

**MONITOR ANICA-UNIVIDEO
SULL'UTILIZZAZIONE DELLE
OPERE CINEMATOGRAFICHE NEL
MERCATO VIDEO ITALIANO**

A.N.I.C.A. 1992

**REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON IL
MINISTERO DEL TURISMO E SPETTACOLO**

QUESTA RICERCA

**COMMISSIONATA DA UNIVIDEO
AD INTERMATRIX ITALIA, CONSO-
CIATA DEL GRUPPO INTERNAZIO-
NALE INTERMATRIX, SPECIALIZZATO
IN RICERCHE E PREVISIONI**

**REALIZZATA IN COLLABORAZIONE
CON DEMOSKOPEA TRAMITE 1.988
INTERVISTE AD UN CAMPIONE
RAPPRESENTATIVO DELLA
POPOLAZIONE ITALIANA TRA I 14 ED
I 79 ANNI, SOMMINISTRATE TRA IL 6
ED IL 27 APRILE 1992 IN 160 COMUNI
ITALIANI, INTEGRATE DA 303
INTERVISTE AD UN CAMPIONE RAP-
PRESENTATIVO DEGLI 8-13ENNI**

Note: *A volte la somma delle percentuali relative alle singole voci dà 100.1 oppure 99.9 per ovvii motivi di arrotondamento automatico da parte del programma d'elaborazione. Lo stesso dicasi per i valori assoluti, approssimati in genere ai 100.000 individui.*

Il totale adulti non è confrontabile con quello delle rilevazioni precedenti a seguito dell'aggiornamento dei dati ISTAT sull'universo dei 14-79enni (passato da 44.300.000 a 46.800.000). Nel testo sono proposti alcuni confronti omogenei, fondati sull'invarianza dell'universo.

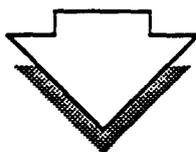
POSSESSORI DI VCR (in casa)

(aprile 1992)

IL 44.9% DEI 14-79ENNI = 21.000.000 ADULTI
(19.900.000 per un confronto omogeneo ai Monitors
precedenti: v. nota iniziale)

+

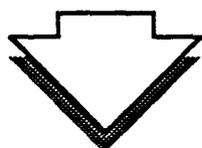
IL 60.7% DEGLI 8-13ENNI = 3.100.000 BAMBINI/RAGAZZINI



PER UN TOTALE DI 24.100.000 8-79ENNI
(23.000.000 con confronto omogeneo)

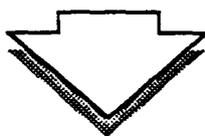
POSSESSORI ADULTI DI VCR (in casa)

NELL'APRILE 1992 IL 44.9% HA IN CASA UN VCR



marzo 1988	14,0%	6.200.000
luglio 1988	14,6%	6.450.000
febbraio 1989	20,8%	9.200.000
novembre 1989	22,8%	10.100.000
luglio 1990	28,9%	12.800.000
novembre 1990	32,7%	14.500.000
marzo 1991	38,7%	17.100.000
novembre 1991	41,1%	18.200.000
aprile 1992	44,9%	19.900.000

(confronto omogeneo)

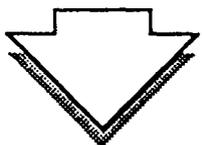


+ 221% in 49 mesi



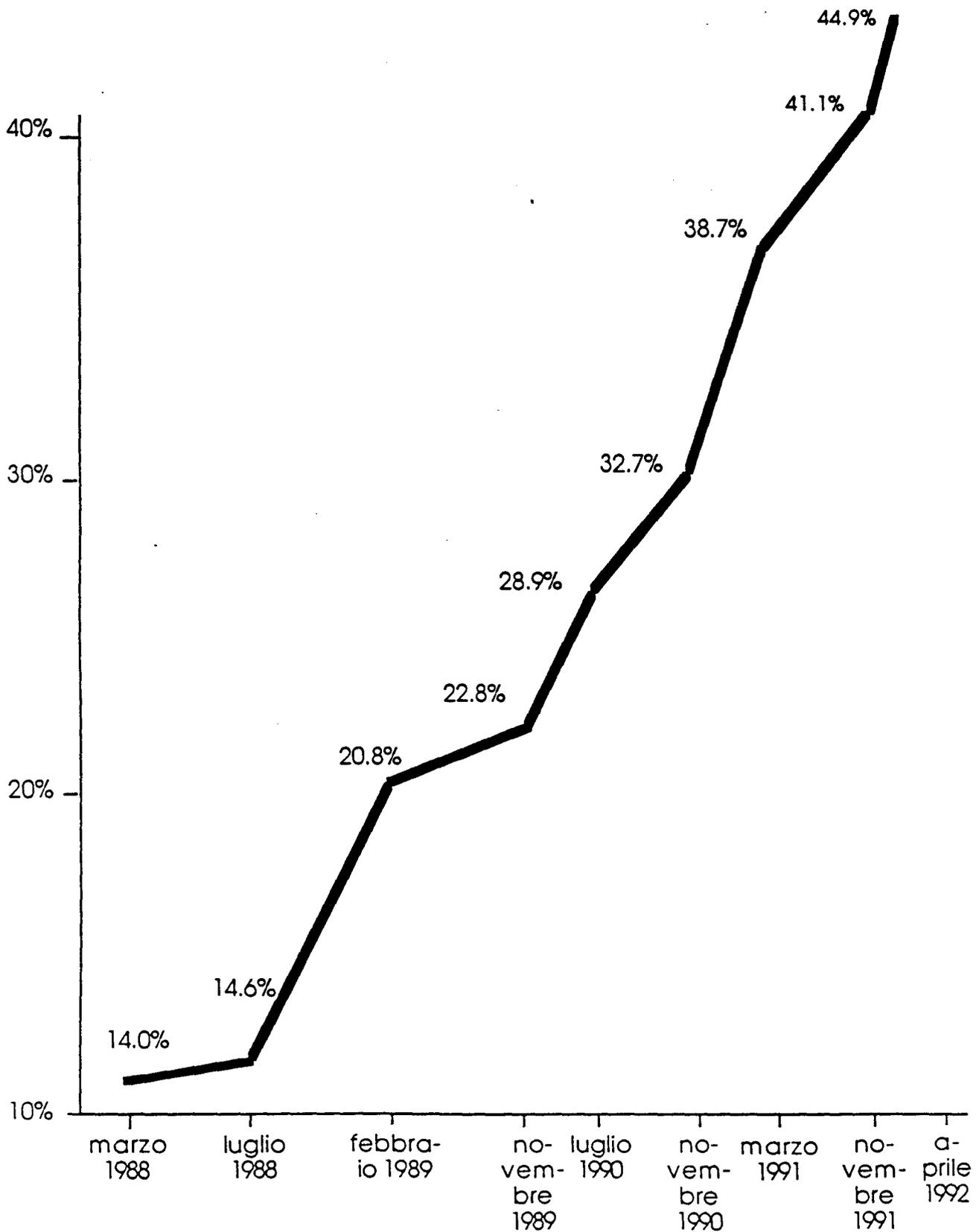
+ 9.3% negli ultimi 5 mesi (compreso il Natale '91)

= + 1.700.000 adulti



LA CRESCITA PROSEGUE, DI NUOVO VELOCE (QUASI + 30% IN UN ANNO)

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR (in casa)



I POSSESSORI DI VCR

(14-79enni)

MEDIA 45%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- 14-54ENNI ~ 53%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 61% + 7-14ENNI ~ 54%
- CENTRO 53% + NORD-EST 49%
- 30-100MILA E >100MILA ABITANTI ~ 51%
- LAUREATI 62% + DIPLOMATI 58% + MEDIE INFERIORI 51%
- CLASSE SUPERIORE 81% + MEDIO-SUPERIORE 71% + MEDIA 55%
- CETI UP 55% + IMPIEGATI, INSEGNANTI E STUDENTI 59% + LAVORATORI AUTONOMI 54%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 55% + MEDI LETTORI 50%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 108

(segue)

I POSSESSORI DI VCR

(segue)

(14-79enni)

MEDIA 45%

ACCENTUAZIONI NEGATIVE

- 55-64ENNI 35% + > 64ENNI 14%
- CHI NON HA NESSUN BAMBINO IN FAMIGLIA 39%
- SUD/ISOLE 36%
- < 30MILA ABITANTI 39%
- ELEMENTARI/NULLA 28%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 30% + INFERIORE 7%
- AGRICOLTORI 27% + PENSIONATI 24%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 31%
- FORTI UTENTI TV 37%

I POSSESSORI DI VCR

(8-13enni)

MEDIA 61%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- CENTRO 75%
- 30-100MILA ABITANTI 69% + > 100MILA ABITANTI 76%
- CLASSE SUPERIORE 80% + MEDIO-SUPERIORE 87%
- CAPOFAMIGLIA UP E IMPIEGATO ~ 77%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 81%

(segue)

I POSSESSORI DI VCR

(segue)

(8-13enni)

MEDIA 61%

ACCENTUAZIONI NEGATIVE

- SUD/ISOLE 51%
- < 30MILA ABITANTI 50%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 32%
- CAPOFAMIGLIA SALARIATO 48%

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

SESSO	MASCHI	47.4%
	FEMMINE	52.6%
ETA'	14-17ENNI	8.0%
	18-24	15.9%
	25-34	24.4%
	35-44	18.6%
	45-54	17.4%
	55-64	11.5%
	65-79	4.1%
	AREA GEOGRAFICA	NORD-OVEST
NORD-EST		20.1%
CENTRO		22.8%
SUD-ISOLE		28.4%

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

AMPIEZZA CENTRI	< 30.000 ABITANTI	47.0%
	30 - 100.000	21.3%
	> 100.000	31.7%
TITOLO DI STUDIO	ELEMENTARE/NULLA	22.1%
	MEDIA INFERIORE	38.9%
	MEDIA SUPERIORE	33.0%
	LAUREA	6.0%
CLASSE SOCIO-ECONOMICA	INFERIORE	0.9%
	MEDIO-INFERIORE	24.0%
	MEDIA	58.6%
	MEDIO-SUPERIORE	13.1%
	SUPERIORE	3.3%

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

PROFESSIONE INTERVISTATO

IMPRENDIT./DIRIGENTE/LIBERO PROF.	5.4%
IMPIEGATO/QUADRO	15.2%
DOCENTE/INSEGNANTE	3.6%
COMMERC./ESERCENTE/ARTIGIANO	11.5%
OPERAIO/BRACCIANTE	16.3%
AGRICOLTORE	1.0%
CASALINGA	20.1%
PENSIONATO	12.6%
STUDENTE (> 13 anni)	14.1%

BAMBINI/ RAGAZZI IN FAMIGLIA

0 - 6 ANNI	20.0%
7 - 10 ANNI	14.9%
11 - 14 ANNI	18.9%
NESSUNO	57.6%

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

LETTURA QUOTIDIANI	FORTI LETTORI	45.6%
	MEDI LETTORI	30.5%
	NON LETTORI	23.9%
ASCOLTO TV	FORTI UTENTI (> 3 h. al dì)	17.9%
	MEDI UTENTI (1-3 h. al dì)	76.7%
	DEBOLI/NON UTENTI	5.3%
FORZA DELLA PERSONALITA'	N° INDICE	108

I POSSESSORI 8-13ENNI DI VCR

SESSO	MASCHI	50.5%
	FEMMINE	49.5%

ETA'	8-10ENNI	46.7%
	11-13	53.3%

AREA GEOGRAFICA	NORD-OVEST	27.2%
	NORD-EST	18.5%
	CENTRO	26.1%
	SUD-ISOLE	28.3%

I POSSESSORI 8-13ENNI DI VCR

AMPIEZZA CENTRI	< 30.000 ABITANTI	44.6%
	30 - 100.000	23.4%
	> 100.000	32.1%
CLASSE SOCIO-ECONOMICA	INFERIORE	1.1%
	MEDIO-INFERIORE	12.5%
	MEDIA	70.1%
	MEDIO-SUPERIORE	14.1%
	SUPERIORE	2.2%
ASCOLTO TV	FORTI UTENTI	25.0%
	MEDI UTENTI	62.5%
	DEBOLI/NON UTENTI	11.5%

(segue)

I POSSESSORI 8-13ENNI DI VCR

(segue)

PROFESSIONE CAPOFAMIGLIA		
	IMPRENDIT./DIRIGENTE/LIBERO PROF.	16.3%
	IMPIEGATO/QUADRO	32.1%
	DOCENTE INSEGNANTE	1.6%
	COMMERC./ESERCENTE/ARTIGIANO	21.2%
	OPERAIO/BRACCIANTE	25.5%
	AGRICOLTORE	-
	CASALINGA	-
	PENSIONATO	3.3%
	STUDENTE	-

**LA CRESCITA DEL MERCATO TRA I 14-79ENNI
NEGLI ULTIMI MESI**

UNA CRESCITA PIU' FORTE . . .

TRA LE DONNE (poco)

TRA I 14-17ENNI (moltissimo) E TRA I 25-34ENNI (molto)

TRA COLORO CHE HANNO BAMBINI SINO A 10 ANNI IN FAMIGLIA (molto)

NEL NORD-EST E AL CENTRO

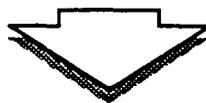
TRA I DIPLOMATI E CHI HA LA LICENZA MEDIA

NELLA CLASSE MEDIA

NEI CETI MEDI IMPIEGATIZI, TRA I SALARIATI E GLI STUDENTI (molto)

TRA I MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI

TRA I MEDI UTENTI TV

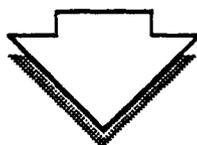


**una crescita diversa da quella del periodo precedente:
ora maggiore nelle fasce medie per istruzione/reddito/
professione/lettura del quotidiano/ascolto tv
(ed anche tra i salariati), tra gli studenti, tra i giovanissimi
ed i giovani adulti**

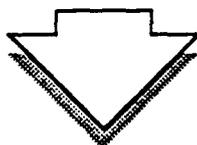
IL FUTURO POSSESSO DI VCR DEI 14-79ENNI

IN FUTURO ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO UN VCR

	% non owners VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
NO	43.8	24.2	11.300.000
NON SANNO	27.4	15.1	7.100.000
SI'	28.8	15.9	7.400.000



**IL MERCATO PARE DESTINATO A CRESCER ANCORA
DI OLTRE UN TERZO:
DAL 44.9% DEGLI ADULTI NELL'APRILE 1992 AL 60.8%
(da 19.900.000 a 26.900.000 14-79enni)**



**E IL "PUNTO D'ARRIVO" CONTINUA AD ELEVARSÌ, MA MENO
CHE IN PASSATO
(la crescita recentissima ha diminuito un po'
l'area dei futuri possessori)**

Nota: Nuovi dati dopo il revise Istat (v. nota iniziale); i dati omogenei ai precedenti Monitors sono, nell'ordine, 10.7 + 6.7 + 7.0 milioni

ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO UN VCR

(solo i non possessori di VCR ---> il 55% dei 14-79enni)

MEDIA 29%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- UOMINI 35%
- 14-17ENNI 36% + 18-24ENNI 44% + 25-44ENNI ~ 41%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 45% + 7-14ENNI ~ 41%
- LAUREATI 47% + DIPLOMATI E MEDIE INFERIORI ~ 39%
- CLASSE SUPERIORE, MEDIO-SUPERIORE E MEDIA ~ 39%
- INSEGNANTI 54% + IMPIEGATI, STUDENTI E SALARIATI ~ 42%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 36%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 105 (FDP NON OWNERS DI VCR 94)

(segue)

**ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO
UN VCR**

(segue)

(solo i non possessori di VCR ---> il 55% dei 14-79enni)

MEDIA 29%

ACCENTUAZIONI NEGATIVE

- DONNE 23%
- 55-64ENNI 18% + > 64ENNI 10%
- CHI NON HA NESSUN BAMBINO IN FAMIGLIA 25%
- CENTRO 24%
- 30-100MILA ABITANTI 24%
- ELEMENTARI/NULLA 16%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 23% + INFERIORE 9%
- AGRICOLTORI E CASALINGHE ~ 24% + PENSIONATI 15%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 21%
- FORTI UTENTI TV 23%

**ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO
UN VCR**

(solo i non possessori di VCR ---> il 39% degli 8-13enni)

MEDIA 56%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- NORD-EST 82%
- CLASSE MEDIA 68%
- CAPOFAMIGLIA UP E IMPIEGATO ~ 76%

(segue)



**ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO
UN VCR**

(segue)

(solo i non possessori di VCR ---> il 39% degli 8-13enni)

MEDIA 56%

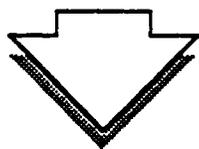
ACCENTUAZIONI NEGATIVE

- 30-100MILA ABITANTI 42%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 44%

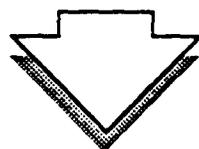
IL FUTURO POSSESSO DI VCR DEGLI 8-13ENNI

IN FUTURO ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO UN VCR

	% non owners VCR 8-13enni	% 8-13enni
NO	20.2	7.9
NON SANNO	23.5	9.2
SI'	56.3	22.1



IL MERCATO TRA GLI 8-13ENNI E' GIA' ORA ASSAI MAGGIORE
(penetrazione del VCR in casa del 60.7% versus il 44.9% degli adulti)

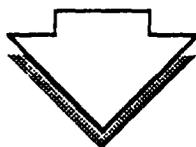
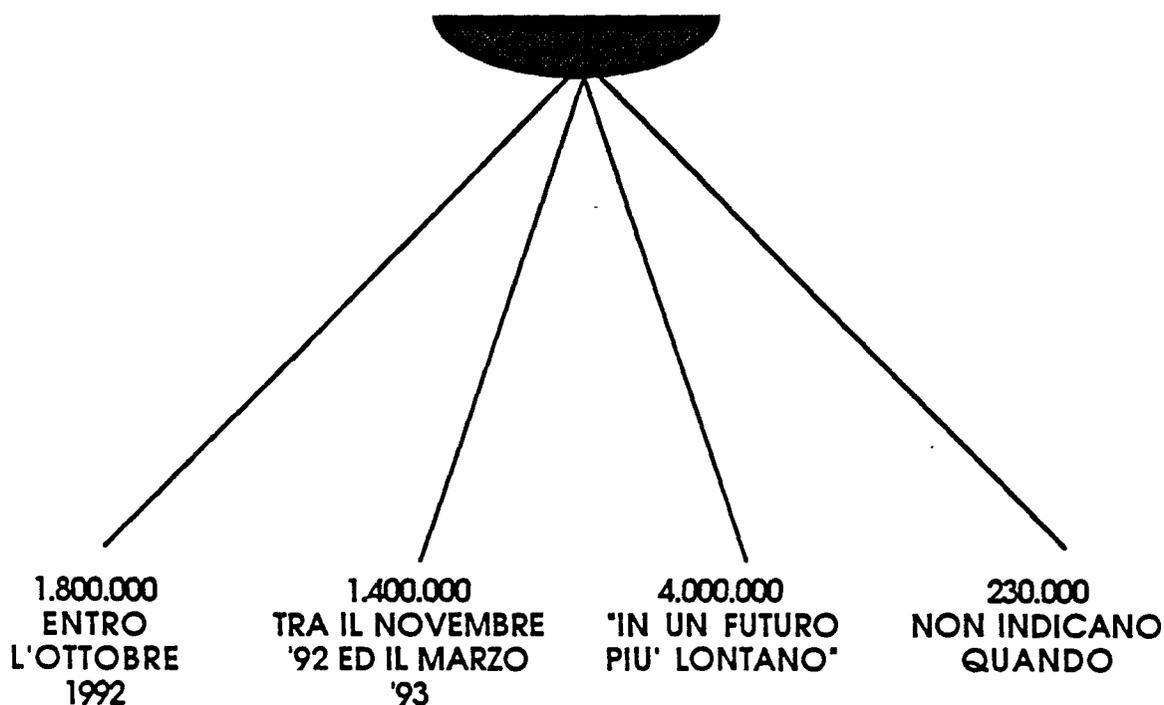


E PARE DESTINATO A CRESCERE ANCOR PIU' DI QUELLO ADULTO

(il 56.3% degli 8-13enni non owners prevede di ricevere entro l'ottobre '92 un VCR versus il 28.8% dei non owners adulti)

I FUTURI POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

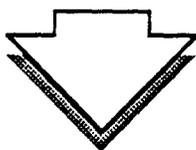
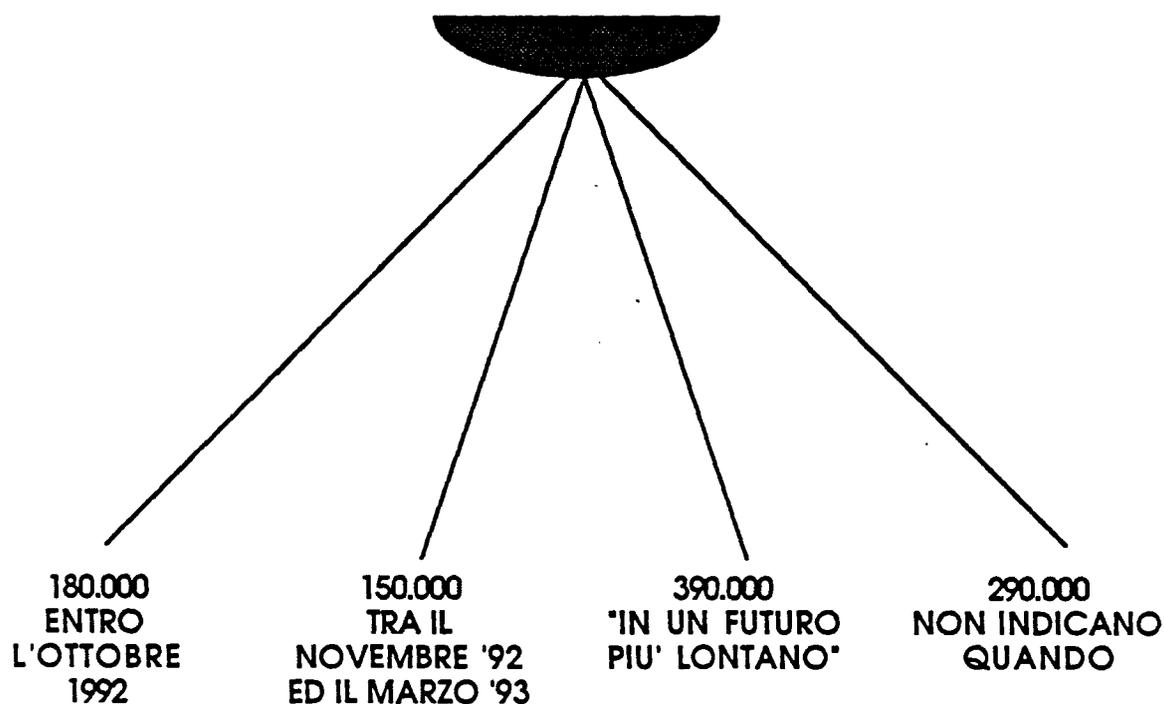
**7.400.000 ADULTI NELL'APRILE 1992 (dato non omogeneo)
PREVEDEVANO DI ACQUISTARE/RICEVERE IN REGALO
UN VCR "IN FUTURO"**



**E' ORMAI QUASI CERTO LO "SFONDAMENTO" ENTRO IL 1992
DELLA SOGLIA DEL 50% DI ADULTI CON VCR IN CASA**

I FUTURI POSSESSORI 8-13ENNI DI VCR

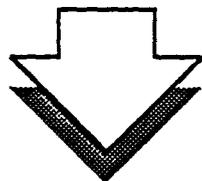
OLTRE 1.000.000 DI BAMBINI (SU 4.600.000) NELL'APRILE 1992 PREVEDANO DI ACQUISTARE/RICEVERE IN REGALO UN VCR "IN FUTURO"



E' ORMAI SCONTATO LO "SFONDAMENTO" ENTRO IL 1992 DELLA SOGLIA DEL 73% DI 8-13ENNI CON VCR IN CASA; E SI COMINCIA A INTRAVVEDERE IL SUPERAMENTO DEL 75% (ENTRO L'AUTUNNO DEL 1993)

I PROSSIMI POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

**NELL'APRILE 1992 1.800.000 ADULTI PREVEDEVANO DI STAR
PER AVERE UN VCR IN CASA ENTRO L'OTTOBRE 1992**



le accentuazioni :

- maschi
 - 18-44enni (specie 18-24enni)
- chi ha bambini e ragazzi in famiglia
 - nord-ovest e centro
- comuni di oltre 100.000 abitanti
- con laurea (molto), diploma e licenza media
 - classi superiore, medio-superiore e media
- ceti up (moltissimo) e ceti impiegatizi, studenti e salariati
 - forti lettori di quotidiani
 - medi utenti tv (poco)
- soggetti con elevata 'forza della personalità

**I FUTURI POSSESSORI DI VCR 14-79ENNI
E LA VIDEOTECA**

**7.400.000 ADULTI PREVEDONO DI ACQUISTARE/RICEVERE
IN REGALO UN VCR "IN FUTURO"**



**DI QUESTI ' 3.100.000 ADULTI (il 40.1% : ma per gli 8-13enni
s'arriva al 55.2%) SONO CERTI CHE ACQUISTERANNO
IN UN ANNO MOLTE PRVC PER FARSÌ UNA VIDEOTECA
(e altri 1.500.000 adulti non lo sanno ma non lo escludono)**



specie . . .

- LE DONNE (poco)
- I 14-34ENNI ED I 45-54ENNI
- CHI HA BAMBINI 7-10ENNI IN FAMIGLIA (poco)
- IL SUD/ISOLE
- I DIPLOMATI
- LE CLASSI MEDIO-SUPERIORE E MEDIA
- I CETI MEDI (ma non i docenti), GLI STUDENTI E (poco) LE CASALINGHE
- I FORTI LETTORI ED ANCHE I NON LETTORI DI QUOTIDIANI (poco)
- I FORTI UTENTI TV
- I SOGGETTI CON ELEVATA "FORZA DELLA PERSONALITA"

**"PENSO CHE QUANDO AVRO' UN VCR IN CASA
ACQUISTERO' IN UN ANNO MOLTE VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE, IN MODO DA FARMI UNA
VIDEOTECA, CIOE' UNA "BIBLIOTECA" DI
VIDEOCASSETTE DI QUALITA'"**

(solo coloro che acquisteranno/riceveranno in regalo un VCR --->

il 15.8% dei 14-79enni)

MEDIA 40%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- 14-17ENNI, 25-34ENNI E 45-54ENNI - 49%
- SUD/ISOLE 51%
- DIPLOMATI 53%
- STUDENTI 51% + IMPIEGATI 49%
- FORTI UTENTI TV 51%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 117 (FDP FUTURI OWNERS VCR 105)

(segue)

**'PENSO CHE QUANDO AVRO' UN VCR IN CASA
ACQUISTERO' IN UN ANNO MOLTE VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE, IN MODO DA FARMI UNA
VIDEOTECA, CIOE' UNA "BIBLIOTECA" DI
VIDEOCASSETTE DI QUALITA''**

(segue)

(solo coloro che acquisteranno/riceveranno in regalo un VCR --->

il 15.8% dei 14-79enni)

MEDIA 40%

ACCENTUAZIONI NEGATIVE

- 35-44ENNI 32% + 55-64ENNI 19%
- NORD-OVEST 31% + NORD-EST 27%
- MEDIE INFERIORI 33%
- CLASSE SUPERIORE 30% + INFERIORE 19%
- AGRICOLTORI E PENSIONATI ~ 22%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 32%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 19%

**"PENSO CHE QUANDO AVRO' UN VCR IN CASA
ACQUISTERO'/MI FARO' ACQUISTARE IN UN ANNO
MOLTE VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE, IN MODO DA
FARMI UNA VIDEOTECA, CIOE' UNA "BIBLIOTECA" DI
VIDEOCASSETTE DI QUALITA'"**

**(solo coloro che acquisteranno/riceveranno in regalo un VCR --->
il 22.1% degli 8-13enni)**

MEDIA 55%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- CAPOFAMIGLIA LAVORATORE AUTONOMO 73%

**'PENSO CHE QUANDO AVRO' UN VCR IN CASA
ACQUISTERO'/MI FARO' ACQUISTARE IN UN ANNO
MOLTE VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE, IN MODO DA
FARMI UNA VIDEOTECA, CIOE' UNA "BIBLIOTECA" DI
VIDEOCASSETTE DI QUALITA''**

(segue)

(solo coloro che acquisteranno/riceveranno in regalo un VCR --->

il 22.1% degli 8-13enni)

MEDIA 55%

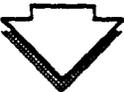
ACCENTUAZIONI NEGATIVE

*NON CI SONO ACCENTUAZIONI STATISTICAMENTE
SIGNIFICATIVE*

**I GIUDIZI DEI BAMBINI POSSESSORI DI PRVC IN CASA
SUL "GUARDAR LE VIDEOCASSETTE"**

(solo i possessori di VCR ----> il 60.7% degli 8-13enni)

	% accordo dei possessori di VCR 8-13enni			
	molto	abbastanza	poco	per niente
• "E' SPESSO DIVERTENTE"	47.8	46.2	4.9	0.5
• "A VOLTE E' MOLTO UTILE PER INFORMARSI E PER IMPARARE"	14.7	52.2	19.6	9.8
• "E' UNO DEI MIEI PASSATEMPI PREFERITI"	17.9	40.2	29.9	12.0
• "E' BELLO SOLO SE SI USANO VIDEOCASSETTE DI QUALITA'"	10.9	26.6	26.6	23.4



L'USO DEL VCR E' CONSIDERATO DIVERTENTE DAL 94% DEGLI 8-13ENNI (E PER IL 58% E' UNO DEI PASSATEMPI PREFERITI); A VOLTE MOLTO UTILE PER INFORMARSI ED IMPARARE DAL 57%; VALIDO E GRADITO SOLO SE E' GARANTITA LA QUALITA' DELLA PRVC DAL 38%



NEGLI ULTIMI 5 MESI E' RESTATO COSTANTE IL GOODWILL, MA E' DIMINUITA L'ISTANZA DI QUALITA'

Nota: Sono escluse dalla tabella le poche risposte "non so"

**'GUARDARE LE VIDEOCASSETTE E' SPESSO
DIVERTENTE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

MEDIA 94%

ACCENTUAZIONI

*NON CI SONO ACCENTUAZIONI STATISTICAMENTE
SIGNIFICATIVE*

**"GUARDARE LE VIDEOCASSETTE A VOLTE E'
MOLTO UTILE PER INFORMARMI E PER IMPARARE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

MEDIA 67%

ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST 78%

**"GUARDARE LE VIDEOCASSETTE E' UNO DEI MIEI
PASSATEMPI PREFERITI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

MEDIA 58%

ACCENTUAZIONI

- 8-10ENNI 72%
- SUD/ISOLE 75%

**'GUARDARE VIDEOCASSETTE E' BELLO SOLO SE
SI USANO VIDEOCASSETTE DI QUALITA''**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

MEDIA 38%

ACCENTUAZIONI

- > 100MILA ABITANTI 46%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 54%
- CAPOFAMIGLIA UP 50%

GLI USI PERSONALI DEL VCR DEI 14-79ENNI

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• VEDONO FILM SU PRVC	64.7	29.1	13.600.000
• REGISTRANO FILM DIRETTAMENTE DALLA TV	58.9	26.5	12.400.000
• REGISTRANO PROGRAMMI (NON FILM) DALLA TV	41.6	18.6	8.700.000
• VEDONO CARTONI ANIMATI SU PRVC	29.9	13.5	6.300.000
• VEDONO DOCUMENTARI DIVULGATIVI, DIDATTICI E SCIENTIFICI SU PRVC	22.5	10.0	4.700.000
• VEDONO SPETTACOLI MUSICALI SU PRVC	20.4	9.2	4.300.000
• VEDONO PROGRAMMI SPORTIVI SU PRVC	20.0	9.0	4.200.000
• REGISTRANO FILM E PROGRAMMI DA PRVC ACQUISTATE, NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO	13.8	6.2	2.900.000

Nota: PRVC acquistate o noleggiate; i valori assoluti non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti

GLI USI PERSONALI DEL VCR

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% degli adulti ed il 60.7% degli 8-13enni)

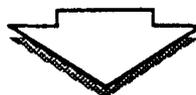
	% possessori di VCR 14-79enni	% possessori di VCR 8-13enni
• VEDONO FILM SU PRVC	64.7	78.3
• REGISTRANO FILM DIRETTAMENTE DALLA TV	58.9	59.2
• REGISTRANO PROGRAMMI (NON FILM) DALLA TV	41.6	27.7
• VEDONO CARTONI ANIMATI SU PRVC	29.9	67.4
• VEDONO DOCUMENTARI DIVULGATIVI, DIDATTICI E SCIENTIFICI SU PRVC	22.5	23.4
• VEDONO SPETTACOLI MUSICALI SU PRVC	20.4	21.2
• VEDONO PROGRAMMI SPORTIVI SU PRVC	20.0	20.7
• REGISTRANO FILM E PROGRAMMI DA PRVC ACQUISTATE, NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO	13.8	12.0

Nota: PRVC acquistate o noleggiate

EVOLUZIONE DEGLI USI PERSONALI DEL VCR DEI 14-79ENNI

n° (x 1.000)
individui adulti

	marzo '88	novembre '89	marzo '91	novembre '91	aprile '92 (*)
• VEDONO FILM SU PRVC	3.900 ▶	6.300 ▶	11.300 ▶	11.600 ▶	12.900
• REGISTRANO DALLA TV	4.400 ▶	6.200 ▶	9.400 film ▶	10.900 ▶	11.700
• VEDONO CARTONI ANIMATI SU PRVC	? ▶	2.500 ▶	6.900 programmi ▶	5.300 ▶	6.000
• VEDONO PROGRAMMI SPORTIVI SU PRVC	1.500 ▶	2.300 ▶	3.900 ▶	3.900 ▶	4.000
• VEDONO SPETTACOLI MUSICALI SU PRVC	1.400 ▶	2.300 ▶	4.300 ▶	(3.300) ▶	4.100
• VEDONO PROGRAMMI SCIENTIFICI O DIDATTICI SU PRVC	1.100 ▶	1.800 ▶	4.300 ▶	3.300 ▶	4.500



Tra il marzo ed il novembre '91 i più forti incrementi in valore assoluto riguardano la visione di film su PRVC acquistate/noleggiate, la registrazione diretta di film e di programmi dalla tv, la visione di spettacoli musicali e di cartoni animati su PRVC, mentre si segnalano la stasi dei viewers di programmi sportivi su PRVC ed il recupero dei viewers dei "documentari divulgativi, didattici e scientifici" su PRVC

Nota: I dati dell'aprile '92 sono qui omogenei a quelli dei Monitors precedenti

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE FILM PREREGISTRATI
SU VIDEOCASSETTE ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 65%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI E 18-24ENNI ~ 84% + 25-34ENNI 72%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 71%
- LAUREATI 79% + DIPLOMATI 75%
- CLASSE SUPERIORE 85% + MEDIO-SUPERIORE 73% + INFERIORE 88%
- STUDENTI 88% + CETI UP 79% + IMPIEGATI 71%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE FILM PREREGISTRATI
SU VIDEOCASSETTE ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 78%

ACCENTUAZIONI

- > 100MILA ABITANTI 88%

**"UTILIZZO IL VCR PER REGISTRARE FILM DIRETTAMENTE
DALLA TELEVISIONE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 59%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 64%
- 14-17ENNI 86% + 18-24ENNI 76% + 25-34ENNI 65%
- NORD-OVEST 66%
- DIPLOMATI E MEDIE INFERIORI ~ 67%
- CLASSE MEDIA 66%
- STUDENTI 83% + IMPIEGATI 70%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 65%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER REGISTRARE FILM DIRETTAMENTE
DALLA TELEVISIONE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 59%

ACCENTUAZIONI

- MASCHI 69%
- 11-13ENNI 70%
- 30-100MILA ABITANTI 70%

**'UTILIZZO IL VCR PER REGISTRARE PROGRAMMI
(NON FILM) DIRETTAMENTE DALLA TELEVISIONE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 42%.

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 48%
- 14-17ENNI 58% + 18-24ENNI E 35-44ENNI ~ 47%
- NORD-OVEST 52% + NORD-EST 50%
- LAUREATI E DIPLOMATI ~ 50%
- CLASSE SUPERIORE 55% + INFERIORE 78%
- STUDENTI 58% + CETI UP, IMPIEGATI E INSEGNANTI ~ 49%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER REGISTRARE PROGRAMMI
(NON FILM) DIRETTAMENTE DALLA TELEVISIONE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 28%

ACCENTUAZIONI

- MASCHI 36%
- NORD-OVEST 36%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 42%
- CAPOFAMIGLIA UP 40%

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE CARTONI ANIMATI
PREREGISTRATI SU VIDEOCASSETTE
ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 30%

ACCENTUAZIONI.

- 25-34ENNI 49%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 61% + 7-10ENNI 41%
- LAUREATI E DIPLOMATI ~ 38%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 40%
- INSEGNANTI 45% + CETI UP E IMPIEGATI ~ 37%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE CARTONI ANIMATI
PREREGISTRATI SU VIDEOCASSETTE
ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 67%

ACCENTUAZIONI

- 8-10ENNI 86%
- 30-100MILA ABITANTI 77%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 81%

**'UTILIZZO IL VCR PER VEDERE DOCUMENTARI
DIVULGATIVI, DIDATTICI E SCIENTIFICI PREREGISTRATI
SU VIDEOCASSETTE ACQUISTATE/NOLEGGIATE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 23%

ACCENTUAZIONI

- 35-44ENNI 36%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 29%
- LAUREATI 48%
- CLASSE SUPERIORE 48% + MEDIO-SUPERIORE 30% + INFERIORE 37%
- INSEGNANTI 56% + CETI UP 36%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 27%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE DOCUMENTARI
DIVULGATIVI, DIDATTICI E SCIENTIFICI PREREGISTRATI
SU VIDEOCASSETTE ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 23%

ACCENTUAZIONI

- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 39%

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE SPETTACOLI
MUSICALI PREREGISTRATI SU VIDEOCASSETTE
ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 20%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 49% + 18-24ENNI 40%
- MEDIE INFERIORI 26%
- CLASSE INFERIORE 41%
- STUDENTI 44%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE SPETTACOLI
MUSICALI PREREGISTRATI SU VIDEOCASSETTE
ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ----> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- 11-13ENNI 30%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 39%
- CAPOFAMIGLIA UP 37%

**'UTILIZZO IL VCR PER VEDERE PROGRAMMI
SPORTIVI PREREGISTRATI SU VIDEOCASSETTE
ACQUISTATE/NOLEGGIATE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 20%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 31%
- 14-17ENNI E 18-24ENNI ~ 31%
- DIPLOMATI 26%
- CLASSE INFERIORE 36%
- INSEGNANTI 45% + CETI UP E IMPIEGATI ~ 37%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 25%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL VCR PER VEDERE PROGRAMMI
SPORTIVI PREREGISTRATI SU VIDEOCASSETTE
ACQUISTATE/NOLEGGIATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- MASCHI 32%
- 30-100MILA ABITANTI 28%



**"UTILIZZO IL VCR PER REGISTRARE FILM E PROGRAMMI
DA VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE ACQUISTATE,
NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 14%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 19% + 18-24ENNI 25%
- STUDENTI 26%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 19%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP OWNERS VCR 108)

**UTILIZZO IL VCR PER REGISTRARE FILM E PROGRAMMI
DA VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE ACQUISTATE,
NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO***

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

*NON CI SONO ACCENTUAZIONI STATISTICAMENTE
SIGNIFICATIVE*

L'ACQUISTO PERSONALE DI PRVC DEI 14-79ENNI

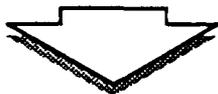
(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• MOLTO SPESSO	3.4	1.5	700.000
• ABBASTANZA SPESSO	8.3	3.6	1.700.000
• QUALCHE VOLTA	29.7	13.2	6.200.000



**GLI ACQUIRENTI ADULTI DI PRVC SONO CRESCIUTI DEL 400%
CIRCA IN 49 MESI**

(da meno di 1.600.000 nel marzo 1988 a 8.100.000
nell'aprile '92: i dati omogenei)



**E NEGLI ULTIMI 5 MESI S'E' REGISTRATO DI NUOVO UN
INCREMENTO DOPO LA STASI PRECEDENTE, PER DI PIU'
CON CRESCITA DEI BUYERS "MOLTO SPESSO"**

Nota: I valori assoluti dell'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitoris precedenti (salvo ove indicato)

L'ACQUISTO PERSONALE DI PRVC

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni
ed il 60.7% degli 8-13enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% possessori di VCR 8-13enni
• MOLTO SPESSO	3.4	4.3
• ABBASTANZA SPESSO	8.3	8.7
• QUALCHE VOLTA	29.7	32.1



I BAMBINI SONO PIU' BUYERS DI PRVC
(ma il gap con gli adulti sta riducendosi)

Nota: Per gli 8-13enni "li compra o li fa comprare"

**'ACQUISTO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- LAUREATI 19%
- CLASSE SUPERIORE 25%
- INSEGNANTI 20%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 117 (FDP OWNERS VCR 108)

"ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 30%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 36% + 35-44ENNI 39%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 36%
- LAUREATI 46% + DIPLOMATI 35%
- CLASSE SUPERIORE 36% + MEDIO-SUPERIORE E INFERIORE ~ 39%
- CETI UP 43%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP OWNERS VCR 108)

**"ACQUISTO/MI FACCIACQUISTARE
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 13%

ACCENTUAZIONI

- > 100MILA ABITANTI 24%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 27%

**"ACQUISTO/MI FACCIO ACQUISTARE
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 32%

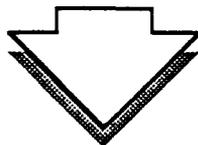
ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST, SUD/ISOLE 40%
- 30-100MILA ABITANTI 42%
- CAPOFAMIGLIA, LAVORATORE AUTONOMO 41%

IL NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC DEI 14-79ENNI

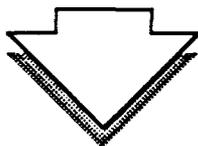
(solo i possessori di VCR ---> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• MOLTO SPESSO	7.0	3.2	1.500.000
• ABBASTANZA SPESSO	17.3	7.7	3.600.000
• QUALCHE VOLTA	25.0	11.1	5.200.000



**I NOLEGGIATORI ADULTI DI PRVC SONO CRESCIUTI DEL 149%
IN 49 MESI**

(da meno di 3.900.000 nel marzo 1988 a 9.700.000
nell'aprile '92: dati omogenei)



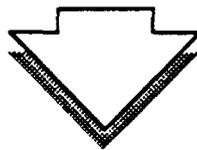
**MA NEGLI ULTIMI 5 MESI IL TREND S'E' INVERTITO: CON UN DECREMENTO
DEL 4% DEI RENTERS RISPETTO AL NOVEMBRE '91 (però dal luglio
'90 l'incremento è sempre dell'11%)**

Nota: I valori assoluti dell'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti (salvo ove indicato)

IL NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni ed il 60.7% degli 8-13enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% possessori di VCR 8-13enni
• MOLTO SPESSO	7.0	7.6
• ABBASTANZA SPESSO	17.3	20.1
• QUALCHE VOLTA	25.0	30.4



**NON EMERGONO GRANDI DIFFERENZE IN TERMINI DI
NOLEGGIO TRA BAMBINI E ADULTI
(con i primi un po' più renters di PRVC)**

**"NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 24%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 41% + 18-24ENNI 44%
- DIPLOMATI 31%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 32%
- STUDENTI 48%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 116 (FDP OWNERS VCR 108)

**"NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 25%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 30% + 18-24ENNI 33%
- DIPLOMATI 31%
- CLASSE SUPERIORE 33% + INFERIORE 38%
- IMPIEGATI 37% + STUDENTI 31%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)



**"NOLEGGIO/MI FACCIO NOLEGGIARE
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 28%

ACCENTUAZIONI

- FORTI UTENTI TV 38%

**"NOLEGGIO/MI FACCI NOLEGGIARE
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 30%

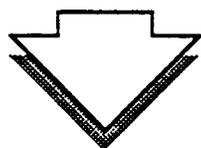
ACCENTUAZIONI

- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 42%
- CAPOFAMIGLIA LAVORATORE AUTONOMO 39%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 62%

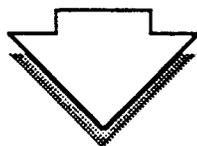
IL PRESTITO DI PRVC DA AMICI/PARENTI

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• MOLTO SPESSO	7.2	3.2	1.500.000
• ABBASTANZA SPESSO	14.2	6.4	3.000.000
• QUALCHE VOLTA	29.2	13.0	6.100.000



**GLI ADULTI RICHIEDENTI IN PRESTITO PRVC SONO CRESCIUTI
DEL 156% IN 49 MESI (da men di 3.900.000 nel marzo 1988
a 10.000.000 nell'aprile '92: dati omogenei)**



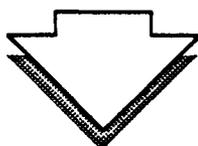
**E NEGLI ULTIMI 5 MESI L'INCREMENTO E' STATO DELL'11%,
CON CRESCITA DEI "MOLTO SPESSO"**

Nota: I valori assoluti dell'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitor precedenti (salvo ove indicato)

IL PRESTITO DI PRVC DA AMICI/PARENTI

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni
ed il 60.7% degli 8-13enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% possessori di VCR 8-13enni
<ul style="list-style-type: none">• MOLTO SPESSO	7.2	10.3
<ul style="list-style-type: none">• ABBASTANZA SPESSO	14.2	16.8
<ul style="list-style-type: none">• QUALCHE VOLTA	29.2	40.8



I BAMBINI CHIEDONO IN PRESTITO PRVC PIU' DI PRIMA
(e ora più degli adulti)

**'CHIEDO IN PRESTITO AD AMICI/PARENTI
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 37% + 18-24ENNI 41%
- STUDENTI 42%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 117 (FDP OWNERS VCR 108)

**"CHIEDO IN PRESTITO AD AMICI/PARENTI
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 29%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 34%
- 14-17ENNI 45% + 25-34ENNI 39% + 35-44ENNI 34%
- DIPLOMATI 36%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 39% + INFERIORE 60%
- IMPIEGATI 43% + INSEGNANTI 38% + CETI UP, LAVORATORI AUTONOMI E STUDENTI ~ 35%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)



**'CHIEDO IN PRESTITO AD AMICI/PARENTI
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 27%

ACCENTUAZIONI

- CENTRO 42%
- CAPOFAMIGLIA UP 40%



**"CHIEDO IN PRESTITO AD AMICI/PARENTI
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 41%

ACCENTUAZIONI

- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 54%
- CAPOFAMIGLIA IMPIEGATO 51%

ACQUISTO, NOLEGGIO E PRESTITO DI PRVC

△ % (SOLO 14-79ENNI)

(molto spesso" + "abbastanza spesso" +
"qualche volta")

rispetto
al marzo '88

rispetto
al novembre '91

• ACQUISTO PERSONALE	+ 400	+ 31
• NOLEGGIO PERSONALE	+ 149	- 4
• PRESTITO DA AMICI/PARENTI	+ 156	+ 11



ALCUNI FENOMENI NUOVI DALLA FINE DEL 1991: LA RINNOVATA CRESCITA DEI BUYERS E (MENO) DEI RICHIEDENTI IN PRESTITO, CON I RENTERS IN LIEVE CALO, E IL RINNOVATO AUMENTO DI TUTTI GLI "INTENSI" (coloro che "molto spesso" acquistano e/o noleggiano personalmente e/o chiedono in prestito ad amici/parenti)

**SOVRAPPOSIZIONE DI ACQUISTO DI PRVC
CON ANALISI DI PRVC**

**SU 100 ACQUIRENTI DI PRVC ("MOLTO SPESSO" +
"ABBASTANZA SPESSO" + "QUALCHE VOLTA")
NOLEGGIANO PRVC:**

"MOLTO SPESSO"	9.1	}	69.1
"ABBASTANZA SPESSO"	29.9		
"QUALCHE VOLTA"	30.1		
"MAI O QUASI MAI"	31.0		

**SOVRAPPOSIZIONE DI ACQUISTO DI PRVC
CON ANALISI DI PRVC**

**SU 100 ACQUIRENTI DI PRVC
("MOLTO SPESSO" + "ABBASTANZA SPESSO")
NOLEGGIANO PRVC:**

"MOLTO SPESSO"	22.5	}	53.6	}	69.6
"ABBASTANZA SPESSO"	31.1				
"QUALCHE VOLTA"	16.0				
"MAI O QUASI MAI"	30.3				

GLI ATTUALI POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR E LA VIDEOTECA

DEI 20.100.000 POSSESSORI ADULTI DI VCR NELL'APRILE 1992 ...

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• HANNO COMINCIATO A FARSI UNA VIDEOTECA E CONTINUERANNO	22.2	9.8	4.600.000
• HANNO COMINCIATO A FARSI UNA VIDEOTECA E ACQUISTERANNO MOLTE PIU' PRVC DI OGGI	6.8	3.0	1.400.000
• NON HANNO COMINCIATO MA LO FARANNO PRESTO	11.1	4.9	2.300.000
• AVEVANO INIZIATO E HANNO SMESSO	3.8	1.7	800.000
• NON HANNO COMINCIATO E NON LO FARANNO	55.2	24.8	11.600.000
• NON INDICANO	0.9	0.4	200.000

Note: Per videoteca s'intende "una biblioteca di videocassette di qualità" costituita tramite l'acquisto di molte PRVC

I valori assoluti riferiti all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti

GLI ATTUALI POSSESSORI DI VCR E LA VIDEOTECA

	% possessori di VCR 14-79enni	% possessori di VCR 8-13enni
• HANNO COMINCIATO A FARSI UNA VIDEOTECA E CONTINUERANNO	22.2	34.8
• HANNO COMINCIATO A FARSI UNA VIDEOTECA E ACQUISTERANNO MOLTE PIU' PRVC DI OGGI	6.8	9.8
• NON HANNO COMINCIATO MA LO FARANNO PRESTO	11.1	19.0
• AVEVANO INIZIATO E HANNO SMESSO	3.8	3.8
• NON HANNO COMINCIATO E NON LO FARANNO	55.2	32.6
• NON INDICANO	0.9	-

Nota: Per videoteca s'intende "una biblioteca di videocassette di qualità" costituita tramite l'acquisto di molte PRVC

POSSESSORI DI VCR CHE HANNO GIA' INIZIATO UNA VIDEOTECA

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 29%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 42% + 25-34ENNI 37%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 35%
- > 100MILA ABITANTI 34%
- LAUREATI 40% + DIPLOMATI 35%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 34%
- STUDENTI E INSEGNANTI ~ 40% + IMPIEGATI 35%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 117 (FDP OWNERS VCR 108)

**POSSESSORI DI VCR CHE HANNO GIA'
INIZIATO UNA VIDEOTECA**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MEDIA 45%

ACCENTUAZIONI

- > 100MILA ABITANTI 58%
- FORTI UTENTI TV 54%

**POSSESSORI DI VCR CHE NON STANNO FACENDO UNA
VIDEOTECA MA CHE PENSANO DI INIZIARLA PRESTO**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 11%

ACCENTUAZIONI

- 35-44ENNI 16%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 18%
- SUD/ISOLE 15%
- STUDENTI 14%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)



**POSSESSORI DI VCR CHE NON STANNO FACENDO UNA
VIDEOTECA MA CHE PENSANO DI INIZIARLA PRESTO**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-113enni)

MEDIA 19%

ACCENTUAZIONI

- SUD/ISOLE 29%

**GLI ACQUIRENTI 14-79ENNI DI PRVC ORIENTATI
ALLA "COSTRUZIONE" D'UNA PROPRIA VIDEOTECA**

**ATTUALI POSSESSORI ADULTI DI
VCR CHE STANNO "COSTRUCENDO-
SI" UNA VIDEOTECA E CONTINUE-
RANNO/INTENSIFICHERANNO**

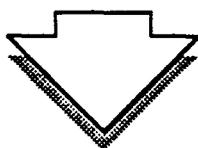
6.100.000

**ATTUALI POSSESSORI ADULTI DI
VCR CHE INIZIERANNO PRESTO LA
VIDEOTECA**

2.300.000

**FUTURI POSSESSORI ADULTI DI
VCR CHE INIZIERANNO LA VIDEO-
TECA**

3.100.000

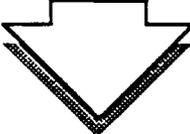


**UN "MONDO" DESTINATO QUASI A RADDOPPIARE IN POCCHI ANNI
(ma negli ultimi 5 mesi s'è registrato un forte aumento del
18% dei "videotecanti attuali", mentre i "futuri videotecanti"
son cresciuti del 13%: confronto su dati omogenei)**

Nota: I valori assoluti riferiti all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti (salvo ove indicato)

IL "MONDO" DELLA VIDEOTECA

	% 14-79enni	% 8-13enni
ATTUALI POSSESSORI DI VCR CHE STANNO "COSTRUENDOSI" UNA VIDEOTECA E CONTINUERANNO/INTENSIFICHERANNO	13.0	27.1
ATTUALI POSSESSORI DI VCR CHE INIZIERANNO PRESTO LA VIDEOTECA	5.0	11.5
FUTURI POSSESSORI DI VCR CHE INIZIERANNO LA VIDEOTECA	6.5	21.7



OGGI UN ADULTO SU OTTO SI STA FACENDO UNA VIDEOTECA (ed un altro su nove crede che la inizierà) MENTRE TRA I BAMBINI 8-13ENNI UNO SU QUATTRO L'HA INIZIATA (ed un altro su tre s'aggiungerà)

LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEI 14-79ENNI DI VIDEO-CASSETTE REGISTRATE

(solo i possessori di VCR ----> 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• CONSERVANO VIDEO-CASSETTE REGISTRATE DIRETTAMENTE DALLA TV	62.5	28.0	13.100.000
• CONSERVANO PRVC ACQUISTATE DA SE' O DAI FAMILIARI	50.7	22.7	10.640.000
• CONSERVANO VIDEO-CASSETTE DUPLICATE/COPIATE DA ALTRE VIDEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO	26.3	11.7	5.500.000

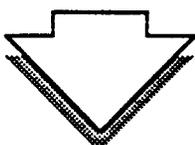
Note: Somma dei rispondenti "molto spesso" + "abbastanza spesso" + "qualche volta"

I valori assoluti riferiti all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti

**LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEI 14-79ENNI DI
VIDEOCASSETTE REGISTRATE DIRETTAMENTE
DALLA TV**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• MOLTO SPESSO	15.1	6.8	3.200.000
• ABBASTANZA SPESSO	19.6	8.8	4.100.000
• QUALCHE VOLTA	27.8	12.4	5.800.000



**LA MODALITA' DI CONSERVAZIONE LARGAMENTE PREFERITA,
COINVOLGENTE QUASI I 2/3 DEI POSSESSORI ADULTI DI VCR
(per il 56% con frequenza discreta o buona)**

↓

**CON UN AUMENTO DEL 3% NEGLI ULTIMI 5 MESI
(confronto su dati omogenei)**

Nota: I valori assoluti relativi all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti (salvo ove indicato)

**LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEGLI 8-79ENNI
DI VIDEOCASSETTE REGISTRATE DIRETTAMENTE
DALLA TV**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni ed
il 60.7% degli 8-13enni)



**"CONSERVO VIDEOCASSETTE REGISTRATE
DIRETTAMENTE DALLA TV"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% del 14-79enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 35%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 71% + 18-24ENNI 48%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 43%
- NORD-OVEST 39%
- > 100MILA ABITANTI 39%
- MEDIE INFERIORI 39%
- STUDENTI 55% + INSEGNANTI 47%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 41%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 115 (FDP OWNERS VCR 108)

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE REGISTRATE
DIRETTAMENTE DALLA TV"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 28%

ACCENTUAZIONI

- 25-34ENNI 38%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI ~ 34%
- CLASSE SUPERIORE 34%
- IMPIEGATI 36%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 108 (FDP OWNERS VCR 108)

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE REGISTRATE
DIRETTAMENTE DALLA TV"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 52%

ACCENTUAZIONI

- CENTRO 63%
- CAPOFAMIGLIA UP 67%

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE REGISTRATE
DIRETTAMENTE DALLA TV"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 23%

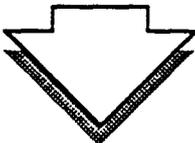
ACCENTUAZIONI

- SUD/ISOLE 35%
- 30-100MILA ABITANTI 33%
- CAPOFAMIGLIA LAVORATORE AUTONOMO 31%

**LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEI 14-79ENNI DI
PRVC ACQUISTATE DA SE' O DAI FAMILIARI**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

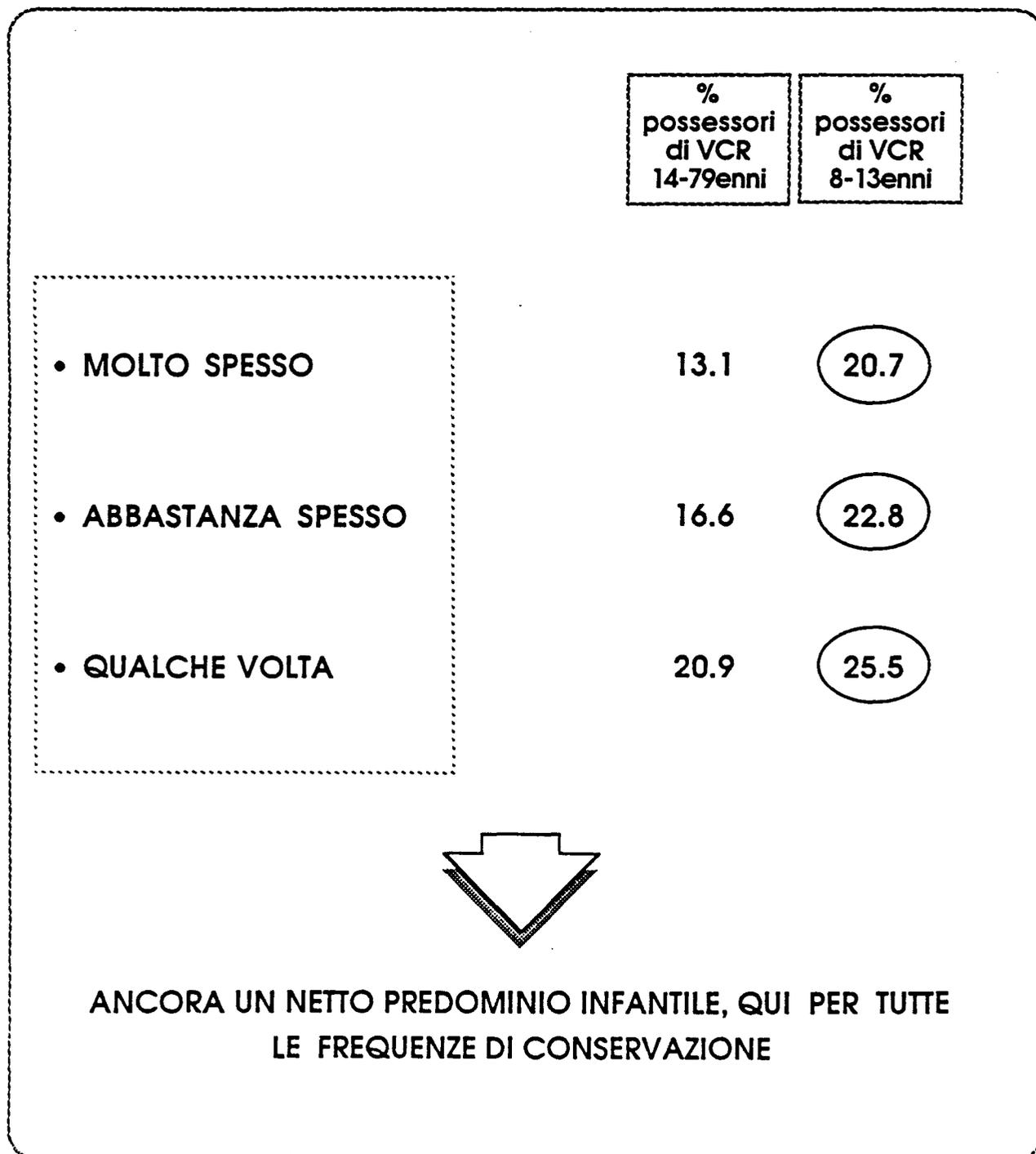
	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79 enni	n° individui (*)
• MOLTO SPESSO	13.1	6.0	2.800.000
• ABBASTANZA SPESSO	16.6	7.5	3.500.000
• QUALCHE VOLTA	20.9	9.4	4.400.000


**LA MODALITA' DI CONSERVAZIONE INTERMEDIA, COINVOLGENTE
IL 51% DEI POSSESSORI ADULTI DI VCR IN CASA
(per il 59% con frequenza discreta o buona)**
 ↓
**CON UNA DIMINUZIONE DEL 20% NEGLI ULTIMI 5 MESI
(confronto su dati omogenei)**

*Nota: I valori assoluti riferiti all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei
Monitors precedenti*

**LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEGLI 8-79ENNI
DI PRVC ACQUISTATE DA SE' O DAI FAMILIARI**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni ed il 60.7% degli 8-13enni)



**"CONSERVO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
ACQUISTATE DA ME O DAI MIEI FAMILIARI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 30%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 38% + 18-24ENNI 35%
- NORD-OVEST 37%
- LAUREATI 46%
- CLASSE SUPERIORE E MEDIO-SUPERIORE ~ 40%
- INSEGNANTI 56% + CETI UP, LAVORATORI AUTONOMI E STUDENTI ~ 37%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP OWNERS VCR 108)

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
ACQUISTATE DA ME O DAI MIEI FAMILIARI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- 35-44ENNI 26%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 25%
- LAUREATI 28%
- CLASSE SUPERIORE 25%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 27%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP OWNERS VCR 108)

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
ACQUISTATE DA ME O DAI MIEI FAMILIARI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 44%

ACCENTUAZIONI

- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 73%
- CAPOFAMIGLIA UP 53%

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
ACQUISTATE DA ME O DAI MIEI FAMILIARI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 26%

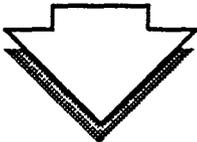
ACCENTUAZIONI

- CLASSE MEDIO-INFERIORE 44%
- CAPOFAMIGLIA IMPIEGATO 34%

**LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEI 14-79ENNI DI
VIDEOCASSETTE DUPLICATE/COPIATE DA ALTRE VI-
DEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

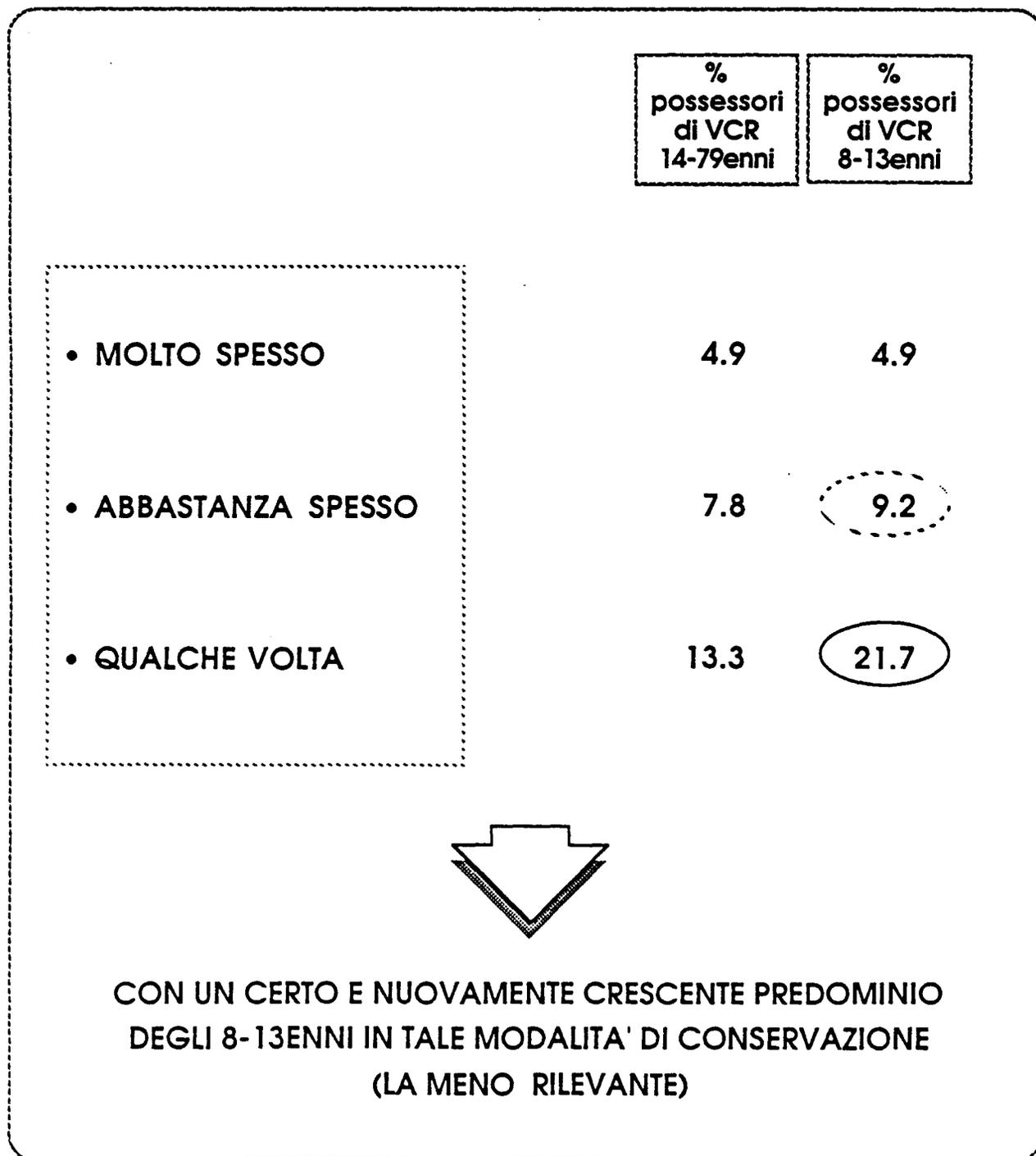
	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui (*)
• MOLTO SPESSO	4.9	2.1	1.000.000
• ABBASTANZA SPESSO	7.8	3.4	1.600.000
• QUALCHE VOLTA	13.3	6.0	2.800.000


**LA MODALITA' DI CONSERVAZIONE MENO DIFFUSA,
COINVOLGENTE ~ 1/4 DEI POSSESSORI ADULTI DI VCR IN CASA**
 (per il 49% con frequenza discreta o buona)
 ↓
CON UN CALO DEL 13% NEGLI ULTIMI 5 MESI
 (confronto su dati omogenei)

Nota: I valori assoluti riferiti all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti (salvo ove indicato)

LA CONSERVAZIONE DA PARTE DEGLI 8-79ENNI DI VIDEOCASSETTE DUPLICATE/COPIATE DA ALTRE VIDEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE IN PRESTITO

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni ed il 60.7% degli 8-13enni)



**"CONSERVO VIDEOCASSETTE DUPLICATE/COPIATE
DA ALTRE VIDEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE
IN PRESTITO"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 13%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 17%
- MEDIE INFERIORI 17%
- STUDENTI 22%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)



**'CONSERVO VIDEOCASSETTE DUPLICATE/COPIATE
DA ALTRE VIDEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE
IN PRESTITO'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 13%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 20%
- LAUREATI E DIPLOMATI ~ 20%
- CLASSE SUPERIORE 18%
- INSEGNANTI E STUDENTI ~ 23%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)

**"CONSERVO VIDEOCASSETTE DUPLICATE/COPIATE
DA ALTRE VIDEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE
IN PRESTITO"**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

MOLTO + ABBASTANZA SPESSO

MEDIA 14%

ACCENTUAZIONI

- 30-100MILA ABITANTI 23%

**'CONSERVO VIDEOCASSETTE DUPLICATE/COPIATE
DA ALTRE VIDEOCASSETTE NOLEGGIATE O RICEVUTE
IN PRESTITO'**

(solo i possessori di VCR ---> il 60.7% degli 8-13enni)

QUALCHE VOLTA

MEDIA 22%

ACCENTUAZIONI

- CENTRO 29%
- > 100MILA ABITANTI 31%
- CAPOFAMIGLIA UP 33%

I CANALI DI VENDITA DI PRVC CONOSCIUTI DAGLI ADULTI

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	n° individui (su nuovi dati ISTAT) x 1.000	n° individui (omogenei ai Monitors precedenti) x 1.000
• NEGOZI SPECIALIZZATI, VIDEOCLUB	84.6	17.800	16.800
• EDICOLE	43.9	9.200	8.700
• GRANDI MAGAZZINI	36.6	7.700	7.300
• NEGOZI DI DISCHI	34.9	7.300	6.900
• NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA	32.2	6.800	6.400
• SUPERMERCATI/IPERMERCATI	24.0	5.000	4.800
• CARTOLIBRERIE/LIBRERIE	17.7	3.700	3.500
• STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL	17.4	3.700	3.500
• PER CORRISPONDENZA (VPC)	16.5	3.500	3.300
• NEGOZI DI FOTO-OTTICA	15.6	3.300	3.100
• BANCARELLE	13.8	2.900	2.700
• NEGOZI DI GIOCATTOLI	7.1	1.500	1.400
• TABACCHERIE	4.7	1.000	900
• VENDITA PORTA A PORTA	1.5	>300	<300
• NON INDICA	4.7	1.000	900

**I CANALI DI VENDITA DI PRVC CONOSCIUTI
DAGLI ADULTI**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

**IN VALORE ASSOLUTO CRESCE LA NOTORIETA' DI TUTTI I CANALI,
STAVOLTA SENZA ECCEZIONI, CON MAGGIORE MULTICANALITA'
CONOSCIUTA**



**I MAGGIORI INCREMENTI DI NOTORIETA' IN VALORE ASSOLUTO
RIGUARDANO NELL'ORDINE LE EDICOLE (+ 2.100.000); I
SUPER/IPERMERCATI (+ 1.600.000); I GRANDI MAGAZZINI
(+ 1.500.000); LE STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL (+ 1.000.000);
I NEGOZI DI DISCHI E DI HI-FI/ELETTRONICA (+ 900.000)**



**I MAGGIORI INCREMENTI IN % RIGUARDANO NELL'ORDINE LE
VENDITE PORTA A PORTA (QUASI IL RADDOPPIO); LE BANCARELLE
(+ 80%); I NEGOZI DI GIOCATTOLI (+ 75%); I SUPER/IPERMERCATI
(+ 50%); LE STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL (+ 40%); VPC,
EDICOLE, CARTOLIBRERIE/LIBRERIE, TABACCHERIE E NEGOZI
DI FOTO-OTTICA (CIASCUNO ~ + 30%); I GRANDI MAGAZZINI
(+ 26%) ---> CON I NEGOZI DI DISCHI E HI-FI SOLO + 15% ED I
VIDEOSHOP/ VIDEOCLUB IN AUMENTO DI NOTORIETA' DEL SOLO 7%**

**I CANALI DI VENDITA DI PRVC UTILIZZATI
DAGLI ADULTI PER L'ACQUISTO PERSONALE**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ----> il 18.6%
dei 14-79enni)

**CRESCÉ LA MULTICANALITA' DAL LATO DELLA DOMANDA
= 1.45 CANALI PRO-CAPITE IN MEDIA**



**E CESSA D'ESSER STABILE PROPRIO NEGLI ULTIMI 5 MESI
(da 1.36 canali pro-capite in media nel novembre 1991)**



**CON L'INCREMENTO PIU' SIGNIFICATIVO NEGLI ULTIMI 2 ANNI
E MEZZO
(da 1.26 canali pro-capite in media nel novembre 1989)**

I CANALI DI VENDITA DI PRVC UTILIZZATI DAI 14-79ENNI PER L'ACQUISTO PERSONALE

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ----> il 18.6%
dei 14-79enni)

	% acquirenti di PRVC 14-79enni	n° individui (su nuovi dati ISTAT) x 1.000	n° individui (omogenei ai Monitors precedenti) x 1.000
• NEGOZI SPECIALIZZATI, VIDEOCLUB	72.8	6.300	6.000
• EDICOLE	18.2	1.600	1.500
• NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA	11.0	>1.000	900
• NEGOZI DI DISCHI	11.7	1.000	<1.000
• GRANDI MAGAZZINI	8.3	>700	<700
• SUPERMERCATI/IPERMERCATI	7.2	>600	<600
• NEGOZI DI FOTO-OTTICA	5.4	<500	>400
• PER CORRISPONDENZA (VPC)	3.8	>300	300
• CARTOLIBRERIE/LIBRERIE	3.1	<300	<300
• BANCARELLE	1.8
• STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL	0.8
• TABACCHERIE	0.3
• VENDITA PORTA A PORTA	0.4
• NEGOZI DI GIOCATTOLI	0.2
• NON INDICA	0.6

**I CANALI DI VENDITA DI PRVC CONOSCIUTI E
UTILIZZATI DAI 14-79ENNI**

	conoscito- ri (posse- sori di VCR) 14-79enni	utilizzatori (buyers di PRVC) 14-79enni	% utilizza- tori su co- noscenti 14-79enni
• NEGOZI SPECIALIZZATI, VIDEO- CLUB	17.800.000	6.300.000	35.4
• EDICOLE	9.200.000	1.600.000	17.4
• GRANDI MAGAZZINI	7.700.000	>700.000	9.1
• NEGOZI DI DISCHI	7.300.000	1.000.000	13.7
• NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA	6.800.000	>1.000.000	14.7
• SUPERMERCATI/IPERMERCATI	5.000.000	>600.000	12.0
• CARTOLIBRERIE/LIBRERIE	3.700.000	>300.000	8.1
• STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL	3.700.000	>300.000	8.15
• PER CORRISPONDENZA	3.500.000	300.000	8.6
• NEGOZI DI FOTO-OTTICA	3.300.000	<300.000	15.1
• BANCARELLE	2.900.000
• NEGOZI DI GIOCATTOLI	1.500.000
• TABACCHERIE	1.000.000
• VENDITE PORTA A PORTA/A DOMICILIO

*Nota: I dati assoluti relativi all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei
Monitors precedenti*

**I CANALI DI VENDITA DI PRVC CONOSCIUTI E
UTILIZZATI DAI 14-79ENNI**

	conoscitori (possessori di VCR) 14-79enni	utilizzatori (buyers di PRVC) 14-79enni	% utilizzatori su conoscitori 14-79enni
• NEGOZI SPECIALIZZATI, VIDEO-CLUB	17.800.000	6.300.000	35.4
• EDICOLE	9.200.000	1.600.000	17.4
• GRANDI MAGAZZINI	7.700.000	>700.000	9.1
• NEGOZI DI DISCHI	7.300.000	1.000.000	13.7
• NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA	6.800.000	>1.000.000	14.7
• SUPERMERCATI/IPERMERCATI	5.000.000	>600.000	12.0
• CARTOLIBRERIE/LIBRERIE	3.700.000	>300.000	8.1
• STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL	3.700.000	>300.000	8.15
• PER CORRISPONDENZA	3.500.000	<300.000	8.6
• NEGOZI DI FOTO-OTTICA	3.300.000	<500.000	15.1
• BANCARELLE	2.900.000
• NEGOZI DI GIOCATTOLI	1.500.000
• TABACCHERIE	1.000.000
• VENDITE PORTA A PORTA/A DOMICILIO

Nota: I dati assoluti relativi all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti

I CANALI DI VENDITA DI PRVC UTILIZZATI DAI 14-79ENNI PER L'ACQUISTO PERSONALE

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ----> il 18.6% dei 14-79enni)

**ALLA RINNOVATA CRESCITA DEI BUYERS CORRISPONDONO
DINAMICHE ASSAI DIVERSE PER I DIVERSI CANALI, TUTTI COMUNQUE
IN CRESCITA**



**RISPETTO AL NOVEMBRE 1991 ALCUNI TRENDS APPAIONO CHIARI
(confronto su dati omogenei):**

- IL NUOVO BOOM DEI BUYERS NEI VIDEO-CLUB (sempre dominanti) = da 4.500.000 a 6.000.000 (+ 33%)
- LA RINNOVATA FORTISSIMA CRESCITA DEI BUYERS PRESSO LE EDICOLE (di nuovo ora al secondo posto) = da 740.000 a 1.500.000 IN 5 MESI (un vero raddoppio)
- LA CRESCITA MINIMA (+ 8%) DEI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (ora al terzo posto, riscavalcati dalle edicole) = da 830.000 a 900.000
- UN FORTE INCREMENTO DEI BUYERS NEI NEGOZI DI DISCHI (ancora al quarto posto) = da 670.000 a quasi un milione (+ 49%)
- LA NETTA CRESCITA DEI GRANDI MAGAZZINI (ancora al quinto posto) = da 520.000 a quasi 700.000 buyers (+ 35%)
- IL QUASI RADDOPPIO DEI SUPERMERCATI/IPERMERCATI ALIMENTARI (di nuovo al sesto posto) = da 330.000 a quasi 600.000 buyers (+ 82%)
- IL PIU' CHE RADDOPPIO DEI NEGOZI DI FOTO-OTTICA (di nuovo al settimo posto) = da 240.000 a quasi 400.000 buyers (+ 114%)
- IL PIU' CHE RADDOPPIO (ma su valori bassi) DEI BUYERS PER CORRISPONDENZA E DI QUELLI NELLE CARTOLIBRERIE/LIBRERIE

**"ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
NEI NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB"**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.5%
dei 14-79enni)

MEDIA 73%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 82%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 84%
- NORD-EST 84%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 81%
- STUDENTI 81%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP BUYERS PRVC 114)

**"ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
NELLE EDICOLE"**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.5%
dei 14-79enni)

MEDIA 18%

ACCENTUAZIONI

- > 64ENNI 29%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 26%
- LAUREATI 27%
- CLASSE SUPERIORE 42%
- CETI UP 29%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 26%
- FORTI UTENTI TV 24%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 103 (FDP BUYERS PRVC 114)

**"ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
NEI NEGOZI DI HI-HI/ELETTRONICA"**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.5%
dei 14-79enni)

MEDIA 11%

ACCENTUAZIONI

- 45-54ENNI 16%
- CENTRO 16%
- CLASSE SUPERIORE 21% + INFERIORE 28%
- CETI UP 16%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 121 (FDP BUYERS PRVC 114)

**"ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
NEI NEGOZI DI DISCHI"**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.5%
dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 20% + 55-64ENNI 17%
- CENTRO 18%
- INSEGNANTI 22%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 18%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 17%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 118 (FDP BUYERS PRVC 114)

***ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
NEI GRANDI MAGAZZINI (TIPO RINASCENTE, STANDA,
UPIM, OVIESSE)**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.5%
dei 14-79enni)

MEDIA 8%

ACCENTUAZIONI

- 35-44ENNI 14%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 12%
- NORD-OVEST 15%
- ELEMENTARI/NULLA 15%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 15%
- CASALINGHE 15%

**'ACQUISTO VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE
NEI SUPERMERCATI/IPERMERCATI ALIMENTARI'**

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.5%
dei 14-79enni)

MEDIA 7%

ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST 17%
- AGRICOLTORI 32%

L'OFFERTA IN ALCUNI CANALI NOTA AI 14-79ENNI

(solo i possessori di VCR ---> il 44.9% dei 14-79enni)

	EDICOLE	SUPERMERCATI IPERMERCATI	GRANDI MAGAZZINI	LIBRERIE
FILM NON PORNO	34.5%	8.8%	35.2%	11.8%
FILM/SPETTACOLI PORNO, "A LUCE ROSSA"	45.3%	1.5%	8.3%	3.6%
CARTONI ANIMATI	45.8%	8.5%	26.4%	14.6%
PROGRAMMI SPORTIVI	49.0%	4.8%	23.8%	7.4%
SPETTACOLI MUSICALI	34.8%	6.8%	30.2%	11.6%
DOCUMENTARI, PROGRAMMI SCIENTIFICI E DIDATTICI, ECC.	29.7%	4.0%	14.5%	43.7%

L'OFFERTA IN ALCUNI CANALI NOTA E DESIDERATA DAI 14-79ENNI

(solo i possessori di VCR ---> il 44.9% dei 14-79enni)

	% conoscitori ---> % desideranti			
	EDICOLE	SUPERMERCATI IPERMERCATI	GRANDI MAGAZZINI	LIBRERIE
FILM NON PORNO	34.5% --> 30.8%	8.8% --> 12.4%	35.2% --> 28.6%	11.8% --> 12.1%
FILM/SPETTACOLI PORNO, "A LUCE ROSSA"	45.3% --> 22.7%	1.5% --> 2.7%	8.3% --> 11.1%	3.6% --> 3.0%
CARTONI ANIMATI	45.8% --> 37.2%	8.5% --> 12.2%	26.4% --> 22.4%	14.6% --> 11.8%
PROGRAMMI SPORTIVI	49.0% --> 39.4%	4.8% --> 8.9%	23.8% --> 21.0%	7.4% --> 8.1%
SPETTACOLI MUSICALI	34.8% --> 32.0%	6.8% --> 10.7%	30.2% --> 26.3%	11.6% --> 11.2%
DOCUMENTARI, PROGRAMMI SCIENTIFICI E DIDATTICI, ECC.	29.7% --> 26.3%	4.0% --> 8.4%	14.5% --> 17.7%	43.7% --> 32.1%



NELL'AMBITO DI UN UPGRADING QUASI GENERALIZZATO, IL CANALE A MAGGIOR POTENZIALITA' RELATIVA (TRA GLI ADULTI) PARE ESSERE LA GD (SPECIE ALIMENTARE ...), SEGUITO DALLE LIBRERIE



**L' OFFERTA DESIDERATA IN ALCUNI CANALI
DAI 14-79ENNI**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni)

**IN 5 MESI, TRA IL NOVEMBRE 1991 E L'APRILE 1992, SI OSSERVA
UN GENERALIZZATO AUMENTO DEI DESIDERI/AUSPICI INDICATI
(dopo il calo precedente)**



- **PER L'EDICOLA SI REGISTRA UN INCREMENTO PER TUTTI I GENERI (dopo il vero e proprio crollo del '91)**
- **PER I SUPER/IPERMERCATI SI NOTA UN AUMENTO SENZA ECCEZIONI (dopo il calo del '91)**
- **PER I GRANDI MAGAZZINI - A CONFERMA DEL '91 - SI REGISTRANO INCREMENTI PER TUTTI I GENERI (salvo una stasi in % ma non in valore assoluto per i cartoni animati ed i programmi sportivi su PRVC)**
- **PER LE LIBRERIE IL QUADRO SI PRESENTA VARIEGATO: LIEVE CALO IN % PER I DOCUMENTARI/PROGRAMMI SCIENTIFICI E DIDATTICI (sempre forti e dominanti), PER I CARTONI ANIMATI E GLI SPETTACOLI MUSICALI, ED INVECE AUMENTI DI GOODWILL PER I FILM, SPECIE NON PORNO, E PER I PROGRAMMI SPORTIVI SU PRVC**

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN EDICOLA
PRVC CON FILM (ESCLUSI QUELLI PORNO/"A LUCE
ROSSA")**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 31%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 37%
- 18-24ENNI 38%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 40%
- MEDIE-INFERIORI 36%
- CLASSE INFERIORE 37%
- IMPIEGATI E STUDENTI ~ 37%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)



"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI SUPERMERCATI ALIMENTARI PRVC CON FILM (ESCLUSI QUELLI PORNO/"A LUCE ROSSA")"

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- CETI UP 20% + LAVORATORI AUTONOMI 16%

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI GRANDI
MAGAZZINI PRVC CON FILM (ESCLUSI QUELLI
PORNO/"A LUCE ROSSA")"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 29%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 38%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 38%
- NORD-OVEST 35%
- 30-100MILA ABITANTI 34%
- LAUREATI 42%
- IMPIEGATI E INSEGNANTI 39%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 38%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)



**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN LIBRERIA
PRVC CON FILM (ESCLUSI QUELLI PORNO/
"A LUCE ROSSA")"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI E 45-54ENNI ~ 16%
- > 100MILA ABITANTI 18%
- LAUREATI 28%
- CLASSE SUPERIORE 24%
- INSEGNANTI 26% + CETI UP 21%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 16%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 120 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN
EDICOLA PRVC CON CARTONI
ANIMATI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 37%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 51% + 18-24ENNI 45%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-14ENNI ~ 46%
- MEDIE INFERIORI 44%
- STUDENTI 50%
- FORTI UTENTI TV 42%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI
SUPERMERCATI ALIMENTARI PRVC CON
CARTONI ANIMATI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 16%
- CETI UP 21% + PENSIONATI 16%
- FORTI UTENTI TV 17%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 108 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI
GRANDI MAGAZZINI PRVC CON
CARTONI ANIMATI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 22%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 28%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 32%
- NORD-OVEST 30%
- LAUREATI 36%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 31%
- INSEGNANTI 36% + IMPIEGATI 32%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 30%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 109 (FDP OWNERS VCR 108)

**'MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN
LIBRERIA PRVC CON CARTONI ANIMATI'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- LAUREATI 26%
- CETI UP 32% + INSEGNANTI 26%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 16%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 118 (FDP OWNERS VCR 108)



**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN
EDICOLA PRVC CON PROGRAMMI SPORTIVI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 39%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 46%
- 14-17ENNI 51%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-14ENNI ~ 46%
- CLASSE SUPERIORE 44% + INFERIORE 51%
- STUDENTI 51% + IMPIEGATI 46%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP OWNERS VCR 108)



**'MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI
SUPERMERCATI ALIMENTARI PRVC CON
PROGRAMMI SPORTIVI'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 9%

ACCENTUAZIONI

- CETI UP 14%
- FORTI UTENTI TV 13%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 105 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI
GRANDI MAGAZZINI PRVC CON
PROGRAMMI SPORTIVI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 27%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 27%
- NORD-OVEST 30%
- LAUREATI 28%
- CLASSE INFERIORE 36%
- INSEGNANTI E SALARIATI - 30% + IMPIEGATI 25%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 26%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)

**'MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN
LIBRERIA PRVC CON PROGRAMMI
SPORTIVI'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 8%

ACCENTUAZIONI

- CETI UP 14%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN EDICOLA
PRVC CON SPETTACOLI MUSICALI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 32%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 49% + 18-24ENNI 40%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-14ENNI 37%
- CLASSE SUPERIORE 40%
- STUDENTI 47%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 40%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI
SUPERMERCATI ALIMENTARI PRVC CON SPETTACOLI
MUSICALI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 11%

ACCENTUAZIONI

- LAVORATORI AUTONOMI 15%
- FORTI UTENTI TV 15%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 107 (FDP OWNERS VCR 108)



**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI
GRANDI MAGAZZINI PRVC CON SPETTACOLI
MUSICALI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 26%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 32%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 32%
- NORD-OVEST 37%
- LAUREATI 38%
- CLASSE INFERIORE 62%
- INSEGNANTI 42% + SALARIATI 33%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA ' 110 (FDP OWNERS VCR 108)

**'MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN
LIBRERIA PRVC CON SPETTACOLI MUSICALI'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 11%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 17%
- > 100MILA ABITANTI 16%
- CLASSE SUPERIORE 16%
- CETI UP 20% + STUDENTI 18%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 15%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN EDICOLA
PRVC CON DOCUMENTARI, PROGRAMMI
SCIENTIFICI E DIDATTICI, ECC."**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 26%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 36%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 32%
- STUDENTI 36% + IMPIEGATI 32%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP OWNERS VCR 108)

**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI SUPERCATI
ALIMENTARI PRVC CON DOCUMENTARI, PROGRAM-
MI SCIENTIFICI E DIDATTICI, ECC."**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 8%

ACCENTUAZIONI

- 25-34ENNI 12%
- CETI UP 12%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 110 (FDP OWNERS VCR 108)



**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE NEI GRANDI
MAGAZZINI PRVC CON DOCUMENTARI,
PROGRAMMI SCIENTIFICI E DIDATTICI, ECC."**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 18%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI E 35-44ENNI 22%
- NORD-OVEST 24%
- CLASSE INFERIORE 22%
- SALARIATI 24%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 108 (FDP OWNERS VCR 108)



**"MI PIACEREBBE POTER ACQUISTARE IN LIBRERIA
PRVC CON DOCUMENTARI, PROGRAMMI
SCIENTIFICI E DIDATTICI"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 32%

ACCENTUAZIONI

- 14-24ENNI ~ 38%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 37%
- > 100MILA ABITANTI 40%
- LAUREATI 54%
- CLASSE SUPERIORE 52% + INFERIORE 40%
- CETI UP 43% + IMPIEGATI E STUDENTI ~ 39%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 42%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 111 (FDP OWNERS VCR 108)

L'IMPORTANZA DATA AL MARCHIO/NOME DELLA CASA PRODUTTRICE NELL'ACQUISTO DI PRVC

(solo i possessori di VCR che acquistano PRVC ---> il 18.6% dei
14-79enni)

	<u>% buyers di PRVC</u>	<u>% 14-79enni</u>	<u>n° individui (su nuovi dati Istat) x 1.000</u>	<u>n° individui (omogenei ai Monitors precedenti) x 1.000</u>
• MOLTA IMPORTANZA	13.4	2.6	1.200	1.100
• ABBASTANZA IMPORTANZA	25.5	4.7	2.200	2.100
• POCA IMPORTANZA	28.8	5.3	2.500	2.400
• NESSUNA IMPORTANZA	27.2	5.1	2.400	2.300
• NON INDICA	5.1	0.9	>400	<400



LE FONTI D'INFORMAZIONE UTILIZZATE SULLE PRVC DA ACQUISTARE/NOLEGGIARE

(solo i possessori di VCR ---> il 44.9% dei 14-79enni ed il 60.7% degli 8-13enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	n° individui	% possessori di VCR 8-13enni
• CONSIGLIO DI FAMILIARI/ AMICI	37.8	7.900.000	57.1
• PUBBLICITA' TV	33.5	7.000.000	39.7
• TRASMISSIONI TV	27.4	5.800.000	28.8
• CONSIGLI DEL NEGOZIANTE	17.0	3.600.000	14.7
• PUBBLICITA' SU PERIODICI/ QUOTIDIANI	15.0	3.100.000	6.0
• ARTICOLI/RUBRICHE SU STAMPA SPECIALIZZATA	13.5	2.800.000	7.1
• ARTICOLI/RUBRICHE SU PERIODICI NON SPECIALIZZATI	11.9	2.500.000	7.6
• ARTICOLI/RUBRICHE SU QUOTIDIANI	11.1	2.300.000	1.6
• PUBBLICITA' NEI NEGOZI	10.6	2.200.000	15.2
• MATERIALE INVIATO PER POSTA	3.4	700.000	1.1
• ALTRE FONTI	1.5	300.000	1.6
• NESSUNA DI QUESTE	25.6	5.400.000	12.0

Nota: I valori assoluti riferiti all'aprile '92 non sono omogenei a quelli dei Monitors precedenti

LE FONTI D'INFORMAZIONE UTILIZZATE SULLE PRVC DA ACQUISTARE/NOLEGGIARE

(solo i possessori di VCR ---> il 44.9% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% acqui- renti di PRVC	% noleggia- tori di PRVC
• CONSIGLIO DI FAMILIARI/ AMICI	37.8	46.7	49.3
• PUBBLICITA' TV	33.5	44.9	43.6
• TRASMISSIONI TV	27.4	34.4	36.3
• CONSIGLI DEL NEGOZIANTE	17.0	22.2	26.1
• PUBBLICITA' SU PERIODICI/ QUOTIDIANI	15.0	21.5	19.3
• ARTICOLI/RUBRICHE SU STAMPA SPECIALIZZATA	13.5	21.2	18.6
• ARTICOLI/RUBRICHE SU PERIODICI NON SPECIA- LIZZATI	11.9	18.2	17.9
• ARTICOLI/RUBRICHE SU QUOTIDIANI	11.1	16.1	15.7
• PUBBLICITA' NEI NEGOZI	10.6	13.2	14.4
• MATERIALE INVIATO PER POSTA	3.4	5.6	3.2
• ALTRE FONTI	1.5	2.1	2.0
• NESSUNA DI QUESTE	25.6	5.6	6.6

LE FONTI D'INFORMAZIONE UTILIZZATE SULLE PRVC DA ACQUISTARE/NOLEGGIARE

(solo i possessori di VCR ---> il 44.9% dei 14-79enni ed il 60.7% degli 8-13enni)

	% 14-79enni al lordo delle duplicazioni		% 8-13enni al lordo delle duplicazioni	
• TV (pubblicità + trasmissioni)	60.9	=	68.5	-
• ADV (tv + stampa + pdv)	59.1	+	60.9	-
• CONSIGLIO (familiari/amici + negoziante)	54.8	+	71.8	+++
• QUOTIDIANI E PERIODICI SPECIALIZZATI E NON (pubblicità + articoli/rubriche)	51.5	-	22.3	+
• NEGOZI (pubblicità + consigli del negoziante)	27.6	=	29.9	-
• MAILING	3.4	=	1.1	--

Nota: I dati sono al lordo delle duplicazioni e non sono sommabili anche perchè alcune fonti vengono considerate più volte

I segni + e - indicano le differenze rispetto al novembre '91

**LE FONTI D'INFORMAZIONE UTILIZZATE SULLE PRVC
DA ACQUISTARE/NOLEGGIARE**

(solo i possessori di VCR ----> il 44.9% dei 14-79enni ed il 60.7%
degli 8-13enni)

**IN GENERALE CRESCONO IN PERCENTUALE I PESI DI
MOLTE FONTI D'INFORMAZIONE**

CON ALCUNE ECCEZIONI (per adulti e per bambini):

- LE TRASMISSIONI TV (in lieve calo):
- GLI ARTICOLI/RUBRICHE SU QUOTIDIANI (in decremento specie tra i bambini)
- LA PUBBLICITA' NEI NEGOZI

CON ALCUNE ECCEZIONI PARZIALI:

- LA PUBBLICITA' TV (in lieve decremento solo presso gli 8-13enni)
- GLI ARTICOLI/RUBRICHE SULLA STAMPA SPECIALIZZATA (in netto calo solo tra gli adulti)
- GLI ARTICOLI/RUBRICHE SUI QUOTIDIANI (verso la scomparsa tra i bambini)
- IL MAILING (in crollo tra gli 8-13enni)



**'UTILIZZO IL CONSIGLIO DI FAMILIARI O AMICI COME
FONTE D'INFORMAZIONE SULLE VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE DA ACQUISTARE O NOLEGGIARE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 38%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 60% + 18-24ENNI 47%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 44%
- CENTRO 45%
- LAUREATI 54%
- CLASSE SUPERIORE 47% + INFERIORE 51%
- STUDENTI 54% + IMPIEGATI E INSEGNANTI ~ 44%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP OWNERS VCR 108)

**'UTILIZZO LA PUBBLICITA' TELEVISIVA COME FONTE
D'INFORMAZIONE SULLE VIDEOCASSETTE PRE-
REGISTRATE DA ACQUISTARE O NOLEGGIARE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 34%

ACCENTUAZIONI

- 14-34ENNI ~ 43%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 39%
- MEDIE INFERIORI 37%
- STUDENTI 47%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 38%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 115 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO LE TRASMISSIONI TELEVISIVE COME FONTE
D'INFORMAZIONE SULLE VIDEOCASSETTE PRE-
REGISTRATE DA ACQUISTARE O NOLEGGIARE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 27%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 44% + 18-24ENNI 34%
- CENTRO 33%
- DIPLOMATI 33%
- CLASSE INFERIORE 47%
- STUDENTI 41%
- FORTI UTENTI TV 35%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO I CONSIGLI DEL NEGOZIANTE/COMMESSE
COME FONTE D'INFORMAZIONE SULLE VIDEO-
CASSETTE PREREGISTRATE DA ACQUISTARE O
NOLEGGIARE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 17%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 27%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 11-14ENNI 22%
- CENTRO 23%
- > 100MILA ABITANTI 21%
- LAUREATI 22%
- INSEGNANTI E SALARIATI ~ 23%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 118 (FDP OWNERS VCR 108)

**'UTILIZZO LA PUBBLICITA' SU PERIODICI/RIVISTE
E QUOTIDIANI COME FONTE D'INFORMAZIONE
SULLE VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE DA
ACQUISTARE O NOLEGGIARE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 15%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 19%
- NORD-OVEST 21%
- CLASSE SUPERIORE E MEDIO-SUPERIORE ~ 20%
- IMPIEGATI 24%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 19%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 108 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO ARTICOLI/RUBRICHE SU PERIODICI/RIVISTE
SPECIALIZZATE COME FONTE D'INFORMAZIONE SULLE
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE DA ACQUISTARE
O NOLEGGIARE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 14%

ACCENTUAZIONI

- 14-24ENNI ~ 22%
- NORD-OVEST 16%
- DIPLOMATI 18%
- MEDIO-SUPERIORE 18%
- INSEGNANTI E STUDENTI ~ 23%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 18%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 117 (FDP OWNERS VCR 108)



**'UTILIZZO ARTICOLI/RUBRICHE SU PERIODICI/RIVISTE
NON SPECIALIZZATE COME FONTE D'INFORMAZIONE
SULLE VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE DA
ACQUISTARE O NOLEGGIARE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 18%
- NORD-OVEST 16%
- LAUREATI 26% + DIPLOMATI 19%
- CLASSE SUPERIORE E MEDIO-SUPERIORE ~ 22%
- CETI UP 25% + IMPIEGATI E STUDENTI ~ 18%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 116 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO ARTICOLI/RUBRICHE SU QUOTIDIANI COME
FONTE D'INFORMAZIONE SULLE VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE DA ACQUISTARE O NOLEGGIARE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 11%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 16%
- NORD-OVEST 16%
- LAUREATI 33% + DIPLOMATI 16%
- CLASSE SUPERIORE 31% + MEDIO-SUPERIORE 22%
- CETI UP E INSEGNANTI ~ 23% + STUDENTI 17%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 16%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP OWNERS VCR 108)



**'UTILIZZO LA PUBBLICITA' NEI NEGOZI COME FONTE
D'INFORMAZIONE SULLE VIDEOCASSETTE PRE-
REGISTRATE DA ACQUISTARE O
NOLEGGIARE'**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 11%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI E 25-34ENNI ~ 14%
- INSEGNANTI 17% + IMPIEGATI E STUDENTI ~ 14%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP OWNERS VCR 108)

**"UTILIZZO IL MATERIALE INVIATO PER POSTA COME
FONTE D'INFORMAZIONE SULLE VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE DA ACQUISTARE O
NOLEGGIARE"**

(solo i possessori di VCR ---> il 44.8% dei 14-79enni)

MEDIA 3%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 7%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 122 (FDP OWNERS VCR 108)

**IMPORTANZA DATA ALLE CARATTERISTICHE
DEI NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DAI
BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	n° individui (su nuovi dati Istat)
• L'ORDINE, LA FACILITA' DI TROVAR QUEL CHE SI CERCA	93.2	> 5.900.000
• L'AMPIEZZA DELL'ASSORTIMENTO	92.6	< 5.900.000
• LA GENTILEZZA DEL PERSONALE	90.4	5.700.000
• L'OFFERTA DI TUTTE LE NOVITA'	87.9	< 5.600.000
• LA CONVENIENZA	87.6	5.500.000
• LA CAPACITA' DI PROCURARSI IN FRETTA LE PRVC	87.1	< 5.500.000
• LA COMPETENZA DEL PERSONALE	84.1	5.300.000
• LA COMODITA', IL LUOGO DOVE SI TROVA	81.7	5.200.000
• LE OFFERTE SPECIALI, LE INIZIATIVE PROMOZIONALI	74.6	4.700.000
• LA CAPACITA' DI DARE CONSIGLI	73.1	4.600.000
• LA SPECIALIZZAZIONE IN ALCUNI SETTORI	65.4	> 4.100.000
• L'INVIO D'INFORMAZIONI A CASA	39.9	2.500.000
• LA GENTE CHE LO FREQUENTA	27.0	1.700.000

Nota: % e valori assoluti (questi non omogenei a quelli dei Monitors precedenti) derivano dalla somma di "molto" e "abbastanza importante". Sono cerchiare le risposte ove il "molto" prevale sull'"abbastanza"

**IMPORTANZA DATA ALL'ORDINE, ALLA FACILITA'
DI TROVARE QUEL CHE SI CERCA NEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DA PARTE DEI BUYERS
DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
--> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	54.0	3.400.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	39.2	2.500.000
• POCO IMPORTANTE	4.8	300.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	0.8	(<100.000)
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.1	(<100.000)

**IMPORTANZA DATA ALL'AMPIEZZA
DELL'ASSORTIMENTO NEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DAI BUYERS DI PRVC
IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	55.7	3.500.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	36.9	2.300.000
• POCO IMPORTANTE	4.4	300.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	1.6	(>100.000)
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.5	(<100.000)

"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, L'AMPIEZZA DELL'ASSORTIMENTO E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub

---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 93%

ACCENTUAZIONI

- 55-64ENNI 100%
- CLASSE SUPERIORE E INFERIORE 100%
- PENSIONATI 100%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 100%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA GENTILEZZA DEL
PERSONALE NEI NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB
DAI BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	53.8	3.400.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	36.6	2.300.000
• POCO IMPORTANTE	5.6	.400.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	1.9	(100.000)
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	2.1	(>100.000)



"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA GENTILEZZA DEL PERSONALE E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 90%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 99%
- > 64ENNI 100%
- LAUREATI 96% + ELEMENTARI/NULLA 100%
- CLASSE SUPERIORE E INFERIORE 100%
- CETI UP 100%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 113 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALL'OFFERTA DI TUTTE LE
NOVITA' NEI NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB
DAI BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	39.5	2.500.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	48.4	3.000.000
• POCO IMPORTANTE	9.9	600.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	0.8	(<100.000)
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.4	(>100.000)

**'QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PRERE-
GISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB,
L'OFFERTA DI TUTTE LE NOVITA' E' UNA CARATTERISTICA
CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA
DECISIONE'**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub

---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 88%

ACCENTUAZIONI

- CLASSE INFERIORE 100%
- IMPIEGATI 96%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 115 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA CONVENIENZA DEI
NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DAI BUYERS DI
PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	42.9	2.700.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	44.7	2.800.000
• POCO IMPORTANTE	9.7	600.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	1.4	(<100.000)
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.4	(<100.000)

"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA CONVENIENZA E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 88%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 97% + > 64ENNI 100%
- CLASSE INFERIORE 100%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA CAPACITA' DEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DI PROCURARSI IN
FRETTA LE VIDEOCASSETTE, DA PARTE DEI
BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	45.2	2.900.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	41.9	2.700.000
• POCO IMPORTANTE	10.5	700.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	0.7	(<100.000)
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.8	(>100.000)

"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PRE-REGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA CAPACITA' DI PROCURARSI IN FRETTA LE VIDEOCASSETTE E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub

---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 87%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 96% + 45-54ENNI 100%
- LAUREATI 96%
- CLASSE SUPERIORE 100%
- CETI UP E INSEGNANTI 94%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 94%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 116 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA COMPETENZA DEL
PERSONALE DEI NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB
DAI BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	36.8	2.300.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	47.3	3.000.000
• POCO IMPORTANTE	11.2	700.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	3.1	200.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.5	(<100.000)



"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA COMPETENZA DEL PERSONALE E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub

---> il 13.5% dei 14-79enni

MEDIA 84%

ACCENTUAZIONI

- > 64ENNI 100%
- ELEMENTARI/NULLA 100%
- CLASSE SUPERIORE E MEDIO-INFERIORE ~ 91% + INFERIORE 100%
- STUDENTI 93%
- FORTI UTENTI E DEBOLI/NON UTENTI TV 92%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 115 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA COMODITA' DEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB, AL LUOGO DOVE SI
TROVANO, DA PARTE DEI BUYERS DI PRVC IN
QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	37.7	2.400.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	44.0	2.800.000
• POCO IMPORTANTE	13.6	900.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	2.8	200.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.9	(>100.000)



'QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA COMODITA', IL LUOGO DOVE SI TROVA SONO CARATTERISTICHE CHE MI ATTIRANO E MI INTERESSANO, FACILITANDOMI LA DECISIONE'

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub

---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 82%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 91%
- CENTRO 91%
- > 100MILA ABITANTI 82%
- CLASSE INFERIORE 100%
- STUDENTI 90%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 93%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 112 (FDP BUYERS PRVC 114)



**IMPORTANZA DATA ALLE OFFERTE SPECIALI,
ALLE INIZIATIVE PROMOZIONALI DEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB, DAI BUYERS DI
PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	30.1	1.900.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	44.5	2.800.000
• POCO IMPORTANTE	20.1	1.300.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	4.1	300.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.2	(<100.000)



"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PRE-REGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LE OFFERTE SPECIALI, LE INIZIATIVE PROMOZIONALI SONO CARATTERISTICHE CHE MI ATTIRANO E MI INTERESSANO, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 75%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 85%
- CENTRO 83%
- CASALINGHE 88% + IMPIEGATI 84%
- FORTI UTENTI TV 83%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 118 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA CAPACITA DEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DI DARE CONSIGLI
DAI BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	29.1	1.800.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	44.0	2.800.000
• POCO IMPORTANTE	17.5	1.100.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	8.0	500.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.5	(<100.000)

'QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA CAPACITA' DI DARE CONSIGLI E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE'

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14/79enni)

MEDIA 73%

ACCENTUAZIONI

- 35-44ENNI 81%
- ELEMENTARI/NULLA 100%
- LAVORATORI AUTONOMI 81%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 82%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 116 (FDP BUYERS PRVC 114)

**IMPORTANZA DATA ALLA SPECIALIZZAZIONE IN
ALCUNI SETTORI DEI NEGOZI SPECIALIZZATI/
VIDEOCLUB, DAI BUYERS DI PRVC IN QUESTO
CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	23.1	1.500.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	42.3	2.700.000
• POCO IMPORTANTE	25.4	1.600.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	6.0	400.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	3.2	200.000

'QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA SPECIALIZZAZIONE IN ALCUNI SETTORI E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE'

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 65%

ACCENTUAZIONI

- 30-100MILA ABITANTI 76%



**IMPORTANZA DATA ALL'INVIO DI INFORMAZIONI A
CASA FATTA DAI NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB,
DA PARTE DEI BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	11.5	700.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	28.4	1.800.000
• POCO IMPORTANTE	33.8	2.100.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	22.7	1.400.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	3.6	200.000



**"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PRERE-
GISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB,
L'INVIO DI INFORMAZIONI A CASA E' UNA CARATTERISTICA
CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA
DECISIONE"**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub

---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 40%

ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST 54%
- IMPIEGATI 52%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 114 (FDP BUYERS PRVC 114)



**IMPORTANZA DATA ALLA GENTE CHE FREQUENTA
I NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB DA PARTE
DEI BUYERS DI PRVC IN QUESTO CANALE**

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

	% buyers di PRVC nel canale	% individui (su nuovi dati Istat)
• MOLTO IMPORTANTE	8.6	500.000
• ABBASTANZA IMPORTANTE	18.4	1.200.000
• POCO IMPORTANTE	34.0	2.200.000
• PER NIENTE IMPORTANTE	37.2	2.400.000
• DIPENDE DAI CASI/NON SA	1.8	(>100.000)



"QUANDO STO PER ACQUISTARE UNA VIDEOCASSETTA PREREGISTRATA IN UN NEGOZIO SPECIALIZZATO/VIDEOCLUB, LA GENTE CHE LO FREQUENTA E' UNA CARATTERISTICA CHE MI ATTIRA E MI INTERESSA, FACILITANDOMI LA DECISIONE"

(solo coloro che acquistano PRVC in negozi specializzati/videoclub
---> il 13.5% dei 14-79enni)

MEDIA 27%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 40%
- SUD E ISOLE 37%
- FORTI UTENTI TV 41%
- INDICE DI FORZA DELLA PERSONALITA' 119 (FDP BUYERS PRVC 114)



LA FREQUENZA MEDIA D'ASCOLTO DELLA TELEVISIONE

		% 14-79enni	% 8-13enni
ALTA	(oltre 3 ore al dì)	17.9	25.0
MEDIA	(da 1 a 3 ore al dì)	76.7	62.5
BASSA/NULLA	(meno di 1 ora al dì)	5.3	11.5

**"GUARDO LA TELEVISIONE OLTRE TRE
ORE AL GIORNO"**

(8-13enni)

MEDIA 26%

ACCENTUAZIONI

- SUD/ISOLE 36%
- > 100MILA ABITANTI 36%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 34%

**'GUARDO LA TELEVISIONE DA UN'ORA A TRE
ORE AL GIORNO'**

(8-13enni)

MEDIA 64%

ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST 78%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 73%
- CAPOFAMIGLIA IMPIEGATO 71%

**"GUARDO LA TELEVISIONE MENO DI UN'ORA
AL GIORNO"**

(8-13enni)

MEDIA 9%

ACCENTUAZIONI

*NON CI SONO ACCENTUAZIONI STATISTICAMENTE
SIGNIFICATIVE*