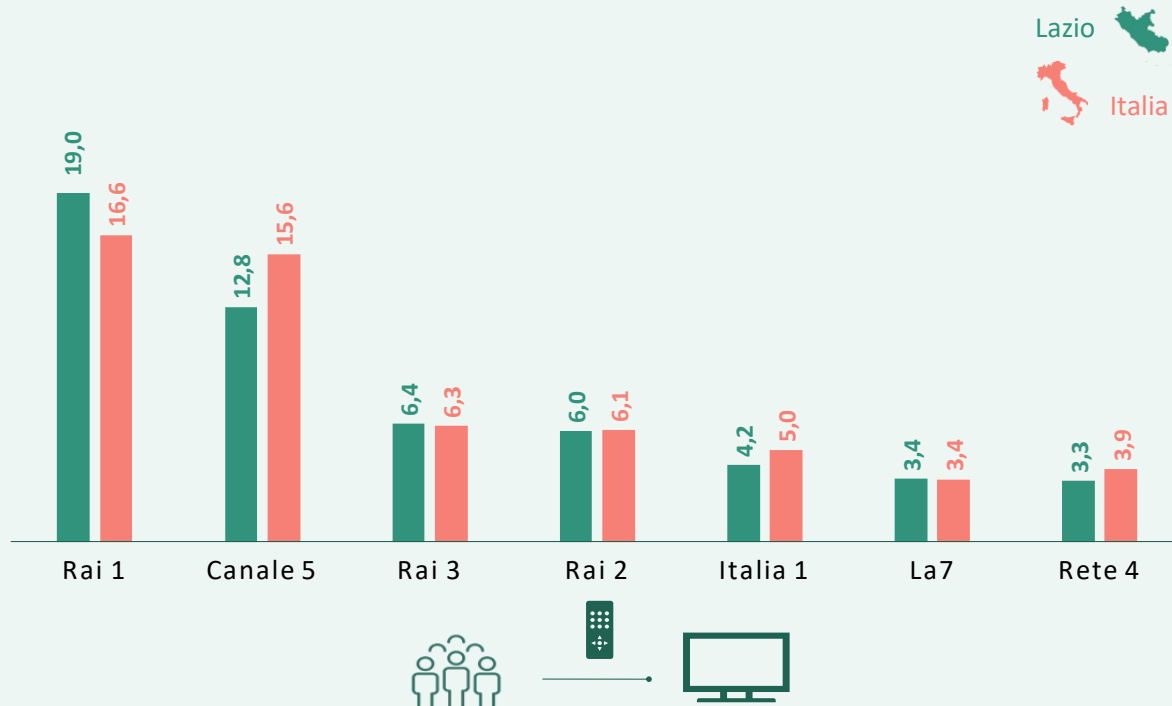


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

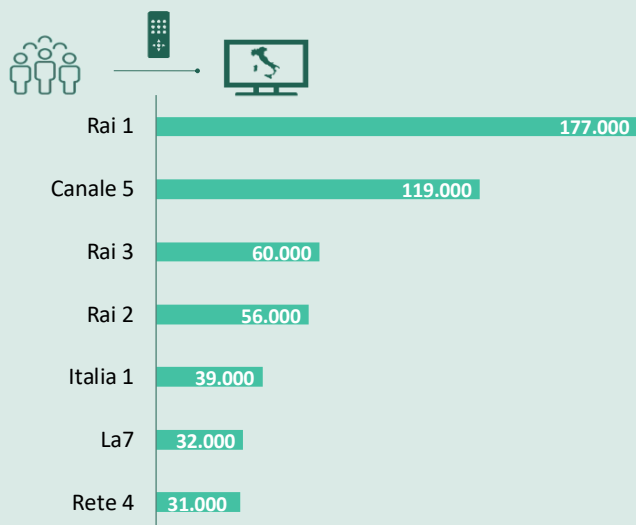


# Televisione

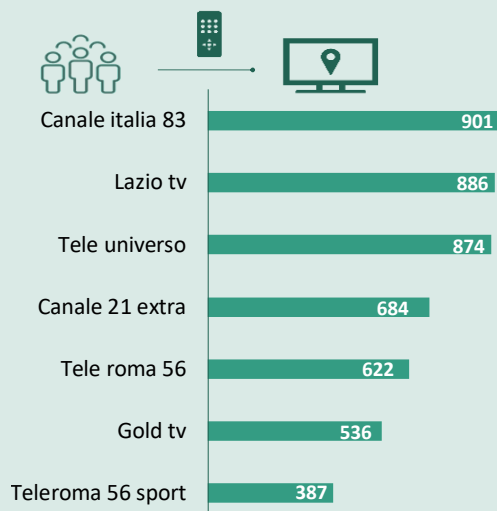
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



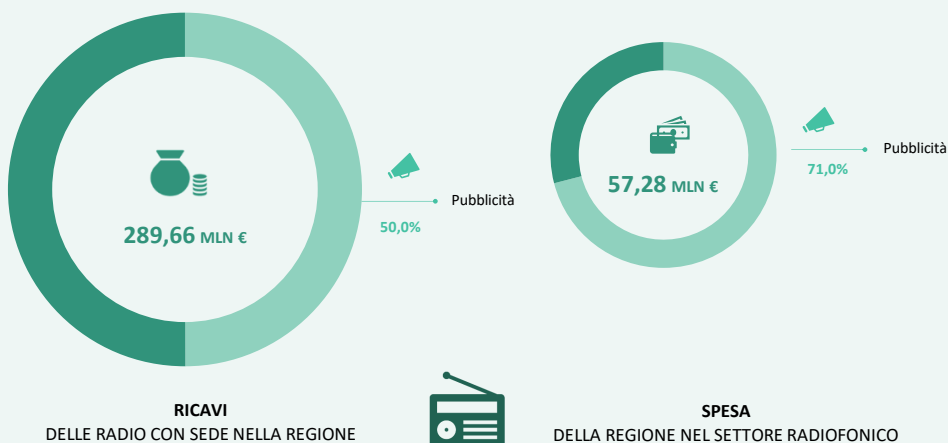
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



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

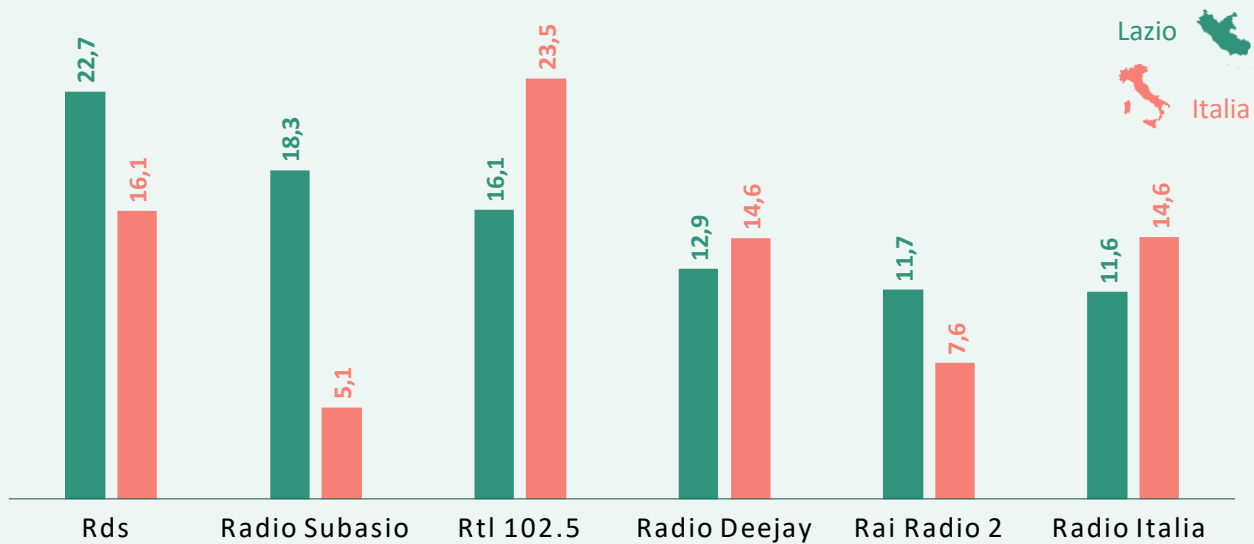


## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia

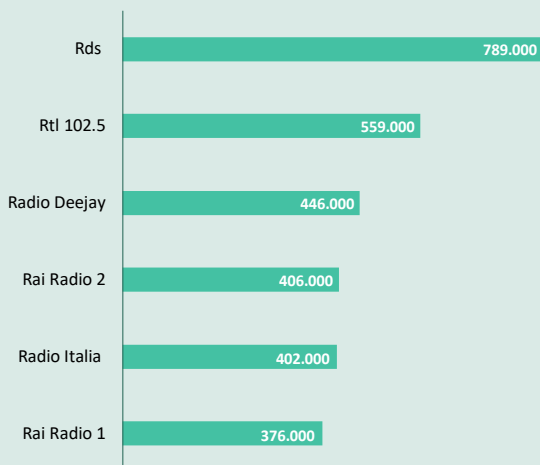




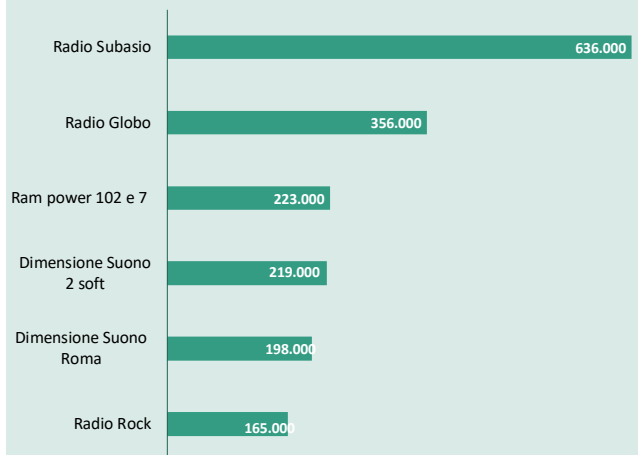
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



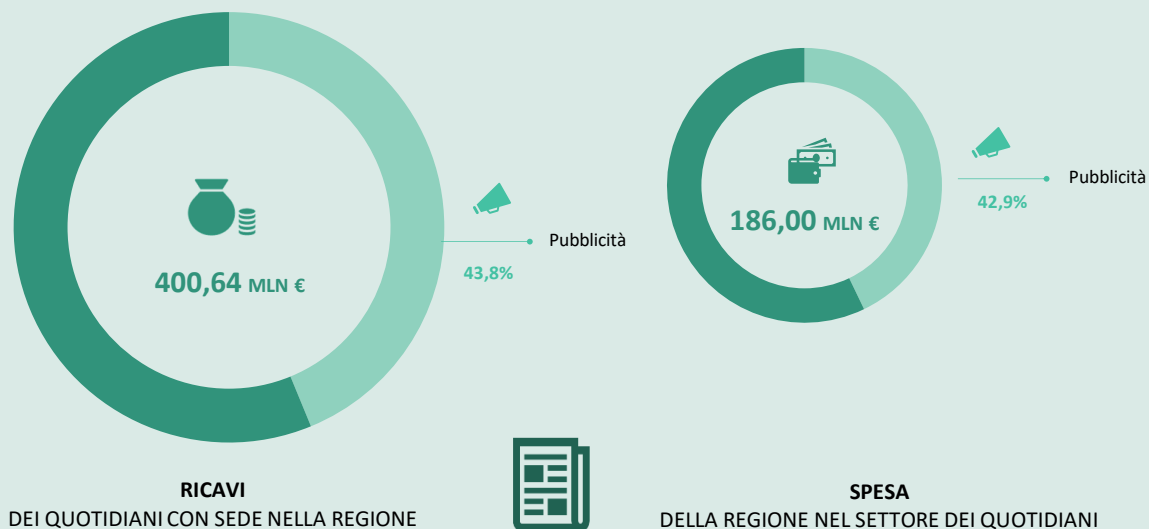
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani

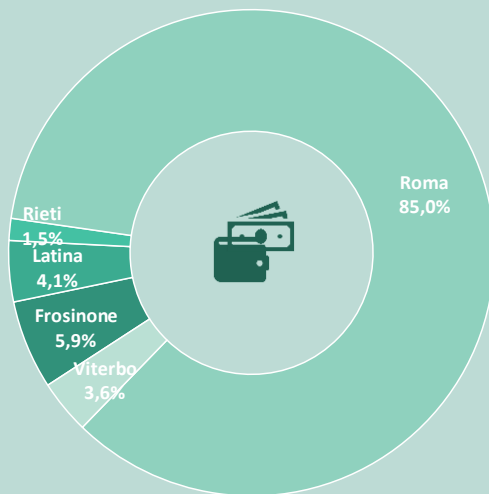


LAZIO

## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

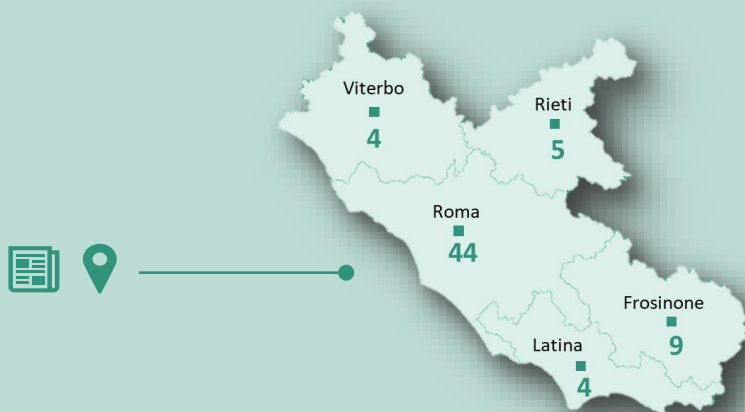


## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

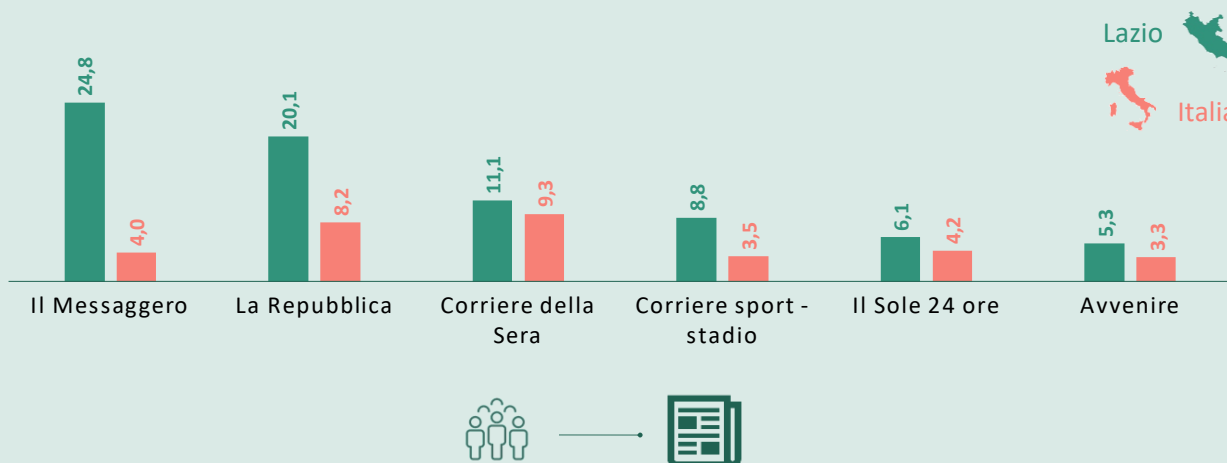


# Quotidiani

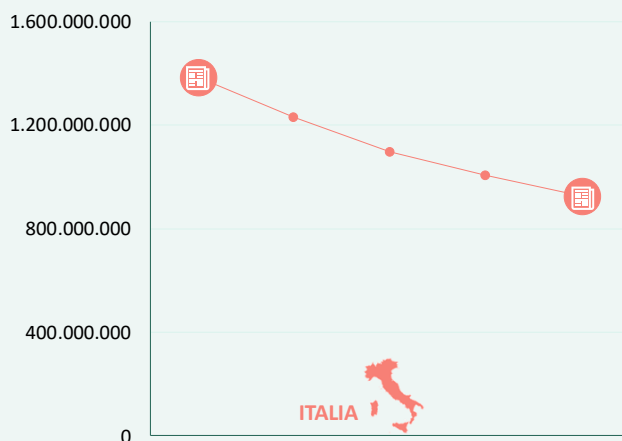
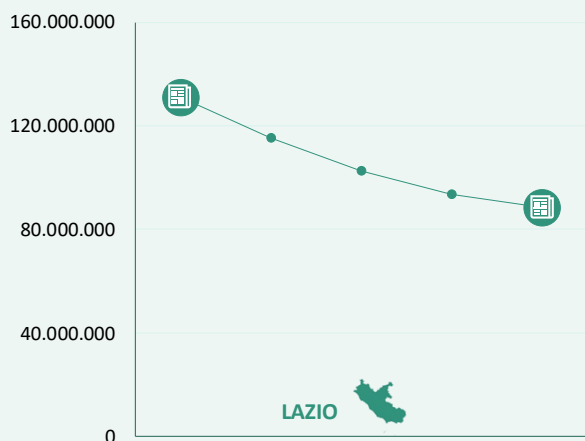
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



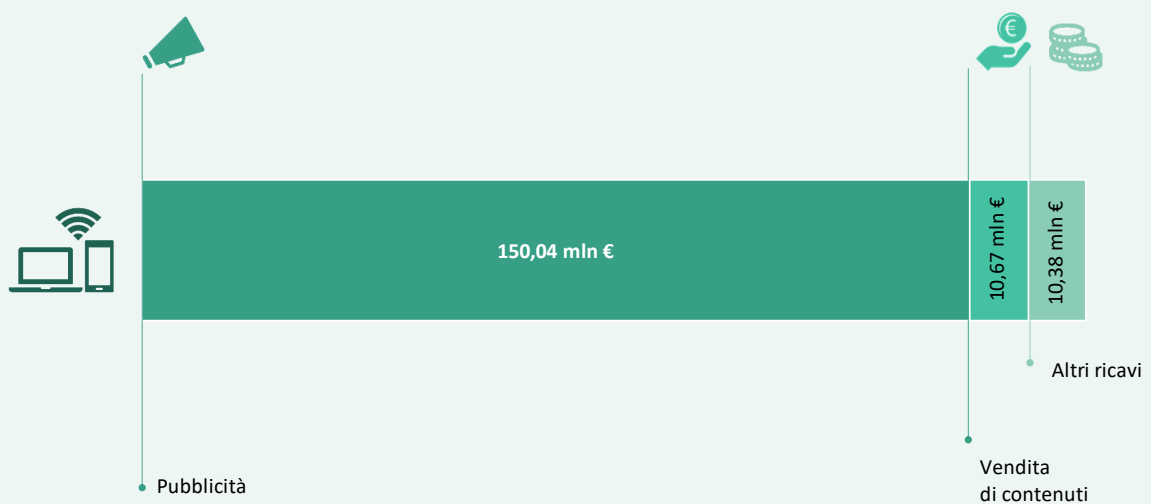
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



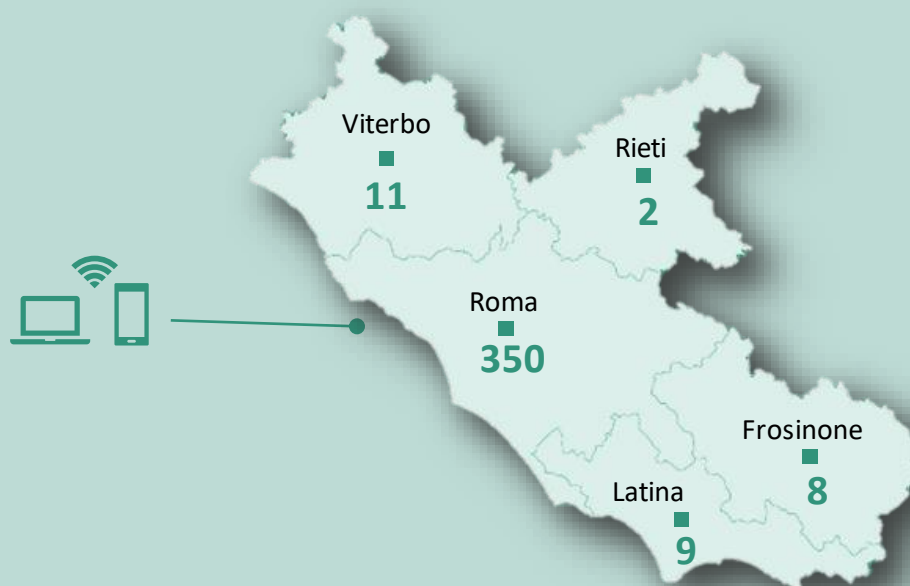
## Andamento delle copie vendute



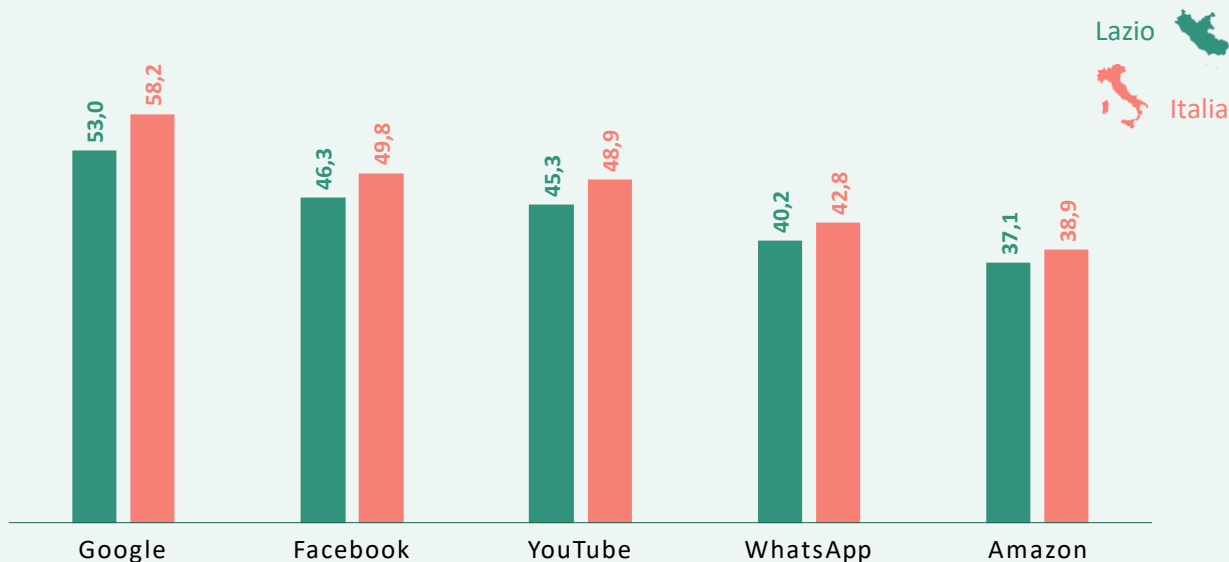
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



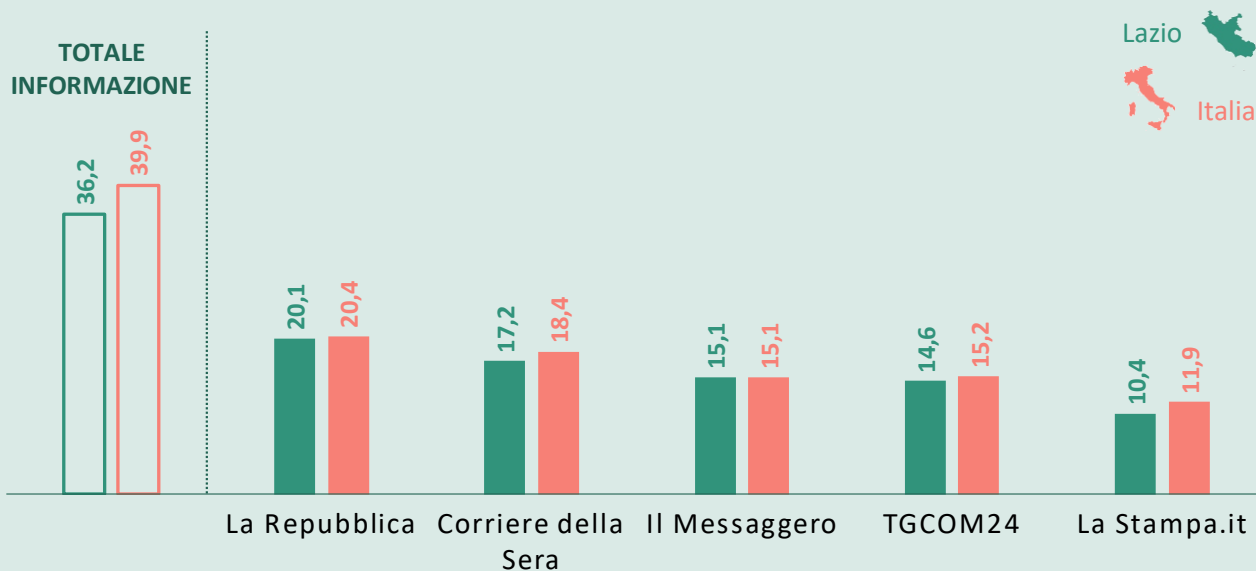
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# LIGURIA

## CO.RE.COM. LIGURIA

via Fieschi, 15

16121 Genova

protocollo@pec.regione.liguria.it

Presidente: Alberto Maria Benedetti



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'88% dei liguri si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (40%)
- ❖ Dopo il canale televisivo Primo Canale la fonte informativa più importante è il TGR

# Inquadramento regionale

AREA



5.416 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



1,557 milioni

FAMIGLIE



758.161

ETÀ MEDIA



48,8 anni

PIL PRO CAPITE



31.060 €

IMPRESE ATTIVE



124.011

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,9% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



406.025

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

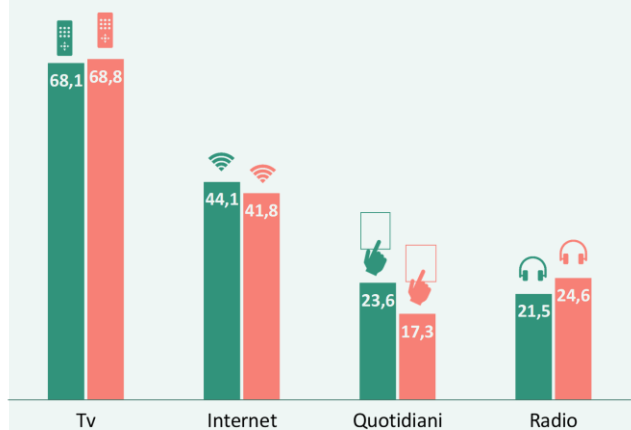


1,9% del totale

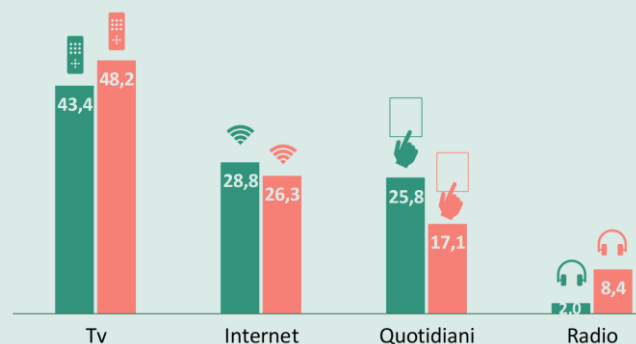
LIGURIA

# Fruizione di informazione

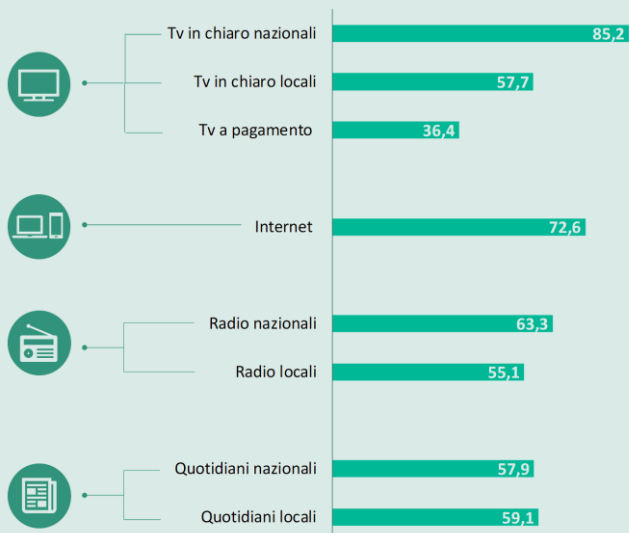
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



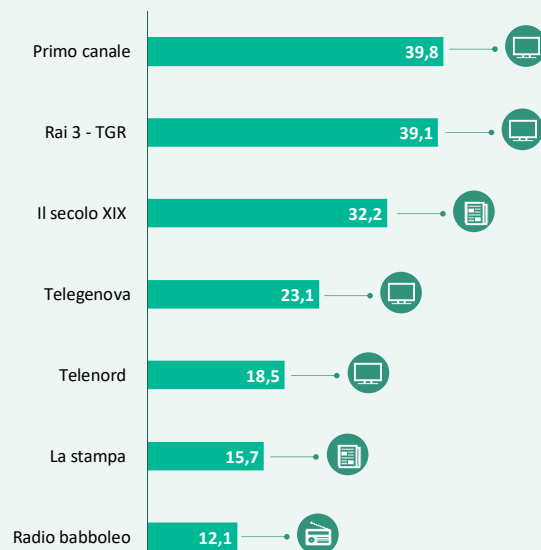
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

8



Emittenti  
televisive

11



Emittenti  
radiofoniche

1



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

29



Emittenti  
televisive

31



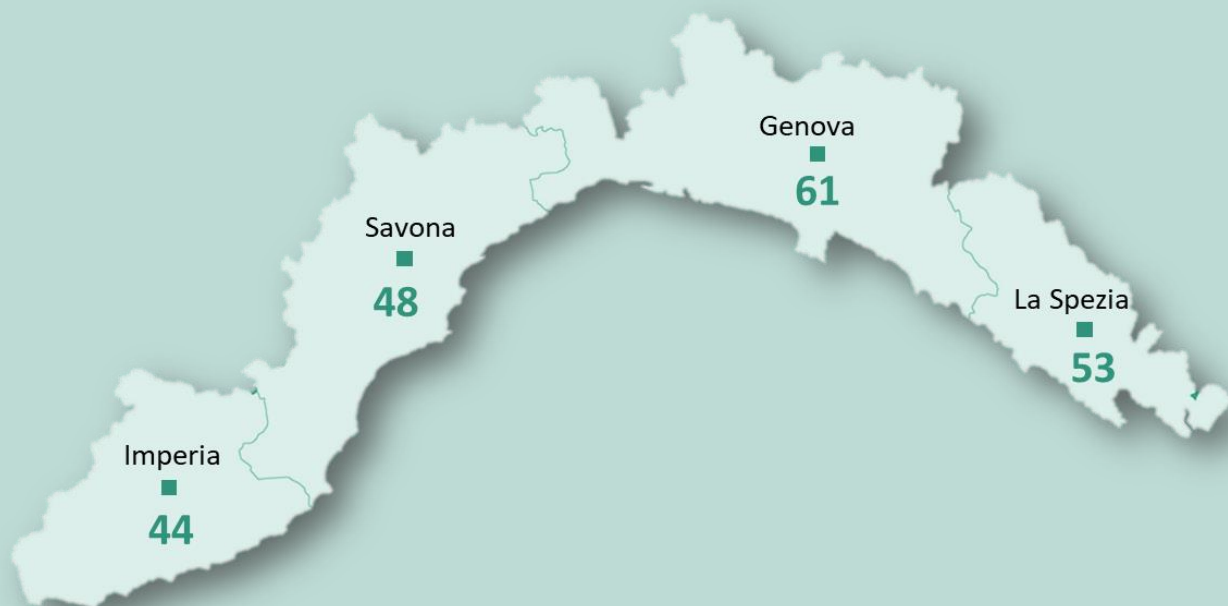
Emittenti  
radiofoniche

22



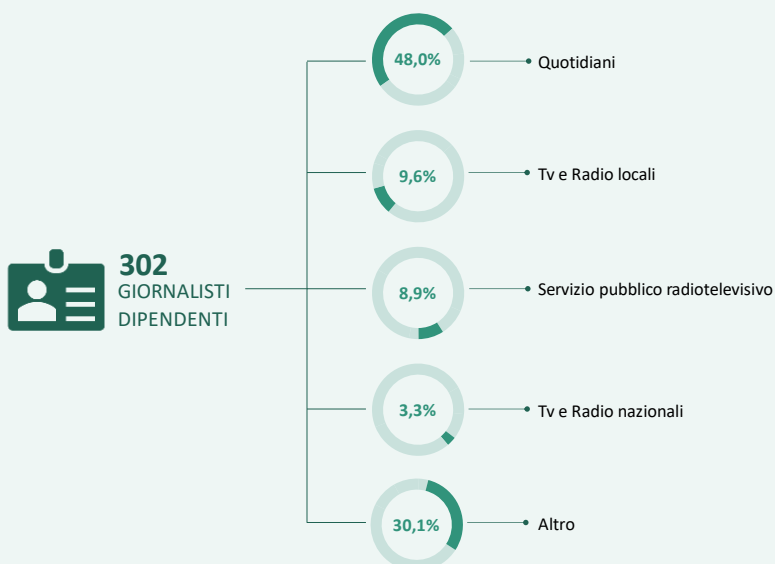
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**54**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**566**

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	35,7%	50,0%	0,0%	14,3%	<b>100,0%</b>
Radio	73,3%	20,0%	0,0%	6,7%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>

# Fonti di finanziamento

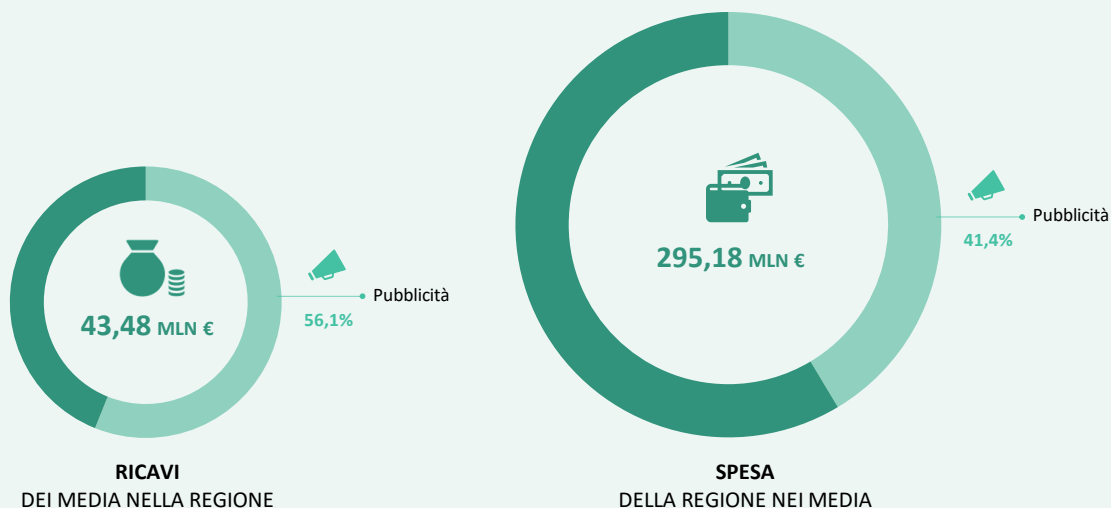
## Ricavi dei media con sede nella regione



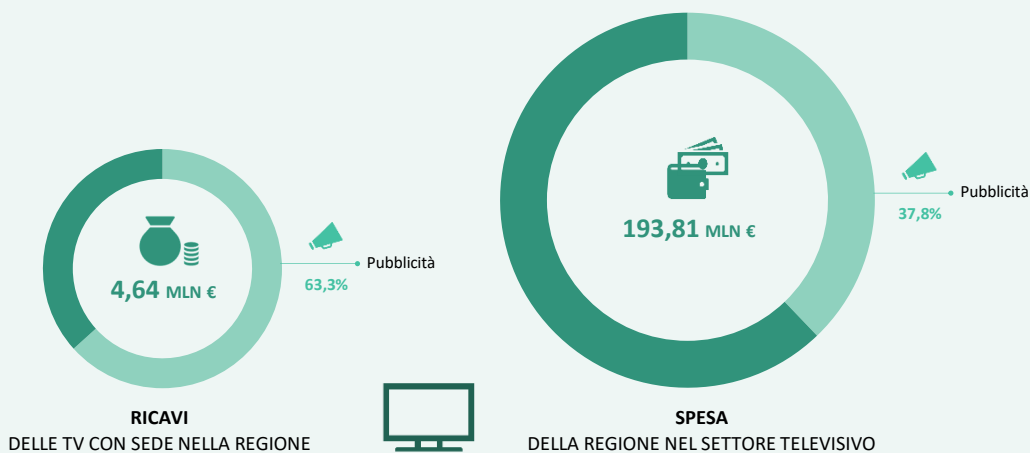
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



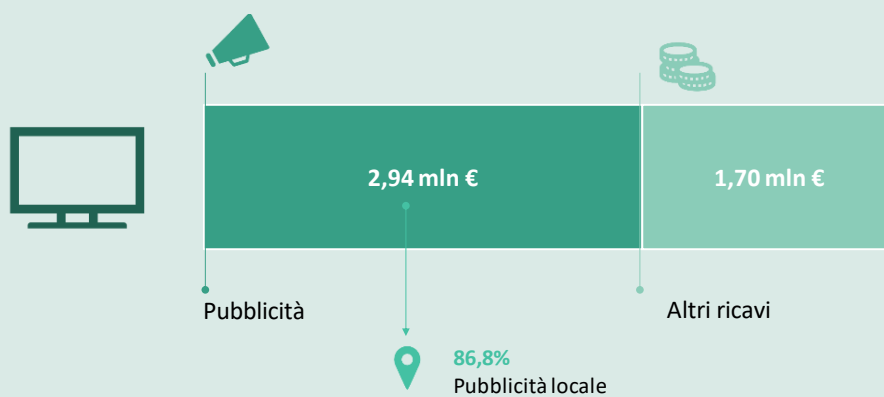
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

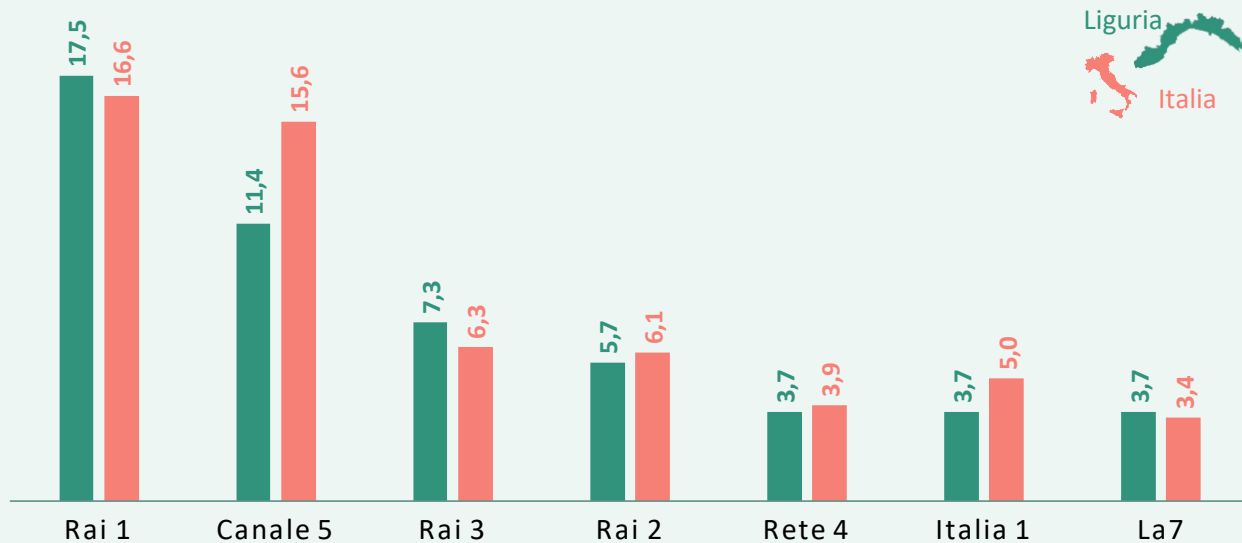


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

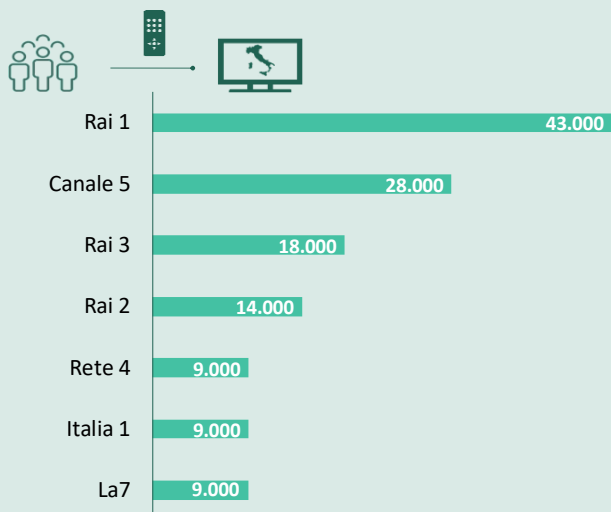


# Televisione

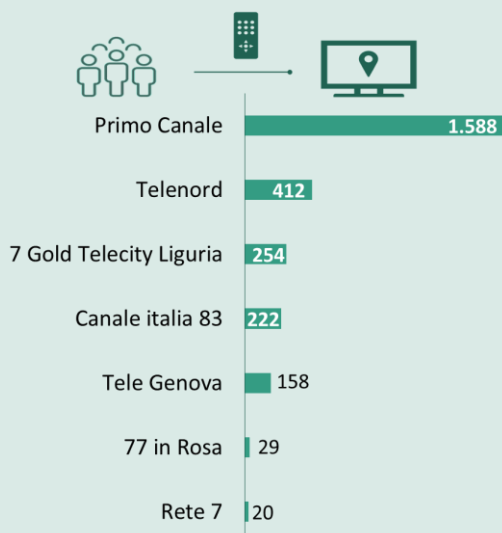
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



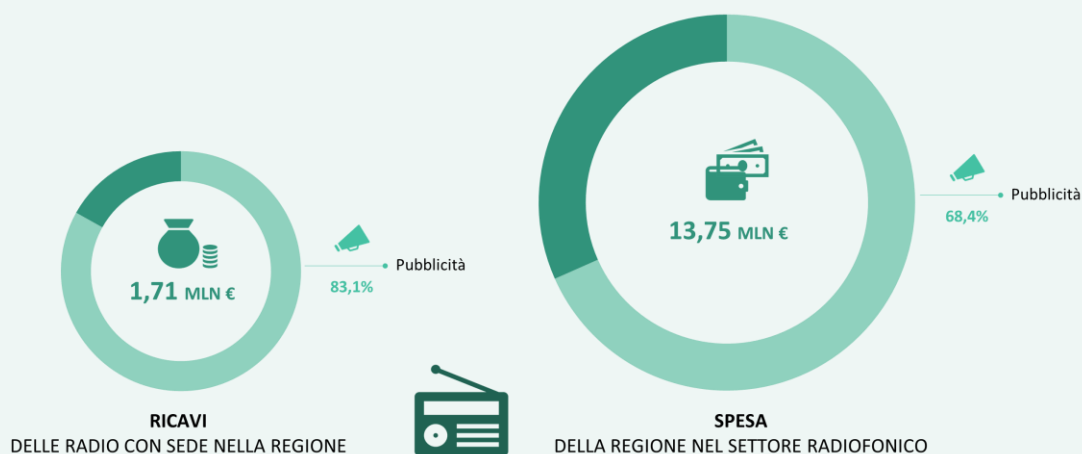
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



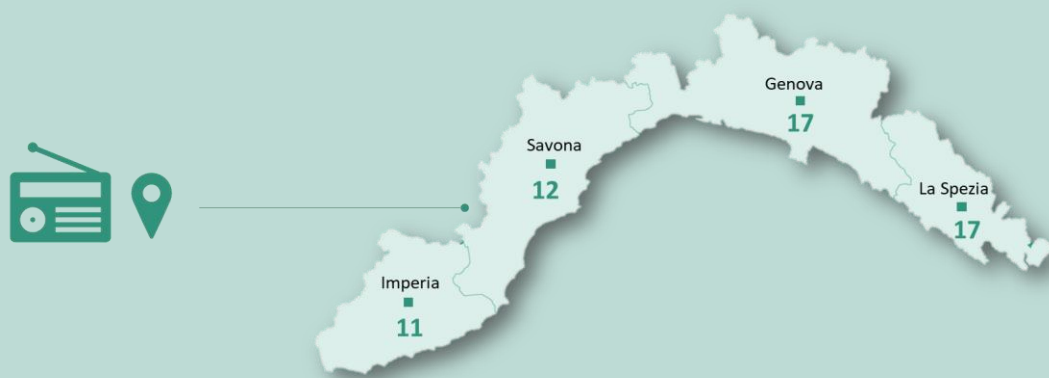
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



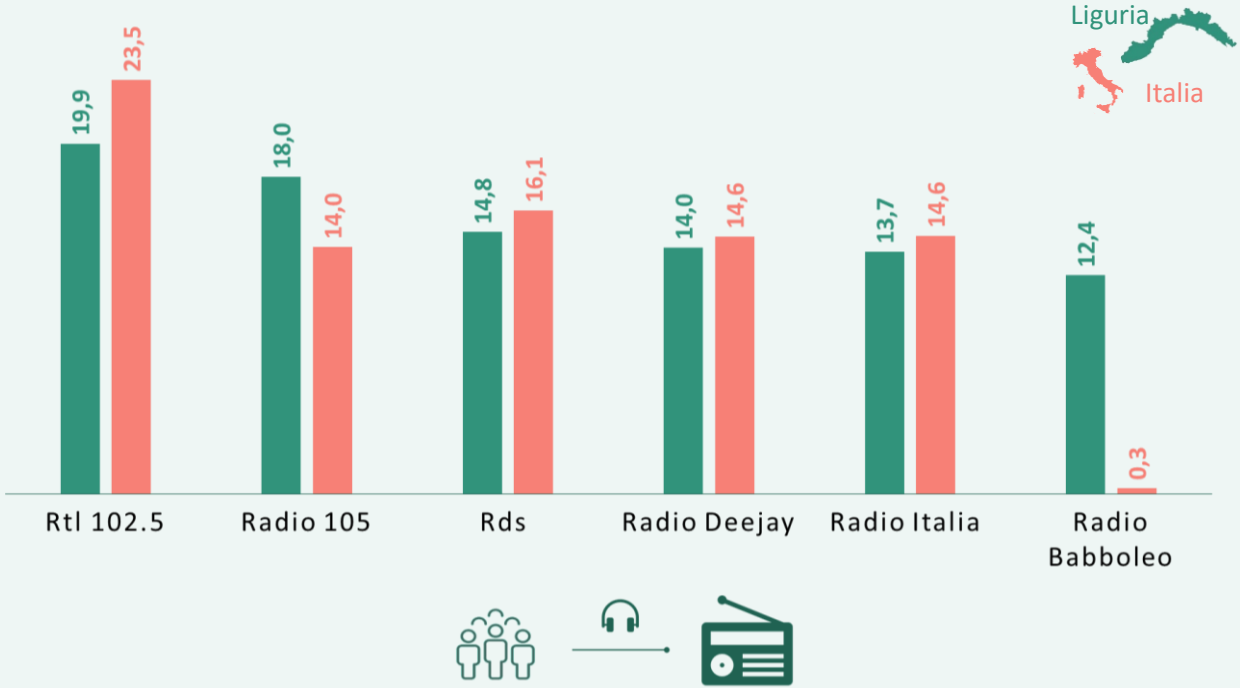
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



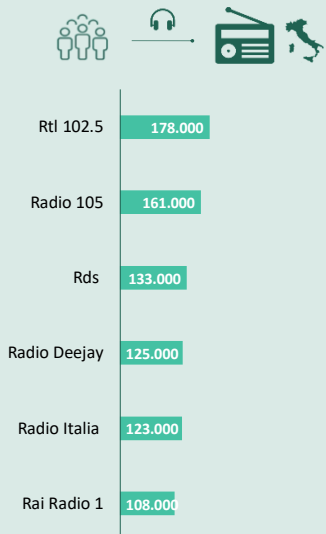
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



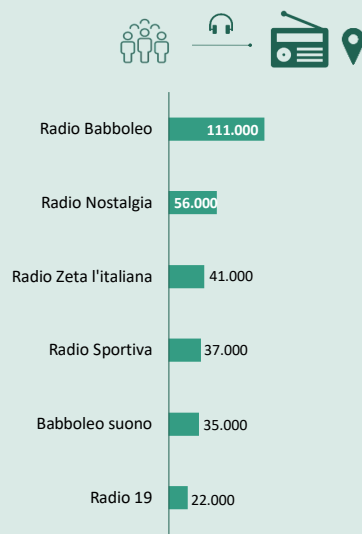
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



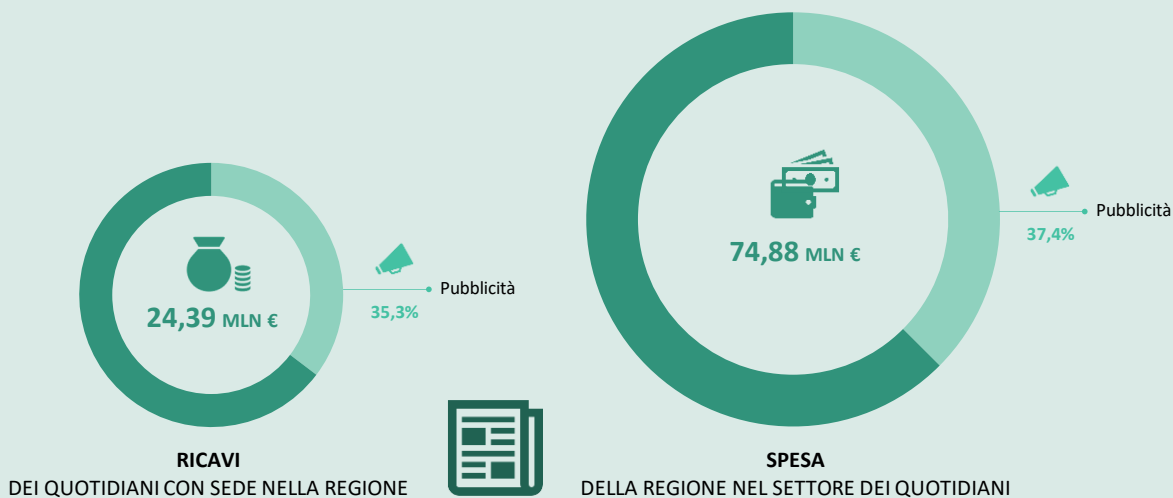
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



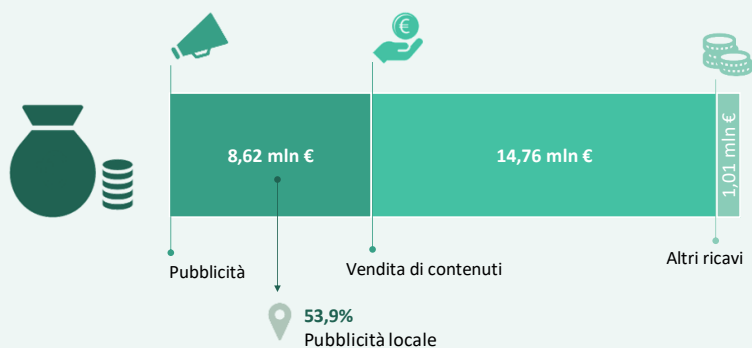
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



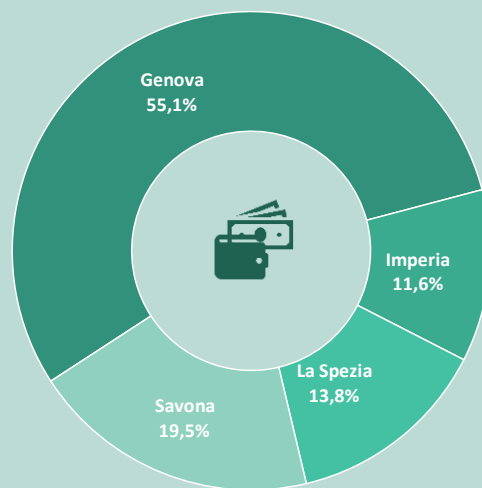
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



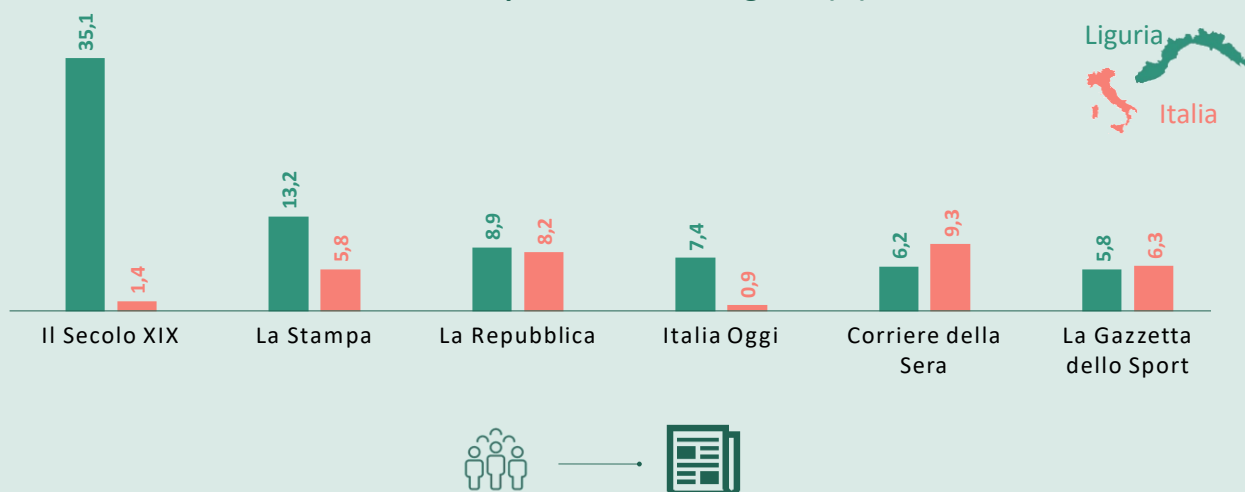


# Quotidiani

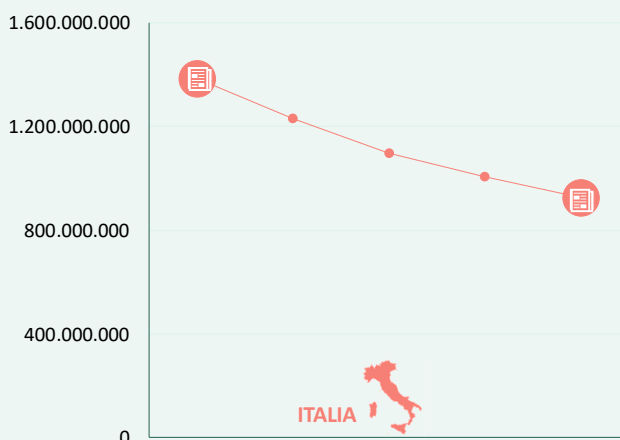
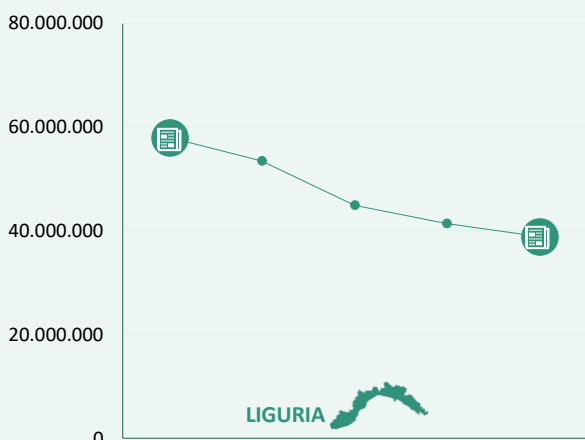
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



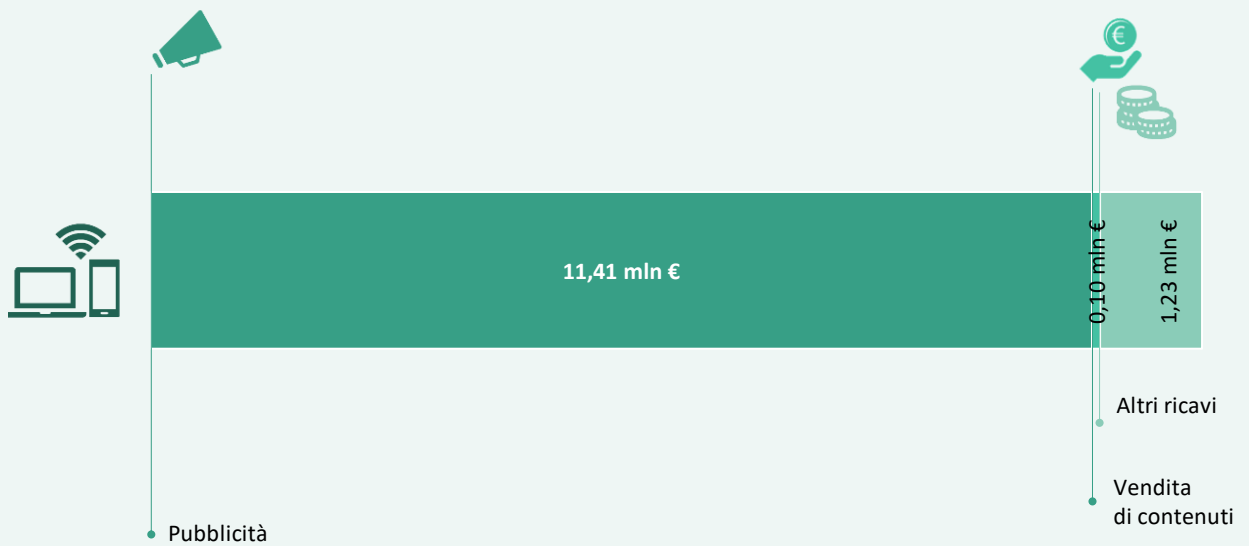
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



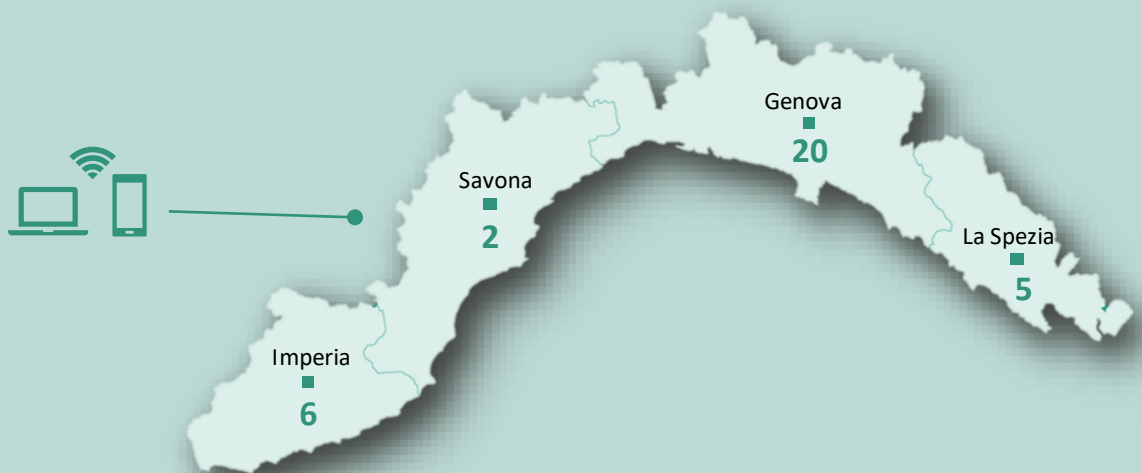
## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

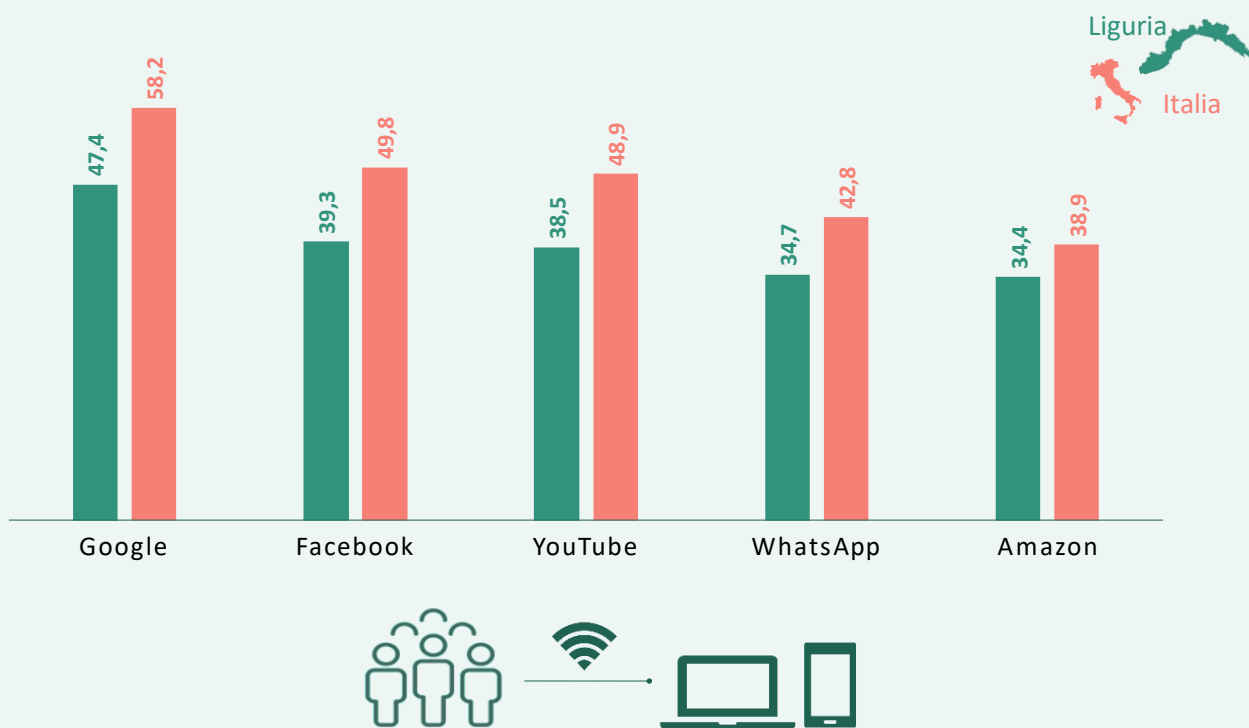


## Editori online con sede nella regione

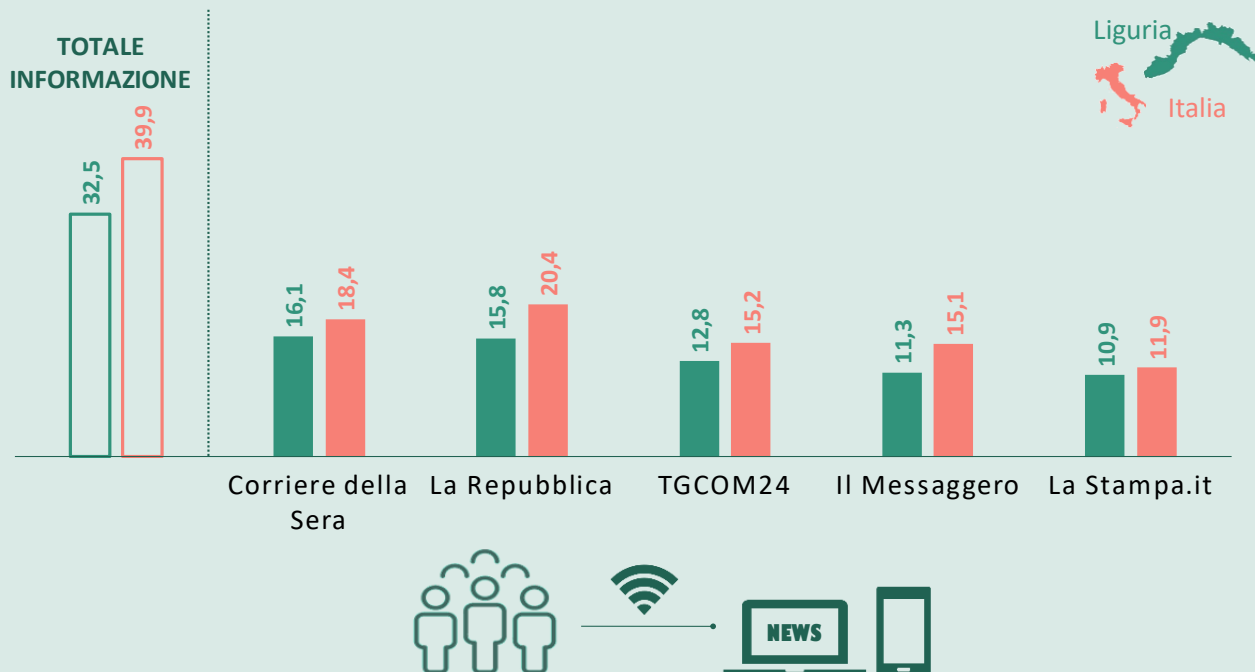


# Internet

### Reach online dei primi 5 brand (%)



### Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# LOMBARDIA



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'86% dei lombardi si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (29%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il canale televisivo Telelombardia

# Inquadramento regionale

AREA



23.864 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



10,036 milioni

FAMIGLIE



4.157.078

ETÀ MEDIA



45,0 anni

PIL PRO CAPITE



36.807 €

IMPRESE ATTIVE



814.867

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



3,0% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



3.896.410

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

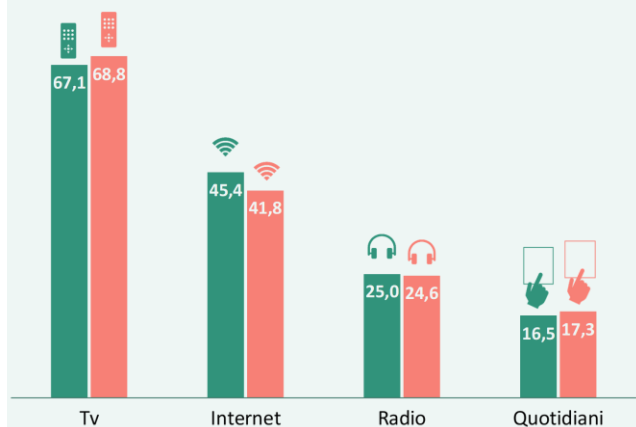


4,1% del totale

LOMBARDIA

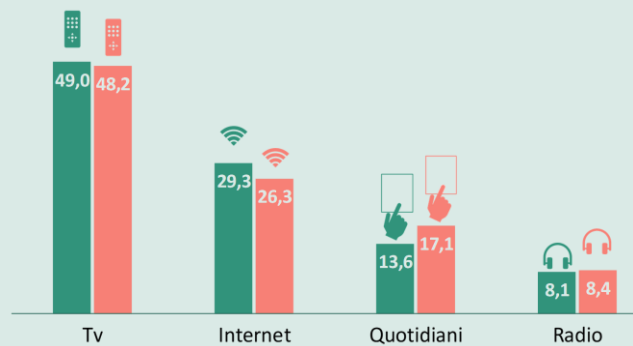
# Fruizione di informazione

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



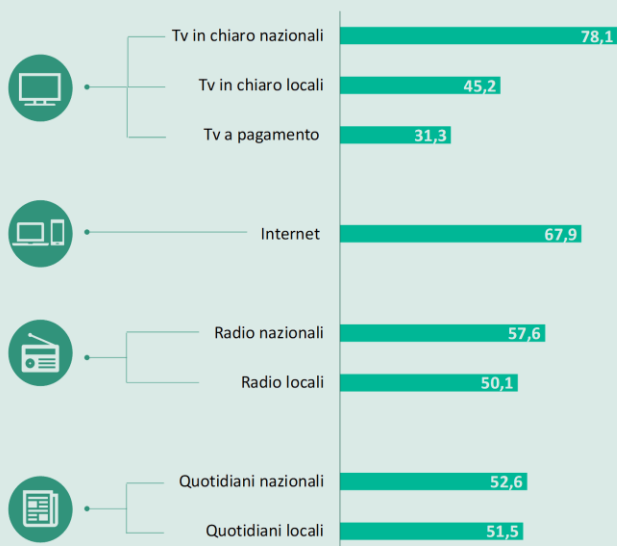
Lombardia   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

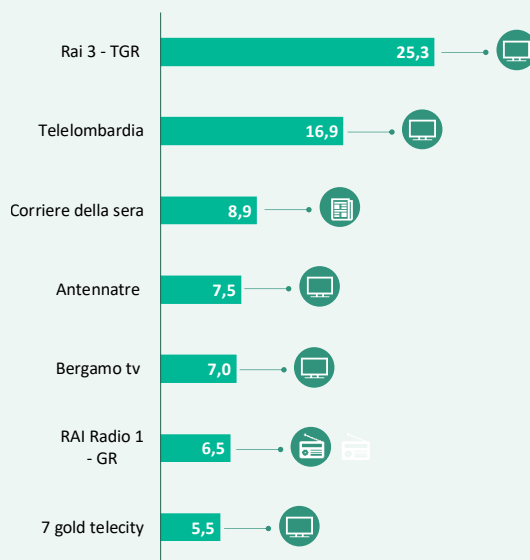


Lombardia   
Italia 

## 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

39



Emittenti  
televisive

89



Emittenti  
radiofoniche

17



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

73



Emittenti  
televisive

137



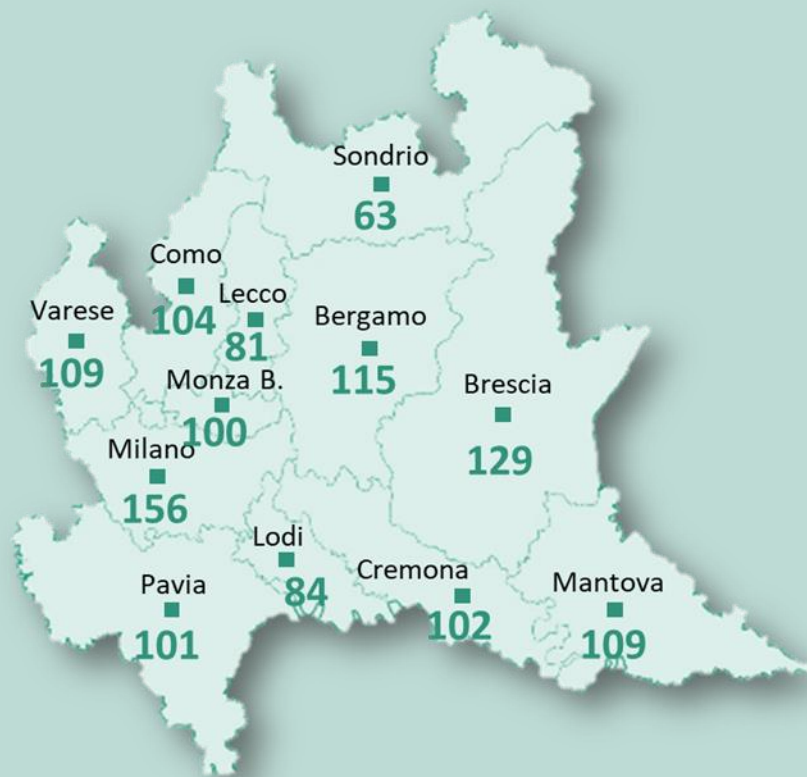
Emittenti  
radiofoniche

48



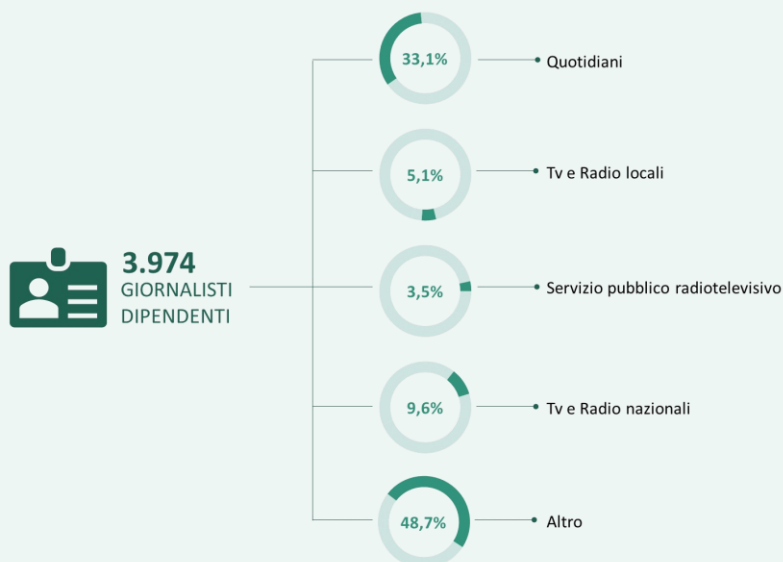
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**589**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**12.742**

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 	20,8%	18,1%	13,9%	47,2%	<b>100,0%</b>
Radio 	60,0%	17,6%	2,4%	20,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	4,8%	95,2%	<b>100,0%</b>



# Fonti di finanziamento

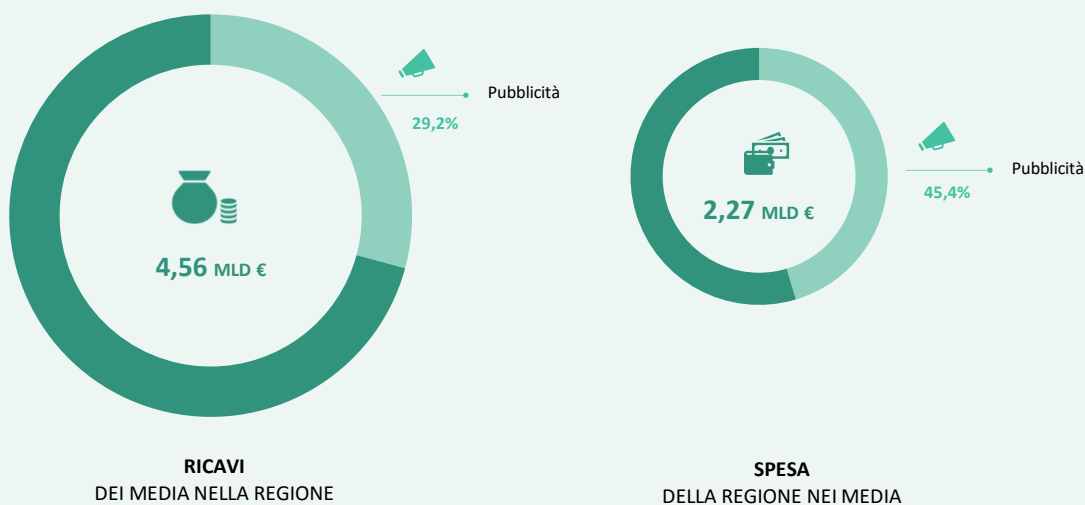
## Ricavi dei media con sede nella regione



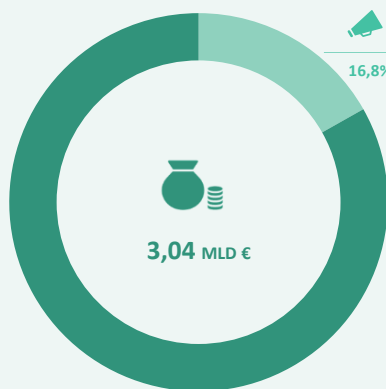
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo

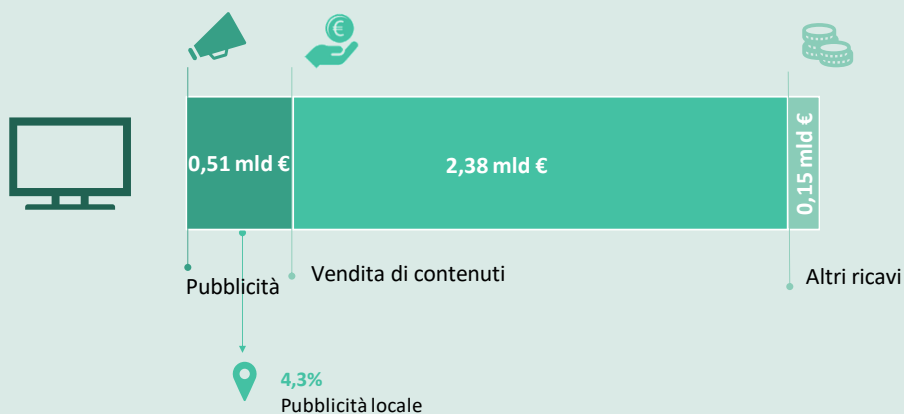


**RICAVI**  
DELLE TV CON SEDE NELLA REGIONE

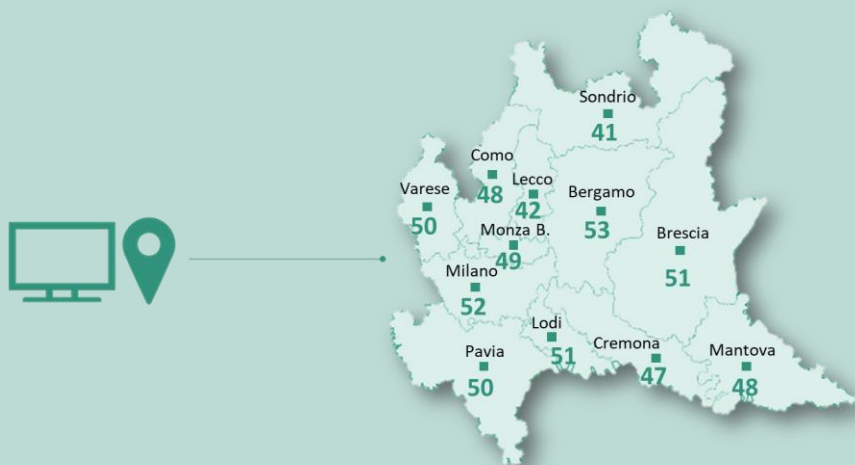


**SPESA**  
DELLA REGIONE NEL SETTORE TELEVISIVO

## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

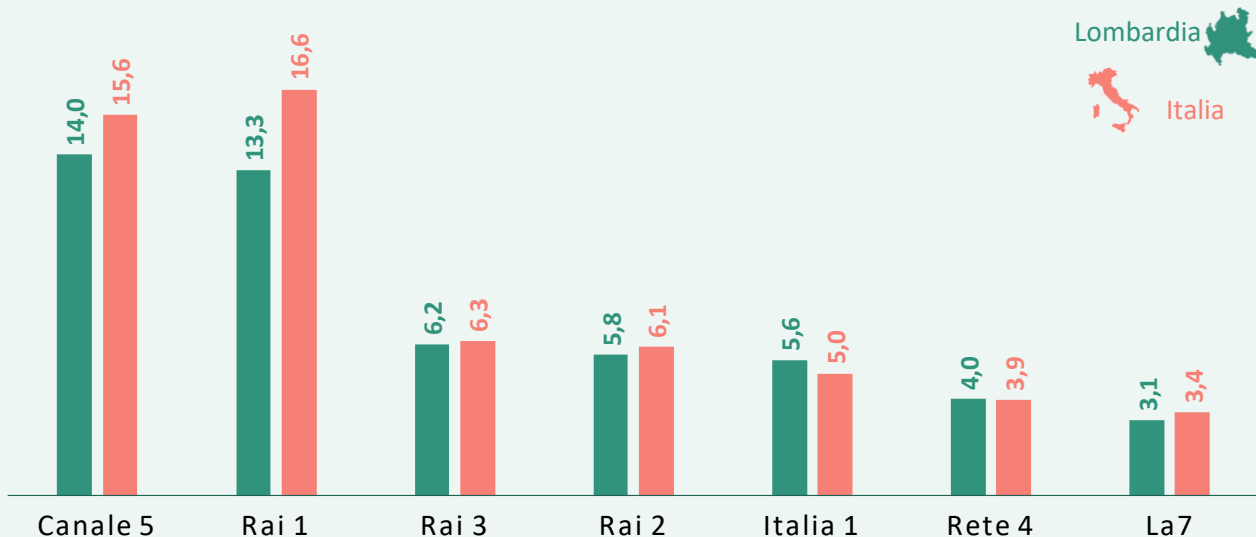


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

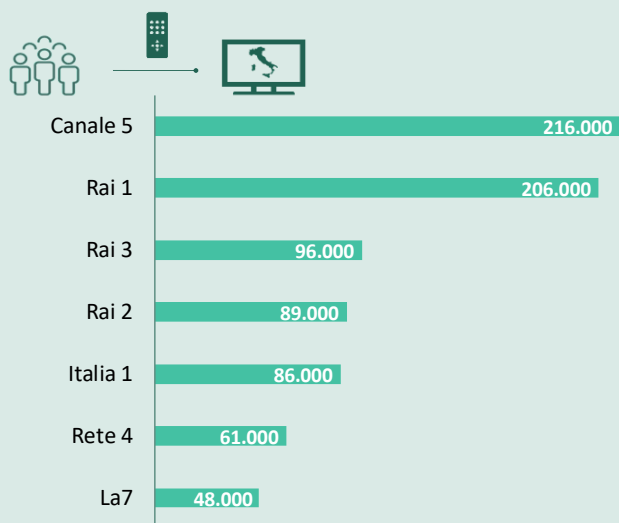


# Televisione

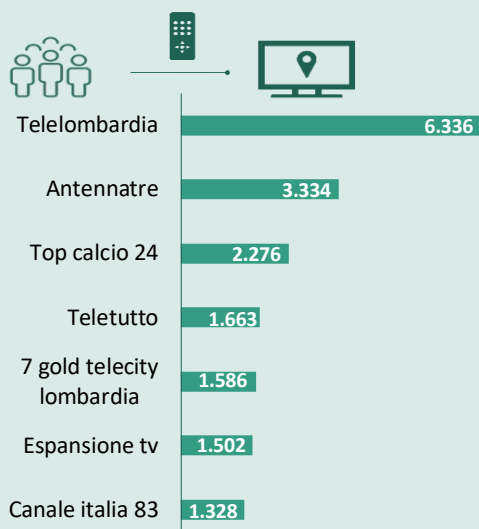
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



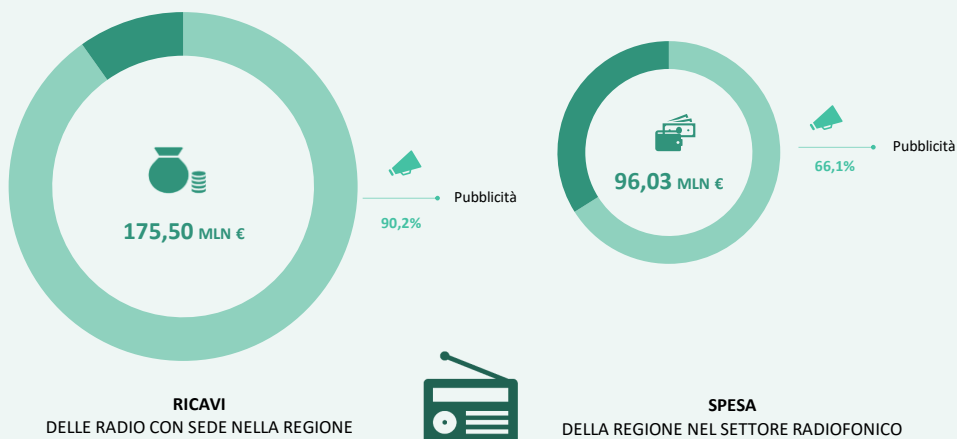
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



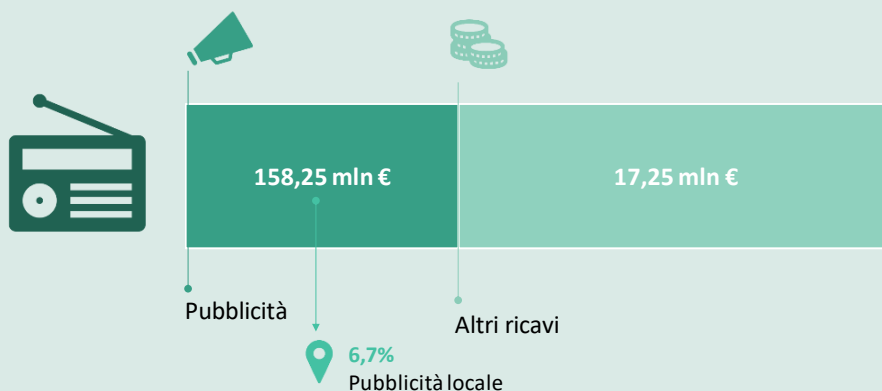
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



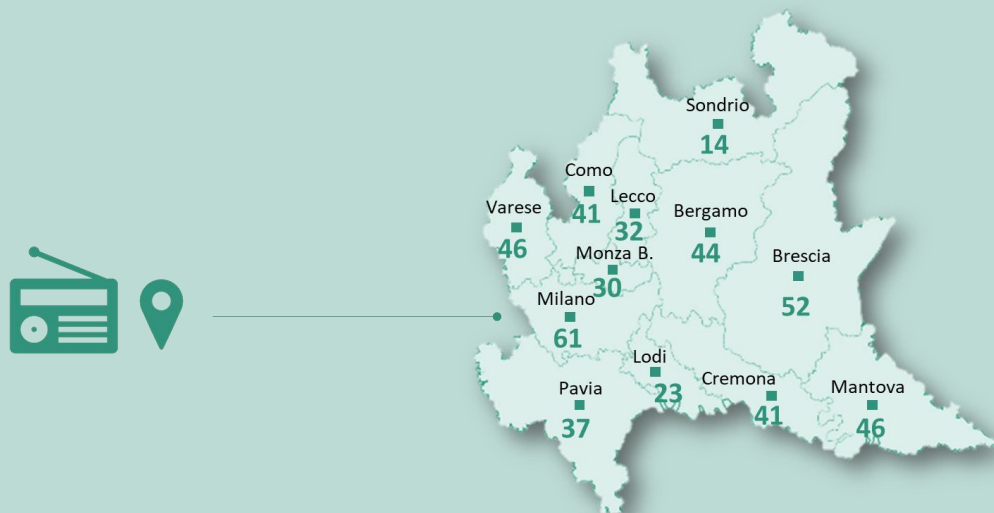
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



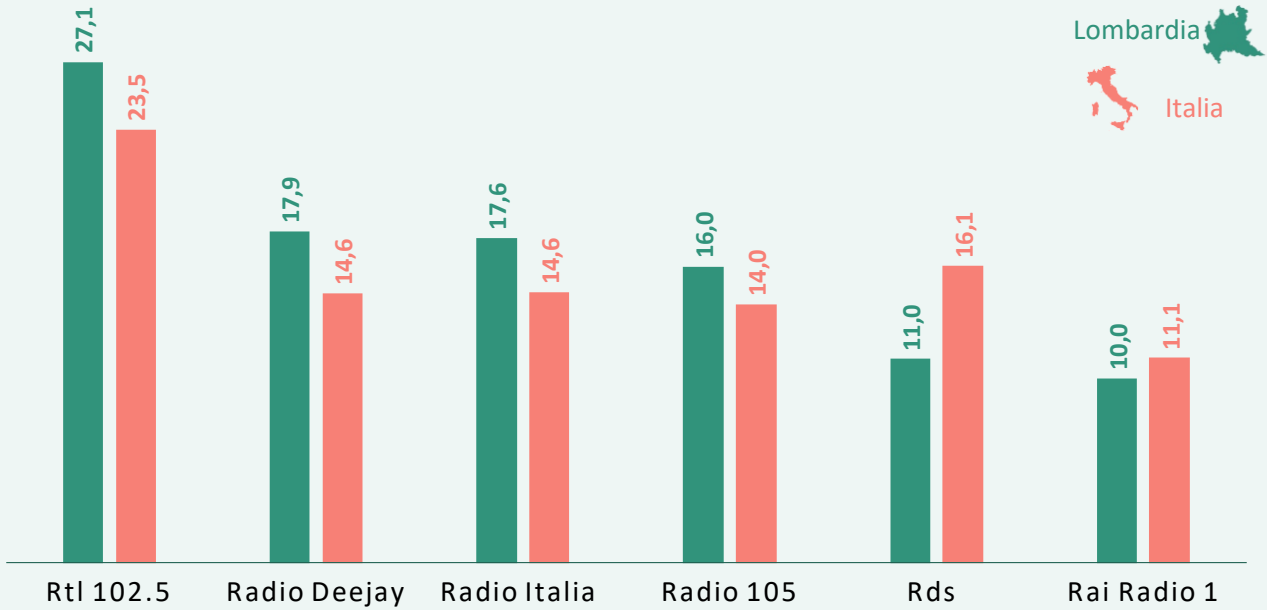
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



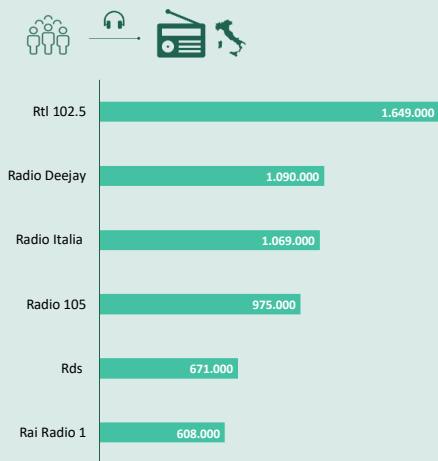
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



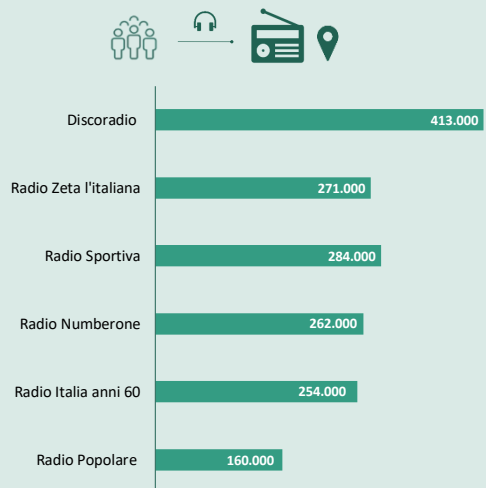
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



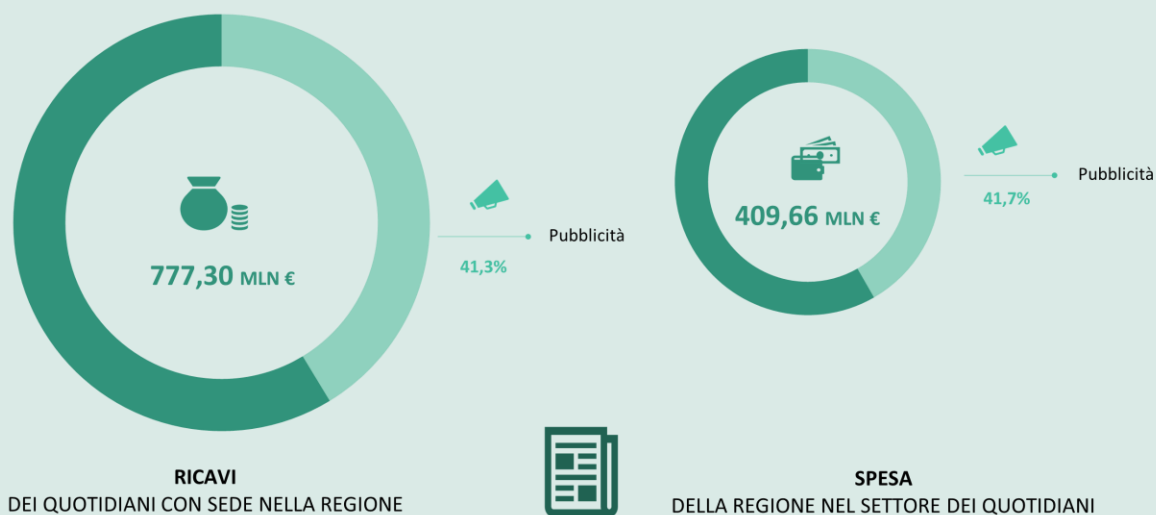
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



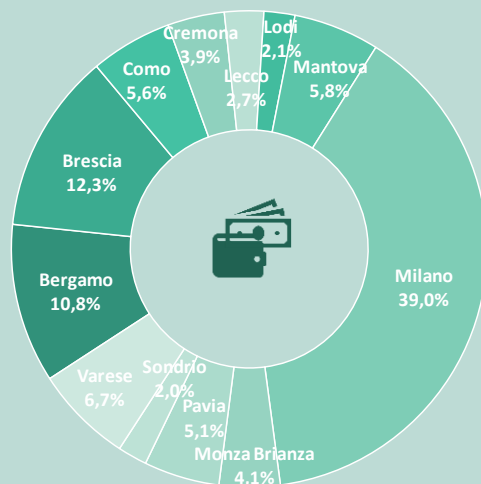
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

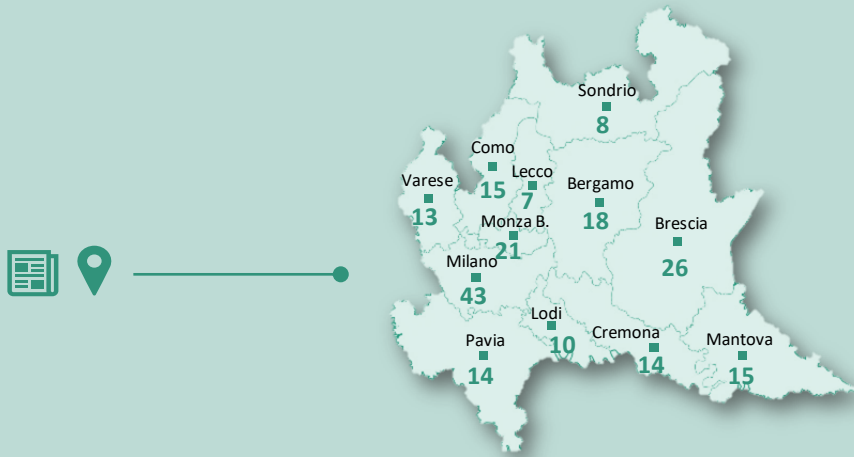


## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

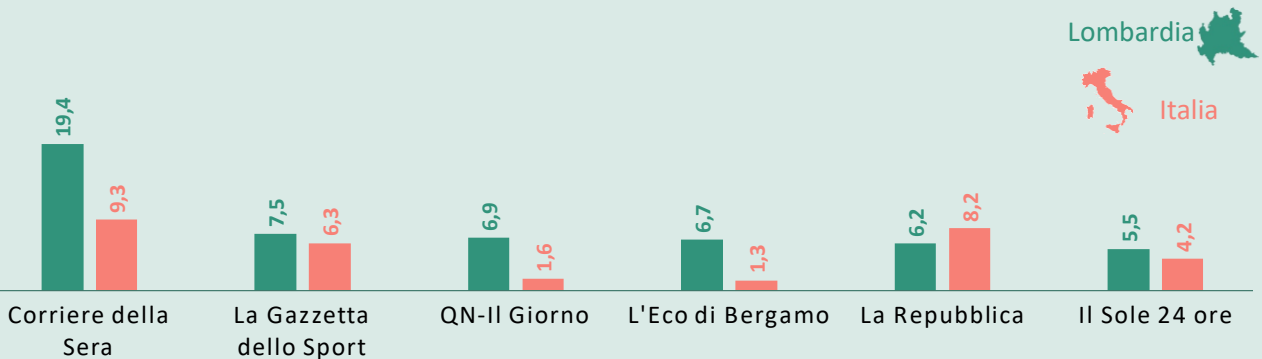


# Quotidiani

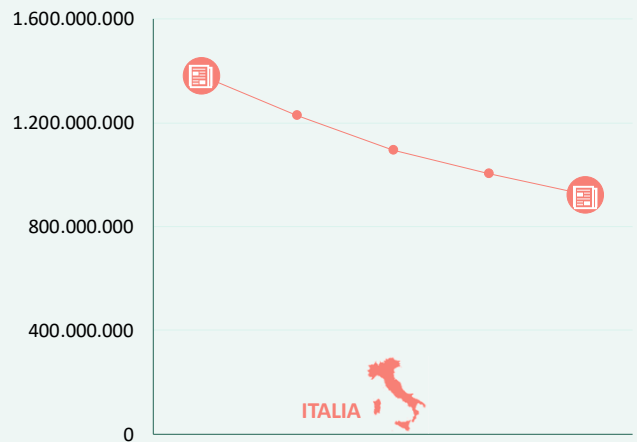
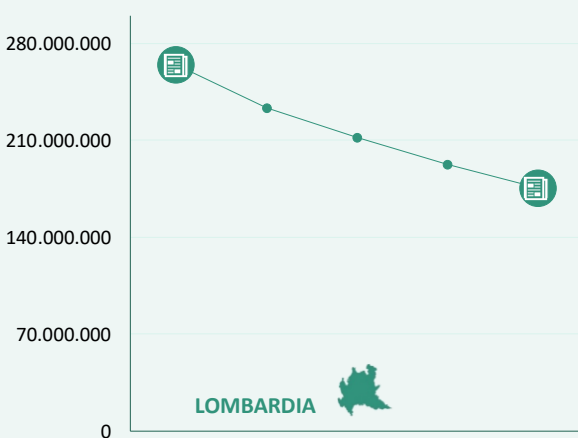
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



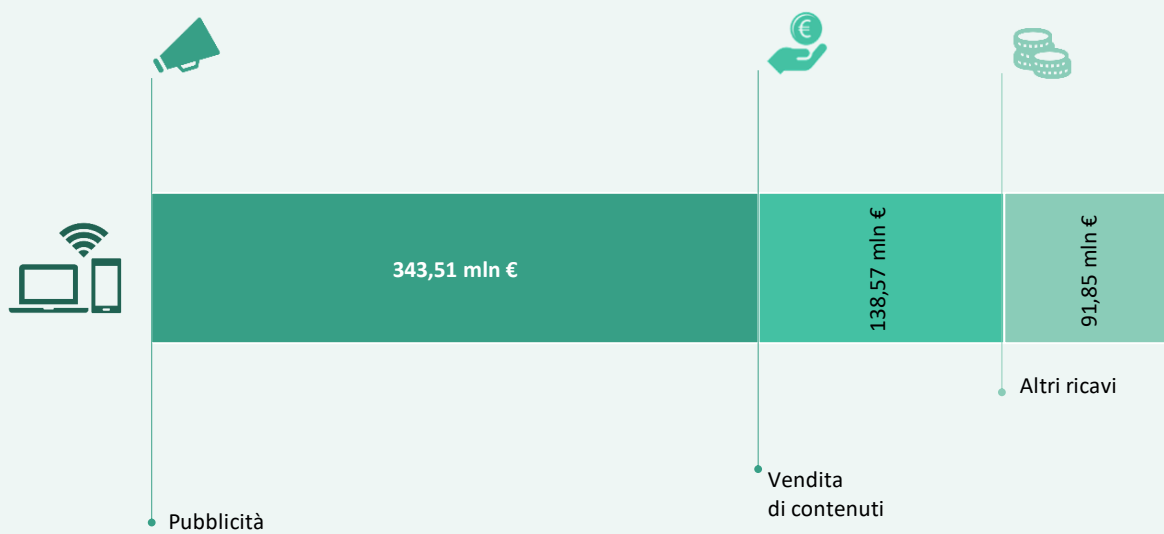
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



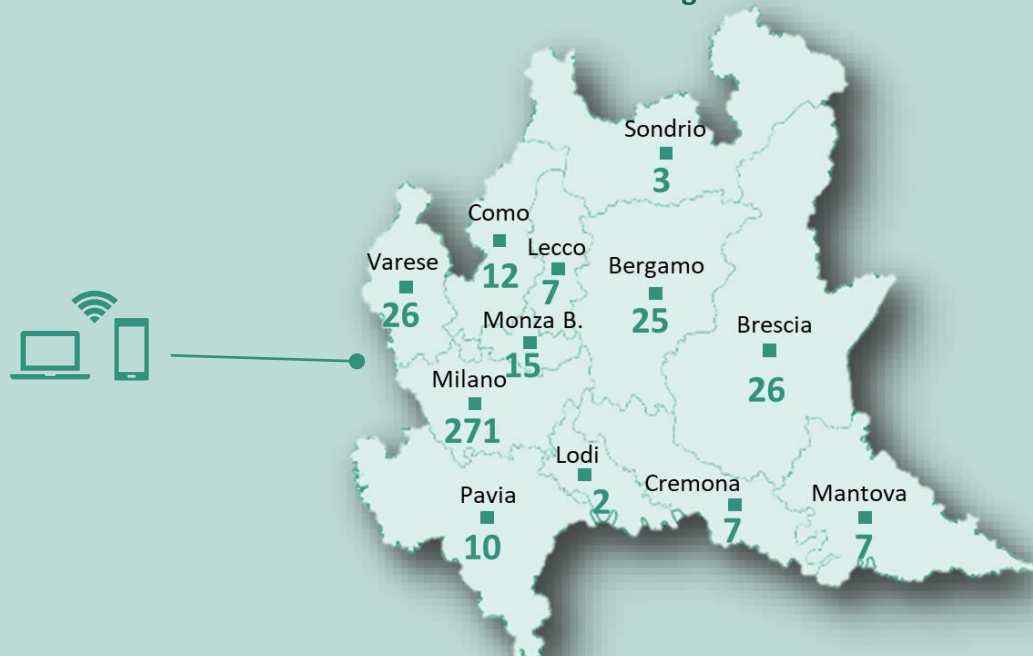
## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

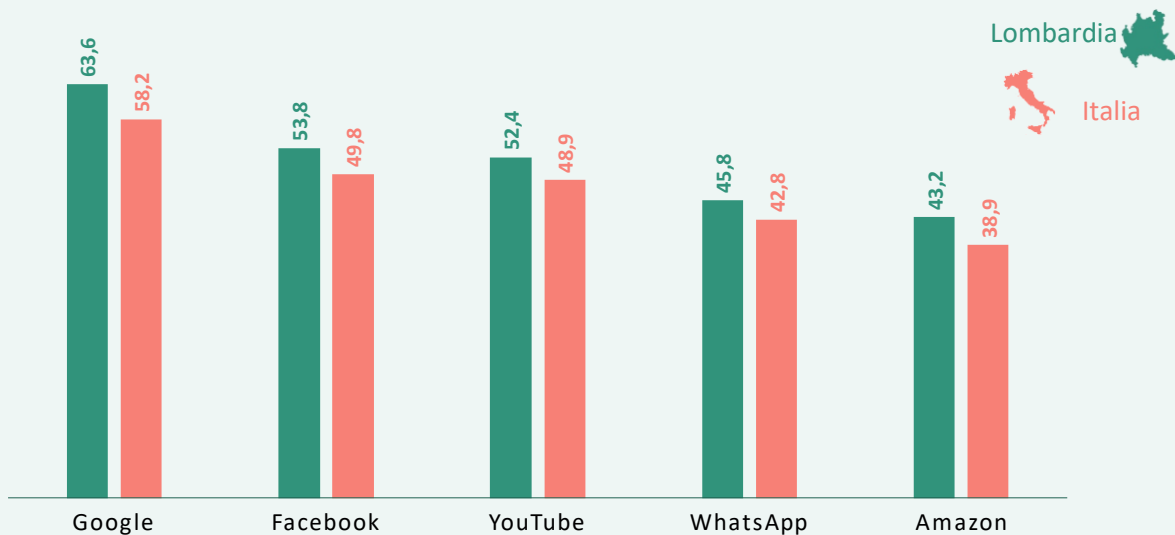


## Editori online con sede nella regione

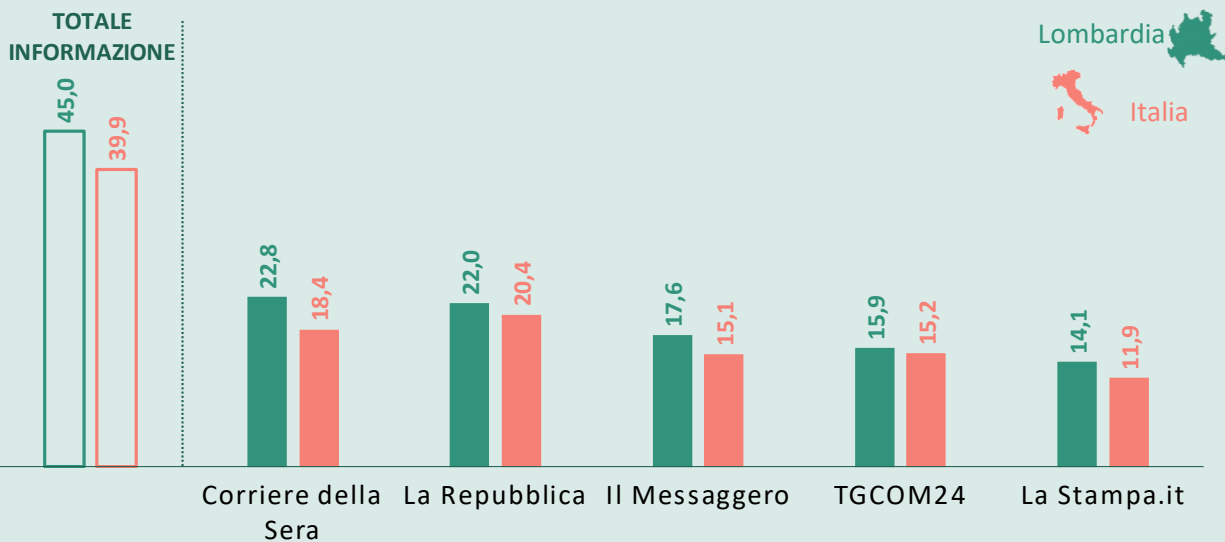




### Reach online dei primi 5 brand (%)



### Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# MARCHE



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 79% dei marchigiani si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (36%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano Corriere Adriatico

# Inquadramento regionale

AREA



9.401 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



1,532 milioni

FAMIGLIE



624.740

ETÀ MEDIA



46,3 anni

PIL PRO CAPITE



26.417 €

IMPRESE ATTIVE



125.861

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,9% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



427.163

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

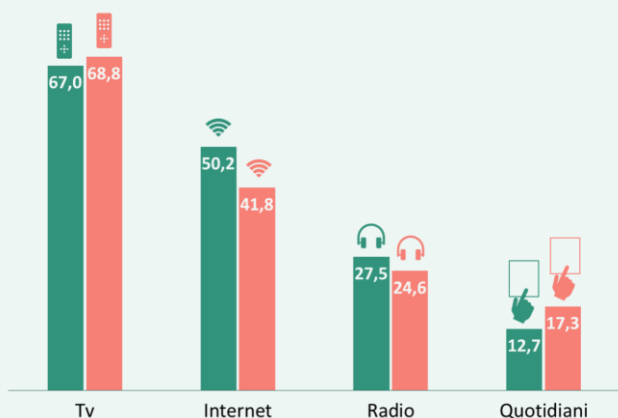


2,1% del totale

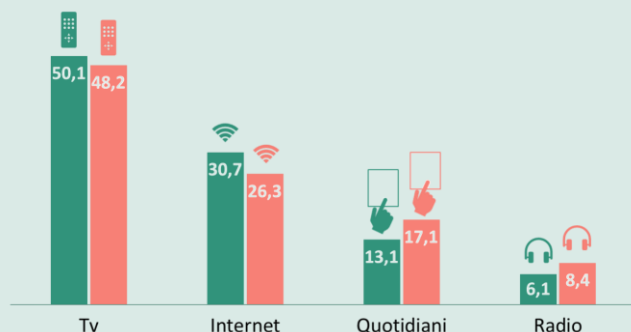
MARCHE

# Fruizione di informazione

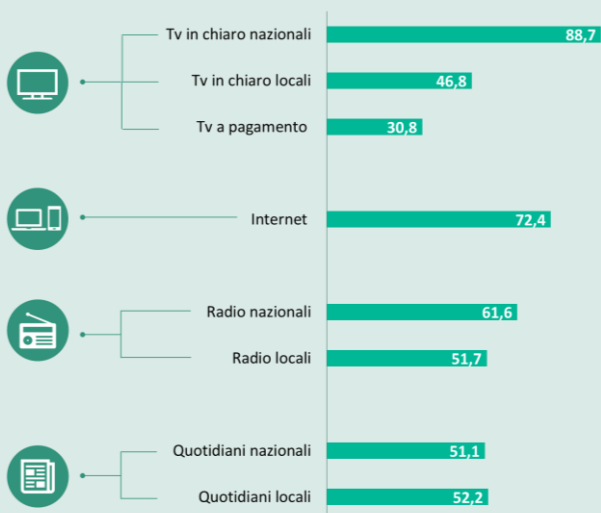
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



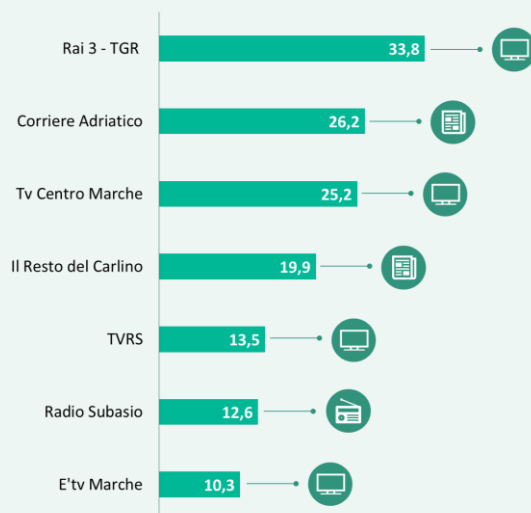
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

13



Emittenti  
televisive

33



Emittenti  
radiofoniche

1



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

32



Emittenti  
televisive

53



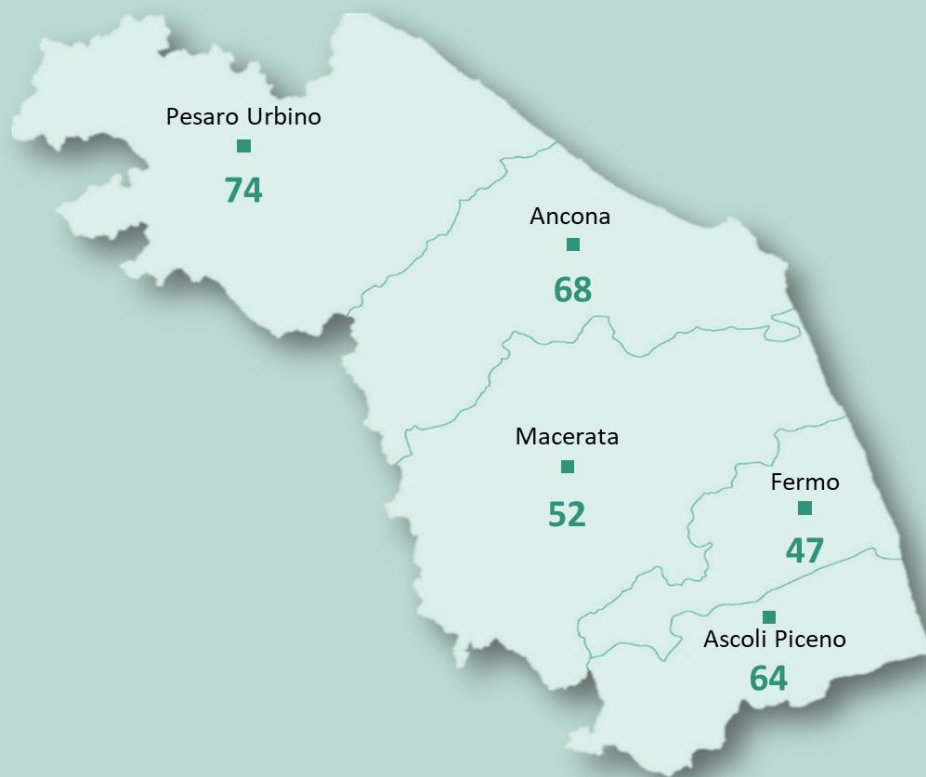
Emittenti  
radiofoniche

26



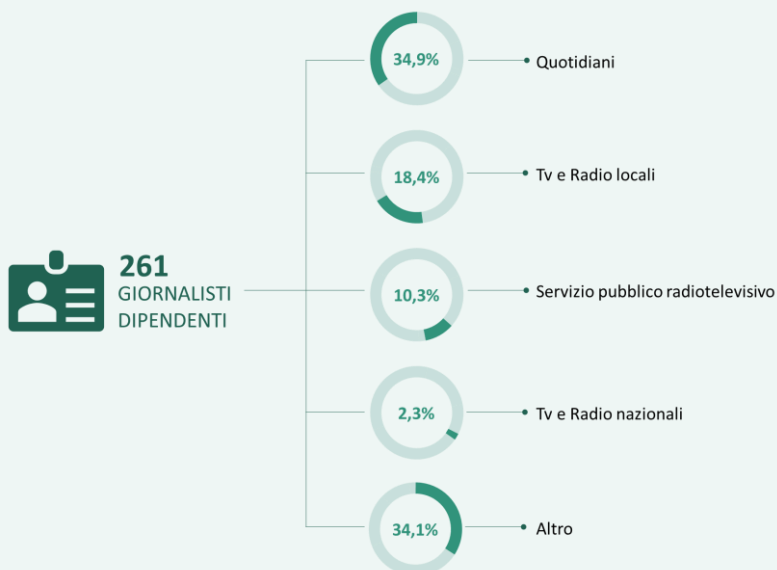
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**109**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**220**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

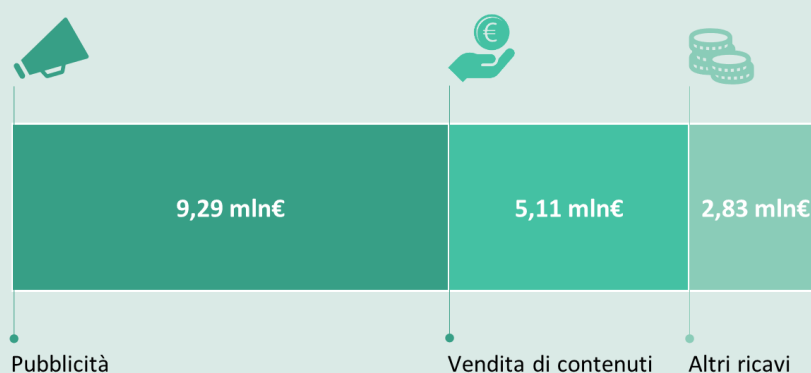
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	18,2%	63,6%	9,1%	9,1%	<b>100,0%</b>
Radio 	54,5%	45,5%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

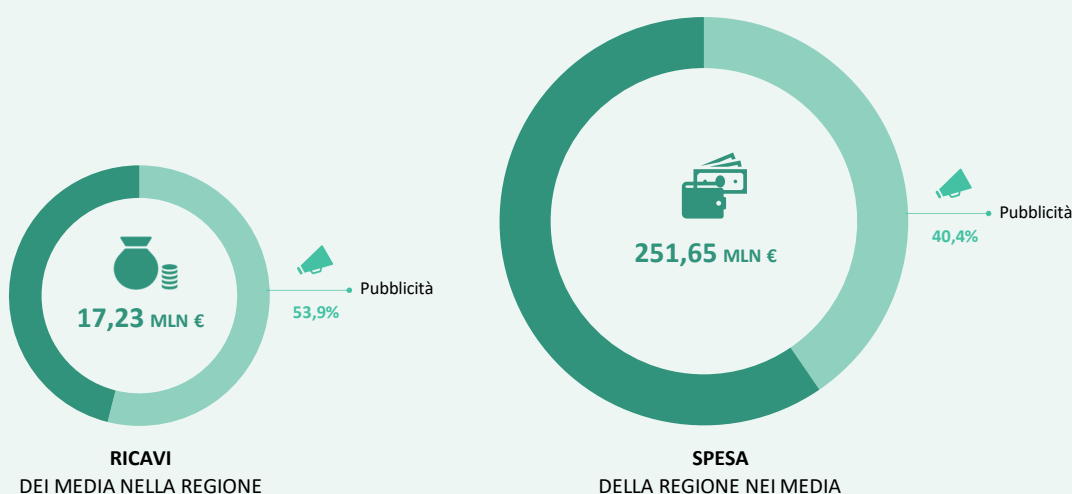
## Ricavi dei media con sede nella regione



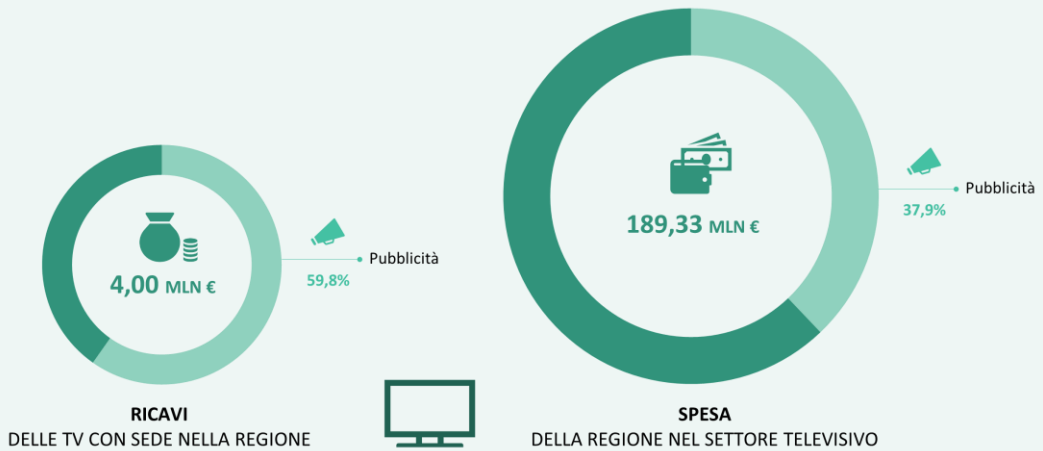
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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



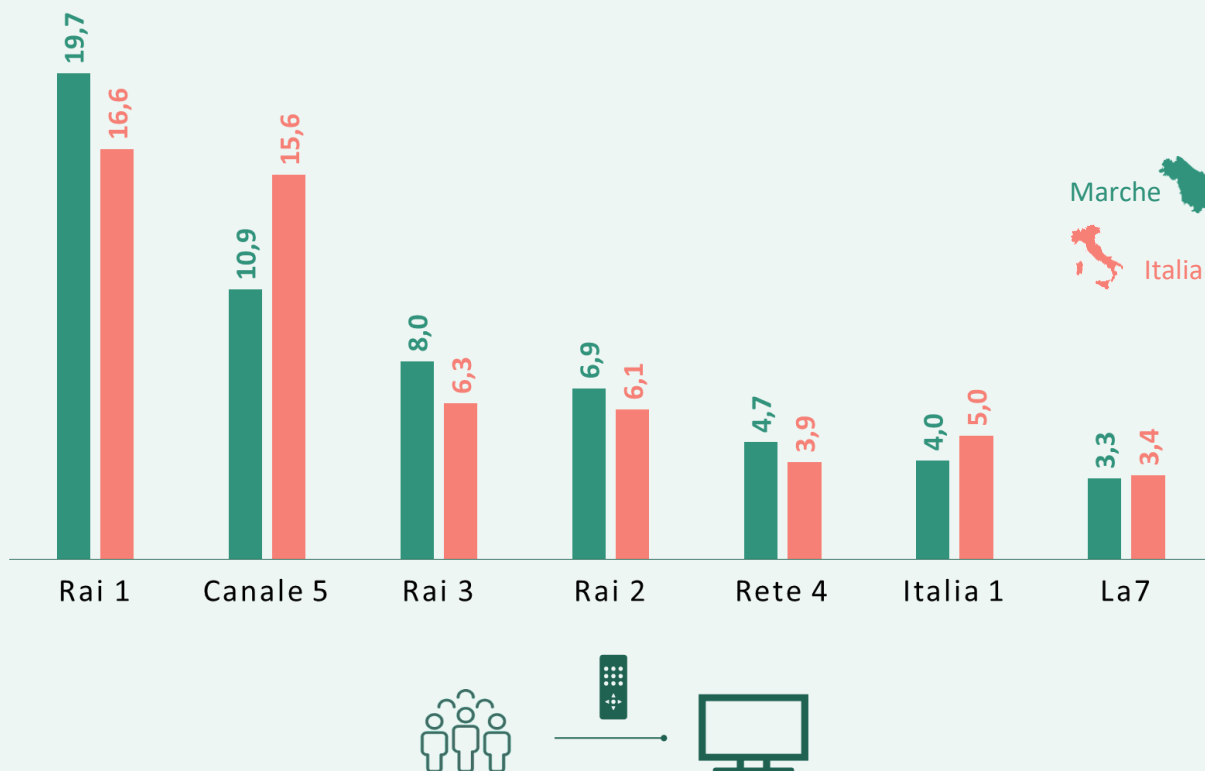
## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



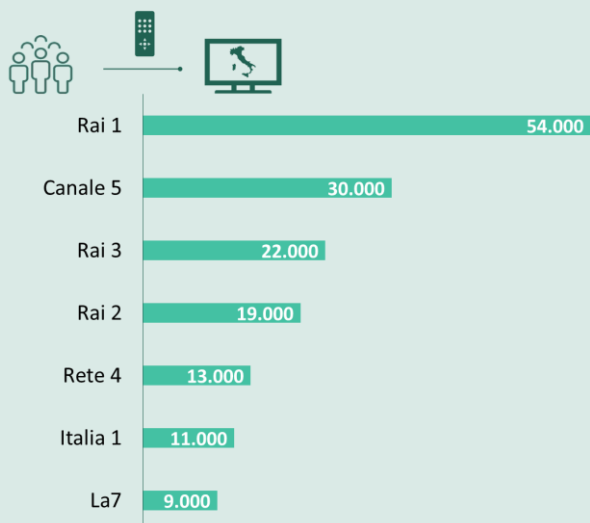


# Televisione

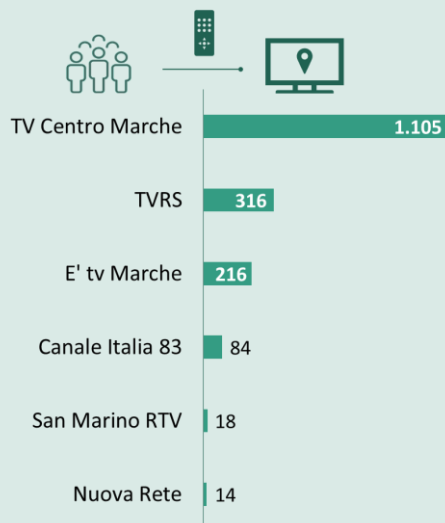
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



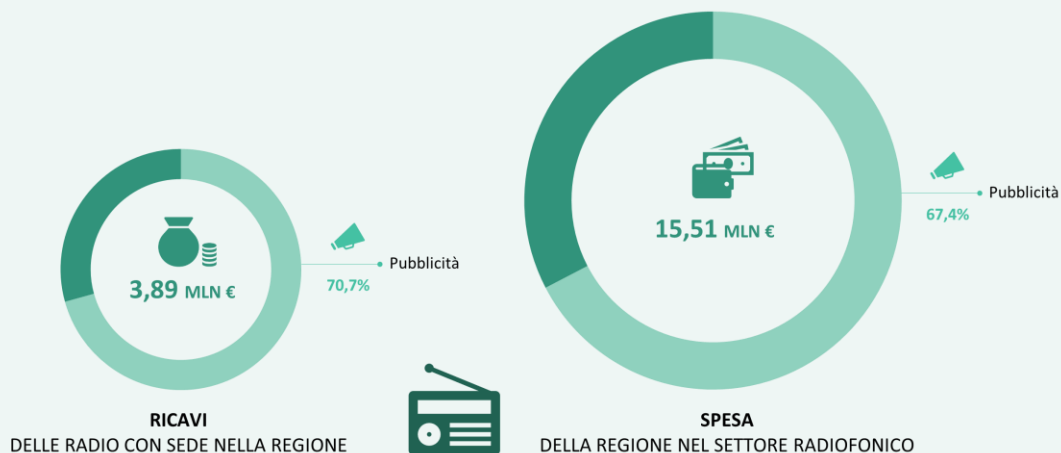
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



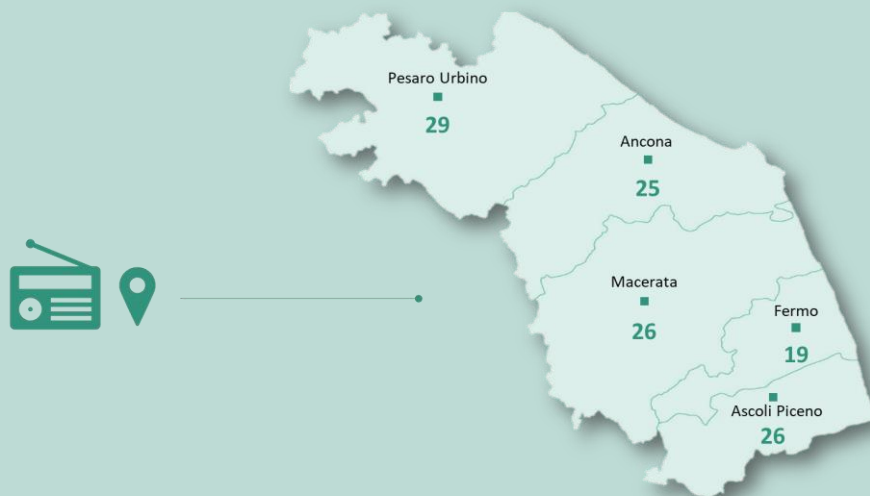
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



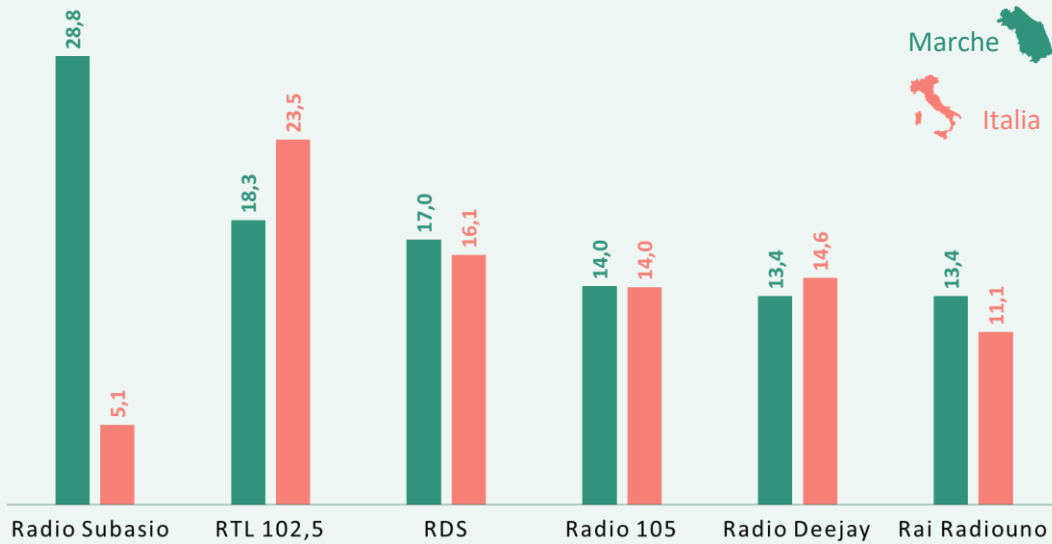
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



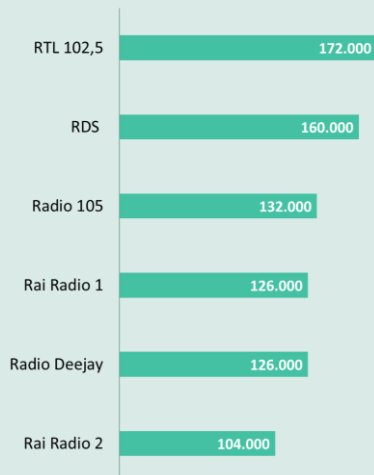
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



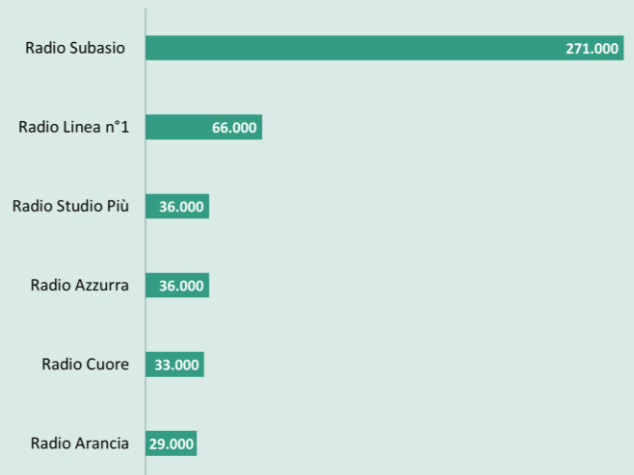
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



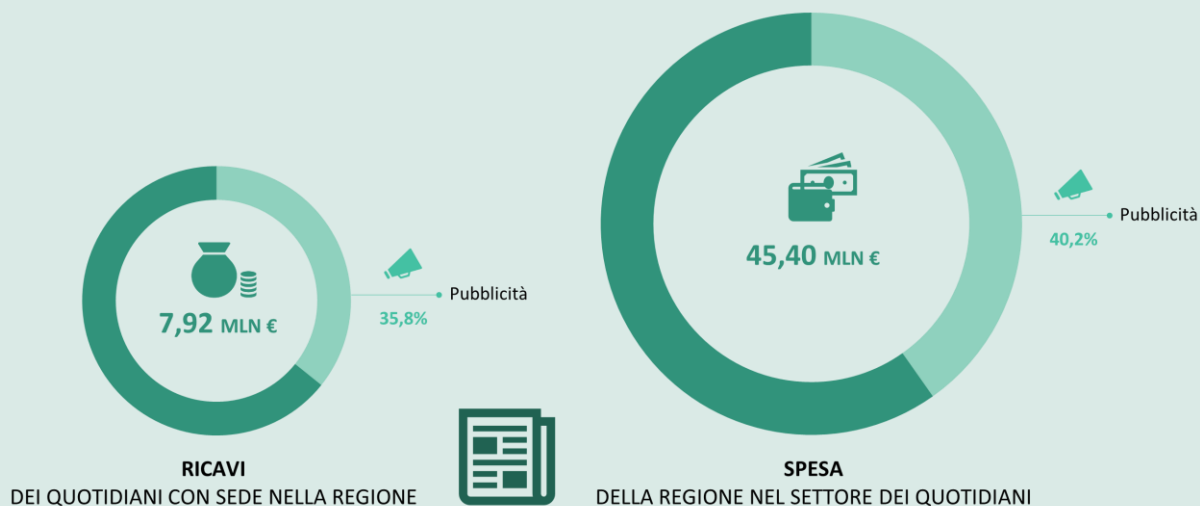
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



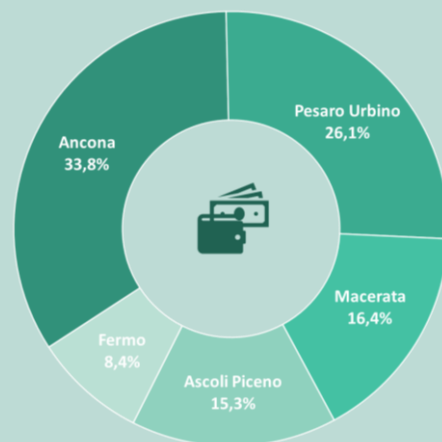
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



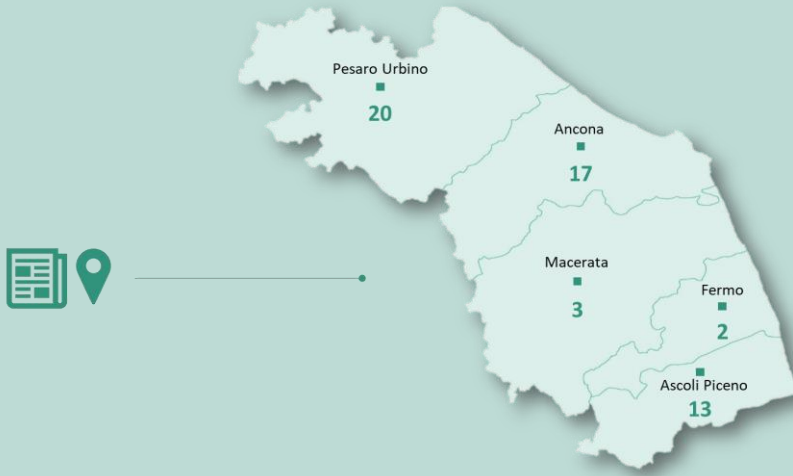
## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



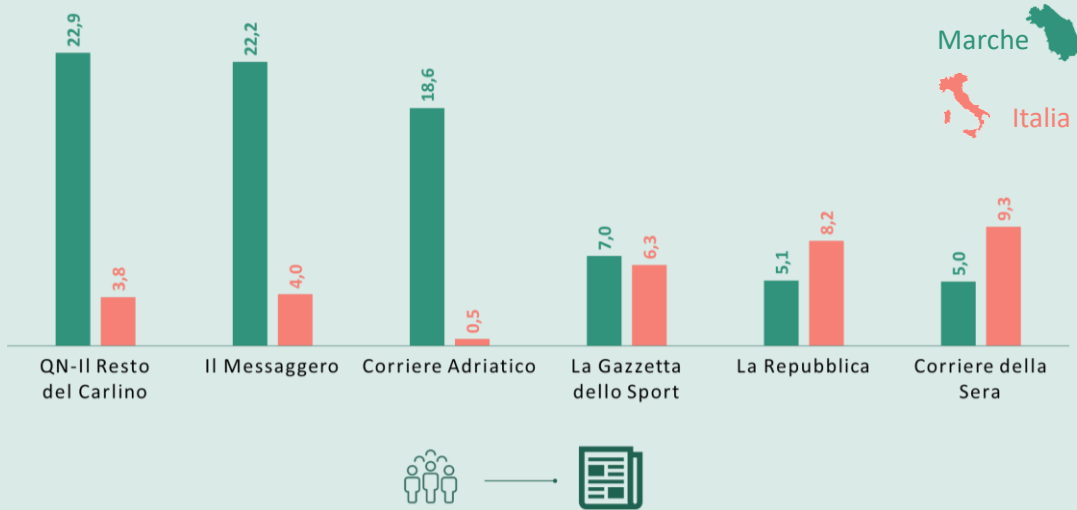
## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



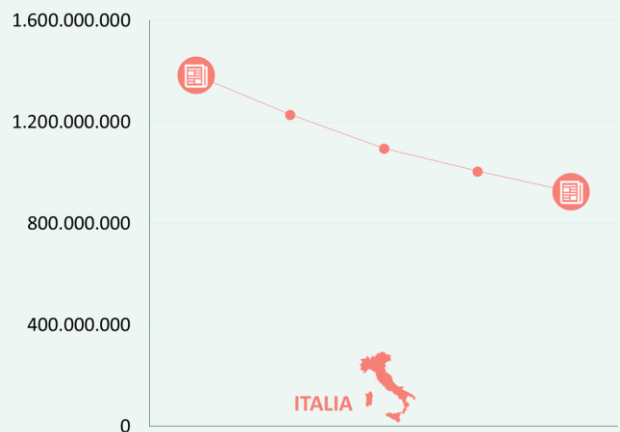
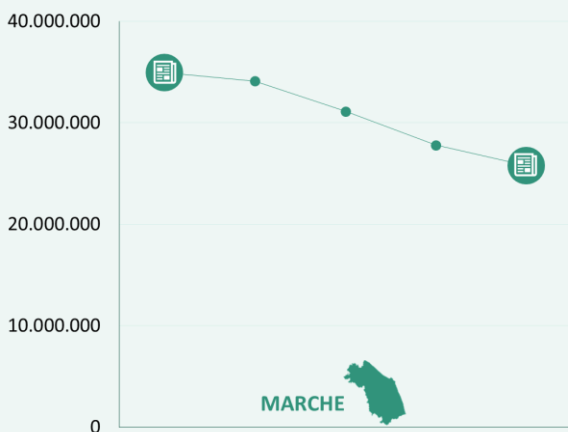
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



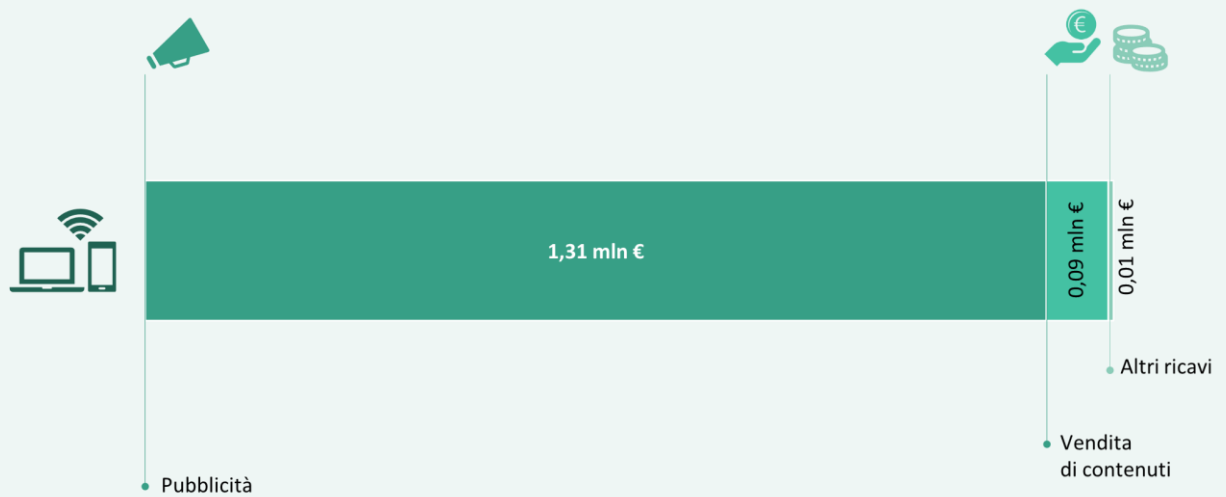
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



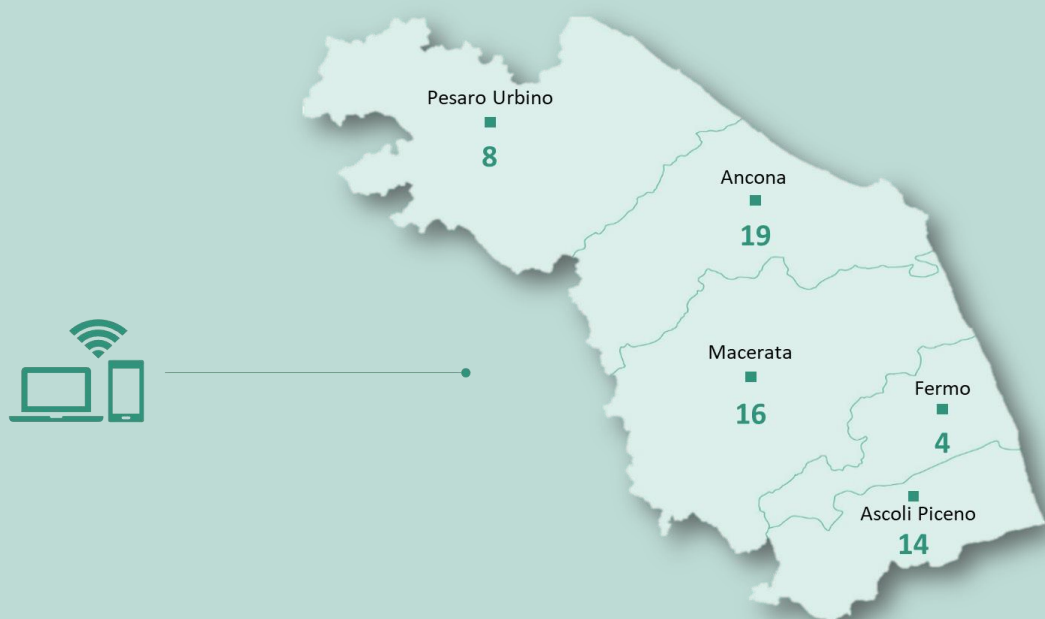
## Andamento delle copie vendute



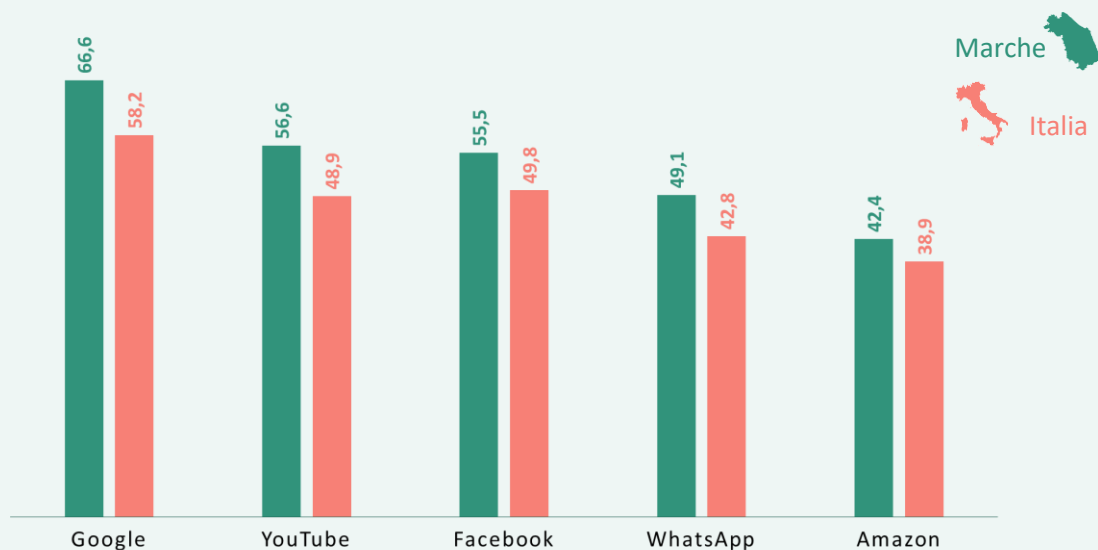
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



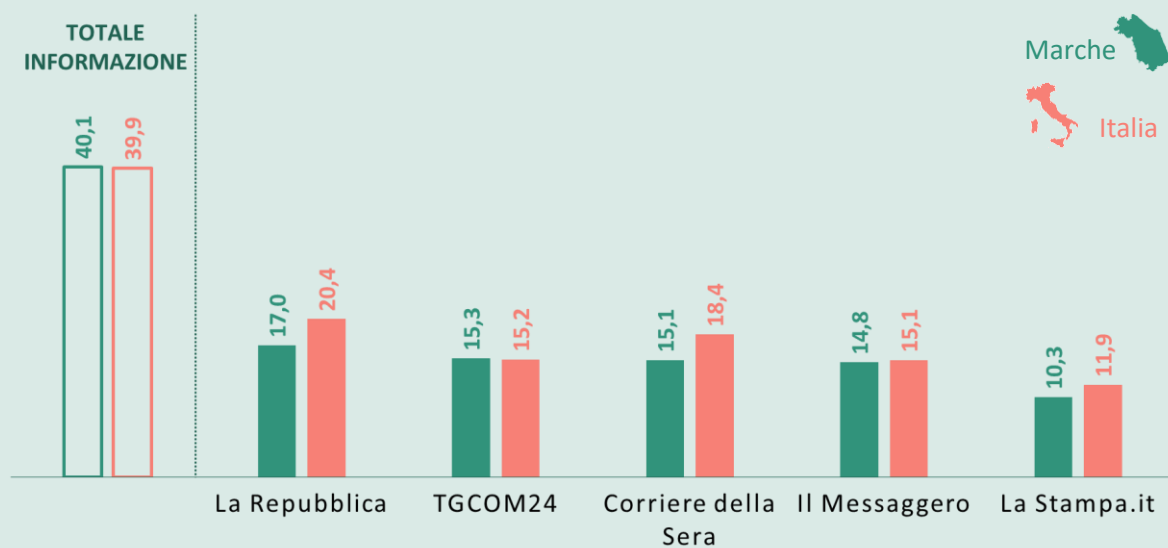
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# MOLISE



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 95% dei molisani si interessa di informazione locale
- ❖ TELEMOLISE primo gruppo per *total audience informativa* (69%)
- ❖ Dopo il canale televisivo Telemolise la fonte informativa più importante è il TGR



# Inquadramento regionale

AREA



4.461 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



308 mila

FAMIGLIE



128.137

ETÀ MEDIA



46,5 anni

PIL PRO CAPITE



19.673 €

IMPRESE ATTIVE



20.794

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,5% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



52.488

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

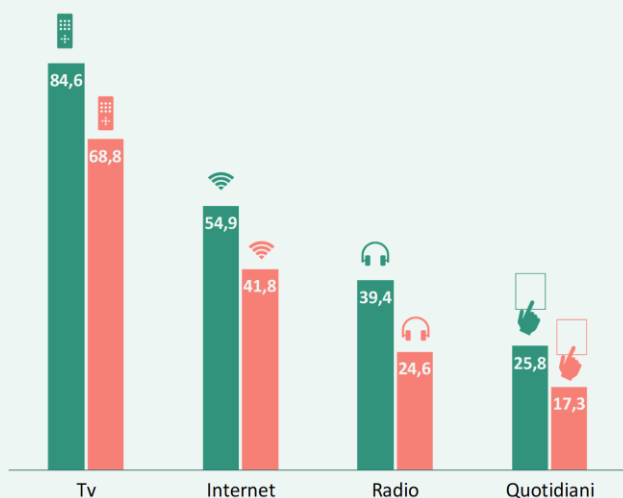


1,8% del totale

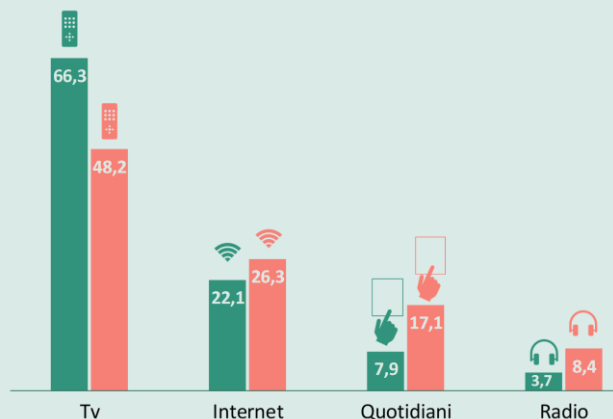
MOLISE

# Fruizione di informazione

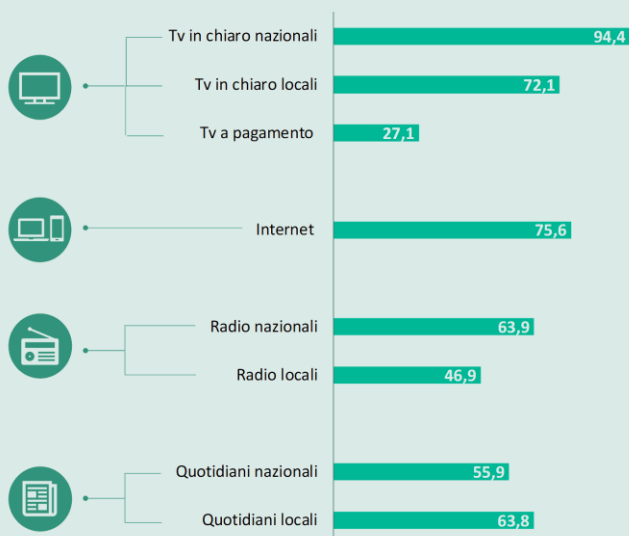
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



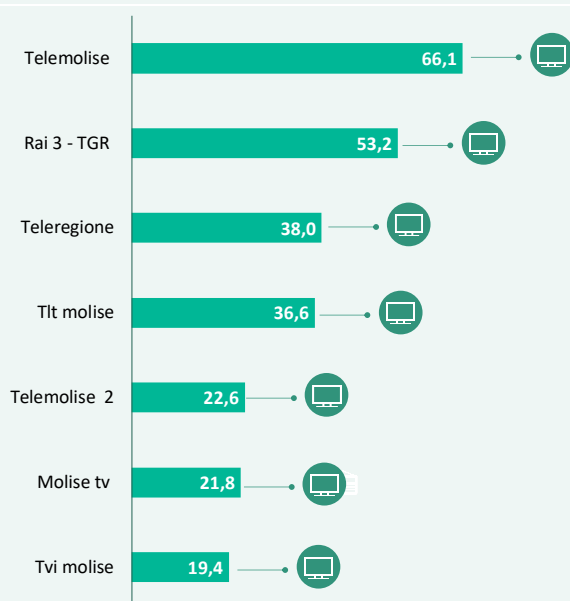
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

6



Emittenti  
televisive

7



Emittenti  
radiofoniche

2



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

25



Emittenti  
televisive

34



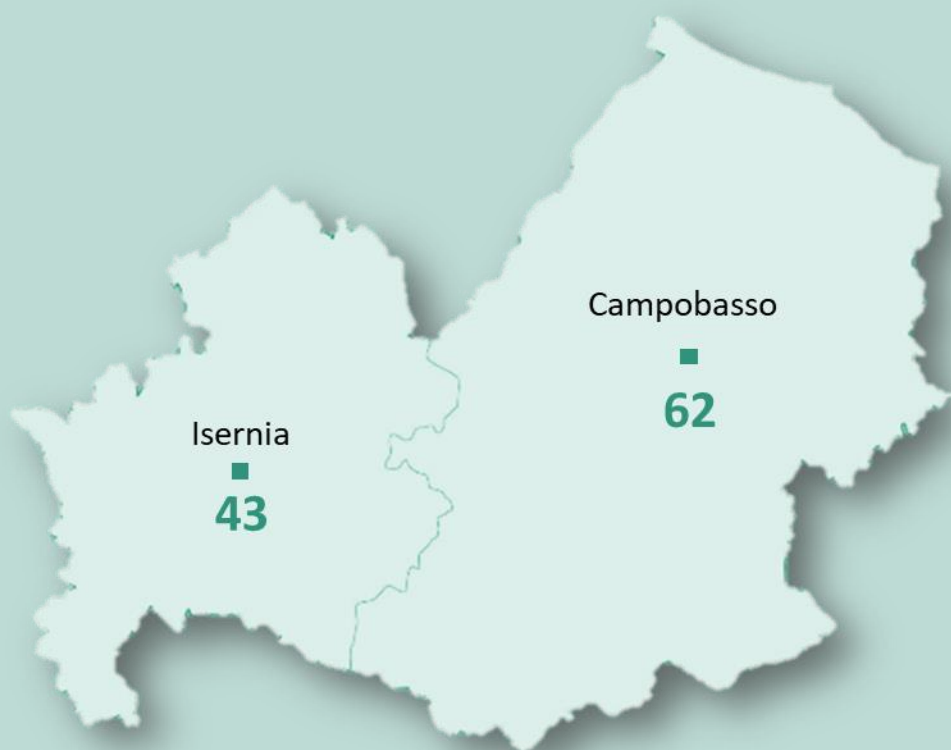
Emittenti  
radiofoniche

7



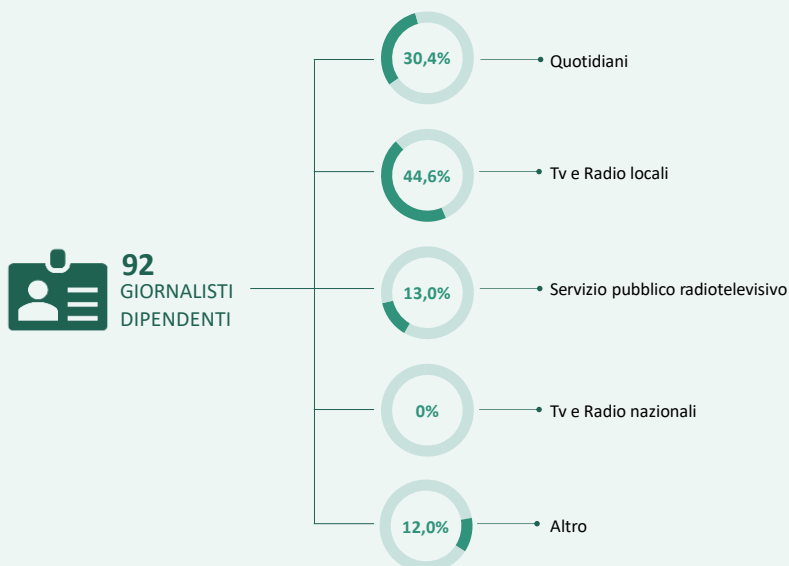
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**33**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**102**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

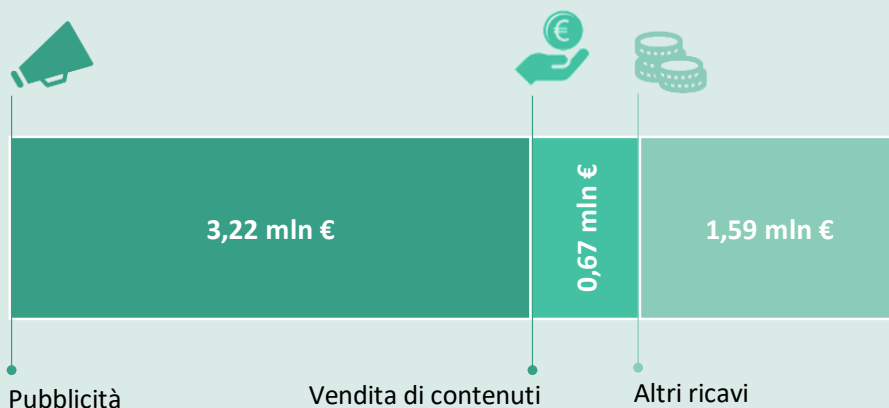
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	12,5%	37,5%	37,5%	12,5%	<b>100,0%</b>
Radio 	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

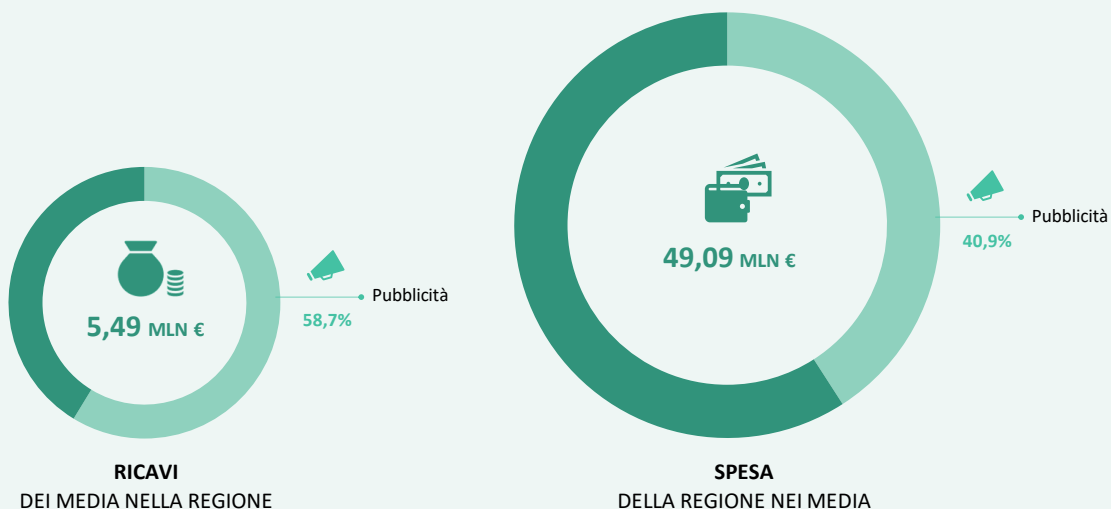
## Ricavi dei media con sede nella regione



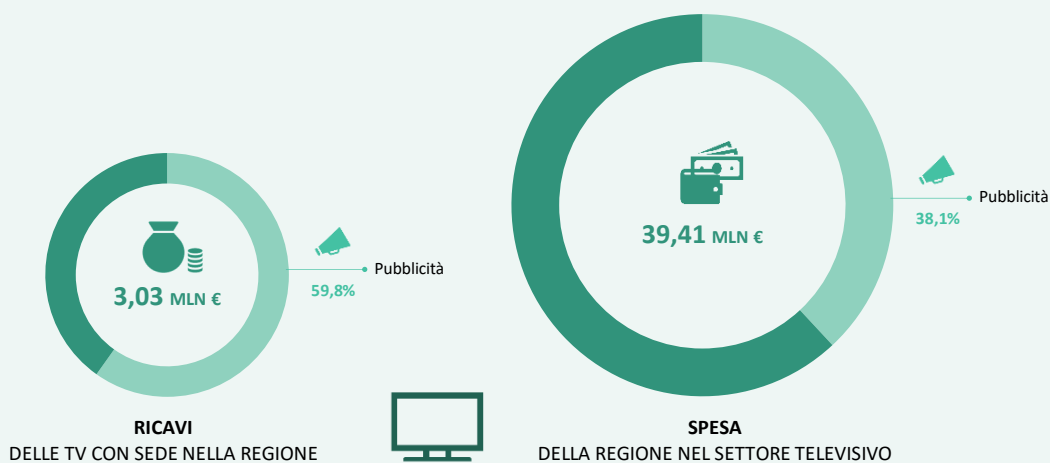
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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

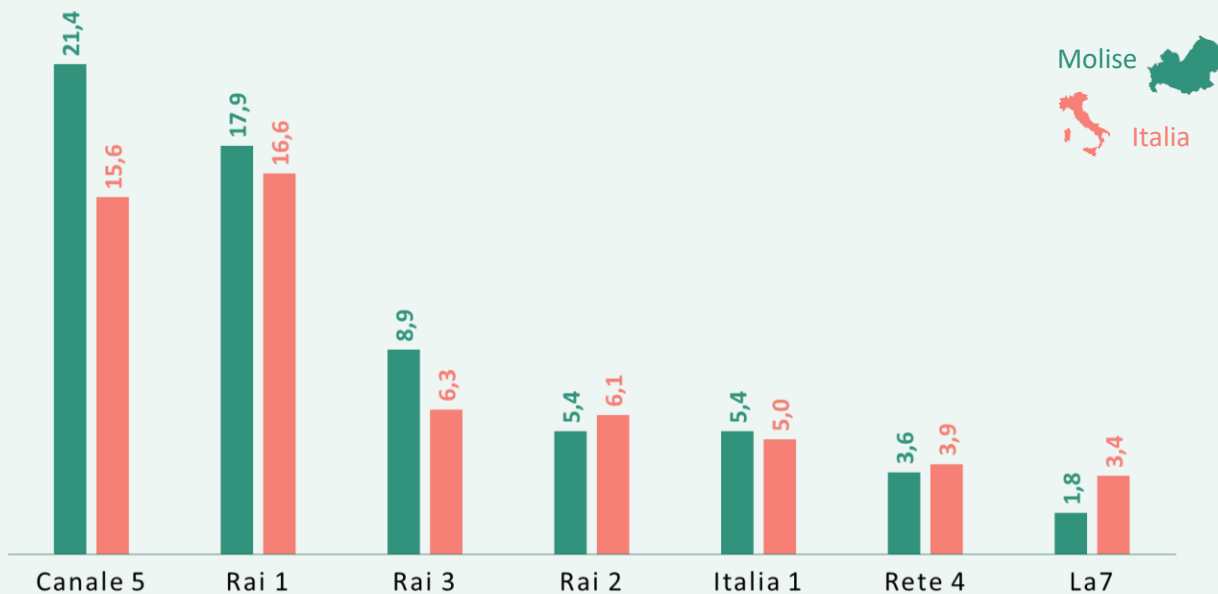


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

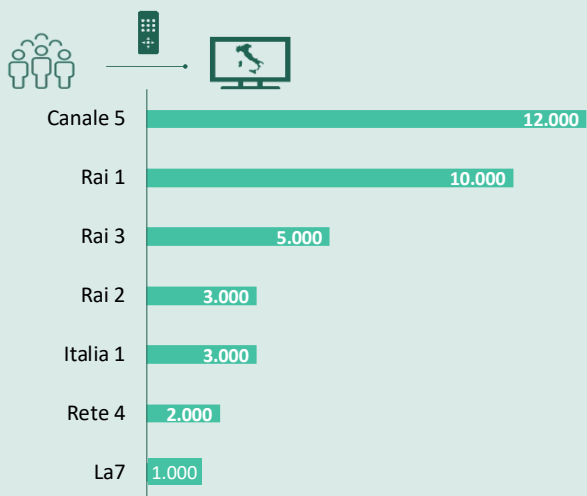


# Televisione

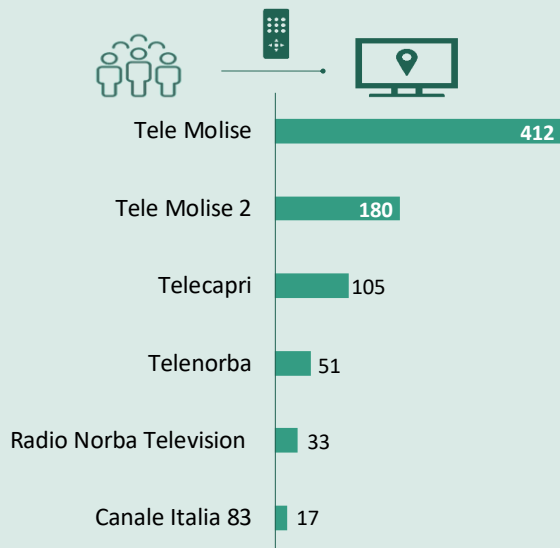
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



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

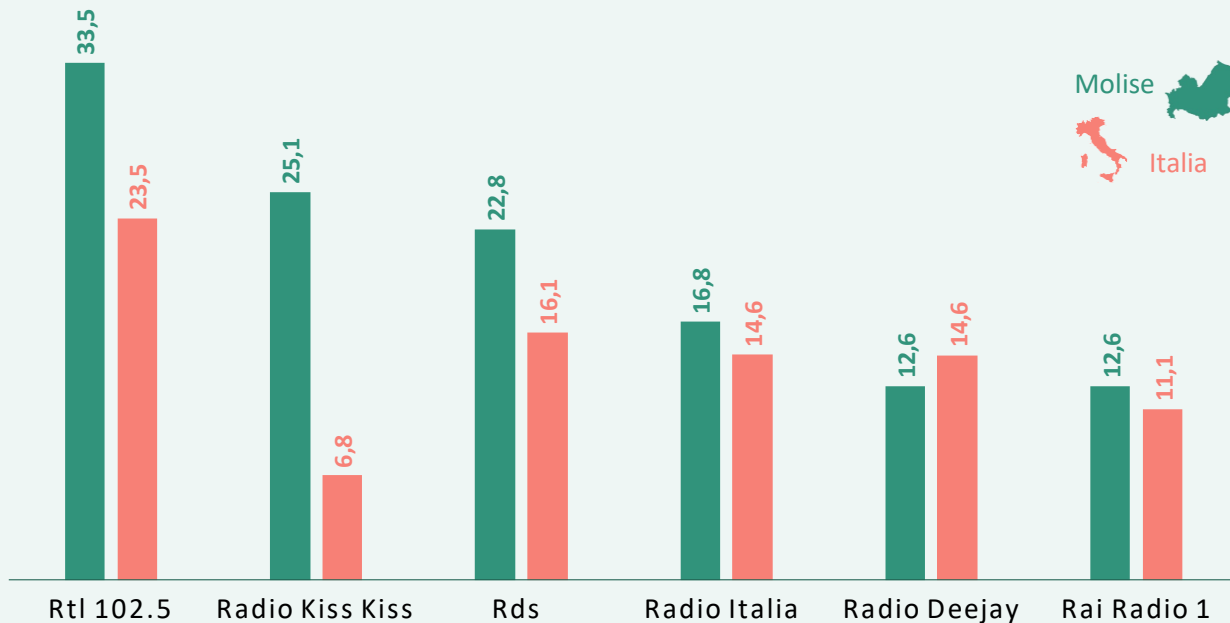


## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia

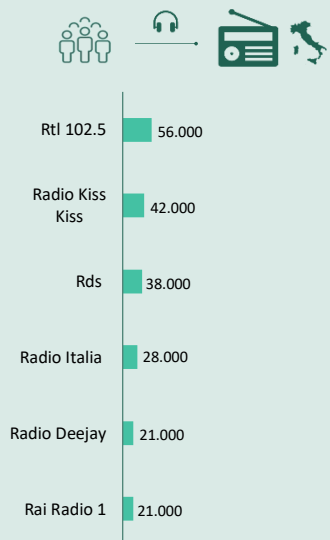




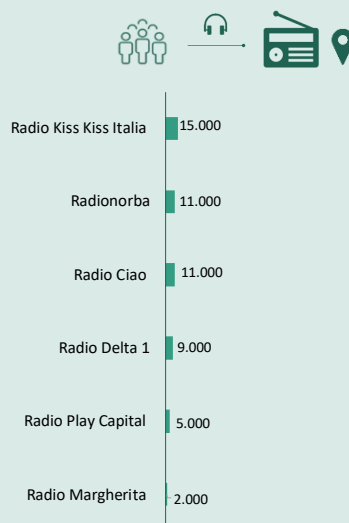
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



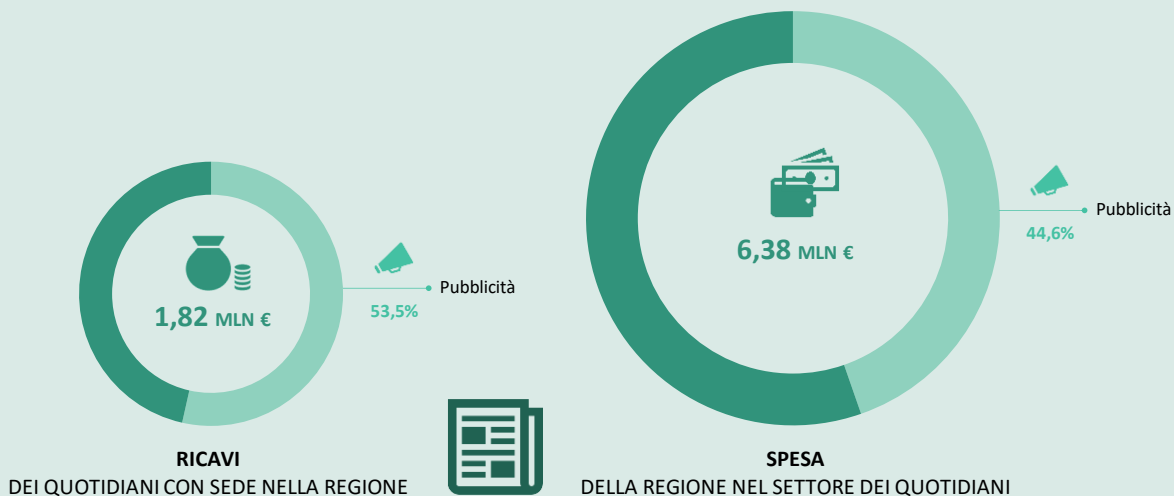
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



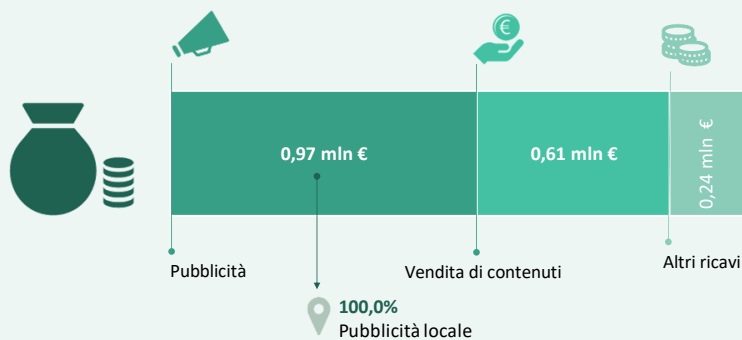
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



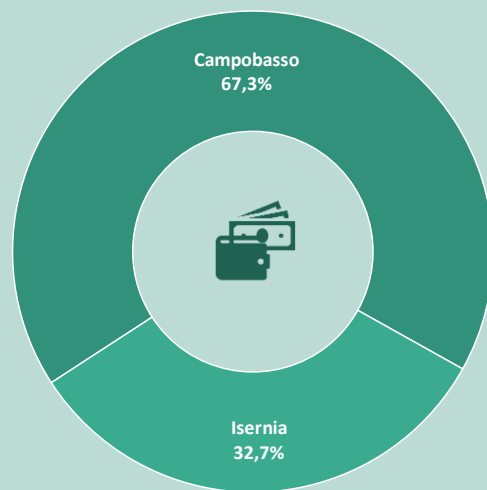
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

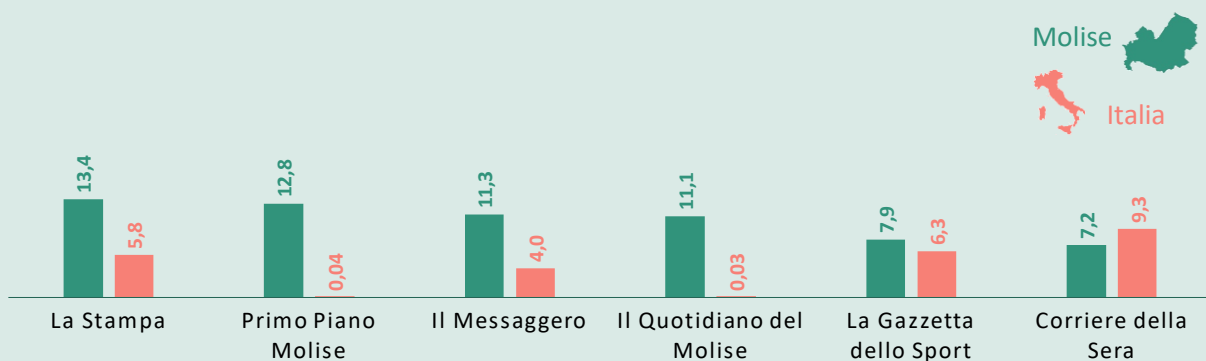


# Quotidiani

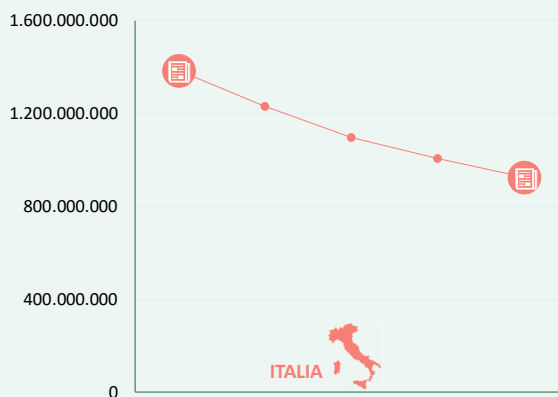
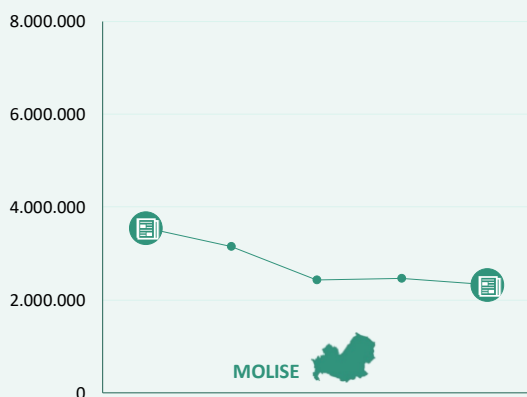
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



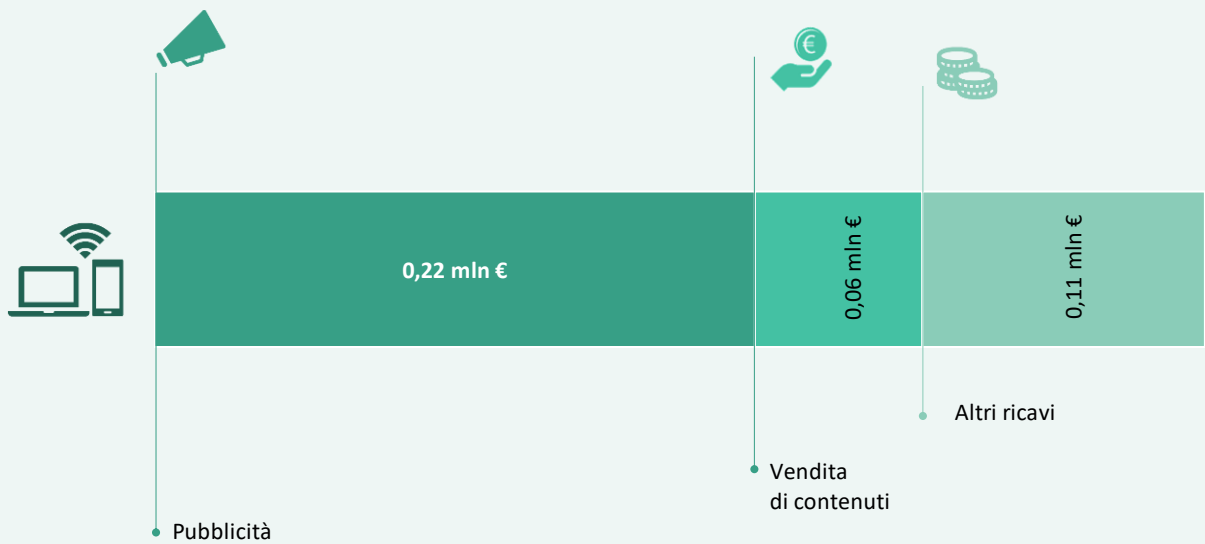
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

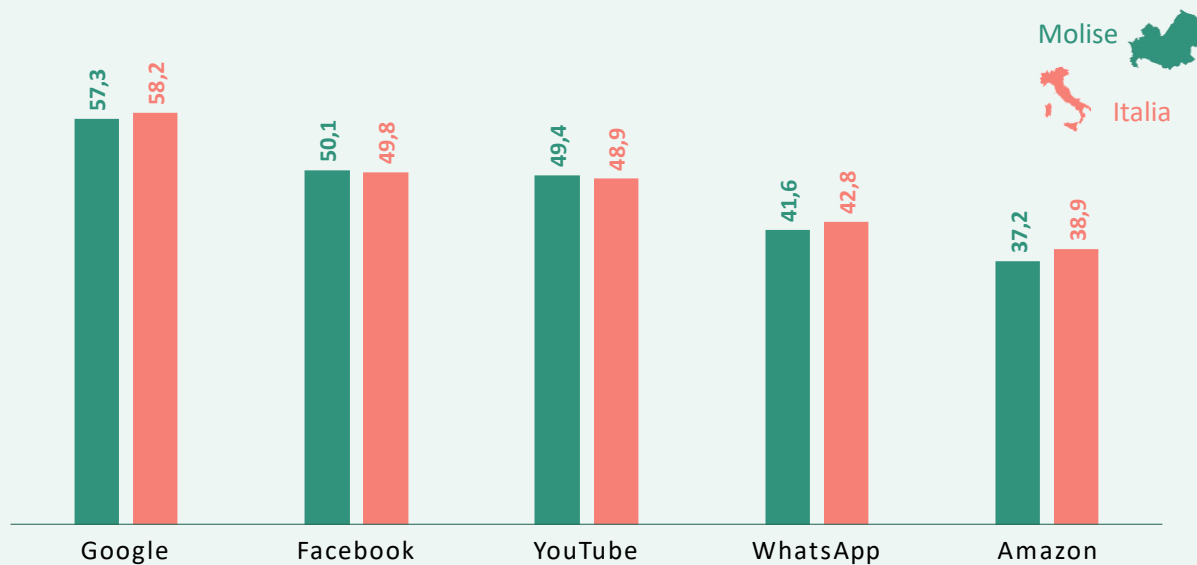


## Editori online con sede nella regione

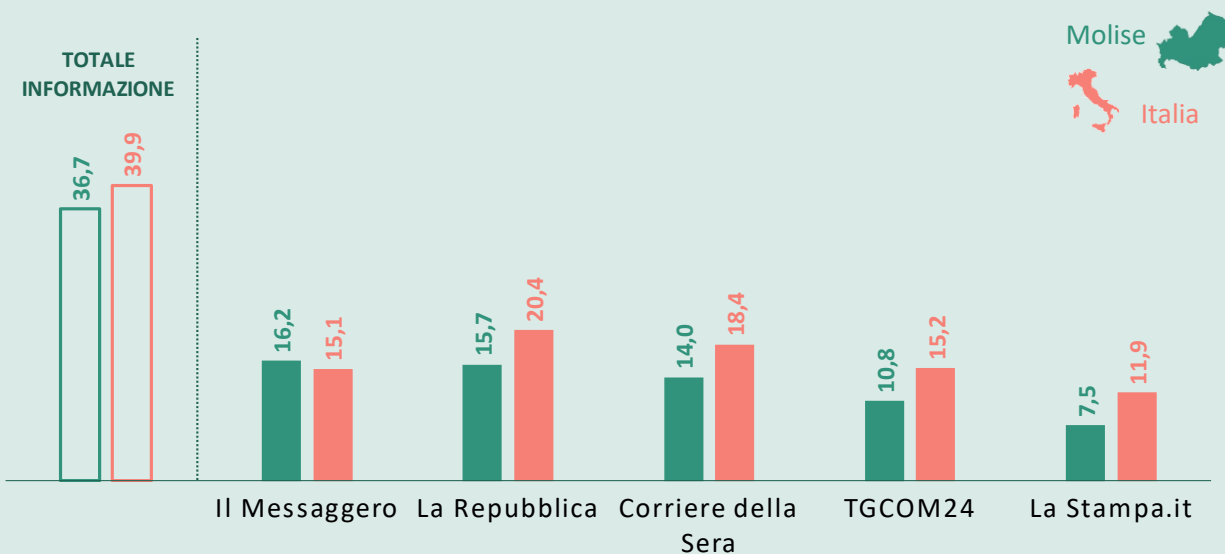


# Internet

### Reach online dei primi 5 brand (%)



### Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# PIEMONTE



## CO.RE.COM. PIEMONTE

Piazza Solferino, 22  
10121 – Torino  
corecom@cert.cr.piemonte.it  
Presidente: Alessandro De Cillis

## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 78% dei piemontesi si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (39%)
- ❖ Dopo il quotidiano La Stampa la fonte informativa più importante è il TGR

# Inquadramento regionale

AREA



25.387 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



4,376 milioni

FAMIGLIE



1.953.360

ETÀ MEDIA



46,8 anni

PIL PRO CAPITE



29.488 €

IMPRESE ATTIVE



325.839

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,3% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



1.311.011

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

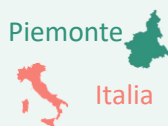
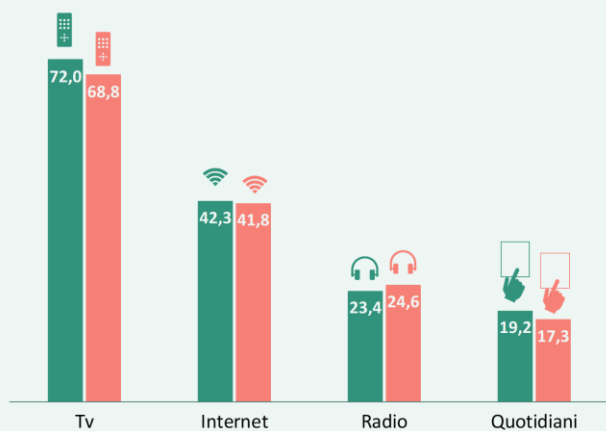


4,1% del totale

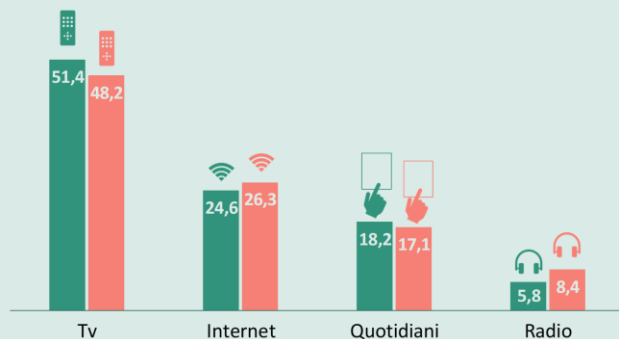
PIEMONTE

# Fruizione di informazione

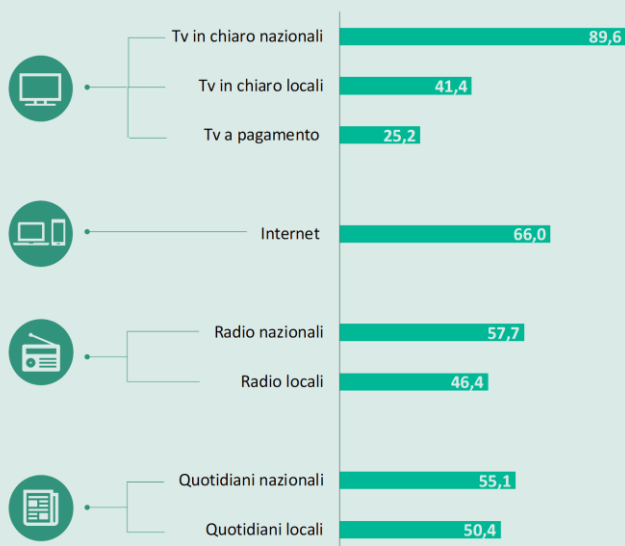
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



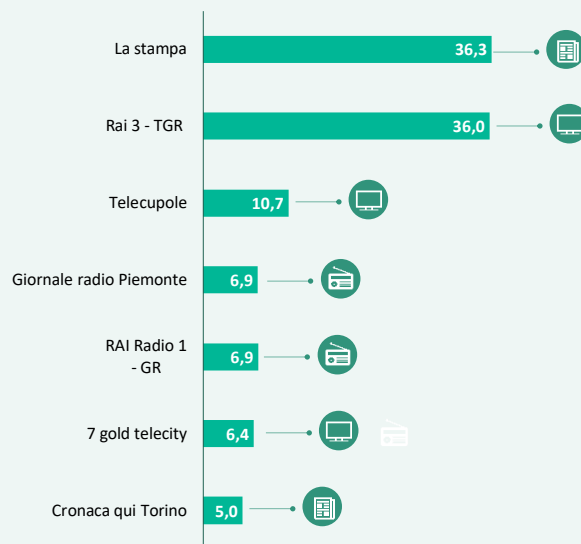
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

17



Emittenti  
televisive

55



Emittenti  
radiofoniche

1



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

38



Emittenti  
televisive

90



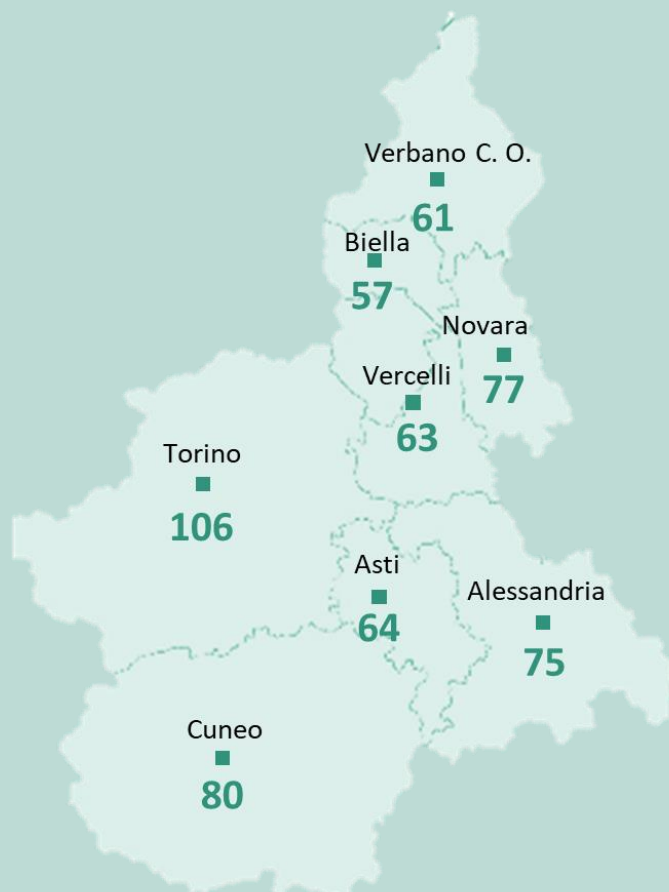
Emittenti  
radiofoniche

29



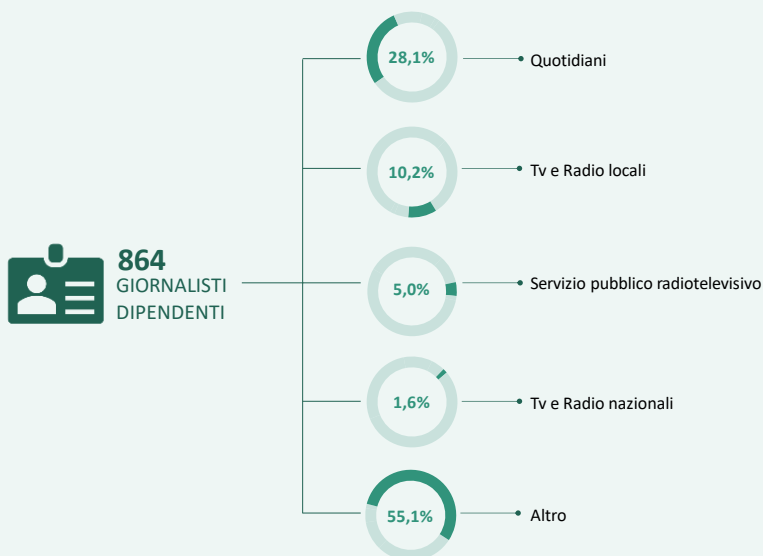
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**190**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**1.275**

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 	11,1%	22,2%	27,8%	38,9%	<b>100,0%</b>
Radio 	66,7%	29,3%	2,0%	2,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	25,0%	0,0%	0,0%	75,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

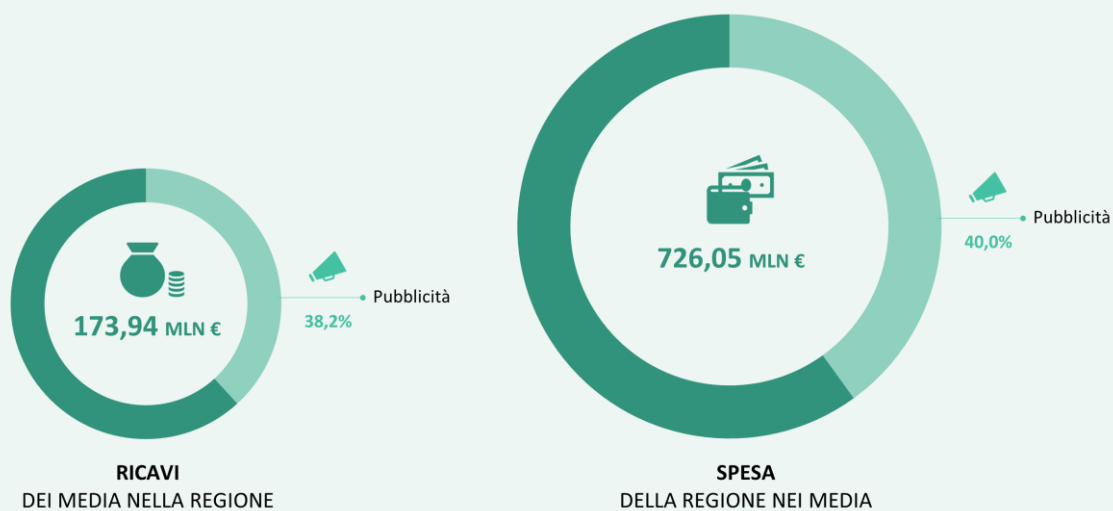
## Ricavi dei media con sede nella regione



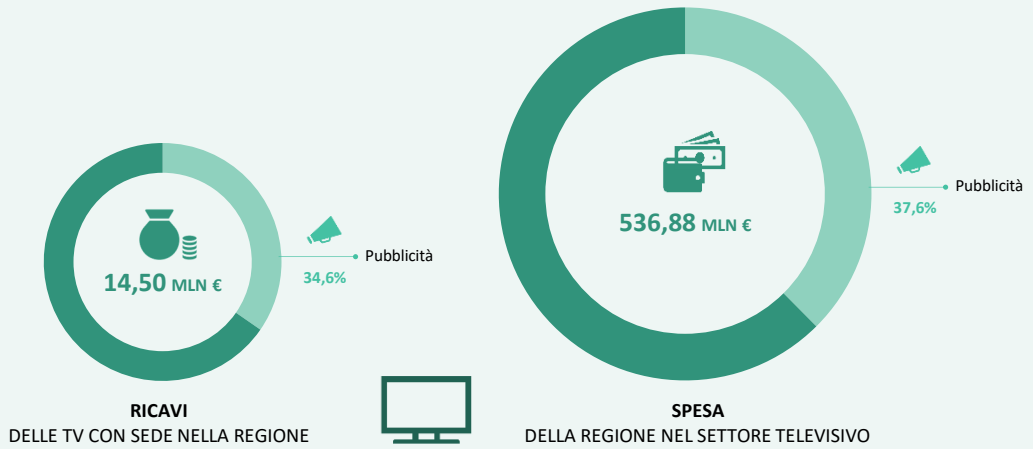
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



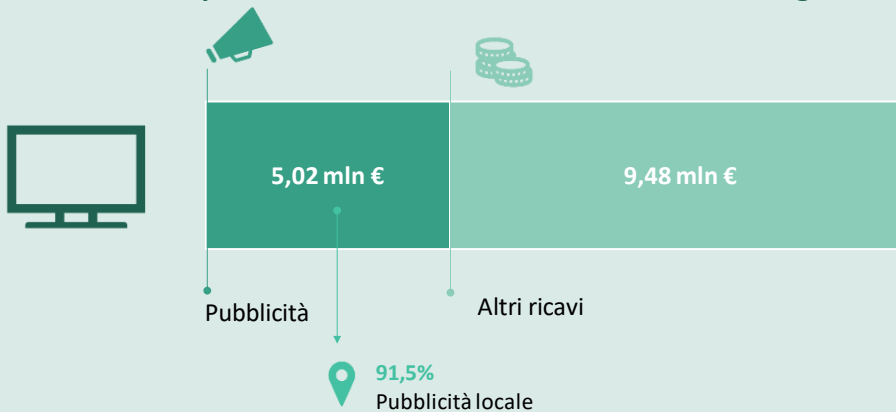
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



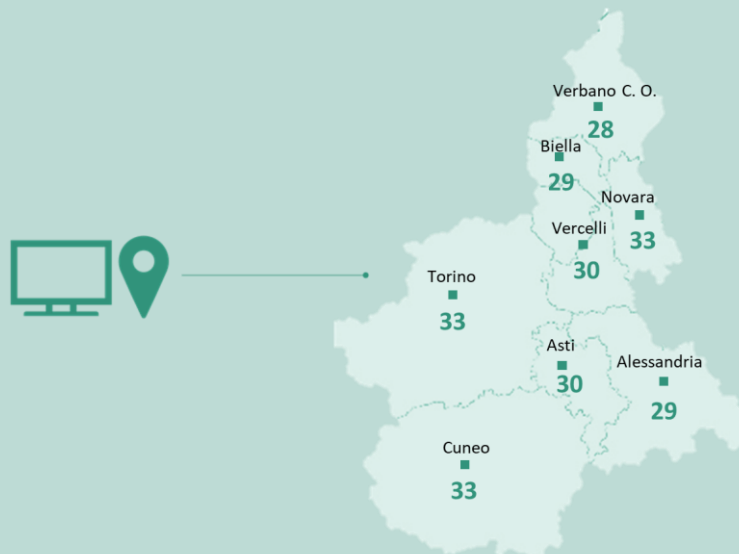
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

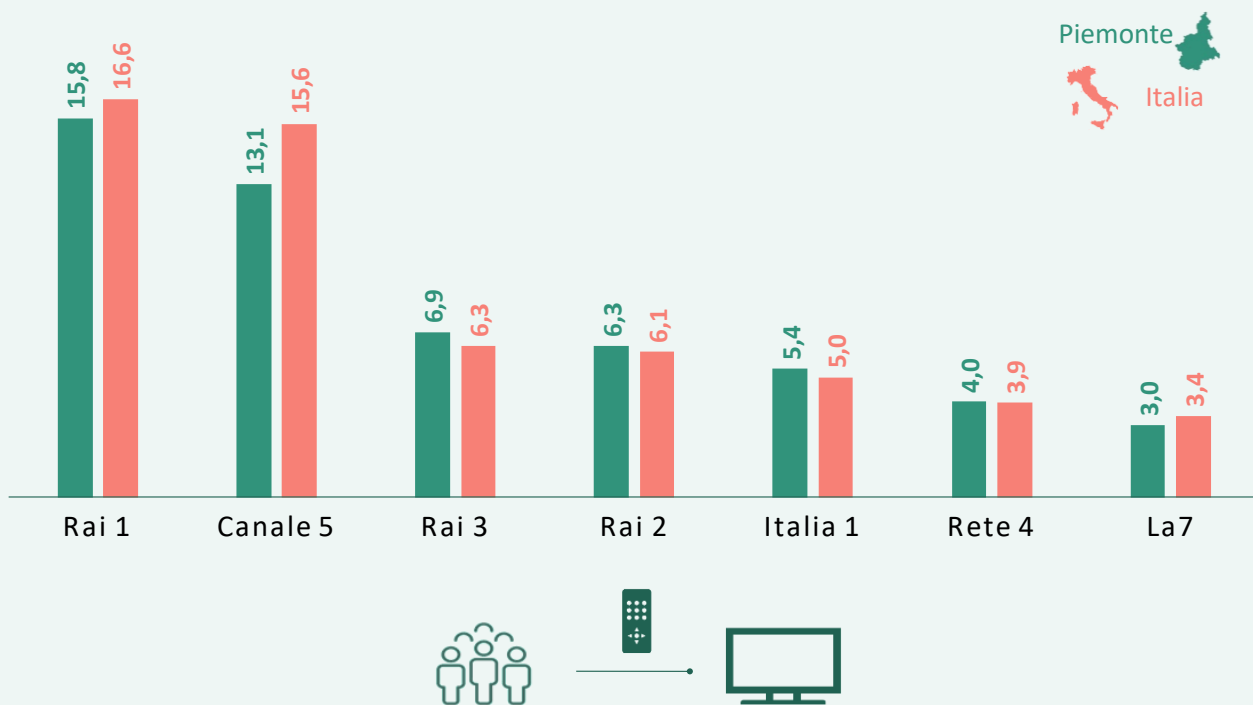


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

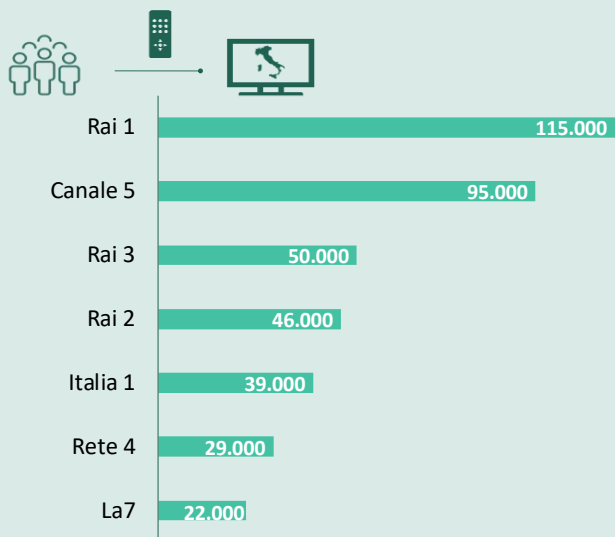


# Televisione

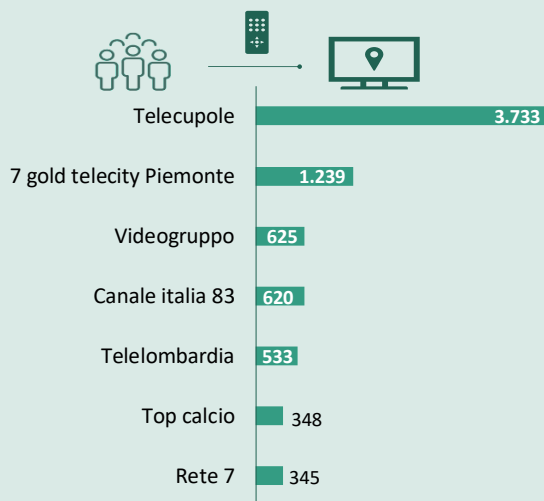
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



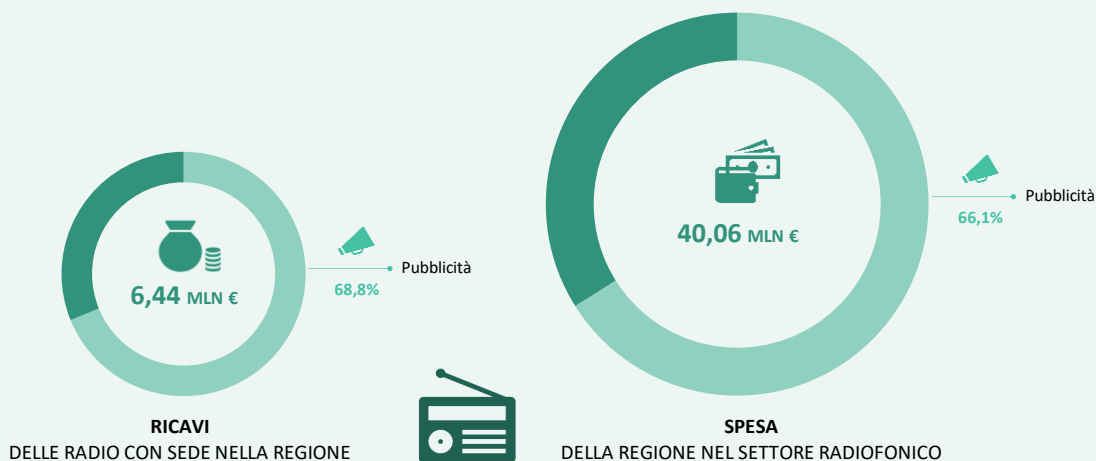
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



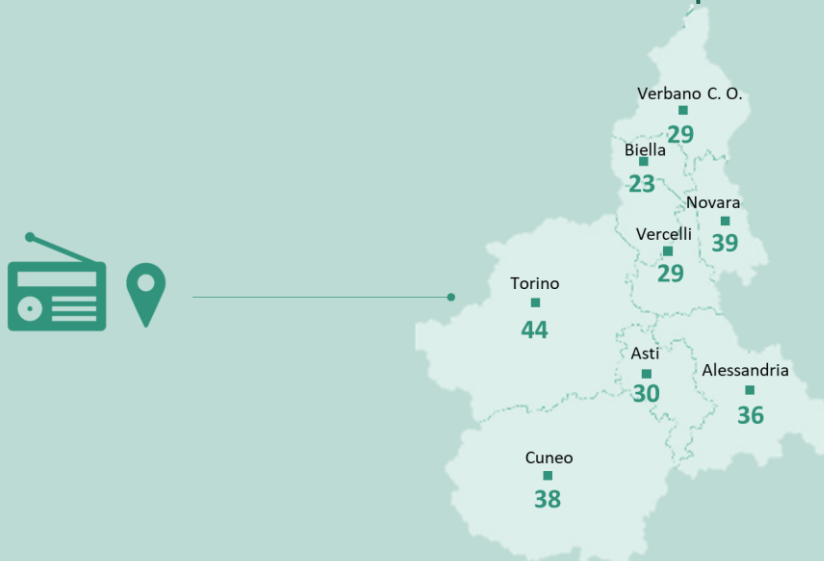
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



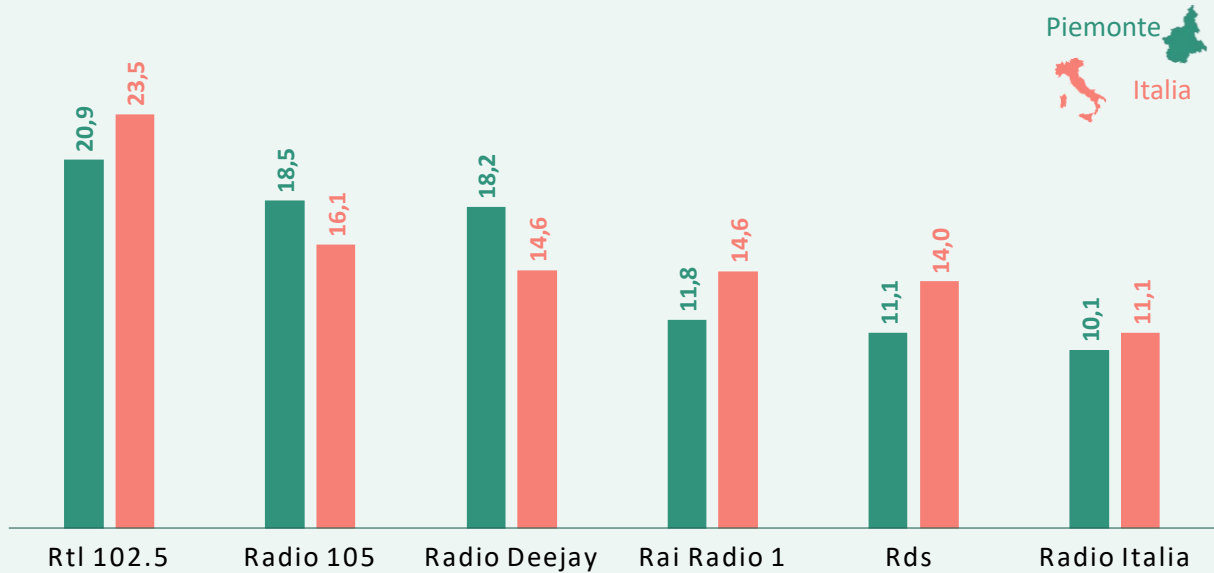
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



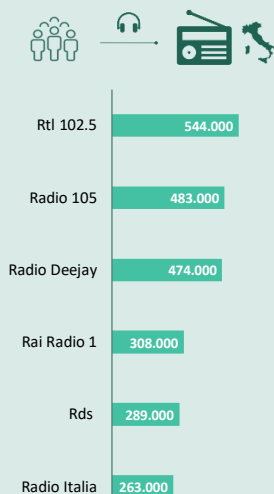
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



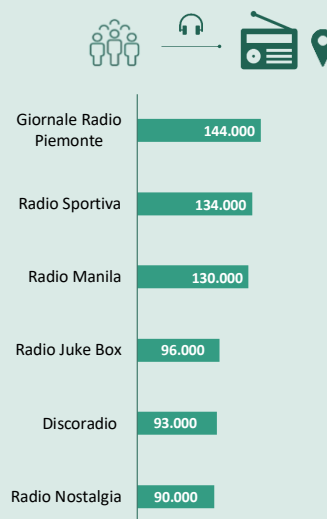
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



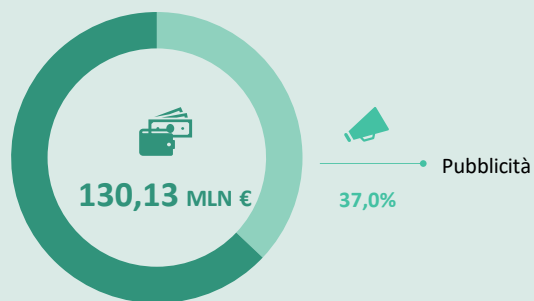
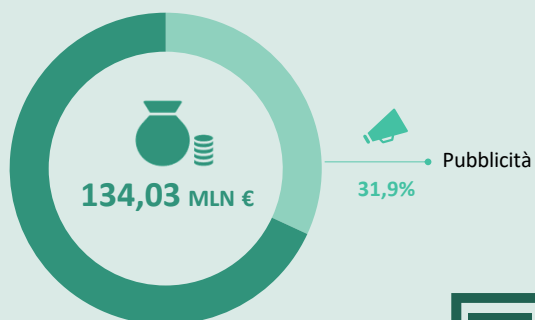
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



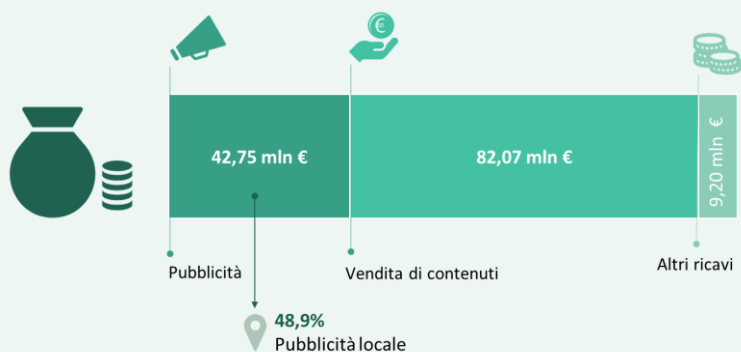
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



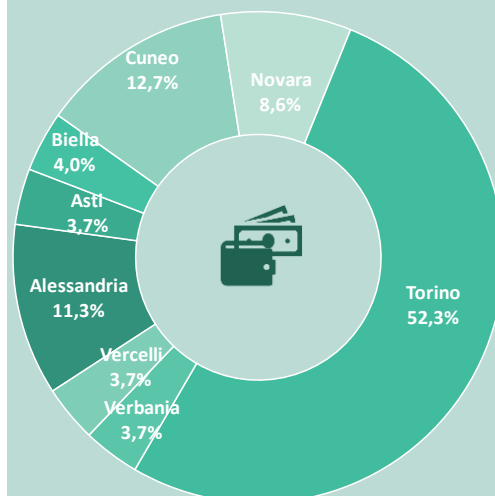
**RICAVI**  
DEI QUOTIDIANI CON SEDE NELLA REGIONE

**SPESA**  
DELLA REGIONE NEL SETTORE DEI QUOTIDIANI

## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



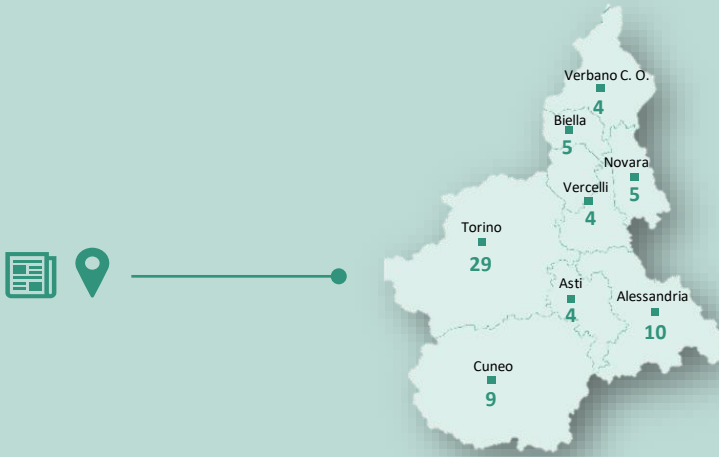
## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



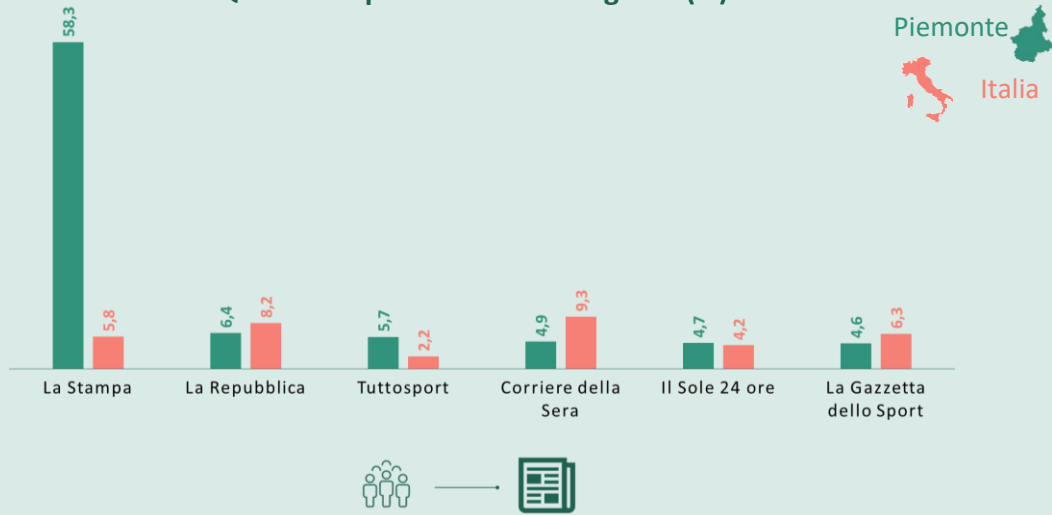


# Quotidiani

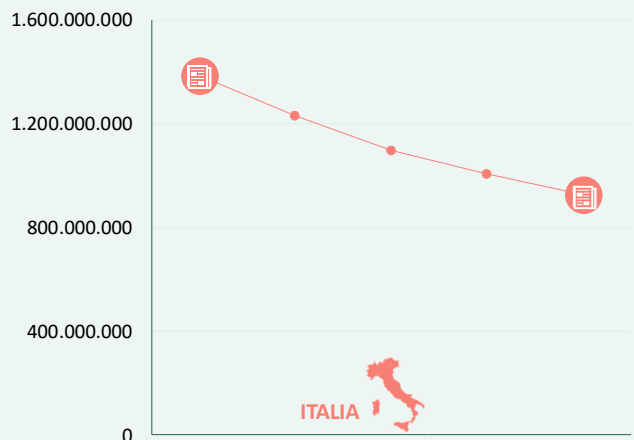
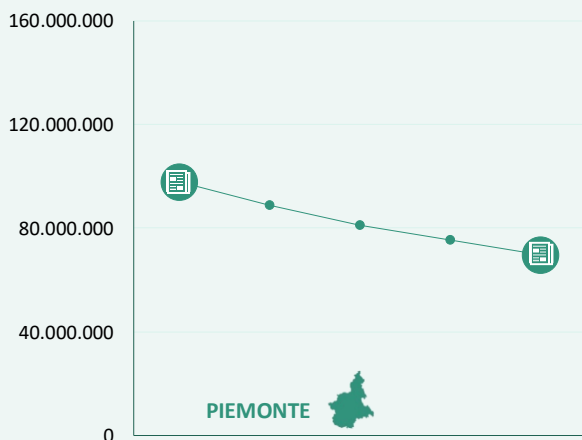
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



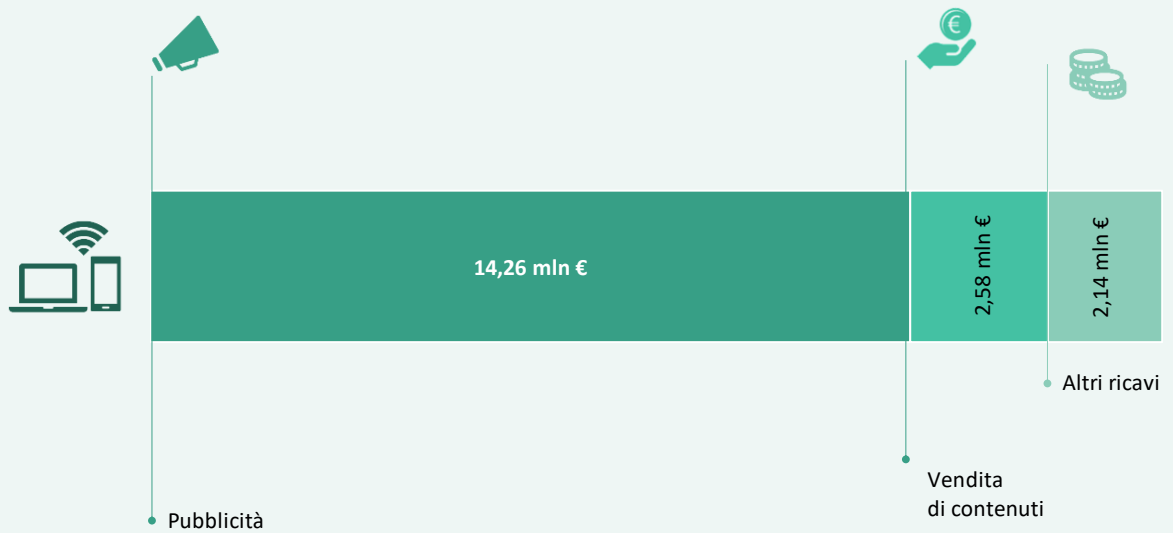
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



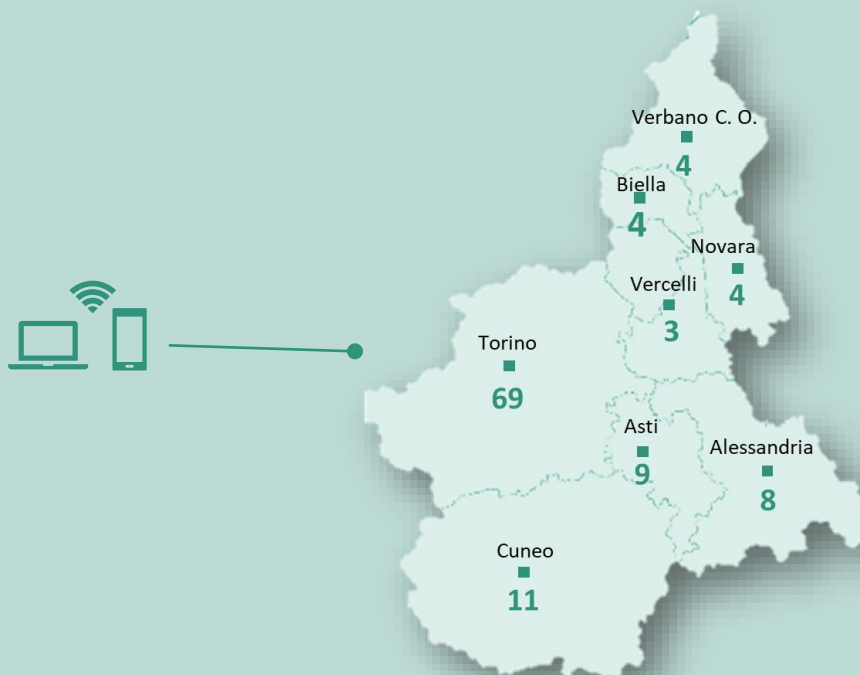
## Andamento delle copie vendute



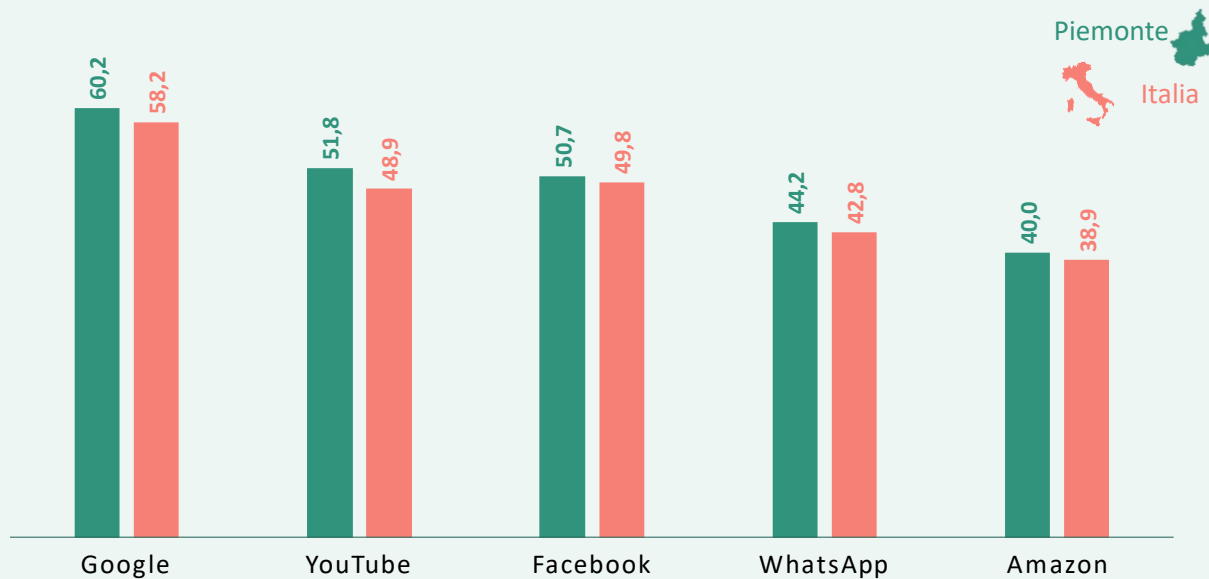
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



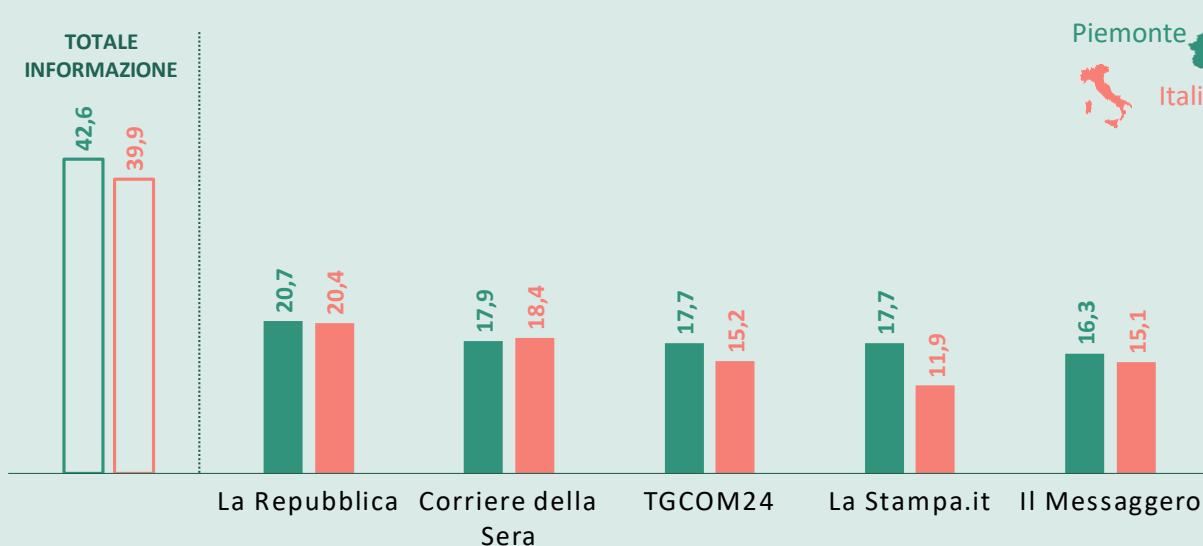
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# PUGLIA



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'89% dei pugliesi si interessa di informazione locale
- ❖ GRUPPO NORBA primo gruppo per *total audience informativa* (47%)
- ❖ Dopo il canale televisivo Telenorba 7 la fonte informativa più importante è il TGR

# Inquadramento regionale

AREA



19.541 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



4,048 milioni

FAMIGLIE



1.533.468

ETÀ MEDIA



44,4 anni

PIL PRO CAPITE



17.400 €

IMPRESE ATTIVE



252.478

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,6% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



730.704

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

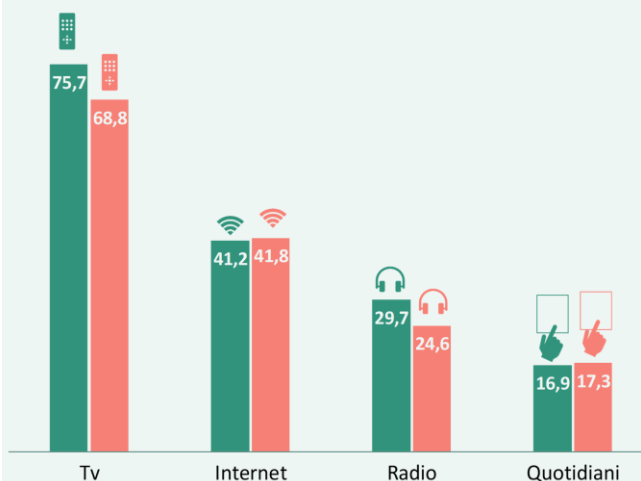


1,6% del totale

PUGLIA

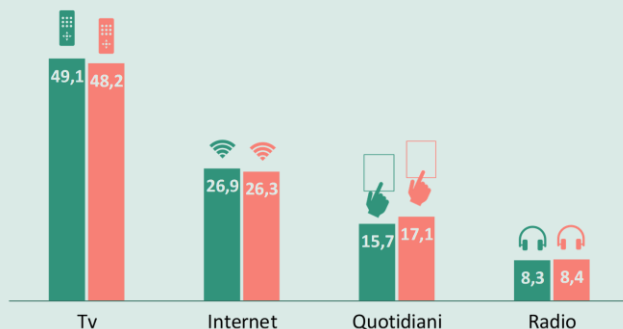
# Fruizione di informazione

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



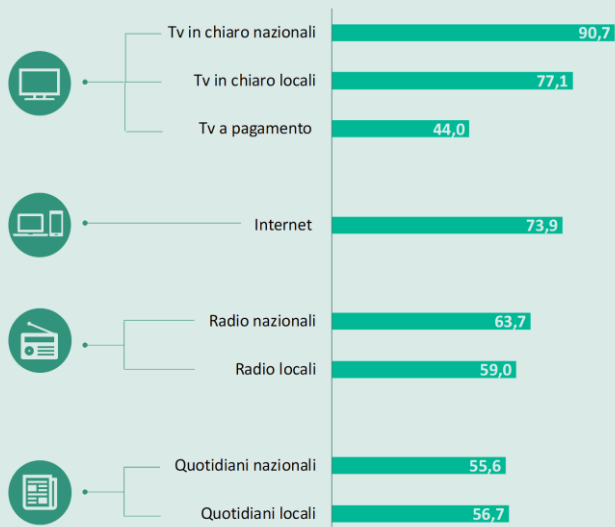
Puglia   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

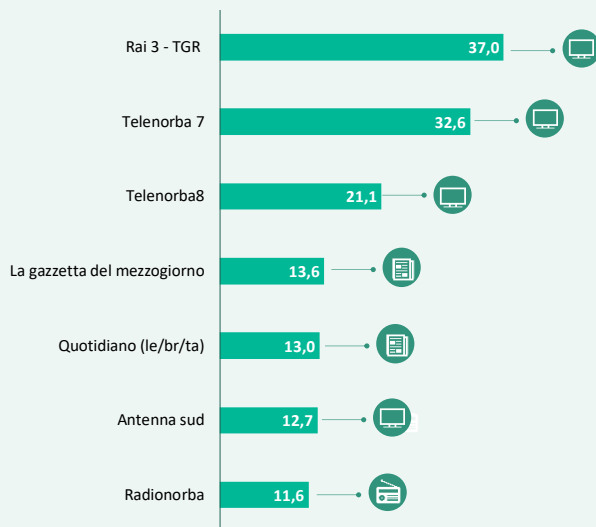


Puglia   
Italia 

## 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

42



Emittenti  
televisive

107



Emittenti  
radiofoniche

5



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

55



Emittenti  
televisive

136



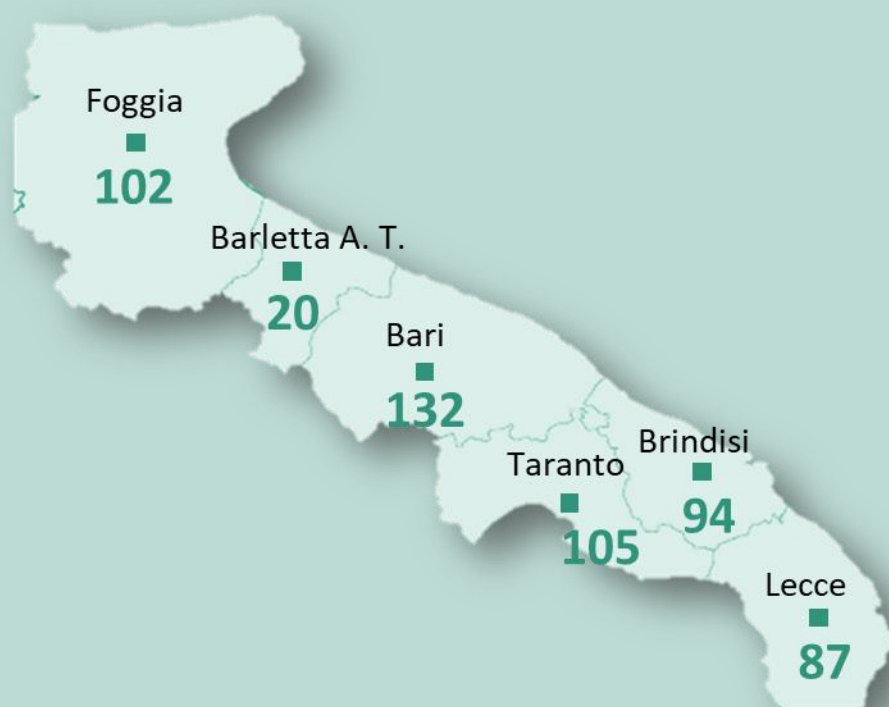
Emittenti  
radiofoniche

14



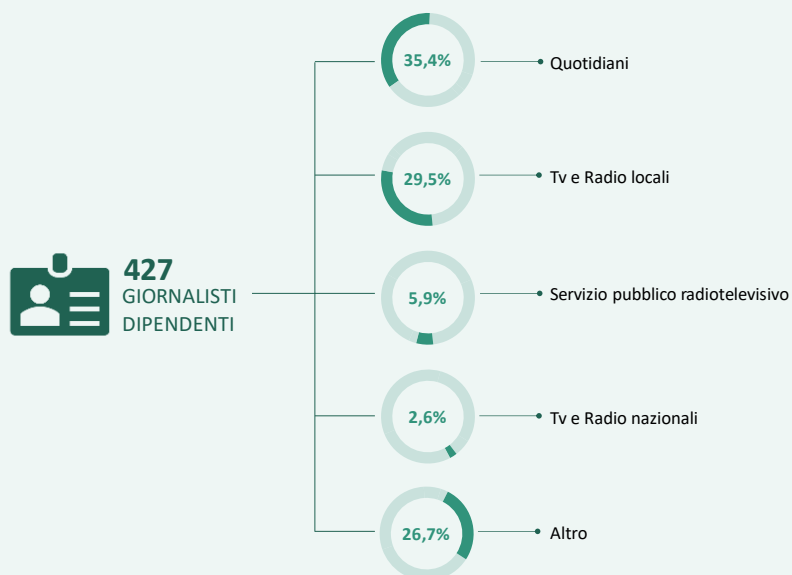
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**237**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**704**

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	35,7%	42,9%	9,5%	11,9%	<b>100,0%</b>
Radio	86,7%	12,0%	0,0%	1,3%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	<b>100,0%</b>



# Fonti di finanziamento

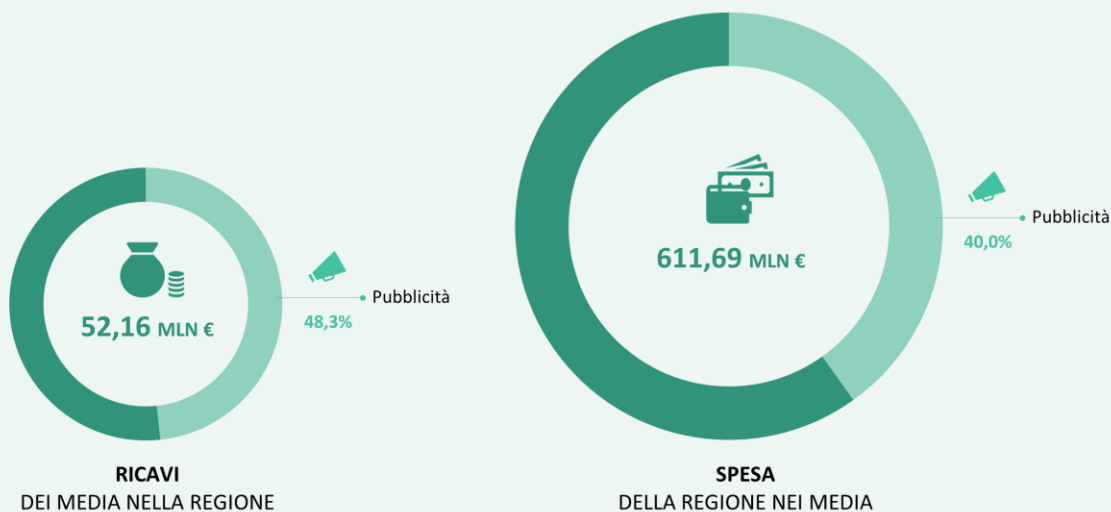
## Ricavi dei media con sede nella regione



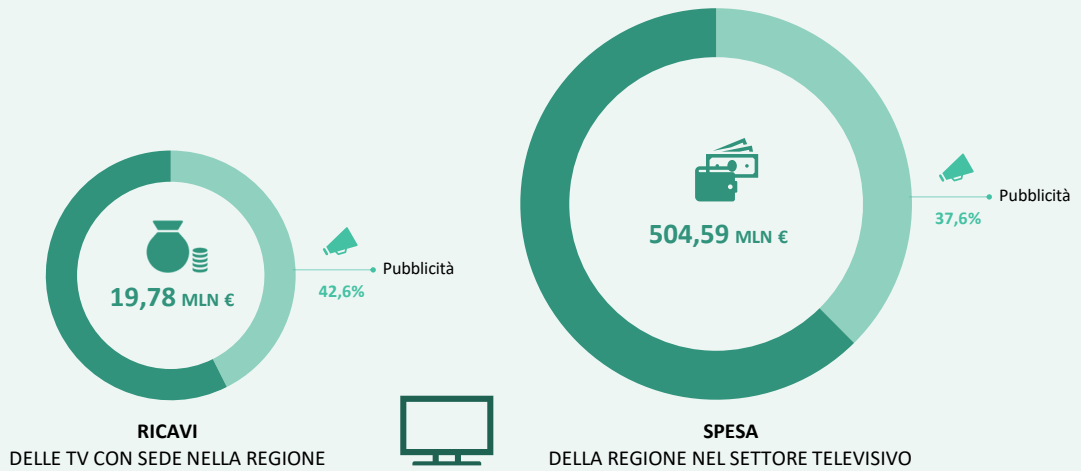
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



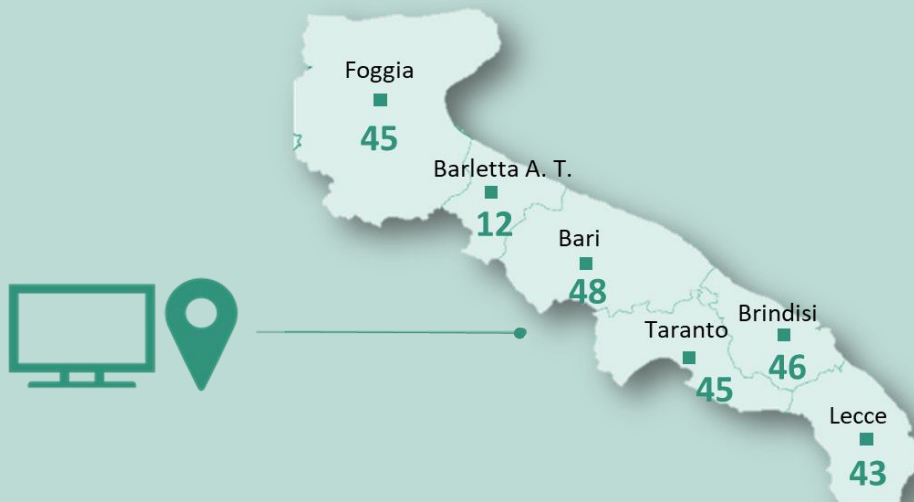
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

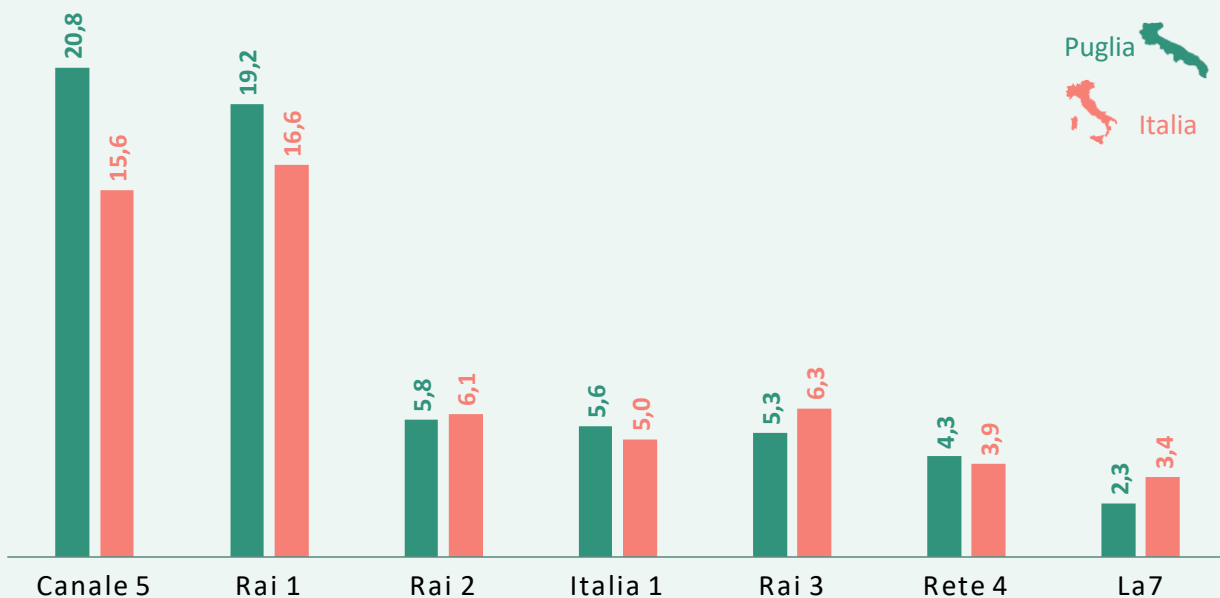


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

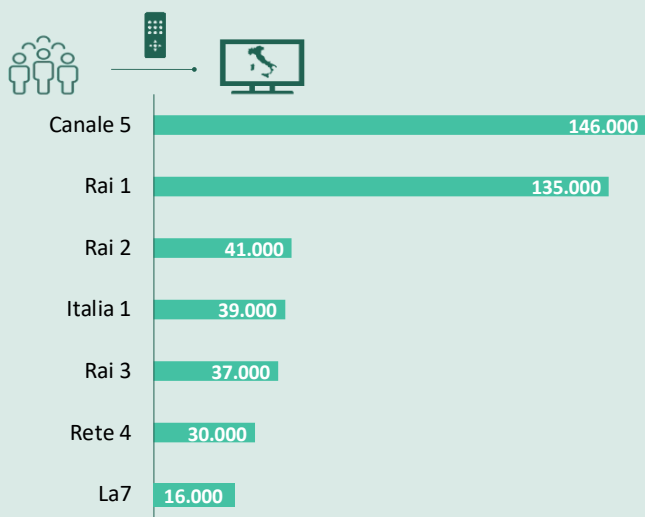


# Televisione

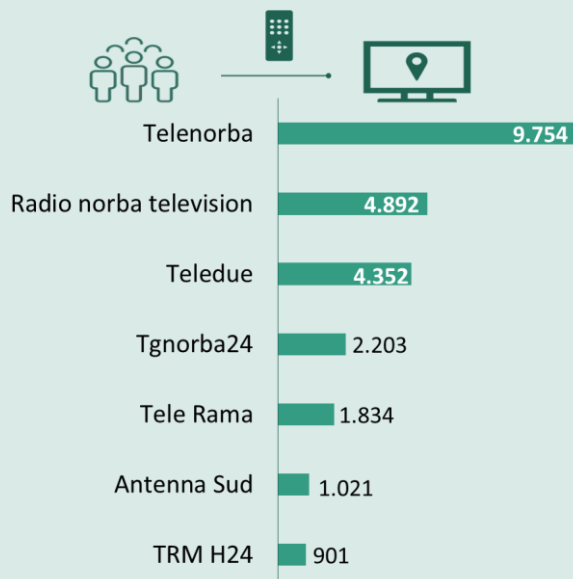
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



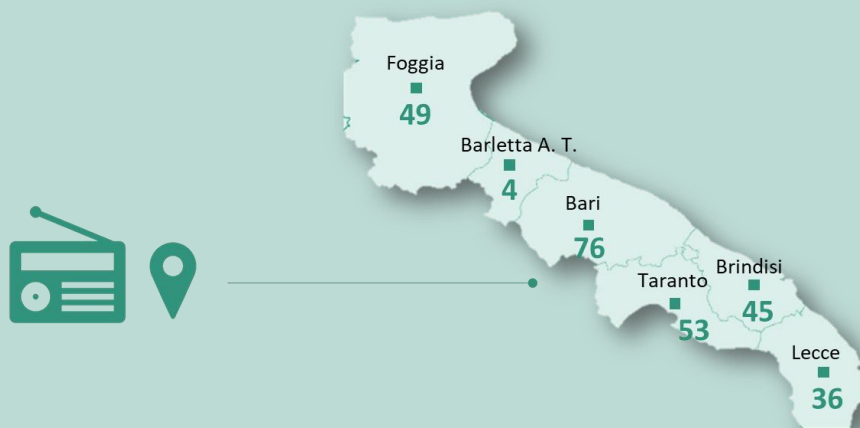
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



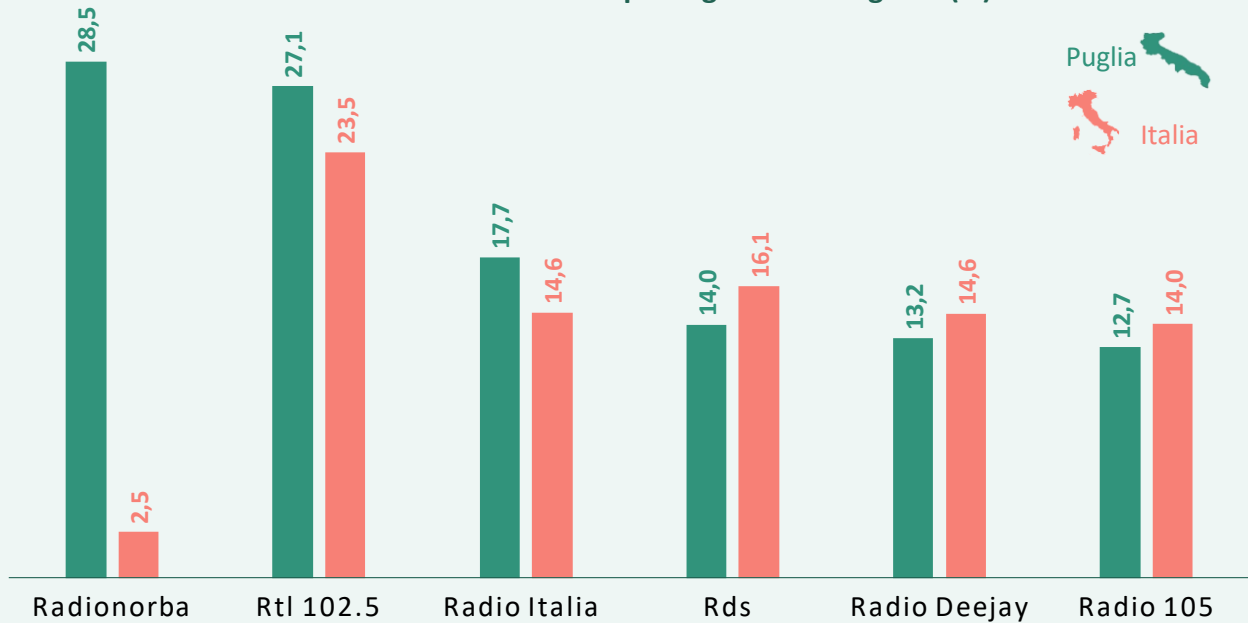
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



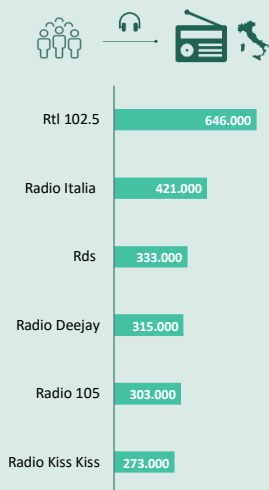
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



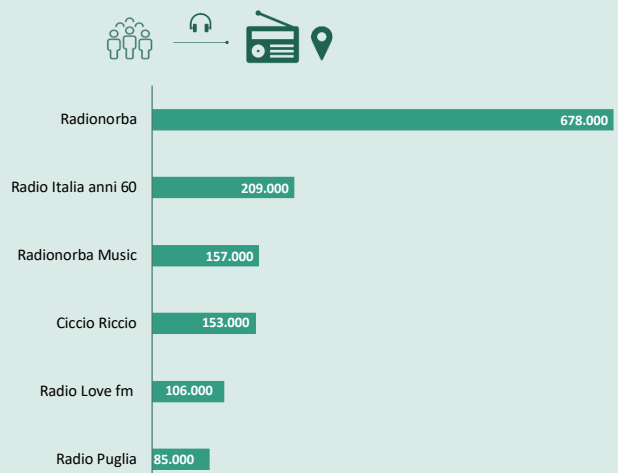
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



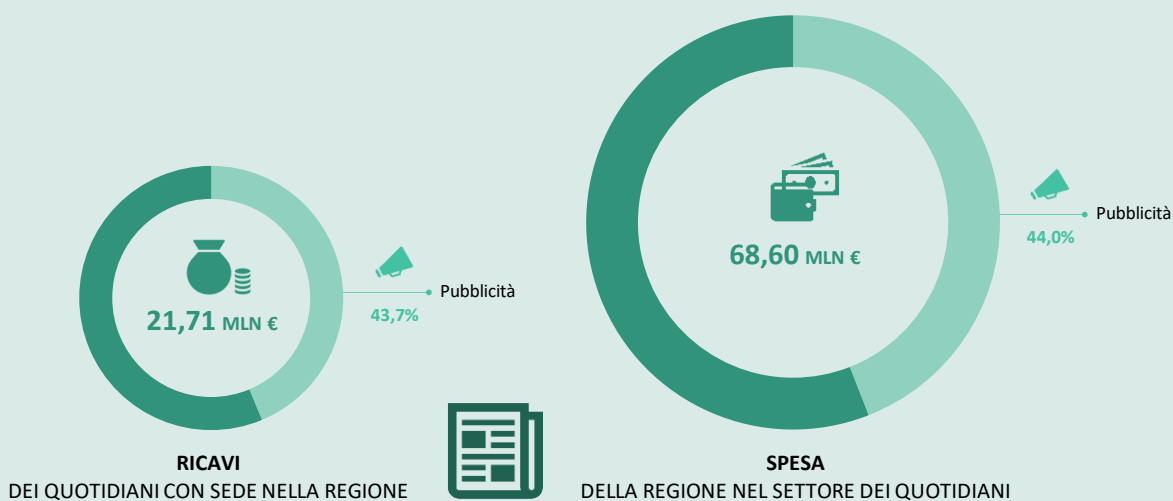
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



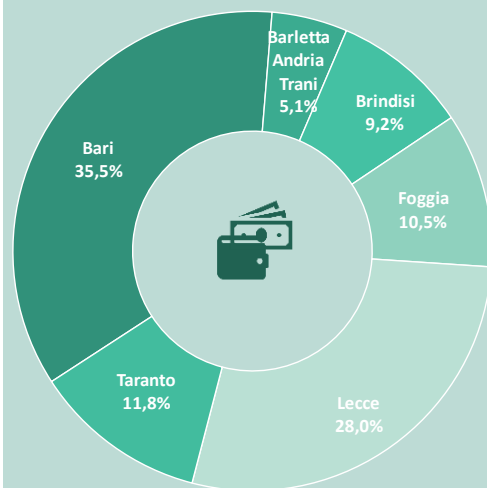
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

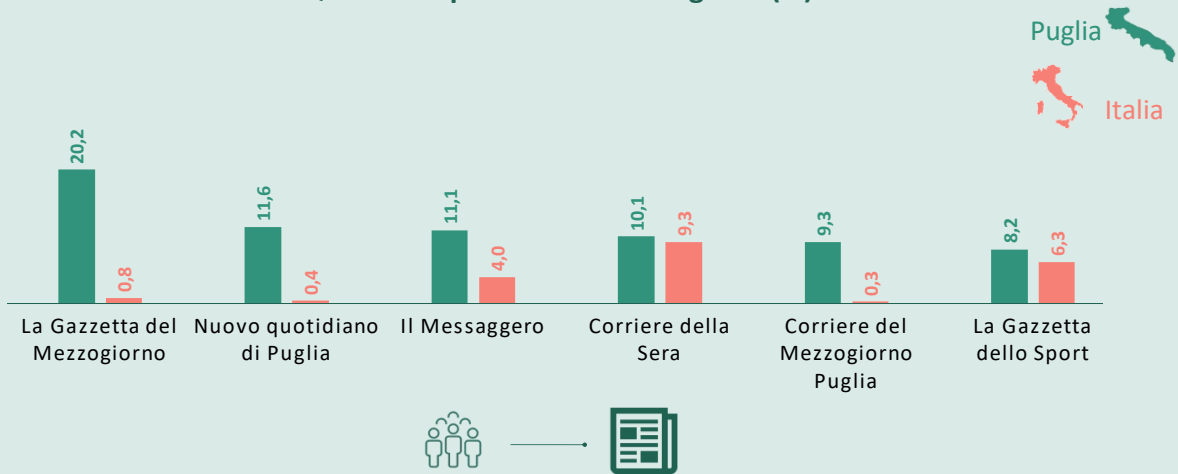


# Quotidiani

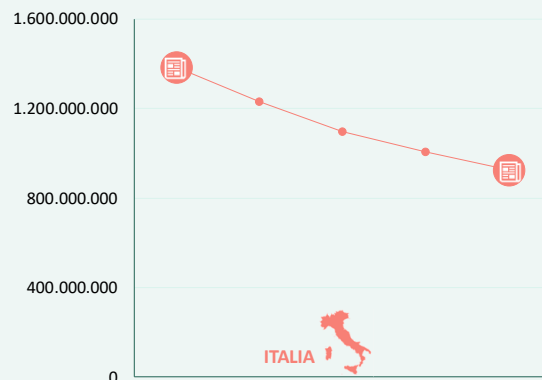
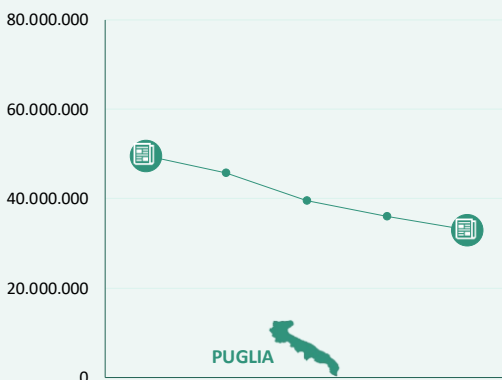
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



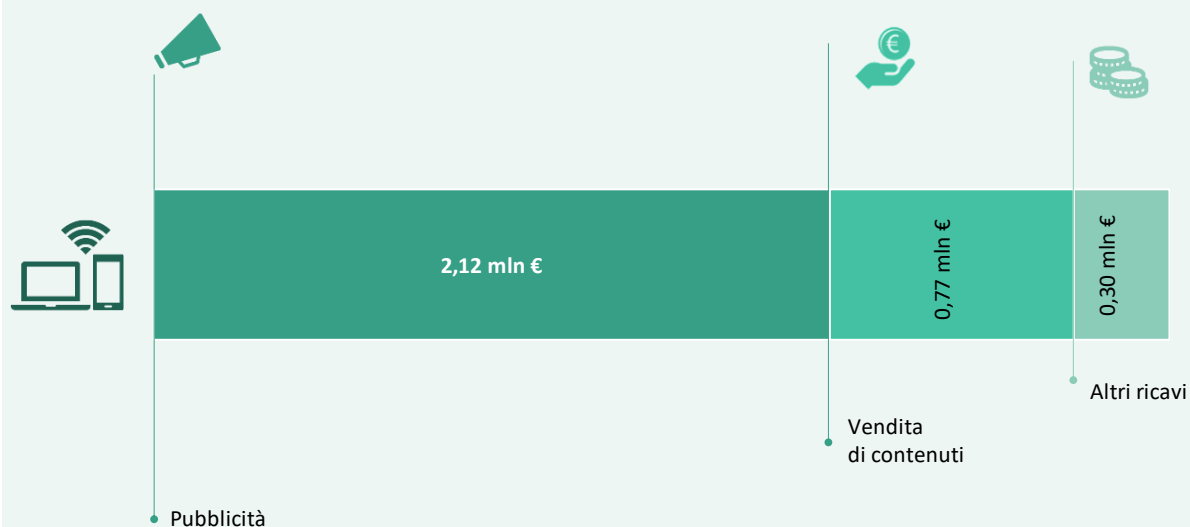
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



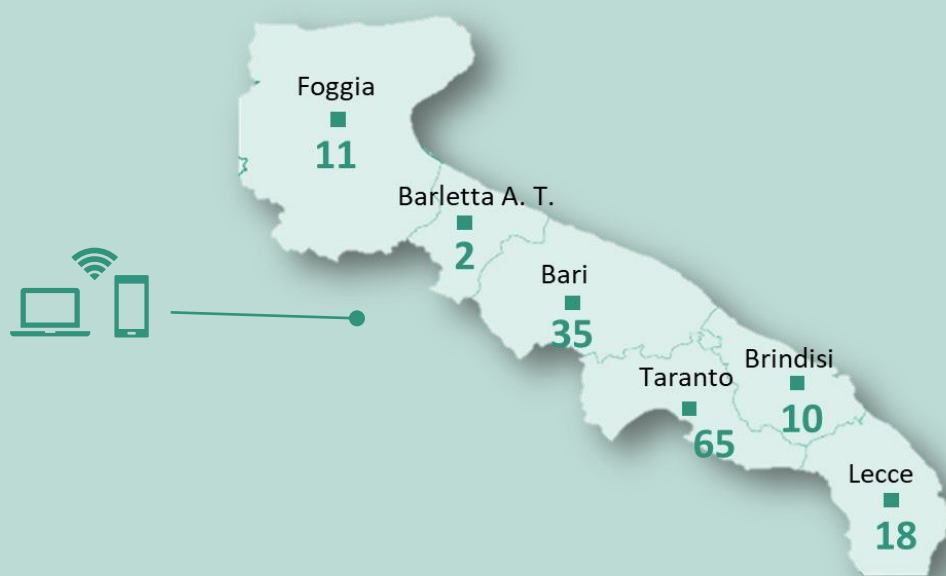
## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

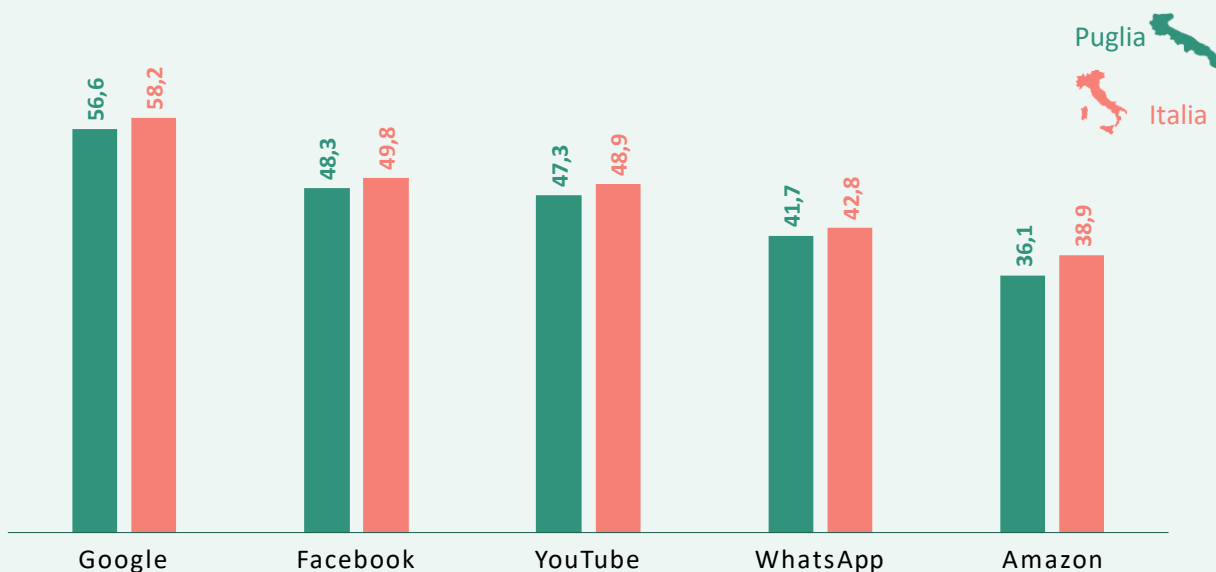


## Editori online con sede nella regione

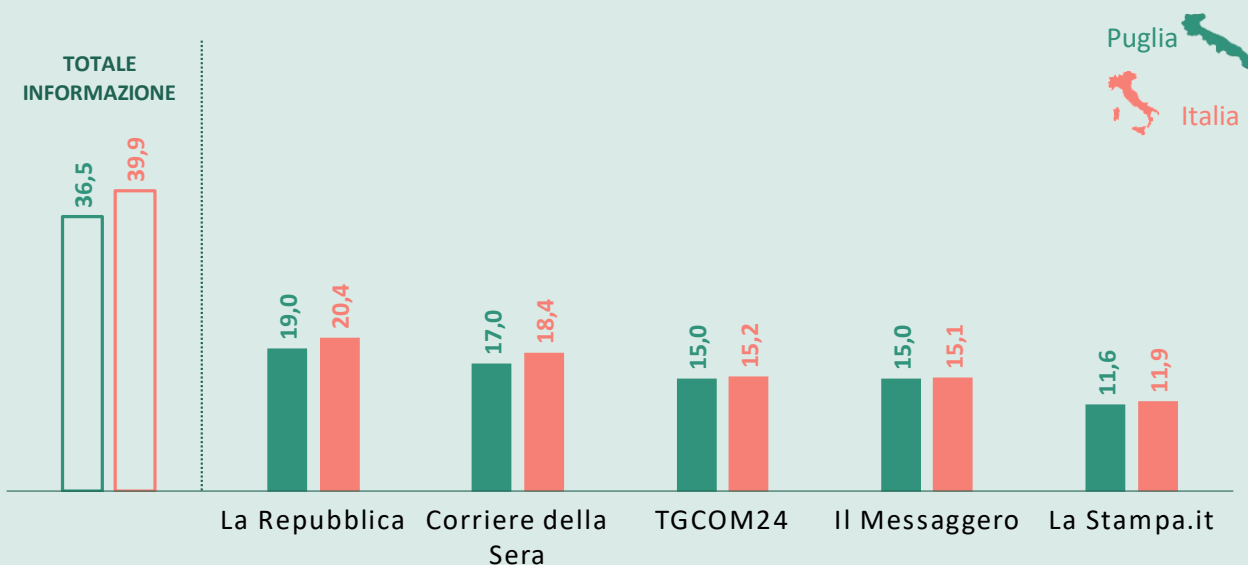




## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# SARDEGNA



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 91% dei sardi si interessa di informazione locale
- ❖ UNIONE EDITORIALE primo gruppo per *total audience informativa* (70%)
- ❖ Dopo il canale televisivo Videolina la fonte informativa più importante è il TGR

# Inquadramento regionale

AREA



24.100 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



1,648 milioni

FAMIGLIE



676.777

ETÀ MEDIA



46,4 anni

PIL PRO CAPITE



20.070 €

IMPRESE ATTIVE



103.802

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,8% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



289.904

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

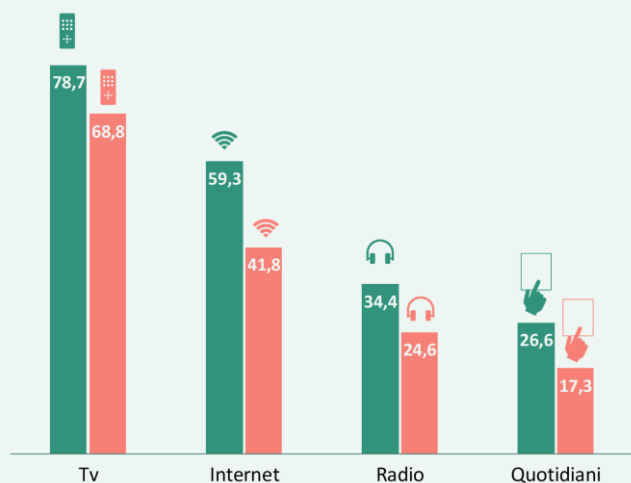


1,9% del totale

SARDEGNA

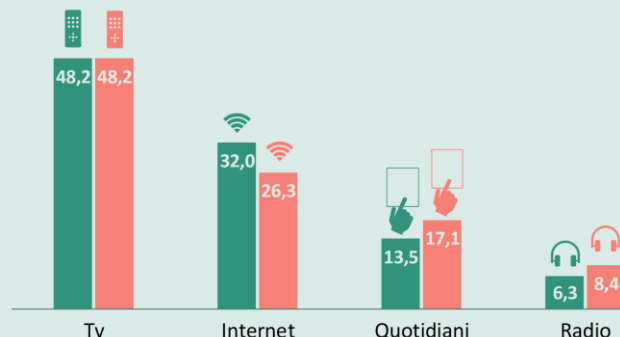
# Fruizione di informazione

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



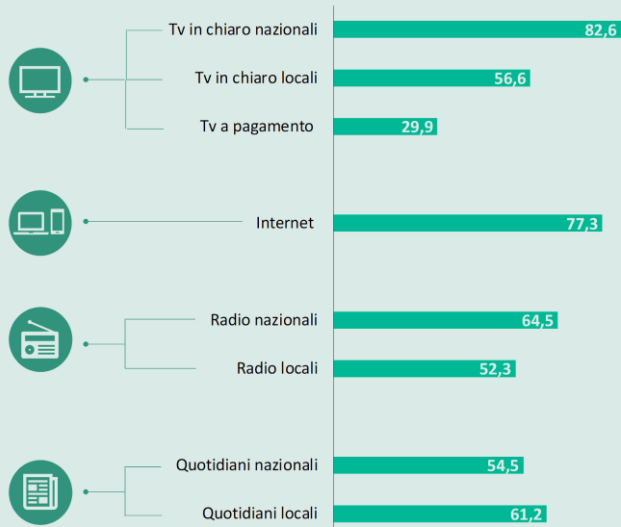
Sardegna   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

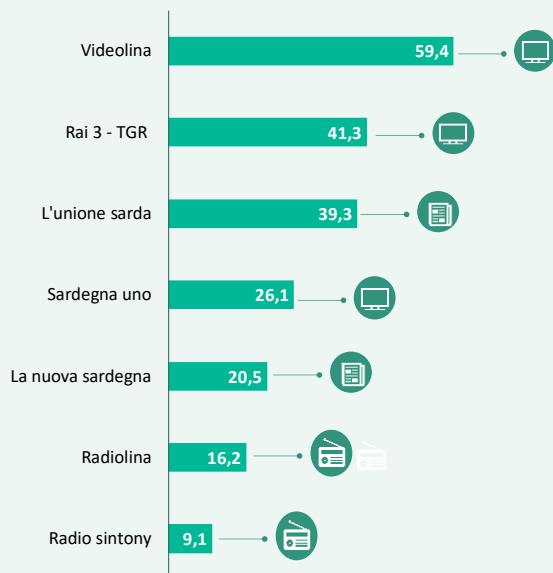


Sardegna   
Italia 

## 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

48



Emittenti radiofoniche

2



Testate quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

12



Emittenti televisive

57



Emittenti radiofoniche

20



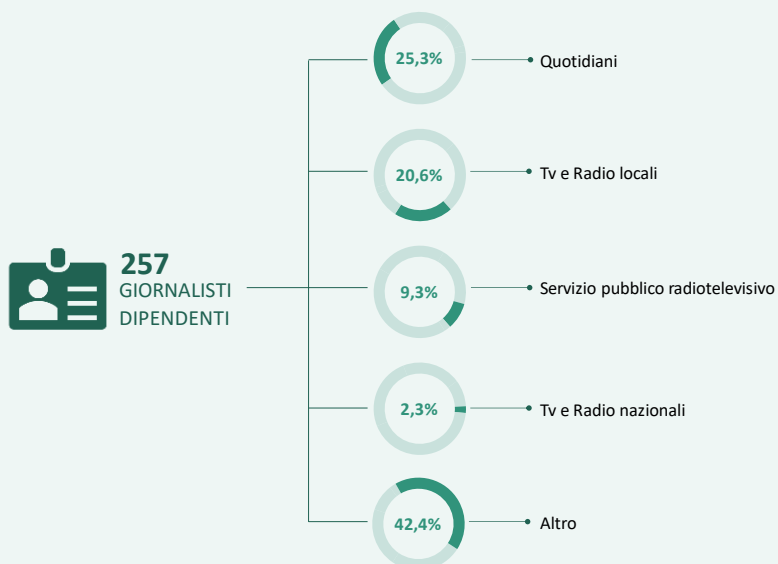
Testate quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**103**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**391**  
DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

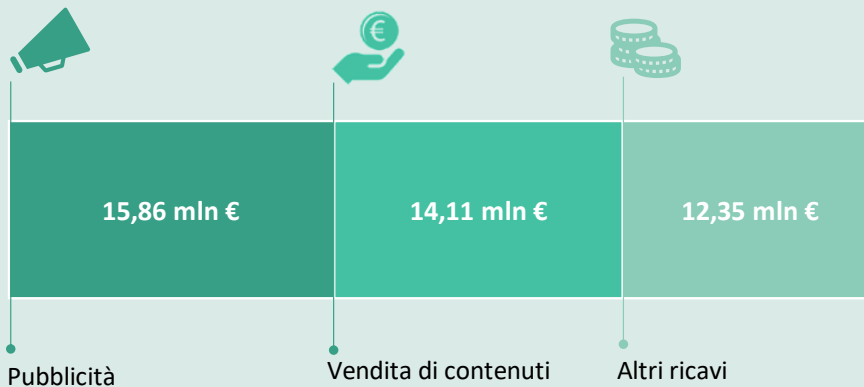
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv	40,0%	30,0%	20,0%	10,0%	<b>100,0%</b>
Radio	78,1%	18,8%	3,1%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

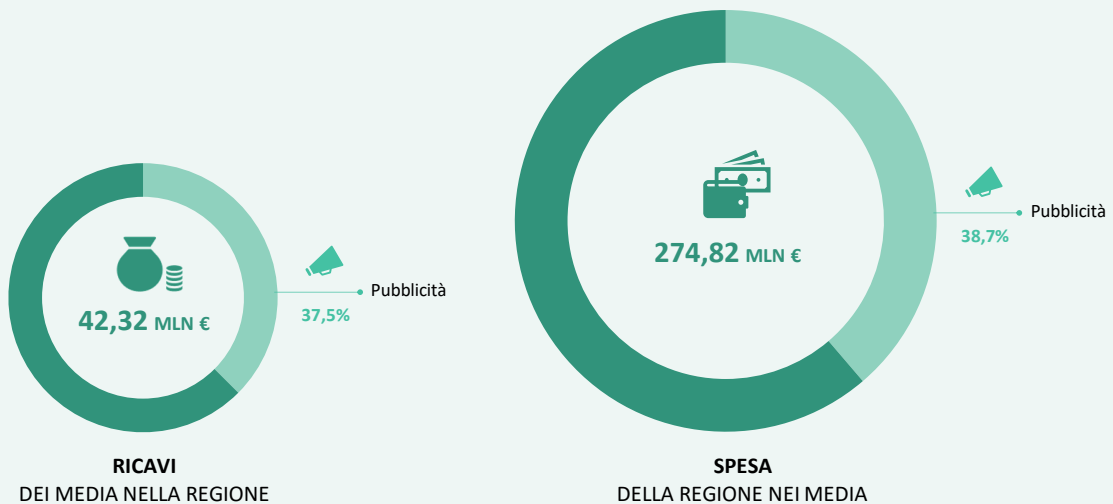
## Ricavi dei media con sede nella regione



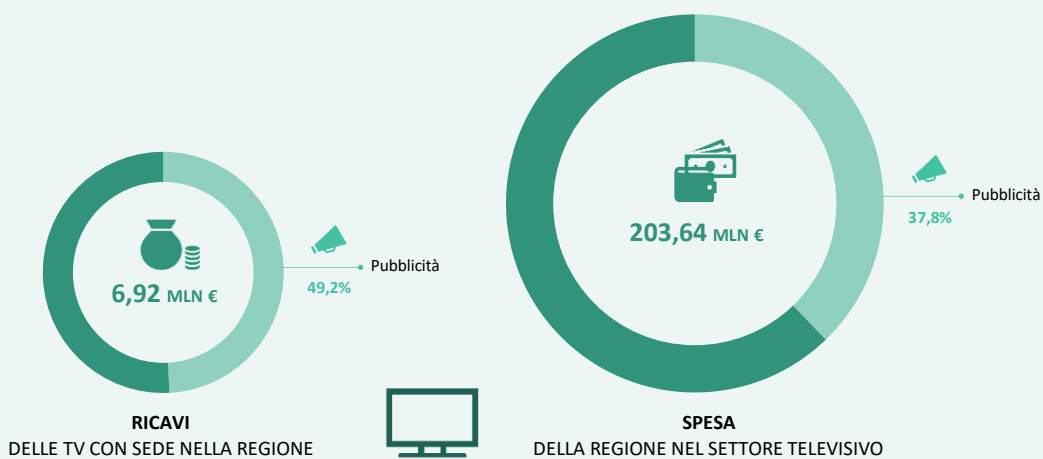
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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



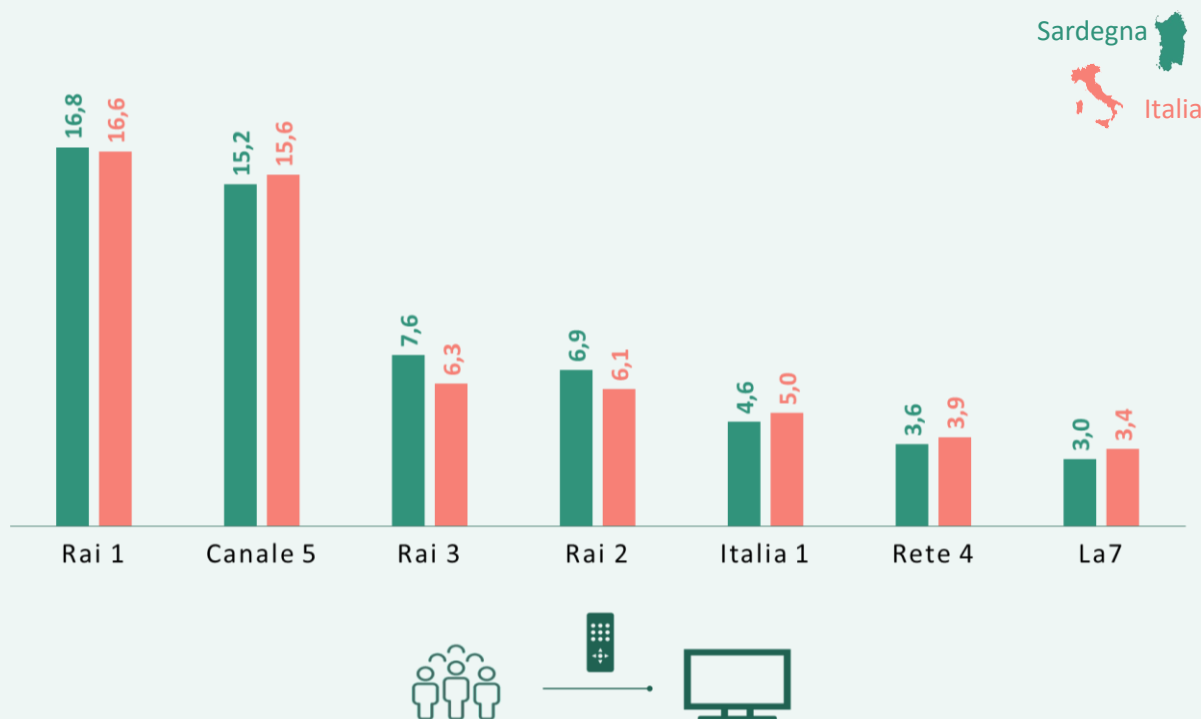
## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



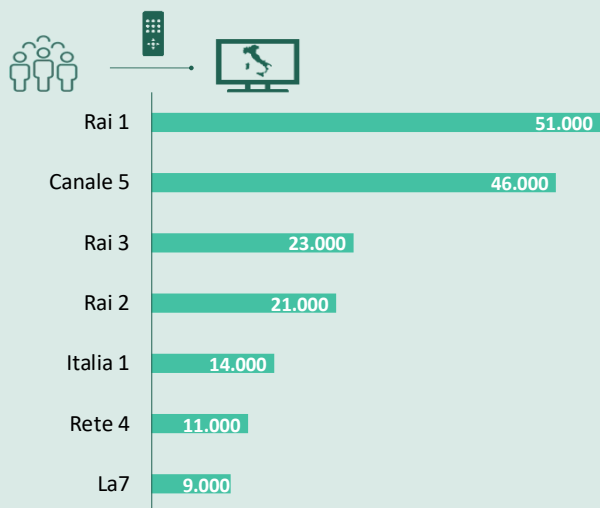


# Televisione

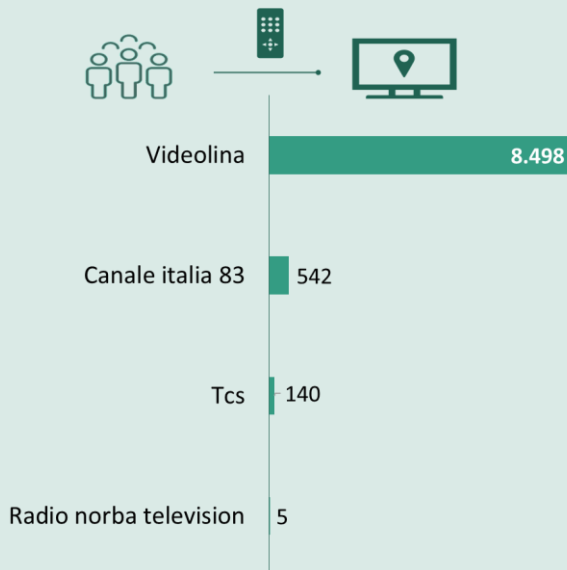
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



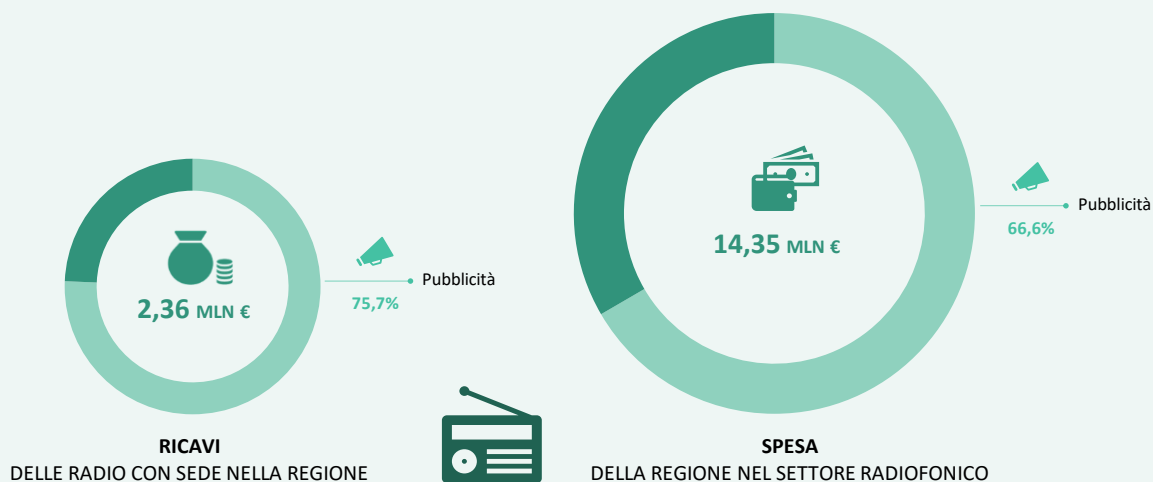
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



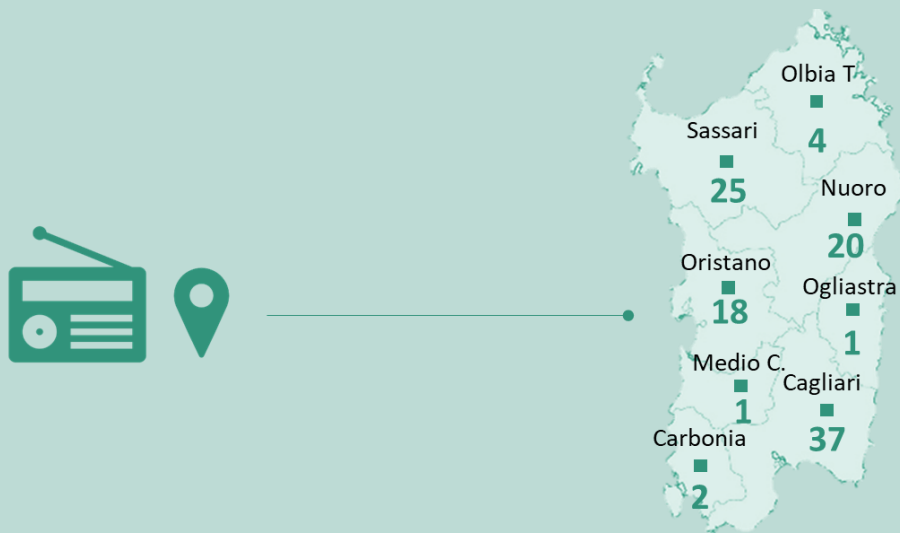
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



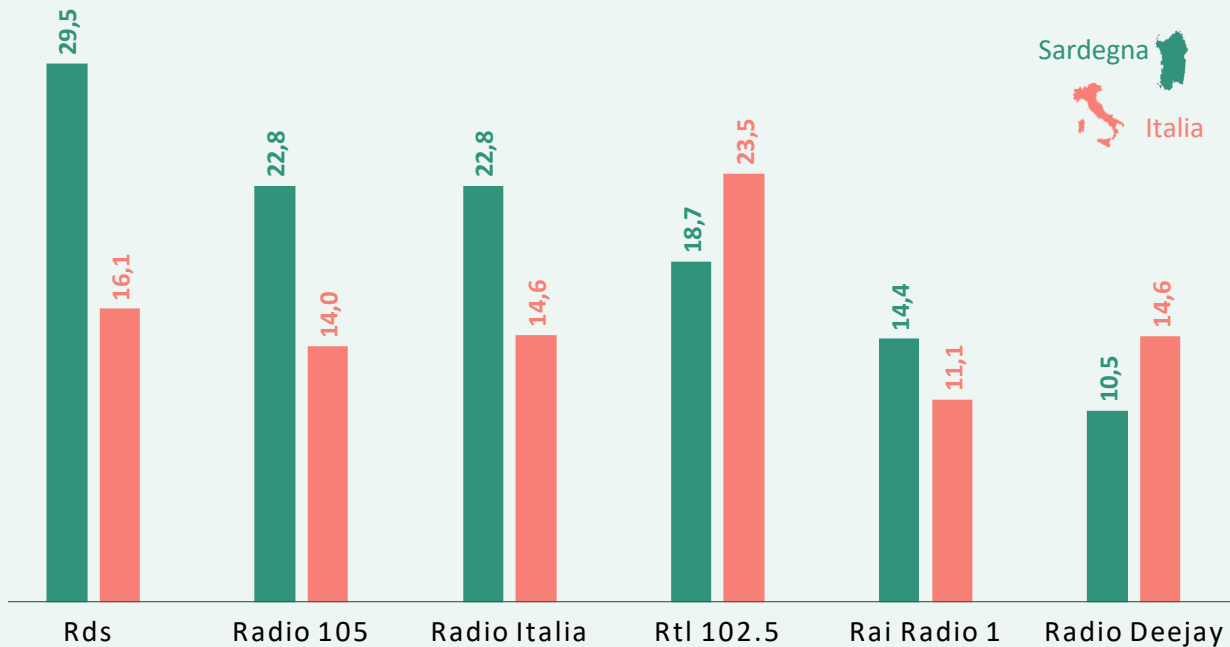
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



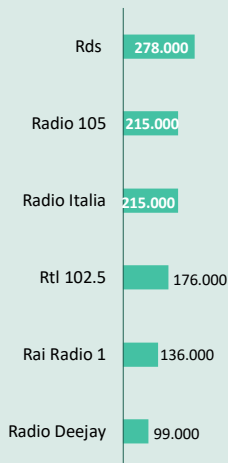
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



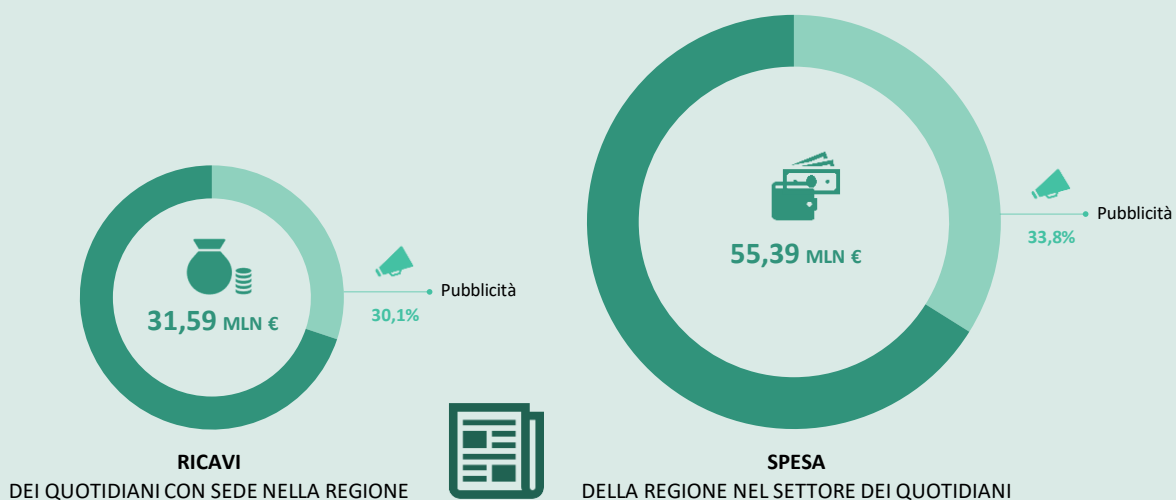
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



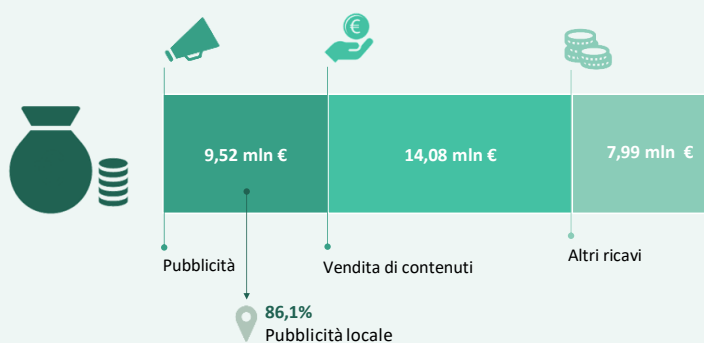
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



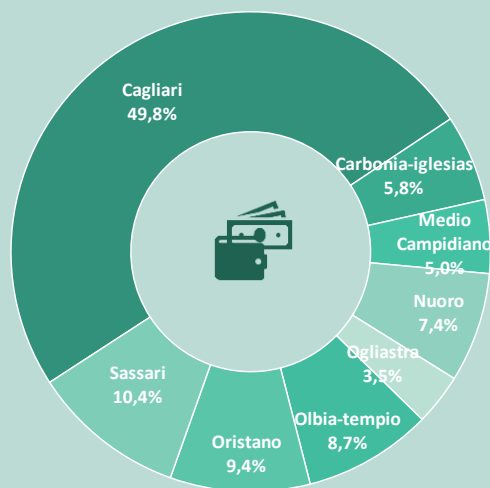
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

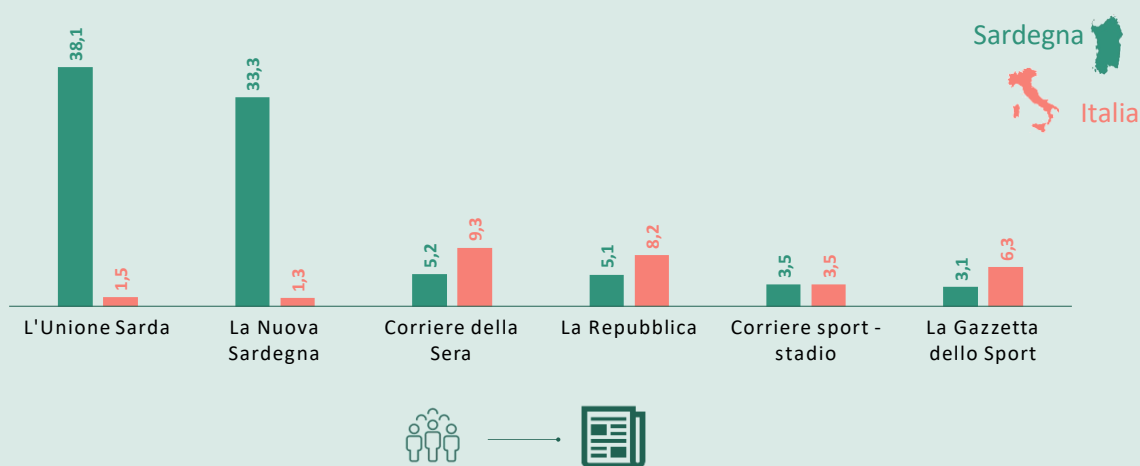


# Quotidiani

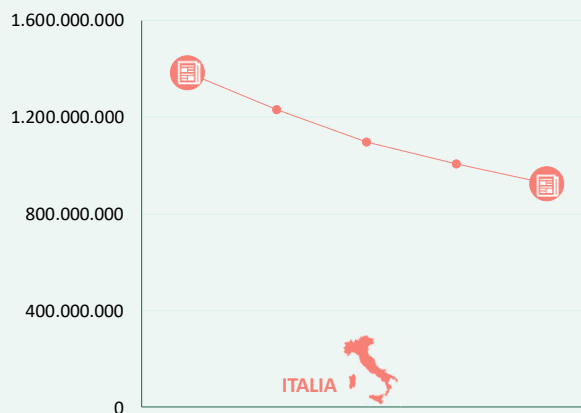
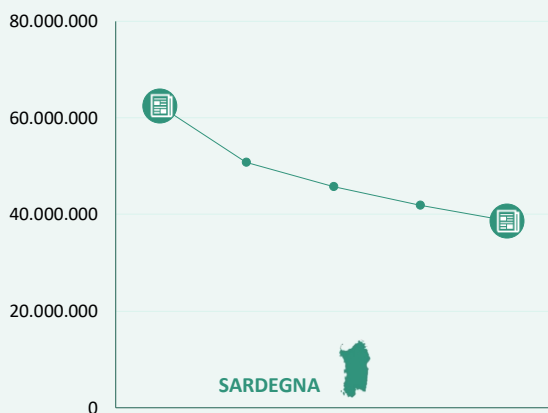
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



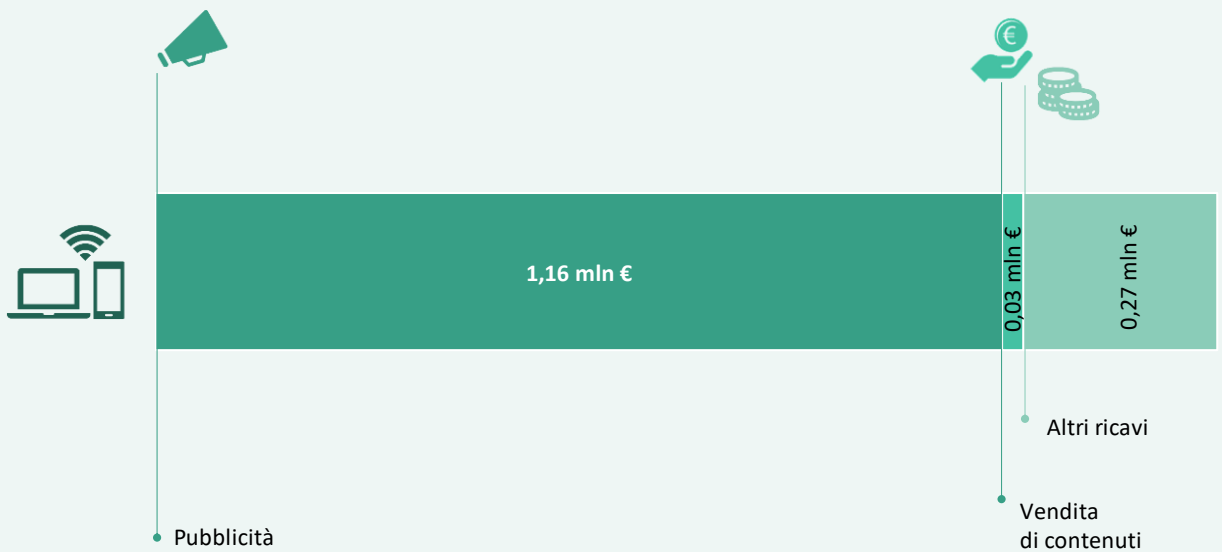
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



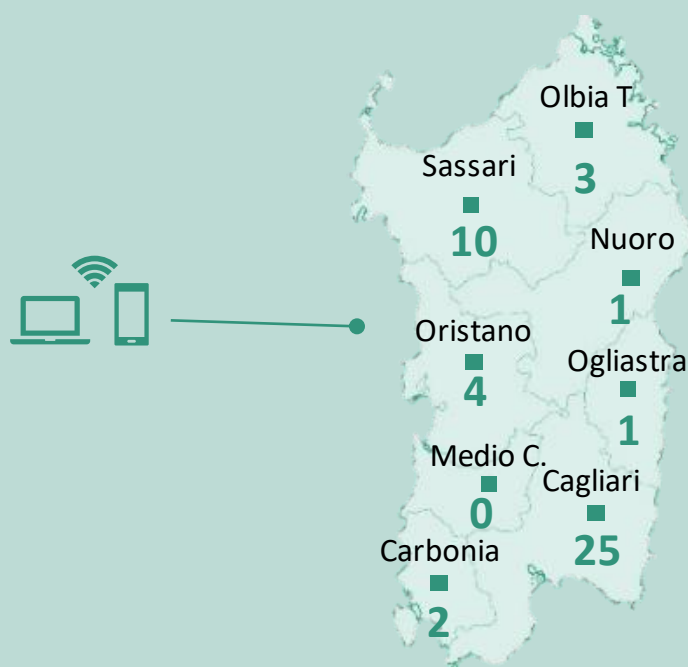
## Andamento delle copie vendute



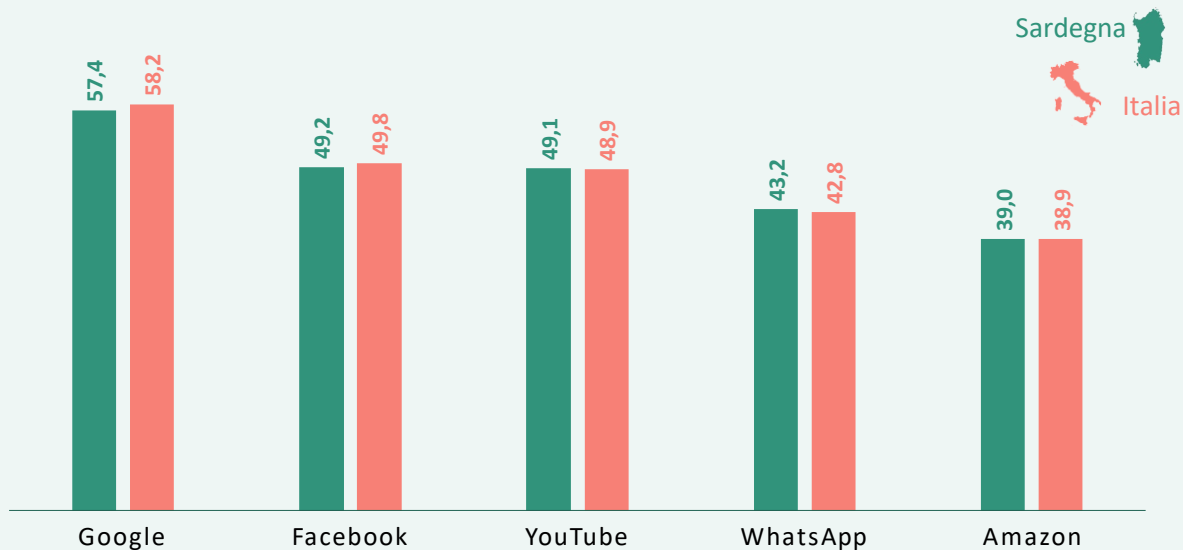
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



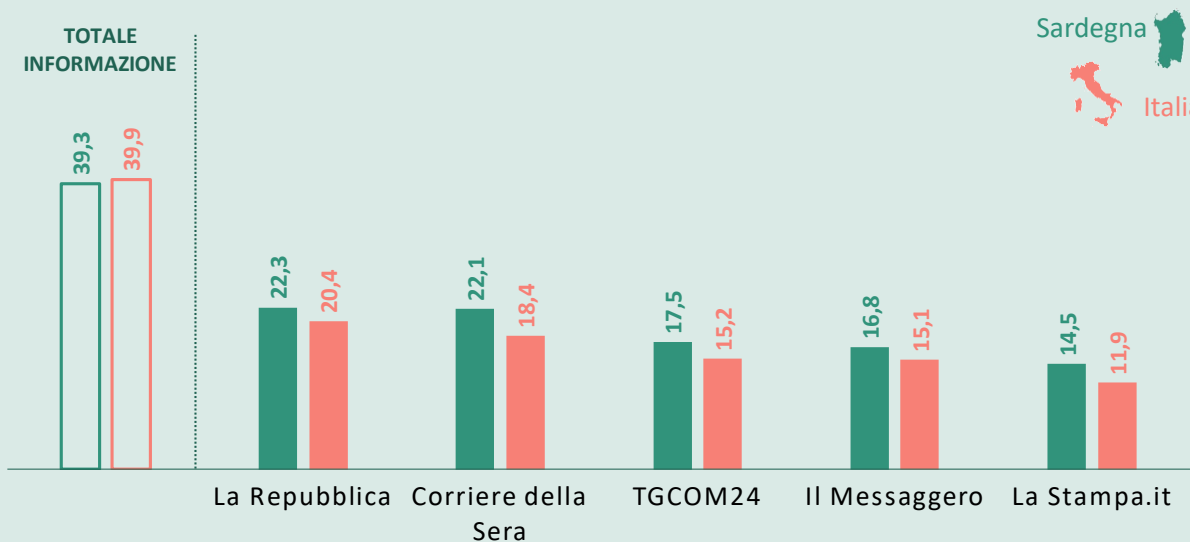
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# SICILIA

## CO.RE.COM. SICILIA

Via Generale Magliocco, 46

90141 Palermo

[conciliazione.corecom@regione.sicilia.it](mailto:conciliazione.corecom@regione.sicilia.it)

Presidente: Maria Annunziata Astone



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'84% dei siciliani si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (31%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano La Sicilia



# Inquadramento regionale

AREA



25.832 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



5,027 milioni

FAMIGLIE



1.963.577

ETÀ MEDIA



43,7 anni

PIL PRO CAPITE



17.123 €

IMPRESE ATTIVE



268.790

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



1,7% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



721.707

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

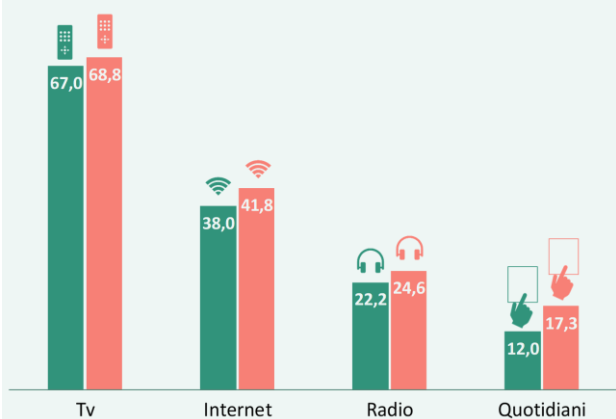


1,6% del totale

SICILIA

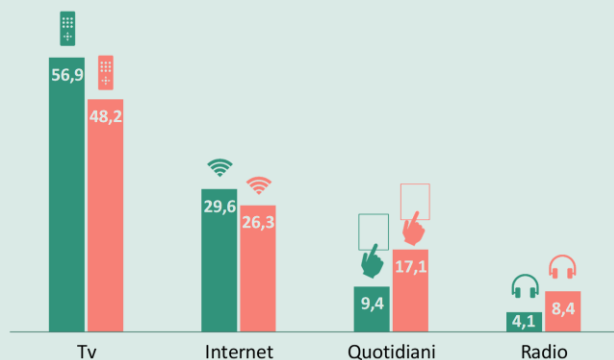
# Fruizione di informazione

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



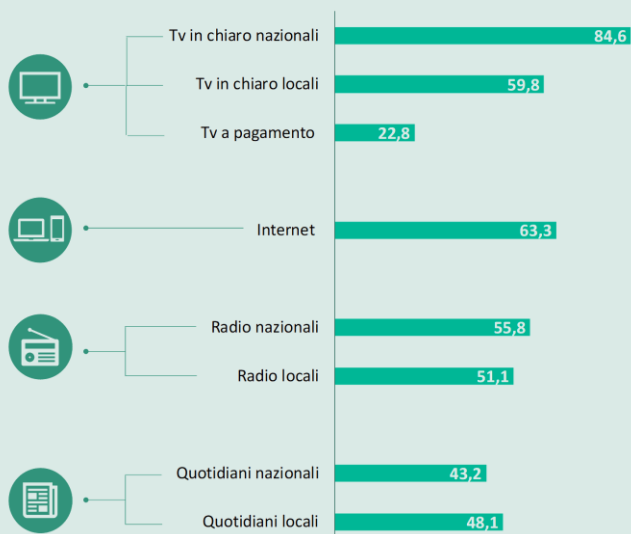
Sicilia   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

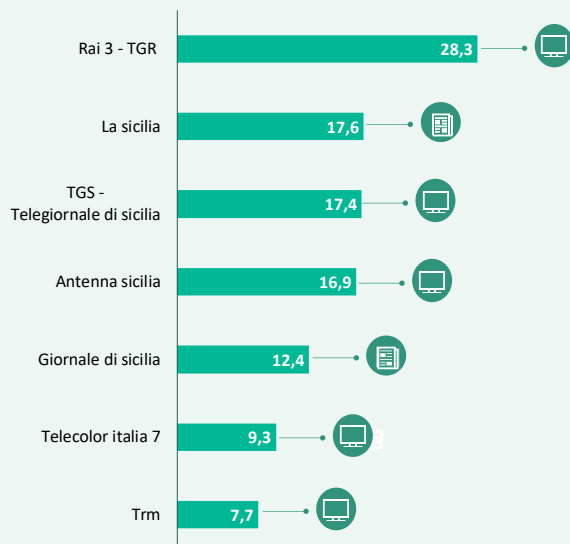


Sicilia   
Italia 

## 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

65



Emittenti  
televisive

131



Emittenti  
radiofoniche

5



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

76



Emittenti  
televisive

155



Emittenti  
radiofoniche

11



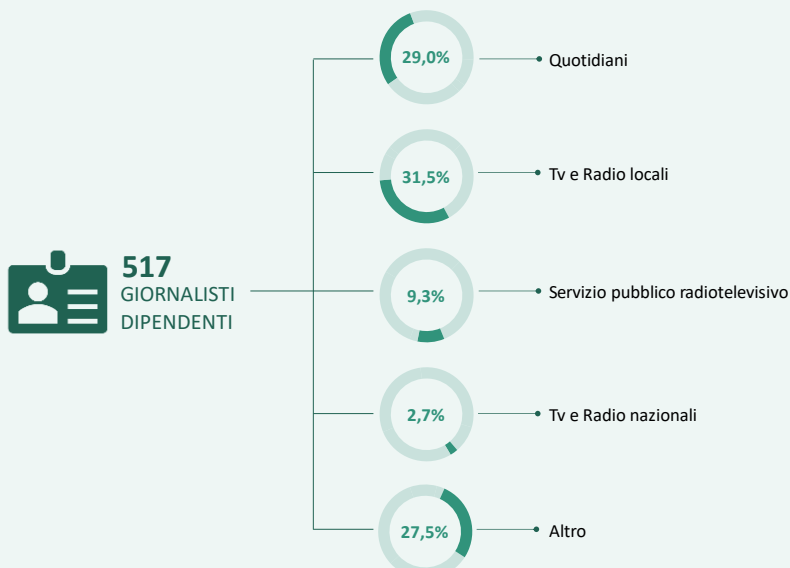
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**315**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**794**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE

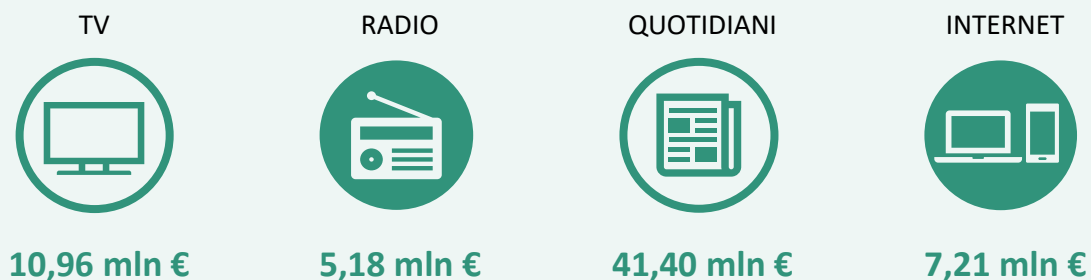


## Ripartizione delle imprese del sistema informativo con sede nella regione, per fatturato

	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	48,7%	40,8%	3,9%	6,6%	<b>100,0%</b>
Radio 	87,4%	11,8%	0,0%	0,8%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

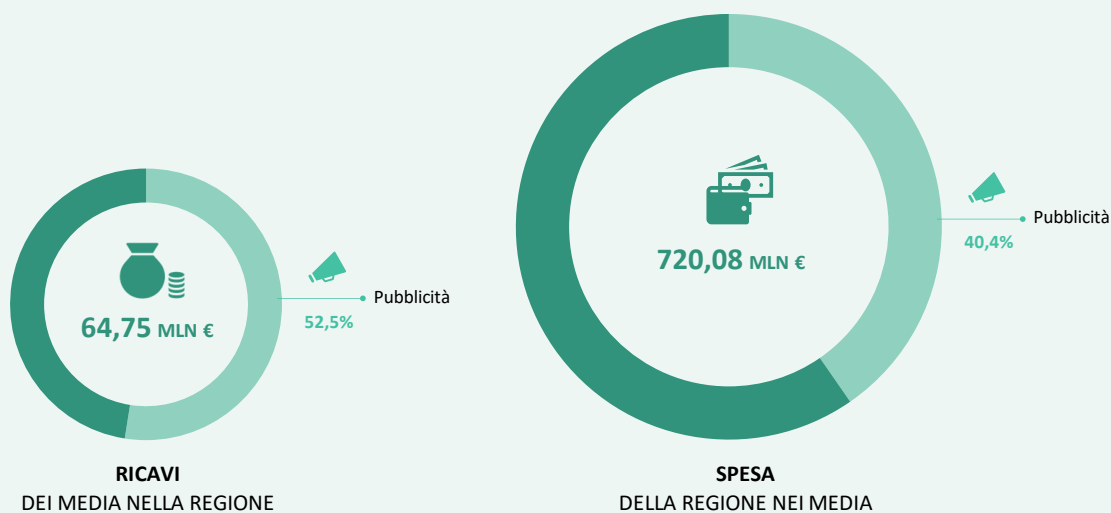
## Ricavi dei media con sede nella regione



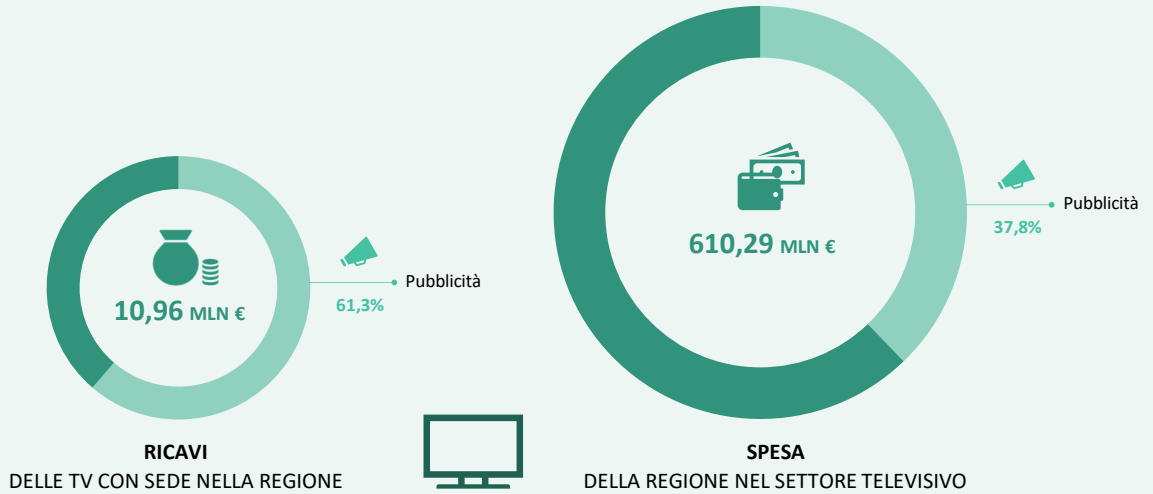
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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

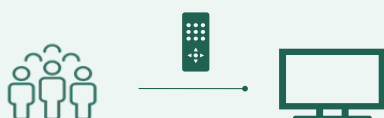
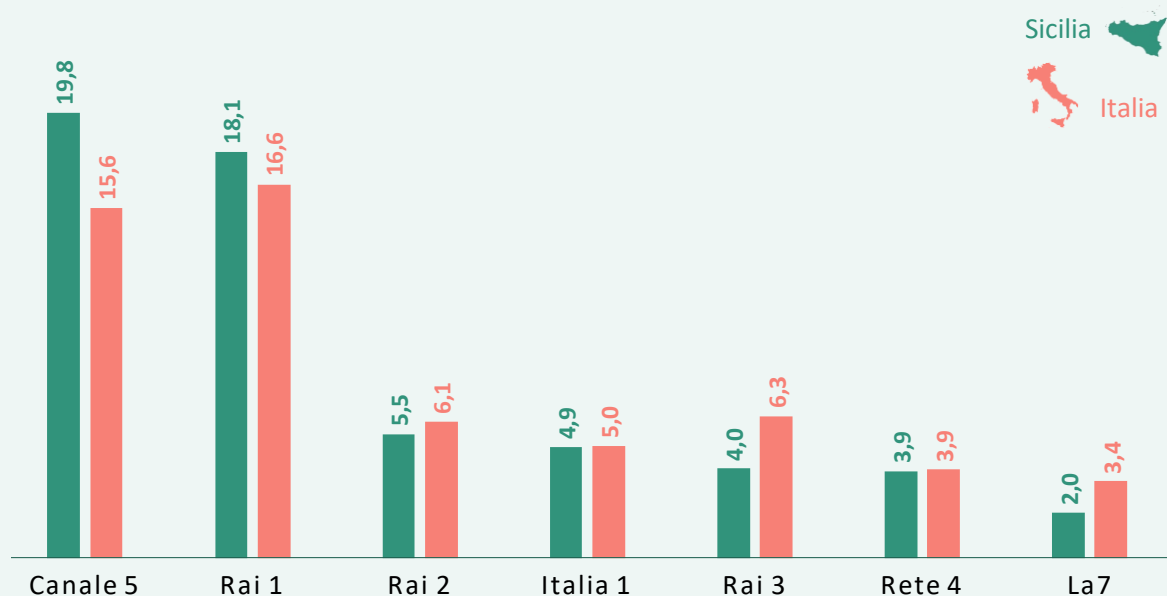


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

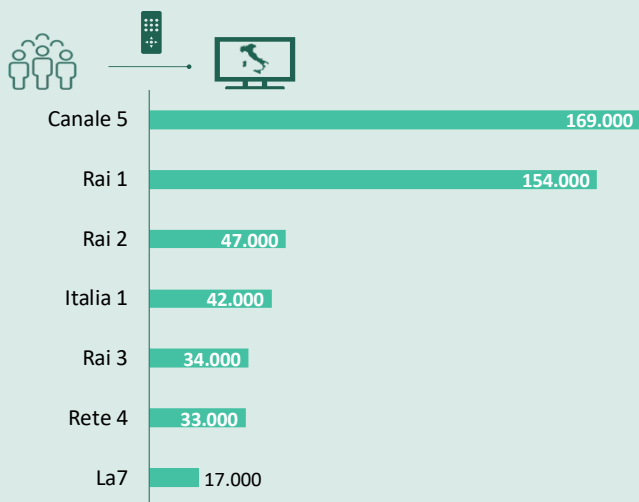


# Televisione

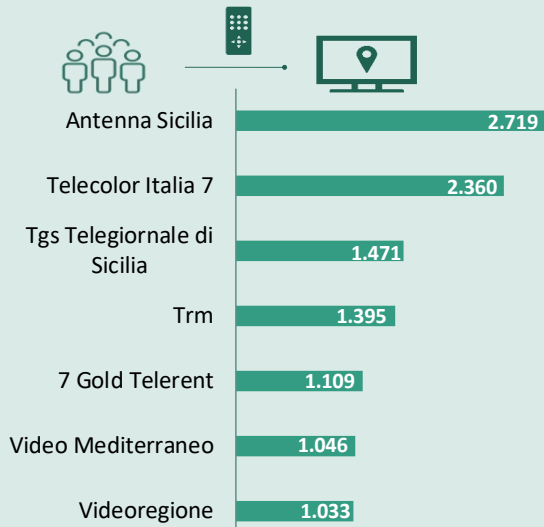
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



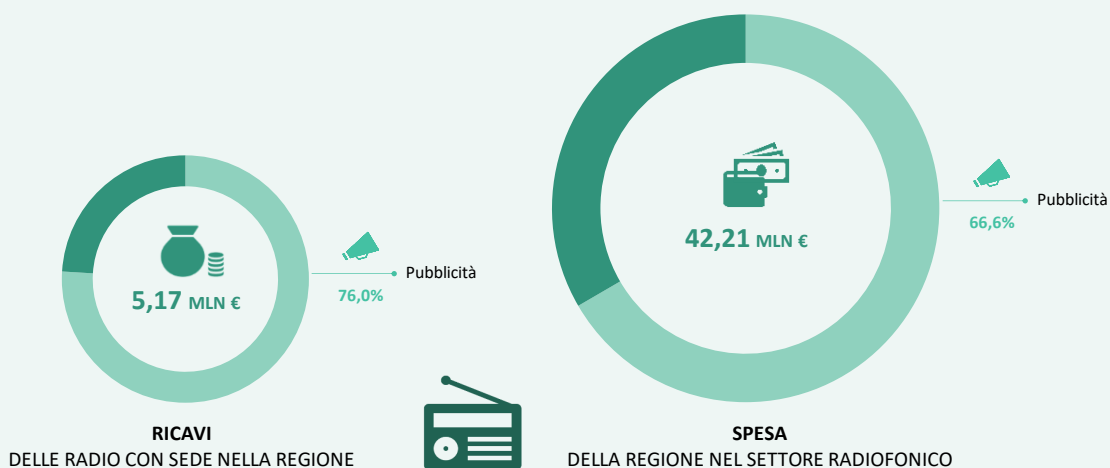
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



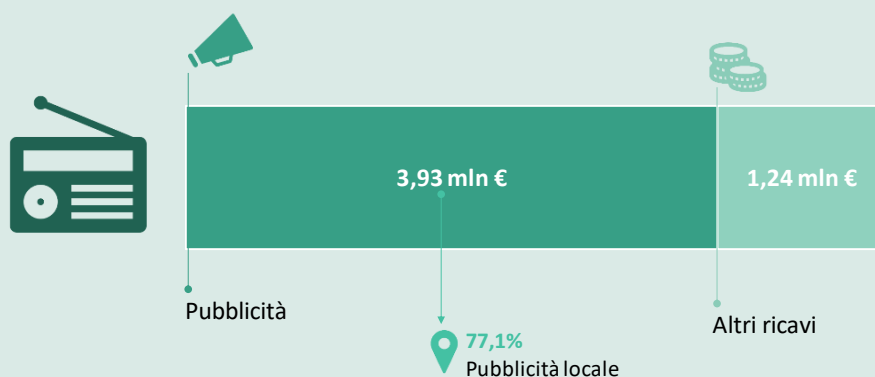
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione

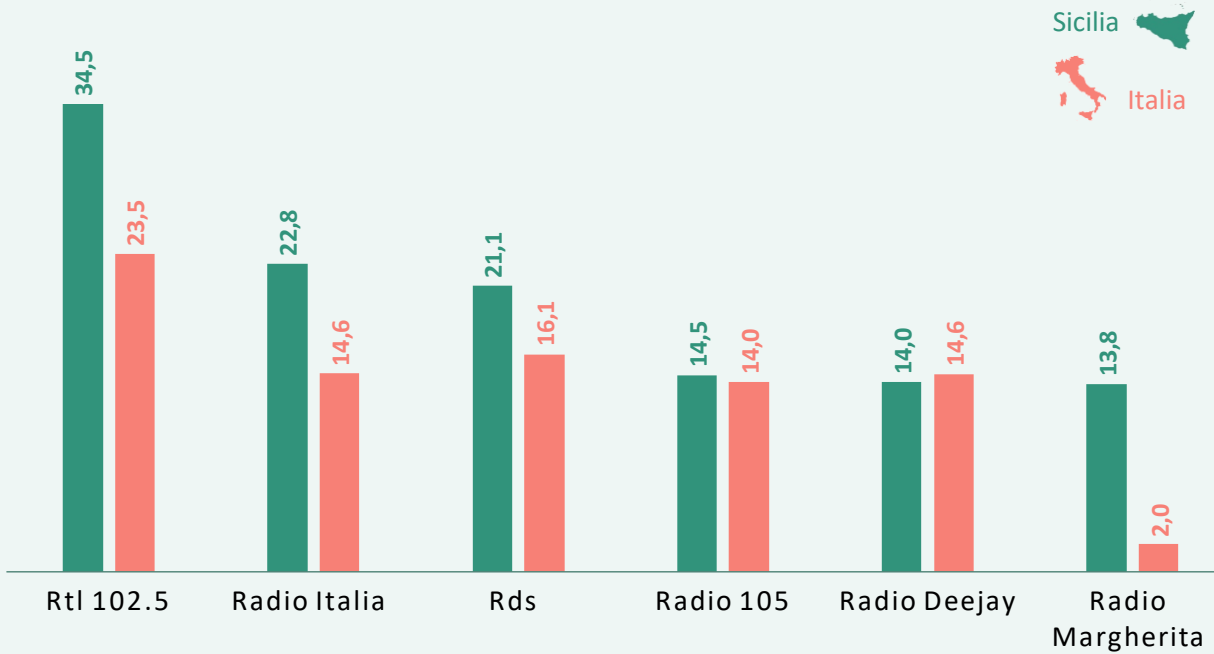


## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia

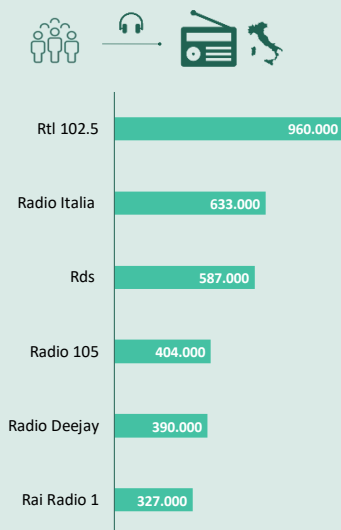




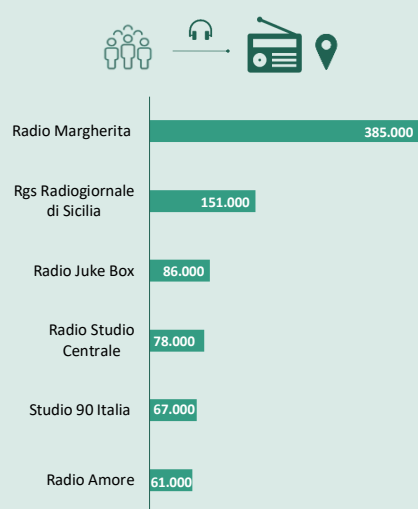
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



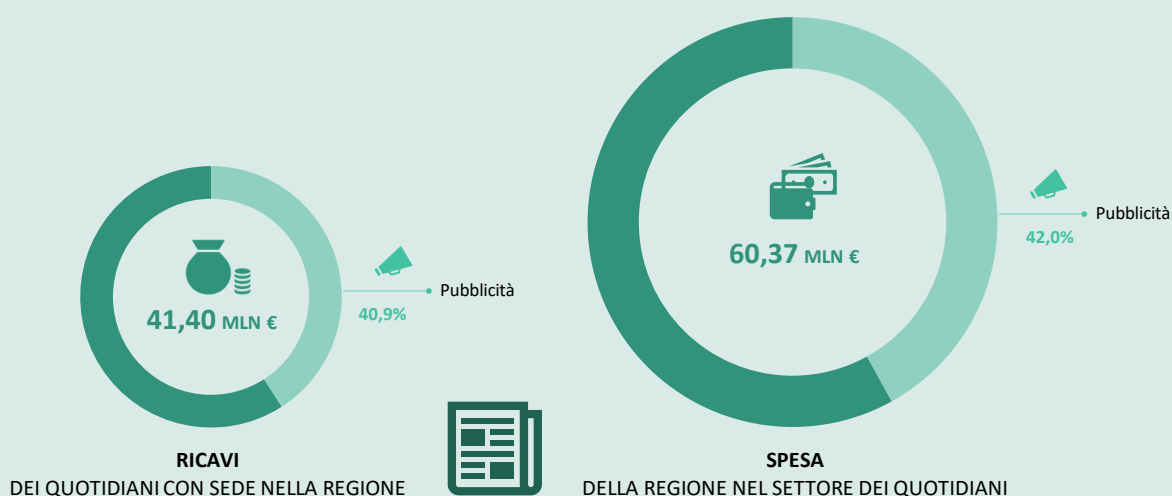
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



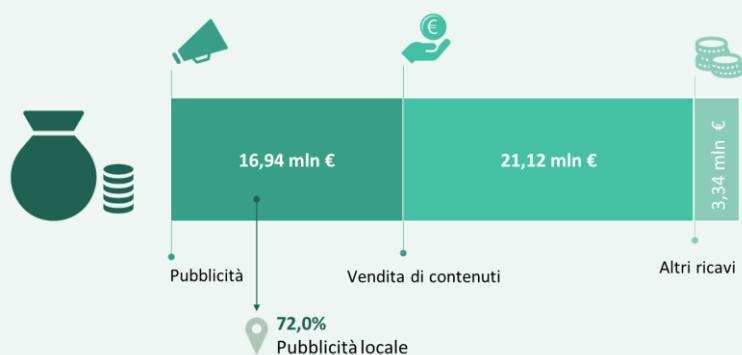
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



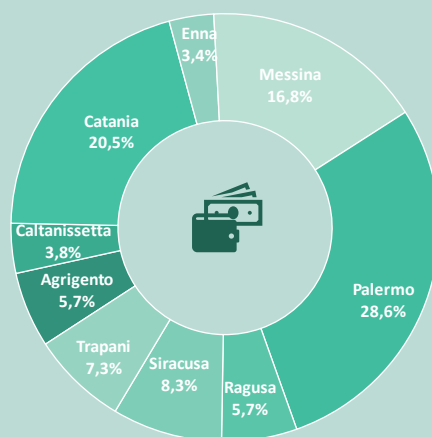
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

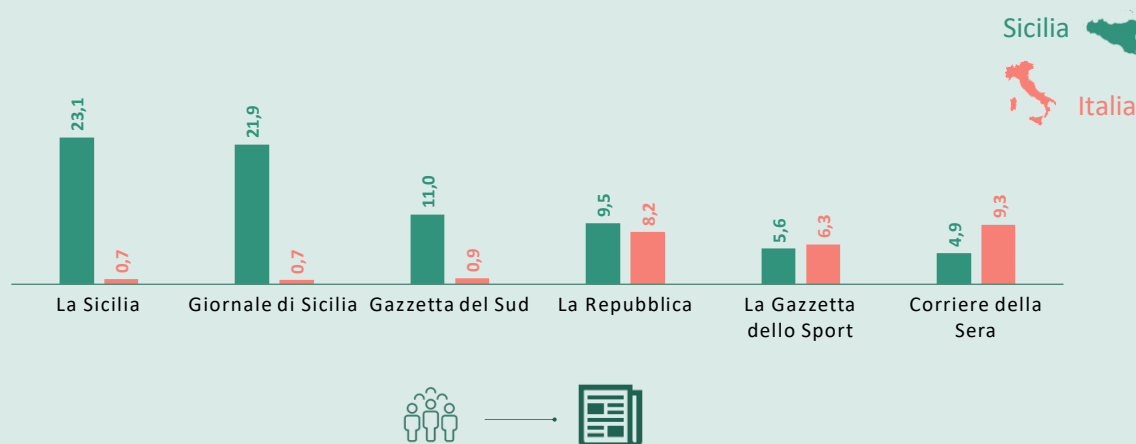


# Quotidiani

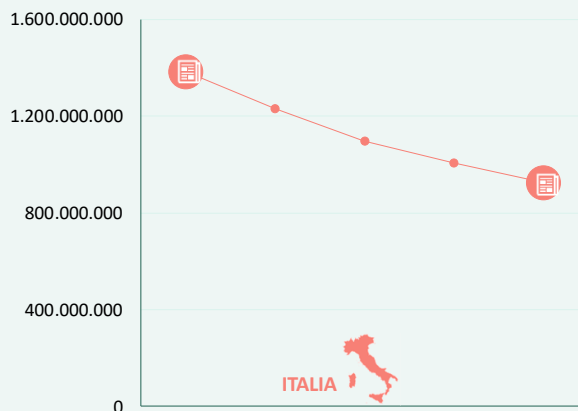
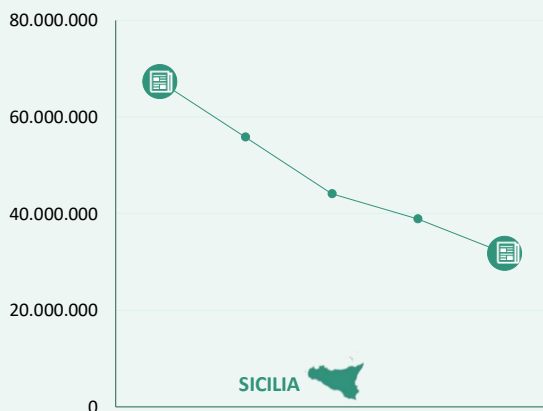
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



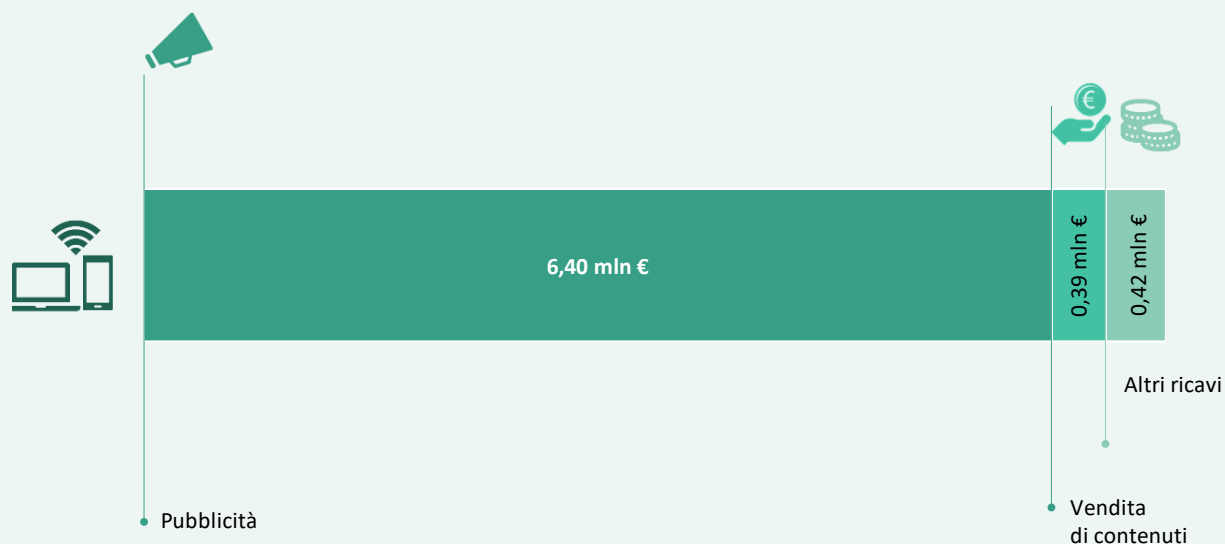
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



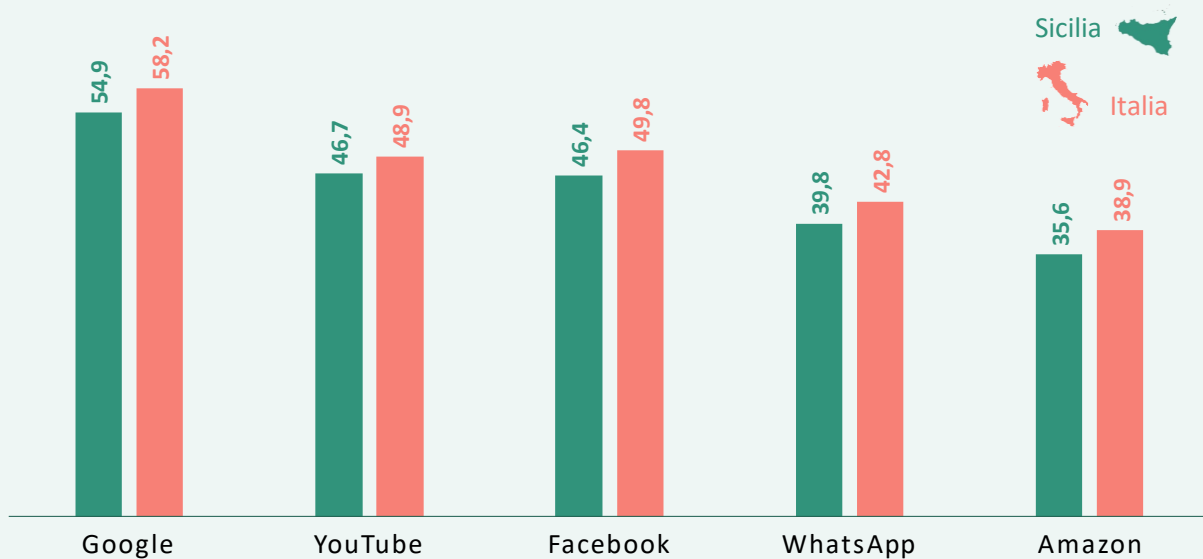
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



## Editori online con sede nella regione

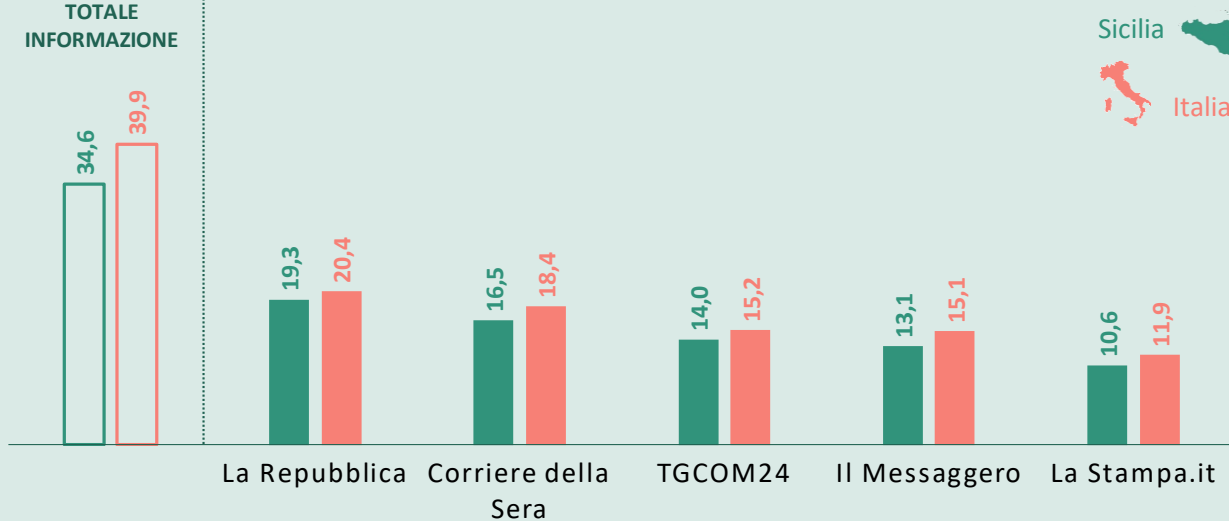


## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

TOTALE  
INFORMAZIONE



# TOSCANA



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'89% dei toscani si interessa di informazione locale
- ❖ MONRIF primo gruppo per *total audience informativa* (37%)
- ❖ Dopo il quotidiano La Nazione la fonte informativa più importante è il TGR

# Inquadramento regionale

AREA



22.987 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



3,737 milioni

FAMIGLIE



1.569.378

ETÀ MEDIA



46,8 anni

PIL PRO CAPITE



30.041 €

IMPRESE ATTIVE



322.887

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,1% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



1.101.852

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

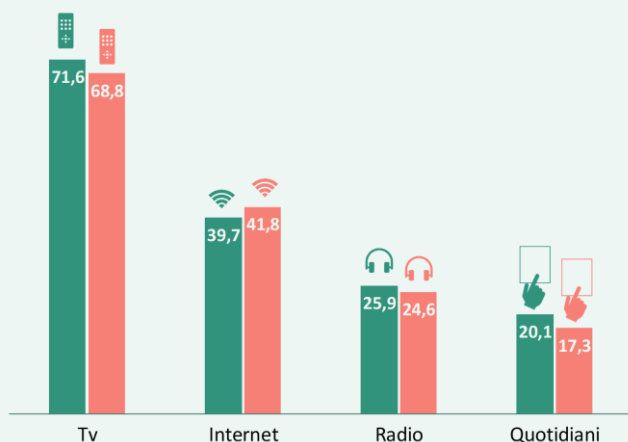


2,3% del totale

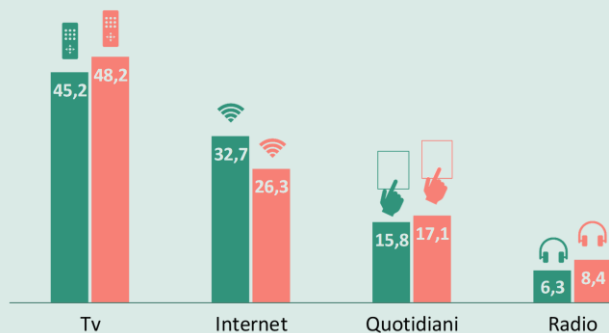
TOSCANA

# Fruizione di informazione

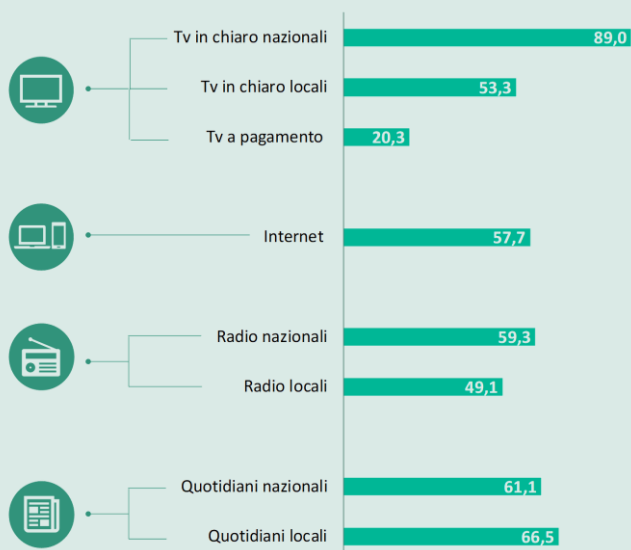
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



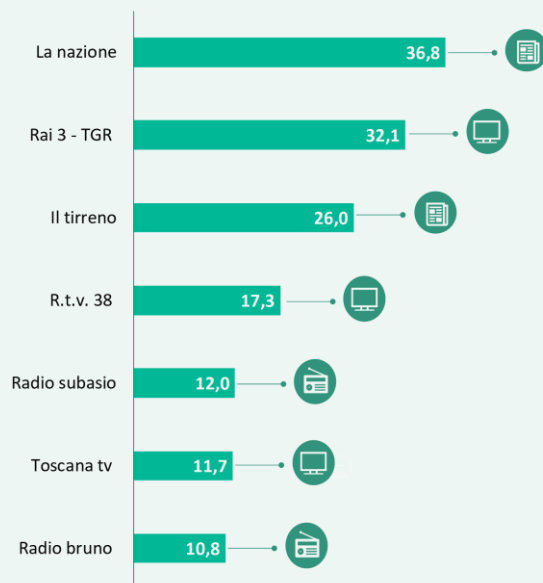
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



## 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

26



Emittenti  
televisive

48



Emittenti  
radiofoniche

3



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

46



Emittenti  
televisive

68



Emittenti  
radiofoniche

37



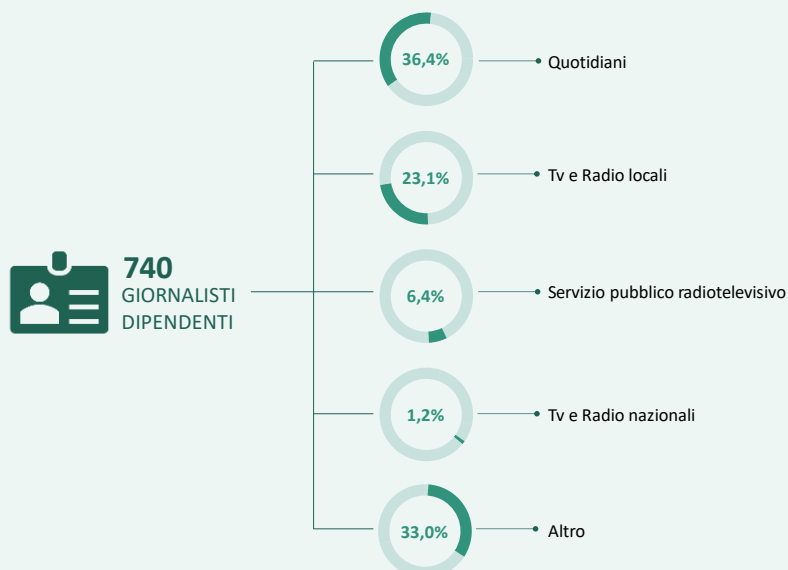
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**233**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**1.735**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

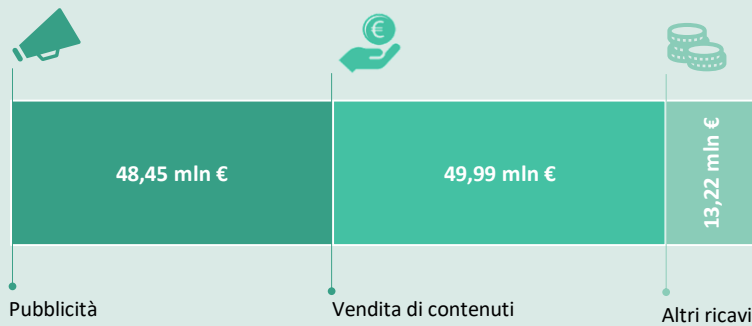
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	20,0%	30,0%	23,3%	26,7%	<b>100,0%</b>
Radio 	42,2%	53,4%	4,4%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

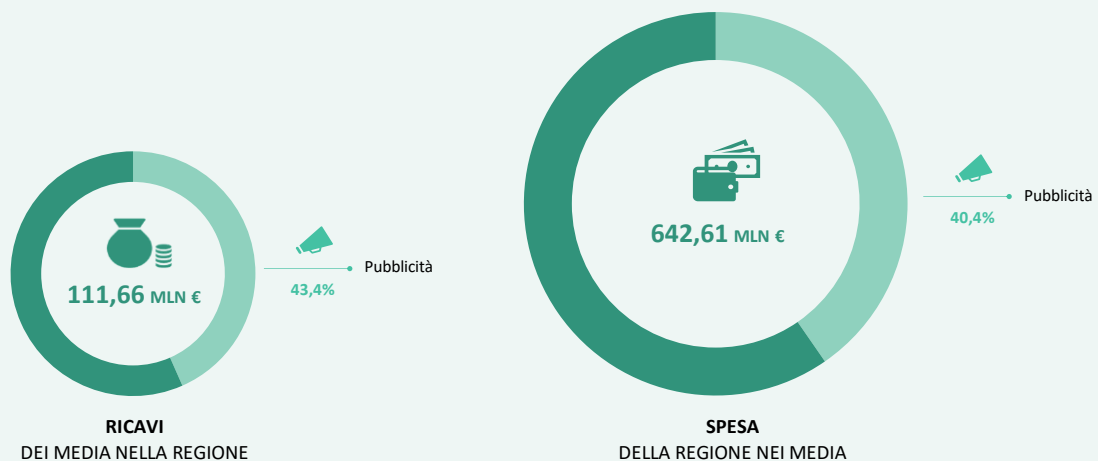
## Ricavi dei media con sede nella regione



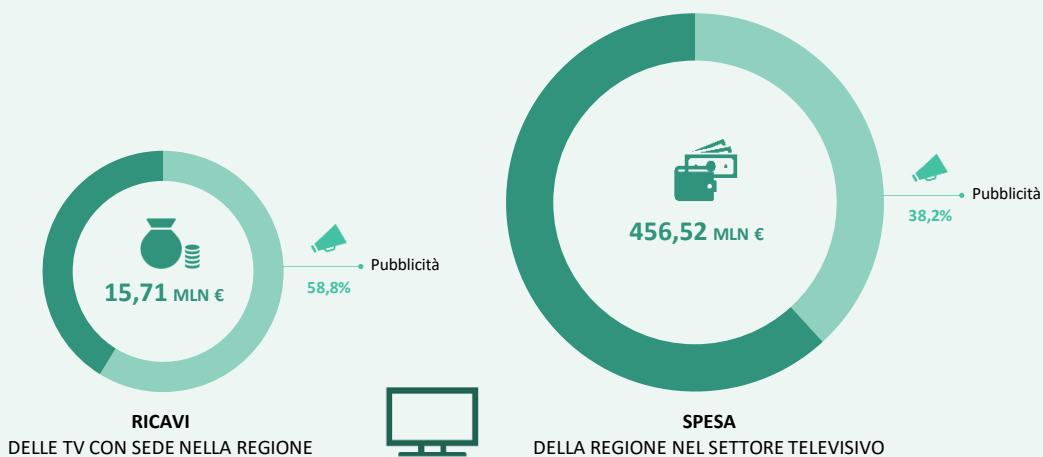
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



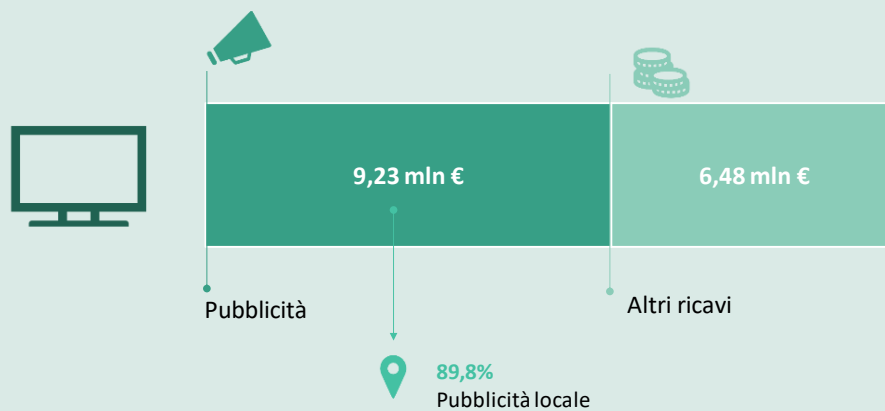
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

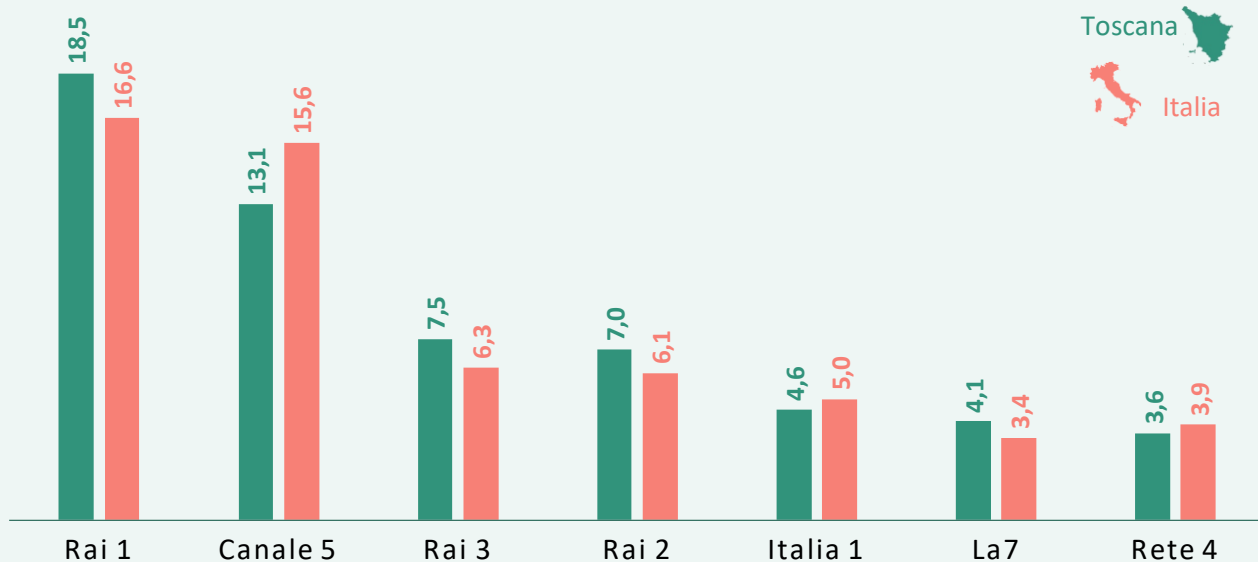


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

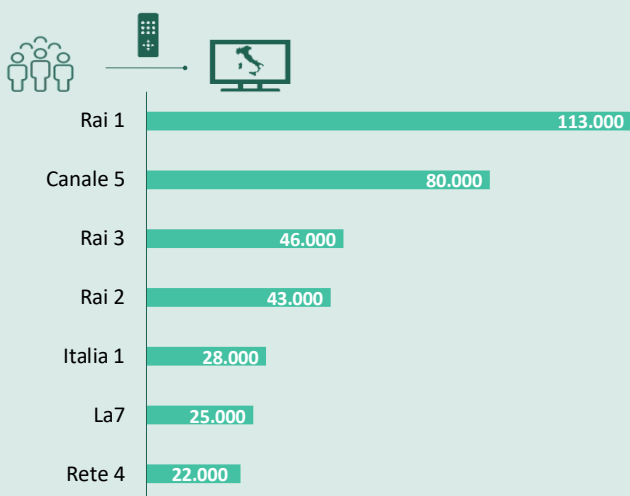


# Televisione

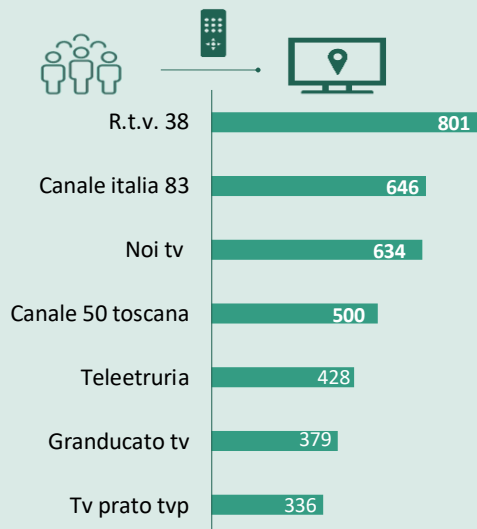
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



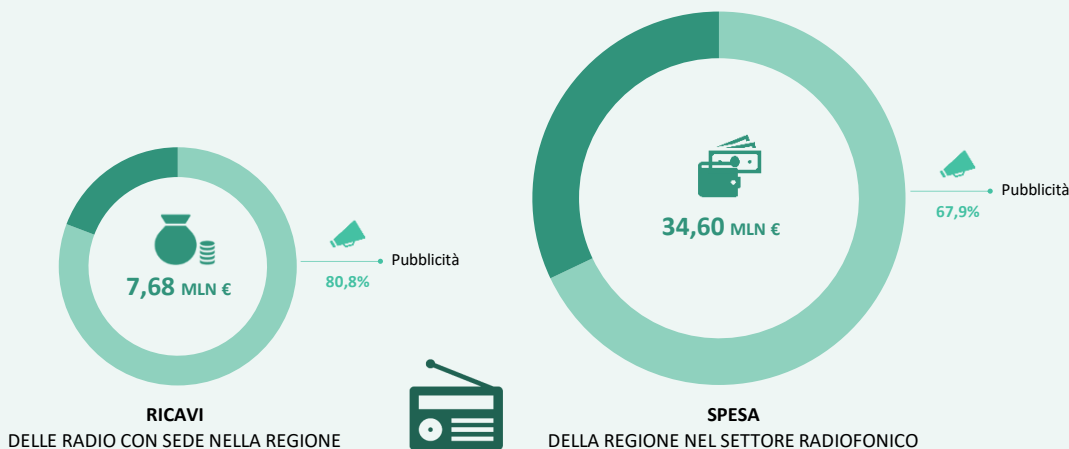
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



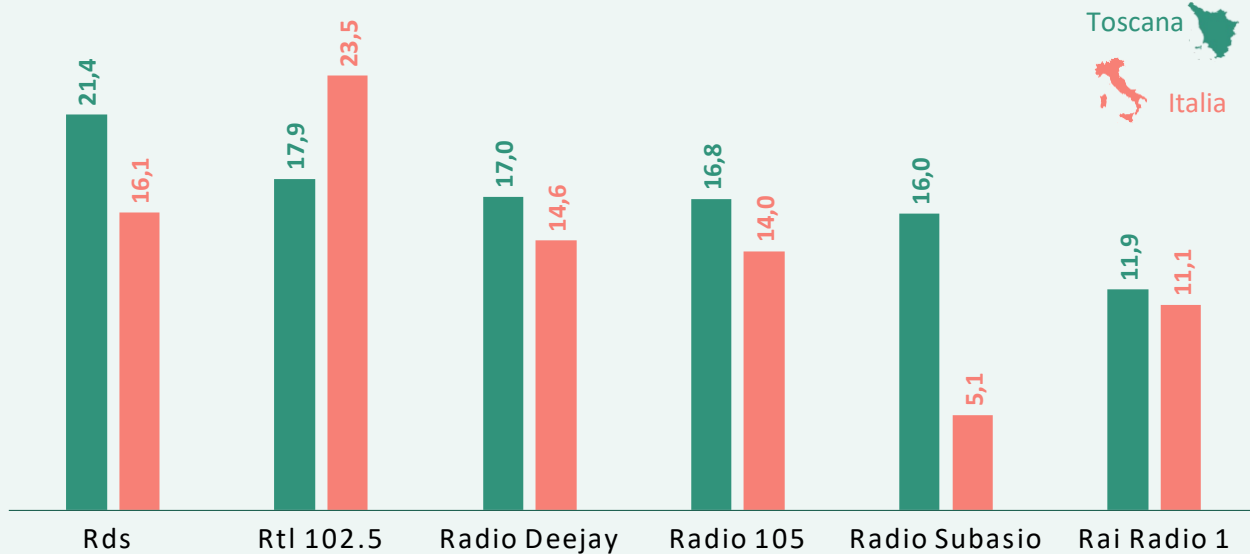
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



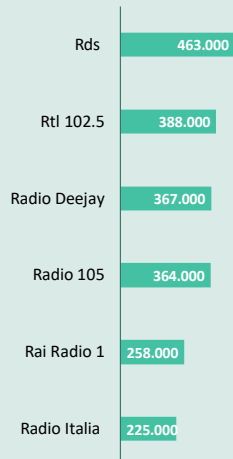
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



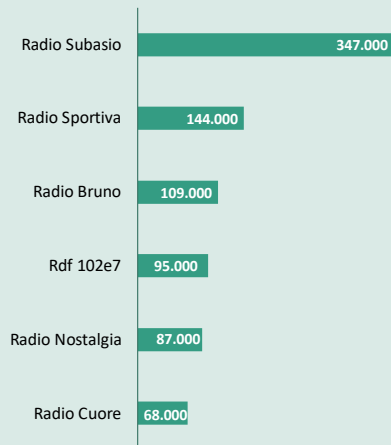
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



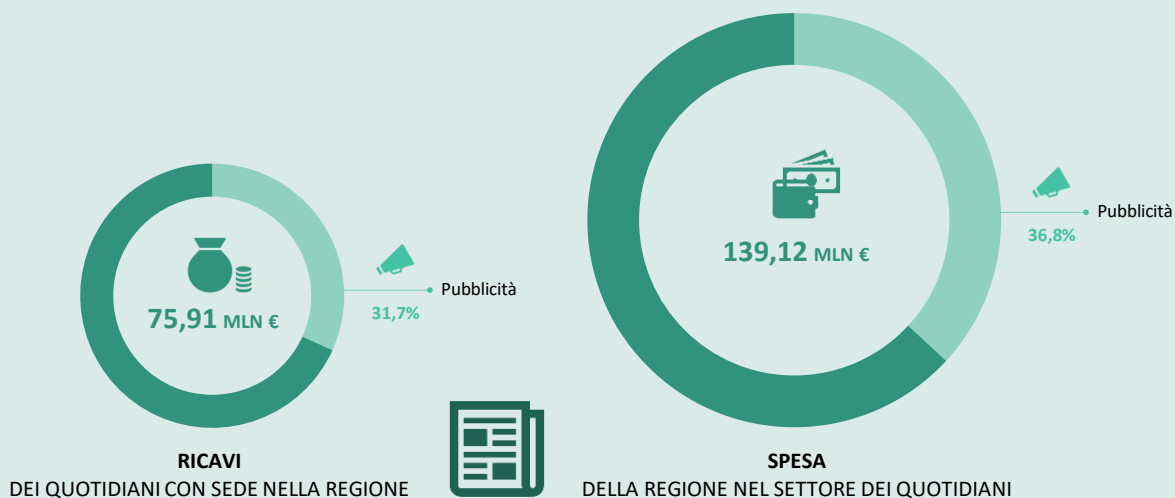
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



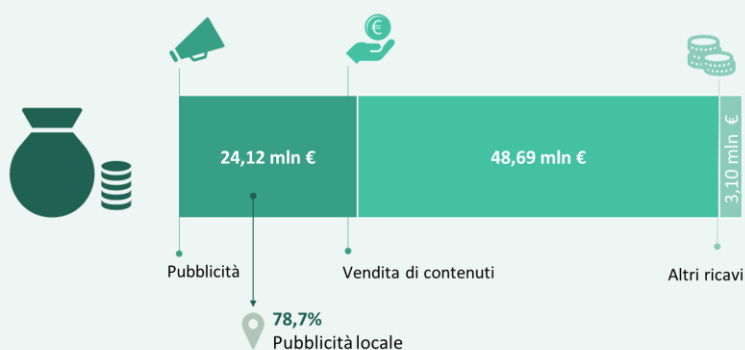
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



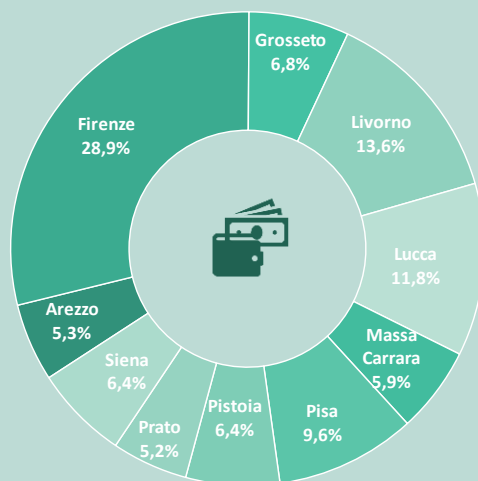
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



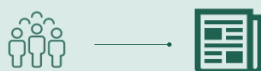
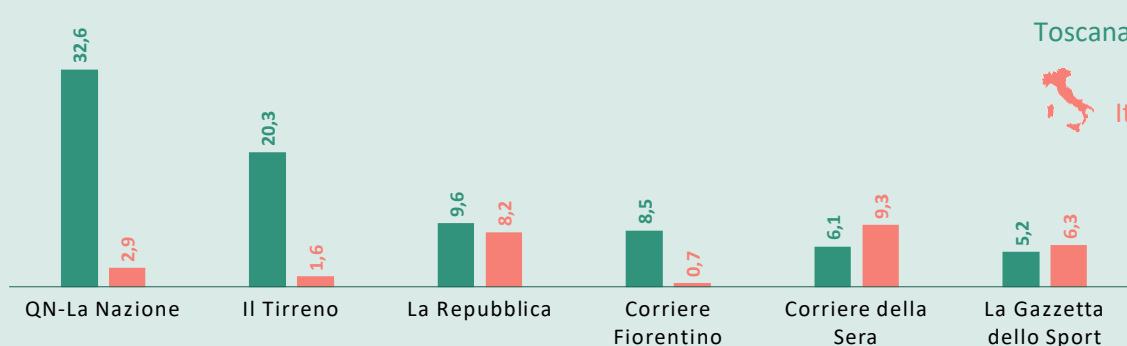


# Quotidiani

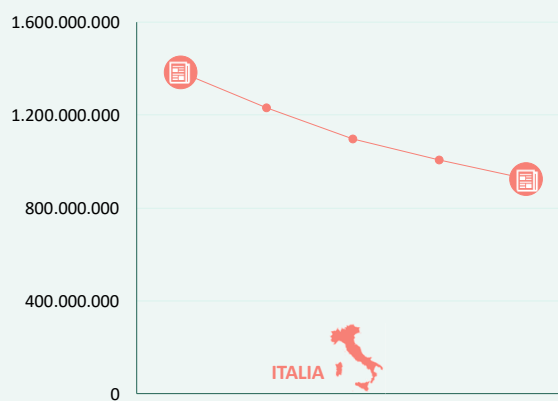
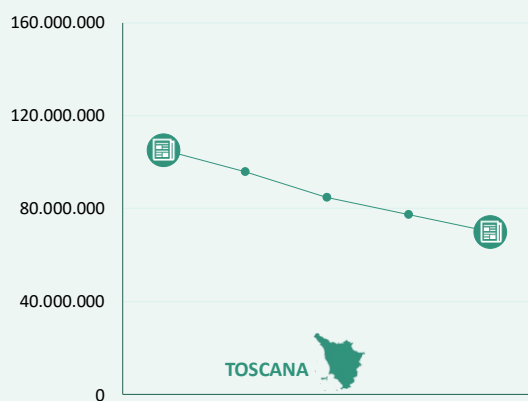
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



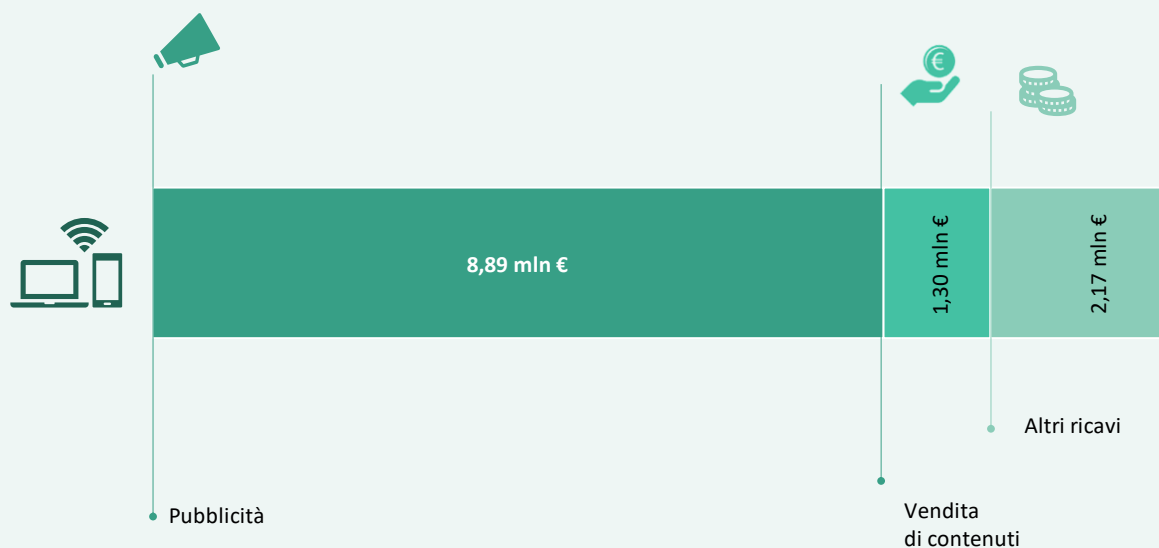
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



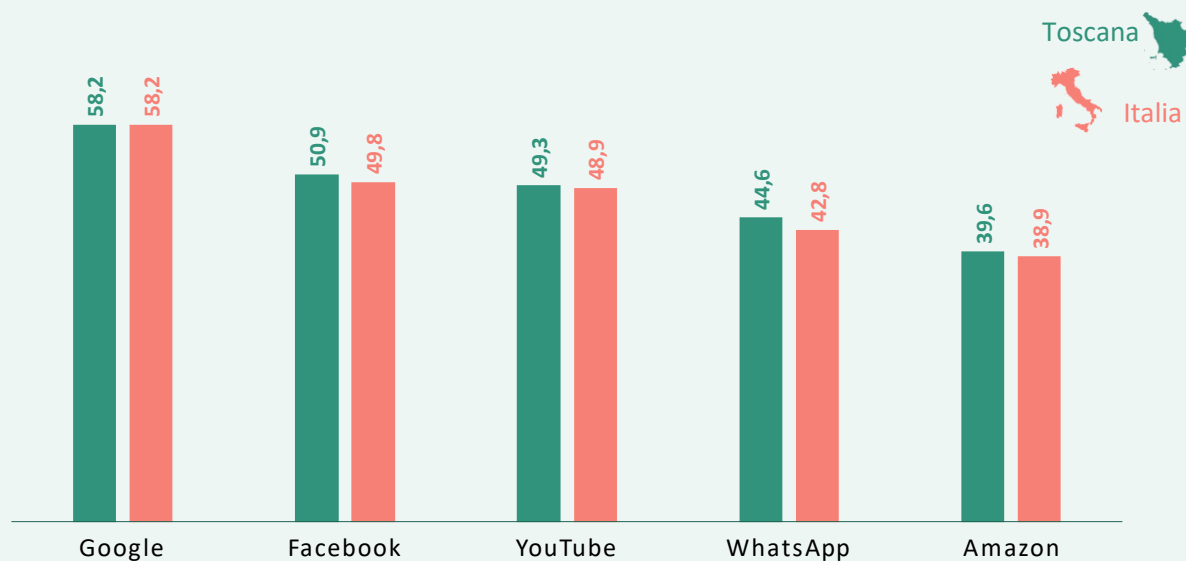
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



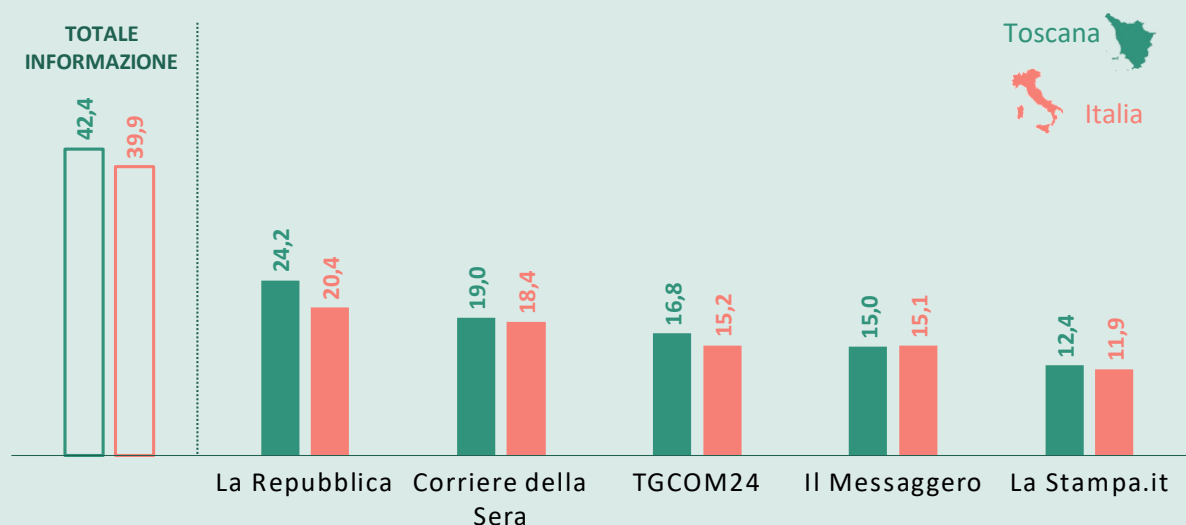
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# TRENTINO ALTO ADIGE



## 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 Km<sup>2</sup>

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

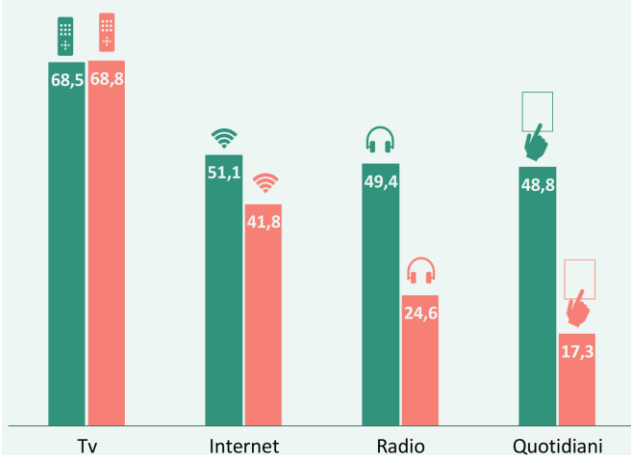


3,4% del totale

TRENTINO ALTO ADIGE

# Fruizione di informazione

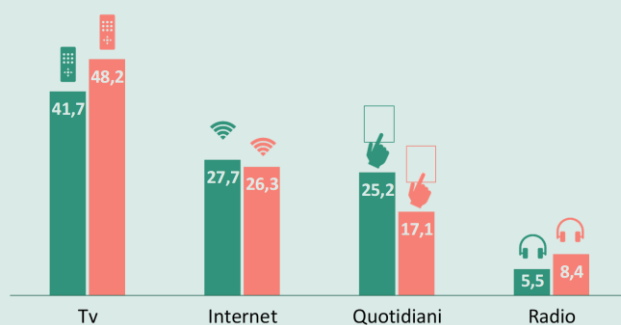
## Accesso ai mezzi per informarsi (tutti i giorni, % popolazione)



Trentino  
Alto Adige

Italia

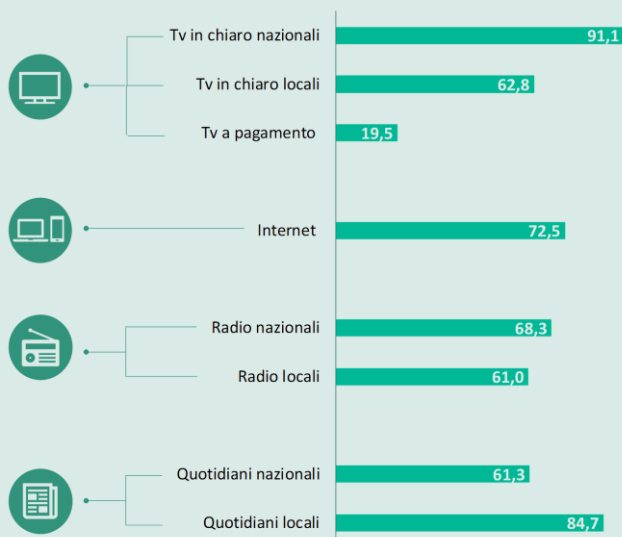
## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)



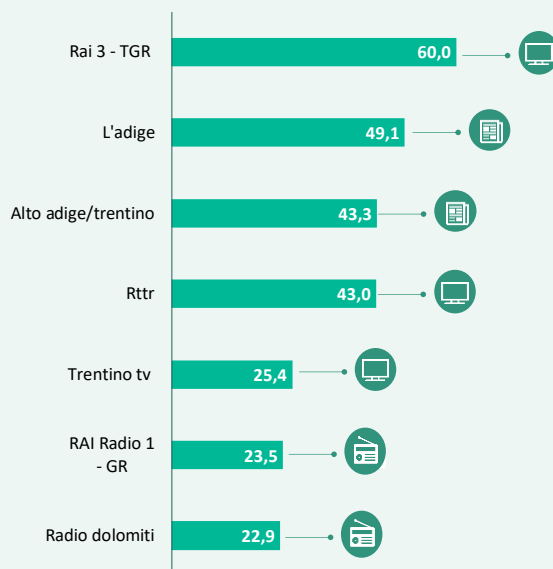
Trentino  
Alto Adige

Italia

## 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



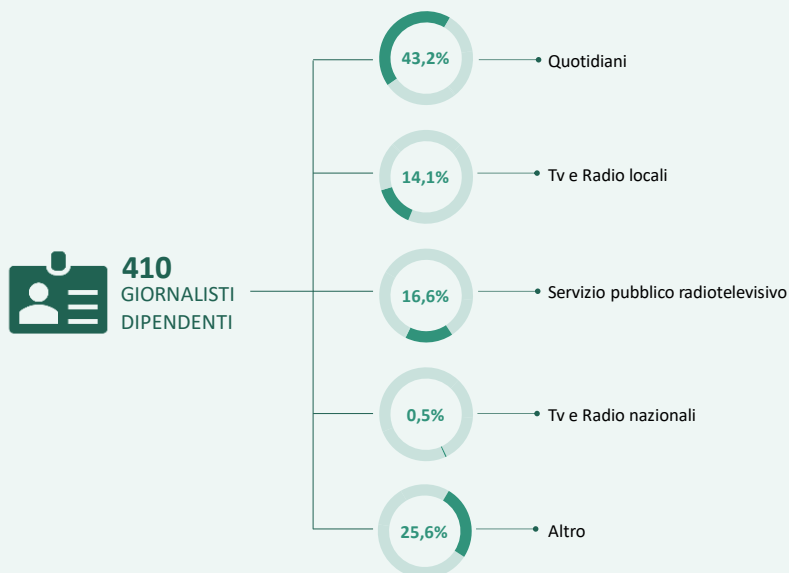
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**99**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**543**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESSE 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%	<b>100,0%</b>
Radio	50,0%	26,7%	13,3%	10,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	<b>100,0%</b>



# Fonti di finanziamento

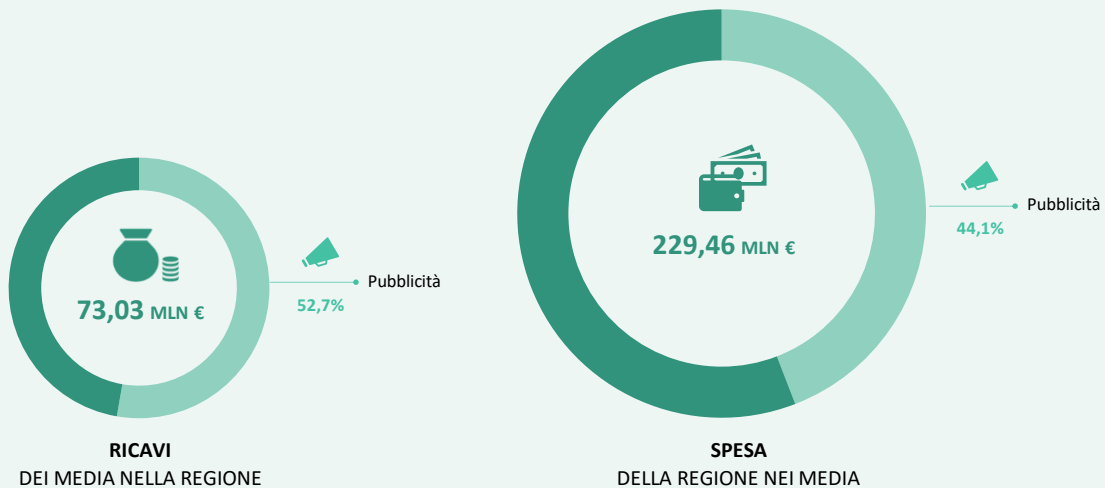
## Ricavi dei media con sede nella regione



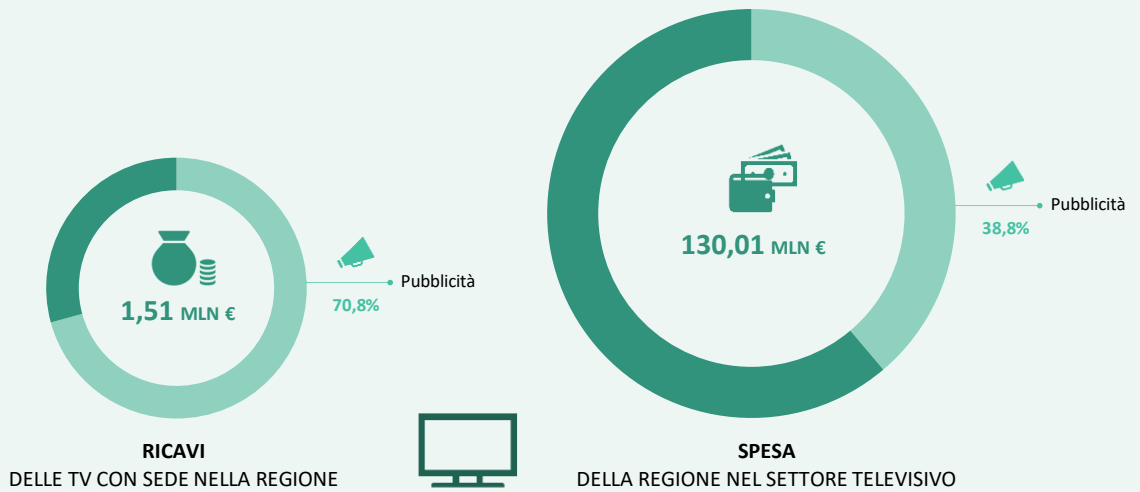
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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

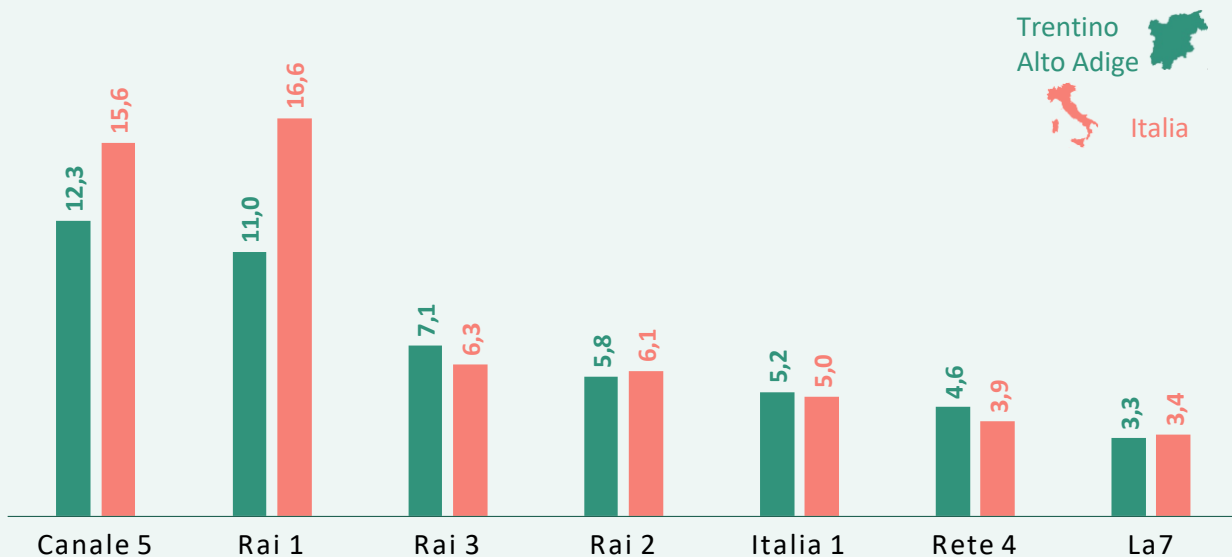


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

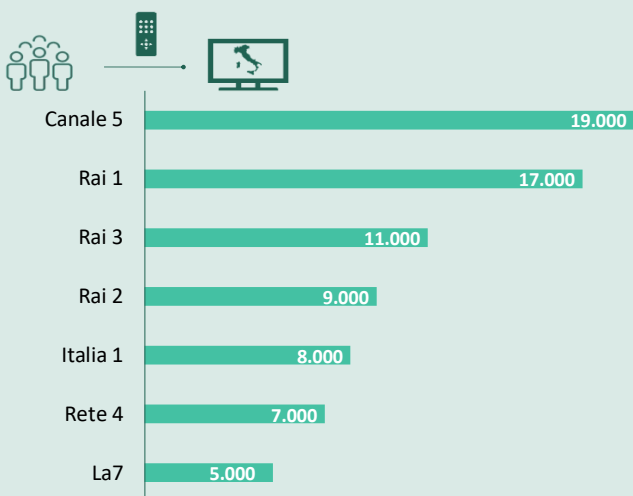


# Televisione

Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



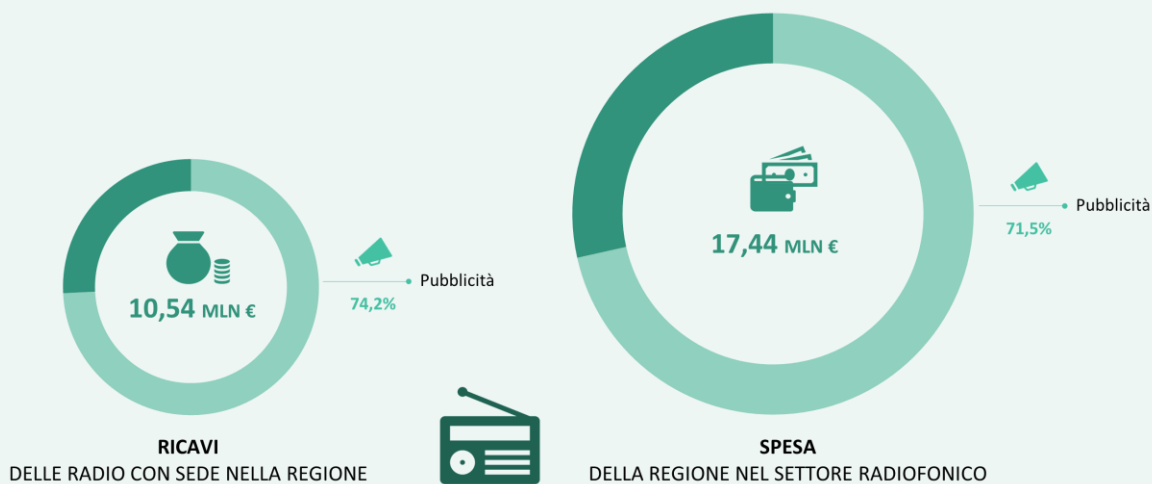
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



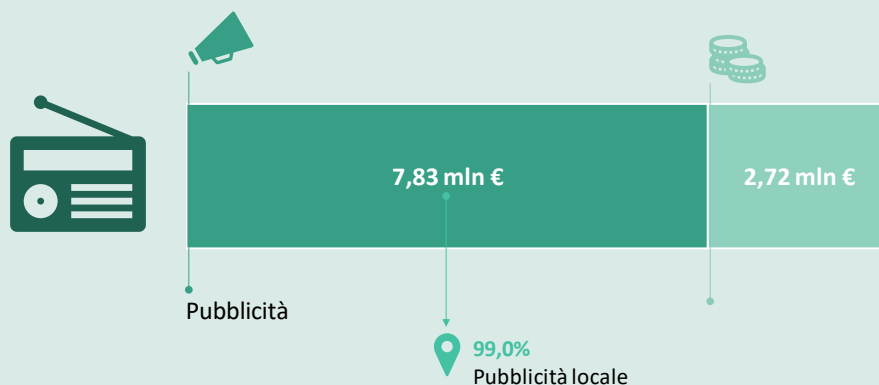
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



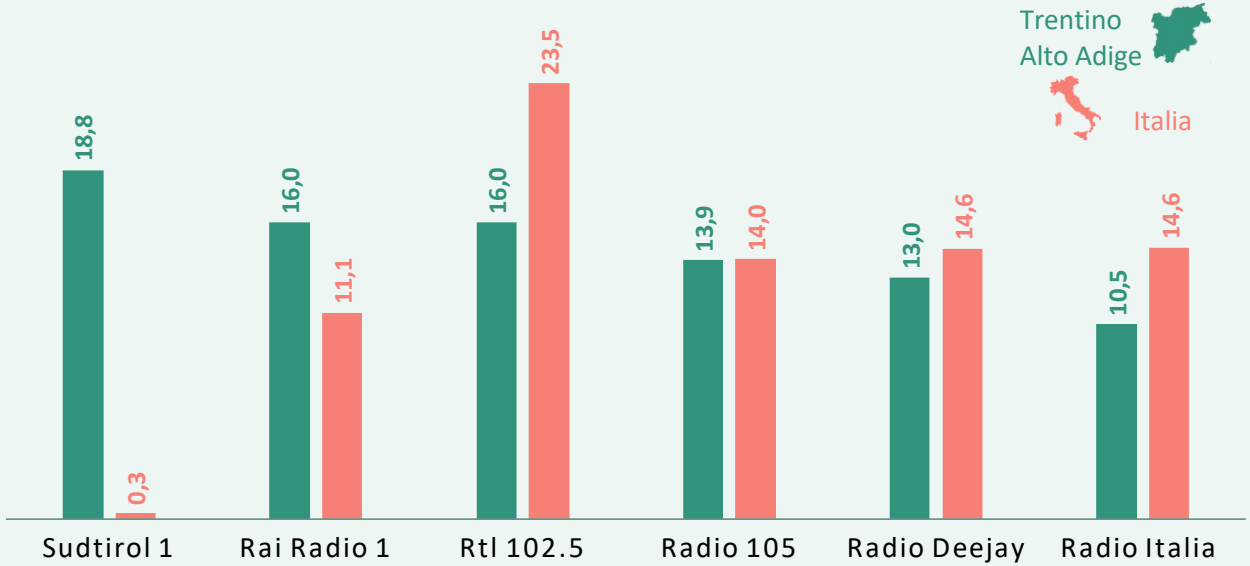
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



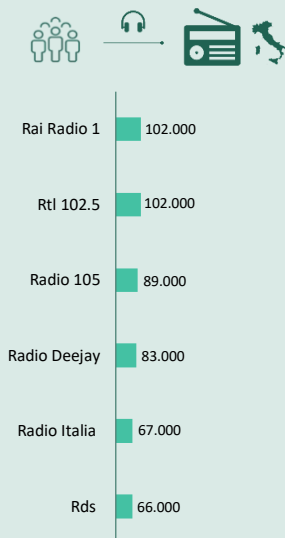
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



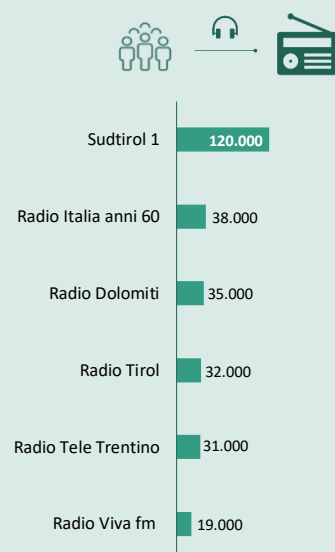
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



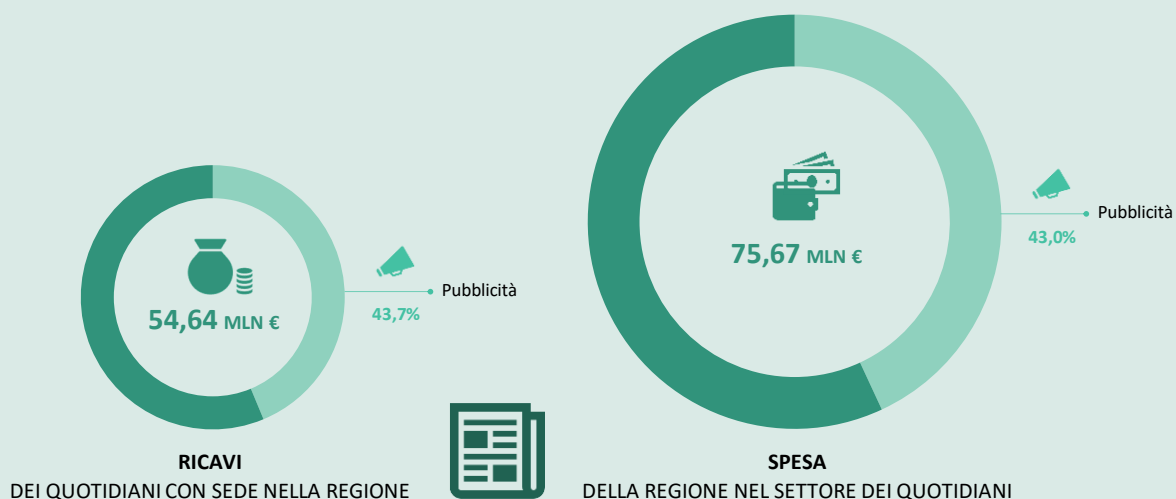
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



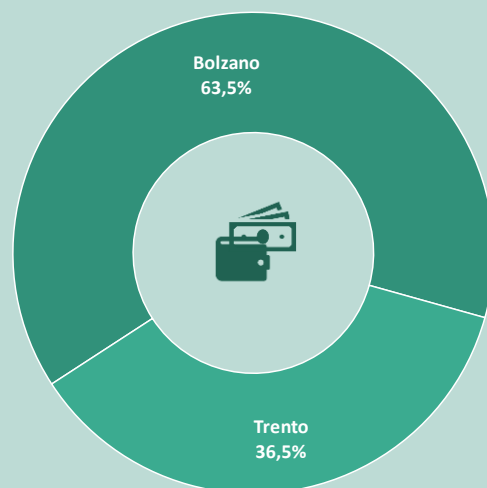
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

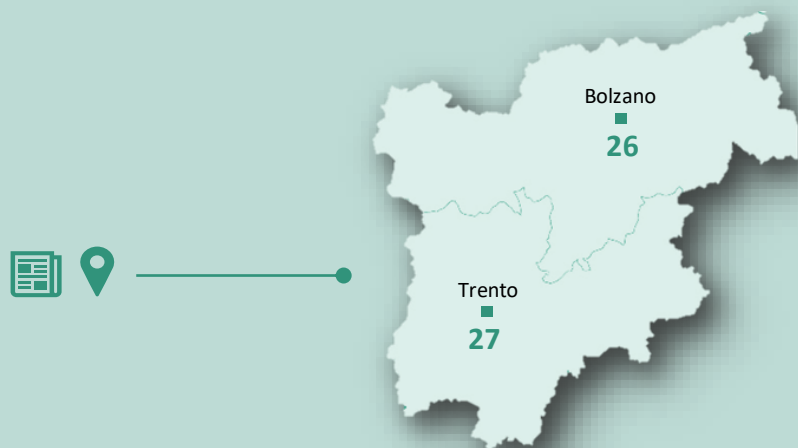


## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

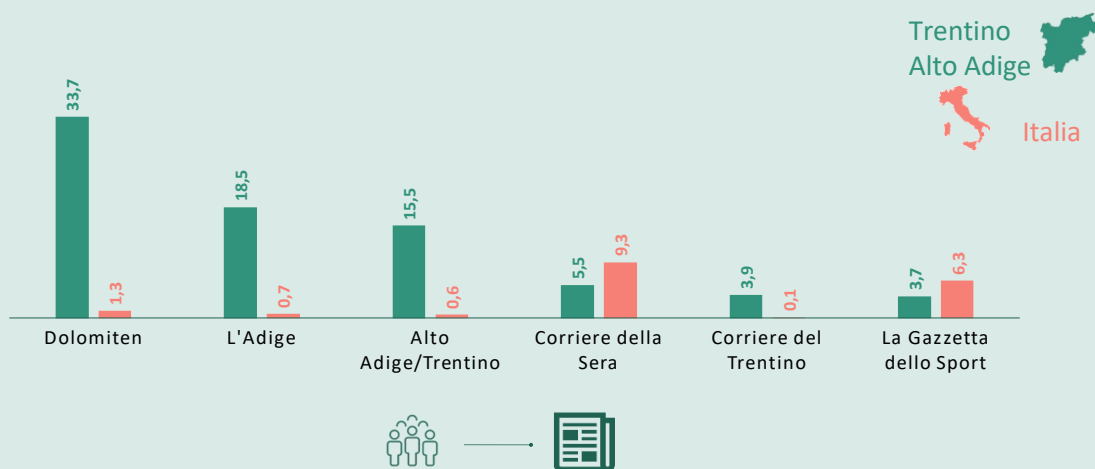


# Quotidiani

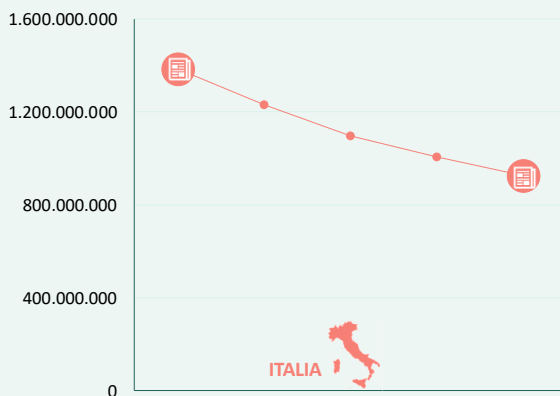
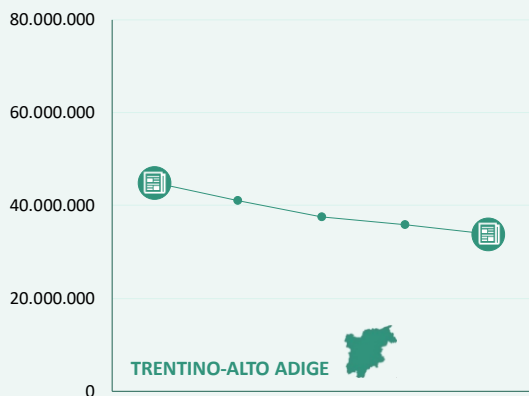
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



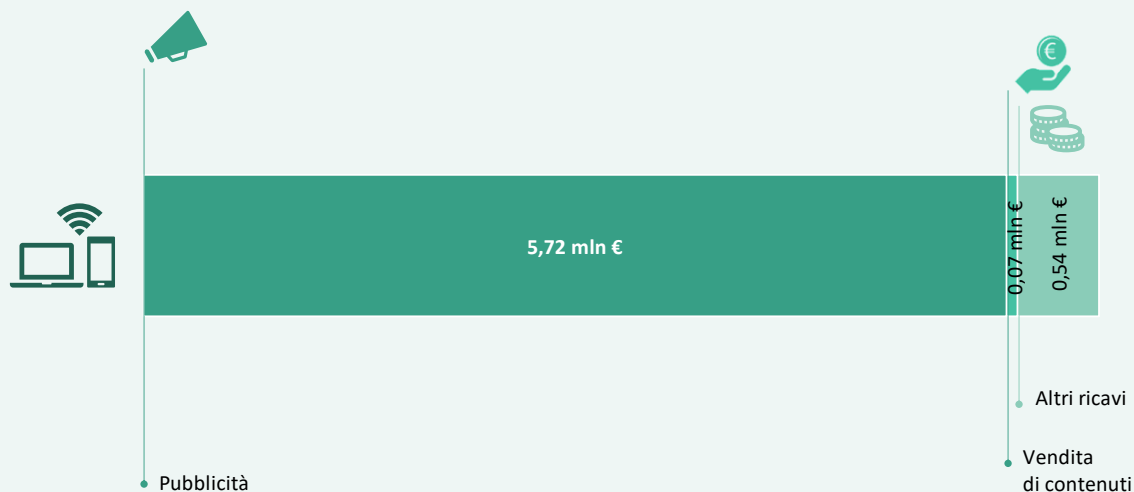
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



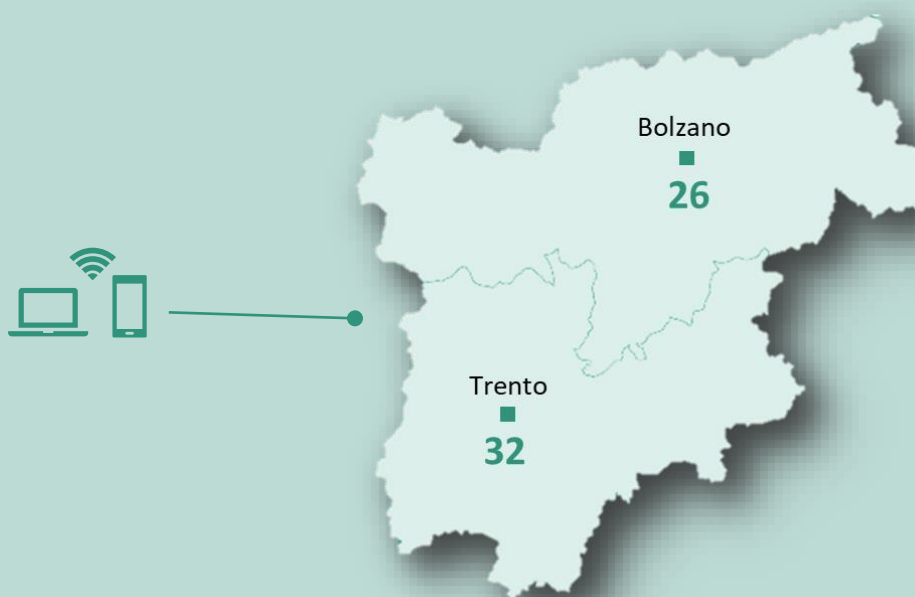
## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

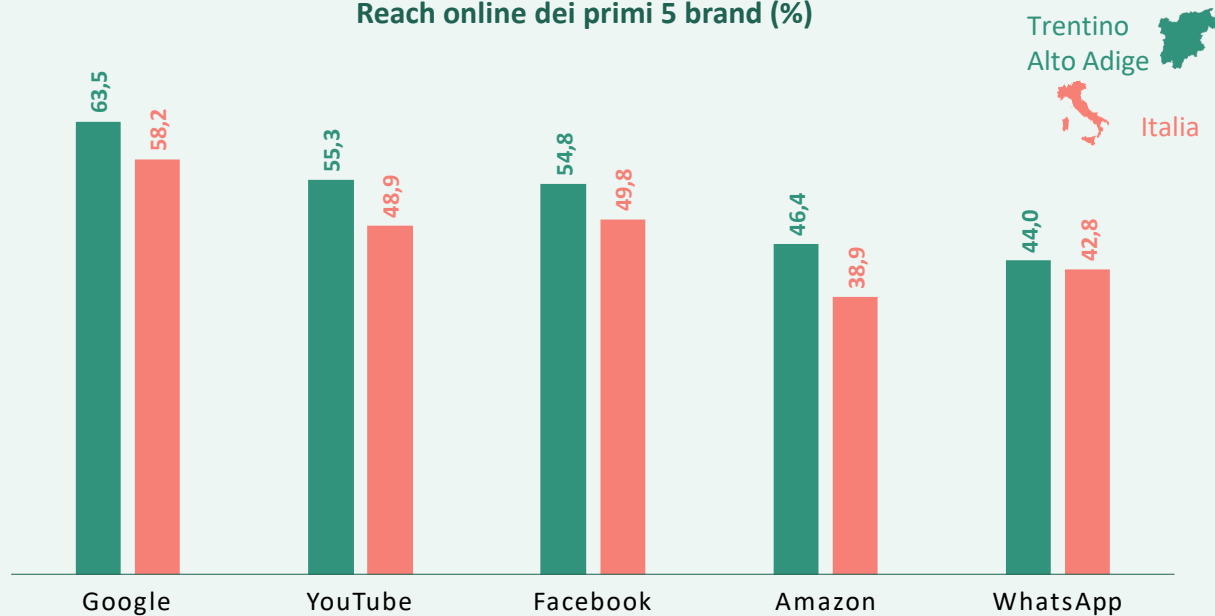


## Editori online con sede nella regione

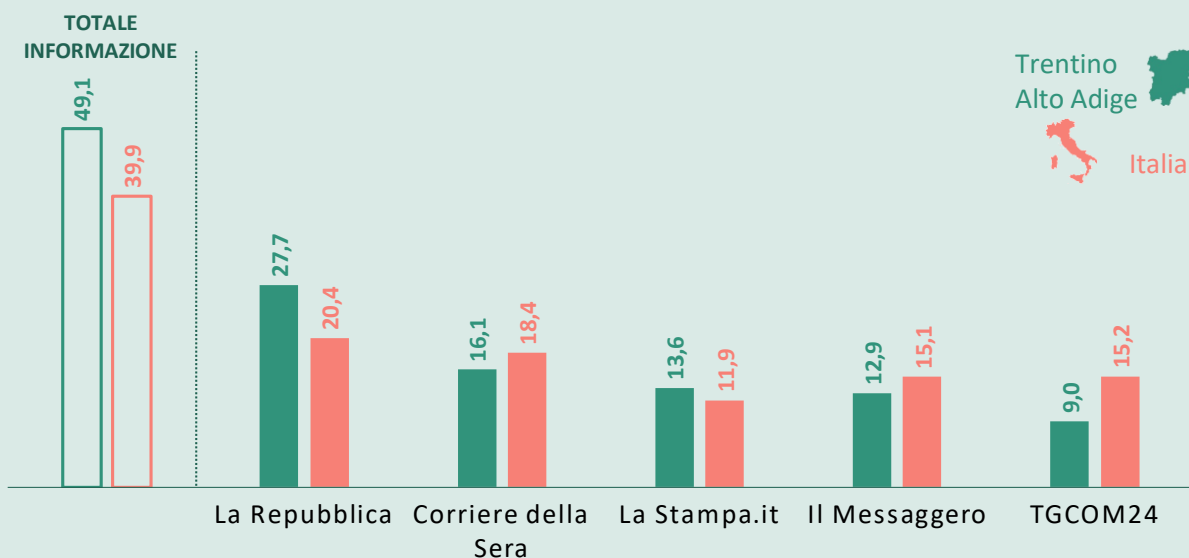




## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# UMBRIA



## CO.RE.COM. UMBRIA

Piazza Italia n. 2  
06121 Perugia  
corecom.umbria@arubapec.it  
Presidente: Marco Mazzoni

## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 91% degli umbri si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (50%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano Corriere Umbria

# Inquadramento regionale

AREA



8.464 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



885 mila

FAMIGLIE



367.335

ETÀ MEDIA



46,7 anni

PIL PRO CAPITE



23.866 €

IMPRESE ATTIVE



66.804

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,0% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



229.548

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

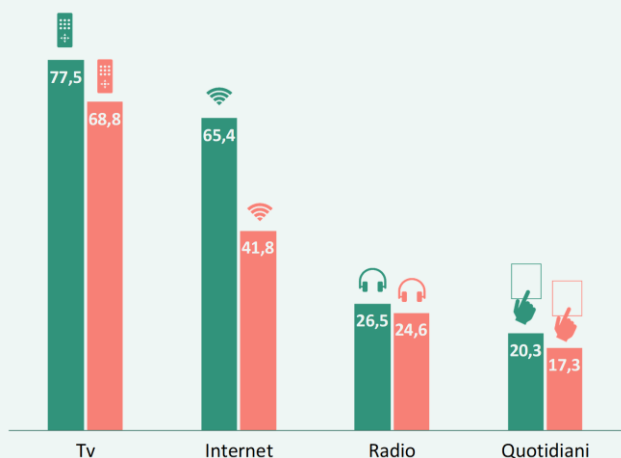


1,9% del totale

UMBRIA

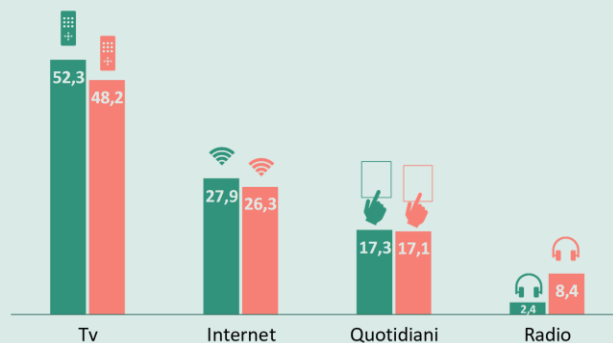
# Fruizione di informazione

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



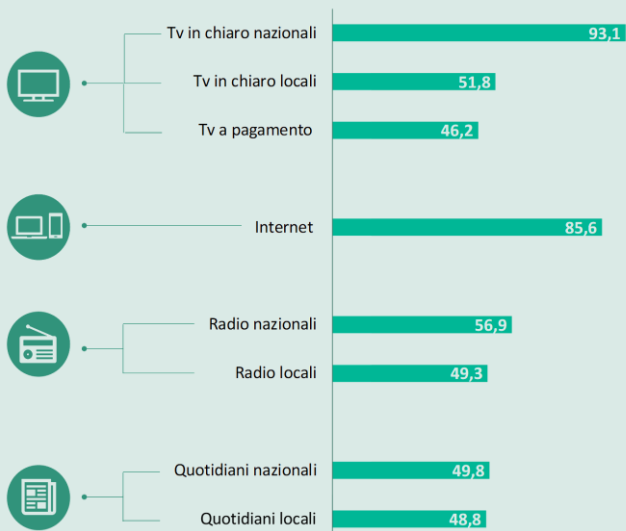
Umbria   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

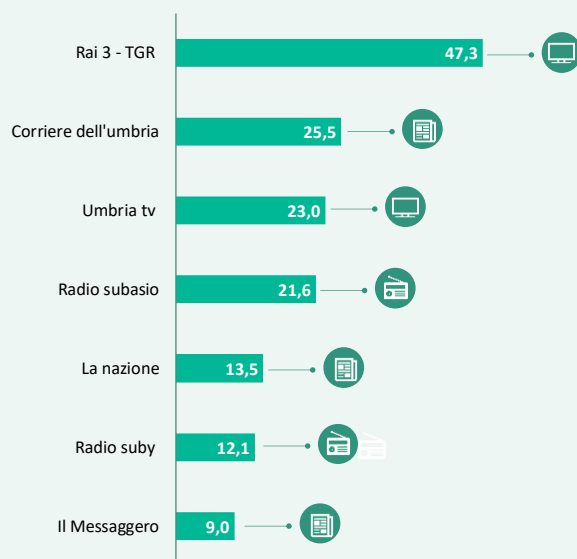


Umbria   
Italia 

## 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

6



Emittenti  
televisive

18



Emittenti  
radiofoniche

1



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

28



Emittenti  
televisive

37



Emittenti  
radiofoniche

17



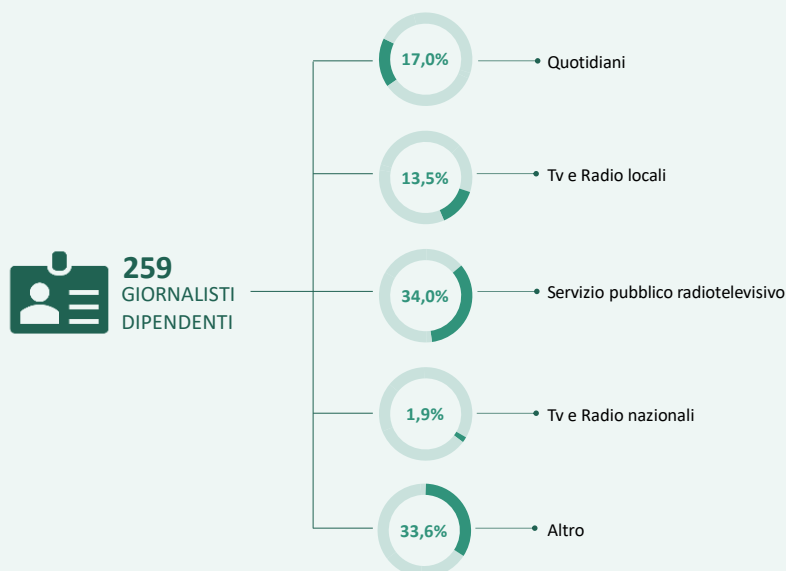
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**79**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**432**

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 	12,5%	37,5%	37,5%	12,5%	<b>100,0%</b>
Radio 	62,5%	31,3%	0,0%	6,2%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

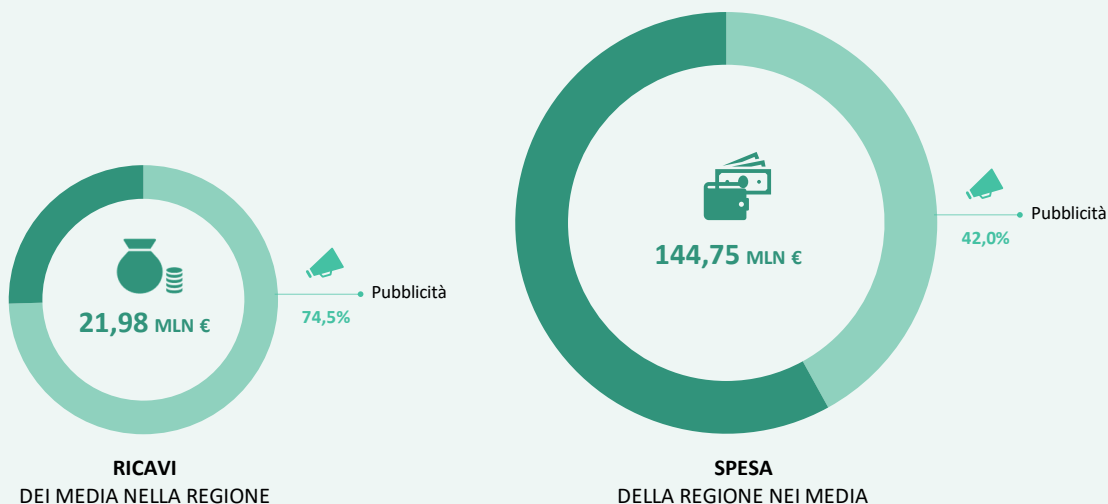
## Ricavi dei media con sede nella regione



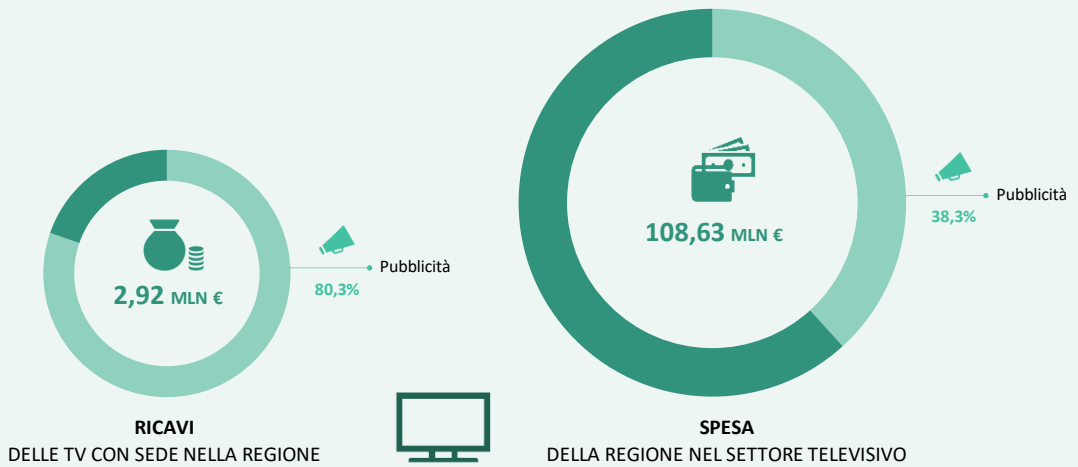
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## 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



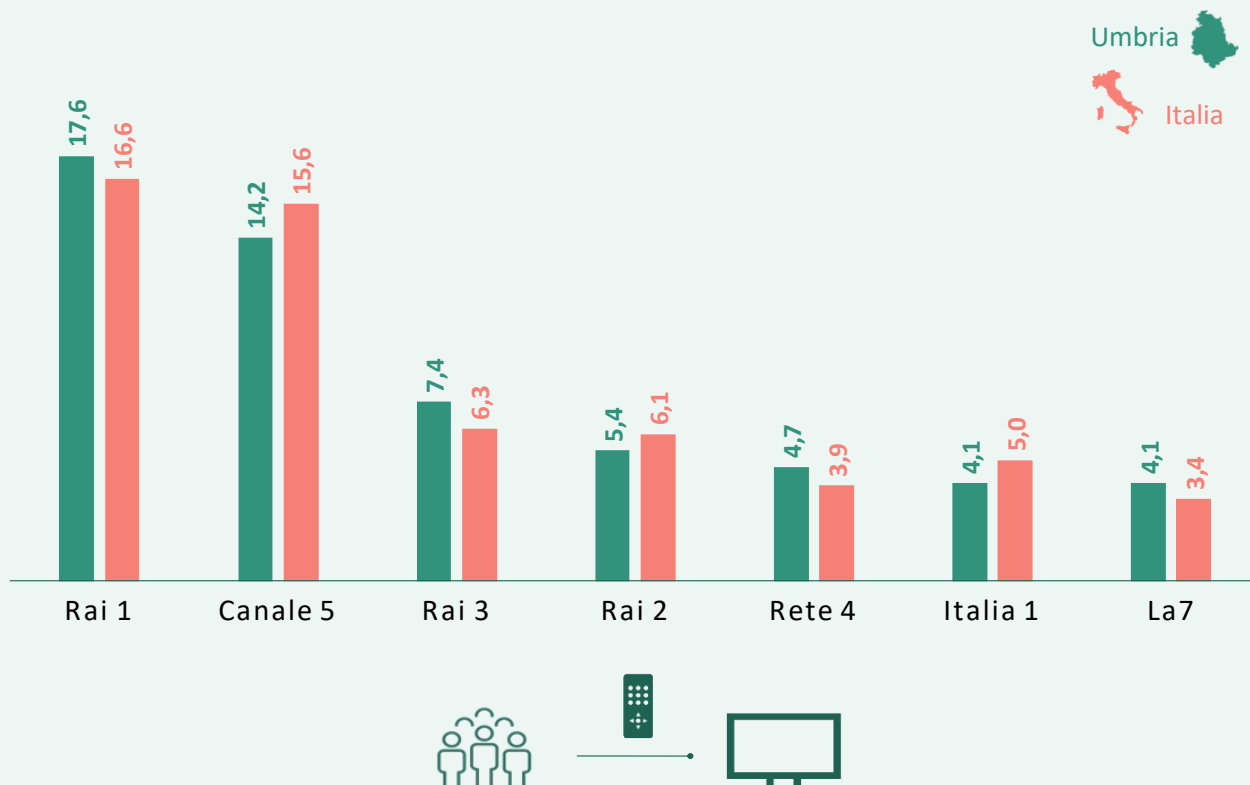
## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia



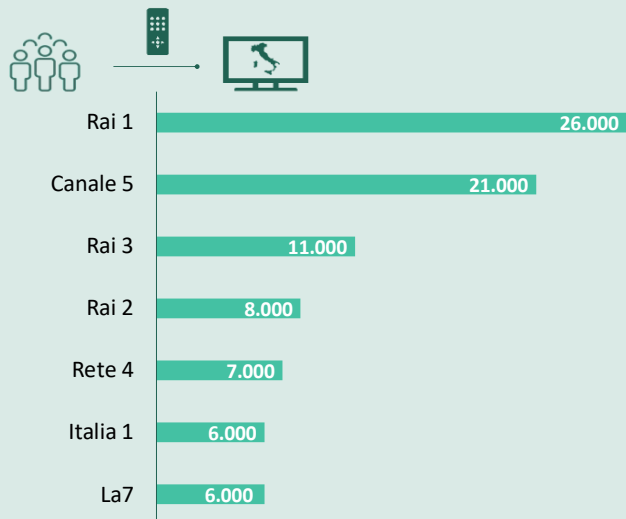


# Televisione

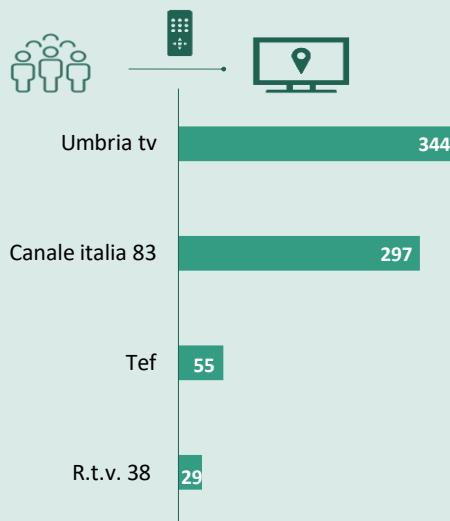
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



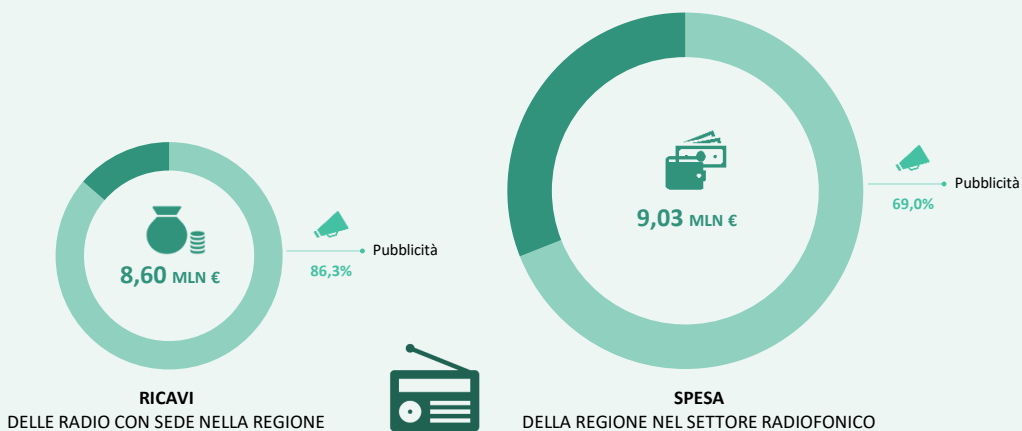
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



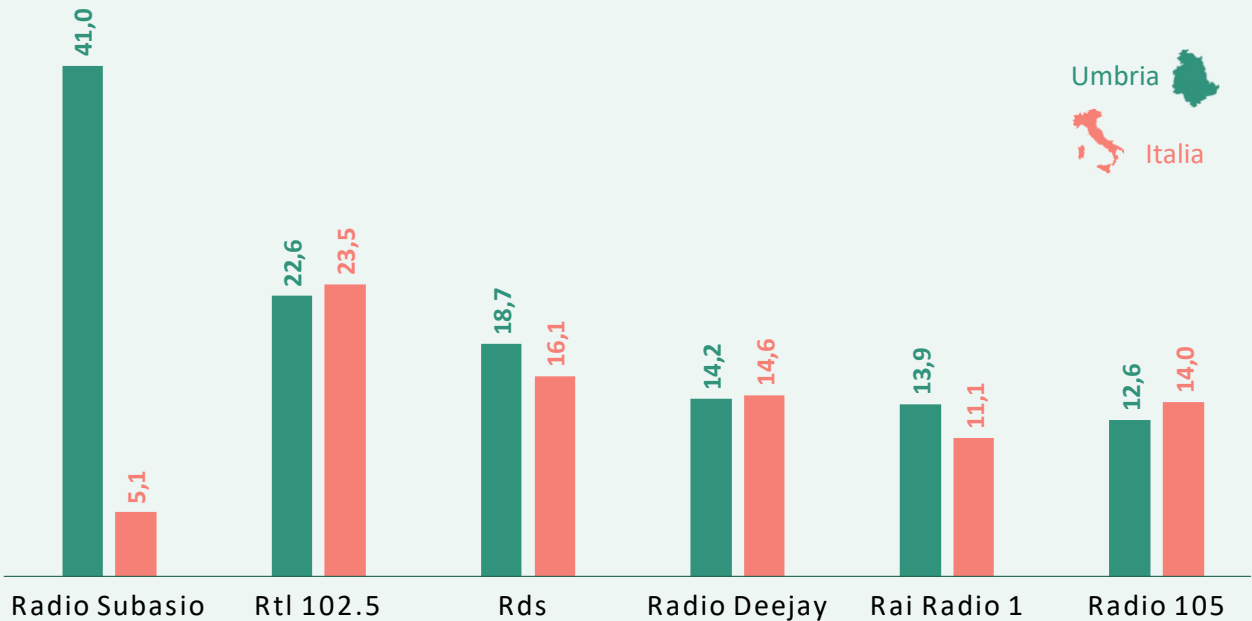
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



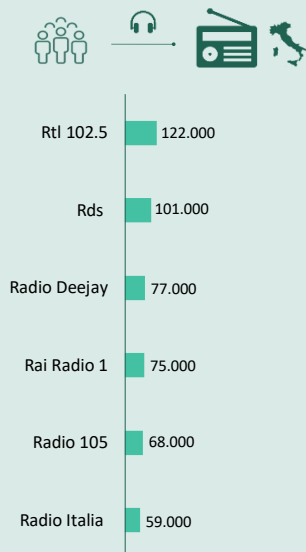
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



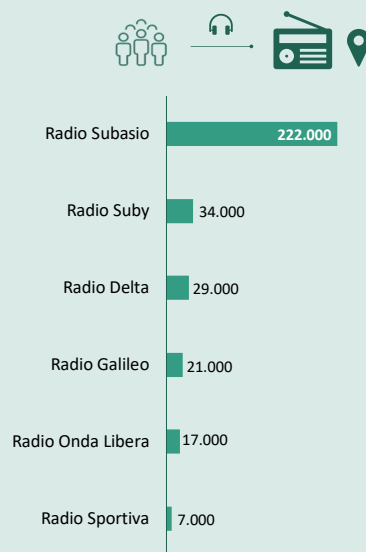
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



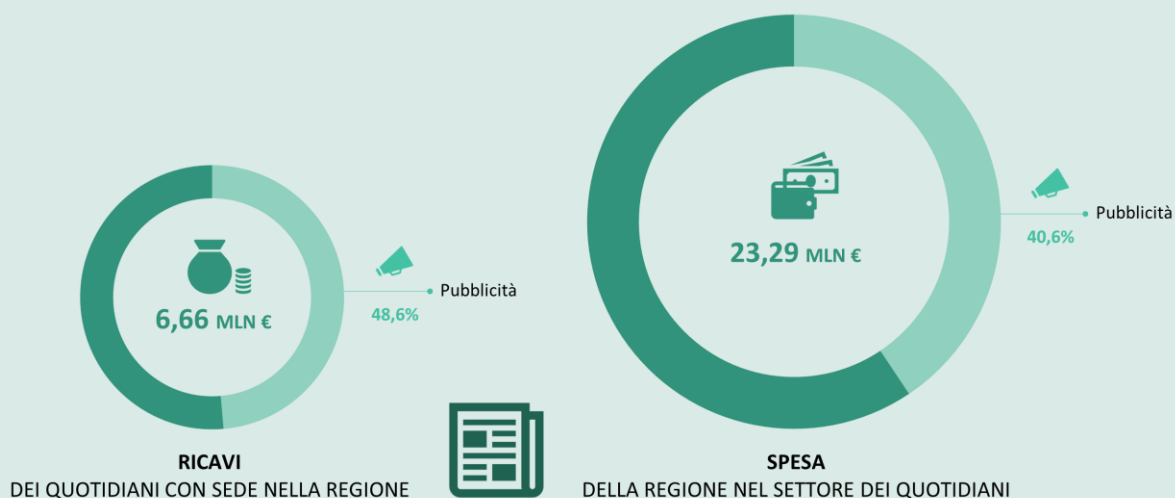
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



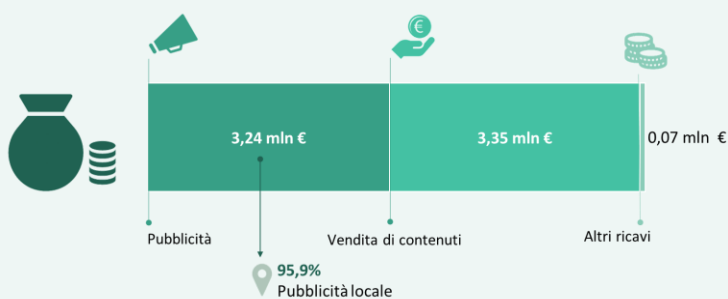
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



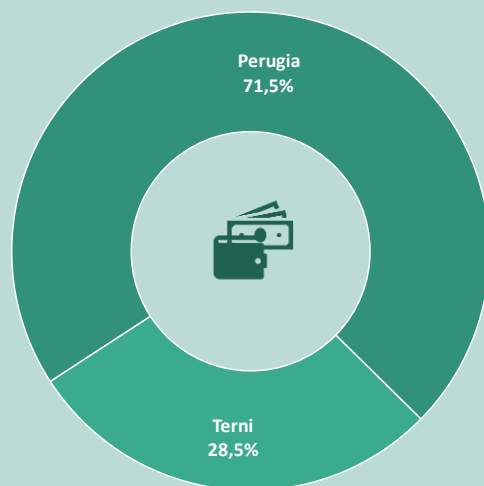
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



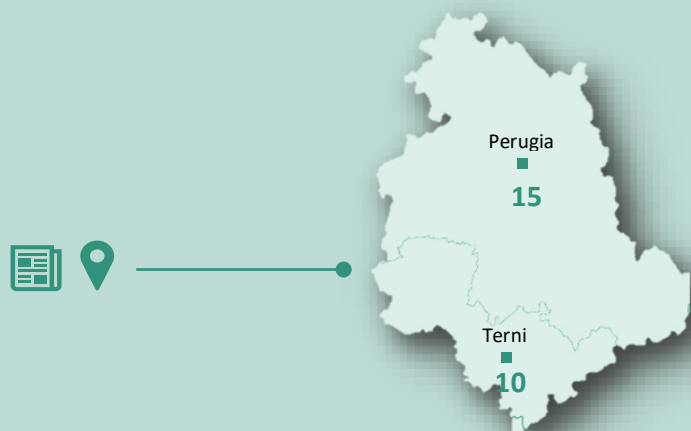
## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



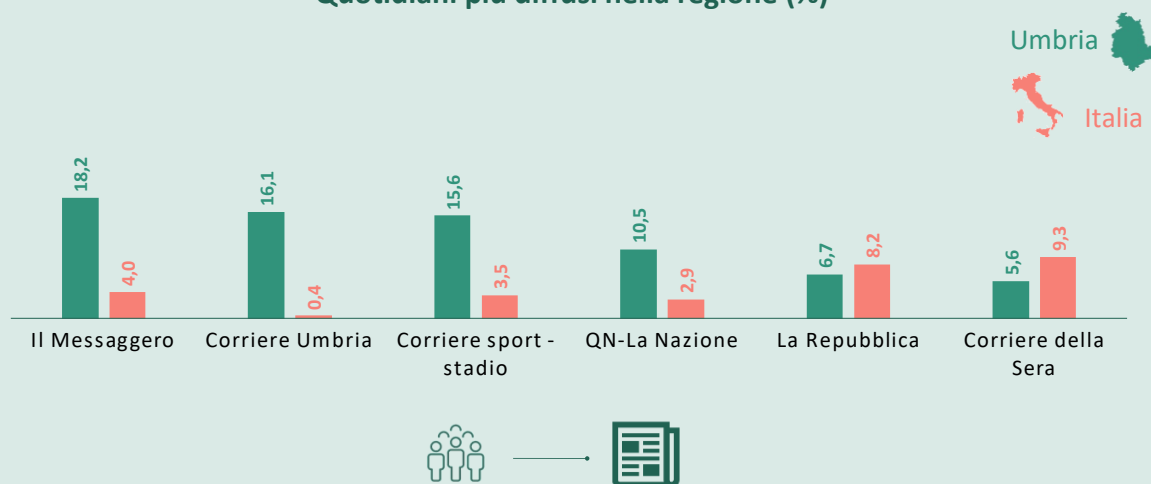
## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



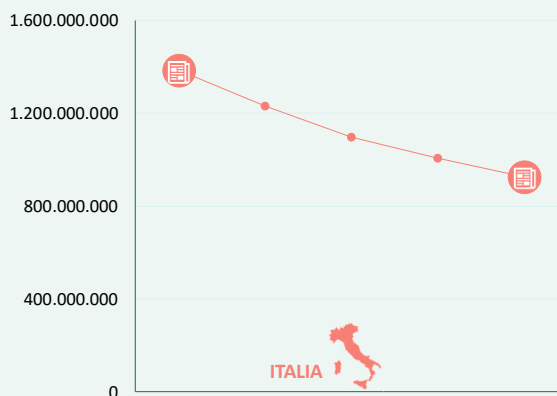
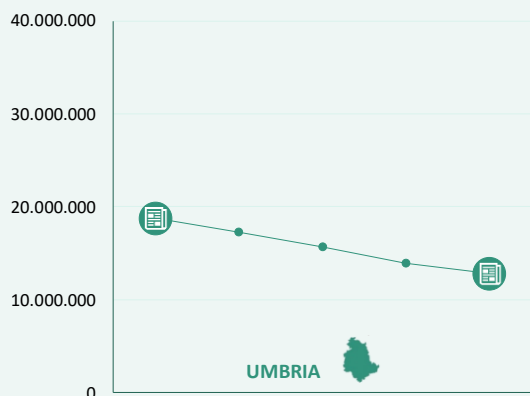
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



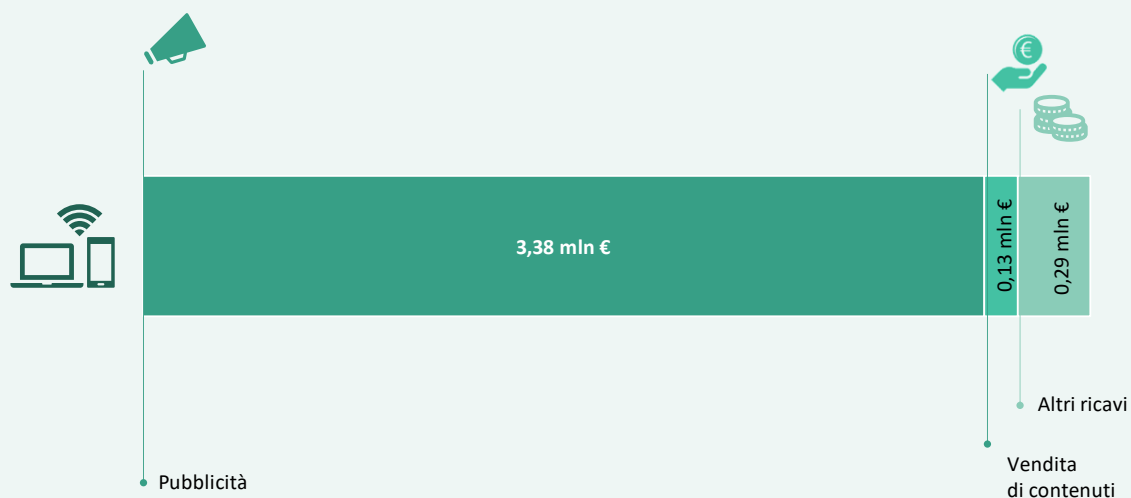
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



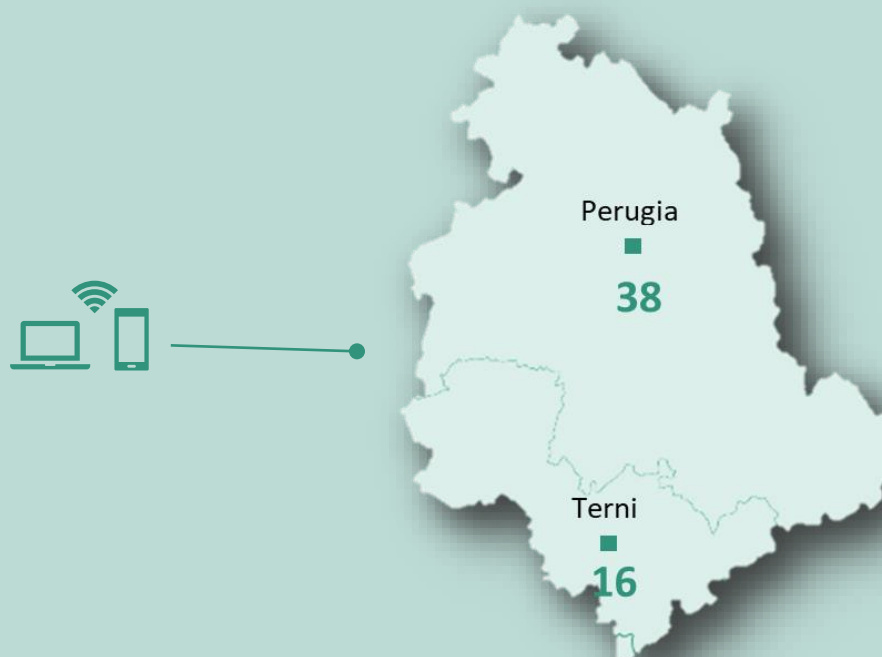
## Andamento delle copie vendute



## Composizione dei ricavi dei media online nella regione

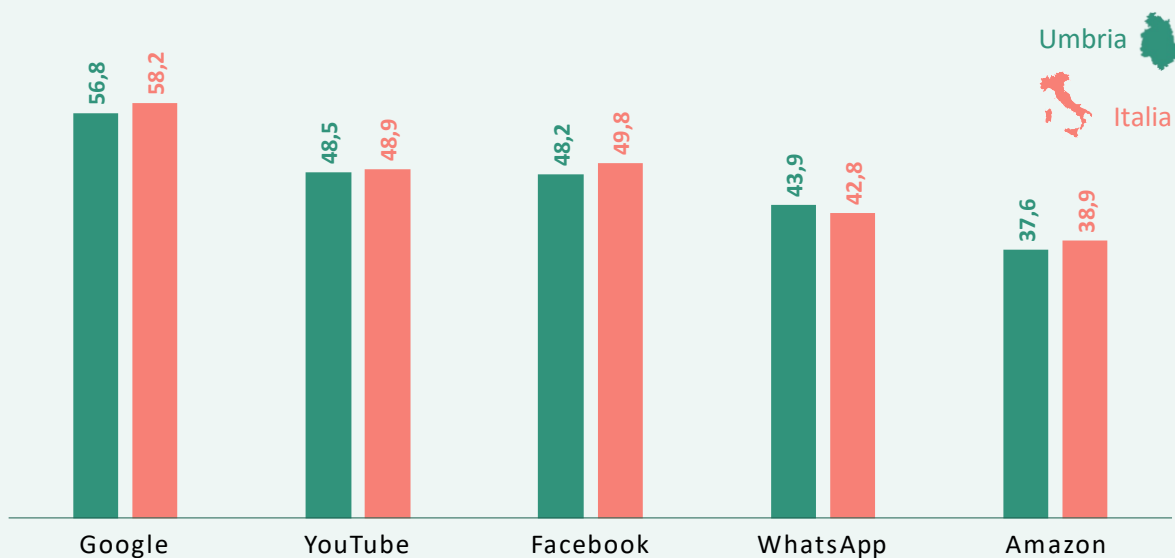


## Editori online con sede nella regione



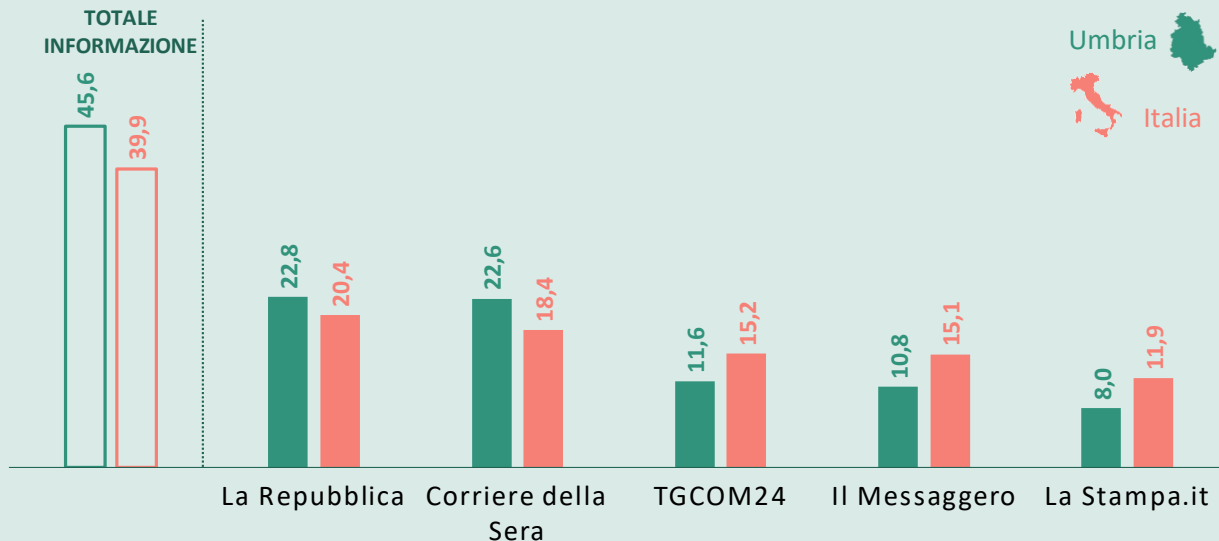
# Internet

### Reach online dei primi 5 brand (%)



### Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

TOTALE  
INFORMAZIONE



# VALLE D'AOSTA



## CO.RE.COM. VALLE D'AOSTA

Castello di Montefleury  
Via S. Piccolo San Bernardo n. 39  
11100 Aosta  
info@corecomvda.it  
Presidente: Enrica Ferri

## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ Il 98% degli abitanti della Valle d'Aosta si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (75%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il quotidiano La Stampa



# Inquadramento regionale

AREA



3.261 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



126 mila

FAMIGLIE



59.370

ETÀ MEDIA



45,9 anni

PIL PRO CAPITE



34.949 €

IMPRESE ATTIVE



11.221

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,0% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



36.426

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

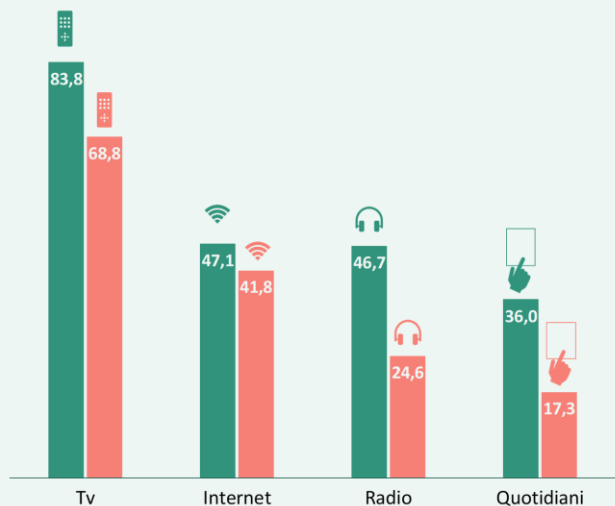


3,0% del totale

VALLE D'AOSTA

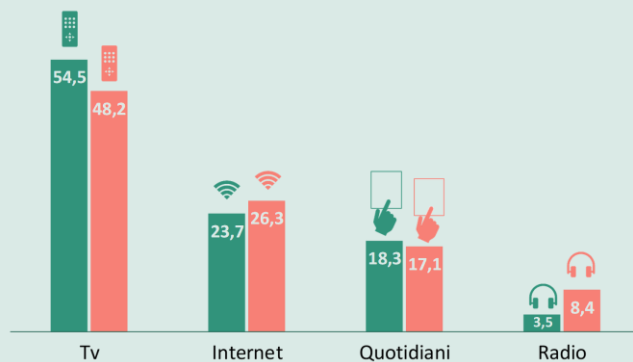
# Fruizione di informazione

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



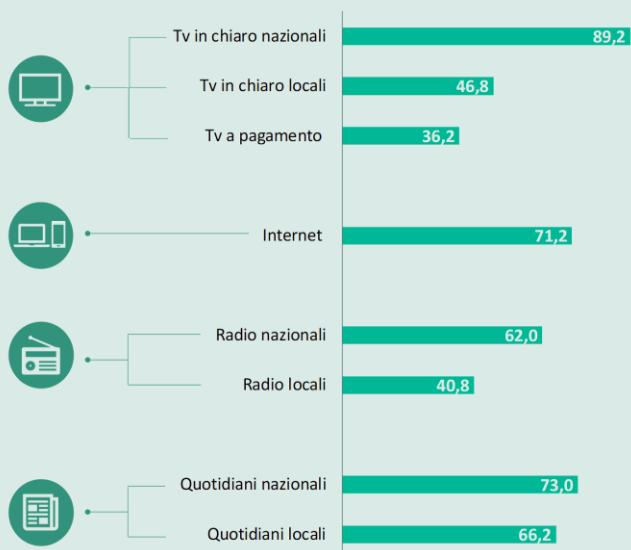
Valle D'Aosta  
Italia

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

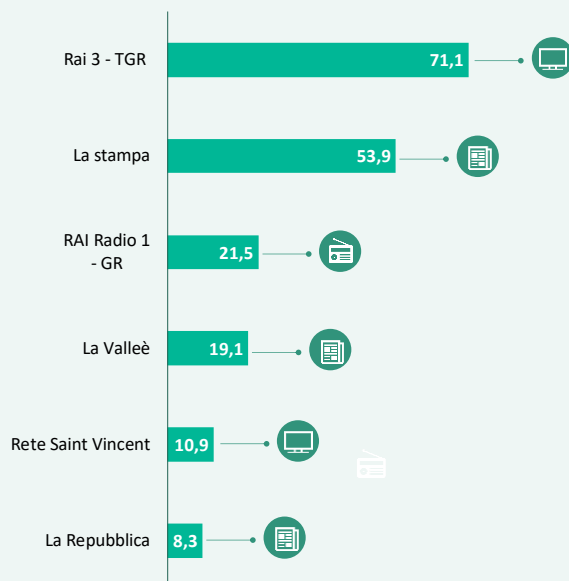


Valle D'Aosta  
Italia

## 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

1



Emittenti  
televisive

4



Emittenti  
radiofoniche

0



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

15



Emittenti  
televisive

8



Emittenti  
radiofoniche

5



Testate  
quotidiane

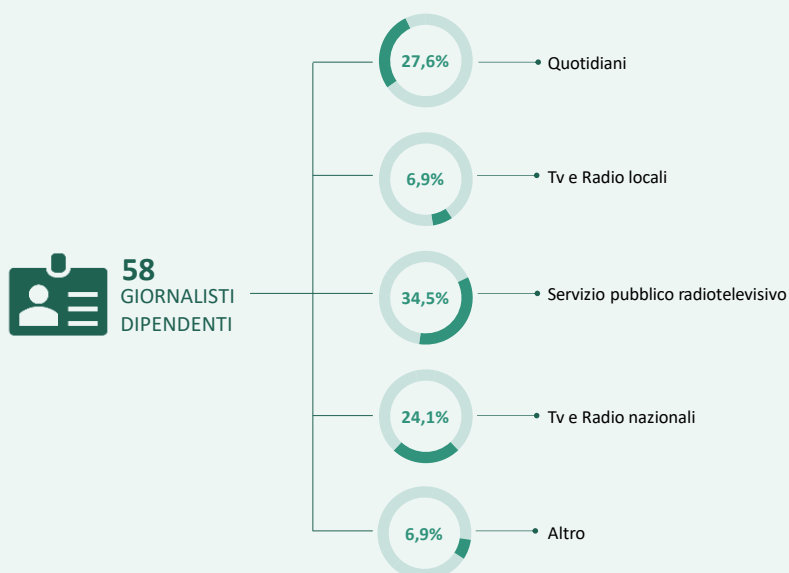
## Media locali diffusi in ciascuna provincia

Aosta

■  
28

# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**12**




IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**16**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE



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

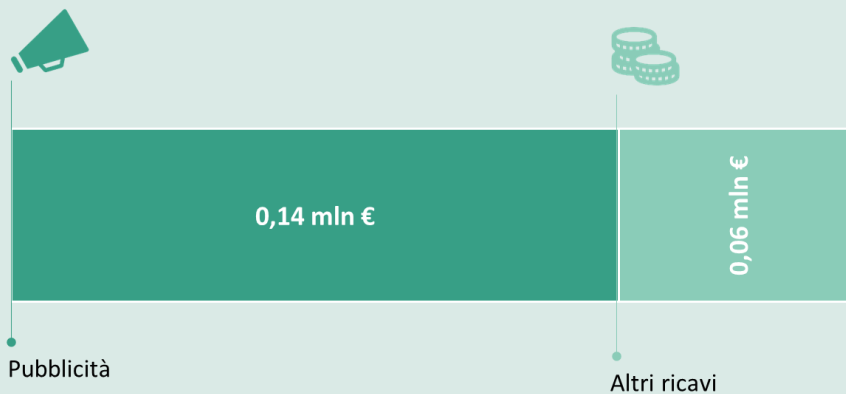
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv 	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Radio 	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>100,0%</b>
Quotidiani 	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>

# Fonti di finanziamento

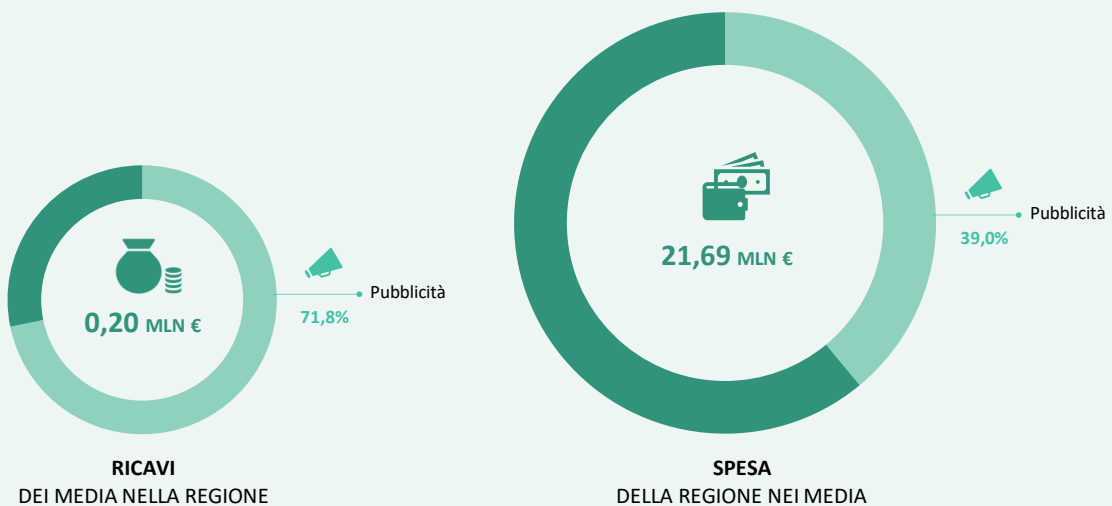
## Ricavi dei media con sede nella regione



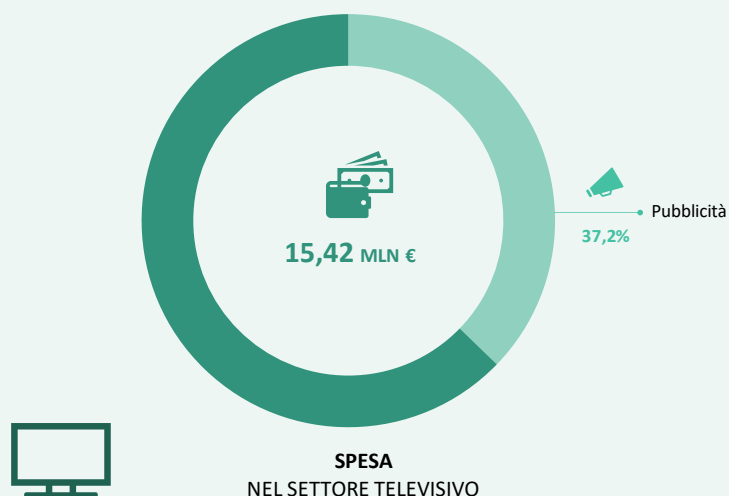
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



## Spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

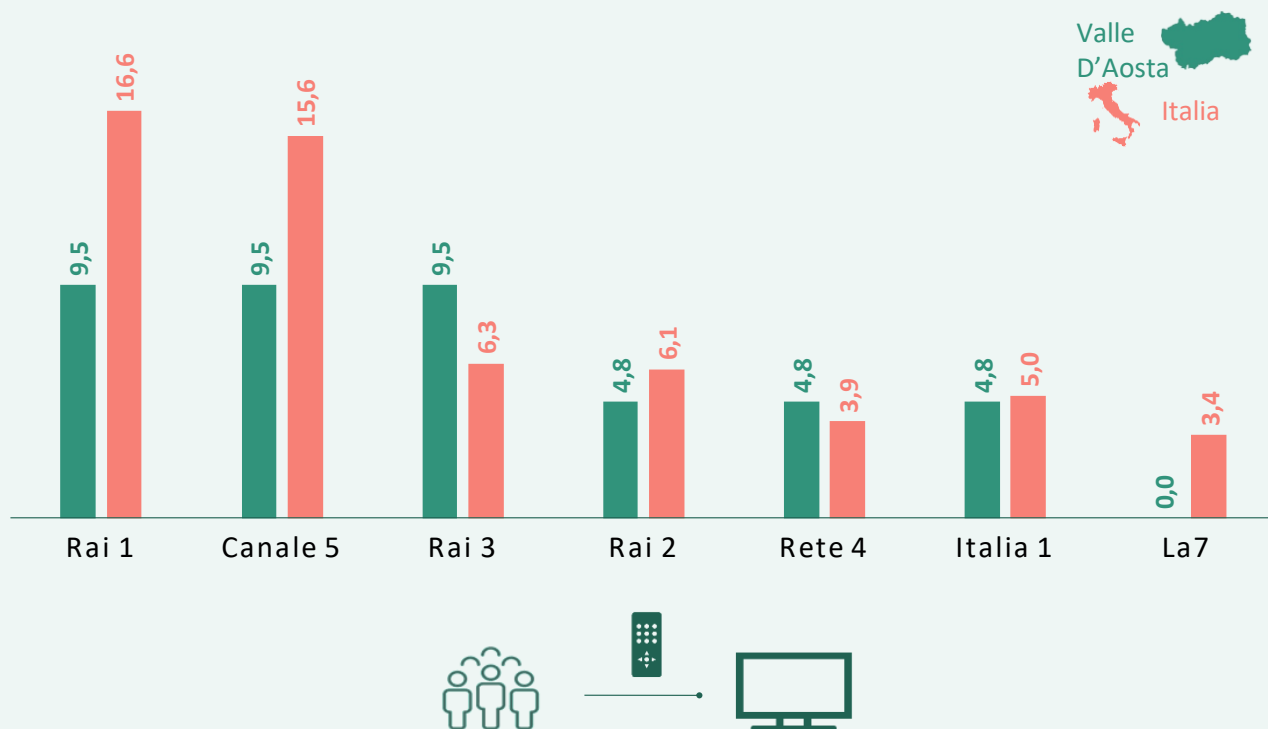
Informazione non presente  
per questa regione

## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

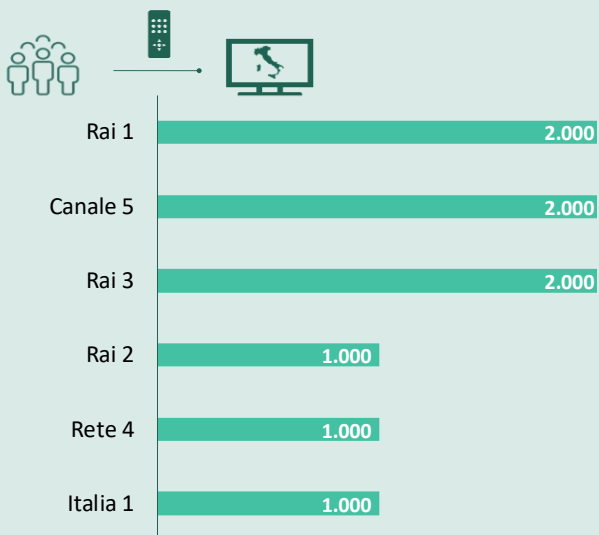


# Televisione

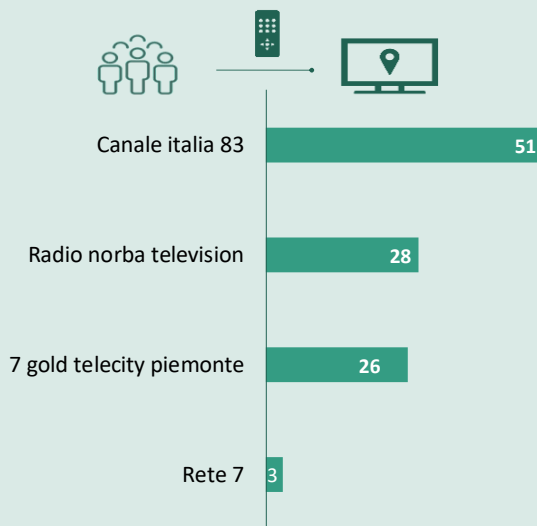
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



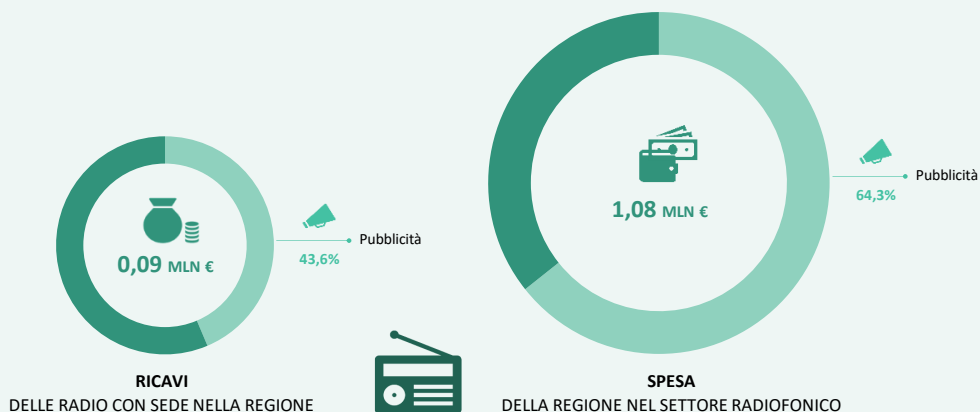
Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



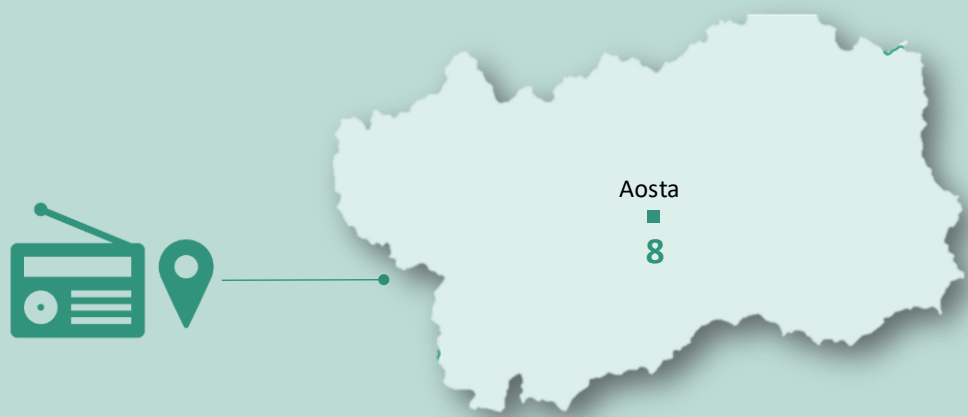
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione

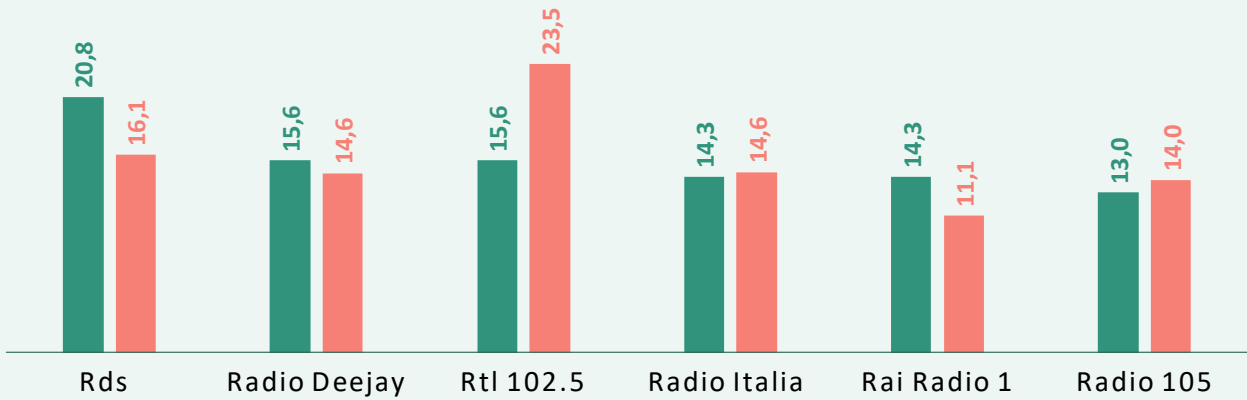


## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia





## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



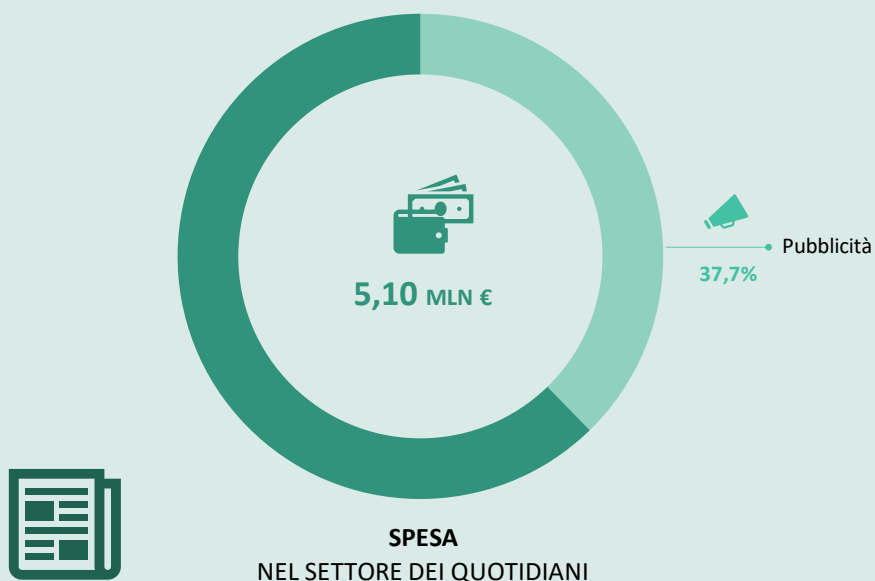
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



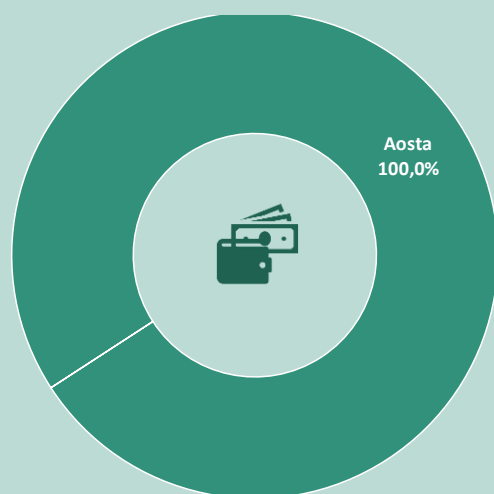
## Spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione

Informazione non presente per questa regione

## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani

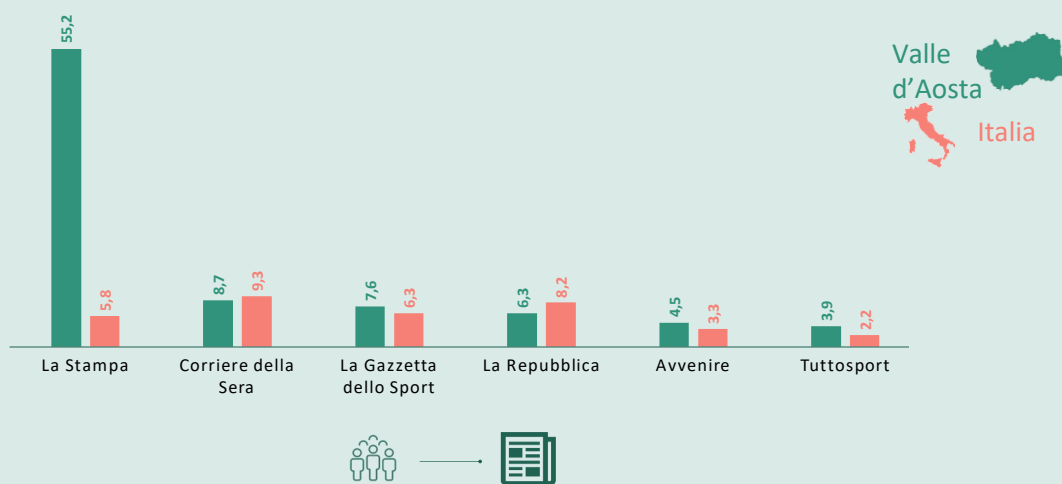


# Quotidiani

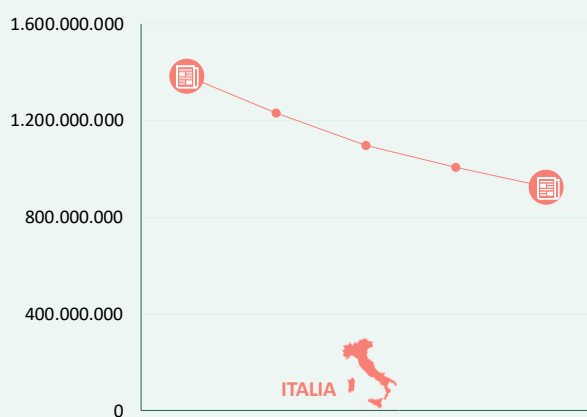
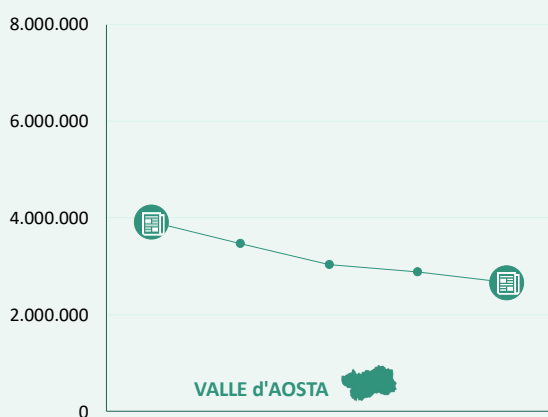
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



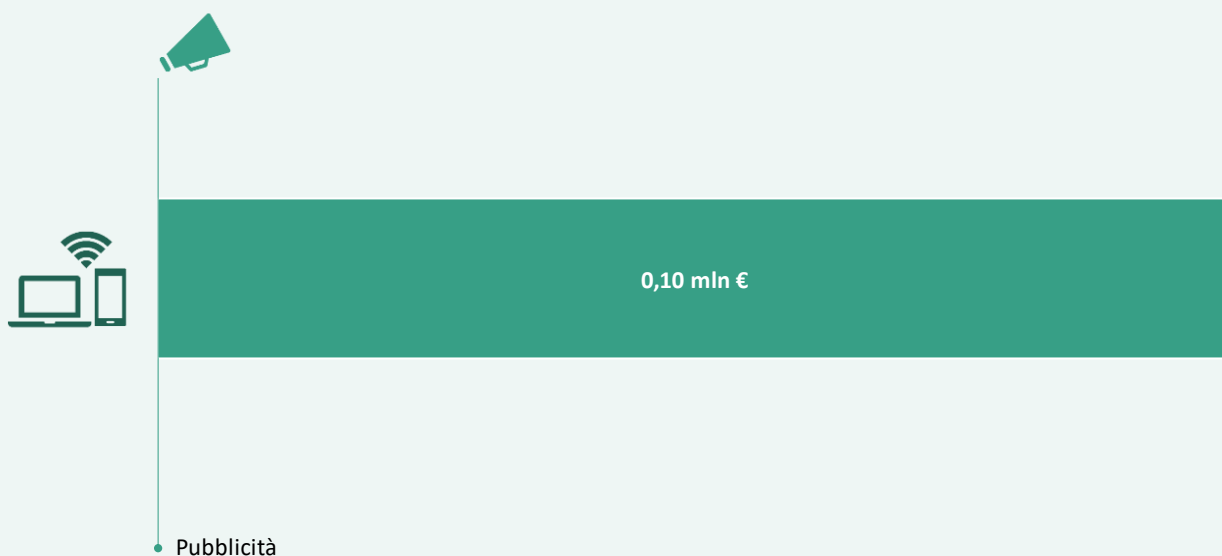
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



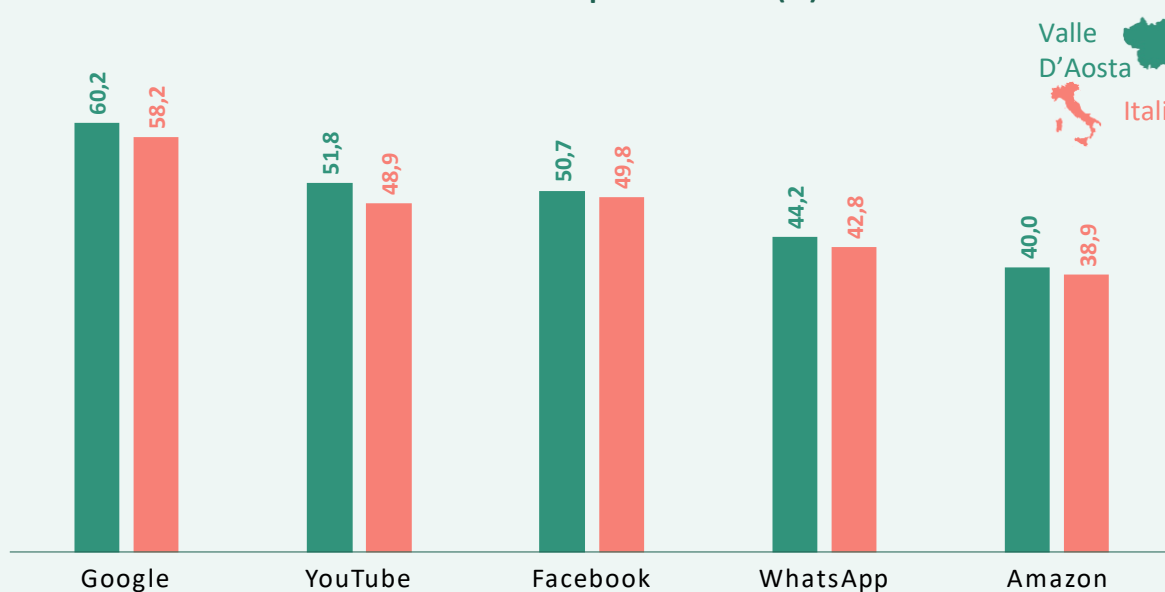
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



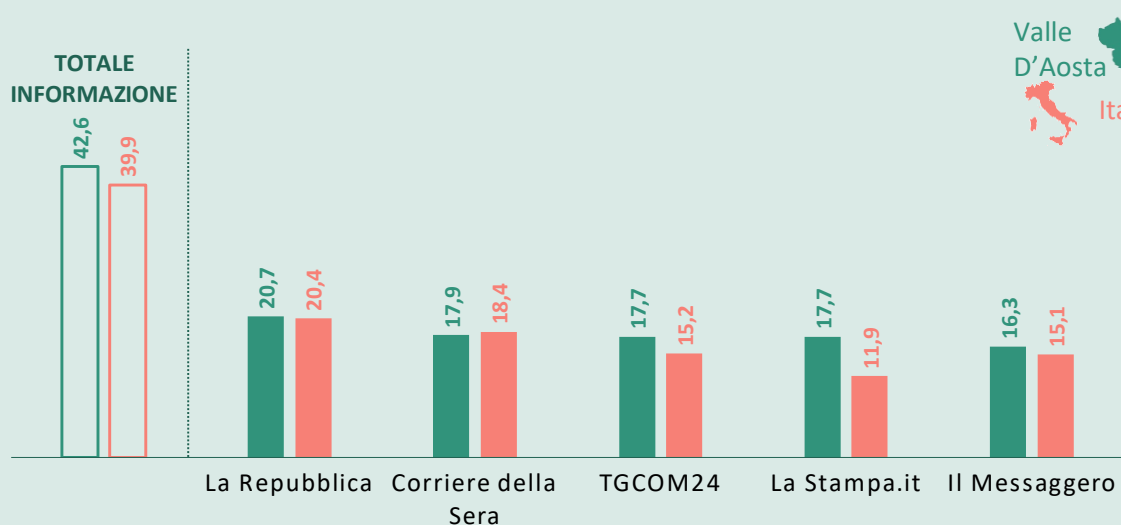
## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)



# VENETO



## PRINCIPALI EVIDENZE

- ❖ L'84% dei veneti si interessa di informazione locale
- ❖ RAI primo gruppo per *total audience informativa* (25%)
- ❖ Dopo il TGR la fonte informativa più importante è il canale televisivo Telenuovo

# Inquadramento regionale

AREA



18.407 Km<sup>2</sup>

POPOLAZIONE



4,905 milioni

FAMIGLIE



1.986.995

ETÀ MEDIA



45,4 anni

PIL PRO CAPITE



31.730 €

IMPRESE ATTIVE



394.451

IMPRESE DI SERVIZI  
DI INFORMAZIONE E  
COMUNICAZIONE



2,2% del totale

ADDETTI  
IMPRESE ATTIVE



1.654.487

ADDETTI IMPRESE DI  
SERVIZI DI INFORMAZIONE  
E COMUNICAZIONE

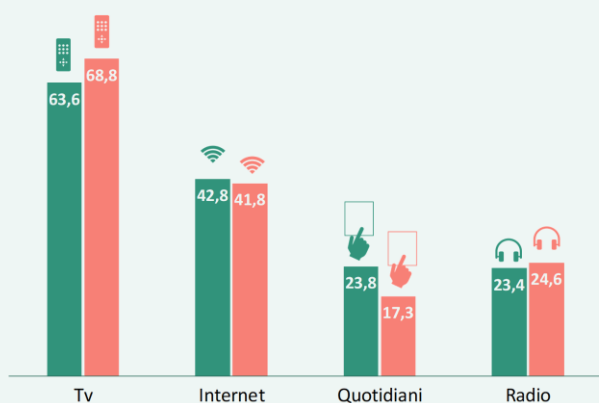


2,2% del totale

VENETO

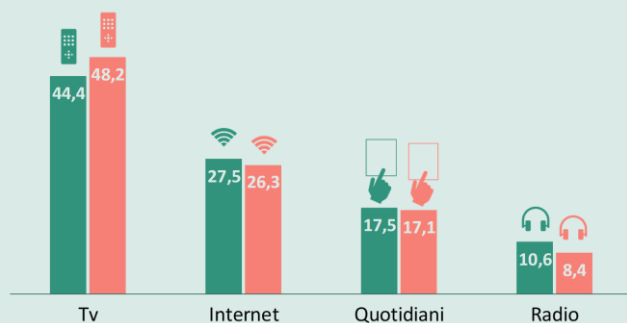
# Fruizione di informazione

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



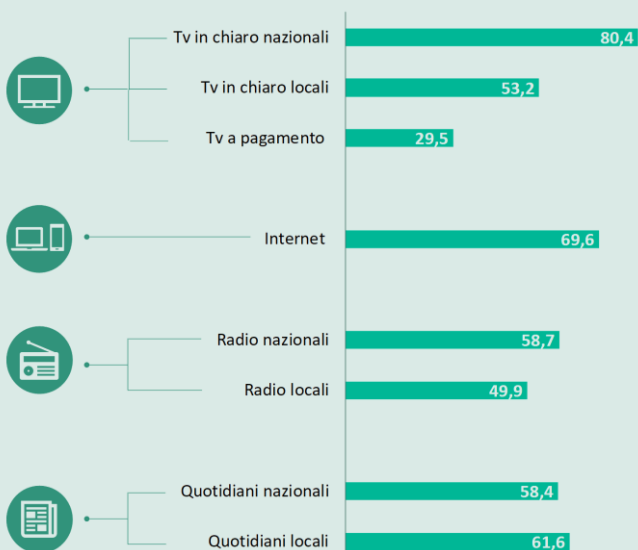
Veneto   
Italia 

## Mezzo più importante per informarsi (% popolazione)

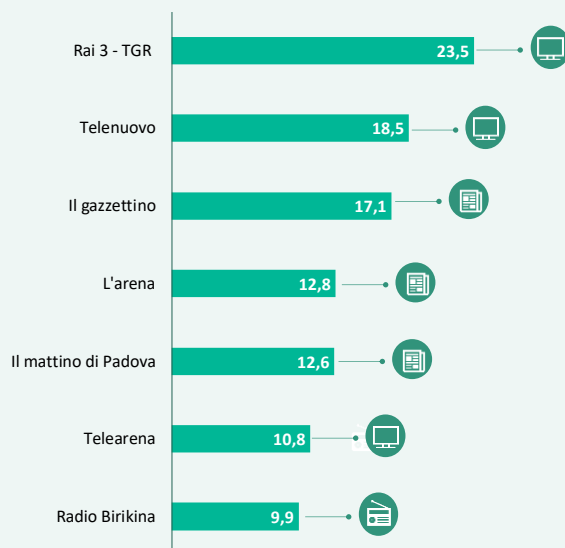


Veneto   
Italia 

## 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

23



Emittenti  
televisive

59



Emittenti  
radiofoniche

9



Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi nella regione

44



Emittenti  
televisive

91



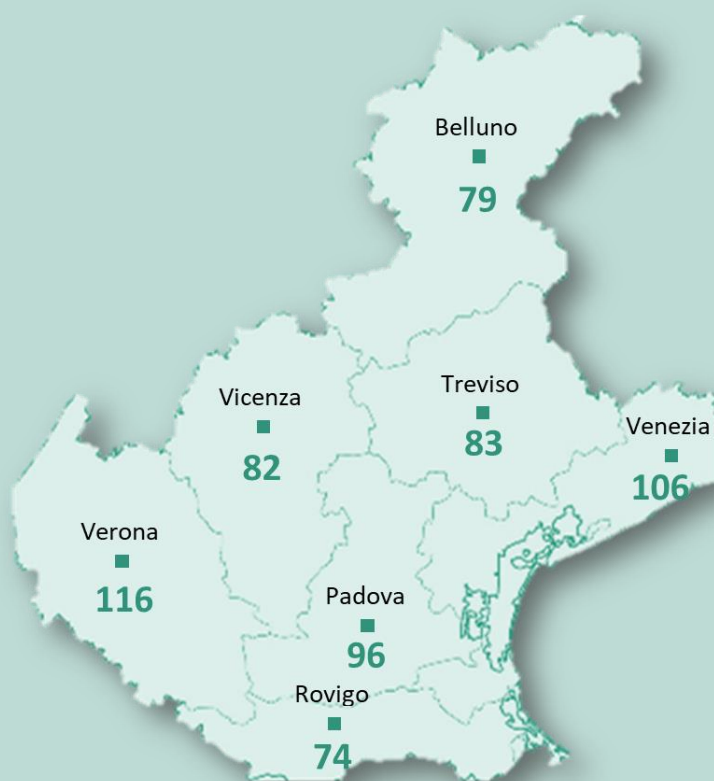
Emittenti  
radiofoniche

37



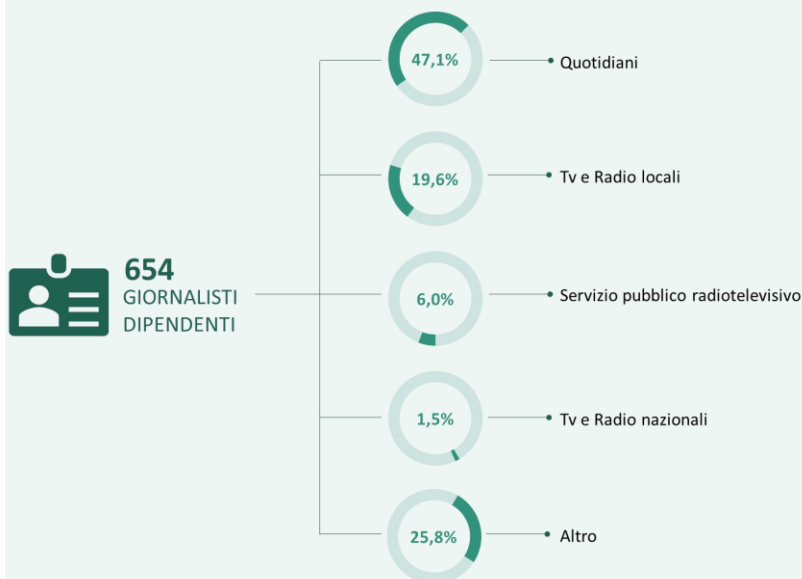
Testate  
quotidiane

## Media locali diffusi in ciascuna provincia



# Offerta informativa

## Giornalisti impiegati nella regione



**186**

IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO  
CON SEDE NELLA  
REGIONE

**1.873**

DIPENDENTI NELLE  
IMPRESE DEL SISTEMA  
INFORMATIVO CON  
SEDE NELLA REGIONE

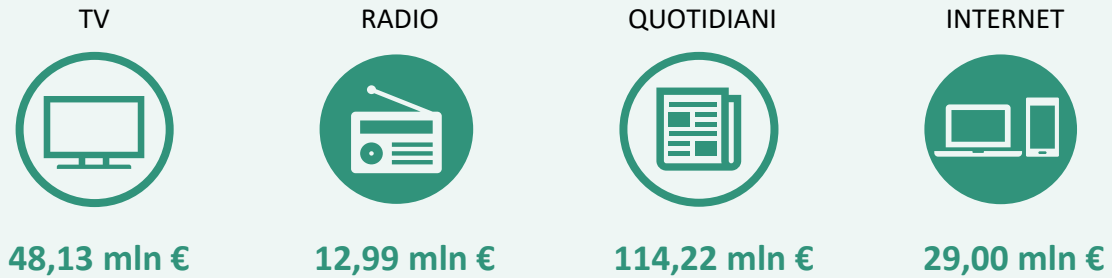


## Ripartizione delle imprese del sistema informativo con sede nella regione, per fatturato

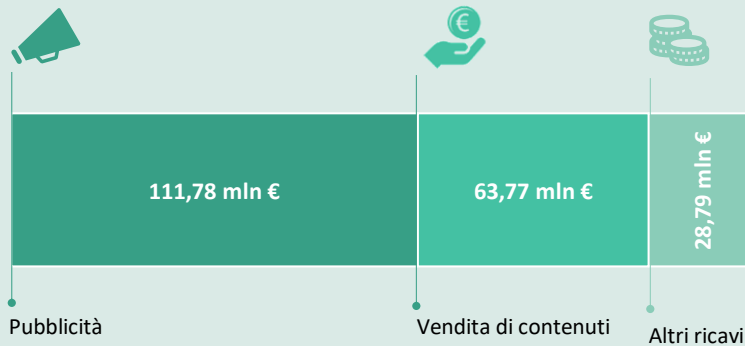
	≤ 100.000 €	da 100.001 a 500.000 €	da 500.001 a 1.000.000 €	> 1.000.000 €	Totale
Tv	13,8%	17,2%	10,3%	58,7%	<b>100,0%</b>
Radio	45,5%	38,1%	10,9%	5,5%	<b>100,0%</b>
Quotidiani	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>

# Fonti di finanziamento

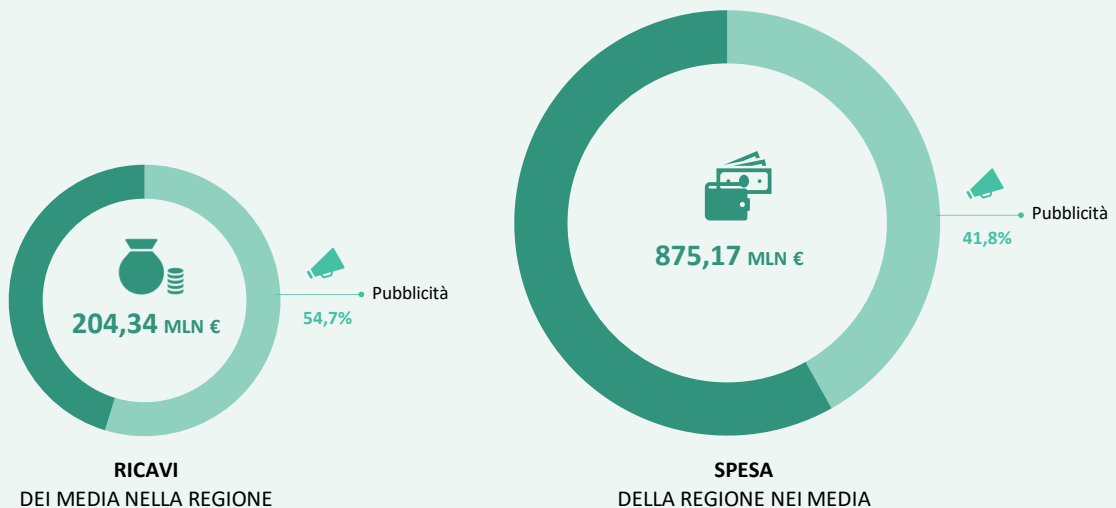
## Ricavi dei media con sede nella regione



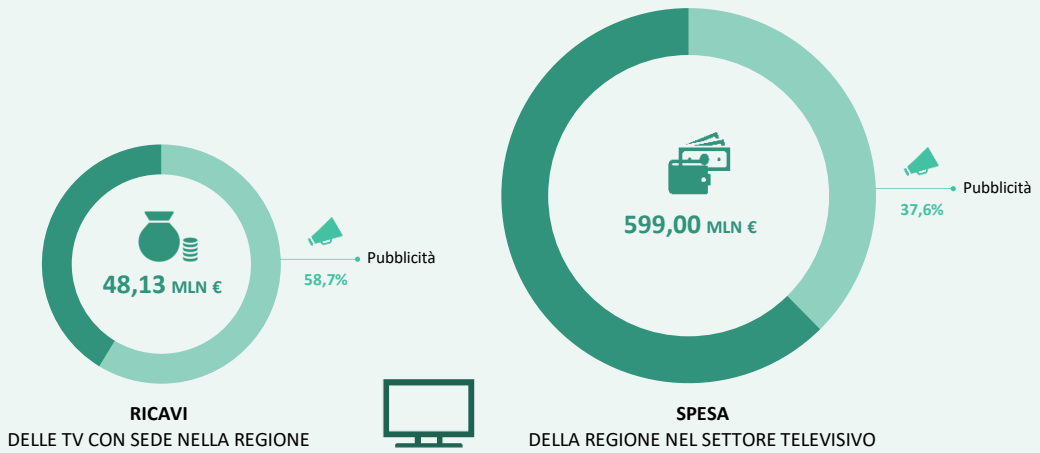
## Composizione dei ricavi dei media con sede nella regione



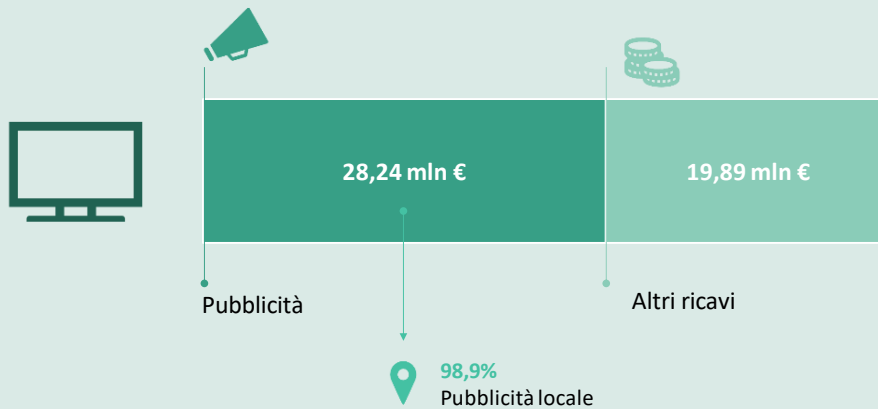
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei media



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore televisivo



## Composizione dei ricavi delle Tv con sede nella regione

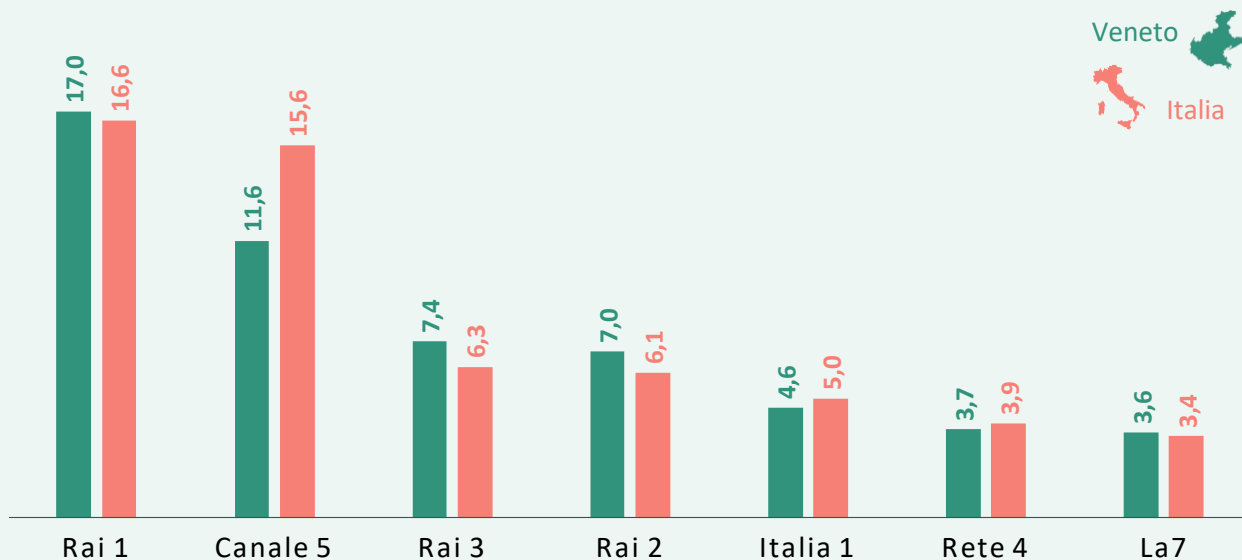


## Emittenti televisive locali diffuse in ciascuna provincia

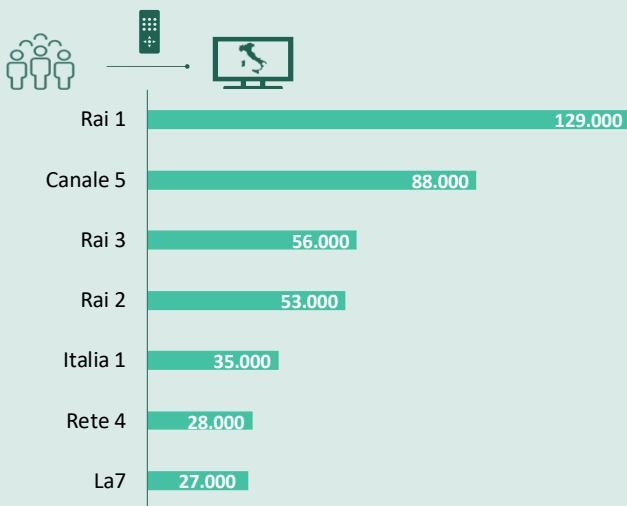


# Televisione

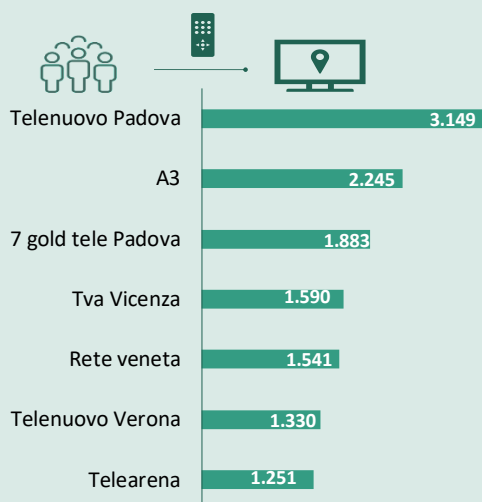
Share dei canali televisivi più seguiti nella regione (%)



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv nazionali



Ascolto nel minuto medio dei canali Tv locali



## Ricavi vs. spesa della regione nel settore radiofonico



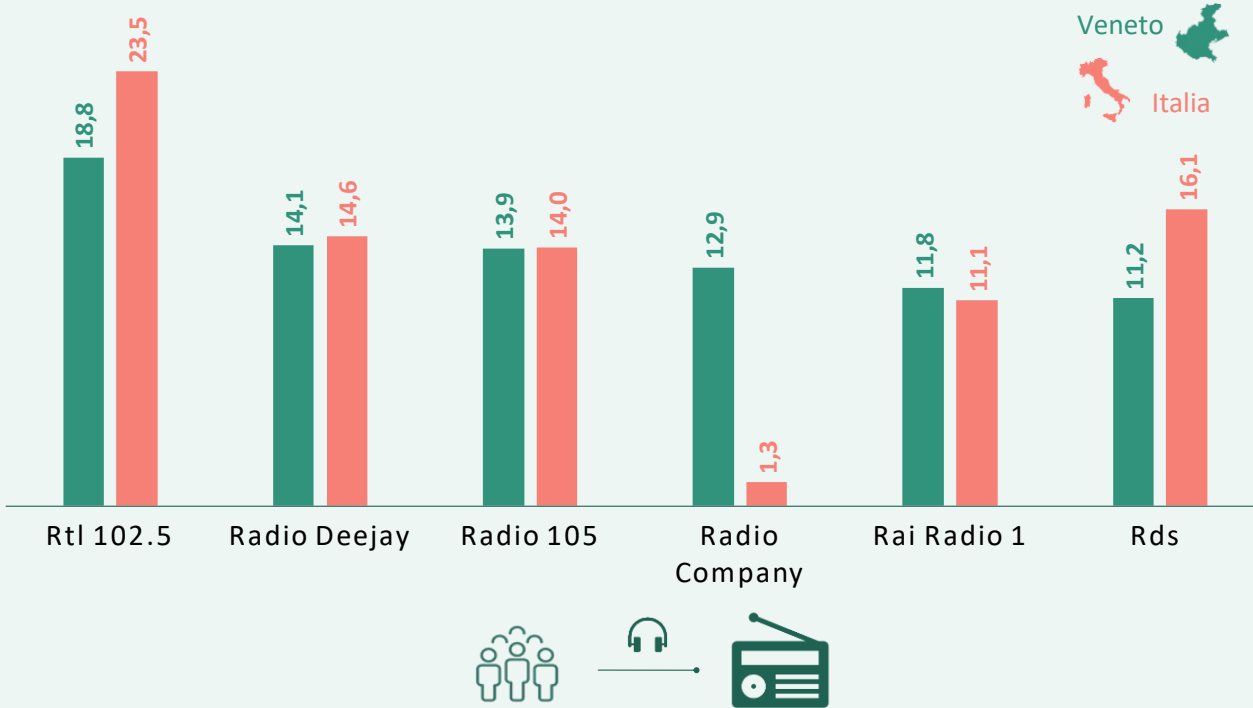
## Composizione dei ricavi delle radio con sede nella regione



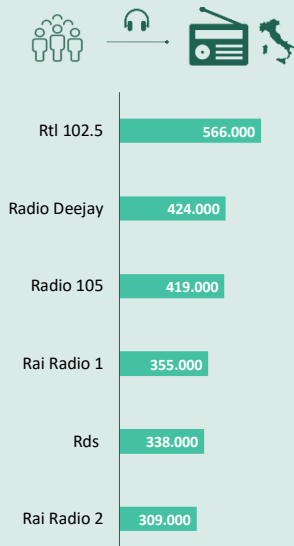
## Emittenti radiofoniche locali diffuse in ciascuna provincia



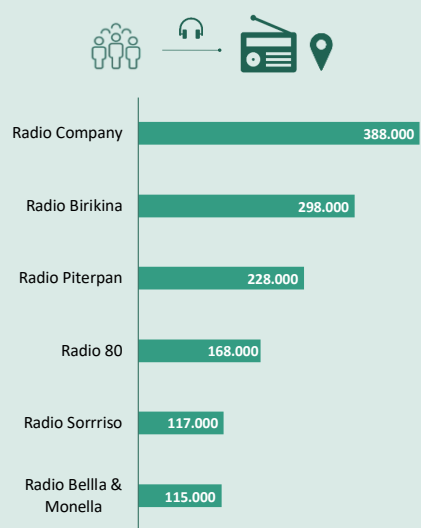
## Share dei canali radiofonici più seguiti nella regione (%)



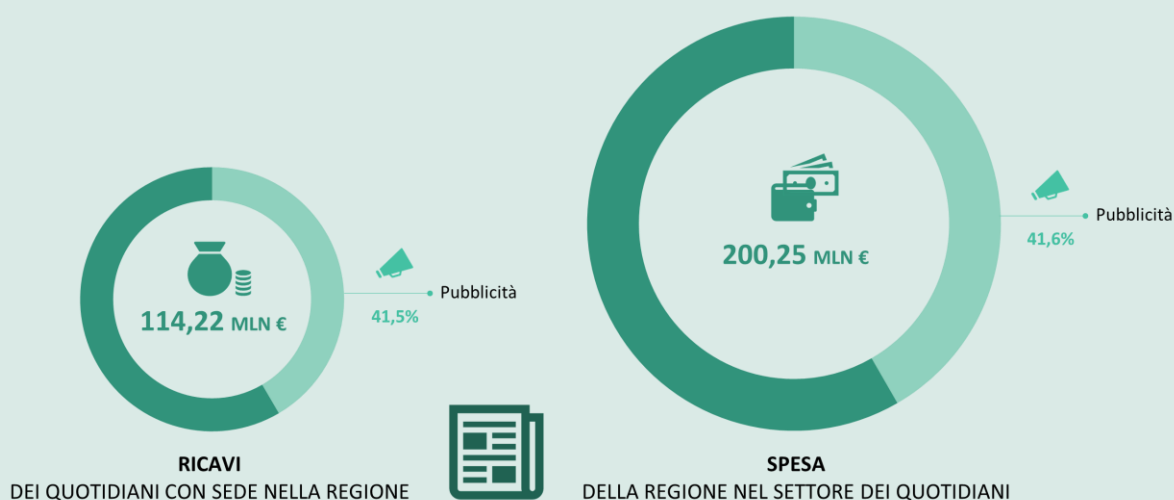
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici nazionali



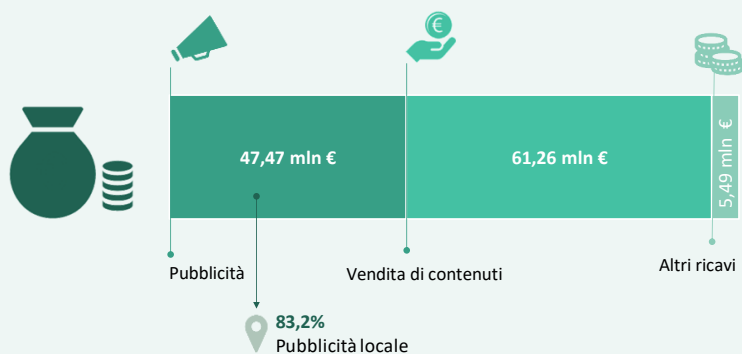
## Ascolto nel giorno medio dei canali radiofonici locali



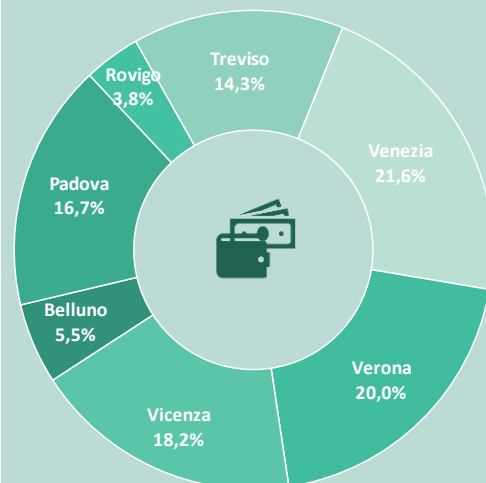
## Ricavi vs. spesa della regione nel settore dei quotidiani



## Composizione dei ricavi dei quotidiani con sede nella regione



## Distribuzione provinciale della spesa nel settore dei quotidiani



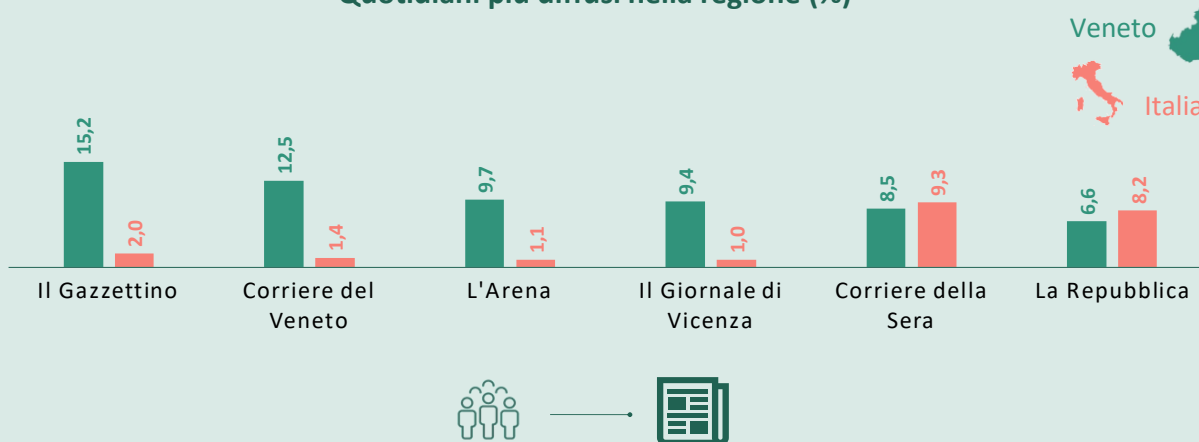


# Quotidiani

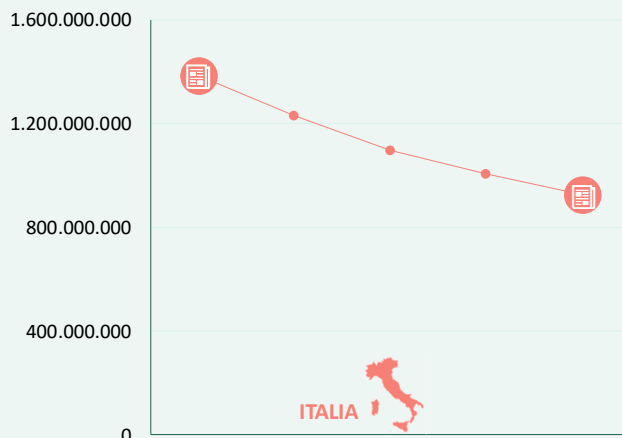
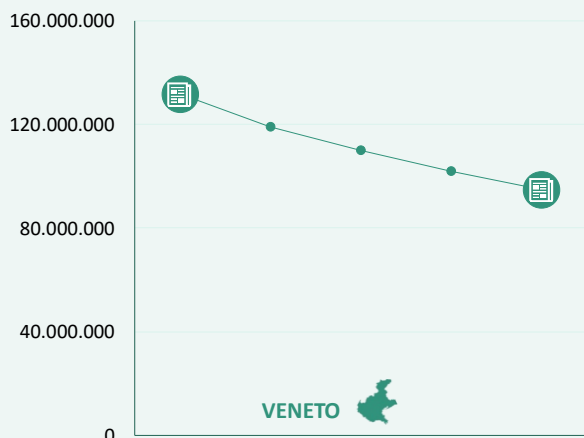
## Quotidiani locali diffusi in ciascuna provincia



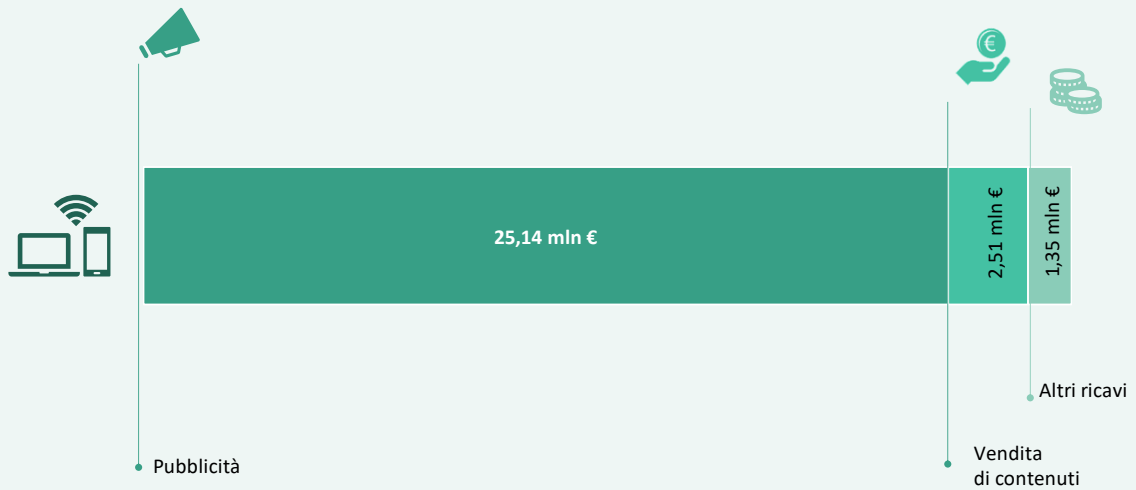
## Quotidiani più diffusi nella regione (%)



## Andamento delle copie vendute



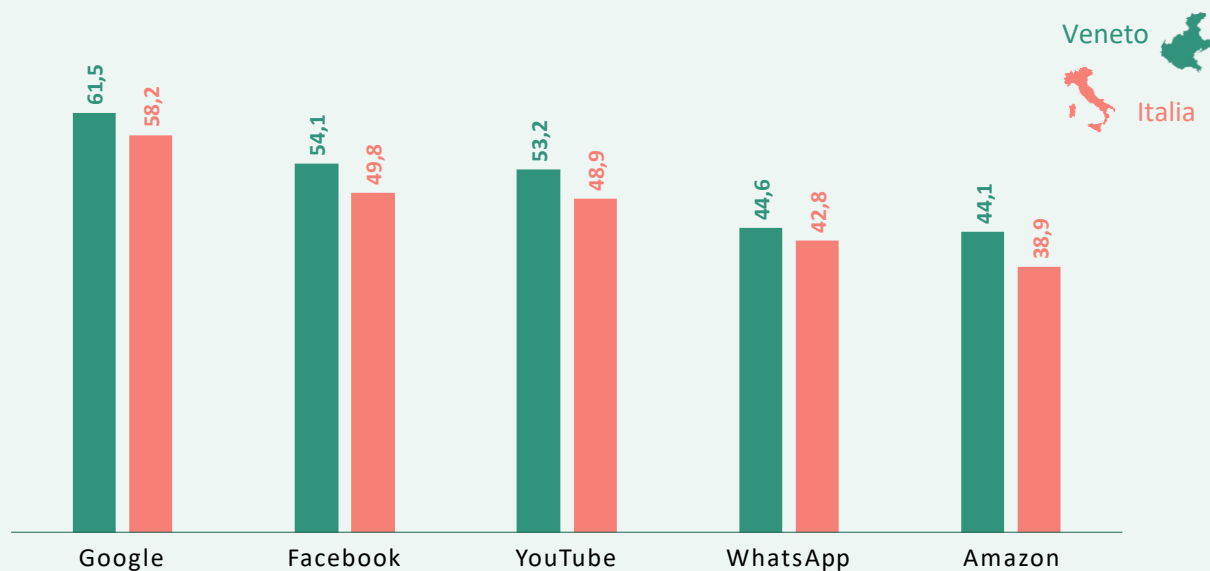
## Composizione dei ricavi dei media online nella regione



## Editori online con sede nella regione



## Reach online dei primi 5 brand (%)



## Reach online dei primi 5 brand di informazione (%)

