

**LA PRODUZIONE, DISTRIBUZIONE
E FRUIZIONE DEL PRODOTTO
CINEMATOGRAFICO**

A.N.I.C.A. 1995

**REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON LA
PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI**

LA PRESENZA IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI

(base: 46.800.000 14-79enni)

	<u>%</u> <u>14-79enni</u>	<u>n°</u> <u>14-79enni</u>
• TELEVISORE SINO A 28 POLLICI	92.6	43.300.000
• TELEVISORE GRANDE, DA 29 POLLICI IN SU	17.6	8.300.000
• VIDEOREGISTRATORE	65.0	30.400.000
• PAY-TV CON DECODER (TelePiù)	4.5	2.100.000
• IMPIANTO SATELITARE CON PARABOLA PROPRIA O CONDOMINIALE	1.6	700.000
• CONSOLLE/PIATTAFORMA PER VIDEO-GIOCHI	11.9	5.600.000
• LETTORE DI COMPACT DISC VIDEO	11.6	5.400.000
- <i>CDI</i>	9.1	4.300.000
- <i>VIDEO CD</i>	2.6	1.200.000
- <i>CD ROM</i>	3.9	1.800.000
- <i>PHOTO CD</i>	1.3	600.000
		(segue)

LA PRESENZA IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI

(segue)

	<u>%</u> <u>14-79enni</u>	<u>n°</u> <u>14-79enni</u>
• PC SEMPLICE	18.9	8.900.000
• PC MULTIMEDIALE CON CD ROM	4.8	2.300.000
• SOFTWARE	14.7	6.900.000
- <i>LAVORO (wordprocessing, data-base, ecc.)</i>	8.9	4.200.000
- <i>TEMPO LIBERO (musica, giochi, film, ecc.)</i>	11.0	5.100.000
- <i>ISTRUZIONE, FORMAZIO- NE, EDUCATION (arte, let- t-ratura, scienza, lingue, ecc.)</i>	7.0	3.300.000
- <i>ALTRI SOFTWARE</i>	4.7	2.200.000
• ABBONAMENTO A SERVI- ZI ON-LINE O ALTRI ACCESSI AD INTERNET	0.9	>400.000

IL POSSESSO IN CASA DI TELEVISORE >29"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 93%

ACCENTUAZIONI:

- CENTRO, SUD E ISOLE 94%
- <10MILA ABITANTI 94%
- 18-24ENNI 95% + 14-17ENNI E 35-44ENNI 94%
- CLASSE INFERIORE 96%
- CASALINGHE 94%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 96%
- 0-14ENNI IN FAMIGLIA 95%
- INDICE FdP 100

IL POSSESSO IN CASA DI TELEVISORE >28"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 18%

ACCENTUAZIONI:

- 10-30MILA ABITANTI 22%
- 14-17ENNI 28% + 18-24ENNI 27%
- DIPLOMATI 23%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 27% + MEDIA 20%
- STUDENTI 27% + DISOCCUPATI/ALTRO 22% + IMPIEGATI/QUADRI 20%
- 4 O PIU' COMPONENTI FAMIGLIA 20%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 20%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 20%
- FORTI UTENTI TV E DEBOLI/NON UTENTI TV 20%
- INDICE FdP 113

IL POSSESSO IN CASA DI VIDEOREGISTRATORE

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 65%

ACCENTUAZIONI:

- CENTRO 70%
- 100-500MILA ABITANTI 73% + 30-100MILA E >500MILA ABITANTI 71%
- 14-17ENNI 83% + 18-24ENNI 80% + 35-44ENNI 79% + 25-34ENNI 76% + 45-54ENNI 70%
- DIPLOMATI 81% + LAUREATI 76% + MEDIE INFERIORI 71%
- CLASSE SUPERIORE 89% + MEDIO-SUPERIORE 85% + MEDIA 77%
- CETI UP 87% + STUDENTI 83% + IMPIEGATI/QUADRI E LAVORATORI AUTONOMI 80% + DOCENTI 77% + AGRICOLTORI/SALARIATI 69%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 81% + 5 O PIU' COMPONENTI 74% + 3 COMPONENTI 71%
- 0-6ENNI IN FAMIGLIA 81% + 11-14ENNI 79% + 7-10ENNI 77%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 74% + LETTORI SALTUARI 69%
- INDICE FdP 108

IL POSSESSO IN CASA DI PAY-TV

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 5%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 6%
- >500MILA ABITANTI 7%
- 18-24ENNI 7%
- LAUREATI E DIPLOMATI 8%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 11% + SUPERIORE 9%
- CETI UP 14% + IMPIEGATI/QUADRI E STUDENTI 6%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 7%
- INDICE FdP 121

IL POSSESSO IN CASA DI IMPIANTO SATELLITARE CON PARABOLA

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 2%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 3%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 4%
- LAVORATORI AUTONOMI 5% + CETI UP 4%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 3%
- INDICE FdP 110

IL POSSESSO IN CASA DI CONSOLLE PER VIDEO-GIOCHI

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 12%

ACCENTUAZIONI:

- 30-100MILA ABITANTI 14%
- 14-17ENNI 33% + 35-44ENNI 16% + 18-24ENNI 14%
- LAUREATI E MEDIE INFERIORI 16%
- CLASSE SUPERIORE 22% + MEDIO-SUPERIORE 17% + MEDIA 15%
- STUDENTI 26% + IMPIEGATI/QUADRI 17% + CETI UP 15% + LAVORATORI AUTONOMI 14%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 18% + 5 O PIU' COMPONENTI 16%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 30% + 7-10ENNI 19% + 0-6ENNI 14%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 16%
- INDICE FdP 112

IL POSSESSO IN CASA DI LETTORE DI CD VIDEO

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 12%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 15%
- 100-500MILA ABITANTI 23% + >500MILA ABITANTI 14%
- UOMINI 13%
- 18-24ENNI 20% + 45-54ENNI 15% + 35-44ENNI 14%
- LAUREATI 20% + DIPLOMATI 18%
- CLASSE SUPERIORE 27% + MEDIO-SUPERIORE 23% + MEDIA 15%
- CETI UP 29% + DOCENTI 19% + STUDENTI 18% + IMPIEGATI/QUADRI E LAVORATORI AUTONOMI 16%
- 5 O PIU' COMPONENTI FAMIGLIA 19% + 4 COMPONENTI 14%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 15% + 0-6ENNI 13%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 16%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 18%
- INDICE FdP 115

IL POSSESSO IN CASA DI CDI

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 9%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 12%
- 100-500MILA ABITANTI 19% + >500MILA ABITANTI 13%
- 18-24ENNI 17% + 45-54ENNI 12% + 35-44ENNI 11%
- LAUREATI 15% + DIPLOMATI 14%
- CLASSE SUPERIORE 22% + MEDIO-SUPERIORE 18% + MEDIA 11%
- CETI UP 20% + DOCENTI 15% + LAVORATORI AUTONOMI 14% +
STUDENTI 13% + IMPIEGATI/QUADRI 12%
- 5 O PIU' COMPONENTI FAMIGLIA 14%
- 0-6ENNI IN FAMIGLIA E 11-14ENNI 11%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 13%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 13%
- INDICE FdP 117

IL POSSESSO IN CASA DI PHOTO CD

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 1%

ACCENTUAZIONI:

- >500MILA ABITANTI 2%
- 14-24ENNI 3% + 45-54ENNI 2%
- LAUREATI 2%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 3%
- DOCENTI 4% + IMPIEGATI/QUADRI E DISOCCUPATI/ALTRO 3%
- INDICE FdP 127

IL POSSESSO IN CASA DI VIDEO CD

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 3%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 4%
- >500MILA ABITANTI 4%
- 14-24ENNI 4%
- DIPLOMATI 5%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 6%
- IMPIEGATI/QUADRI, LAVORATORI AUTONOMI, STUDENTI E DISOCCUPATI/ALTRO 4%
- 5 O PIU' COMPONENTI FAMIGLIA 6%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 4%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 4%
- INDICE FdP 114

IL POSSESSO IN CASA DI PC SEMPLICE

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 19%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 22%
- >500MILA ABITANTI 25% + 100-500MILA ABITANTI 22%
- UOMINI 22%
- 14-17ENNI 34% + 18-24ENNI 26% + 45-54ENNI 24% + 35-44ENNI 21%
- LAUREATI 37% + DIPLOMATI 25%
- CLASSE SUPERIORE 49% + MEDIO-SUPERIORE 34% + MEDIA 23%
- CETI UP 45% + STUDENTI 40% + IMPIEGATI/QUADRI E DOCENTI 26%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 28% + 5 O PIU' COMPONENTI 26%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 26%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 27%
- INDICE FdP 110

IL POSSESSO IN CASA DI PC MULTIMEDIALE

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 5%

ACCENTUAZIONI:

- 100-500MILA ABITANTI 9% + >500MILA ABITANTI 7%
- 18-24ENNI 8% + 25-34ENNI 7%
- DIPLOMATI 10% + LAUREATI 9%
- CLASSE SUPERIORE 15% + MEDIO-SUPERIORE 12%
- CETI UP 16% + IMPIEGATI/QUADRI 9% + DOCENTI 8%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 7% + 5 O PIU' COMPONENTI 6%
- 0-6ENNI E 11-14ENNI IN FAMIGLIA 7%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 7%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 10%
- INDICE FdP 116

IL POSSESSO IN CASA DI SOFTWARE

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 15%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-EST 17%
- 100-500MILA ABITANTI 22% + >500MILA ABITANTI 21%
- UOMINI 18%
- 14-24ENNI 22% + 25-34ENNI 18% + 35-44ENNI 17%
- LAUREATI 35% + DIPLOMATI 22%
- CLASSE SUPERIORE 52% + MEDIO-SUPERIORE 31% + MEDIA 17%
- CETI UP 50% + STUDENTI 30% + IMPIEGATI/QUADRI E DOCENTI 23%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 22% + 0-6ENNI 18% + 7-10ENNI 17%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 21%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 18% + MEDI UTENTI 17%
- INDICE FdP 114

IL POSSESSO IN CASA DI SOFTWARE PER SVAGO

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 11%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 13%
- >500MILA ABITANTI 16% + 100-500MILA ABITANTI 15%
- UOMINI 13%
- 14-24ENNI 18% + 35-44ENNI 13%
- LAUREATI 22% + DIPLOMATI 17%
- CLASSE SUPERIORE 23% + MEDIO-SUPERIORE 21% + MEDIA 14%
- STUDENTI 25% + DOCENTI 22% + CETI UP 20% + IMPIEGATI/QUADRI 19%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 18%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 18% + 0-6ENNI 13%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 15%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 13%
- INDICE FdP 112

IL POSSESSO IN CASA DI SOFTWARE EDUCATIONAL

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 7%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 9%
- 100-500MILA ABITANTI E >500MILA ABITANTI 10%
- UOMINI 9%
- 18-24ENNI 11% + 25-34ENNI E 45-54ENNI 9%
- LAUREATI 16% + DIPLOMATI 13%
- CLASSE SUPERIORE 25% + MEDIO-SUPERIORE 14% + MEDIA 9%
- CETI UP 19% + DOCENTI 15% + IMPIEGATI/QUADRI E STUDENTI 13%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 11% + 5 O PIU' COMPONENTI 9%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 11%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 11%
- INDICE FdP 114

IL POSSESSO IN CASA DI CD ROM

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 4%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 6%
- 100-500MILA ABITANTI 7%
- UOMINI 5%
- 18-24ENNI 7% + 14-17ENNI 6% + 45-54ENNI 5%
- LAUREATI E DIPLOMATI 7%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 9% + CLASSE SUPERIORE 7%
- CETI UP 11% + IMPIEGATI/QUADRI 7% + STUDENTI E DISOCCUPATI/ALTRO 6%
- 5 O PIU' COMPONENTI FAMIGLIA 5%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 6%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 6%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 7%
- INDICE FdP 115

IL POSSESSO IN CASA DI ALTRO SOFTWARE

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 5%

ACCENTUAZIONI:

- >500MILA ABITANTI 8%
- 18-24ENNI 10% + 14-17ENNI 8%
- LAUREATI 9% + DIPLOMATI 7%
- CLASSE SUPERIORE 11% + MEDIO-SUPERIORE 9%
- STUDENTI 11% + CETI UP 10% + IMPIEGATI/QUADRI 9%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 7%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 8% + 7-10ENNI 7%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 7%
- INDICE FdP 119

IL POSSESSO IN CASA DI INTERNET

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 1%

ACCENTUAZIONI:

- CENTRO 2%
- >500MILA ABITANTI 2%
- LAUREATI 2%
- CLASSE SUPERIORE 4% + MEDIO-SUPERIORE 3%
- CETI UP 5% +LAVORATORI AUTONOMI 3%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 2%
- INDICE FdP 128

IL FUTURO POSSESSO IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI NEI PROSSIMI TRE ANNI

	<u>n° 14-79enni futuri owners in casa</u>	<u>n° 14-79enni attuali owners in casa</u>	<u>Δ % in tre anni</u>
• TELEVISORE <29 POL- LICI	500.000	43.300.000	+1
• TELEVISORE >28 POL- LICI	3.700.000	8.300.000	+45
• VIDEOREGISTRATORE	3.600.000	30.400.000	+12
• PAY-TV	2.700.000	2.100.000	(+129)
• IMPIANTO SATELLI- TARE CON PARABOLA	5.000.000	700.000	(+714)
• CONSOLLE PER VIDEO- GIOCHI	1.600.000	5.600.000	+29
• LETTORE DI COMPACT DISC VIDEO	3.900.000	5.400.000	(+72)
- <i>CDI</i>	3.100.000	4.300.000	(+72)
- <i>VIDEO CD</i>	2.200.000	1.200.000	(+183)
- <i>CD ROM</i>	2.700.000	1.800.000	(+150)
- <i>PHOTO CD</i>	1.500.000	600.000	(+250)

(segue)

IL POSSESSO IN CASA DI SOFTWARE PER LAVORO

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 9%

ACCENTUAZIONI:

- 100-500MILA ABITANTI 14% + >500MILA ABITANTI 13%
- UOMINI 11%
- 18-24ENNI 13% + 14-17ENNI E 25-34ENNI 12%
- LAUREATI 24% + DIPLOMATI 15%
- CLASSE SUPERIORE 40% + MEDIO-SUPERIORE 24%
- CETI UP 40% + DOCENTI 18% + STUDENTI 17% + IMPIEGATI/QUADRI 14%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 12%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 11%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 14%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 11%
- INDICE FdP 117

IL FUTURO POSSESSO IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI NEI PROSSIMI TRE ANNI

(segue)

	<u>n° 14-79enni futuri owners in casa</u>	<u>n° 14-79enni attuali owners in casa</u>	<u>Δ% in tre anni</u>
• PC SEMPLICE	4.500.000	8.900.000	+51
• PC MULTIMEDIALE CON CD ROM	3.800.000	2.300.000	+165
• SOFTWARE	3.900.000	6.900.000	+57
- <i>LAVORO</i>	3.000.000	4.200.000	+71
- <i>TEMPO LIBERO</i>	2.700.000	5.100.000	+53
- <i>EDUCATION</i>	3.000.000	3.300.000	+91
- <i>ALTRI SOFTWARE</i>	2.200.000	2.200.000	+100
• SERVIZI ON-LINE/INT- TERNET	3.400.000	>400.000	+800

L'USO PERSONALE DI PRODOTTI TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA

	<u>n° 14-79enni users personali</u>	<u>n° 14-79enni owners in casa</u>	<u>% users su totale owners in casa</u>
• TELEVISORE <29 POL- LICI	41.100.000	43.300.000	95
• TELEVISORE >28 POL- LICI	7.500.000	8.300.000	90
• VIDEOREGISTRATORE	24.400.000	30.400.000	80
• PAY-TV	1.800.000	2.100.000	86
• IMPIANTO SATELLITA- RE CON PARABOLA-	600.000	700.000	76
• CONSOLLE PER VIDEO- GIOCHI	2.600.000	5.600.000	47
• LETTORE DI COMPACT DISC VIDEO	3.900.000	5.400.000	72
- <i>CDI</i>	3.100.000	4.300.000	72
- <i>VIDEO CD</i>	700.000	1.200.000	57
- <i>CD ROM</i>	1.200.000	1.800.000	68
- <i>PHOTO CD</i>	<400.000	600.000	61

(segue)

L'USO PERSONALE DI PRODOTTI TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA

(segue)

	<u>n° 14-79enni users personali</u>	<u>n° 14-79enni owners in casa</u>	<u>% users su totale owners in casa</u>
• PC SEMPLICE	5.200.000	8.900.000	59
• PC MULTIMEDIALE CON CD ROM	1.500.000	2.300.000	66
• SOFTWARE	4.900.000	6.900.000	71
- <i>LAVORO</i>	2.700.000	4.200.000	65
- <i>TEMPO LIBERO</i>	3.600.000	5.100.000	70
- <i>EDUCATION</i>	2.200.000	3.300.000	66
- <i>ALTRI SOFTWARE</i>	1.500.000	2.200.000	68
• SERVIZI ON-LINE/INT- TERNET	<300.000	>400.000	57

**IL FUTURO USO PERSONALE DI PRODOTTI
TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA NEI PROSSIMI
TRE ANNI**

	<u>n° 14-79enni futuri users personali</u>	<u>n° 14-79enni attuali users personali</u>	<u>Δ % in 3 anni</u>
• TELEVISORE <29 POL- LICI	400.000	41.100.000	+1
• TELEVISORE >28 POL- LICI	3.200.000	7.500.000	+43
• VIDEOREGISTRATORE	2.900.000	24.400.000	+12
• PAY-TV	2.100.000	1.800.000	+117
• IMPIANTO SATELLI- TARE CON PARABOLA-	4.200.000	600.000	+700
• CONSOLLE PER VIDEO- GIOCHI	900.000	2.600.000	+35
• LETTORE DI COMPACT DISC VIDEO	3.900.000	3.900.000	+100
- <i>CDI</i>	2.400.000	3.100.000	+77
- <i>VIDEO CD</i>	1.600.000	700.000	+229
- <i>CD ROM</i>	2.000.000	1.200.000	+167
- <i>PHOTO CD</i>	1.100.000	<400.000	+290

(segue)

**IL FUTURO USO PERSONALE DI PRODOTTI
TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA NEI PROSSIMI
TRE ANNI**

(segue)

	<u>n° 14-79enni futuri users personali</u>	<u>n° 14-79enni attuali users personali</u>	<u>Δ % in 3 anni</u>
• PC SEMPLICE	3.100.000	5.200.000	+60
• PC MULTIMEDIALE CON CD ROM	3.000.000	1.500.000	+200
• SOFTWARE	3.100.000	4.900.000	+63
- <i>LAVORO</i>	2.300.000	2.700.000	+85
- <i>TEMPO LIBERO</i>	2.100.000	3.600.000	+58
- <i>EDUCATION</i>	2.300.000	2.200.000	+105
- <i>ALTRI SOFTWARE</i>	1.700.000	1.500.000	+113
• SERVIZI ON-LINE/INT- TERNET	2.700.000	<300.000	+960

L'USO PERSONALE DI PRODOTTI TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA OGGI E TRA TRE ANNI

	<u>% 14-79enni</u> <u>users personali</u> <u>attuali</u>	<u>% 14-79enni</u> <u>users personali</u> <u>tra 3 anni</u>
• TELEVISORE <29 POLLICI	87.7	88.6
• TELEVISORE >28 POLLICI	15.9	22.7
• VIDEOREGISTRATORE	52.1	58.2
• PAY-TV	3.8	8.4
• IMPIANTO SATELLITARE CON PARABOLA	1.2	10.2
• CONSOLLE PER VIDEO-GIO- CHI	5.5	7.4
• LETTORE DI COMPACT DISC VIDEO	8.4	15.0
- <i>CDI</i>	6.6	11.6
- <i>VIDEO CD</i>	1.5	4.8
- <i>CD ROM</i>	2.7	6.9
- <i>PHOTO CD</i>	0.8	3.2

(segue)

L'USO PERSONALE DI PRODOTTI TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA OGGI E TRA TRE ANNI

(segue)

	<u>% 14-79enni users personali attuali</u>	<u>% 14-79enni users personali tra 3 anni</u>
• PC SEMPLICE	11.1	17.8
• PC MULTIMEDIALE CON CD ROM	3.2	9.5
• SOFTWARE	10.4	17.0
- <i>LAVORO</i>	5.8	10.6
- <i>TEMPO LIBERO</i>	7.7	12.2
- <i>EDUCATION</i>	4.6	9.6
- <i>ALTRI SOFTWARE</i>	3.2	5.1
• SERVIZI ON-LINE	0.5	6.2

I CANALI/MODI D'ACQUISTO DEL SOFTWARE DEGLI USERS ATTUALI E FUTURI

	<u>n° 14-79enni users attuali e futuri di software</u>	<u>% 14-79enni users attuali e futuri di software</u>
• NEGOZI SPECIALIZZATI IN SOFTWARE	4.200.000	51.1
• NEGOZI DI COMPUTER	4.200.000	51.1
• MEGA-STORES MULTIMEDIALI (TIPO RICORDI, VIRGIN, M. M. MEDIAWORLD, ECC.)	800.000	9.4
• SERVIZI ON-LINE (INTERNET, COMPUSERVE)	500.000	6.2
• EDICOLE	<500.000	5.6
• GRANDI MAGAZZINI	400.000	4.8
• LIBRERIE	>300.000	4.1
• NEGOZI DI DISCHI, HI-FI, VIDEOCASSETTE	<300.000	3.4
• SALE CINEMATOGRAFICHE	0.7
• NESSUNO, NON ACQUISTA O NON ACQUISTERA' PERSONALMENTE SOFTWARE	1.400.000	17.6

LE FONTI DI INFORMAZIONE SUL SOFTWARE DEGLI USERS ATTUALI E FUTURI

	<u>n° 14-79enni users attuali e futuri di software</u>	<u>% 14-79enni users attuali e futuri di software</u>
• NEGOZI DI COMPUTER	>2.800.000	34.7
• FAMILIARI, AMICI, CONOSCENTI	2.800.000	34.4
• NEGOZI SPECIALIZZATI IN SOFTWARE	2.200.000	27.2
• PERIODICI SPECIALIZZATI	2.000.000	24.6
• TV	1.300.000	16.5
• ESPERTI	1.200.000	14.9
• PERIODICI NON SPECIALIZZATI	900.000	10.8
• SCUOLA, INSEGNANTI	800.000	9.9
• PUBBLICITA'	>700.000	9.0
• FIERE	<700.000	8.1
• QUOTIDIANI	600.000	7.6
• NEGOZI DI DISCHI, HI-FI, VIDEOCASSETTE	>300.000	4.2
• RADIO	>200.000	2.7

(segue)

LE FONTI D'INFORMAZIONE SUL SOFTWARE DEGLI USERS ATTUALI E FUTURI

(segue)

	<u>n° 14-79enni users attuali e futuri di software</u>	<u>% 14-79enni users attuali e futuri di software</u>
• SERVIZI ON-LINE (INTERNET, COMPUSERVE)	200.000	2.5
• ALTRI TIPI DI PUNTI-VENDITA	>100.000	1.4
• PROMOZIONE NELLE SALE CINEMATOGRAFICHE	...	0.5
• ALTRE FONTI	...	0.5
• NESSUNA FONTE, NON RI- SPONDE	1.200.000	14.4

I PERIODICI SPECIALIZZATI IN COMPUTERS E
SOFTWARE LETTI DAGLI USERS ATTUALI DI
VIDEO-GIOCHI E/O CD VIDEO E/O PC SEMPLICE
O MULTIMEDIALE E/O SERVIZI ON-LINE

	<u>n° 14-79enni users attuali</u>	<u>% 14-79enni users attuali</u>
	<u>C.S.</u>	<u>C.S.</u>
• CD MAGAZINE	>900.000	9.6
• IL MIO COMPUTER	>500.000	5.5
• PC FAMILY	<500.000	4.9
• CLIC	<400.000	3.6
• CIAK	>300.000	3.5
• CD ROM OGGI	>200.000	2.5
• CHIP	>100.000	1.5
• CD REVIEW	100.000	1.1
• ALTRI	<500.000	4.9
• NESSUNO	7.300.000	74.9

I RAPPORTI CON I PRODOTTI TECNOLOGICI (COME PC, VIDEO-GIOCHI, CD VIDEO, ECC.)

	<u>n°</u> <u>14-79enni</u>	<u>%</u> <u>14-79enni</u>
DEI PRODOTTI TECNOLOGICI...		
• NON CAPISCO NIENTE	19.400.000	41.4
• PER ORA NON SO NIENTE	11.000.000	23.6
• STO IMPARANDO AD USARLI IN QUESTO PERIODO	4.200.000	9.0
• SO GIA' ORA MOLTO O ABBASTANZA	3.100.000	6.7
• SONO INTENZIONATO A SAPERNE DI PIU' PER POTERLI USARE IN FUTURO	7.600.000	16.3
• SONO UN DEBOLE UTILIZZA- TORE PER MOTIVI PROFES- SIONALI, DI LAVORO	2.400.000	5.1
• SONO UN DEBOLE UTILIZZA- TORE PER MOTIVI DI DIVER- TIMENTO, SVAGO (GIOCHI, FILM, MUSICA, ECC.)	2.000.000	4.2
• SONO UN FORTE UTILIZZA- TORE PER MOTIVI PROFESSIO- NALI, DI LAVORO	2.200.000	4.8
• SONO UN FORTE UTILIZZA- TORE PER MOTIVI DI DIVER- TIMENTO, SVAGO, (GIOCHI, FILM, MUSICA, ECC.)	900.000	1.9

(segue)

I RAPPORTI CON I PRODOTTI TECNOLOGICI (COME PC, VIDEO-GIOCHI, CD VIDEO, ECC.)

(segue)

	<u>n°</u> <u>14-79enni</u>	<u>%</u> <u>14-79enni</u>
• SONO UN UTILIZZATORE SOLITARIO	>900.000	2.0
• SONO UN UTILIZZATORE CON ALTRI (FAMILIARI, AMICI, COLLEGHI, CONOSCENTI)	1.600.000	3.5
• CREDO CHE DIVERRO' UN UTILIZZATORE PER MOTIVI PROFESSIONALI, DI LAVORO	2.600.000	5.5
• CREDO CHE DIVERRO' UN UTILIZZATORE PER MOTIVI DI DIVERTIMENTO, SVAGO (GIOCHI, FILM, MUSICA, ECC.)	1.600.000	3.4

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO NON CAPISCO NIENTE"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 41%

ACCENTUAZIONI:

- SUD E ISOLE 45%
- DONNE 50%
- 65-79ENNI 74% + 55-64ENNI 66% + 45-54ENNI 50%
- LICENZA ELEMENTARE/NULLA 76%
- CLASSE INFERIORE 76% + MEDIO-INFERIORE 63%
- PENSIONATI 72% + CASALINGHE 61%
- SINGLES 62% + 2 COMPONENTI FAMIGLIA 55%
- ASSENZA BAMBINI IN FAMIGLIA 46%
- NON LETTORI DI QUOTIDIANI 60%
- FORTI UTENTI TV 61%
- INDICE FdP 85

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO PER ORA NON SONO NIENTE"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 24%

ACCENTUAZIONI:

- CENTRO 28%
- 14-17ENNI 32% + 25-34ENNI 29%
- MEDIE INFERIORI 30%
- CLASSE MEDIA 27%
- DISOCCUPATI/ALTRO 41% + DOCENTI E AGRICOLTORI/SALARIATI 32% + STUDENTI 27%
- 3 COMPONENTI FAMIGLIA 28% + 5 O PIU' COMPONENTI 27%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 29% + 0-6ENNI 28%
- LETTORI SALTUARI DI QUOTIDIANI 27%
- INDICE FdP 105

"I PRODOTTI TECNOLOGICI IO STO IMPARANDO AD
USARLI IN QUESTO PERIODO"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 9%

ACCENTUAZIONI:

- 30-100MILA ABITANTI 10%
- UOMINI 11%
- 14-17ENNI 27% + 18-24ENNI 16% + 25-34ENNI 11% + 35-44ENNI 10%
- LAUREATI 22% + DIPLOMATI 12%
- CLASSE SUPERIORE 19% + MEDIO-SUPERIORE 18% + MEDIA 11%
- STUDENTI 26% + DOCENTI 21% + CETI UP 20% + IMPIEGATI/QUADRI E DISOCCUPATI/ALTRO 13%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 13% + 5 O PIU' COMPONENTI 12%
- 7-10ENNI IN FAMIGLIA 13% + 0-6ENNI E 11-14ENNI 11%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 12%
- MEDI UTENTI TV 10%
- INDICE FDP 119

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SO GIA' ORA MOLTO O
ABBASTANZA"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 7%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 9%
- >500MILA ABITANTI 9% + 30-100MILA ABITANTI 8%
- UOMINI 9%
- 14-17ENNI 16% + 18-24ENNI 11% + 25-44ENNI 9%
- LAUREATI 15% + DIPLOMATI 12%
- CLASSE SUPERIORE 14% + MEDIO-SUPERIORE 13% + MEDIA 9%
- STUDENTI 17% + CETI UP E IMPIEGATI/QUADRI 15%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 9%
- 0-6ENNI IN FAMIGLIA 9%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 11%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 8%
- INDICE FdP 121

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO INTENZIONATO
A SAPERNE DI PIU' PER POTERLI USARE IN FUTURO"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 16%

ACCENTUAZIONI:

- >500MILA ABITANTI 20% + 30-100MILA ABITANTI 19%
- UOMINI 21%
- 14-17ENNI 37% + 18-24ENNI 31% + 25-34ENNI 21% + 35-44ENNI 19%
- LAUREATI 32% + DIPLOMATI 23%
- CLASSE SUPERIORE 32% + MEDIO-SUPERIORE 22% + MEDIA 21%
- STUDENTI 40% + DOCENTI 29% + CETI UP 26% + IMPIEGATI/QUADRI 24%
+ LAVORATORI AUTONOMI E DISOCCUPATI/ALTRO 20%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 23% + 5 O PIU' COMPONENTI 18%
- 7-14ENNI IN FAMIGLIA 23% + 0-6ENNI 21%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 23%
- INDICE_FdP 117

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO UN DEBOLE
UTILIZZATORE PER MOTIVI PROFESSIONALI"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 5%

ACCENTUAZIONI:

- 10-30MILA ABITANTI 7%
- UOMINI 7%
- 35-44ENNI 9% + 25-34ENNI 7%
- LAUREATI E DIPLOMATI 9%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 12% + SUPERIORE 9% + MEDIA 6%
- CETI UP 19% + IMPIEGATI/QUADRI 14% + LAVORATORI AUTONOMI 9%
- 3 COMPONENTI FAMIGLIA 6%
- 0-6ENNI IN FAMIGLIA 8%
- LETTORI REGOLARI E SALTUARI DI QUOTIDIANI 7%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 8%
- INDICE FdP 115

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO UN DEBOLE
UTILIZZATORE PER MOTIVI DI DIVERTIMENTO (GIOCHI,
FILM, MUSICA)"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 4%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 5%
- 30-100MILA ABITANTI 7% + 100-500MILA ABITANTI 6%
- UOMINI 5%
- 14-17ENNI 11% + 18-24ENNI 10%
- LAUREATI 9% + DIPLOMATI 6%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 8% + SUPERIORE 6%
- STUDENTI 14% + DISOCCUPATI/ALTRO 8% + DOCENTI 7% + CETI UP 5%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 7% + 5 O PIU' COMPONENTI 6%
- 11-14ENNI IN FAMIGLIA 8% + 7-10ENNI 7%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 6%
- INDICE FdP 109

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO UN FORTE
UTILIZZATORE PER MOTIVI PROFESSIONALI"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 5%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 7%
- 30-500MILA ABITANTI 6%
- UOMINI 6%
- 25-34ENNI 10% + 35-44ENNI 8% + 18-24ENNI 7%
- LAUREATI E DIPLOMATI 11%
- CLASSE SUPERIORE 22% + MEDIO-SUPERIORE 12%
- IMPIEGATI/QUADRI 22% + CETI UP 20%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 7%
- 0-6ENNI IN FAMIGLIA 7%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 10%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 10%
- INDICE FdP 123

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO UN FORTE
UTILIZZATORE PER MOTIVI DI DIVERTIMENTO (GIOCHI,
FILM, MUSICA)"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 2%

ACCENTUAZIONI:

- UOMINI 3%
- 14-17ENNI 7% + 18-24ENNI 4% + 25-34ENNI 3%
- CLASSE SUPERIORE 4%
- STUDENTI 6% + DISOCCUPATI/ALTRO 4%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 3%
- INDICE FdP 127

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO UN
UTILIZZATORE SOLITARIO"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 2%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 4%
- 18-24ENNI 5% + 14-17ENNI 4%
- LAUREATI E DIPLOMATI 3%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 3%
- DISOCCUPATI/ALTRO 6% + STUDENTI 5%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 4%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 3%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 4%
- INDICE FdP 111

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO SONO UN
UTILIZZATORE CON ALTRI (FAMILIARI, AMICI,
COLLEGHI, CONOSCENTI)"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 4%

ACCENTUAZIONI:

- NORD-OVEST 5%
- 30-100MILA ABITANTI 6% + 100-500MILA ABITANTI 5%
- 14-17ENNI 12% + 18-24ENNI 7%
- LAUREATI 11%
- CLASSE SUPERIORE 10% + MEDIO-SUPERIORE 7%
- STUDENTI 11% + CETI UP, IMPIEGATI/QUADRI E DISOCCUPATI/
ALTRO 7% + DOCENTI 5%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 5%
- 7-14ENNI IN FAMIGLIA 7%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 6%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 5%
- INDICE FdP 120

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO CREDO CHE DIVERRO'
UN UTILIZZATORE PER MOTIVI PROFESSIONALI"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 6%

ACCENTUAZIONI:

- 30-100MILA ABITANTI 8%
- UOMINI 7%
- 18-24ENNI 17% + 14-17ENNI 11%
- LAUREATI 14% + DIPLOMATI 9%
- CLASSE SUPERIORE 10% + MEDIO-SUPERIORE 9% + MEDIA 7%
- STUDENTI 22% + DOCENTI 18% + DISOCCUPATI/ALTRO 8%
- 4 COMPONENTI FAMIGLIA 7%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 9%
- INDICE FdP 117

"DEI PRODOTTI TECNOLOGICI IO CREDO CHE DIVERRO'
UN UTILIZZATORE PER MOTIVI DI DIVERTIMENTO
(GIOCHI, FILM, MUSICA)"

(base: totale campione = 46.800.000 14-79enni)

MEDIA: 3%

ACCENTUAZIONI:

- 30-100MILA ABITANTI 5% + 100-500MILA ABITANTI 4%
- UOMINI 4%
- 18-24ENNI 8% + 25-44ENNI 5%
- LAUREATI 5% + DIPLOMATI E MEDIE INFERIORI 4%
- CLASSE MEDIO-SUPERIORE 5% + SUPERIORE E MEDIA 4%
- DISOCCUPATI/ALTRO 12% + IMPIEGATI/QUADRI E AGRICOLTORI/
SALARIATI 5% + LAVORATORI AUTONOMI 4%
- 3 COMPONENTI FAMIGLIA E 5 O PIU' COMPONENTI 5%
- 0-6ENNI IN FAMIGLIA 6% + 7-14ENNI 4%
- LETTORI REGOLARI DI QUOTIDIANI 6%
- DEBOLI/NON UTENTI TV 5%
- INDICE FdP 121

IL TREND DELL'USO FUTURO DEI COMPUTERS

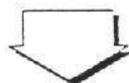
	<u>n°</u> <u>14-79enni</u>	<u>%</u> <u>14-79enni</u>
IN FUTURO L'USO DEI COMPUTERS CRESCERA' SEMPRE PIU' PER...		
• LAVORARE	41.600.000	88.9
• AVERE INFORMAZIONI	41.200.000	88.1
• ISTRUIRSI, FORMARSI	39.400.000	84.1
• DIVERTIRSI NEL TEMPO LIBERO	36.200.000	77.3
• DIALOGARE CON GLI ALTRI (TRAMITE INTERNET, ECC.)	35.300.000	75.4
• SCEGLIERE ED ACQUISTARE PRODOTTI	27.500.000	58.7

LA TIPOLOGIA DEGLI USERS

SONO STATI PRESI IN CONSIDERAZIONE SOLO GLI UTILIZZATORI PERSONALI DI PRODOTTI TECNOLOGICI PRESENTI IN CASA, ESCLUSI QUELLI CHE SI LIMITANO AD USARE L'APPARECCHIO TV SINO A 28 POLLICI



28.300.000 SU 46.800.000 = IL 60.5% DEI 14-79ENNI



ESSI SONO STATI CLASSIFICATI IN 2 MACRO-GRUPPI:

IPASSIVI

COLORO CHE USANO PERSONALMENTE IL TELEVISORE DA 29 POLLICI IN SU E/O IL VIDEOREGISTRATORE E/O LA PAY-TV (TELEPIU'), A LORO VOLTA SUDDIVISI IN "DEBOLI PASSIVI" SE USANO PERSONALMENTE SOLO 1 DEI PRODOTTI SUDDETTI ED IN "FORTI PASSIVI" SE NE USANO PERSONALMENTE 2 O 3

GLIATTIVI

COLORO CHE USANO PERSONALMENTE LA CONSOLLE PER VIDEOGIOCHI, IL LETTORE DI COMPACT DISC VIDEO (CDI, VIDEO CD, CD ROM, PHOTO CD), IL PC SEMPLICE, IL PC MULTIMEDIALE, QUALUNQUE TIPO DI SOFTWARE, L'ABBONAMENTO A SERVIZI ON-LINE O ALTRI ACCESSI AD INTERNET; A LORO VOLTA SUDDIVISI IN "DEBOLI ATTIVI" SE I PRODOTTI/SERVIZI PERSONALMENTE USATI SONO 1 O 2 ED IN "FORTI ATTIVI" SE SONO 3 O PIU'

I 4 TIPI DI USERS

	<u>n° 14-79enni users personali di prodotti tec- nologici (esclusa la tv <29 pollici)</u>	<u>% 14-79enni users personali di prodotti tec- nologici (esclusa la tv <29 pollici)</u>	<u>% 14-79enni</u>
• DEBOLI PASSIVI	14.600.000	51.6	31.2
• FORTI PASSIVI	4.000.000	14.1	8.5
• DEBOLI ATTIVI	7.200.000	25.5	15.4
• FORTI ATTIVI	2.500.000	8.8	5.4
- <i>NON USERS PERSONALI DI PRODOTTI TECNOLOGICI (ESCLUSA LA TV <29 POLLICI)</i>	18.500.000	-	39.5

I DEBOLI PASSIVI

14.600.000 = il 51.6% degli users considerati = il 31.2% dei 14-79enni

- UTILIZZATORI PERSONALI DI UN SOLO PRODOTTO/SERVIZIO TECNOLOGICO TRA TELEVISORE >28 POLLICI, VCR E PAY-TV
- SONO IL GRUPPO MENO GIOVANE (PER IL 59% 35-79ENNE) E PIU' "BASSO" (SOLO PER IL 12% DI CLASSE SUPERIORE ALLA MEDIA E PER IL 25% - SENZA PARI - DI CLASSE MEDIO-BASSA) ED INFATTI COL MASSIMO DI OPERAI, COMMESSI, BRACCIANTI, AGRICOLTORI, CASALINGHE E PENSIONATI (61%) E COL MASSIMO DI SOGGETTI CON LA LICENZA MEDIA O MENO (62%); PIU' DI OGNI ALTRO RESIDENTE AL SUD (35%) E NEI COMUNI SOTTO 10MILA ABITANTI (31%), SENZA PARI CON LA MAGGIOR QUOTA DI MEMBRI DI FAMIGLIE DA 1 A 3 COMPONENTI (53%) E CON 7-10ENNI IN CASA, DEBOLE LETTORE DI QUOTIDIANI (32% SALTUARIAMENTE E 30% - SENZA PARI - MAI), CON PREVALENZA DI DONNE (53%) E MEDIA FORZA DELLA PERSONALITA' (101)
- PER META' (50%) APPARTENENTE AL TIPO E; E PER IL GROSSO DEL RIMANENTE (27%) AL TIPO D
- CON MINIMA PRESENZA IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI (TV <29 POLLICI ESCLUSO PER FILTRO CAMPIONARIO) SALVO IL VCR (89%) E - FORTEMENTE MINORITARI - IL TELEVISORE >28 POLLICI (15%: IL MINIMO TRA I 4 GRUPPI), LA CONSOLLE PER VIDEO-GIOCHI ED IL PC SEMPLICE (9% ENTRAMBI)
- IN NETTA MAGGIORANZA DICHIARANTE DI "NON CAPIR NIENTE DEI PRODOTTI TECNOLOGICI COME PC, VIDEO-GIOCHI, CD VIDEO, ECC." (39%) O "PER ORA DI NON SAPERNE NIENTE" (29%)

I FORTI PASSIVI

4.000.000 = il 14.1% degli users considerati = l'8.5% dei 14-79enni

- UTILIZZATORI PERSONALI DI DUE O TRE DEI SEGUENTI PRODOTTI/SERVIZI: TELEVISORE >28 POLLICI, VCR, PAY-TV
- SONO UN GRUPPO ASSAI "MEDIO" PER CLASSE SOCIO-ECONOMICA (68%: IL MASSIMO COI "DEBOLI ATTIVI"), ETA' (46% 25-44ENNI COL MASSIMO DI 25-34ENNI), TITOLO DI STUDIO, AREA GEOGRAFICA (CENTRO 25% SENZA PARI) E CONTEMPORANEAMENTE IL TIPO PIU' FEMMINILE (56%), RESIDENTE IN COMUNI CON MENO DI 30MILA ABITANTI (60%), SENZA 0-14ENNI IN FAMIGLIA (71%), TELEDIPENDENTI (IL 28% GUARDA LA TV 4 O PIU' ORE AL GIORNO) E CON ALTISSIMA FORZA DELLA PERSONALITA' (130)
- PER IL 71% APPARTENENTE - IN MISURA IDENTICA - AI TIPI D ED E
- CON FORTISSIMA DOTAZIONE SENZA PARI DI PRODOTTI TECNOLOGICI CONNESSI ALLA TV (TELEVISORE >28 POLLICI 81%, VCR 99%, PAY-TV 23%, IMPIANTO SATELLITARE CON PARABOLA 8%) ED INVECE CON ASSENZA O QUASI DI PRODOTTI TECNOLOGI PIU' AVANZATI (SOLO LA CONSOLLE PER VIDEO-GIOCHI ED IL PC SEMPLICE ARRIVANO AL 9-10%)
- COME IL GRUPPO DEI "DEBOLI PASSIVI", IN NETTA MAGGIORANZA DICHIARANTE DI "NON CAPIR NIENTE DEI PRODOTTI TECNOLOGICI COME PC, VIDEO-GIOCHI, CD VIDEO, ECC." (29%) O "PER ORA DI NON SAPERNE NIENTE" (37%)

I DEBOLI ATTIVI

7.200.000 = il 25.5% degli users considerati = il 15.4% dei 14-79enni

- UTILIZZATORI PERSONALI DI 1 O 2 PRODOTTI/SERVIZI PIU' AVANZATI (CONSOLLE PER VIDEOGIOCHI, LETTORE DI CD VIDEO, PC SEMPLICE E MULTIMEDIALE, SOFTWARE, INTERNET)
- SONO IL GRUPPO PIU' GIOVANE (PER IL 41% 14-24ENNE E PER IL 63% 14-34ENNE) E INFATTI CON PIU' STUDENTI ULTRA13ENNI (31%), METROPOLITANO (PER IL 21% - SENZA PARI - VIVE IN CITTÀ' CON PIU' DI MEZZO MILIONE DI ABITANTI), RESIDENTE NEL NORD-EST (20%), APPARTENENTE A FAMIGLIE DI 4 O PIU' COMPONENTI (62%), DI CLASSE MEDIA (68%); E' PREVALENTEMENTE MASCHILE (58%), DI FAMIGLIE DI CETO MEDIO IMPIEGATIZIO ED AUTONOMO O DI CETO "UP" (64%), BUON LETTORE DI QUOTIDIANI E MEDIO ASCOLTATORE TV, CON MEDIO-ALTA FORZA DELLA PERSONALITA' (116)
- SI DISTRIBUISCE IN PIU' TIPI: DI PIU' QUELLI F ED E, DI MENO QUELLI G, D E B
- HA UNA BUONA O DISCRETA (MAI MASSIMA) DOTAZIONE DI PRODOTTI TECNOLOGICI PIU' AVANZATI (DAL 50% DEL PC SEMPLICE AL 40% DI SOFTWARE, AL 31% DI LETTORE DI CD VIDEO, AL 26% DI CONSOLLE PER VIDEO-GIOCHI, GIU' GIU' SINO ALL'1% DI ACCESSO AD INTERNET)
- E' IN VIA DI TRANSIZIONE, PROBABILMENTE VELOCE, DAL VECCHIO AL NUOVO: PER UN QUARTO DICE DI NON CAPIRE O DI NON SAPER NIENTE PER ORA DEI PRODOTTI TECNOLOGICI, PER UN ALTRO QUARTO STA IMPARANDO, PER UN TERZO E' INTENZIONATO A FARLO, PER OLTRE UN SESTO NE SA GIA' ORA MOLTO O ABBASTANZA; E L'ATTUALE UTILIZZO E' MISTO, UN PO' PROFESSIONALE (IN PIU' RAPIDA CRESCITA PREVISTA) ED UN PO' "LEISURE"

I FORTI ATTIVI

2.500.000 = l'8.8% degli users considerati = il 5.4% dei 14-79enni

- UTILIZZATORI PERSONALI DI 3 O PIU' PRODOTTI/SERVIZI PIU' AVANZATI (CONSOLLE PER VIDEO-GIOCHI, LETTORE DI CD VIDEO, PC SEMPLICE E MULTIMEDIALE, SOFTWARE, INTERNET)
- SONO IL GRUPPO PIU' "ALTO" PER CLASSE SOCIO-ECONOMICA (COL MASSIMO 33% DI CLASSE MEDIO-ALTA E ALTA), REDDITO FAMILIARE (IL 63% - SENZA PARI - SUPERA I 3 MILIONI NETTI MENSILI), PESO DI IMPRENDITORI/DIRIGENTI/PROFESSIONISTI ED IMPIEGATI/QUADRI (46%) TITOLO DI STUDIO (IL 65% E' DIPLOMATO O LAUREATO), LETTURA DEL QUOTIDIANO (86% DI CUI IL 61% - SENZA PARI - TUTTI I GIORNI), PRESENZA DI 0-14ENNI IN FAMIGLIA (42%), RESIDENZA AL NORD (53%: COL 35% - SENZA PARI - NEL NORD-OVEST) E NEI COMUNI TRA I 30MILA ABITANTI ED I 500MILA ABITANTI (48%), QUOTA DI 14-44ENNI (80%: CON MOLTI - 35% - 14-24ENNI); CON UNA FORZA DELLA PERSONALITA' MEDIO-ALTA MA NON "TOP" (121)
- MASSIMAMENTE IDENTIFICATO COL TIPO G (32%) E QUINDI - MENO - COL TIPO A (20%) E COL TIPO B (15%)
- E' CARATTERIZZATO DALLA MASSIMA DOTAZIONE DI PRODOTTI/SERVIZI TECNOLOGICI PIU' AVANZATI: SOFTWARE 95% (PER TEMPO LIBERO 79%, PER LAVORO 64%, EDUCATIONAL 57%, ALTRO 43%); E POI PC SEMPLICE 80% E MULTIMEDIALE 47%; LETTORE DI CD VIDEO 69% (IN PRIMIS CDI 45% E CD ROM 43% E POI VIDEO CD 12% E PHOTO CD 8%); CONSOLLE PER VIDEO-GIOCHI 49%; INTERNET 8%
- SI AUTODEFINISCE GIA' ORA ESPERTO PER IL 31%, COL 36% INTENZIONATO A SAPERNE DI PIU' ED IL 22% IN VIA D'APPRENDIMENTO: CON PREVALERE - ATTUALE E PREVISTO - DELL'USO PROFESSIONALE, CIRCA IL DOPPIO PIU' RILEVANTE DI QUELLO "LEISURE"

LA TIPOLOGIA DEGLI ITALIANI IN TERMINI DI CULTURA DEI PRODOTTI TECNOLOGICI

<u>sigla del tipo</u> (v. tavole statistiche)	<u>nome del tipo</u>	<u>n°</u> <u>14-79enni</u>	<u>%</u> <u>14-79enni</u>
E	I MARGINALI ARCAICI	23.700.000	50.7
D	GLI IGNORANTI VETERO- TELEVISIVI	10.300.000	22.0
C	I TV-MANIACS PRONTI AL "BALZO IN AVANTI"	<1.900.000	4.0
B	I TRANSIZIONALI LEISURE- ORIENTED	>1.900.000	4.1
F	I TRANSIZIONALI WORK- ORIENTED	4.700.000	9.9
G	GLI ESPERTI WORK- ORIENTED	3.300.000	7.1
A	I TECNO-FANS LEISURE ORIENTED	1.000.000	2.1

TIPO D: GLI IGNORANTI VETERO-TELEVISIVI

10.300.000 = il 22.0% dei 14-79enni

- QUESTO TIPO, PREVALENTEMENTE FEMMINILE (55%: AL 2° POSTO) E SENZA PARI RESIDENTE IN COMUNI DI MEN DI 30MILA ABITANTI (59%) SPECIE NELLE REGIONI CENTRALI, E' AL 2° POSTO PER PESO DEI 45-79ENNI (39%) E DEI SOGGETTI DI CLASSE INFERIORE ALLA MEDIA (33%: COL 60% DI CLASSE MEDIA) COL MASSIMO DI OPERAI, COMMESSI, BRACCIANTI, AGRICOLTORI E MOLTI PENSIONATI E CASALINGHE, CON BASSA QUOTA DI DIPLOMATI E LAUREATI (35%) ED IL MASSIMO DI SOGGETTI CON LA LICENZA MEDIA, MENTRE POCO PIU' CHE MEDIA (104) E' LA FORZA DELLA PERSONALITA'
- PREVALE GRANDEMENTE LA "DEBOLE PASSIVITA'", VERA CIFRA STILISTICA DI QUESTO CLUSTER MARGINALE (LA MINORANZA E' "FORTE PASSIVA"), SPESSO - PER-ALTRO - INCAPACE DI USARE ANCHE I PRODOTTI TECNOLOGICI PIU' SEMPLICI
- SOLO IL POSSESSO DELLA TV, DEL VCR, ECC. E' IN MEDIA: PER TUTTI I PRODOTTI TECNOLOGICI POST-VCR LA DOTAZIONE E' BASSISSIMA ED A VOLTE LA PIU' BASSA IN ASSOLUTO (PER ES. SOLO L'11% HA UN PC SEMPLICE, IL 2% UN PC MULTIMEDIALE, IL 7% UN QUALUNQUE SOFTWARE)
- L'ASSOLUTA IGNORANZA ATTUALE DEI PRODOTTI TECNOLOGICI AVANZATI ("PER ORA NON NE SO NIENTE": 100%!), CON SOLO IL 10% - IL MINIMO TRA I 7 TIPI - CHE SI DICE INTENZIONATO A SAPERNE DI PIU', CONNOTA IL TIPO, SENZA ALTRE ESPERIENZE O SFUMATURE
- INSIEME AL TIPO E - MA UN PO' MENO DI ESSO - E' IL SOLO AD ESCLUDERE (MA ASSAI MINORITARIAMENTE) LA CRESCITA FUTURA DELL'USO DEI COMPUTERS PER OGNI TIPO DI UTILIZZO

TIPO E: I MARGINALI ARCAICI
23.700.000 = il 50.7% dei 14-79enni

- QUESTO TIPO GIGANTESCO (DA SOLO PIU' DELLA META' DEGLI ADULTI!) E' IL PIU' FEMMINILE (58%), MERIDIONALE (37%), 45-79ENNE (63%), DI CLASSE INFERIORE ALLA MEDIA (49%: ED IL 43% E' DI CLASSE MEDIA), COMPOSTA DA PENSIONATI E CASALINGHE (59%) E DA SINGLES O MEMBRI DI FAMIGLIE DI 2 COMPONENTI (38%) SENZA 0-14ENNI IN CASA (76%), MAI LETTORE DI QUOTIDIANI (45%) ED INVECE TELEDIPENDENTE (PER IL 26% VEDE LA TV DA 4 A PIU' ORE AL DI'), CON LA SOLA LICENZA ELEMENTARE O NEPPURE QUELLA (45%), CON MINIMA FORZA DELLA PERSONALITA' (88)
- COME IL TIPO D E' DOMINATO DALLA "DEBOLE PASSIVITA'", MA SPESSO NON E' IN GRADO NEPPURE DI UTILIZZARE I PRODOTTI TECNOLOGICI PIU' SEMPLICI E TRADIZIONALI
- E' IL PIU' BASSO PER POSSESSO IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI: VICINI ALL'1% QUELLI PIU' AVANZATI MA ASSAI SOTTOMEDIA ANCHE QUELLI TRADIZIONALI (IL 9% NON HA LA TV, IL 52% NON HA IL VCR, ECC.)
- ESSO SI CONNOTA PER LA SUA TOTALE INCOMPRESIONE DICHIARATA: IL 72% AFFERMA DI "NON CAPIR NIENTE" DEI PRODOTTI TECNOLOGICI E SOLO L'11% SI DICE INTENZIONATO A SAPERNE DI PIU'
- CON IL TIPO D, MA IN MISURA SUPERIORE (EPPERO' SEMPRE MINORITARIA), E' L'UNICO AD ESCLUDERE A VOLTE LA CRESCITA FUTURA DELL'USO DEI COMPUTERS PER OGNI TIPO DI UTILIZZO (SPECIE QUELLO DI SCELTA E DI ACQUISTO DEI PRODOTTI: 38%)

Asstra

TIPO C: I TV-MANIACS PRONTI AL "BALZO IN AVANTI"

<1.900.000 = il 4.0% dei 14-79enni

- IL TIPO PIU' MEDIO IN OGNI SENSO (PER IL 69% E' DI CLASSE MEDIA), SENZA PARI 18-34ENNE (60%), COL MINIMO DI APPARTENENTI A FAMIGLIE DI 1 O 2 COMPONENTI (SOLO L'8%), COL MASSIMO DI 0-14ENNI IN CASA (44%), BUON LETTORE DI QUOTIDIANI, CON UN'ELEVATA FORZA DELLA PERSONALITA' (121)
- E' AL 2° POSTO PER "PASSIVITA'": "DEBOLE" PER IL 38% E "FORTE" PER IL 19% (PER UN QUARTO INIZIA AD ESSERE "DEBOLE ATTIVO")
- MOLTO LONTANO DAI PRODOTTI TECNOLOGICI (IL POSSESSO DI PC SEMPLICE NON RAGGIUNGE IL 23% E QUELLO DI PC MULTIMEDIALE IL 6%) E' INVECE FORTE IN TERMINI DI POSSESSO DI TV >28 POLLICI (29%: AL 2° POSTO), DI VCR (94%: IDEM), D'IMPIANTO SATELLITARE CON PARABOLA (9%: AL 1° POSTO)
- SOLO PER UN SETTIMO BUONO O DISCRETO INTENDITORE ATTUALE, PER IL 13% STA IMPARANDO, E SPECIALMENTE E' NETTAMENTE (70%) AL 1° POSTO PER VOLONTA' D'APPRENDERE IN VISTA D'UN USO FUTURO, SIA "LEISURE" (71% SENZA PARI) SIA PROFESSIONALE (51%: SEMPRE SENZA CONFRONTI TRA I 7 TIPI)

TIPO B: I TRANSIZIONALI LEISURE ORIENTEND

>1.900.000 = il 4.1% dei 14-79enni

- IL TIPO PIU' RESIDENTE NELLE CITTÀ' DI PIU' DI 30MILA ABITANTI (66%: SPECIE DA 30MILA A 250MILA), CON ACCENTUAZIONI NEL NORD-OVEST E TRA I 14-24ENNI, CON LA MASSIMA QUOTA DI STUDENTI ULTRA13ENNI (37%) E DI APPARTENENTI A FAMIGLIE DI 4 O PIU' MEMBRI (68%) E CON 11-14ENNI IN CASA, CON FORZA DELLA PERSONALITA' POCO PIU' CHE MEDIA (106)
- IN MASSIMA MISURA (48%) "DEBOLE ATTIVO" E - MENO - "FORTE ATTIVO" (20%), MA PER UN QUINTO "DEBOLE PASSIVO"
- IN GENERE CON UNA DISCRETA DOTAZIONE SOPRAMMEDIA DI PRODOTTI TECNOLOGICI: AL 2° POSTO PER PRESENZA IN CASA DI PC SEMPLICI (51%: CON I PC MULTIMEDIALI SOLO ALL'8%), DI SOFTWARE "LEISURE" (41%), DI CONSOLE PER VIDEO-GIOCHI (32%)
- SENZA PARI (93%) DEBOLE UTILIZZATORE ATTUALE DI SOFTWARE PER "LEISURE" - IN MASSIMA MISURA DA SOLO (27%) - ED AL 2° POSTO (COL 14%) PER DEBOLE UTILIZZO PROFESSIONALE, E' AL 2° POSTO PER APPRENDIMENTO ATTUALE (20%) O PROGETTATO (35%): SOLO PER UN OTTAVO GIA' ORA NE SA MOLTO O ABBASTANZA

TIPO F: I TRANSIZIONALI WORK-ORIENTED

4.700.000 = il 9.9% dei 14-79enni

- UN TIPO ASSAI 25-44ENNE (49%) E SENZA PARI IN PARTICOLARE 35-44ENNE, FORTE AL SUD, SENZA CONFRONTO DI CLASSE MEDIA E MEDIO-ALTA (88%) ED INFATTI CON PREVALENZA DEI CETI MEDI ED "UP" (53%) E MOLTI LAUREATI E DIPLOMATI (61%), CON MEDIO-ALTA FORZA DELLA PERSONALITA' (115)
- CON MOLTI "DEBOLI ATTIVI" (40%) E - MENO - "DEBOLI PASSIVI"
- CON UNA DOTAZIONE MEDIA DI PRODOTTI TECNOLOGICI TRADIZIONALI E SOPRAMMEDIA MA CERTO NON ELEVATA DI QUELLI AVANZATI (IL 37% HA IN CASA IL PC SEMPLICE, IL 7% IL PC MULTIMEDIALE, IL 29% UN QUALCHE TIPO DI SOFTWARE)
- E' UN TIPO CHE RISULTA CARATTERIZZATO DAL DEBOLE UTILIZZO ATTUALE DEI PRODOTTI AVANZATI PER MOTIVI SOLO PROFESSIONALI (41%: SENZA PARI TRA I 7 TIPI) E DALLO STAR IMPARANDO AD USARLI IN QUESTO PERIODO (66%: SEMPRE SENZA CONFRONTI), CON QUASI TUTTI I SOGGETTI ORA NON IMPEGNATI NELL'APPRENDIMENTO ASSAI ORIENTATI A SAPERNE DI PIU' IN FUTURO (27%)

TIPO G: GLI ESPERTI WORK-ORIENTED

3.300.000 = il 7.1% dei 14-79enni

- IL TIPO PIU' URBANO-METROPOLITANO (PER IL 35% VIVE IN COMUNI DI PIU' DI 100MILA ABITANTI) E RESIDENTE NEL NORD-OVEST (39%), 25-44ENNE (57%) E DI CLASSE MEDIA O SUPERIORE (94%: COL 69% DI CLASSE MEDIA), CON 0-6ENNI IN CASA (22%), LETTORE DI QUOTIDIANI (91%: COL 67% - SENZA PARI - TUTTI I GIORNI), DIPLOMATO E LAUREATO (76%) ED INOLTRE SOPRAMMEDIA PER QUOTA DEI MASCHI (65%) E PER L'ELEVATA FORZA DELLA PERSONALITA' (120)
- IN NETTA MAGGIORANZA "ATTIVO" MA PIU' "DEBOLE" (34%) CHE "FORTE" (25%), CON QUASI UN QUINTO DI "DEBOLI PASSIVI" MINORITARI
- IN GENERE IL 2° - DOPO IL TIPO A - PER DOTAZIONE DI PRODOTTI TECNOLOGICI AVANZATI (PER ES. IL 50% HA IN CASA IL PC SEMPLICE, IL 20% IL PC MULTIMEDIALE, IL 42% UN QUALCHE TIPO DI SOFTWARE)
- SI CARATTERIZZA PER ESSERE IL TIPO GIA' ORA UTILIZZATORE DI PRODOTTI TECNOLOGICI AVANZATI PER MOTIVI SOLO PROFESSIONALI ("FORTE" - SENZA PARI - 52% E "DEBOLE" 6%) ED ANCOR PIU' PER L'AUTODEFINIZIONE COME MOLTO O ABBASTANZA INFORMATO ED ESPERTO (68%: COL 6% IN VIA DI APPRENDIMENTO ED IL 20% INTENZIONATO A DIVENTARLO IN VISTA D'UN MAGGIOR USO FUTURO)

TIPO A: I TECNO-FANS LEISURE ORIENTED

1.000.000 = il 2.1% dei 14-79enni

- IL TIPO PIU' MASCHILE (81%) E RESIDENTE NEI COMUNI MINORI E NEL NORD-EST; IL PIU' 14-34ENNE (74%), DOTATO DI LAUREA E DI CLASSE SUPERIORE ALLA MEDIA (28%: COL 62% DI CLASSE MEDIA); CON MOLTISSIMI (78%) STUDENTI ULTRA13ENNI ED APPARTENENTI AI CETI "UP" E MEDI AUTONOMI ED IMPIEGATIZI, IN FORTE MISURA (63%) IN FAMIGLIE DI 4 O PIU' MEMBRI E CON 0-10ENNI IN CASA, FORTE LETTORE DI QUOTIDIANI (88%), CON LA PIU' ELEVATA FORZA DELLA PERSONALITA' (127)
- IN MASSIMA MISURA (51%) "FORTE ATTIVO" (IL 27% E' "DEBOLE ATTIVO")
- SEMPRE CON LA MASSIMA DOTAZIONE IN CASA DI PRODOTTI TECNOLOGICI (SOLO PER L'IMPIANTO SATELLITARE E' AL 3° POSTO): PER ES. CON PC SEMPLICE IN CASA 55% E MULTIMEDIALE 40%, CON SOFTWARE 65%, ECC.
- SENZA PARI (87%) FORTE UTILIZZATORE ATTUALE DI PRODOTTI TECNOLOGICI IN CASA PER LEISURE - PIU' D'OGNI ALTRO TIPO "CON ALTRI" (38%) - ED AL 2° POSTO PER FORTE UTILIZZO PER LAVORO OGGI (42%) ED IN FUTURO (20%), RISULTA AI PRIMI POSTI PER COMPETENZA ATTUALE (34%) O IN VIA D'ACQUISIZIONE (19%) O PROGETTATA (26%)