PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE REVISIÓ I ANÀLISI DELS HÀBITS DE CONSUM CONTINGUTS DELS ADULTS JOVES DE LA CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SA

EXPEDIENT NÚM. 2307OB05

1. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

El servei que prestarà l'adjudicatari és la realització d'un estudi qualitatiu/quantitatiu per analitzar a fons els hàbits del consum de continguts audiovisuals del col·lectiu de població catalana de la franja d'edat que va dels 30 als 45 anys. L'estudi ha de servir per donar resposta a quan de temps dediquen a consumir continguts digitals vs tradicionals, a través de quins dispositius, expectatives envers els continguts, com hi accedeixen, valoració dels canals per a on accedeixen, relació entre mitjans digitals i mitjans tradicionals. (El llistat complert de peticions s'inclou a l'annex)

2. DESCRIPCIÓ DE LA METODOLOGIA

Mostra: Homes i dones de 30 a 45 anys residents a Catalunya

Qualitatiu:

Focus Grups: Mínim 10 focus grups presencials amb 6 membres a cada grup distribuïts per grups d'edat, gènere, per territori i per llengua (amb sobre-representació de la mostra de catalano-parlants)

Distribució: Catalunya. Totes les províncies representades i especial atenció a BCN i tota la seva AM

Entrevistes en profunditat/entrevistes etnogràfiques a alguns membres dels FG amb posterioritat

Quantitatiu:

Entrevistes online per a quantificar els resultats de l'estudi qualitatiu.

Mostra proporcional a la població catalana de la franja a estudiar assegurant una mostra mínima per garantir resultats per províncies i tamanys d'hàbitat (en especial BCN i la seva AM). Amb possibilitat de garantir resultats per un mínim de 3 franges d'edat i amb una mostra mínima per idioma.

Un mínim de 800 entrevistes d'una durada de 15 minuts

3. ALTRES REQUERIMENTS

Lliurament de l'informe i les taules de l'estudi 4 mesos després de l'adjudicació.

Resum escrit de cadascun dels FG i verbatings destacats.

Video-resum amb els verbatings més destacats de les entrevistes/FG que s'hagin fet

Possibilitat d'assistència als FG.

Mínim de dues presentacions presencials de l'informe de resultats i principals conclusions.

ANNEX

Aquest estudi d'hàbits de consum de continguts de la població catalana de 30 a 45 anys ha de servir per donar resposta a:

1. Quantes hores dediquen a estar connectats
2. A quines hores
3. Sols o en grup/son membres de comunitats?
4. Què fan principalment quan estan connectats
5. Quins continguts busquen
6. Quines eines fan servir per buscar els continguts
7. Com arriben a aquests continguts (navegació/algoritmes de les plataformes/amics, etc.)
8. Quin valor li donen a aquests sistemes de recerca en funció del continguts que busquin?
9. Perquè busquen aquests continguts
10. Per quins canals consumeixen continguts Per marca i per tipus: oberts (tipus YT, Spotify, Facebook, Netflix, Amazon Prime, etc. O depenents d'empreses de comunicació tradicionals (Atresplayer, Atresplayer Premium, Mitele, TV3 a la carta, Premium Podcast, etc.)
11. Quants dispositius tenen?
12. Quins són els que fan servir amb més freqüència (1er, 2on, 3er)
13. Quins canals de missatgeria directe fan servir?
14. Quins son els que fan servir amb més freqüència (1er, 2on, 3er)
15. A través de quins dispositius?
16. Quin dispositiu fan servir principalment depenent del lloc on siguin (casa, feina, mobilitat)
17. Quins continguts consumeixen depenent del lloc on siguin (casa, feina, mobilitat)
18. Quins son els formats que més els agraden/consumeixen?
19. Què valoren d'aquests formats?
20. Quin to busquen en aquests formats?
21. Com participen dels continguts?
22. Quins són, per a ells, els nous mitjans de tendència
23. Quins són per a ells els continguts de tendència
24. A quins continguts estan subscrits (gratuïtament o de pagament) des de Telegram, newsletters, Spotify, Podimo, Sonora, plataformes de llibres, de vídeo, etc.
25. Quina és l'opinió sobre la publicitat i els patrocinis als continguts digitals? I sobre la publicitat i patrocini als continguts tradicionals?

26. Quant de temps dediquen a la comunicació amb amics, XXSS i quan a consum de continguts
27. Quines son les XXSS preferides (ordre d'us)
28. Per a què fan servir cada XXSS?
29. Influencers (opinió i seguiment)
30. Quan de temps dediquen al consum de continguts en directe y quan a la carta
31. Què els interessa més dels continguts en directe/en viu i que els interessa més dels continguts a la carta
32. A través de quin dispositiu veuen principalment els continguts audiovisuals en directe?
33. Els interessen els continguts transmèdia? / què és el que més els interessa?
34. Quina credibilitat li donen als anomenats "mitjans tradicionals", als mitjans digitals i a les XXSS
35. Quina fidelitat tenen als diferents mitjans (tradicionals o digitals) Motius per consumir-los o per haver-los deixat de consumir
36. Què aporten els continguts nadius digitals que sigui diferent als continguts tradicionals
37. Tipus de continguts audiovisuals els agraden més i quins menys (digitals i tradicionals)
38. En quin idioma miren/escolten principalment els continguts audiovisuals? Els tradicionals? Els digitals? Perquè?
39. És una barrera l'idioma? (si aquests continguts que els agraden els fessin en català els seguiria igualment)
40. Quin grau d'interès tenen en estar informats (de tot en general)
41. Quin tipus d'informació els interessa?
42. A través de quins canals/marques s'informen?
43. Segueixen algun canal informatiu tradicional o nadiu digital? (si/quin?, no/perquè)
44. Quina credibilitat li donen als canals pels quals s'informen/ a quines marques li donen valor?
45. Què n'esperen de les notícies?
46. Com els agradaria que els expliquin les notícies?
47. Quin tipus de notícies volen?
48. Tot i la quantitat de mitjans de comunicació tradicionals o nadius digitals que hi ha, Quin tipus de continguts troben a faltar o no troben amb suficient qualitat?
49. Quant de temps dediquen a veure la TV tradicional/perquè no la veuen?
50. Quant de temps dediquen a escoltar la ràdio tradicional/perquè no l'escolten?
51. Quins canals/continguts hi veuen/escolten
52. A quines hores
53. Què busquen als canals de TV tradicionals? Ho troben?
54. Què busquen als canals de ràdio tradicionals? Ho troben?

55. Quina preferència de visionat es té a l'hora de veure continguts al televisor (1er continguts de les cadenes tradicionals i després continguts de les plataformes de vídeo o altres continguts / a l'inrevés / no miro mai plataformes /no miro mai Tv tradicional)
56. Ho fan en directe o a la carta
57. Consideren que les plataformes de continguts de vídeo en streaming son TV?
58. Considerem que les plataformes de continguts d'àudio en streaming son ràdio?
59. Utilitzen algun dispositiu (smartphone, tauleta, etc.) mentre veuen la TV?
60. Si son programes en directe, acostumen a seguir-lo en paral·lel a les XXSS o a comentar-lo en comunitat?
61. Quines plataformes de vídeo que consumeixen? (valoració i ordre d'ús)
62. Qui les paga?
63. Escolten la ràdio en directe o a la carta?
64. Escolten Podcast (quins tipus de podcast) quins continguts?
65. Consideren que els Podcast son ràdio? Quines diferències hi troben?
66. Valoració dels continguts de TV3 (tots els canals) i CR (tots els canals) Quins són els que més els agraden?
67. Coneixement dels continguts digitals de TV3 i CR. Quins són els que més els agraden? Com els consumeixen?
68. Valoració dels continguts digitals de TV3 i CR
69. Valoració de les plataformes digitals de TV3 i CR
70. Han deixat de consumir continguts de qualsevol de les plataformes de la CCMA? quins són els motius?

Aquestes son les preguntes bàsiques que ha de recollir l'estudi però que es pot revisar en alguns ítems depenent de noves necessitats o de les propostes que facin les empreses concursants.

Descripció de la metodologia

Mostra: Individus de 30-45 anys residents a Catalunya

Qualitatiu

Focus Groups: Mínim 10 focus Grups presencials amb un mínim de 6 membres a cada grup distribuïts per grups d'edat, gènere, per territori i per llengua (prioritzant els catalano parlants)

Distribució: Catalunya. Totes les províncies representades i especial atenció a BCN i AM

Possibilitat d'entrevistes en profunditat a alguns membres dels FG amb posterioritat

Quantitatiu

Entrevistes online per a quantificar alguns dels resultats del qualitatiu.

Mostra proporcional a la població catalana de la franja a estudiar assegurant una mostra mínima per garantir resultats per províncies i tamanys d'hàbitat. Amb possibilitat de garantir resultats amb mostres consistents per gènere, un mínim de 3 franges d'edat, províncies, AMB i BCN ciutat i amb una mostra mínima per idioma.

Un mínim de 800 entrevistes d'una durada de 15 minuts

Altres requeriments

Lliurament de l'informe i les taules de l'estudi com a màxim, 4 mesos després de l'adjudicació.

Lliurament de tots els informes en català.

Mínim de dues presentacions presencials de l'informe de resultats i principals conclusions.

Resum per escrit de cadascun dels FG i verbatings destacats.

Opció d'assistència (en remot o presencialment, en directe o en diferit) als FG

Possibilitat d'aprofundir en les dades que resultin d'especial interès o que no quedin prou clares després del lliurament dels resultats.

Possibilitat de presentar un video-resum amb el més destacat dels FG, les entrevistes en profunditat/etnogràfiques.

Sant Joan Despí, juliol del 2023