



VIDIERRE

Per



INDAGINE COMMISSIONATA DA TIM A VIDIERRE

LA SICUREZZA STRADALE SUI MEDIA

Strumento di ricerca: **WOSM - WORLD OPEN SOURCE MONITORING** by Vidierre

Periodo di indagine: 01/09/2014 - 31/08/2015



Aree geografiche di indagine selezionate rispetto al panel mondiale di fonti media WOSM: Italia

Fonti Italia:

147 emittenti tv, 1.818 testate stampa, 33 emittenti radio,
791.072 siti web, 5 social networks

Indagine svolta sul macro-argomento “sicurezza stradale”, aggregatore di relativi temi specifici (ad es. incidenti stradali, codice della strada, campagne di sicurezza stradale, etc).

I Target

Target 13/16 anni.

Fonte delle analisi: social network, con filtro sull'età.

Target Motociclisti.

Fonte delle analisi: 626 in Italia tra blog, forum e siti dedicati al target di interesse, con esame degli scenari riferiti agli interessati per ogni specifica categoria.

Target Genitori Fonte delle analisi:

1.044 in Italia tra blog, forum e siti dedicati al target di interesse, con esame degli scenari riferiti agli interessati per ogni specifica categoria.

1.

NELL'ULTIMO ANNO, LA SICUREZZA STRADALE HA ACQUISITO SUI MEDIA MAGGIORE VISIBILITÀ

Sui media, quanto spazio occupa l'argomento della sicurezza stradale?

2014 Periodo di indagine: 01/01/2014 – 31/08/2014	2015 Periodo di indagine 01/09/2014 – 31/08/2015	TREND
TV 26" al giorno per emittente di cui 0,5" dedicato all'uso improprio del cellulare alla guida	TV 31" al giorno per emittente di cui 3" dedicato all'uso improprio del cellulare alla guida	+21% + 500%
Stampa 0,19 articoli per testata	Stampa 0,23 articoli per testata	+19%
Radio 17" al giorno per emittente	Radio 20" al giorno per emittente tv	+18%
Web 1 articolo ogni 333.000	Web 1 articolo ogni 243.090	+27%
Social Network 1 post o commento social ogni 500.000	Social Network 1 post o commento social ogni 370.000	+26%

Media giornaliera.

Analisi dello spazio dedicato ai temi della sicurezza stradale, rispetto al totale degli spazi media occupati.

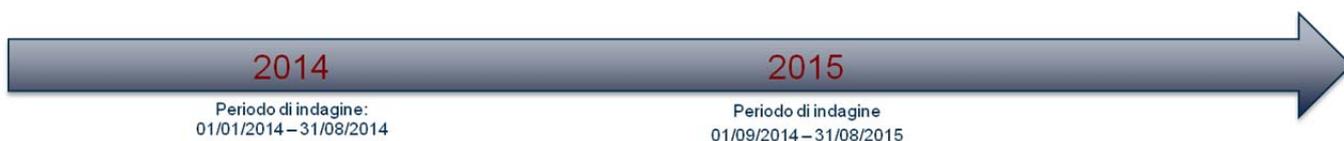
A tal proposito, si noti che:

- Si registra **su tutti i media un incremento dello spazio** dedicato alla sicurezza stradale
- L'incremento maggiore si registra su **web e social network**, segno che i temi della sicurezza stradale ottengono oggi maggiore interesse anche nelle conversazioni fra gli utenti
- L'**uso improprio del cellulare** alla guida ha acquisito, in proporzione, grande rilevanza (+500%)
- Nonostante l'incremento significativo su tutti i media, lo spazio dedicato alla sicurezza stradale sui media italiani rimane modesto.

2.

NELL'ULTIMO ANNO, LA SICUREZZA STRADALE È SALITA NELLA CLASSIFICA DEGLI ARGOMENTI D'INTERESSE DEI TEENAGERS, DEI MOTOCICLISTI E DEI GENITORI

Nella classifica degli argomenti più trattati dal target, dove si colloca la sicurezza stradale? E, al suo interno, dove si colloca il tema specifico dell'uso improprio del cellulare alla guida?



Collocazione del tema «sicurezza stradale» tra gli argomenti trattati da:

13-16 anni (fonte: social media)	Motociclisti (fonte: web)	Genitori (fonte: web)	13- 16 anni (fonte: social media)	Motociclisti (fonte: web)	Genitori (fonte: web)
125° posto	11° posto	67° posto	110° posto	9° posto	58° posto

Collocazione del tema specifico «uso improprio del cellulare alla guida» all'interno del macro argomento «sicurezza stradale», tra gli argomenti trattati da:

13-16 anni (fonte: social media)	Motociclisti (fonte: web)	Genitori (fonte: web)	13- 16 anni (fonte: social media)	Motociclisti (fonte: web)	Genitori (fonte: web)
72° posto	39° posto	63° posto	38° posto	19° posto	45° posto

A tal proposito, si noti che:

- Si registra **su tutti i target un incremento dell'interesse** riguardo i temi della sicurezza stradale
- L'**incremento d'interesse maggiore si registra presso i target 13/16 anni** (ragazzi "in età da patentino")
- Il target motociclisti si conferma sensibile al tema della sicurezza stradale, che entra nella classifica dei **primi 10 argomenti d'interesse** per il target
- L'**uso improprio del cellulare** alla guida ha acquisito, in proporzione, grande rilevanza su tutti e tre i target d'interesse.

METODOLOGIA

Vidierre – Sistema di analisi WOSM (WORLD OPEN SOURCE MONITORING)

Vidierre è la società leader in Europa nel monitoraggio e analisi dei media. Come azienda indipendente, dal 1993 a oggi ha registrato, analizzato e catalogato le apparizioni di marchi, claim, prodotti e personaggi su web, social, televisione, stampa e radio per oltre 650 clienti internazionali. Grazie alla raccolta e all'analisi dei dati, Vidierre fornisce servizi di business e media intelligence per supportare le decisioni strategiche di aziende e organizzazioni.

www.vidierre.it

I Media

1) TV Vidierre registra i palinsesti televisivi di 283 emittenti a livello europeo h24 per 365 giorni all'anno. L'emesso televisivo viene trascritto in forma testuale equivalente grazie alla tecnologia Speech To Text che riconosce in modo automatico le parole pronunciate. Il testo ottenuto viene poi analizzato dal motore semantico che ne categorizza i contenuti.

2) STAMPA Vidierre acquisisce ed analizza 16.325 testate stampa europee, nazionali e locali. Tutti gli articoli vengono trascritti automaticamente in testo digitale ed inseriti in banca dati. Il motore semantico poi li analizza e ne categorizza i contenuti.

3) RADIO Vidierre registra h24 i palinsesti di 175 emittenti radiofoniche europee. La tecnologia Speech To Text permette la trascrizione automatica dei contenuti audio in testo equivalente. Sul testo trascritto viene poi svolta un'analisi semantica e i contenuti vengono categorizzati.

4) WEB Tramite web-crawler, Vidierre scarica automaticamente le pagine di 4.138.478 siti europei. I testi degli articoli presenti su ogni pagina vengono inseriti in banca dati e analizzati dal motore semantico che ne categorizza i contenuti.

5) SOCIAL Tutte le informazioni relative ai temi e i target selezionati vengono acquisite dalla nostra banca dati. Le rilevazioni sui 5 social network identificati (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Youtube) sono poi sottoposti ad analisi semantica e al processo di categorizzazione dei contenuti.

Il motore semantico

Vidierre utilizza un sistema semantico di lettura dei dati basato su concetti, non parole - come invece accade per i motori che lavorano su keyword o su base statistica. Ciò permette di riprodurre gli stessi meccanismi di conoscenza e di comprensione di un testo dell'essere umano, ovvero analisi approfondita dei concetti, analisi delle loro relazioni, analisi approfondita del significato delle parole e di tutte le loro sfumature. Il sistema comprende attualmente 1 milione di concetti e 4 milioni di relazione tra concetti. Tutto questo si traduce in una precisa individuazione, interpretazione e valutazione dei contenuti significativi. Il motore semantico attribuisce automaticamente un *sentiment* (tono della comunicazione) agli argomenti di interesse rilevati dal sistema, sulla base dell'analisi del contesto in cui l'argomento è inserito. Tale giudizio si esprime in una scala da 1 a 3, dove 1 rappresenta un giudizio negativo, 2 neutro e 3 un giudizio positivo.



La ricerca è disponibile in formato digitale sul sito

www.guardaavanti.it

seguendo il link in home page → **Conferenza stampa Misano 2015**

Per informazioni e approfondimenti:

news@vidierre.it

Tel: 338.1252848

Referente stampa: Cristina Ferrarini

CONTATTI

www.vidierre.it

Londra

2nd Floor, Victory House, 99-101 Regent Street

Roma

via Ovidio, 17

Reggio Emilia

via Honoré de Balzac, 3