

**RICERCA DI MERCATO SULLA
DISTRIBUZIONE ALTERNATIVA
DEL PRODOTTO
CINEMATOGRAFICO IN
VIDEOCASSETTA**

A.N.I.C.A. 1992

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

QUESTA RICERCA

**COMMISSIONATA DA UNIVIDEO AD
ASTRA, SOCIETA' SPECIALIZZATA IN
RICERCHE, PREVISIONI E CONSU-
LENZA STRATEGICA**

**REALIZZATA IN COLLABORAZIONE
CON DEMOSKOPEA TRAMITE 2.052
INTERVISTE AD UN CAMPIONE
RAPPRESENTATIVO DELLA
POPOLAZIONE ITALIANA TRA I 14 ED
I 79 ANNI, SOMMINISTRATE TRA IL 12
ED IL 26 FEBBRAIO 1993 IN 160
COMUNI ITALIANI.**

**CONCLUSA CON IL PRESENTE RAP-
PORTO DI SINTESI, CORREDATO DA
DUE VOLUMI DI TAVOLE STATISTICHE**

Astra

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.

I POSSESSORI DI VCR

(14-79enni)

MEDIA 54%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- CENTRO 62%
- > 100MILA ABITANTI 60%
- 14-17ENNI 76% + 18-24ENNI 61% + 22-44ENNI ~ 66%
- CELIBI/NUBILI 59%
- FAMIGLIE DI 4 COMPONENTI 67% + 5 O PIU' 64% + 3 59%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 73% + 7-10ENNI 71% + 11-14ENNI 63%
- DIPLOMATI 68% + LAUREATI 65% + MEDIE INFERIORI 62%
- CLASSI SUPERIORE 84% + MEDIO-SUPERIORE 74% + MEDIA 65%
- CETI UP 79% + STUDENTI 70% + IMPIEGATI 68% + INSEGNANTI E LAVORATORI AUTONOMI 64%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 61% + MEDI LETTORI 59%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 72% + MEDI 69% + DEBOLI 65%
- INDICE FdP 109 (ADULTI 100)

I NON POSSESSORI DI VCR

(14-79enni)

MEDIA 46%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- NORD-EST 51% + SUD E ISOLE 49%
- < 30MILA ABITANTI 50%
- 55-64ENNI 61% + 65-79ENNI 80%
- VEDOVI 74%
- SINGLES 82% + FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 69%
- CHI NON HA NESSUN BAMBINO IN FAMIGLIA 53%
- ELEMENTARI/NULLA 67%
- CLASSI INFERIORE 80% + MEDIO-INFERIORE 65%
- AGRICOLTORI 53% + PENSIONATI 68% + CASALINGHE 49%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 60%
- FORTI E DEBOLI/NON UTENTI TV 54%
- NON SPETTATORI CINEMATOGRAFICI 53%
- INDICE FdP 89 (FdP OWNERS VCR 109, FdP ADULTI 100)

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR



SESSO

MASCHI

48.9%

FEMMINE

51.1%

ETA'

14-17ENNI

9.4%

18-24

16.0%

25-34

23.1%

35-44

19.8%

45-54

16.0%

55-64

10.3%

65-79

5.4%

STATO
CIVILE

CELIBI/NUBILI

32.7%

CONIUGATI

63.5%

VEDOVI/ECC.

3.8%

(segue)

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

(segue)

N° MEMBRI
FAMIGLIA

1	2.4%
2	11.2%
3	29.7%
4	34.8%
5	21.8%

BAMBINI/RAGAZZI
IN FAMIGLIA

0 - 6 ANNI	21.2%
7 - 10 ANNI	14.6%
11 - 14 ANNI	16.8%
NESSUNO	58.9%

AREA
GEOGRAFICA

NORD-OVEST	27.7%
NORD-EST	16.8%
CENTRO	22.5%
SUD-ISOLE	33.0%

(segue)

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

AMPIEZZA
CENTRI

< 30.000 ABITANTI

49.2%

30 - 100.000

20.5%

> 100.000

30.3%

TITOLO DI
STUDIO

ELEMENTARE/NULLA

20.9%

MEDIA INFERIORE

38.7%

MEDIA SUPERIORE

33.6%

LAUREA

6.7%

CLASSE SOCIO-
ECONOMICA

INFERIORE

2.5%

MEDIO-INFERIORE

21.1%

MEDIA

59.3%

MEDIO-SUPERIORE

14.1%

SUPERIORE

3.0%

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

(segue)

**PROFESSIONE
INTERVISTATO**

IMPRENDIT./DIRIGENTE/LIBERO PROF.	4.3%
IMPIEGATO/QUADRO	14.8%
DOCENTE/INSEGNANTE	4.1%
COMMERC./ESERCENTE/ARTIGIANO	12.3%
OPERAIO/BRACCIANTE	15.6%
AGRICOLTORE	1.1%
CASALINGA	19.0%
PENSIONATO	14.4%
STUDENTE (> 13 anni)	14.4%

**LETTURA
QUOTIDIANI**

FORTI LETTORI	46.9%
MEDI LETTORI	29.4%
NON LETTORI	23.7%

(segue)

I POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

(segue)

ASCOLTO TV	FORTI UTENTI (> 3 h. al dì)	21.0%
	MEDI UTENTI (1-3 h. al dì)	73.8%
	DEBOLI/NON UTENTI	5.2%
FREQUENZA AL CINEMA	FORTE	4.3%
	MEDIA	13.8%
	DEBOLE	24.6%
	NULLA	57.4%
FORZA DELLA PERSONALITA'	N° INDICE	109

L'ACQUISTO/NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC

(solo i possessori di VCR ----> il 53.6% del 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui
• SI'	54.2	29.0	13.600.000
• NO	45.8	24.5	11.500.000



**GLI ACQUIRENTI E/O NOLEGGIATORI ADULTI DI PRVC SONO
QUASI 14 MILIONI E SONO STRAORDINARIAMENTE CRESCIUTI
NEGLI ULTIMI ANNI**



**ED IL LORO E' UN "PROFILO AVANZATO" DA OGNI PUNTO DI
VISTA
(socio-demografico, socio-economico, socio-culturale e
psicologico)**

**ACQUISTANO E/O NOLEGGIANO
PERSONALMENTE PRVC**

(solo i possessori di VCR ---> Il 53.6% dei 14-79enni)

MEDIA 54%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- UOMINI 58%
- NORD-OVEST 59%
- < 30MILA ABITANTI 58%
- 14-34ENNI ~ 68% + 35-44ENNI 61%
- CELIBI/NUBILI 68%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 66% + 7-10ENNI 63% + 11-14ENNI 60%
- DIPLOMATI 67% + LAUREATI 59%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 64%
- STUDENTI 69% + IMPIEGATI 63% + INSEGNANTI 59% + CETI UP E SALARIATI 58%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 59%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 74% + MEDI E DEBOLI ~ 65%
- FdP 115 (OWNERS DI VCR IN CASA 109)

**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NELLE EDICOLE"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiano PRVC
---> il 29.0% dei 14-79enni)

MEDIA 14%

ACCENTUAZIONI

- CENTRO 16%
- 35-44ENNI 25% + 45-54ENNI 18%
- CONIUGATI 19%
- FAMIGLIE DI 2-3 COMPONENTI ~ 18%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI 18%
- LAURATI 20% + DIPLOMATI 16%
- CLASSE SUPERIORE 22%
- IMPIEGATI 21% + CETI UP 18% + CASALINGHE 17%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 17%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 18%
- FdP 118 (FdP BUYERS/RENTERS DI PRVC 115)

**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB/VIDEOSHOP"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiano PRVC
---> il 29.0% dei 14-79enni)

MEDIA 84%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 88%
- > 100MILA ABITANTI 90%
- 14-17ENNI 88% + 18-24ENNI 91%
- CELIBI/NUBILI 89%
- SINGLES 94% + FAMIGLIE DI 4 O PIU' COMPONENTI ~ 87%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZI IN FAMIGLIA 88%
- LAUREATI 87%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 88%
- AGRICOLTORI 100% + STUDENTI 91% + IMPIEGATI 87%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 90%
- FORTI E MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA ~ 90%
- FdP 116 (FdP OWNERS/RENTERS DI PRVC 115)

I CANALI UTILIZZATI DAI BUYERS/RENTERS ATTUALI PER L'ACQUISTO E/O NOLEGGIO DI PRVC

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiano
PRVC ----> il 29.0% del 14-79enni)

	% acquirenti/ noleggia- tori di PRVC 14-79enni	n° Individui x 1.000
• NEGOZI SPECIALIZZATI, VIDEOCLUB	83.9	11.400
• EDICOLE	14.1	1.900
• GRANDI MAGAZZINI	8.4	1.100
• NEGOZI DI DISCHI	7.8	1.100
• SUPERMERCATI/IPERMERCATI	7.6	1.000
• BANCARELLE/AMBULANTI	6.1	800
• NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA	5.9	800
• CARTOLIBRERIE/LIBRERIE	2.7	< 400
• NEGOZI DI FOTO-OTTICA	2.0	
• DISTRIBUTORI AUTOMATICI	1.9	
• STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL	1.4	
• PER CORRISPONDENZA (VPC)	1.3	
• MEGASTORES MULTIMEDIALI	1.2	
• NEGOZI SPECIALIZZATI (sport, viaggi, scienze, ecc.)	0.8	



(segue)

**I CANALI UTILIZZATI DAI BUYERS/RENTERS
ATTUALI PER L'ACQUISTO PERSONALE DI PRVC**

(segue)

**(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiano
PRVC ----> il 29.0% del 14-79enni)**

	% acquirenti/ noleggia- tori di PRVC 14-79enni	n° individui x 1.000
• NEGOZI DI GIOCATTOLI	0.6	
• TABACCHERIE	0.5	
• VENDITA PORTA A PORTA	0.1	
• ALTROVE	0.2	
• NON INDICA	2.5	

L'ACQUISTO/NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC

(solo i possessori di VCR ----> il 53.6% del 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui
• SI'	54.2	29.0	13.600.000
• NO	45.8	24.5	11.500.000



**GLI ACQUIRENTI E/O NOLEGGIATORI ADULTI DI PRVC SONO
QUASI 14 MILIONI E SONO STRAORDINARIAMENTE CRESCIUTI
NEGLI ULTIMI ANNI**



**ED IL LORO E' UN "PROFILO AVANZATO" DA OGNI PUNTO DI
VISTA
(socio-demografico, socio-economico, socio-culturale e
psicologico)**

**ACQUISTANO E/O NOLEGGIANO
PERSONALMENTE PRVC**

(solo i possessori di VCR ---> il 53.6% del 14-79enni)

MEDIA 54%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- UOMINI 58%
- NORD-OVEST 59%
- < 30MILA ABITANTI 58%
- 14-34ENNI ~ 68% + 35-44ENNI 61%
- CELIBI/NUBILI 68%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 66% + 7-10ENNI 63% + 11-14ENNI 60%
- DIPLOMATI 67% + LAUREATI 59%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 64%
- STUDENTI 69% + IMPIEGATI 63% + INSEGNANTI 59% + CETI UP E SALARIATI 58%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 59%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 74% + MEDI E DEBOLI ~ 65%
- FdP 115 (OWNERS DI VCR IN CASA 109)

**I CANALI UTILIZZATI DAGLI ADULTI PER L'ACQUISTO
E/O NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggianno
PRVC ----> il 29.0% del 14-79enni)

**SI NOTA UNA CERTA MULTICANALITA' DAL LATO DELLA
DOMANDA = 1.49 CANALI PRO-CAPITE IN MEDIA**



**ANCHE SE E' NETTISSIMO IL PREDOMINIO DEL CANALE
LEADER: I NEGOZI SPECIALIZZATI/
VIDEOCLUBS/VIDEOSHOPS**



**IL CANALE DOMINANTE E' INDICATO DA 8.4 BUYERS/RENTERS
SU 10
(e raccoglie il 56% del totale lordo delle citazioni di canali)**

**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI GRANDI MAGAZZINI (TIPO
RINASCENTE, STANDA, UPIM, OVIESSE)"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiano PRVC
---> il 29.0% del 14-79enni)

MEDIA 8%

ACCENTUAZIONI

- 35-44ENNI E 55-64ENNI 12% + 65-79ENNI 29%
- VEDOVII/ECC. 23% + CONIUGATI 12%
- FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 12%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 12% + 7-10ENNI 11%
ENNI 11%
- ELEMENTARI/NULLA 15%
- CLASSI SUPERIORE 23% + MEDIO-INFERIORE 11%
- CETI UP 19% + PENSIONATI 12% + IMPIEGATI E CASALINGHE 11%
- NON FREQUENTATORI DI CINEMA 11%
- FdP 114 (FdP OWNERS/RENTERS DI PRVC 115)



**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI NEGOZI DI DISCHI"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiavano PRVC
---> il 29.0% dei 14-79enni)

MEDIA 8%

ACCENTUAZIONI

- >100MILA ABITANTI 12%
- 18-24ENNI 10% + 65-79ENNI 17%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 11%
- STUDENTI 12%
- MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA 15%
- FdP 116 (FdP OWNERS/RENTERS DI PRVC 115)

**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI SUPERMERCATI/IPERMERCATI
ALIMENTARI"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiano PRVC
---> il 29.0% del 14-79enni)

MEDIA 8%

ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST 12%
- 25-34ENNI E 55-79ENNI 10%
- VEDOVI/ECC. 23%
- FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 13%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI ~ 10%
- CLASSE SUPERIORE 10%
- IMPIEGATI 11% + DOCENTI E CASALINGHE 10%
- FdP 117 (FdP BUYERS/RENTERS DI PRVC 115)

**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NELLE BANCARELLE, DAGLI
AMBULANTI"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiavano PRVC
---> il 29.0% dei 14-79enni)

MEDIA 6%

ACCENTUAZIONI

- SUD E ISOLE 16%
- > 100MILA ABITANTI 13%
- 25-34ENNI E 45-54ENNI 10%
- FAMIGLIE DI 5 O PIU' COMPONENTI 12%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 10%
- ELEMENTARI/NULLA 8%
- CLASSI INFERIORE 17% + SUPERIORE 13%
- CETI UP 16%
- FORTI UTENTI TV 9%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 8%
- FdP 116 (FdP BUYERS/RENTERS DI PRVC 115)

**"ACQUISTO E/O NOLEGGIO VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA"**

(solo i possessori di VCR che acquistano e/o noleggiavano PRVC
---> il 29.0% del 14-79enni)

MEDIA 6%

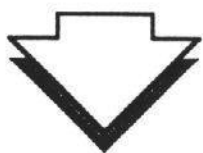
ACCENTUAZIONI

- SUD E ISOLE 8%
- 45-54ENNI 8%
- FAMIGLIE DI 3 COMPONENTI 8%
- LAVORATORI AUTONOMI 12% + PENSIONATI E SALARIATI 9%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 9%
- FdP 99 (FdP BUYERS/RENTERS DI PRVC 115)

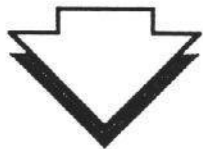
IL FUTURO ACQUISTO/NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC

(solo i possessori di VCR che ora non acquistano/noleggiano PRVC
---> il 24.5% dei 14-79enni)

	% possessori di VCR 14-79enni non buyers/ renters di PRVC	% 14-79enni	n° individui
• ENTRO UN ANNO ACQUISTERANNO/NO- LEGGERANNO PRVC	17.5	4.3	2.000.000
• ENTRO UN ANNO NON ACQUISTERANNO/NO- LEGGERANNO PRVC	58.0	14.3	6.700.000
• NON SANNO	24.5	6.0	2.800.000



**NEL FEBBRAIO 1993 13.600.000 ADULTI ACQUISTANO E/O
NOLEGGIANO PERSONALMENTE PRVC
(il 29.0% dei 14-79enni)**



**ENTRO IL GENNAIO/FEBBRAIO 1994 DOVREBBERO AGGIUNGERSI
ALTRI 2.000.000 DI BUYERS E/O RENTERS DI PRVC GIÀ POSSESSORI
DI UN VCR IN CASA ALL'INIZIO DEL '93
(un aggiuntivo 4.3% dei 14-79enni)**

**"ENTRO UN ANNO ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO'
PERSONALMENTE VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE PER ME
O PER CONTO DI ALTRI"**

(solo i possessori di VCR che ora non acquistano e/o noleggianno PRVC
---> il 24.5% dei 14-79enni)

MEDIA 18%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 23%
- 14-17ENNI 43% + 18-24ENNI 29% + 25-34ENNI 31%
- CELIBI/NUBILI 32%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 23%
- LAUREATI 33% + DIPLOMATI E MEDIE INFERIORI ~ 21%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 33%
- STUDENTI 39% + AGRICOLTORI 28% + IMPIEGATI 25% + CETI UP 22%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 24%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 29%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 58% + MEDI 23% + DEBOLI 27%
- FdP 112 (FdP OWNERS VCR MA NON BUYERS/RENTERS DI PRVC 101)

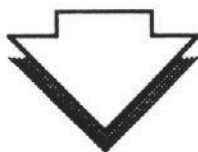
Astra



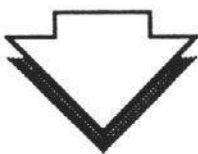
IL FUTURO POSSESSO DI VCR DEI 14-79ENNI

IN FUTURO ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO UN VCR

	% non owners VCR 14-79enni	% 14-79enni	n° individui
NO	46.1	21.4	10.000.000
NON SANNO	19.8	9.2	4.300.000
SI'	34.1	15.8	7.400.000



**IL MERCATO PARE DESTINATO A CRESCERE ANCORA
DI OLTRE UN TERZO:
DAL 53.6% DEGLI ADULTI NEL FEBBRAIO 1993 AL 69.4%
(da 25.100.000 a 32.500.000 14-79enni)**



**E IL "PUNTO D'ARRIVO" CONTINUA AD ELEVARSI
(la crescita recente non ha diminuito
l'area dei futuri possessori)**

**ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO
UN VCR IN FUTURO**

(solo i non possessori di VCR ---> il 46.4% dei 14-79enni)

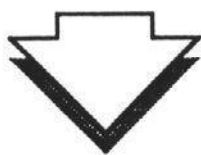
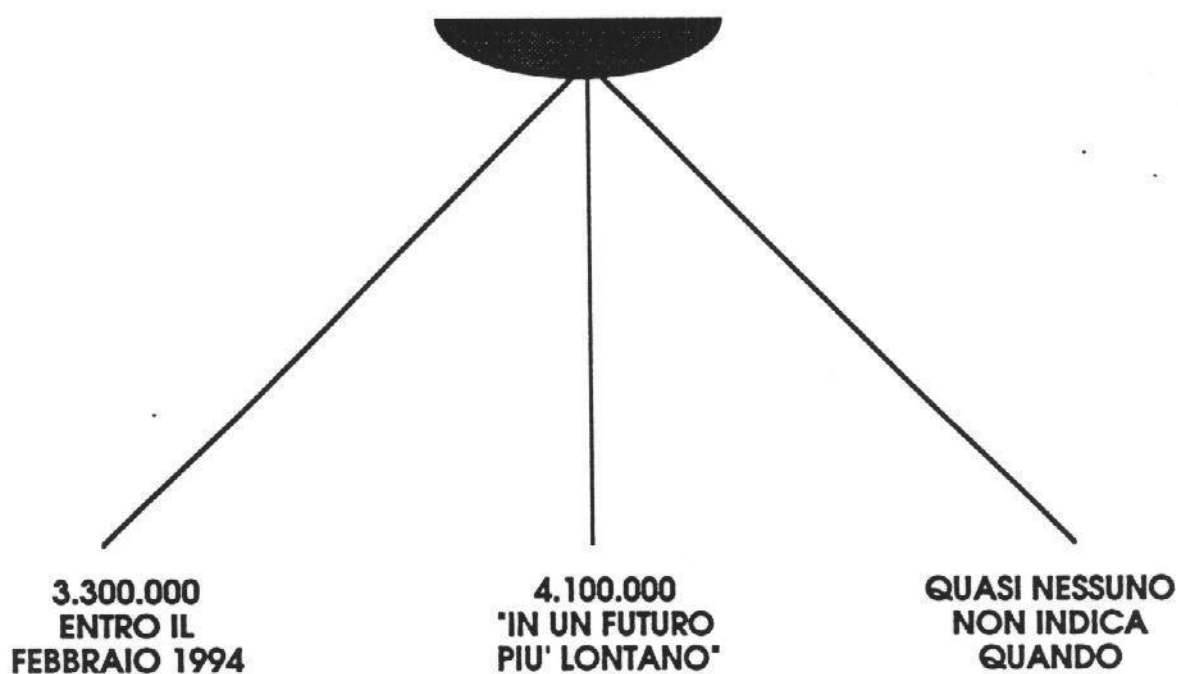
MEDIA 34%

ACCENTUAZIONI POSITIVE

- SUD E ISOLE 37%
- 14-17ENNI 51% + 18-24ENNI 56% + 25-34ENNI 64% + 35-44ENNI 50% + 45-54ENNI 42%
- CELIBI/NUBILI 47%
- FAMIGLIE DI 4 O PIU' COMPONENTI ~ 50% + 3 40%
- CHI HA IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 67% + 7-10ENNI 54% + 11-14ENNI 57%
- LAUREATI 68% + DIPLOMATI 54% + MEDIE INFERIORI 43%
- CLASSI MEDIO-SUPERIORE 58% + SUPERIORE 52% + MEDIA 47%
- IMPIEGATI 62% + INSEGNANTI 60% + STUDENTI 58% + SALARIATI E LAVORATORI AUTONOMI 47% + CETI UP 40%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 44% + FORTI 39%
- MEDI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI 59% + DEBOLI 57% + FORTI 53%
- INDICE FdP 102 (FdP NON OWNERS 89%)

I FUTURI POSSESSORI 14-79ENNI DI VCR

**7.400.000 DI ADULTI NEL FEBBRAIO 1993
PREVEDEVANO DI ACQUISTARE/RICEVERE IN REGALO
UN VCR "IN FUTURO"**



**E' ORMAI QUASI CERTO LO "SFONDAMENTO" ENTRO
L'INIZIO DEL 1994 DELLA SOGLIA DEL 60% DI ADULTI CON
VCR IN CASA**

**ACQUISTERANNO/RICEVERANNO IN REGALO
UN VCR NEL PROSSIMO ANNO
(entro il febbraio 1994)**

(solo i non possessori di VCR ---> il 46.4% dei 14-79enni)

MEDIA 15%

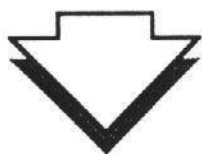
ACCENTUAZIONI POSITIVE

- UOMINI 18%
- NORD-OVEST 19%
- 14-17ENNI 26% + 18-24ENNI 21% + 25-34ENNI 32%
- CELIBI/NUBILI 23%
- FAMIGLIE DI 4 COMPONENTI 24% + DI 5 O PIU' 21%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI ~ 26% + 11-14ENNI 23%
- LAUREATI 36% + DIPLOMATI 27%
- CLASSI SUPERIORE 36% + MEDIO-SUPERIORE 27% + MEDIA 23%
- IMPIEGATI 35% + STUDENTI 29% + DOCENTI E CETI UP ~ 26% + LAVORATORI AUTONOMI E SALARIATI 21%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 21% + MEDI 18%
- MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA 35% + FORTI E DEBOLI ~ 27%
- FdP 108 (NON OWNERS DI VCR 89)

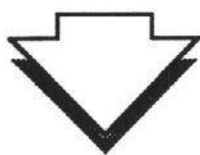
IL FUTURO ACQUISTO/NOLEGGIO PERSONALE DI PRVC

(solo i non possessori di VCR che acquisteranno/riceveranno
un VCR nel prossimo anno ----> il 7.1% del 14-79enni)

	% non owners di VCR	% 14-79enni	n° individui
• ACQUISTERANNO E/O NOLEGGERANNO PRVC	74.3	5.3	2.500.000
• NON ACQUISTERANNO E/O NOLEGGERANNO PRVC	10.1	0.7	300.000
• NON SANNO	15.6	1.1	500.000



**NEL FEBBRAIO 1993 3.300.000 ADULTI SONO CERTI CHE, NON
ANCORA POSSEDENDO, ACQUISTERANNO/RICEVERANNO
IN REGALO UN VCR "NEL PROSSIMO ANNO"**



**PER QUASI TRE QUARTI ESSI ACQUISTERANNO E/O
NOLEGGERANNO PERSONALMENTE PRVC**

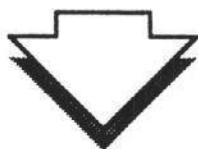
**"QUANDO CI SARA' UN VCR IN CASA PENSO CHE
ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PERSONALMENTE
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE PER ME O PER CONTO DI
ALTRI (familiari, amici, colleghi, ecc.)"**

**(solo i non possessori di VCR che acquisteranno/riceveranno in regalo un
VCR nel prossimo anno ---> il 7.1% dei 14-79enni)**

MEDIA 74%

ACCENTUAZIONI

- 30-100MILA ABITANTI 82%
- 14-17ENNI 100% + 18-24ENNI 86%
- VEDOVI/ECC. 100% + CELIBI/NUBILI 83%
- FAMIGLIE CON 5 O PIU' COMPONENTI 86%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 7-14ENNI ~ 86%
- MEDIE INFERIORI 86%
- CLASSE SUPERIORE 100%
- CETI UP 100% + STUDENTI 91% + DOCENTI 89% + LAVORATORI AUTONOMI 84% + IMPIEGATI 83%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 81%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 100% + MEDI 87%
- FdP 108 (FdP NON OWNERS VCR CHE LO AVRANNO ENTRO UN ANNO 108)

I CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE"**ATTUALI OWNERS DI VCR E BUYERS
E/O RENTERS DI PRVC****%
14-79enni****n°
individui****29.0****13.600.000****ATTUALI OWNERS DI VCR CHE
DIVERRANNO BUYERS E/O RENTERS
DI PRVC ENTRO UN ANNO****4.3****2.000.000****FUTURI OWNERS DI VCR NEL PROS-
SIMO ANNO CHE DIVERRANNO
BUYERS E/O RENTERS DI PRVC****5.3****2.500.000**

**LA SOMMA DEI TRE GRUPPI DA' QUEI 18.100.000 ADULTI
CONSIDERABILI CONSUMATORI (BUYERS E/O RENTERS) DI PRVC
"A BREVE TERMINE"
su cui si concentrerà l'analisi d'ora in poi**

GENERI/TIPI CHE I CONSUMATORI DI PRVC " A BREVE" ACQUISTERANNO E/O NOLEGGERANNO

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ----> Il 38.6% del 14-79enni)

	% consumatori di PRVC a breve	% 14-79enni	n° individui
• FILM PER TUTTI (non vietati ai minori)	87.0	33.6	15.700.000
• FILM COMICI	75.7	29.2	13.700.000
• FILM D'AZIONE/D'AVVENTURA/THRILLERS	73.8	28.5	13.300.000
• CARTONI ANIMATI E FILM DI ANIMAZIONE	62.3	24.0	11.300.000
• FILM PER BAMBINI E RAGAZZI	59.0	22.8	10.700.000
• I GRANDI CLASSICI DELLA STORIA DEL CINEMA	54.5	21.0	9.800.000
• COMMEDIE	49.8	19.2	9.000.000
• DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI	48.4	18.7	8.700.000
• FILM DRAMMATICI	47.9	18.5	8.600.000
• FILM INEDITI AL CINEMA	46.8	18.1	8.500.000
• FILM DI FANTASCIENZA, FANTASTICI	43.8	16.9	7.900.000
• PROGRAMMI SPORTIVI	28.9	11.2	5.200.000

(segue)

GENERI/TIPI CHE I CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" ACQUISTERANNO E/O NOLEGERANNO

(segue)

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ----> il 38.6% del 14-79enni)

	% consumatori di PRVC "a breve"	% 14-79enni	n° individui
• SPETTACOLI/VIDEOCLIPS DI MUSICA LEGGERA	27.2	10.5	4.900.000
• FILM HORROR	25.3	9.8	4.600.000
• SPETTACOLI TEATRALI	23.0	8.9	4.200.000
• FILM SOLO PER ADULTI (vietati ai minori)	22.0	8.5	4.000.000
• CORSI SCOLASTICI, DIDATTICI (scientifici, professionali, di lingue, ecc.)	20.9	8.1	3.800.000
• CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO LIBERO (sport, hobbies, ecc.)	20.6	7.9	3.700.000
• FILM SEXY, EROTICI	19.9	7.7	3.600.000
• SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA LEGGERA (sinfonica, opere, operette, ecc.)	18.5	7.1	3.300.000
• PERIODICI IN VIDEO (giornali/ riviste per immagini)	11.5	4.4	2.100.000
• ANTOLOGIE, SELEZIONI DI PROGRAMMI TV	9.8	3.8	1.800.000
• ALTRI GENERI/TIPI	1.0	0.4	...



**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM PER TUTTI (non vietati ai
minori)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 87%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 90%
- > 100MILA ABITANTI 91%
- 25-34ENNI 90% + 65-79ENNI 93%
- SINGLES 93% + FAMIGLIE DI 3 COMPONENTI 89%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 90%
- MEDIE INFERIORI 90%
- IMPIEGATI 91%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 92% + FORTI UTENTI TV 91%
- FdP 114 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM COMICI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 76%

ACCENTUAZIONI

- CENTRO 83% + SUD E ISOLE 81%
- 14-24ENNI ~ 82% + 25-34ENNI E 65-79ENNI 80%
- CELIBI/NUBILI 81%
- MEDIE INFERIORI 81% + ELEMENTARI/NULLA 79%
- AGRICOLTORI 100% + STUDENTI 82%
- MEDI E NON LETTORI DI QUOTIDIANI 80%
- FORTI UTENTI TV 80%
- FdP 116 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM D'AZIONE/D'AVVENTURA/
THRILLERS"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 74%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 81%
- NORD-EST 79%
- 18-24ENNI 80%
- CELIBI/NUBILI 78%
- SINGLES 80%
- MEDIE INFERIORI 76%
- CLASSI SUPERIORE 79% + INFERIORE 77%
- CETI UP 87% + AGRICOLTORI 85% + SALARIATI 80% + STUDENTI 77%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 78%
- FdP 114 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON CARTONI ANIMATI E FILM D'
ANIMAZIONE"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 62%

ACCENTUAZIONI

- DONNE 70%
- 30-100MILA ABITANTI 68%
- 25-34ENNI 73% + 35-44ENNI 72%
- CONIUGATI 72%
- FAMIGLIE DI 5 O PIU' COMPONENTI 67%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI ~ 89% + 11-14ENNI 69%
- DIPLOMATI 68%
- CLASSI SUPERIORE 78% + MEDIO-SUPERIORE 70%
- CASALINGHE 75% + CETI UP E IMPIEGATI 70% + AGRICOLTORI 68%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 69%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 67%
- FdP 113 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM PER BAMBINI E RAGAZZI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 59%

ACCENTUAZIONI

- DONNE 66%
- 30-100MILA ABITANTI 67%
- 25-34ENNI 65% + 35-44ENNI 78%
- CONIUGATI 74%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 91% + 7-10ENNI 87% + 11-14ENNI 75%
- CLASSI SUPERIORE 64% + MEDIO-SUPERIORE 63%
- CASALINGHE 75% + IMPIEGATI 69% + AGRICOLTORI 68% + DOCENTI 64%
- NON FREQUENTATORI DI CINEMA 66%
- FdP 111 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)



**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON I GRANDI CLASSICI DELLA STORIA
DEL CINEMA"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 55%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 61%
- 45-54ENNI 60% + 55-64ENNI 68% + 65-79ENNI 79%
- VEDOVI/ECC. 73%
- SINGLES E FAMIGLIE CON 2 COMPONENTI ~ 66%
- LAUREATI 61% + ELEMENTARI/NULLA 59% + DIPLOMATI 58%
- CLASSI INFERIORE 63% + MEDIO-SUPERIORE 58%
- DOCENTI 70% + LAVORATORI AUTONOMI 61% + PENSIONATI 59%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 68%
- FdP 115 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON COMMEDIE"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 50%

ACCENTUAZIONI

- NORD-OVEST 54%
- > 100MILA ABITANTI 60%
- 18-24ENNI 57% + 45-54ENNI 54%
- VEDОВI/ECC. 59% + CELIBI/NUBILI 54%
- SINGLES 54%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZI 0-14ENNI IN FAMIGLIA 54%
- DIPLOMATI 56%
- CLASSI MEDIO-SUPERIORE 56% + SUPERIORE 54%
- DOCENTI 59% + CETI UP 58% + STUDENTI 54%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 54%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 60%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 60% + DEBOLI 58% + MEDI 55%
- FdP 114 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON DOCUMENTARI
SCIENTIFICI/CULTURALI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 48%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 58%
- 30-100MILA ABITANTI 57%
- 25-34ENNI 53% + 35-44ENNI 54%
- VEDОВI/ECC. 64%
- SINGLES 54% + FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 60%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 54% + 11-14ENNI 57%
- LAUREATI 64% + DIPLOMATI 56%
- CLASSI MEDIO-SUPERIORE 56% + SUPERIORE 53%
- DOCENTI 68% + CASALINGHE 57% + CETI UP 54%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 52%
- FdP 116 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

Astra



**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM DRAMMATICI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 48%

ACCENTUAZIONI

- CENTRO 52%
- <30MILA ABITANTI 60%
- 18-24ENNI E 65-79ENNI 57%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZI 0-14ENNI IN FAMIGLIA 51%
- DIPLOMATI 52%
- CLASSE INFERIORE 60%
- STUDENTI 54% + DOCENTI 53%
- FREQUENTATORI DI CINEMA ~ 53%
- FdP 116 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM INEDITI AL CINEMA"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 47%

ACCENTUAZIONI

- 30-100MILA ABITANTI 54%
- 18-24ENNI 56% + 25-34ENNI 51%
- CELIBI/NUBILI 54%
- SINGLES 57%
- DIPLOMATI 54%
- IMPIEGATI 53%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 51%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 65% + MEDI 51%
- FdP 119 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM DI FANTASCIENZA,
FANTASTICI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 44%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 52%
- CENTRO 49%
- 14-17ENNI 64% + 18-24ENNI 48%
- CELIBI/NUBILI 55%
- SINGLES 53% + FAMIGLIE DI 5 O PIU' COMPONENTI 48%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 52%
- MEDIE INFERIORI 49%
- STUDENTI 55% + SALARIATI 50%
- MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA 55%
- FdP 115 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM DI PROGRAMMI SPORTIVI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 29%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 44%
- 14-17ENNI E 45-54ENNI 32% + 55-64ENNI 35%
- FAMIGLIE DI 5 O PIU' COMPONENTI 33%
- CON IN FAMIGLIA RAGAZZINI 11-14ENNI 33%
- ELEMENTARI/NULLA 36% + MEDIE INFERIORI 33%
- CLASSI SUPERIORE 40% + INFERIORE 36%
- CETI UP 38% + LAVORATORI AUTONOMI 37% + SALARIATI 36%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 32%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 41%
- FdP 112 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON SPETTACOLI/VIDEOCLIPS DI
MUSICA LEGGERA"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 27%

ACCENTUAZIONI

- 14-17ENNI 39% + 18-24ENNI 33%
- CELIBI/NUBILI 35%
- FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 31% + 4 COMPONENTI 30%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZI IN FAMIGLIA 31%
- ELEMENTARI/NULLA 31%
- CLASSE INFERIORE 33%
- STUDENTI 43%
- FORTI E MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA ~ 34%
- FdP 121 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)



**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM HORROR"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> Il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 25%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 31%
- CENTRO 32%
- 30-100MILA ABITANTI 28%
- 14-17ENNI 54% + 18-24ENNI 37%
- CELIBI/NUBILI 38%
- FAMIGLIE CON 5 O PIU' COMPONENTI 32% + CON 1 E 4 COMPONENTI 29%
- CON IN FAMIGLIA RAGAZZINI 11-14ENNI 28%
- MEDIE INFERIORI 32%
- CLASSE INFERIORE 42%
- STUDENTI 43% + SALARIATI 33% + PENSIONATI 29%
- FORTI UTENTI TV 31%
- MEDI E DEBOLI FREQUENTATORI DI CINEMA ~ 30%
- FdP 115 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON SPETTACOLI TEATRALI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 23%

ACCENTUAZIONI

- >100MILA ABITANTI 29%
- 45-54ENNI 34% + 55-64ENNI 39% + 65-79ENNI 71%
- VEDOVI/ECC. 39%
- SINGLES 38% + FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 33%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZI 0-14ENNI IN FAMIGLIA 26%
- LAUREATI 33%
- CLASSI INFERIORE 34% + MEDIO-SUPERIORE 28%
- DOCENTI 46% + CASALINGHE 28% + IMPIEGATI 26%
- FORTI LETTORI DI QUOTIDIANI 27%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 29%
- FdP 121 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM SOLO PER ADULTI
(vietati ai minori)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 22%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 26%
- NORD-EST 29% + NORD-OVEST 25%
- > 100MILA ABITANTI 27%
- 18-24ENNI 26% + 65-79ENNI 28%
- CELIBI/NUBILI 25%
- SINGLES 32% + FAMIGLIE CON 2 COMPONENTI 30%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZI 0-14ENNI IN FAMIGLIA 27%
- MEDIE INFERIORI 26%
- CLASSI SUPERIORE E MEDIO-INFERIORE 26%
- AGRICOLTORI 32% + DOCENTI 30% + LAVORATORI AUTONOMI 27% + SALARIATI 26%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 28%
- FdP 125 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON CORSI SCOLASTICI, DIDATTICI
(scientifici, professionali, di lingue, ecc.)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- DONNE 24%
- 35-44ENNI 28%
- VEDOVI/ECC. 36%
- FAMIGLIE CON 3 COMPONENTI 26%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 26% + 7-10ENNI 25%
- LAUREATI 31% + DIPLOMATI 26%
- CLASSE SUPERIORE 34%
- DOCENTI 40% + AGRICOLTORI 31% + CETI UP 28% + STUDENTI E CASALINGHE 26%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 27%
- FdP 116 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO
LIBERO (sport, hobbies, ecc.)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 21%

ACCENTUAZIONI

- DONNE 24%
- SUD E ISOLE 27%
- 30-100MILA ABITANTI 24%
- 35-44ENNI 28%
- CELIBI/NUBILI 24%
- FAMIGLIE CON 5 O PIU' COMPONENTI 24%
- CON IN FAMIGLIA RAGAZZINI 11-14ENNI 24%
- CLASSE INFERIORE 29%
- CETI UP 30% + STUDENTI 25%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 29%
- FdP 118 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON FILM SEXY, EROTICI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 20%

ACCENTUAZIONI

- UOMINI 28%
- NORD-EST 26%
- 14-17ENNI 25% + 18-24ENNI 27%
- CELIBI/NUBILI 27%
- SINGLES 31%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZINI 0-14ENNI IN FAMIGLIA 24%
- MEDIE INFERIORI 25%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 27%
- AGRICOLTORI 36% + SALARIATI 31% + PENSIONATI 24% +
LAVORATORI AUTONOMI 23%
- FORTI UTENTI TV 23%
- FORTI E MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA ~ 26%
- FdP 123 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA
CLASSICA (sinfonica, opere, operette, ecc.)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 19%

ACCENTUAZIONI

- 45-54ENNI 29% + 55-64ENNI 42% + 65-79ENNI 80%
- VEDOVI/ECC. 42%
- SINGLES 29% + FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 24% + 5 O PIU' COMPONENTI 22%
- SENZA BAMBINI O RAGAZZINI 0-14ENNI IN FAMIGLIA 21%
- ELEMENTARI/NULLA 25%
- DOCENTI E PENSIONATI 30%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 26%
- FdP 119 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON PERIODICI IN VIDEO (giornali/riviste
per immagini)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> Il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 12%



ACCENTUAZIONI

- 30-100MILA ABITANTI 17%
- 14-17ENNI 14%
- CLASSI INFERIORE 19% + MEDIO-SUPERIORE 14%
- CETI UP 17% + LAVORATORI AUTONOMI E STUDENTI 14%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 14%
- FORTI FREQUENTATORI DI CINEMA 21%
- FdP 119 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' PRVC
CON ANTOLOGIE, SELEZIONI DI
PROGRAMMI TELEVISIVI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 10%

ACCENTUAZIONI

- 18-24ENNI 13%
- FAMIGLIE DI 4 COMPONENTI 12%
- CON IN FAMIGLIA RAGAZZINI 11-14ENNI 13%
- CLASSI INFERIORE 23% + SUPERIORE E MEDIO-INFERIORE 12%
- AGRICOLTORI 19% + SALARIATI 14% + CASALINGHE 13%
- FORTI UTENTI TV 13%
- FdP 117 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**I CANALI CHE SARANNO UTILIZZATI DAI CONSUMATORI DI
PRVC "A BREVE" PER L'ACQUISTO E/O NOLEGGIO
DI PRVC**

(i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

- NEGOZI SPECIALIZZATI, VIDEOCLUB
- EDICOLE
- NEGOZI DI DISCHI
- GRANDI MAGAZZINI
- SUPERMERCATI/IPERMERCATI
- NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA
- CARTOLERIE/CARTOLIBRERIE
- BANCARELLE/AMBULANTI
- DISTRIBUTORI AUTOMATICI
- NEGOZI DI FOTO-OTTICA
- MEGASTORES MULTIMEDIALI
- NEGOZI SPECIALIZZATI (in sport, viaggi, scienze, ecc.)
- VENDITE PER CORRISPONDENZA
- TABACCHERIE

%
acquirenti/
noleggia-
tori
di PRVC
14-79enni

n°
individui
x 1.000

88.4	16.000
18.0	3.300
12.4	> 2.200
12.1	< 2.200
9.5	1.700
8.8	1.600
5.8	1.000
5.7	900
3.8	500
2.9	500
2.3	>400
2.2	400
2.2	400
1.3	

(segue)

**I CANALI CHE SARANNO UTILIZZATI DAI CONSUMATORI DI
PRVC "A BREVE" PER L'ACQUISTO E/O NOLEGGIO
DI PRVC**

(segue)

(I consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

- NEGOZI DI GIOCATTOLI
- STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL
- VENDITE PORTA A PORTA
- ALTROVE
- NON INDICA

%
acquirenti/
noleggia-
tori
di PRVC
14-79enni

n°
individui
x 1.000

1.2

.....

1.0

.....

0.5

.....

0.1

.....

1.4

.....

**"ACQUISTERO" E/O NOLEGGERO'
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE NELLE EDICOLE"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> Il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 18%

ACCENTUAZIONI

- SUD E ISOLE 23%
- 35-44ENNI 27% + 45-54ENNI 25%
- CONIUGATI 22%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 22%
- ELEMENTARI/NULLA 23% + LAUREATI 22%
- CLASSI SUPERIORE 27% + MEDIO-INFERIORE 23%
- CETI UP 32% + AGRICOLTORI 31% + LAVORATORI AUTONOMI E CASALINGHE 21%
- FORTI E NON FREQUENTATORI DI CINEMA 11%
- FdP 112 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO" E/O NOLEGGERO'
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE NEI NEGOZI
SPECIALIZZATI/VIDEOCLUB/VIDEOSHOP"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 88%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 92%
- > 100MILA ABITANTI 94%
- 18-24ENNI 93% + 35-44ENNI 91% + 65-79ENNI 100%
- CELIBI/NUBILI 91%
- FAMIGLIE DI 5 O PIU' COMPONENTI 91%
- LAUREATI 92%
- DOCENTI 97% + STUDENTI 93%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 93%
- MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA 95% + FORTI 92%
- FdP 114 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**I CANALI CHE SARANNO UTILIZZATI DAI CONSUMATORI DI
PRVC "A BREVE" PER L'ACQUISTO E/O NOLEGGIO
DI PRVC**

(segue)

(I consumatori di PRVC "a breve" ----> Il 38.6% del 14-79enni)

- NEGOZI DI GIOCATTOLI
- STAZIONI DI SERVIZIO/AUTOGRILL
- VENDITE PORTA A PORTA
- ALTROVE
- NON INDICA

%
acquirenti/
noleggia-
tori
di PRVC
14-79enni

n°
individui
x 1.000

1.2

.....

1.0

.....

0.5

.....

0.1

.....

1.4

.....

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO'
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE NELLE EDICOLE"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> Il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 18%

ACCENTUAZIONI

- SUD E ISOLE 23%
- 35-44ENNI 27% + 45-54ENNI 25%
- CONIUGATI 22%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 22%
- ELEMENTARI/NULLA 23% + LAUREATI 22%
- CLASSI SUPERIORE 27% + MEDIO-INFERIORE 23%
- CETI UP 32% + AGRICOLTORI 31% + LAVORATORI AUTONOMI E CASALINGHE 21%
- FORTI E NON FREQUENTATORI DI CINEMA 11%
- FdP 112 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO'
VIDEOCASSETTE PREREGISTRATE NEI NEGOZI DI
DISCHI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> Il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 15%
- > 100MILA ABITANTI 15%
- 14-17ENNI + 55-64ENNI 15% + 65-79ENNI 21%
- CELIBI/NUBILI 15%
- SINGLES 20% + FAMIGLIE DI 5 O PIU' COMPONENTI 15%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 16%
- STUDENTI 18% + PENSIONATI 15%
- MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA 15%
- FdP 112 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI GRANDI MAGAZZINI (tipo
Rinacente, Standa, Upim, Ovieste)"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% dei 14-79enni)

MEDIA 12%

ACCENTUAZIONI

- > 100MILA ABITANTI 15%
- 14-17ENNI E 45-54ENNI 15% + 55-64ENNI 17%
- VEDOVI/ECC. 26%
- FAMIGLIE DI 3 COMPONENTI 15%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI 17%
- LAUREATI 17% + MEDIE INFERIORI 15%
- CETI UP 27% + PENSIONATI 15%
- NON FREQUENTATORI DI CINEMA 15%
- FdP 112 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI SUPERMERCATI/IPERMERCATI
ALIMENTARI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> Il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 10%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST E CENTRO 13% + NORD-OVEST 12%
- 35-44ENNI 15% + 45-54ENNI 12%
- VEDOVII/ECC. 16% + CONIUGATI 13%
- FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 12%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-10ENNI ~ 12%
- ELEMENTARI/NULLA 14%
- CLASSE SUPERIORE 12%
- AGRICOLTORI 31% + IMPIEGATI 15% + CASALINGHE 13%
- FdP 106 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 9%

ACCENTUAZIONI



- NORD-EST 12%
- < 30MILA ABITANTI 12%
- 14-17ENNI E 25-34ENNI 12%
- CELIBI/NUBILI 11%
- LAUREATI E MEDIE INFERIORI 11%
- CLASSI INFERIORE 19% + SUPERIORE 14%
- CETI UP 15% + SALARIATI 12%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 11%
- MEDI E DEBOLI FREQUENTATORI DI CINEMA 12%
- FdP 111 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NELLE LIBRERIE/CARTOLIBRERIE"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 6%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 10%
- 35-44ENNI 10% + 45-54ENNI E 65-79ENNI 8%
- FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI 8%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 7-10ENNI 11%
- CLASSE SUPERIORE 9%
- AGRICOLTORI 16% + LAVORATORI AUTONOMI 9% + CETI UP E IMPIEGATI 8%
- MEDI LETTORI DI QUOTIDIANI 8%
- FdP 118 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NELLE BANCARELLE, DAGLI
AMBULANTI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 6%

ACCENTUAZIONI

- SUD E ISOLE 13%
- > 100MILA ABITANTI 11%
- 25-34ENNI 9%
- FAMIGLIE CON 5 O PIU' COMPONENTI 10%
- CON IN FAMIGLIA BAMBINI 0-6ENNI 9% + 11-14ENNI 8%
- ELEMENTARI/NULLA 11%
- CLASSI INFERIORE 17% + SUPERIORE 11% + MEDIO-INFERIORE 8%
- CETI UP 9% + LAVORATORI AUTONOMI 8%
- MEDI E NON LETTORI DI QUOTIDIANI 8%
- FORTI DI FREQUENTATORI DI CINEMA 9%
- FdP 118 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE PRESSO DISTRIBUTORI
AUTOMATICI"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 4%

ACCENTUAZIONI

- NORD-EST 8%
- 30-100MILA ABITANTI 6%
- 14-24ENNI 6%
- CELIBI/NUBILI 5%
- SINGLES 9% + FAMIGLIE DI 3 COMPONENTI 6%
- STUDENTI 8% + CETI UP 6% + DOCENTI 5%
- FORTI E MEDI FREQUENTATORI DI CINEMA 8%
- FdP 125 (FdP CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" 113)

**"ACQUISTERO' E/O NOLEGGERO' VIDEOCASSETTE
PREREGISTRATE NEI NEGOZI DI FOTO-OTTICA"**

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

MEDIA 3%

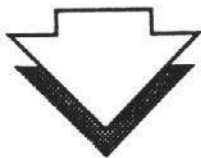
ACCENTUAZIONI

- < 30MILA ABITANTI 4%
- 45-54ENNI 4% + 55-64ENNI 8%
- 3 COMPONENTI FAMIGLIA 4%
- ELEMENTARI/NULLA 7%
- CLASSE MEDIO-INFERIORE 4%
- COMMERCianti 6% + CASALINGHE 5% + SALARIATI 4%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 5%
- FORTI UTENTI TV 5%
- FORTI FREQUENTATORI CINEMA 4%
- FdP 116 (base 113)

MATRICI GENERI/CANALI

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ---> il 38.6% del 14-79enni)

NELLE PAGINE CHE SEGUONO VENGONO PRESENTATI I DATI RELATIVI ALL'"INCROCIO" TRA GENERI/TIPI DI PRVC (CHE I CONSUMATORI DI PRVC "A BREVE" DICHIARANO CHE ACQUISTERANNO E/O NOLEGGIERANNO PERSONALMENTE NEL PROSSIMO FUTURO) ED I CANALI CHE VERRANNO UTILIZZATI PER L'ACQUISTO E/O NOLEGGIO DI OGNI SINGOLO GENERE/TIPO



SONO INDICATI PER OGNI GENERE/TIPO I PRIMI 10 CANALI DI ACQUISTO/NOLEGGIO, ESCLUDENDO I CANALI DISTRIBUTIVI INDICATI DALL'EQUIVALENTE DI MENO DI 300.000 ADULTI CIRCA



**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
NEGOZI SPECIALIZZATI/VIDEOCLUBS/VIDEOSHOPS**

**(i consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 16.000.000
14-79enni)**

1. FILM PER TUTTI (NON VIETATI AI MINORI)
2. FILM SOLO PER ADULTI (VIETATI AI MINORI)
3. FILM INEDITI AL CINEMA
4. FILM DI FANTASCIENZA, FANTASTICI
5. FILM DRAMMATICI
6. FILM D'AZIONE/D'AVVENTURA/THRILLERS
7. FILM HORROR
8. I GRANDI CLASSICI DELLA STORIA DEL CINEMA
9. COMMEDIE
10. FILM COMICI

Nota: Nel canale dominante tutti i generi/tipi sono "presenti" in almeno due terzi dei casi (i
10 indicati in almeno quattro quinti dei casi)

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO
ALLE EDICOLE**

**(i consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 3.300.000
14-79enni)**

1. CORSI SCOLASTICI/DIDATTICI
2. PERIODICI IN VIDEO (GIORNALI/RIVISTE PER IMMAGINI)
3. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
4. CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO LIBERO
5. CARTONI ANIMATI E FILM D'ANIMAZIONE
6. ANTOLOGIE/SELEZIONI DI PROGRAMMI TV
7. SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA CLASSICA
8. PROGRAMMI SPORTIVI
9. PROGRAMMI TEATRALI
10. FILM PER BAMBINI E RAGAZZI

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
NEGOZI DI DISCHI**

**(i consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 2.200.000
14-79enni)**

1. SPETTACOLI/VIDEOCLIPS DI MUSICA LEGGERA
2. SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA CLASSICA
3. COMMEDIE
4. FILM DI FANTASCIENZA, FANTASTICI
5. FILM DRAMMATICI
6. FILM D'AZIONE/D'AVVENTURA/THRILLERS
7. FILM HORROR
8. FILM PER TUTTI (NON VIETATI AI MINORI)
9. CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO LIBERO
10. SPETTACOLI TEATRALI



**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
GRANDI MAGAZZINI**

**(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 2.200.000
14-79enni)**

1. FILM PER BAMBINI/RAGAZZI
2. CARTONI ANIMATI, FILM D'ANIMAZIONE
3. FILM DI FANTASCIENZA/FANTASTICI
4. FILM PER TUTTI (NON VIETATI AI MINORI)
5. CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO LIBERO
6. ANTOLOGIE/SELEZIONI DI PROGRAMMI TV
7. SPETTACOLI/VIDEOCLIPS DI MUSICA LEGGERA
8. FILM COMICI
9. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
10. PROGRAMMI SPORTIVI

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
SUPERMERCATI/IPERMERCATI ALIMENTARI**

(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 1.700.000
14-79enni)

1. FILM PER BAMBINI/RAGAZZI
2. CARTONI ANIMATI, FILM D'ANIMAZIONE
3. ANTOLOGIE/SELEZIONI DI PROGRAMMI TV
4. FILM SOLO PER ADULTI (VIETATI AI MINORI)
5. FILM PER TUTTI (NON VIETATI AI MINORI)
6. SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA CLASSICA
7. I GRANDI CLASSICI DELLA STORIA DEL CINEMA
8. PROGRAMMI SPORTIVI
9. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
10. SPETTACOLI TEATRALI

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA**

**(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 1.600.000
14-79enni)**

1. SPETTACOLI/VIDEOCLIPS DI MUSICA LEGGERA
2. FILM PER TUTTI (NON VIETATI AI MINORI)
3. COMMEDIE
4. FILM INEDITI AL CINEMA
5. I GRANDI CLASSICI DELLA STORIA DEL CINEMA
6. FILM D'AZIONE/D'AVVENTURA/THRILLERS
7. PROGRAMMI SPORTIVI
8. FILM COMICI
9. FILM DRAMMATICI

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO
ALLE CARTOLIBRERIE, LIBRERIE**

**(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 1.000.000
14-79enni)**

1. CORSI SCOLASTICI/DIDATTICI
2. CARTONI ANIMATI, FILM D'ANIMAZIONE
3. FILM PER BAMBINI E RAGAZZI
4. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
5. CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO LIBERO
6. SPETTACOLI TEATRALI
7. FILM COMICI
8. FILM DRAMMATICI

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO
ALLE BANCARELLE, AMBULANTI**

**(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 1.000.000
14-79enni)**

1. FILM SEXY/EROTICI
2. FILM SOLO PER ADULTI (VIETATI AI MINORI)
3. FILM PER BAMBINI E RAGAZZI
4. FILM HORROR
5. FILM COMICI
6. CARTONI ANIMATI, FILM D'ANIMAZIONE
7. PERIODICI IN VIDEO (GIORNALI/RIVISTE PER IMMAGINI)
8. COMMEDIE
9. FILM D'AZIONE/D'AVVENTURA/THRILLERS

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
DISTRIBUTORI AUTOMATICI**

**(i consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 900.000
14-79enni)**

1. CORSI SCOLASTICI/DIDATTICI
2. PERIODICI IN VIDEO (GIORNALI/RIVISTE PER IMMAGINI)
3. SPETTACOLI/VIDEOCLIPS DI MUSICA LEGGERA
4. SPETTACOLI TEATRALI
5. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
6. COMMEDIE
7. FILM DRAMMATICI
8. FILM INEDITI AL CINEMA
9. CARTONI ANIMATI E FILM D'ANIMAZIONE

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
NEGOZI DI FOTO-OTTICA**

**(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 500.000
14-79enni)**

1. PERIODICI IN VIDEO (GIORNALI/RIVISTE PER IMMAGINI)
2. SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA CLASSICA
3. FILM HORROR
4. CARTONI ANIMATI E FILM D'AZIONE
5. FILM COMICI
6. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
7. FILM SEXY/EROTICI

**I GENERI/TIPI DI PRVC PIU' CORRELATI IN FUTURO AI
MEGASTORES MULTIMEDIALI**

**(I consumatori di PRVC "a breve" orientati al canale ---> 400.000
14-79enni)**

1. CORSI PER ATTIVITA' DEL TEMPO LIBERO
2. DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI
3. CORSI SCOLASTICI/DIDATTICI
4. SPETTACOLI SPORTIVI
5. SPETTACOLI/CONCERTI DI MUSICA CLASSICA
6. ANTOLOGIE/SELEZIONI DI PROGRAMMI TV
7. SPETTACOLI TEATRALI
8. PERIODICI IN VIDEO (GIORNALI/RIVISTE PER IMMAGINI)
9. FILM INEDITI AL CINEMA

GLI OTTO TIPI DI BUYERS/RENTERS ATTUALI O PROSSIMI DI PRVC

(solo i consumatori di PRVC "a breve" ----> il 38.6% del 14-79enni)

	n° individui	% buyers/ renters ora o presto	% 14-79enni
(A) GLI ONNIVORI COLTI	1.500.000	8.2	3.2
(B) LE CATTOLICHE MATURE	2.000.000	10.8	4.2
(C) I PORNOFILI INFANTILI	2.200.000	12.1	4.7
(D) I GIOVANI AGGRESSIVI	2.600.000	14.3	5.5
(E) I "SOLO PER I BAMBINI"	1.600.000	8.8	3.4
(F) LE MAMME PRVC-DIPENDENTI	2.600.000	14.6	5.6
(G) I RAGAZZI VERI O ETERNI	3.200.000	17.6	6.8
(H) I GIOVANI PROVINCIALI ANNOIATI	2.500.000	13.6	5.3



TIPO A: GLI ONNIVORI COLTI

Il 3.2% dei 14-79enni = 1.500.000 adulti

- PER QUATTRO QUINTI GIA' ORA POSSESSORI DI VCR IN CASA (79%), EPPERO' MINIMI, MA SIGNIFICATIVI, BUYERS/RENTERS PERSONALI DI PRVC (78%)
- CON INTERESSI INTENSI, SEMPRE SOPRA MEDIA, VARIEGATISSIMI, ARTICOLATI: CON UN ASSOLUTO PREDOMINIO DELLA VOCAZIONE "EDUCATIONAL" (DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI 97%, CORSI PER ATTIVITA' DI TEMPO LIBERO 87%, CORSI SCOLASTICI/DIDATTICI 62%) E DI QUELLA PER INNOVAZIONI COLTE (FILM INEDITI AL CINEMA 72%, PERIODICI IN VIDEO 72%, ANTOLOGIE/SELEZIONI DI PROGRAMMI TV 61%) OLTRE CHE PER GLI SPETTACOLI E I VIDEOCLIPS DI MUSICA LEGGERA (62%); MA CON FORTI PROPENSIONI - SU LIVELLI QUASI MASSIMI O MASSIMI - VERSO I GRANDI CLASSICI (86%), I FILM D'AZIONE/AVVENTURA/THRILLERS (85%), QUELLI COMICI (81%), QUELLI DRAMMATICI (68%) E DI FANTASCIENZA

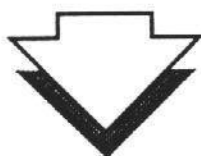
(segue)

TIPO A: GLI ONNIVORI COLTI

(segue)

(64%), I CARTONI ANIMATI (63%), LE COMMEDIE (60%), I PROGRAMMI SPORTIVI (49%), GLI SPETTACOLI TEATRALI (46%) E ALTRI GENERI SU PERCENTUALI MINORI

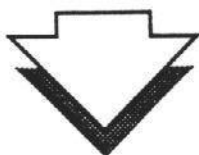
- MASSIMAMENTE (92%) ORIENTALI AL CANALE TRADIZIONALE, MA ANCHE ALLE EDICOLE (23% IN MASSIMA MISURA), AI GRANDI MAGAZZINI (11%), AI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (9%) E DI DISCHI (8%), AI SUPER/IPERMERCATI (8%), ALLE VPC (5% IL MASSIMO TRA GLI OTTO TIPI), ALLE BANCARELLE (5%)



(segue)

TIPO A: GLI ONNIVORI COLTI

(segue)



UN TIPO AD ALTA E QUASI MASSIMA FORZA DELLA PERSONALITA' (124), MASSIMAMENTE SCOLARIZZATO (62% DI LAUREATI E DIPLOMATI) E LETTORE REGOLARE O SALTUARIO DI QUOTIDIANI (86%); PER DUE TERZI 14-34ENNE, PREVALENTEMENTE MASCHILE (56%); IN MINIMA MISURA CENTRALE (15%) ED IN MISURA MASSIMA MERIDIONALE (44%); IN MASSIMA MISURA DI CLASSE SOCIO-ECONOMICA MEDIO-ALTA/ALTA (27%: UN ALTRO 52% E' DI CLASSE MEDIA), COL MASSIMO PESO DI CETI UP (9%) E MINIMO DI PENSIONATI/DISOCCUPATI (4%) E RUOLO DOMINANTE DEGLI STUDENTI ULTRA13ENNI (21%) E DEI SALARIATI PIU' COLTI (19%); PER IL 58% COMPOSTO DA CONIUGATI PER IL 52% SENZA BAMBINI/RAGAZZI 0-14ENNI IN FAMIGLIA E CON UN'ELEVATA QUOTA (61%) DI NUCLEI DI 4 O PIU' COMPONENTI; IN MISURA MEDIA (52%) SPETTATORI CINEMATOGRAFICI NELL'ULTIMO SEMESTRE, MASSIMAMENTE FREQUENTATORI DELLA MESSA (SPECIE DEBOLI: 42%)

(segue)

TIPO B: LE CATTOLICHE MATURE

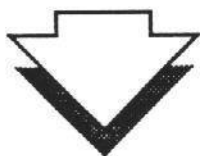
Il 4.2% del 14-79enni = 2.000.000 adulti

- PER LO PIU' DONNE MATURE E ANZIANE, SPESSO CATTOLICHE INTENSE E COLTE, BENESTANTI MA NON AFFLUENTI, ATTIVE, ATTENTE AI GIOVANI, RICCHE DI INTERESSI, SERIE MA NON NOIÖSE, CON BUONA MA NON ELEVATISSIMA PRESENZA ATTUALE DI VCR IN CASA (79%)
- FORTI BUYERS/RENTERS ATTUALI DI PRVC (90%)
- COLTE FANS INEGUAGLIATE DELLA MUSICA CLASSICA (87%) E DEL TEATRO (82%), MA ANCHE DEI FILM PER TUTTI (95%) - SPECIE COMMEDIE (73%), FILM COMICI (74%), D'AZIONE (66%) E GRANDI CLASSICI (66%) - OLTRE CHE CON INTERESSI SCIENTIFICO/CULTURALI, DIDATTICI (69%) E PER L'INFANZIA/ADOLESCENZA (CARTONI ANIMATI 71% E FILM PER GIOVANISSIMI/GIOVANI 66%) SOPRA LA MEDIA, COSI' COME SOPRA LA MEDIA E' IL FAVORE PER LE PRVC DI MUSICA LEGGERA (45%)

TIPO B: LE CATTOLICHE MATURE

(segue)

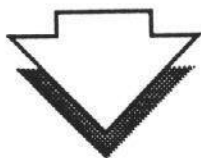
- ANZITUTTO ORIENTATE - COME TUTTI I TIPI - AL CANALE DOMINANTE E SU LIVELLI ELEVATI (90%), CON DISCRETA MULTICANALITA' E SIGNIFICATIVE ACCENTUAZIONI - PERO' SU LIVELLI MODESTI - PER LE LIBRERIE/CARTOLIBRERIE ED I NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (9%), PER I NEGOZI DI FOTO-OTTICA, I MEGASTORES ED I DISTRIBUTORI AUTOMATICI (CON UN INEGUAGLIATO 6%), ANCHE SE PESAN DI PIU' LE EDICOLE (18%), I GRANDI MAGAZZINI (13%), I SUPER/IPERMERCATI (11%) PERO' IN MEDIA



(segue)

TIPO B: LE CATTOLICHE MATURE

(segue)



IL TIPO PIU' FEMMINILE (70%) E "CATTOLICO INTENSO" (56% DI FORTI E MEDI FREQUENTATORI DELLA MESSA), CON MEDIA FORZA DELLA PERSONALITA' (116); ASSAI RADICATO NEL NORD-OVEST (36%) E - MENO - NELLE AREE URBANO-METROPOLITANE (29%); CON IL MASSIMO PESO DEGLI ULTRA44ENNI (43%) ED IL MINIMO DI 14-34ENNI (33%); CON POCHI CELIBI/NUBILI, IL MASSIMO DI VEDOVI (7%) E MOLTI CONIUGATI (64%), IN NUCLEI FAMILIARI PER LO PIU' (59%) MEDI O GRANDI (DAI 4 COMPONENTI IN SU) CON MOLTI PRE-ADOLESCENTI 11-14ENNI IN CASA (23%); CON UN'ELEVATA QUOTA (56%) DI LAUREATI E DIPLOMATI E LA PERCENTUALE MASSIMA DI LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI (58%); CON LA MASSIMA QUOTA ANCHE DI CINEFILI (10%) SEPPUR ASSAI MINORITARI; COL MASSIMO (87%) DI APPARTENENTI AI CETI MEDI E MEDIO-ALTI ED IL MINIMO (12%) AI CETI MEDIO-BASSI E BASSI MA ANCHE A QUELLO ALTO (1%); CON PREDOMINIO DEI PENSIONATI (18%: COME NESSUNO DEGLI ALTRI TIPI), DEL CETO MEDIO IMPIEGATIZIO (28%: COL MASSIMO DEI DOCENTI 11%), DELLE CASALINGHE (17%)

TIPO C: I PORNOFILI INFANTILI

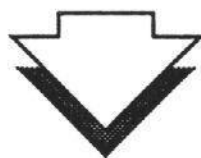
il 4.7% dei 14-79enni = 2.200.000 adulti

- IL TIPO DELLA "MISERIA SESSUALE" E CULTURALE, POCO COLTO E MEDIO-BASSO
- PER QUATTRO QUINTI GIA' ORA POSSESSORI DI VCR IN CASA (80%) E MASSIMI ACQUIRENTI/NO-LEGGIATORI PERSONALI DI PRVC (91%)
- CON DUE CENTRI D'INTERESSE: IL PORNO (97%) E IL RESTO, ANZITUTTO E SOPRA MEDIA FILM COMICI (86%) E D'AZIONE/AVVENTURA/THRILLERS (80%), MA ANCHE FILM D'ANIMAZIONE/CARTONI ANIMATI (61%), PER BAMBINI/RAGAZZI (59%), DI FANTASCIENZA (56%) E MENO DELLA MEDIA FILM DRAMMATICI E COMMEDIE E (PIU' DELLA MEDIA) FILM HORROR E PROGRAMMI SPORTIVI, PIU' ALCUNI DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI

TIPO C: I PORNOFILI, INFANTILI

(segue)

- ASSAI ORIENTATI AL CANALE TRADIZIONALE (90%) MA - MENO - ANCHE ALLE EDICOLE (21%) ED AI NEGOZI DI DISCHI (20%: IL MASSIMO TRA GLI OTTO TIPI), ALLE BANCARELLE (IN MISURA MASSIMA) ED ALLA MODERNA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE E NON (SEMPRE 11%)



UN TIPO AD ELEVATATA, MASSIMA FORZA DELLA PERSONALITA' (125); PER TRE QUARTI E MASSIMAMENTE MASCHILE; QUASI DEL TUTTO (87%) MEN CHE 45ENNE ED ANZI IN NETTA MAGGIORANZA (56%) 18-34ENNE; IL PIU' FORTE NEL NORD-EST (24%) E PER META' SETTENTRIONALE, PER UN SESTO CENTRALE, PER UN TERZO MERIDIONALE; IN MISURA MASSIMA (34%) URBANO-METROPOLITANO E MEDIO-BASSO/BASSO IN TERMINI DI CLASSE SOCIO-ECONOMICA (30%: IL 58% E' MEDIO) E DI TITOLO DI STUDIO (IL 72% NON E'

(segue)

TIPO C: I PORNOFILI INFANTILI

(segue)

DIPLOMATO O LAUREATO: UN LIVELLO INEGUAGLIATO TRA GLI OTTO TIPI), CON LA MASSIMA QUOTA (22%) DI NON LETTORI DI QUOTIDIANI; CON LA MASSIMA PERCENTUALE DI SALARIATI (30%) E DISOCCUPATI (11%) E QUOTE MINIME DI CETI SUPERIORI E MEDI IMPIEGATIZI E CASALINGHE; EQUIRIPARTITO TRA CONIUGATI E CELIBI/NUBILI, PER UN ELEVATO 64% SENZA BAMBINI/RAGAZZI 0-14ENNI IN CASA MA PER L'87% IN FAMIGLIE DI TRE O PIU' MEMBRI; IN MASSIMA MISURA NON FREQUENTATORI DELLA MESSA (42%); PER LA META' (51%) NON SPETTATORI CINEMATOGRAFICI NELL'ULTIMO SEMESTRE

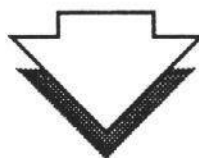
TIPO D: I GIOVANI AGGRESSIVI

Il 5.5% dei 14-79enni = 2.600.000 adulti

- MASCHI GIOVANISSIMI E GIOVANI, MEDI PER REDDITO E SCOLARITA', STUDENTI E OPERAI, MODERATAMENTE EDONISTI, ALLA RICERCA (PASSIVA) DI SENSAZIONI INTENSE
- PER L'88% GIA' ORA POSSESSORI DI VCR IN CASA E SPECIALMENTE MASSIMI BUYERS/RENTERS ATTUALI DI PRVC (92%)
- I MASSIMI AMANTI DELLE EMOZIONI FORTI ANCHE IN PRVC: FILM D'AZIONE/AVVENTURA/THRILLERS (96%), FILM HORROR (88%), FILM DI FANTASCIENZA (84%) E FILM DRAMMATICI (74%), COMUNQUE PER TUTTI (89%) ED ANCHE COMICI (83%), A VOLTE D'ANIMAZIONE (71%)

TIPO D: I GIOVANI AGGRESSIVI

- COME TUTTI ORIENTATI DOMINANTEMENTE AL CANALE TRADIZIONALE (91%), CON PESO MINORE DELLE EDICOLE E DEI NEGOZI DI DISCHI (16%) E - SU LIVELLI ASSAI INFERIORI - DEI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (8%), DELLA GDO FOOD E NON FOOD (ENTRAMBE 7%), DELLE BANCARELLE (7%)



UN TIPO MASCHILE (60%); MASSIMAMENTE GIOVANE (55% 14-24ENNI O 82% 14-34ENNI) E INFATTI CELIBE/NUBILE SENZA PARI (65%); CON MEDIA FORZA DELLA PERSONALITA' (110); MASSIMAMENTE RADICATO NELLE REGIONI CENTRALI (26%) E MINIMAMENTE NEL NORD-OVEST (24%: COL NORD-EST 42%), CON UNA LIEVE ACCENTUAZIONE NEI CENTRI DI PIU' DI 30MILA ABITANTI (53%); MASSIMAMENTE (64%) APPARTENENTE A FAMIGLIE MEDIE O NUMEROSE

(segue)

TIPO D: I GIOVANI AGGRESSIVI

(segue)

DI 4 O PIU' COMPONENTI, ANCHE BAMBINI/RAGAZZINI; SCOLARIZZATO MA CONCENTRATO TRA LICENZA MEDIA (49%) E DIPLOMA (40%), DATA L'ETA' MEDIA, ANCHE SE UN ELEVATO QUINTO NON LEGGE MAI IL QUOTIDIANO (MA IL 48% REGOLARMENTE); CON LA PIU' ALTA PERCENTUALE DI STUDENTI ULTRA13ENNI (34%) E VARI SALARIATI (19%) E RELATIVAMENTE POCHI APPARTENENTI AI CETI MEDI O SUPERIORI, MENTRE DOMINA (65%) LA CLASSE SOCIO-ECONOMICA MEDIA; CON LA PIU' ALTA QUOTA DI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI (65% NELL'ULTIMO TRIMESTRE) MA CON FREQUENZA BASSA

TIPO E: I "SOLO PER I BAMBINI"

il 3.4% dei 14-79enni = 1.600.000 adulti

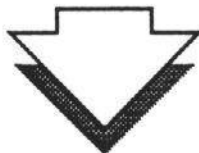
- GENITORI ADULTI E BENESTANTI, POCO INTERESSATI PER SE' ALLE PRVC E POCO INFORMATI IN GENERE, MALGRADO LA TOTALE E MASSIMA (96%) PRESENZA DI VCR IN CASA
- BUONI BUYERS/RENTERS ATTUALI (86%) DI PRVC
- SOLO INTERESSATI ALL'INFANZIA, AL SUO SVAGO, ALLA SUA EDUCAZIONE
- ORIENTATI SOLO - E MEDIAMENTE - ALLE PRVC PER BAMBINI (CARTONI ANIMATI, FILM D'ANIMAZIONE 59%, FILM AD HOC 57%) E DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI (42%)

(segue)

TIPO E: I "SOLO PER I BAMBINI"

(segue)

- ANZITUTTO ORIENTATI AL CANALE DOMINANTE (MA NELLA MISURA MINIMA TRA GLI 8 TIPI COL 74%), CON DISCRETO PESO - SUPERIORE ALLA MEDIA - DELLE EDICOLE (21%), DEI SUPER/IPERMERCATI (14%), DEI NEGOZI DI DISCHI (14%) E DELLE LIBRERIE/CARTOLIBRERIE (9%)



UN TIPO CON MINIMA FORZA DELLA PERSONALITA' (103); SETTENTRIONALE (50%) E NON URBANO-METROPOLITANO (COL MINIMO - SOLO IL 13% - NEI COMUNI DAI 100MILA ABITANTI IN SU); PERFETTAMENTE PARITETICO PER SESSO; CONCENTRATO NELLE CLASSI CENTRALI D'ETA' (50% 35-54ENNI + 25% 25-34ENNI), IN MASSIMA MISURA COMPOSTO DA CONIUGATI (76%) E CON UN'ELEVATA PRESENZA DI BAMBINI/RAGAZZI 0-14ENNI IN FAMIGLIA (61%, PER LA META' FIGLI PICCOLI) E D'ALTRA PARTE PER IL 58% CON NUCLEI

(segue)

TIPO E: I "SOLO PER I BAMBINI"

(segue)

FAMILIARI DI 4 O PIU' COMPONENTI (E UN ALTRO 30% DI 3 MEMBRI); CON LA MASSIMA QUOTA (25%) DI CONSUMATORI MEDIO-FORTI E FORTI ED UN 56% DI CONSUMATORI MEDI, CON UN'ELEVATA QUOTA DI LETTORI DI QUOTIDIANI (84% REGOLARI E SALTUARI) E CON LA MINIMA QUOTA DI FORTI UTENTI TV (15% DALLE 4 ORE IN SU AL DI'); SOGGETTI ATTIVI APPARTENENTI AI CETI MEDI E SUPERIORI (46%) O CASALINGHE (25%); IN MINIMA MISURA (42%), SPETTATORI CINEMATOGRAFICI NEGLI ULTIMI 6 MESI

TIPO F: LE MAMME PRVC DIPENDENTI

Il 5.6% dei 14-79enni = 2.600.000 adulti

- **MADRI SCOLARIZZATE DI FAMIGLIE MODERNE DI CETO MEDIO O MEDIO-ALTO, CON INTERESSI PROPRI E MOLTO IMPEGNATE NELL'EDUCAZIONE DEI FIGLI (SPESSO PICCOLI)**
- **PER IL 93% GIA' ORA POSSESSORI DI VCR IN CASA E FORTI BUYERS/RENTERS PERSONALI DI PRVC (91%)**
- **CON DUE CENTRI D'INTERESSE: SIA LE PRVC PER BAMBINI/RAGAZZI (FILM 91%, CARTONI ANIMATI 97%, A VOLTE DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI 46%) CHE MAGARI GUARDANO ESSE STESSO; SIA I FILM PER TUTTI (95%), SPECIE COMICI (86%), GRANDI CLASSICI DELLA STORIA DEL CINEMA (85%), COMMEDIE (77%), FILM D'AZIONE)/D'AVVENTURA/THRILLERS (72%), ANCHE DRAMMATICI (59%) E INEDITI (51%)**

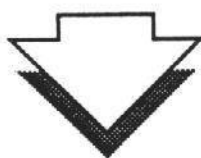
(segue)

TIPO F: LE MAMME PRVC DIPENDENTI

(segue)



- **DOMINANTEMENTE - COME TUTTI I TIPI - ORIENTATI AL CANALE TRADIZIONALE (89%) MA INTERESSATI ANCHE ALL'EDICOLA (17%), ALLA MODERNA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE (12%) E NON (13%), IN MISURA MASSIMA (11%) ALLE LIBRERIE/CARTOLIBRERIE, ANCHE AI NEGOZI DI DISCHI ED A QUELLI DI FOTO-OTTICA (8% ENTRAMBI)**



UN TIPO FEMMINILE (67%); IN MASSIMA MISURA 25-44ENNE (62%: L'81% E' 18-44ENNE); CON MEDIA FORZA DELLA PERSONALITA' (109); EQUIDISTRIBUITO PER AREE E CENTRI ABITATI; OVVIAMENTE CON UN'ELEVATISSIMA QUOTA (75%) DI CONIUGATI E CON IL MASSIMO PESO TRA I TIPI DI FAMIGLIE DI 3 E 4 COMPONENTI (72%) E DI PRESENZA DI BAMBINI/RAGAZZINI IN CASA (64%: SPECIE 0-6ENNI PER IL 41%) E

(segue)

TIPO F: LE MAMME PRVC DIPENDENTI

(segue)

PERCIO' DEBOLI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI (44% NELL'ULTIMO SEMESTRE); PER L'80% DI CLASSE MEDIA O MEDIO-SUPERIORE MA IN MISURA MINIMA (45%) LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI, MALGRADO L'ALTA PERCENTUALE (55%) DI LAUREATI E DIPLOMATI; PECULIARE PER LA MASSIMA QUOTA DI CASALINGHE (26%) E L'ALTA QUOTA DI IMPIEGATI (21%), DOCENTI (8%), AGRICOLTORI (3%)

TIPO G: I GIOVANI PROVINCIALI ANNOIATI

Il 6.8% del 14-79enni = 3.200.000 adulti

- GIOVANI E GIOVANI ADULTI, MEDI E SCOLARIZZATI MA NON GRANCHE' COLTI, NON CONIUGATI E COMUNQUE SENZA FIGLI, DIFFUSI NEI CENTRI MINORI, MEDI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI E CONSUMATORI NON APPASSIONATI O INTENSI DI PRVC (SOLO FILM D'AZIONE O DA RIDERE)
- PER L'89% GIA' ORA POSSESSORE DI VCR IN CASA E DISCRETO BUYER/RENTER PERSONALE DI PRVC (80%: UNO DEI VALORI PIU' BASSI TRA GLI 8 TIPI)
- AL SOLITO FORTEMENTE ORIENTATO AL CANALE TRADIZIONALE (89%) E - MOLTO MENO - ALLE EDICOLE, AI NEGOZI DI DISCHI, AI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (TUTTI 12%, CHE NELL'ULTIMO CASO E' LA QUOTA MASSIMA TRA I VARI TIPI); SEGUITI DAI GRANDI MAGAZZINI (9%) E DAI DISTRIBUTORI AUTOMATICI (7%: IL VALORE MASSIMO REGISTRATO)

(segue)

TIPO G: I GIOVANI PROVINCIALI ANNOIATI

Il 6.8% dei 14-79enni = 3.200.000 adulti

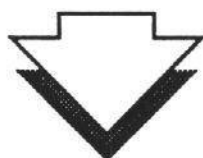
- GIOVANI E GIOVANI ADULTI, MEDI E SCOLARIZZATI MA NON GRANCHE' COLTI, NON CONIUGATI E COMUNQUE SENZA FIGLI, DIFFUSI NEI CENTRI MINORI, MEDI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI E CONSUMATORI NON APPASSIONATI O INTENSI DI PRVC (SOLO FILM D'AZIONE O DA RIDERE)
- PER L'89% GIA' ORA POSSESSORE DI VCR IN CASA E DISCRETO BUYER/RENTER PERSONALE DI PRVC (80%: UNO DEI VALORI PIU' BASSI TRA GLI 8 TIPI)
- AL SOLITO FORTEMENTE ORIENTATO AL CANALE TRADIZIONALE (89%) E - MOLTO MENO - ALLE EDICOLE, AI NEGOZI DI DISCHI, AI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (TUTTI 12%, CHE NELL'ULTIMO CASO E' LA QUOTA MASSIMA TRA I VARI TIPI); SEGUITI DAI GRANDI MAGAZZINI (9%) E DAI DISTRIBUTORI AUTOMATICI (7%: IL VALORE MASSIMO REGISTRATO)

(segue)

TIPO G: I GIOVANI PROVINCIALI ANNOIATI

(segue)

- CERTO NON GRANDI APPASSIONATI DI HOME-VIDEO, NELL'AMBITO DEL QUALE PREVILEGIANO COMUNQUE I FILM PER TUTTI (83%), SPECIE QUELLI D'AZIONE/AVVENTURA/THRILLERS (77%) E QUELLI COMICI (74%) E - MENO - I GRANDI CLASSICI DELLA STORIA DEL CINEMA (58%), LE COMMEDIE (55%), I FILM DRAMMATICI (45%) E QUELLI INEDITI AL CINEMA (43%)



UN TIPO PREVALENTEMENTE MASCHILE (59%); PER QUASI LA META' (48%) 18-34ENNE; CON MEDIA FORZA DELLA PERSONALITA' (113); EQUIDISTRIBUITO PER AREE; CON LA MASSIMA PRESENZA AL DI SOTTO DEI 30MILA ABITANTI (60%) E LA MINIMA TRA I 30 ED I 100MILA (13%); PER OLTRE LA META' (56%) CELIBE/NUBILE; CON

(segue)



TIPO G: I GIOVANI PROVINCIALI ANNOIATI

(segue)

LA MASSIMA QUOTA (54%) DI FAMIGLIE CON MENO DI 4 COMPONENTI ED INFATTI CON LA MINIMA QUOTA (18%) DI PRESENZA DI BAMBINI/RAGAZZINI IN FAMIGLIA; PER UN MEDIO 46% LAUREATO O DIPLOMATO MA CON UN MEDIO-ALTO 86% DI LETTURA DEL QUOTIDIANO, REGOLARE O SALTUARIA; DI DOMINANTE (63%) CLASSE SOCIO-ECONOMICA MEDIA (E 19% MEDIO-BASSA); CON UN PROFILO PER NULLA NETTO IN TERMINI DI RUOLI SOCIO-PROFESSIONALI (22% GLI STUDENTI ULTRA 13ENNI, 32% I CETI MEDI IMPIEGATIZI ED AUTONOMI, 17% I SALARIATI); CON UNA BUONA QUOTA (59%) DI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI, SPECIE MEDI FREQUENTATORI DI SALE

TIPO H: I RAGAZZINI VERI O ETERNI

Il 5.3% dei 14-79enni = 2.500.000 adulti

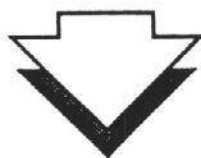
- GENITORI DI MEDIO LIVELLO SOCIALE CON FAMIGLIE NON PICCOLE DAI GUSTO UN PO' INFANTILI/ADOLESCENZIALI CHE TIRAN SU BAMBINI/ADOLESCENTI; OPPURE ADOLESCENTI TOUR COURT
- PER CINQUE SESTI GIA' ORA POSSESSORI DI VCR IN CASA (84%) E FORTI ACQUIRENTI/NOLEGGIATORI DI PRVC (89%)
- CON TRE CENTRI D'INTERESSE: I FILM PER TUTTI (NON VIETATI: 99%), SPECIE E SENZA PARI COMICI (95%) E - MENO - D'AZIONE/AVVENTURA/THRILLERS (79%) O A VOLTE FANTASCIENZA (51%); IN MISURA MASSIMA O QUASI I FILM PER BAMBINI/RAGAZZI (92%) ED I CARTONI ANIMATI O FILM D'ANIMAZIONE (88%), COSI' COME - MA SOLO IN MEDIA - I DOCUMENTARI SCIENTIFICI/CULTURALI (48%); E, SEMPRE IN MISURA MASSIMA O QUASI, LE PRVC DI SPORT (58%) E DI MUSICA LEGGERA (41%)

(segue)

TIPO H: I RAGAZZINI VERI O ETERNI

(segue)

- ORIENTATI ASSAI AL CANALE TRADIZIONALE (89%) MA CON BUONA MULTICANALITA' E DISCRETO PESO SOPRAMEDIA DEI GRANDI MAGAZZINI (21%: IL MASSIMO TRA TUTTI I TIPI), DELLE EDICOLE (20%), DELLA GDO ALIMENTARE E DEI NEGOZI DI DISCHI (12%), DELLE BANCARELLE (9%), DEI NEGOZI DI HI-FI/ELETTRONICA (8%)



UN TIPO CON MEDIA FORZA DELLA PERSONALITA' (110); MASSIMAMENTE CENTRO-SETTENTRIONALE (71%) E LEGGERMENTE PIU' URBANO-METROPOLITANO DELLA MEDIA (30% DI RESIDENTI IN COMUNI DAI 100MILA ABITANTI IN SU); CON LIEVE PREDOMINIO MASCHILE (53%); CON UNA COMPONENTE GIOVANISSIMA (14% DI 14-17ENNI) ED UN'ALTRA ADULTA E PARENTALE (59% DI 25-44ENNI), CON UNA FORTE QUOTA DI CONIUGATI (68%) E DI FAMIGLIE DI 4 O PIU' MEMBRI (60%), COL MASSIMO DI

(segue)

TIPO H: I RAGAZZINI VERI O ETERNI

(segue)

BAMBINI/RAGAZZI 0-14ENNI IN CASA (64%); CON UNA QUOTA MINIMA DI LAUREATI (3%) E MEDIA DI DIPLOMATI (38%) E MOLTI SOGGETTI CON LA LICENZA MEDIA (44%); BUONI LETTORI DI QUOTIDIANI REGOLARI E SALTUARI (80%) E MEDI UTENTI TV (77%); DI CLASSE SOCIO-ECONOMICA PER UN SESTO MEDIO-ALTA/ALTA E INVECE PREVALEMENTEMENTE MEDIA (62%), CON BUON PESO DEI SALARIATI (21%) E DEGLI STUDENTI ULTRA13ENNI (16%) MA SPECIALMENTE DEGLI IMPIEGATI (22%) E MASSIMO DEI LAVORATORI AUTONOMI (15%); IN MAGGIORANZA (57%) NON SPETTATORI CINEMATOGRAFICI NEGLI ULTIMI SEI MESI