

IL QUOTIDIANO E I SUOI LETTORI

INDAGINE EFFETTUATA PER IL **COMITATO PUBBLICHE RELAZIONI STAMPA QUOTIDIANA**
DALLA **SIRME S.p.A.** IN COLLABORAZIONE CON LA **C. P. V. ITALIANA S.p.A.**



INDICE

	INTRODUZIONE ALL'INDAGINE _____	9
	PARTE PRIMA: RIASSUNTO DEI RISULTATI PRINCIPALI	
Grafico	1 - <i>Numero dei lettori</i> _____	13
»	2 - <i>Sesso dei lettori</i> _____	15
»	3 - <i>Regolarità di lettura - Quotidiani del mattino</i> _____	17
»	4 - <i>Regolarità di lettura - Quotidiani del pomeriggio e sportivi</i> _____	18
»	5 - <i>Caratteristiche dei lettori primari - Centro di residenza</i> _____	19
»	6 - <i>Caratteristiche dei lettori primari - Età</i> _____	21
»	7 - <i>Caratteristiche dei lettori primari - Grado di istruzione - Classi economico-sociali</i> _____	23
»	8 - <i>Lettura da parte di donne della famiglia</i> _____	25
»	9 - <i>Anzianità di lettura</i> _____	27
»	10 - <i>Tempo dedicato dai lettori primari alla lettura dei quotidiani</i> _____	29
»	11 - <i>Acquisto di libri</i> _____	31
»	12 - <i>Uso dell'automobile</i> _____	33
»	13 - <i>Chilometri percorsi in automobile</i> _____	34
»	14 - <i>Beni posseduti dalle famiglie dei lettori primari</i> _____	35
»	15 - « » » » » » » _____	36
»	16 - « » » » » » » _____	37
»	17 - <i>Anzianità di possesso dei beni di più recente acquisto</i> _____	39
»	18 - <i>Intenzione di acquisto/sostituzione entro un anno</i> _____	41
»	19 - « » » » » » » _____	42
»	20 - <i>Decisione di acquisto - Beni posseduti da un anno o meno</i> _____	43
»	21 - « » » » » » » » » _____	45
»	22 - « » » » » » » » » _____	47
»	23 - <i>Prodotti alimentari e bevande - Consumo familiare</i> _____	49
»	24 - « » » » » » » _____	50
»	25 - <i>Consumo generale di bevande</i> _____	51
»	26 - <i>Uso di prodotti per la casa</i> _____	53
»	27 - <i>Uso di prodotti per toelette da uomo</i> _____	55
»	28 - <i>Uso di prodotti per toelette da donna</i> _____	57
»	29 - <i>Acquisto di abiti confezionati</i> _____	59
»	30 - <i>Famiglie con lettrici - Beni posseduti dalla famiglia</i> _____	61

Grafico 31 - <i>Famiglie con lettrici - Consumo di prodotti alimentari</i> _____	62
» 32 - <i>Famiglie con lettrici - Consumo di vari prodotti</i> _____	
 PARTE SECONDA: RISULTATI DETTAGLIATI	
Introduzione alla presentazione dei risultati _____	67
 1. PROFILO DEL LETTORE PRIMARIO DEL QUOTIDIANO IN GENERALE	
Introduzione _____	69
Distribuzione dei lettori primari nelle sette zone geografiche per:	
Tav. 1.1 <i>Ampiezza dei centri, tipo di località e sesso</i> _____	71
» 1.2 <i>Età, grado di istruzione e classi economico-sociali</i> _____	72
» 1.3 <i>Posizione nella famiglia e classi professionali</i> _____	73
» 1.4 <i>Famiglie secondo la presenza di membri appartenenti alle diverse classi di età</i> _____	74
» 1.5 <i>Composizione della famiglia</i> _____	75
 2. PROFILO DEL LETTORE PRIMARIO DEI DIVERSI TIPI DI QUOTIDIANI	
Introduzione _____	77
Distribuzione dei lettori primari nelle sette zone geografiche per:	
Tav. 2.1 <i>I tipi di quotidiani letti</i> _____	77
» 2.2 <i>Sesso</i> _____	79
» 2.3 <i>Età</i> _____	81
» 2.4 <i>Classi Economico-Sociali</i> _____	82
 3. IL LETTORE PRIMARIO E I LETTORI AGGIUNTI	
Introduzione _____	85
Distribuzione in Italia c/o nelle sette zone geografiche per:	
Tav. 3.1 <i>Numero di lettori primari e aggiunti</i> _____	86
» 3.2 <i>Frequenza di lettura dei lettori aggiunti</i> _____	88
» 3.3 <i>Lettori aggiunti secondo sesso e frequenza di lettura</i> _____	90
» 3.4 <i>Lettori aggiunti familiari secondo età, sesso e frequenza di lettura.</i> _____	93

4. FAMIGLIE CON LETTRICI

Introduzione	95
Tav. 4.1 <i>Famiglie in cui leggono solo gli uomini e in cui leggono anche le donne secondo le sette zone geografiche. Tutti i tipi di quotidiani combinati.</i>	95
» 4.2 <i>Famiglie in cui leggono solo gli uomini e in cui leggono anche le donne secondo le sette zone geografiche. Secondo tipo di quotidiano.</i>	96

5. ABITUDINI DI LETTURA

Introduzione	99
Distribuzione nelle sette zone geografiche per:	
Tav. 5.1 <i>Frequenza di lettura.</i>	100
» 5.2 <i>Numero dei quotidiani letti dai lettori primari.</i>	104
» 5.3 <i>Anzianità di lettura.</i>	106
» 5.4 <i>Abitudini di lettura.</i>	107
» 5.5 <i>Tempo di lettura.</i>	111
» 5.6 <i>Argomenti interessanti.</i>	112

6. STRUTTURA E MODALITA' DEI CONSUMI DEI LETTORI DI QUOTIDIANI

Distribuzione nelle sette zone geografiche per:	
Tav. 6.1 <i>Letture di settimanali, frequenza al cinema e alla televisione</i>	117
» 6.2 <i>Acquisto di libri e uso dell'automobile</i>	118
» 6.3 <i>Chilometri percorsi in automobile nel corso di un anno</i>	119
» 6.4 <i>Uso dell'aereo nel corso di un anno</i>	120
» 6.5 <i>Beni posseduti</i>	121
» 6.6 <i>Anzianità di possesso</i>	122
» 6.7 <i>Previsioni di acquisto / sostituzione</i>	126
» 6.8 <i>Decisione d'acquisto</i>	135
» 6.9 <i>Consumo familiare di prodotti alimentari e bevande</i>	136
» 6.10 <i>Consumo generale di bevande</i>	140
» 6.11 <i>Uso di prodotti per la casa</i>	141
» 6.12 <i>Uso di prodotti per toilette</i>	142

Tav. 6.13	<i>Acquisto di abiti confezionati</i>	143
» 6.14	<i>Appartamenti e numero locali</i>	144
» 6.15	<i>Tipo di riscaldamento e servizio gas</i>	145

7. ABITUDINI DI CONSUMO DELLE FAMIGLIE CON LETTRICI

Distribuzione nelle sette zone geografiche per:

Tav. 7.1	<i>Beni posseduti</i>	148
» 7.2	<i>Consumo familiare</i>	152
» 7.3	<i>Uso di prodotti per la casa</i>	156
» 7.4	<i>Uso di prodotti per toilette</i>	158
» 7.5	<i>Acquisto di abiti confezionati</i>	162

PARTE TERZA : METODOLOGIA DELL'INDAGINE

Premessa		167
Prima Fase - Rilevazione presso le edicole		167
Seconda Fase - Le interviste e l'elaborazioni dei risultati.		174
Questionario -		179

INTRODUZIONE ALL'INDAGINE



INTRODUZIONE ALL'INDAGINE

La presente è la prima indagine effettuata in Italia riguardante esclusivamente i lettori di quotidiani. Le precedenti indagini hanno studiato i lettori di singoli quotidiani nella loro totalità.

In questa indagine sono stati considerati *tutti* i quotidiani che escono, indipendentemente dal loro tipo: mattino, pomeriggio-sera, sportivo, finanziario o di partito - e indipendentemente dalla testata.

L'indagine è notevole anche per la sua estensione - in totale sono state effettuate 10.238 interviste. Si tratta quindi della più vasta indagine effettuata in Italia su un singolo mezzo.

Il numero totale delle interviste è stato suddiviso in parti uguali fra sette importanti zone geografiche, e precisamente:

- Piemonte e Liguria
- Lombardia
- Tre Venezie e Emilia
- Toscana, Marche e Umbria
- Lazio e Abruzzi
- Campania, Puglie, Basilicata e Calabria
- Sicilia e Sardegna

Ciò ha permesso di ottenere risultati validi per ciascuna delle sette zone come pure per il totale d'Italia.

L'indagine quindi consta di sette indagini separate - una per ciascuna delle sette zone - che quando sono riunite con l'opportuna ponderazione formano una indagine totale per l'intero territorio nazionale.

Gli intervistati sono stati scelti fra i cosiddetti «lettori primari» di quotidiani.

Per «lettore primario» si intende colui che viene raggiunto più direttamente dal quotidiano.

Si tratta quindi di persone che:

a) comprano personalmente una copia del quotidiano all'edicola

oppure

b) mandano qualcun'altro ad acquistare per loro una copia del quotidiano all'edicola

oppure

c) si fanno mandare a casa una copia del quotidiano dall'edicolante

oppure

d) sono abbonati.

Per quest'indagine sono stati considerati tutti i suddetti gruppi tranne quello indicato al punto d), cioè gli abbonati.

Il numero degli abbonati è relativamente piccolo e spesso contiene una sostanziale proporzione di ditte, enti, associazioni, ecc., che non potevano interessarci ai fini della nostra indagine.

E' chiaro quindi che l'«universo» considerato consiste in tutti coloro che acquistano una copia di un qualsiasi quotidiano da un'edicola, sia che essi comprino direttamente - gruppo a) - sia che comprino indirettamente gruppi b) e c).

Tutti i rispondenti - già qualificati come «lettori primari» di quotidiani in quanto sono stati avvicinati mentre stavano acquistando un quotidiano ad un'edicola - hanno

risposto prima a delle domande tendenti ad accertare:

- quali quotidiani avevano comprato (o fatto comprare) ieri
- quali altri quotidiani avevano acquistato negli ultimi sette giorni
- quali altri quotidiani compravano occasionalmente.

La somma delle risposte a queste domande è servita per classificare i rispondenti secondo il tipo di quotidiano che leggono - mattino, pomeriggio-sera, sportivo, finanziario, di partito.

Perciò l'indagine non rivela soltanto le caratteristiche dei lettori di quotidiani **in generale**, ma anche le caratteristiche dei lettori dei singoli tipi di quotidiano.

PARTE PRIMA

RIASSUNTO DEI RISULTATI PRINCIPALI



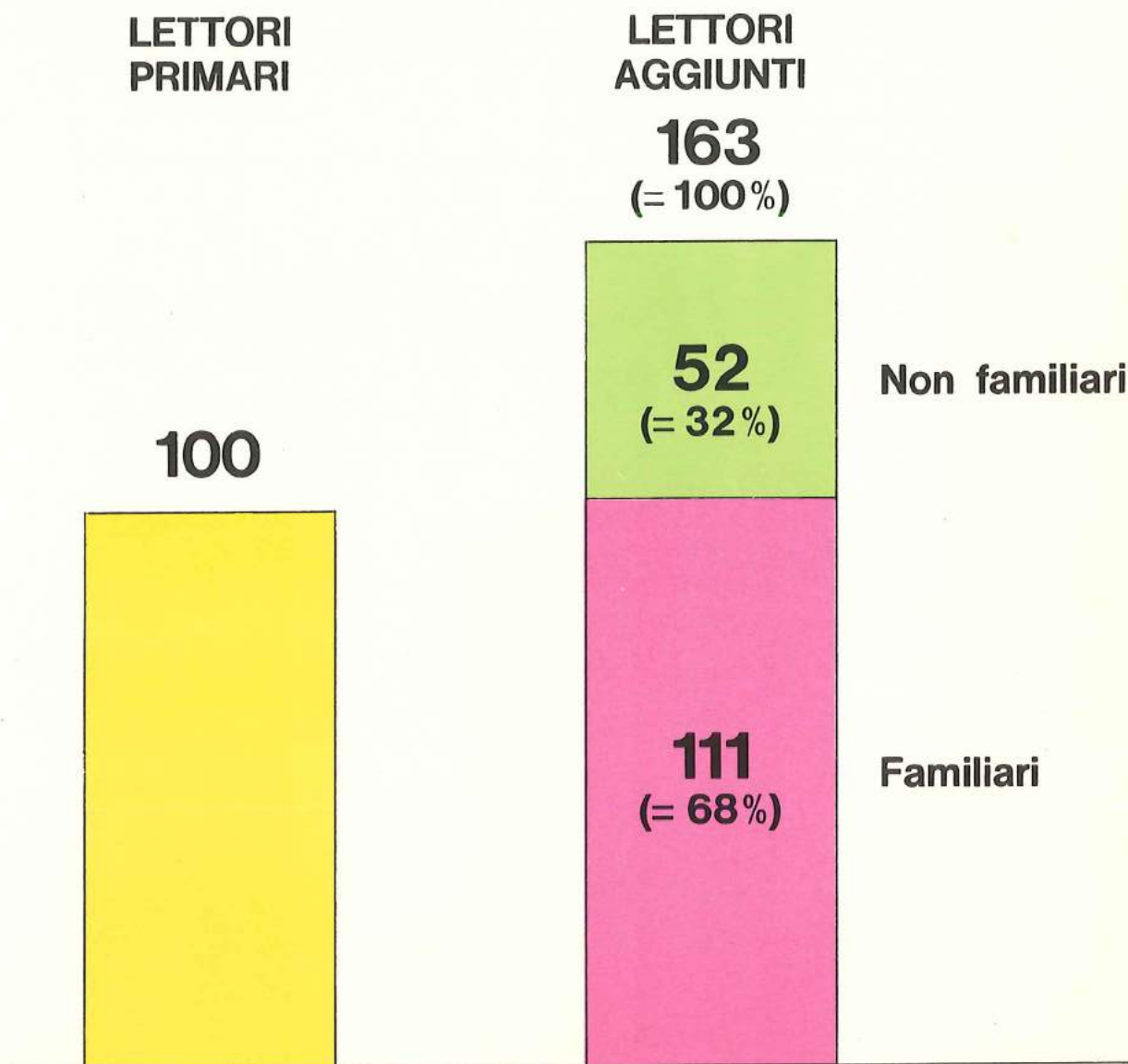
GRAFICO 1 - Numero di lettori

NUMERO DI LETTORI

Ciascuna persona intervistata non solo ha dato informazioni circa la sua lettura di quotidiani, ma anche circa le altre persone - sia della sua famiglia che estranee - che leggono la sua copia del quotidiano.

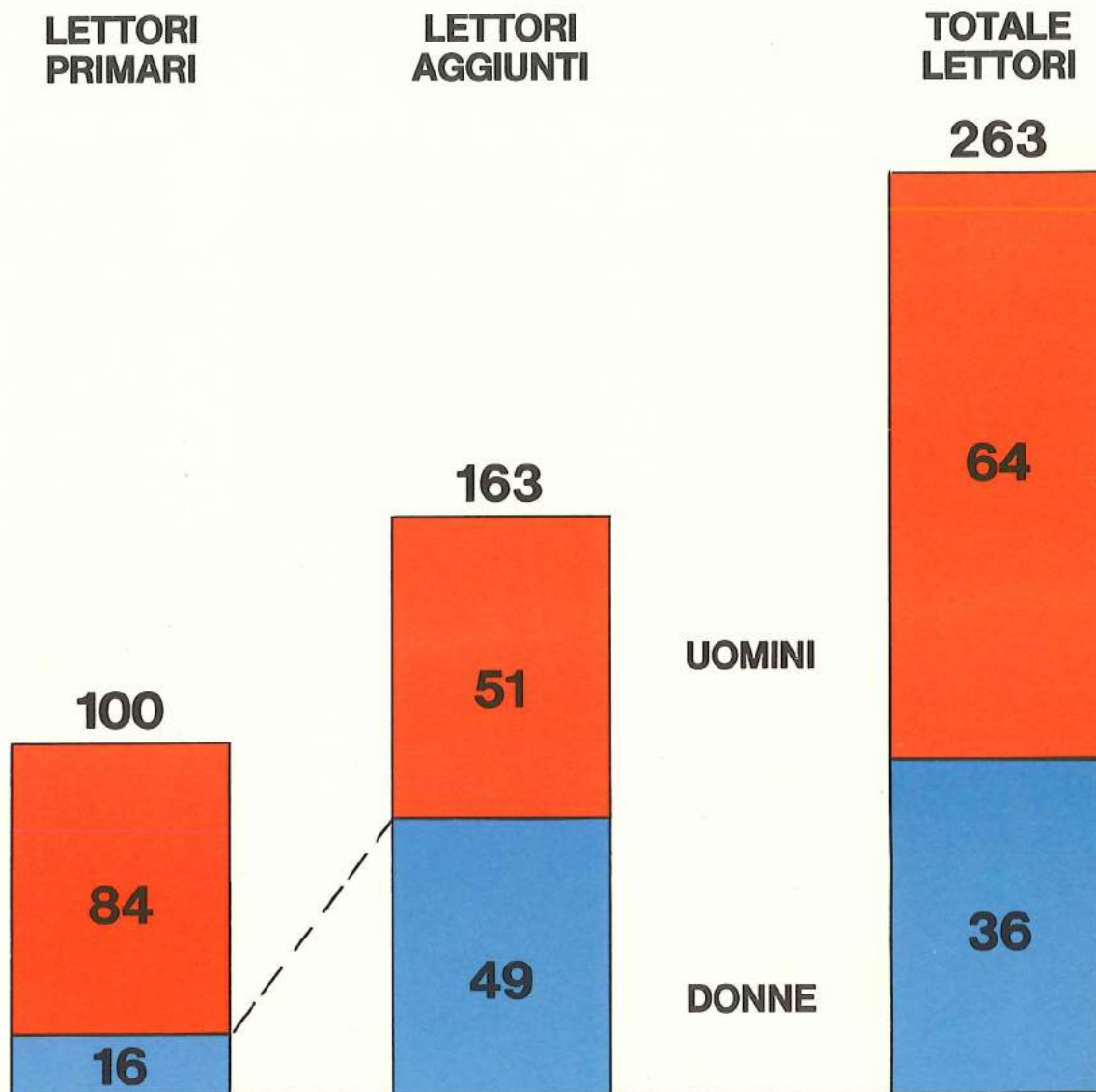
Dalla nostra indagine è risultato che per ogni 100 «lettori primari» ci sono 163 «lettori aggiunti». Il numero di 163 tuttavia non può includere tutti i lettori extra di una copia di giornali perchè alcuni tipi di «lettori aggiunti» non hanno potuto essere raggiunti dalla nostra indagine.

Non abbiamo potuto raccogliere informazioni circa coloro che leggono - per esempio - un giornale in un negozio di barbiere o in un caffè, o in circoli e comunità, o che raccolgono un giornale lasciato in un tram o in un autobus. Ci saranno quindi più lettori di quanti ne abbiano calcolati, ma almeno sappiamo che la nostra indagine ha considerato la parte più importante del pubblico dei quotidiani.





SESSO DEI LETTORI



La maggioranza dei «lettori primari» è formata da uomini ma quasi la metà dei «lettori aggiunti» è formata da donne. Così, come si può rilevare dal calcolo che segue, oltre un terzo di tutti i lettori sono donne.

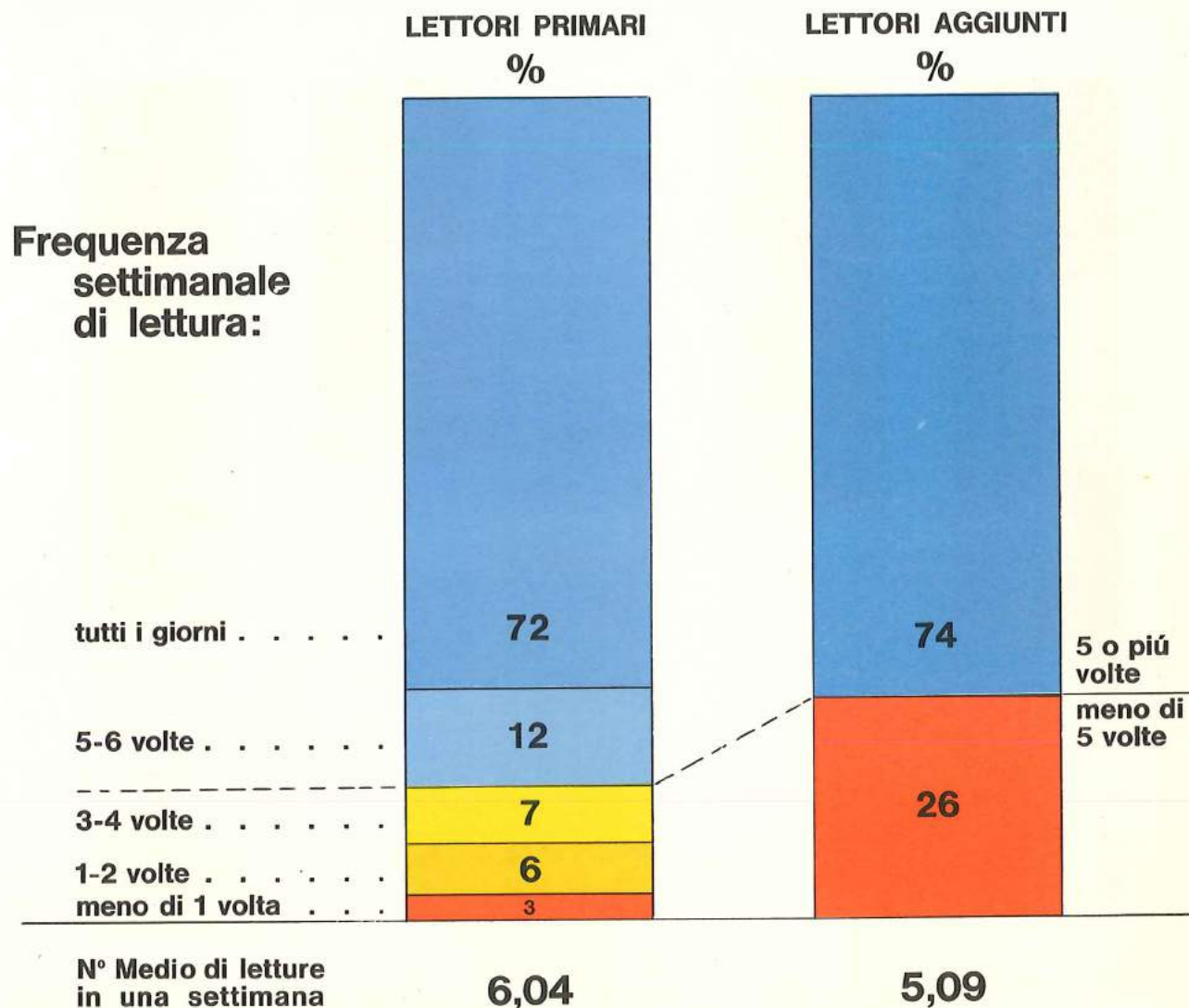
Su 100 lettori primari 16 sono donne
 Su 163 lettori aggiunti (vedi grafico precedente) 80 sono donne.

Perciò su un totale di 263 lettori 96 (16+80) sono donne, cioè il 36% del totale.



REGOLARITA' DI LETTURA

QUOTIDIANI DEL MATTINO



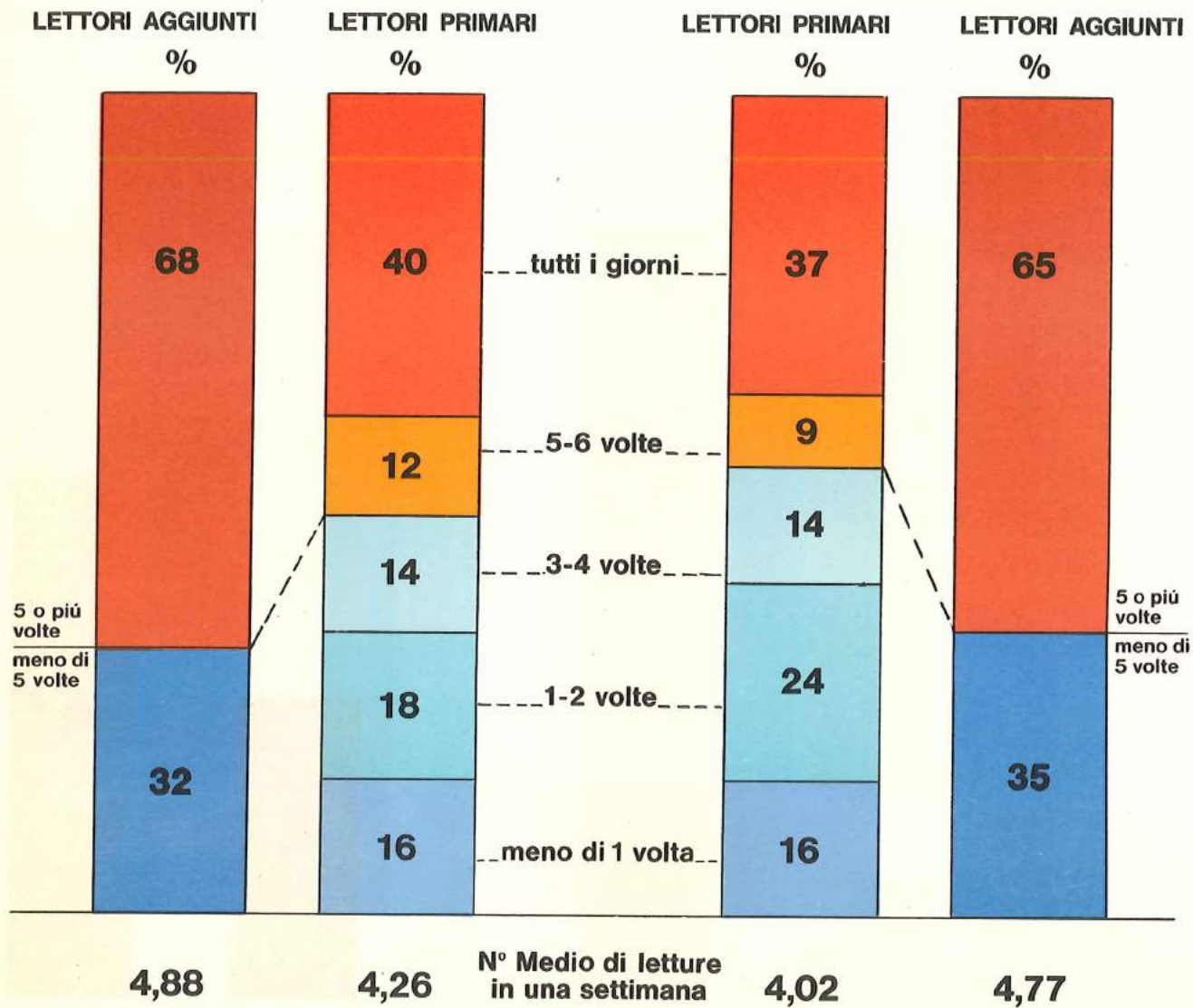
I giornali del mattino sono letti con grande regolarità. I «lettori primari» leggono i quotidiani del mattino quasi ogni giorno della settimana. Tre quarti dei «lettori aggiunti» leggono i quotidiani del mattino 5 o più volte alla settimana, siano essi uomini o donne.

I giornali del pomeriggio o sportivi sono letti in media dai lettori primari più di 4 volte alla settimana. Due terzi dei lettori aggiunti leggono tale tipo di giornali 5 o più volte alla settimana.

REGOLARITA' DI LETTURA

QUOTIDIANI DEL POMERIGGIO

QUOTIDIANI SPORTIVI

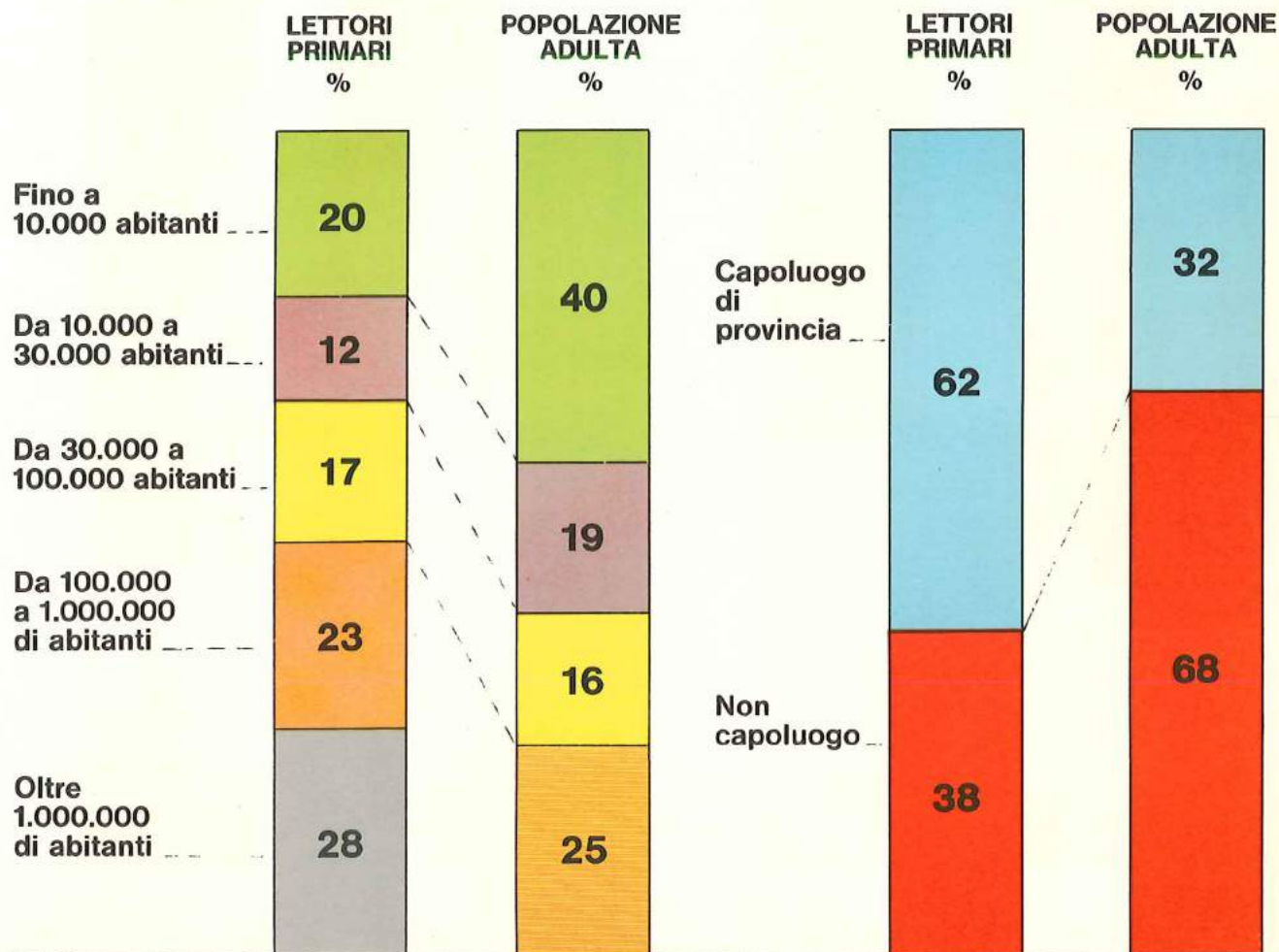


CARATTERISTICHE DEI LETTORI PRIMARI

CENTRO DI RESIDENZA

AMPIEZZA

TIPO



Un poco più della metà (51%) vivono in città di 100.000 abitanti o più. Questa proporzione è circa il doppio di quella della popolazione adulta.

Per i comuni piccoli (fino a 10.000 abitanti) la situazione si capovolge.

Il 62% dei lettori vivono in capoluoghi di provincia. Il 38% vivono in comuni non capoluoghi.

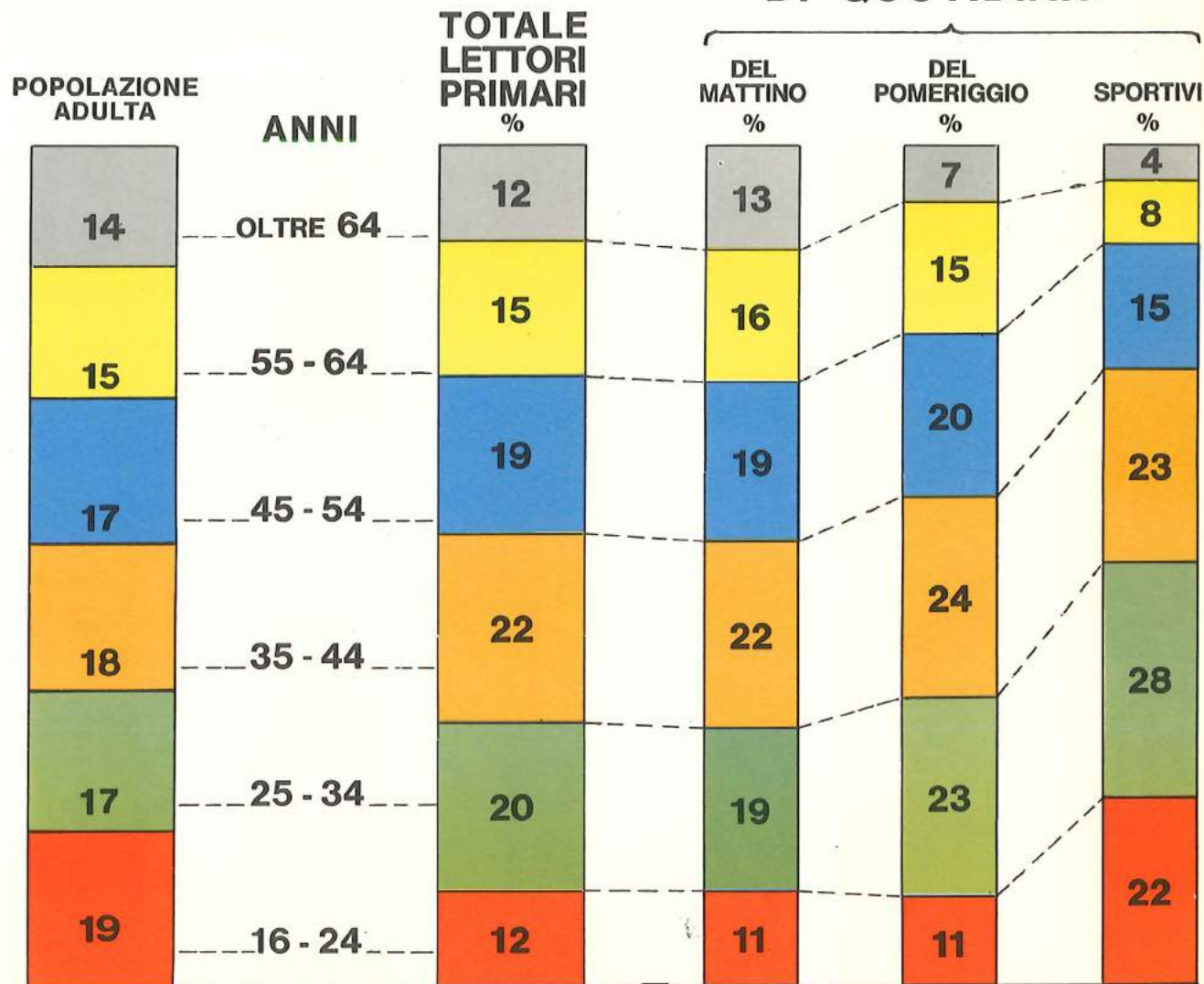
Per le popolazioni adulte tale situazione si capovolge.



CARATTERISTICHE DEI LETTORI PRIMARI

ETA'

LETTORI PRIMARI
DI QUOTIDIANI



Un poco più della metà (54%) dei lettori sono inferiori ai 45 anni. Cioè lettori sono più giovani della popolazione adulta (46% meno di 45 anni).

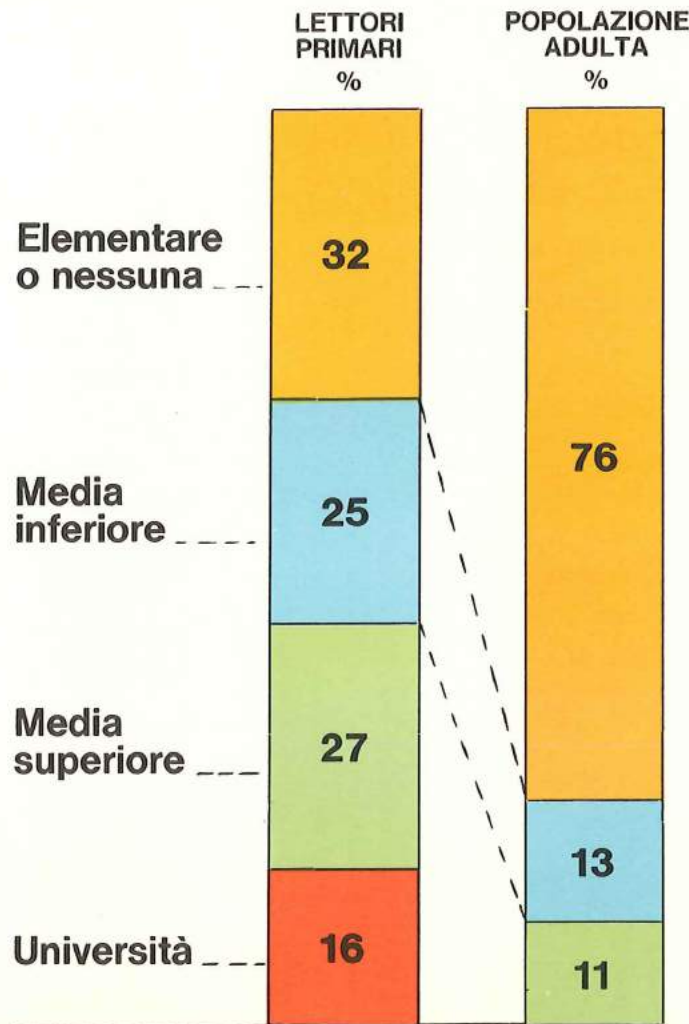
I lettori dei quotidiani sportivi sono particolarmente giovani essendo per quasi tre quarti inferiori ai 45 anni.



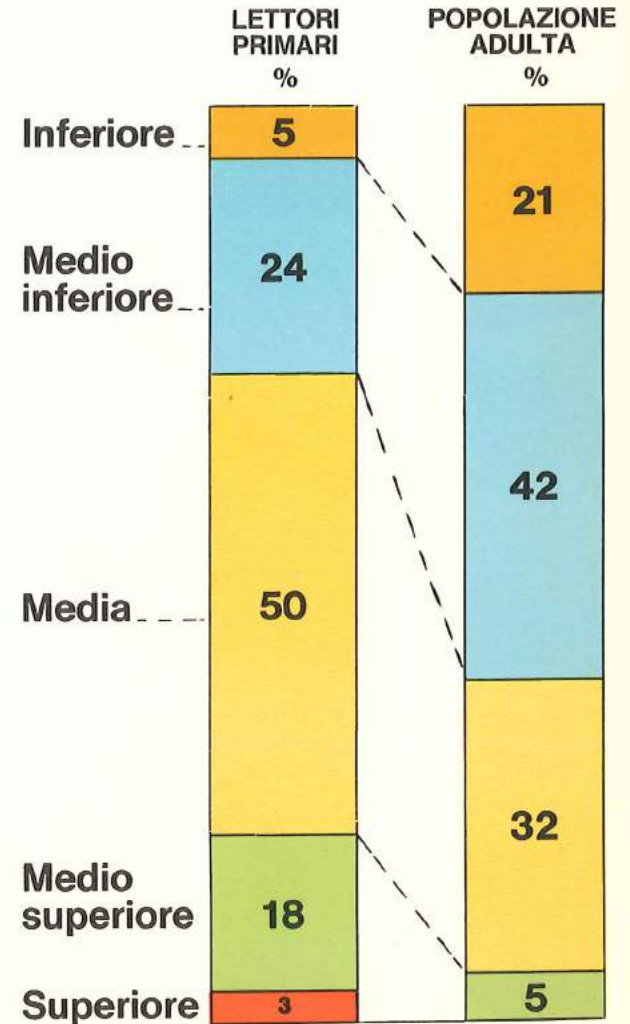
GRAFICO 7 - Grado di istruzione e classi economico sociali

CARATTERISTICHE DEI LETTORI PRIMARI

GRADO DI ISTRUZIONE



CLASSI ECONOMICO-SOCIALI



Il 16% dei lettori ha fatto studi universitari ed il 27% studi medio-superiori, per un totale del 43% che supera largamente l'11% della popolazione adulta.

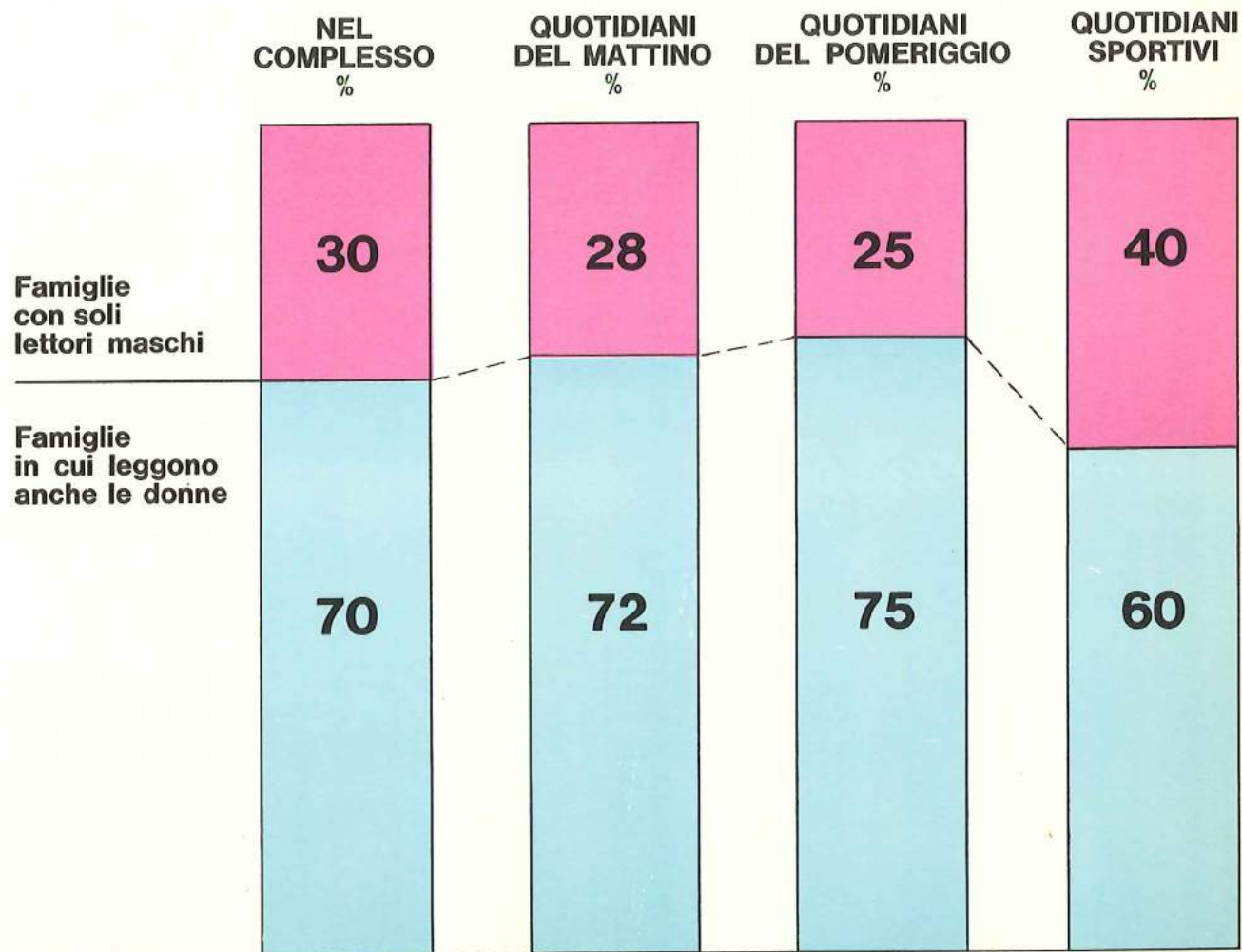
Benchè i lettori con grado di istruzione elementare siano molto meno presenti che nella popolazione adulta, quasi un terzo (32%) ha fatto solo studi elementari.

Fra i lettori le classi superiore e medio-superiore sono più fortemente rappresentate che fra la popolazione adulta (21% contro 5%) però una metà dei lettori appartiene alla classe media.



GRAFICO 8 - Lettura da parte di
donne della famiglia

LETTURA DEI QUOTIDIANI secondo famiglie dei lettori primari in cui leggono solo gli uomini e famiglie dei lettori primari in cui leggono anche le donne



Sebbene i lettori primari siano principalmente uomini, come abbiamo già notato ci sono molte donne fra i lettori aggiunti.

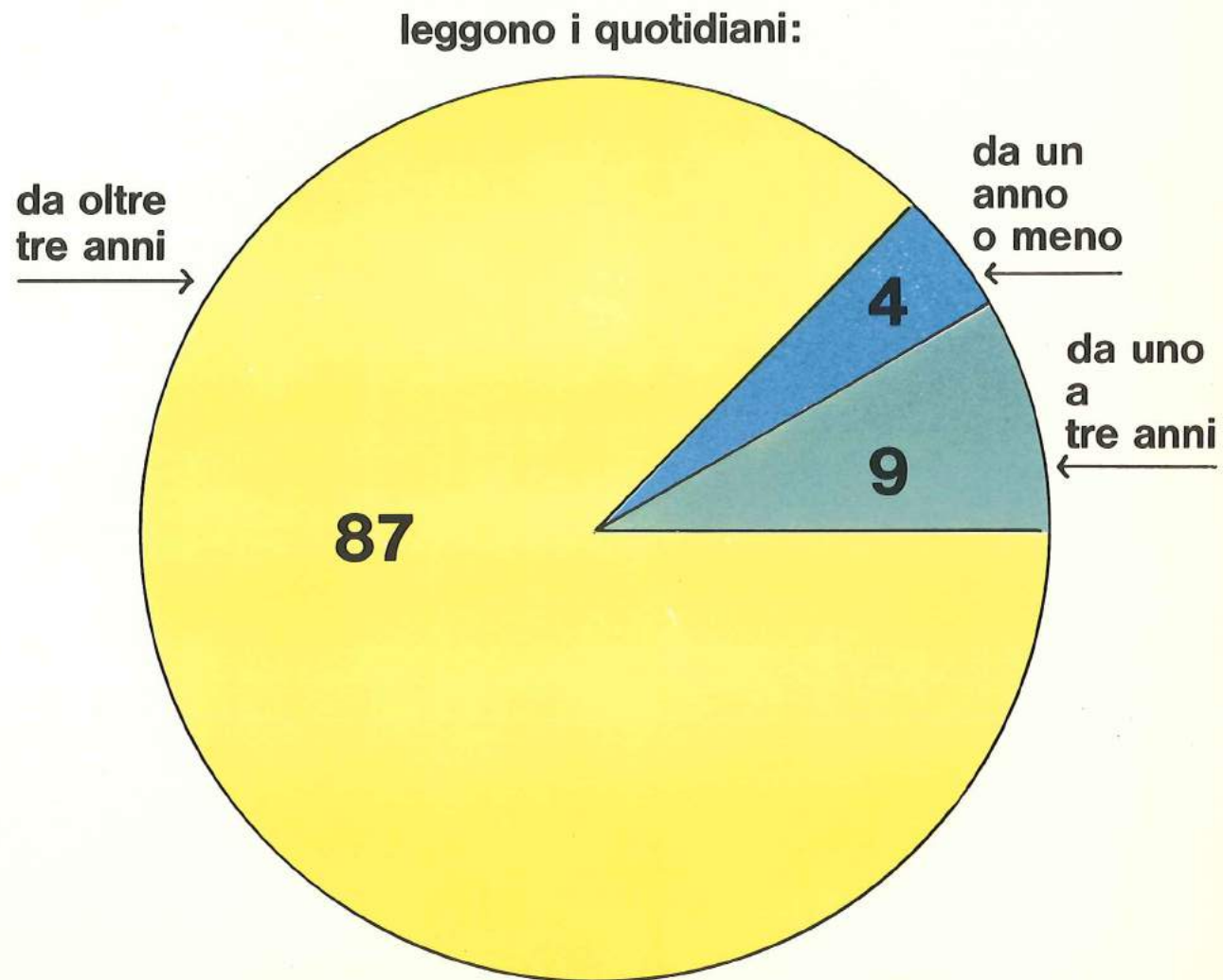
Conseguentemente nel 70% delle famiglie dei lettori primari c'è almeno una lettrice. Come già notato tre quarti di queste lettrici sono «lettrici regolari».

Così il quotidiano raggiunge ed influenza la famiglia non solo attraverso gli uomini, ma nella maggioranza dei casi anche attraverso le donne. Questo particolarmente per quanto riguarda i quotidiani del mattino e del pomeriggio.



ANZIANITA' DI LETTURA

da parte dei lettori primari



Il 4% dei lettori primari ha iniziato a leggere il quotidiano negli ultimi 12 mesi.

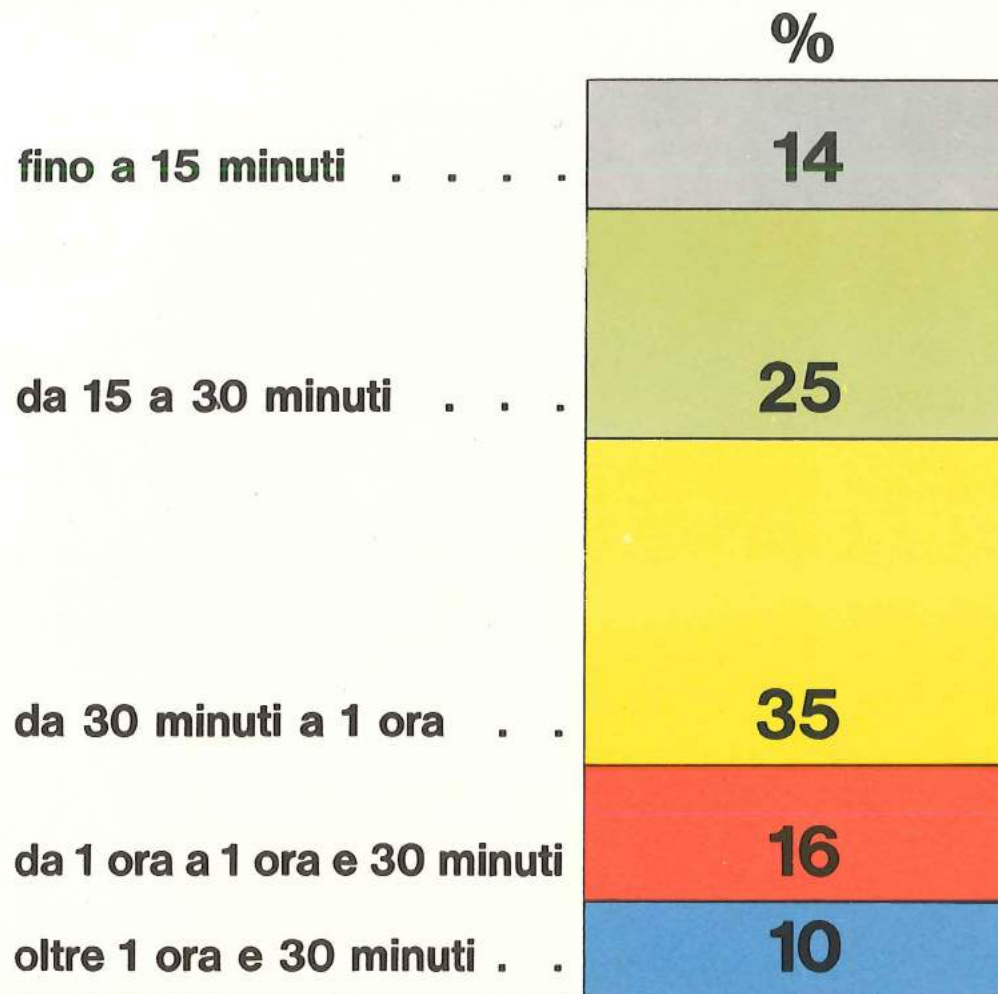
La vasta maggioranza (87%) legge il quotidiano da oltre 3 anni, il che indica una certa costanza nella lettura.



GRAFICO 10 - Tempo dedicato dai lettori primari alla lettura dei quotidiani.

TEMPO DEDICATO

dai lettori primari
alla lettura dei quotidiani



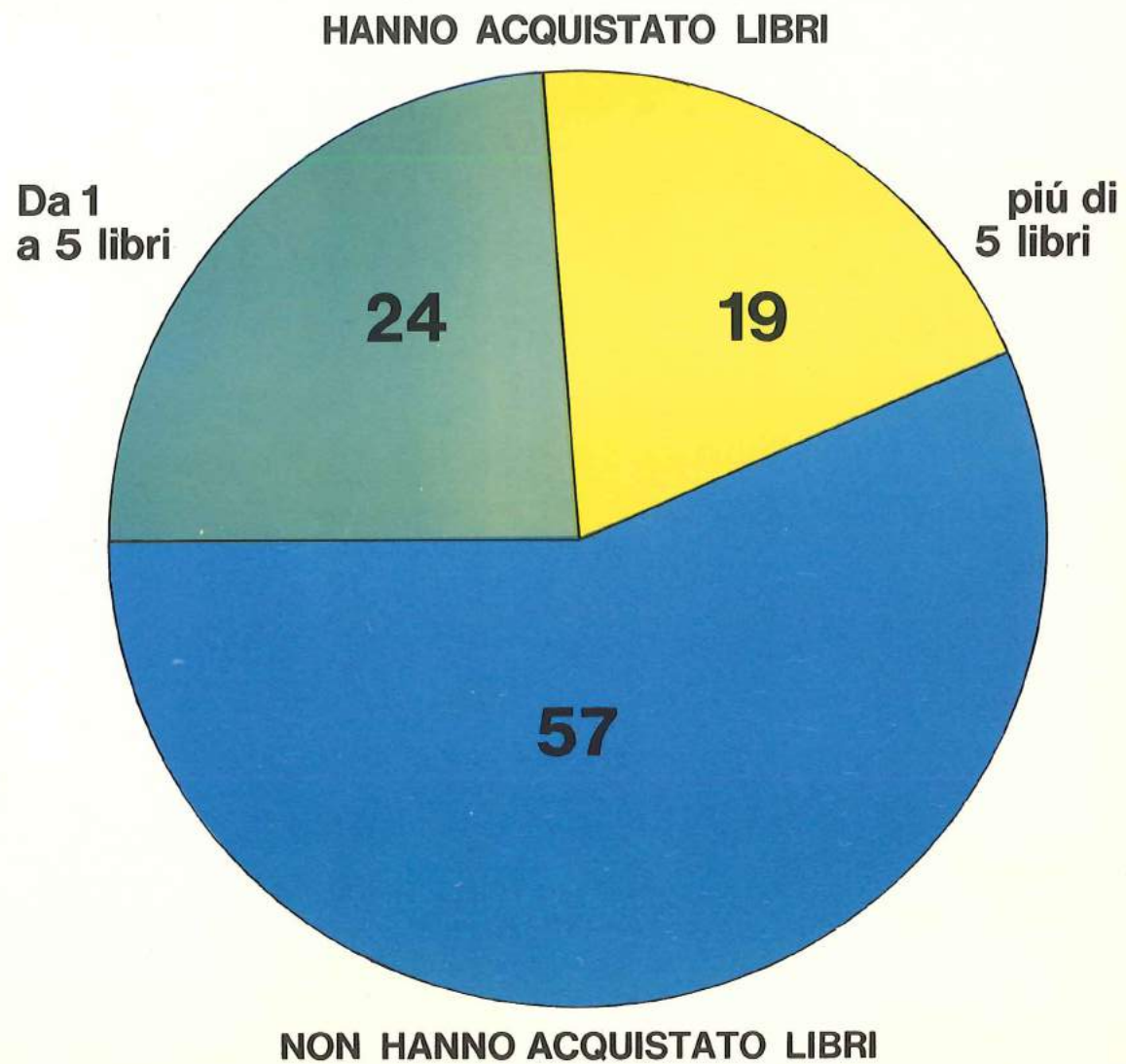
Più di un terzo (35%) dedica da 30 minuti ad un'ora alla lettura di quotidiani. Il tempo medio di lettura è di 45 minuti.

TEMPO MEDIO DI LETTURA 45 MINUTI



ACQUISTO DI LIBRI

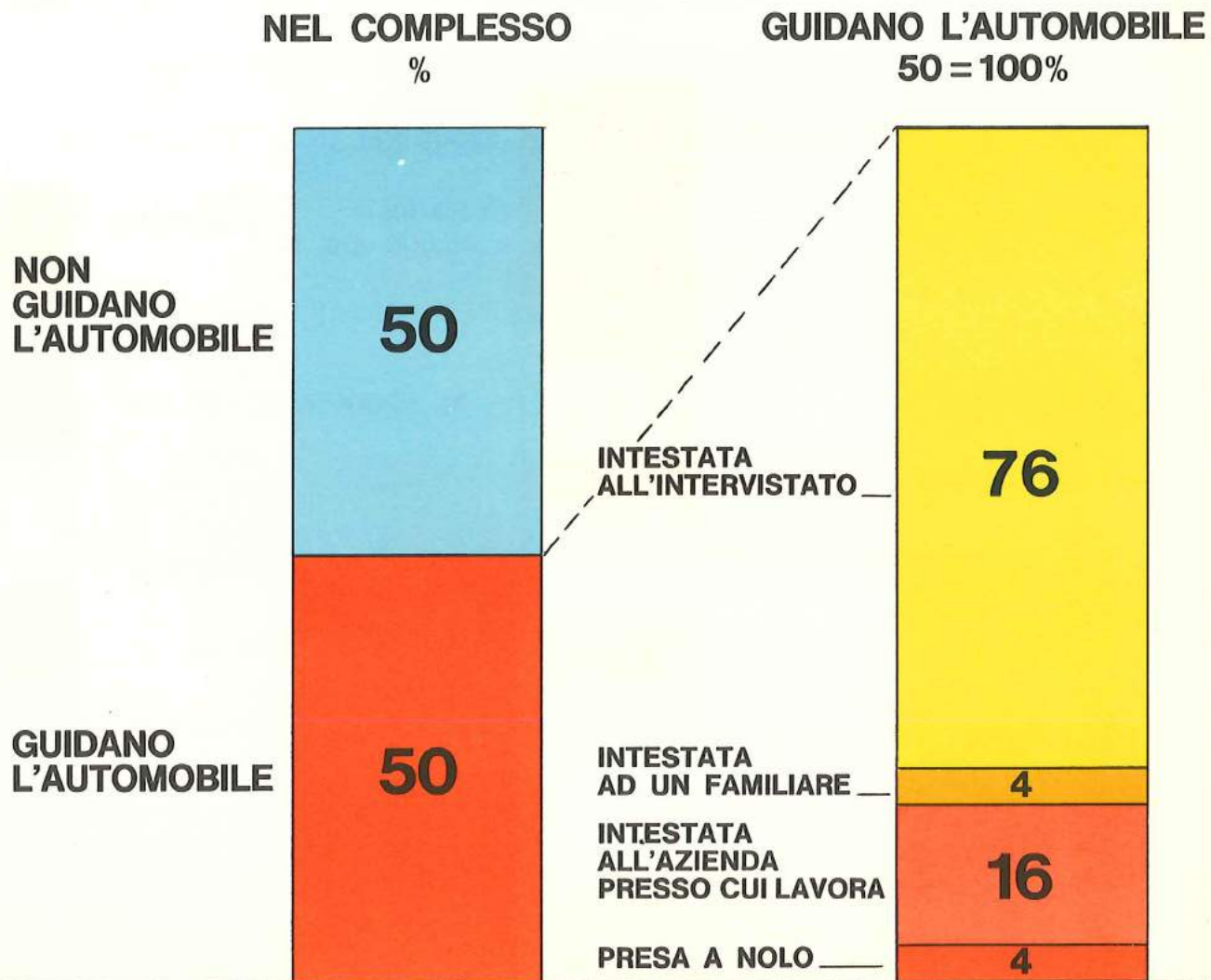
da parte dei lettori primari
limitatamente agli ultimi sei mesi





USO DELL'AUTOMOBILE

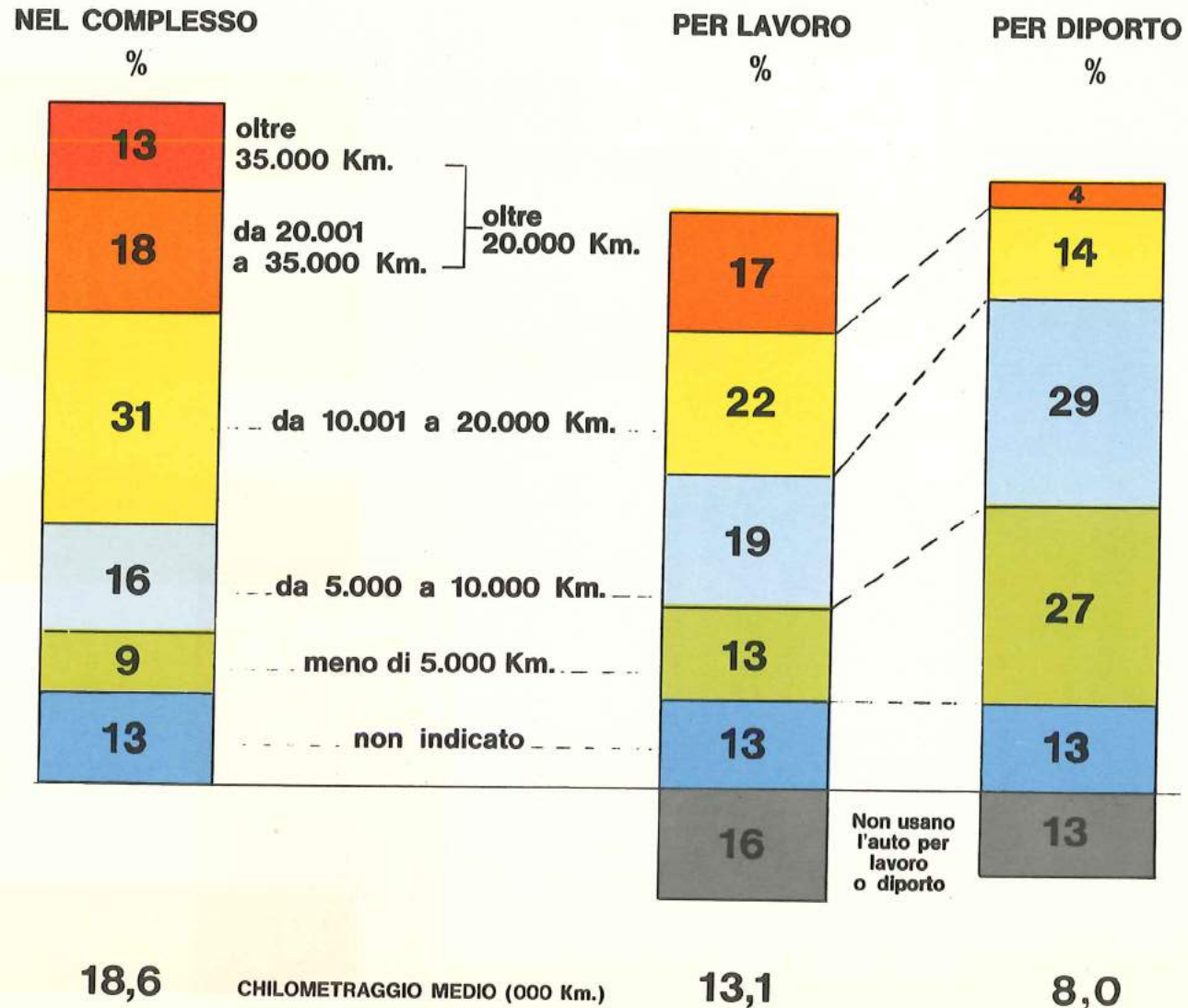
da parte dei lettori primari



La metà dei lettori guida la macchina e la maggioranza di essi (80%) è proprietaria della macchina che guida. In media i lettori percorrono poco meno di 20.000 chilometri all'anno, di cui oltre i due terzi per lavoro.

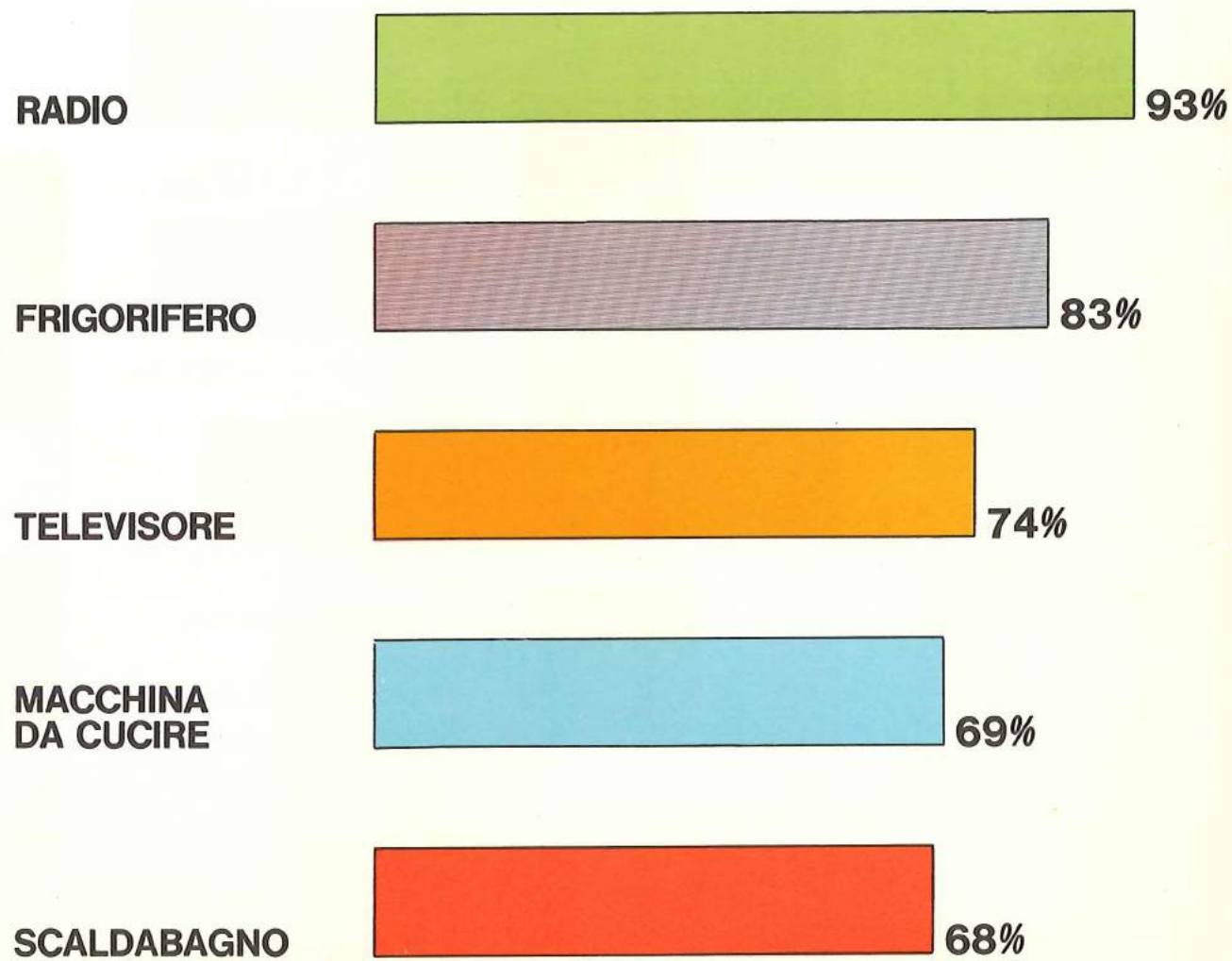
CHILOMETRI PERCORSI

in automobile nel corso di un anno da parte dei lettori primari



GRAFICI 14-15-16 - Beni posseduti dalle famiglie dei lettori primari

BENI POSSEDUTI dalle famiglie dei lettori primari

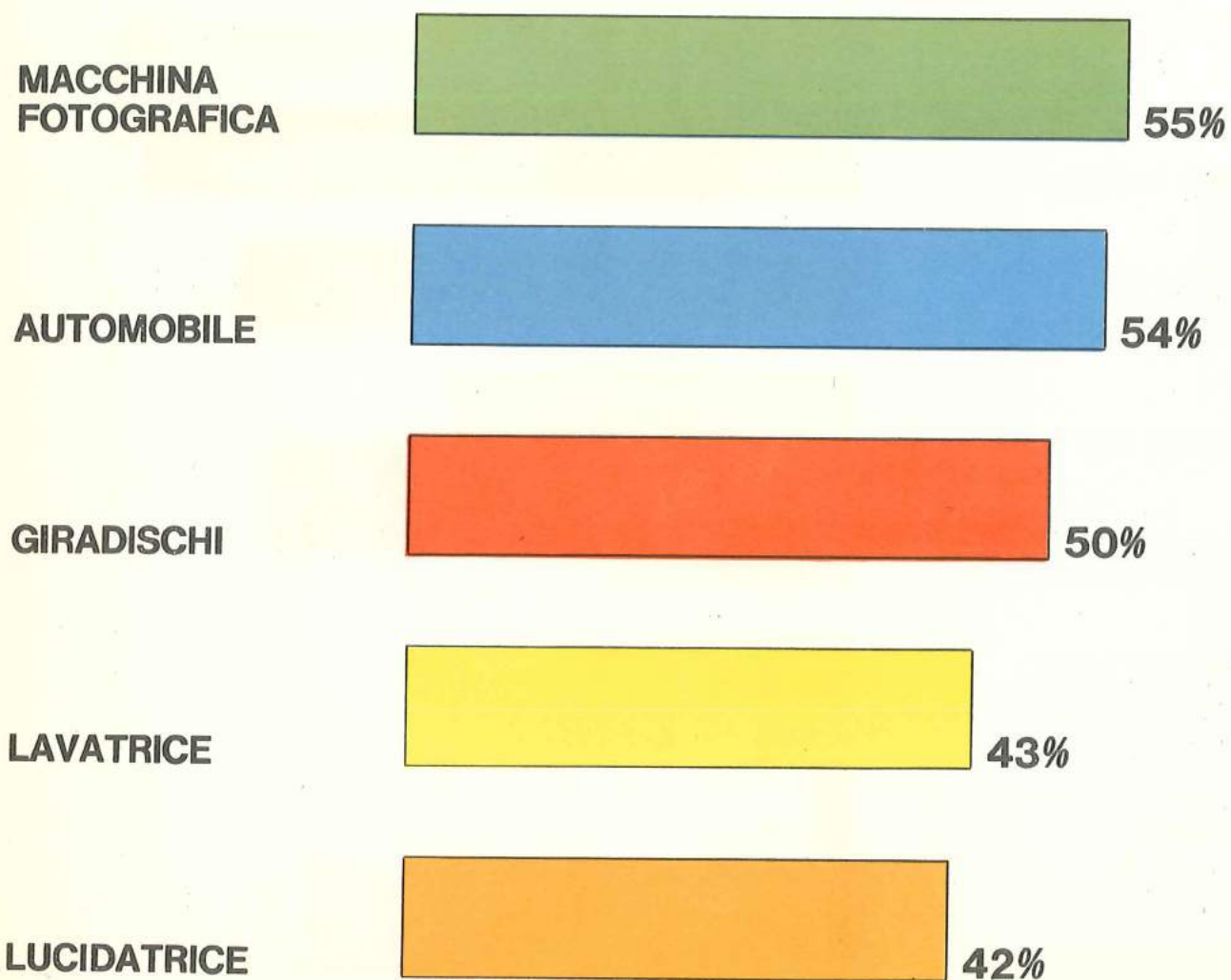


Alcuni beni sono posseduti dalla maggioranza delle famiglie di lettori e perciò sono interessanti soprattutto per quanto riguarda gli acquisti per sostituzione.

- radio dal 93%
- televisore dal 74%
- frigorifero dall'83%
- macchina da cucire dal 69%
- scaldabagno dal 68%

BENI POSSEDUTI

dalle famiglie dei lettori primari

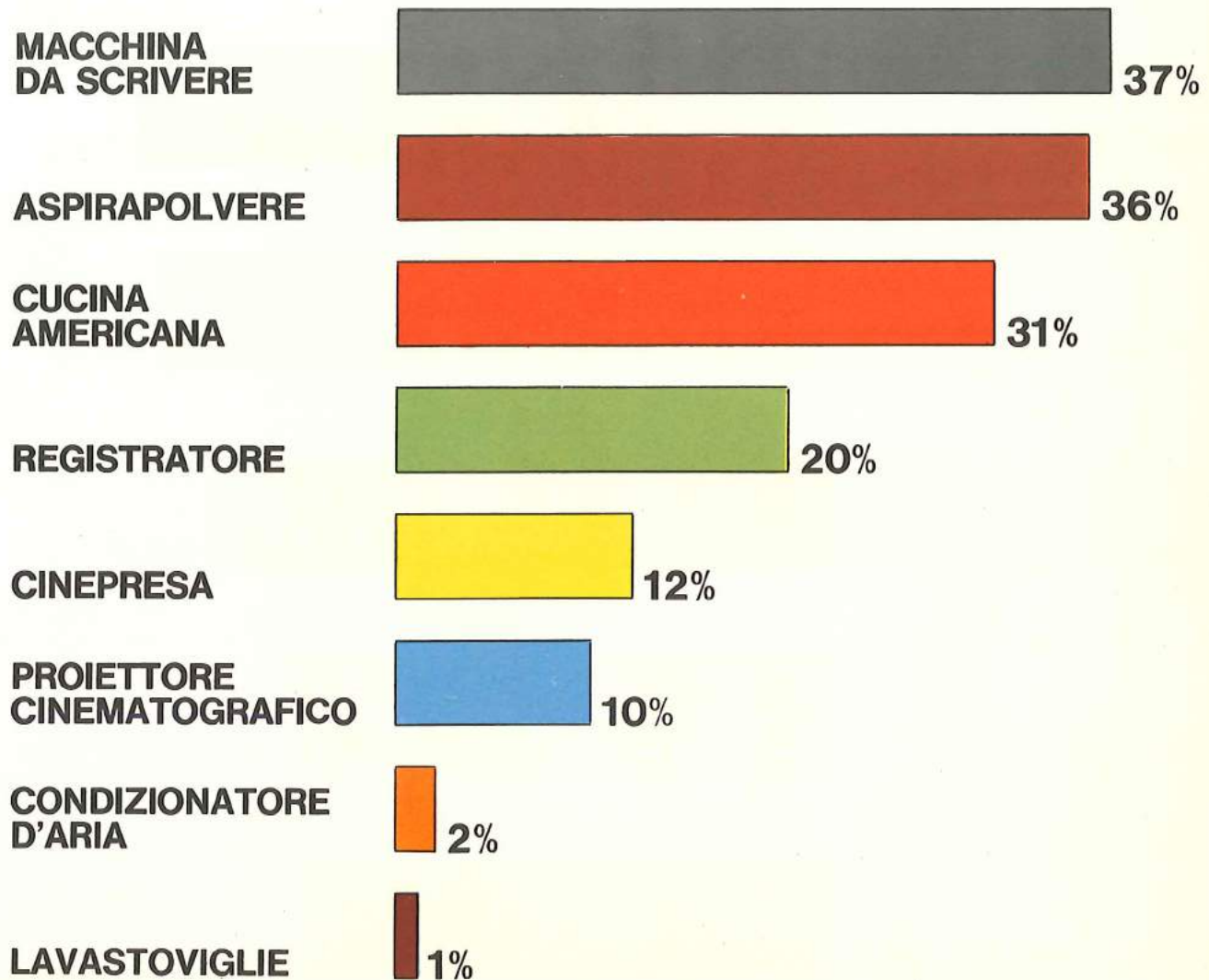


Alcuni beni sono posseduti da quasi la metà delle famiglie e perciò sono interessanti per quanto riguarda sia i primi acquisti sia gli acquisti per sostituzione

- giradischi dal 50%
- automobile dal 54%
- macchina fotografica dal 55%
- lavatrice dal 43%
- lucidatrice dal 42%

BENI POSSEDUTI

dalle famiglie dei lettori primari



Altri beni sono posseduti da relativamente poche famiglie di lettori e perciò sono interessanti soprattutto per quanto riguarda i primi acquisti.

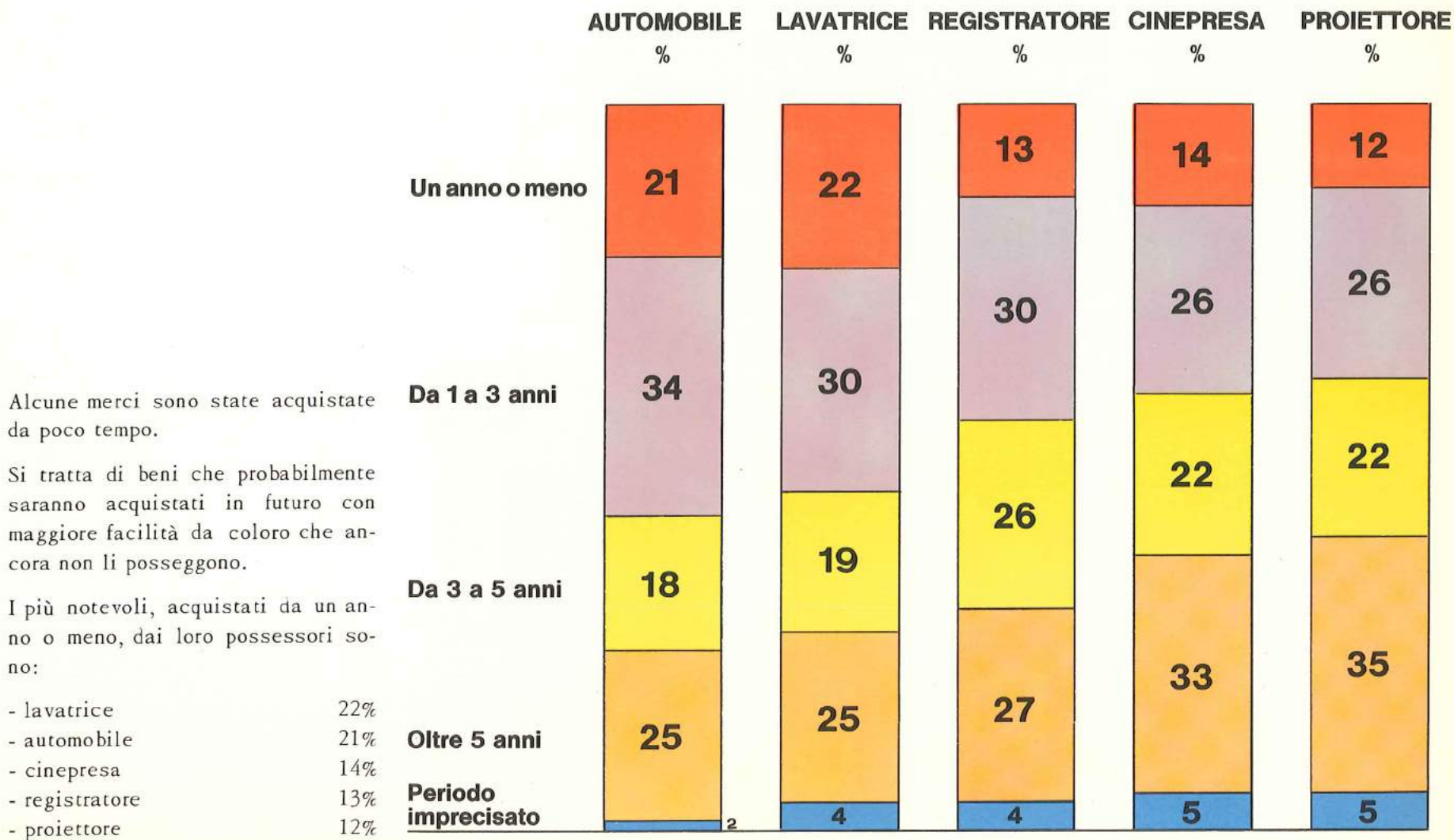
- lavastoviglie dall'1% soltanto
- condizionatore d'aria dal 2% soltanto
- proiettore cinematografico dal 10%
- cinepresa dal 12%
- registratore dal 20%
- cucina americana dal 31%
- aspirapolvere dal 36%
- macchina per scrivere dal 37%

La situazione si può rilevare più dettagliatamente nei grafici 18 e 19.



GRAFICO 17 - Anzianità di possesso dei beni di più recente acquisto

ANZIANITA' DI POSSESSO dei beni di più recente acquisto



Alcune merci sono state acquistate da poco tempo.

Si tratta di beni che probabilmente saranno acquistati in futuro con maggiore facilità da coloro che ancora non li posseggono.

I più notevoli, acquistati da un anno o meno, dai loro possessori sono:



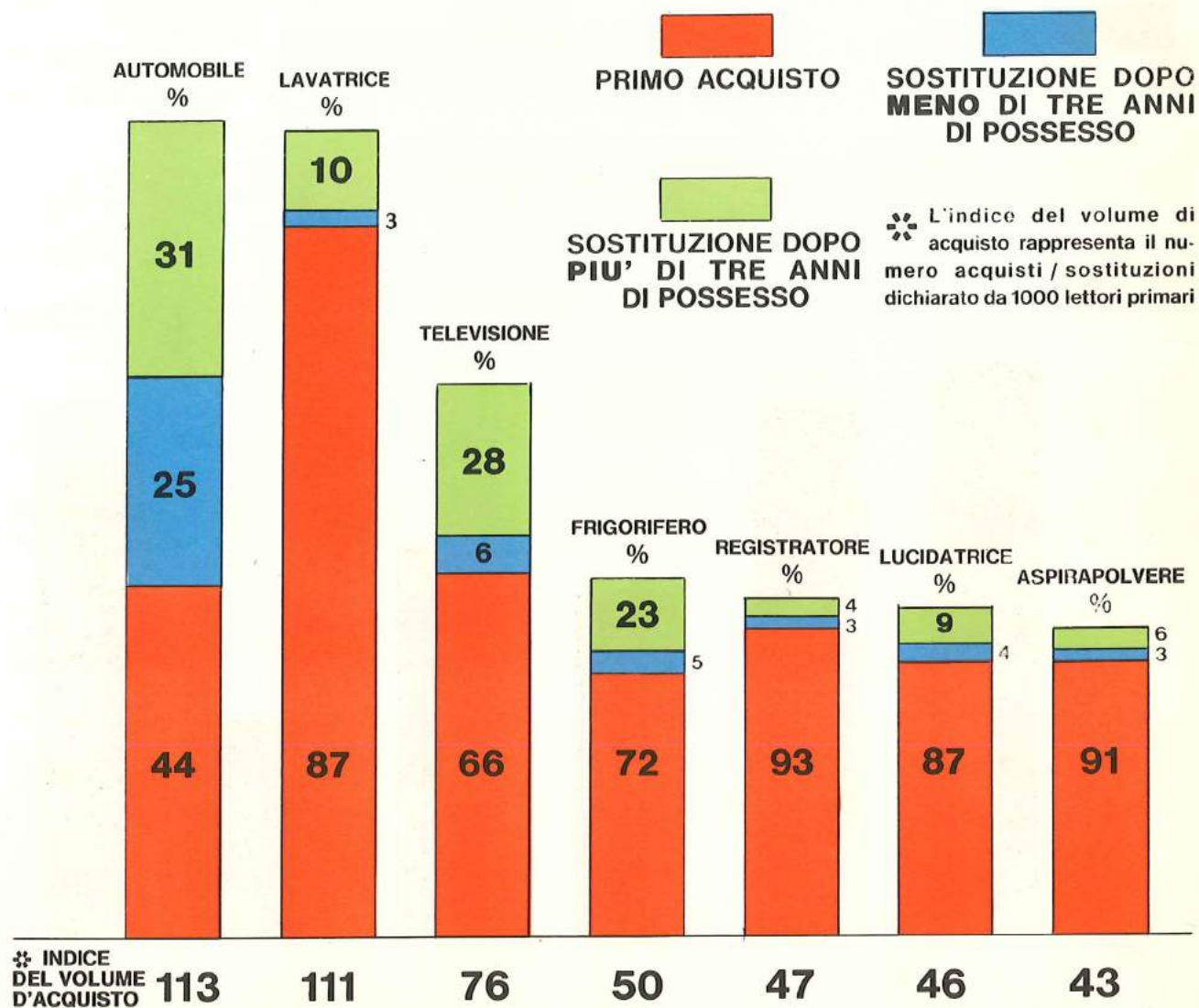
GRAFICI 18 e 19 - Intenzione di acquisto/sostituzione entro un anno

INTENZIONE DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE ENTRO UN ANNO

L'indice del volume di acquisto, basato sul numero totale di intenzioni di acquisto / intenzioni di sostituzione entro un anno dichiarato da 1000 lettori possessori e non possessori, indica l'importanza attribuita ai diversi beni nel futuro.

I grafici 18 e 19 mostrano i beni con un più alto indice di volume di acquisto, ponendo in evidenza l'importanza relativa all'intenzione del primo acquisto e all'intenzione della sostituzione dell'apparecchio già posseduto.

Per la maggior parte e in particolare per Lavatrice, Registratore, Lucidatrice, Aspirapolvere, Proiettore cinematografico, Cinepresa, Cucina americana, si tratta dell'intenzione del primo acquisto, ma per alcuni - come Automobile, Televisore, Frigorifero, Macchina fotografica, Giradischi, Rasoio elettrico - c'è una proporzione di intenzione di sostituzione di apparecchi già vecchi più di 3 anni che varia fra il 23% e il 49%.




INTENZIONE DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE ENTRO UN ANNO


PRIMO
ACQUISTO


SOSTITUZIONE DOPO
MENO DI TRE ANNI
DI POSSESSO


SOSTITUZIONE DOPO
PIU' DI TRE ANNI
DI POSSESSO

 L'indice del volume di
acquisto rappresenta il nu-
mero acquisti / sostituzioni
dichiarato da 1000 lettori primari

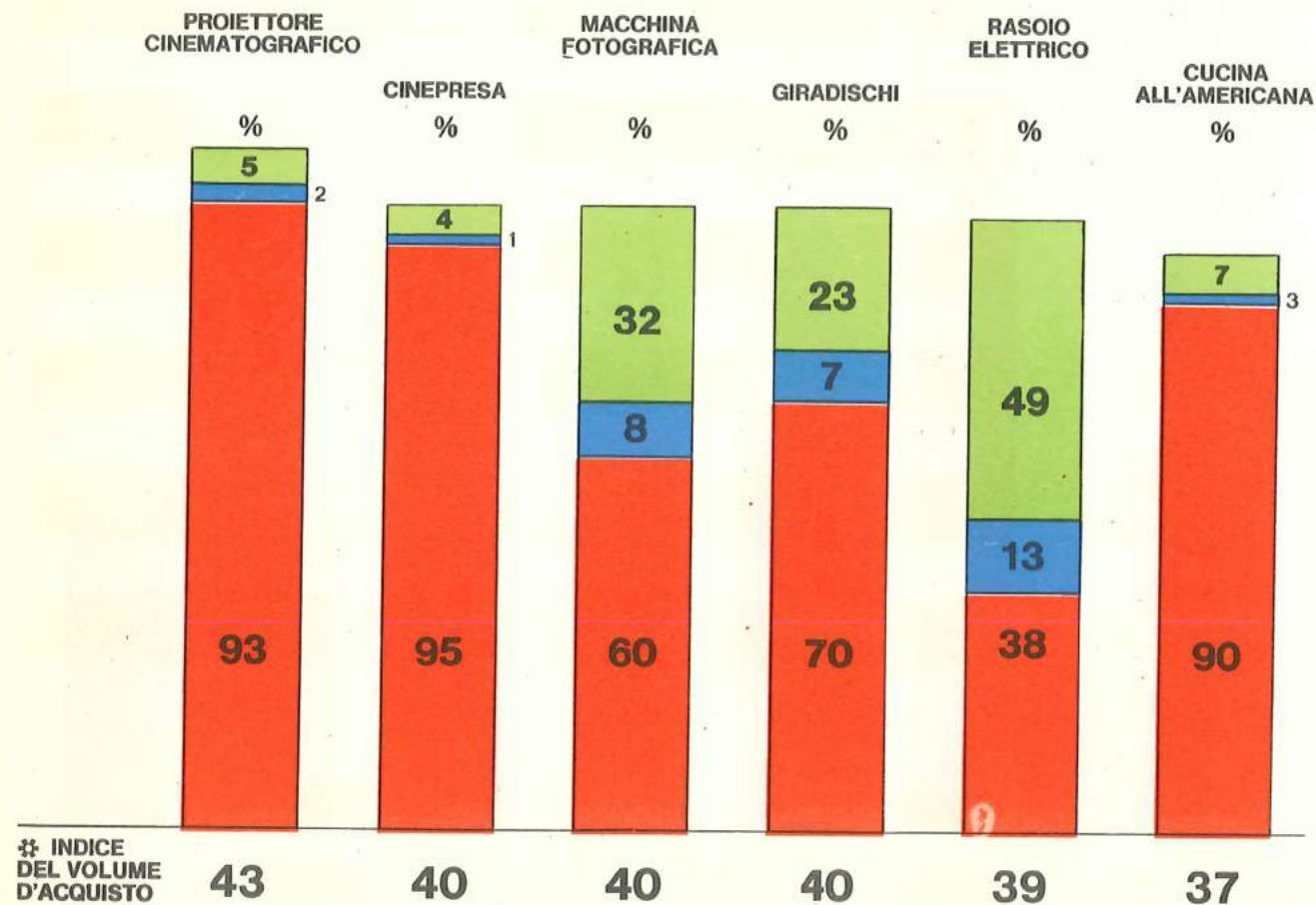
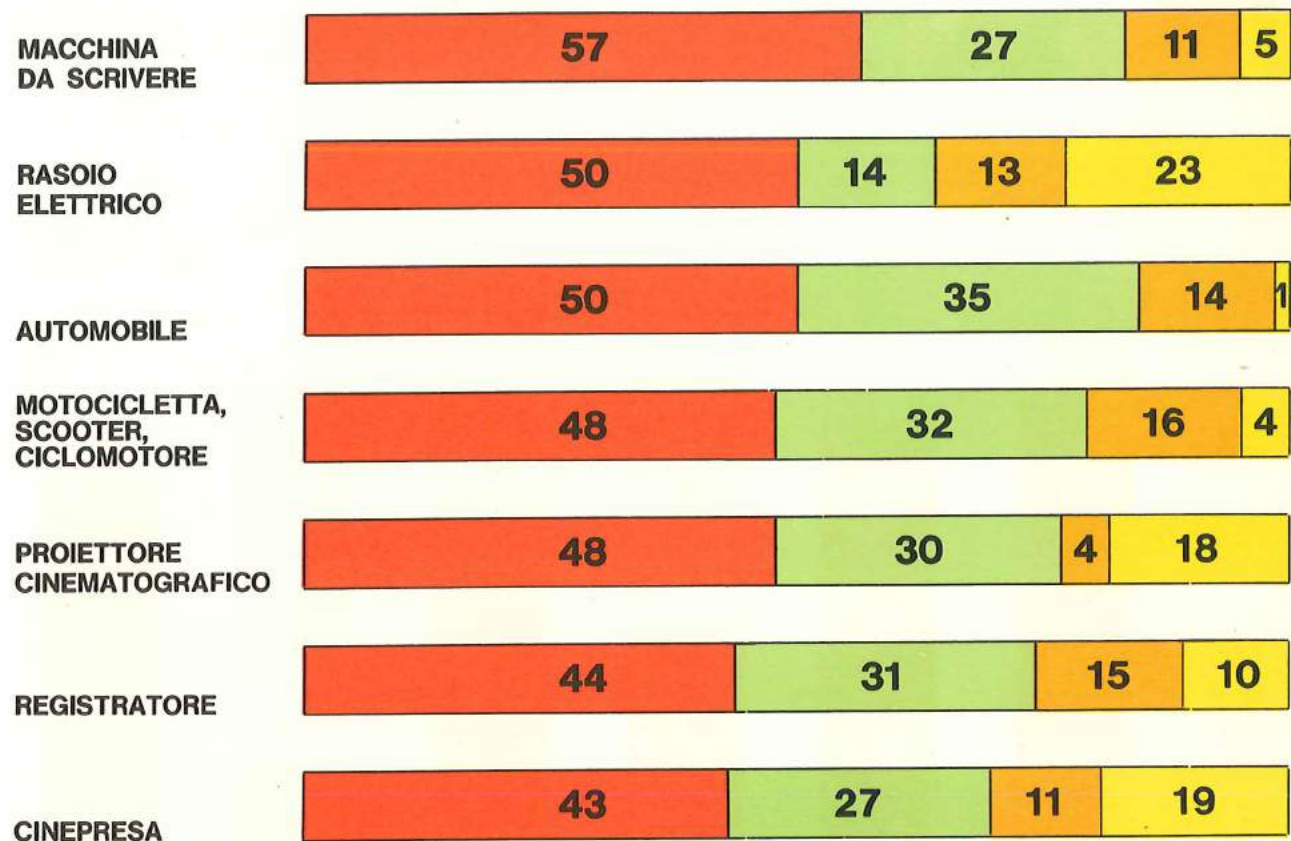


GRAFICO 20 - Decisione di acquisto - Beni posseduti da un anno o meno

DECISIONE D'ACQUISTO

BENI POSSEDUTI DA UN ANNO O MENO



Questo grafico mostra i beni che sono di più probabile acquisto su decisione del lettore primario da solo. La proporzione di acquisto decisa dal solo lettore primario varia dal 57% per macchina da scrivere e 50% per rasoio elettrico e automobile al 43% per cinepresa.

ACQUISTO DECISO:





GRAFICO 21 - Decisione di acquisto - Beni posseduti da un anno o meno

DECISIONE D'ACQUISTO

BENI POSSEDUTI DA UN ANNO O MENO



Questo grafico mostra la merce di più probabile acquisto su decisione comune fra membri della famiglia del lettore primario.

La proporzione di acquisti decisi in comune in questo modo è fra il 60% e il 65% per frigorifero, cucina alla americana e mobili di tipo moderno, e scende intorno al 50% per elettrodomestici come la lucidatrice ed il televisore.

ACQUISTO DECISO:





GRAFICO 22 - Decisione di acquisto - Beni posseduti da un anno o meno.

DECISIONE D'ACQUISTO

BENI POSSEDUTI DA UN ANNO O MENO



Acquisto deciso :

Questo grafico mostra beni per cui la responsabilità di decisione di acquisto è molto bilanciata fra il lettore primario da solo e gli altri componenti la sua famiglia.



Solo dal lettore primario



dal lettore primario con altri



Solo da altri



Regalo, ecc.



PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE consumati nelle famiglie dei lettori primari

Fra i cibi consumati dalla maggioranza delle famiglie dei lettori primari sono:

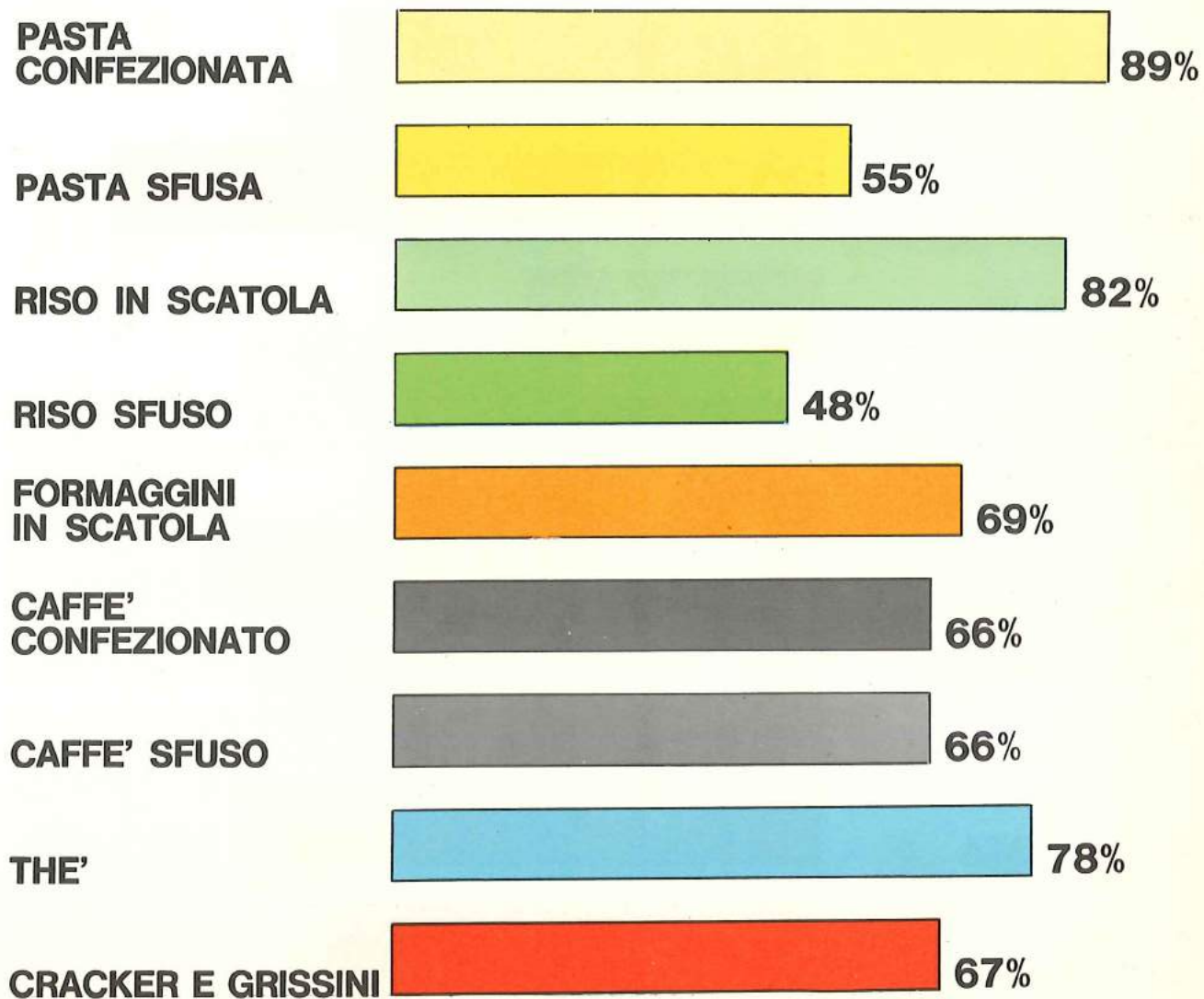
- pasta in confezione - consumata dall'89%
- riso in confezione e - " dall'82%
- pomodori pelati - " dal 79%
- tè - " dal 78%

Fra i cibi consumati da relativamente poche famiglie di lettori primari sono:

- condimenti pronti - consumati dal 26%
- vegetali in scatola - " dal 31%

Fra i cibi consumati da circa la metà delle famiglie di lettori primari:

- riso sfuso - consumato dal 48%
- carne in scatola - " dal 54%
- pasta sfusa - " dal 55%
- vino da pasto in bottiglia sigillata - " dal 55%



PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE consumati nelle famiglie dei lettori primari

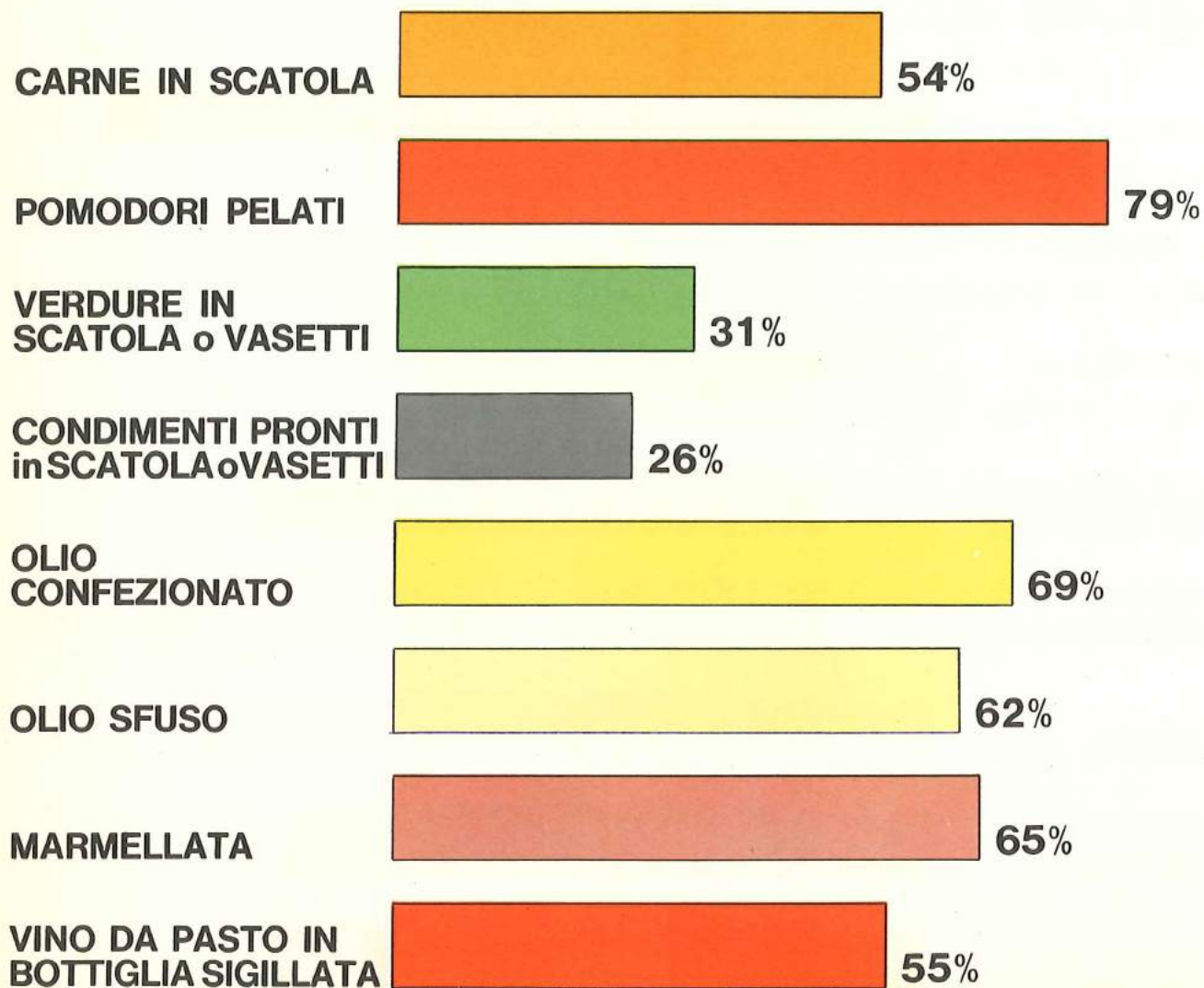
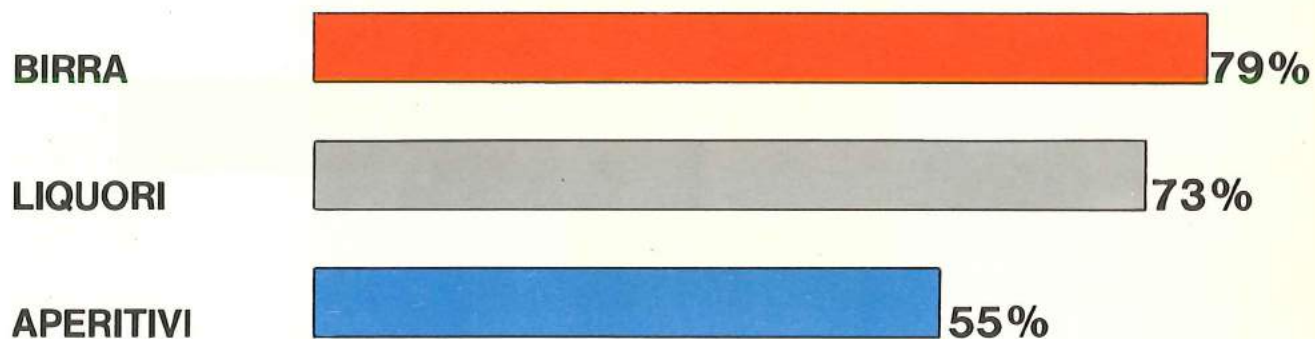


GRAFICO 25 - Consumo generale di bevande

CONSUMO GENERALE DI BEVANDE da parte dei lettori primari

BEVANDE ALCOOLICHE



La maggior parte dei lettori primari sono consumatori di bevande sia alcoliche sia analcoliche.

Fra le bevande alcoliche abbiamo:

- birra - consumata dal 79%
- liquori - " dal 73%
- aperitivi - " dal 55%

mentre fra le bevande analcoliche abbiamo:

- acqua minerale - consumata dal 75%
- bibite - " dal 73%
- succhi di frutta - " dal 61%
- aperitivi analcolici - " dal 54%

BEVANDE ANALCOOLICHE

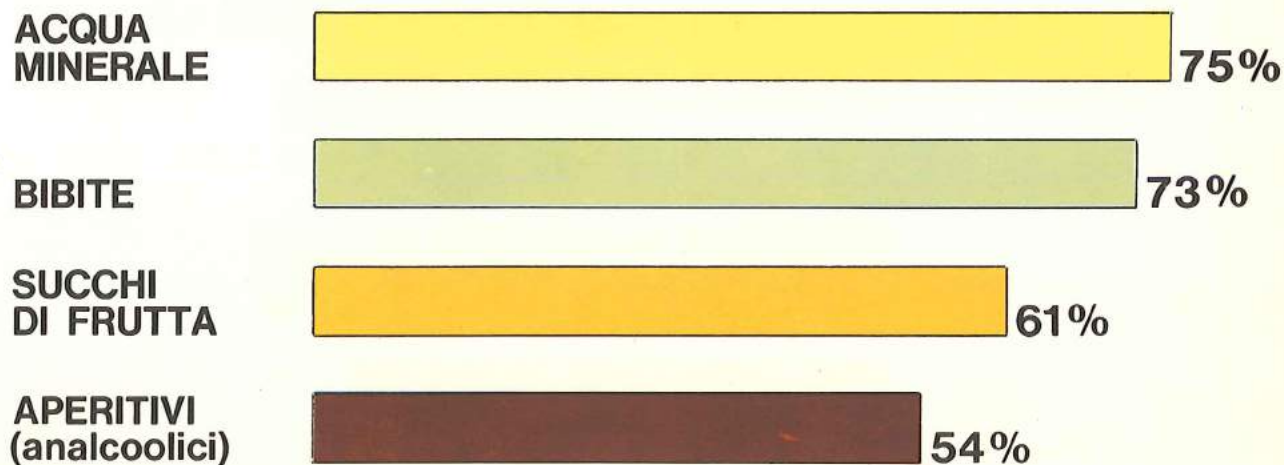




GRAFICO 26 - Uso di prodotti per la casa

USO DI PRODOTTI PER LA CASA

nelle famiglie dei lettori primari



Nelle famiglie di lettori primari i consumi più notevoli di prodotti per la casa sono:

- insetticidi nel 77% delle famiglie
- cere per pavimenti nel 74% delle famiglie
- deodoranti ambientali nel 61% delle famiglie

THE UNIVERSITY OF CHICAGO
DEPARTMENT OF CHEMISTRY
58 CHEMISTRY BUILDING
CHICAGO, ILLINOIS 60637

RECEIVED

NOV 15 1964

1964

NOV 15 1964

NOV 15 1964

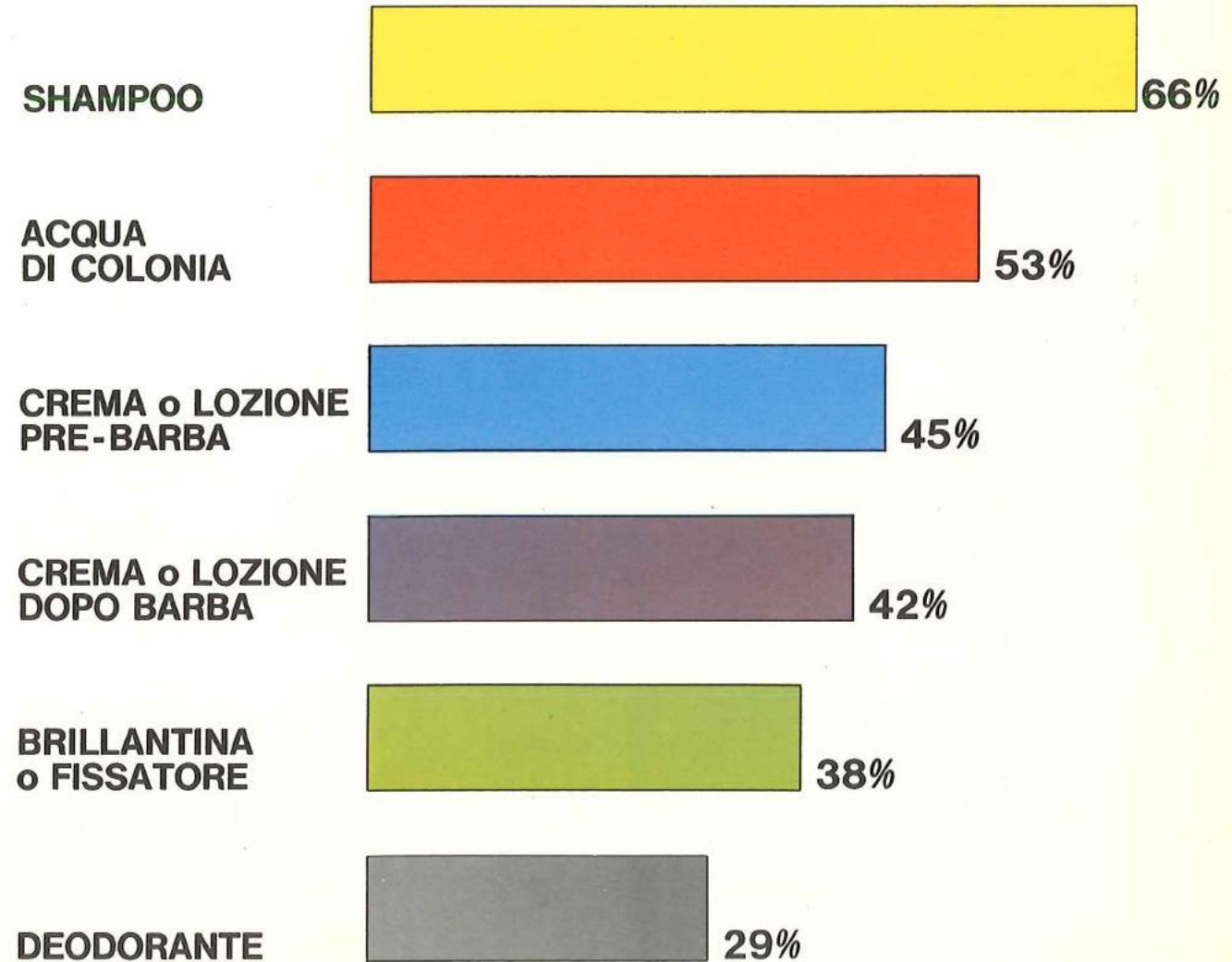
NOV 15 1964

NOV 15 1964

NOV 15 1964

GRAFICO 27 - Uso di prodotti per
toelette da uomo

USO DI PRODOTTI PER TOELETTE DA UOMO nelle famiglie dei lettori primari



Nelle famiglie di lettori primari i consumi più notevoli di prodotti per toelette da uomo sono:

- shampoo nel 66% delle famiglie
- colonia nel 53% delle famiglie
- lozione pre-barba nel 45% delle famiglie

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

DEPARTMENT OF THE HISTORY OF ARTS

RECORDS OF THE DEPARTMENT

FOR THE YEAR 1958

CHICAGO, ILLINOIS

1959

PRINTED BY THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS

CHICAGO, ILLINOIS

1959

CHICAGO, ILLINOIS

1959

CHICAGO, ILLINOIS

1959

CHICAGO, ILLINOIS

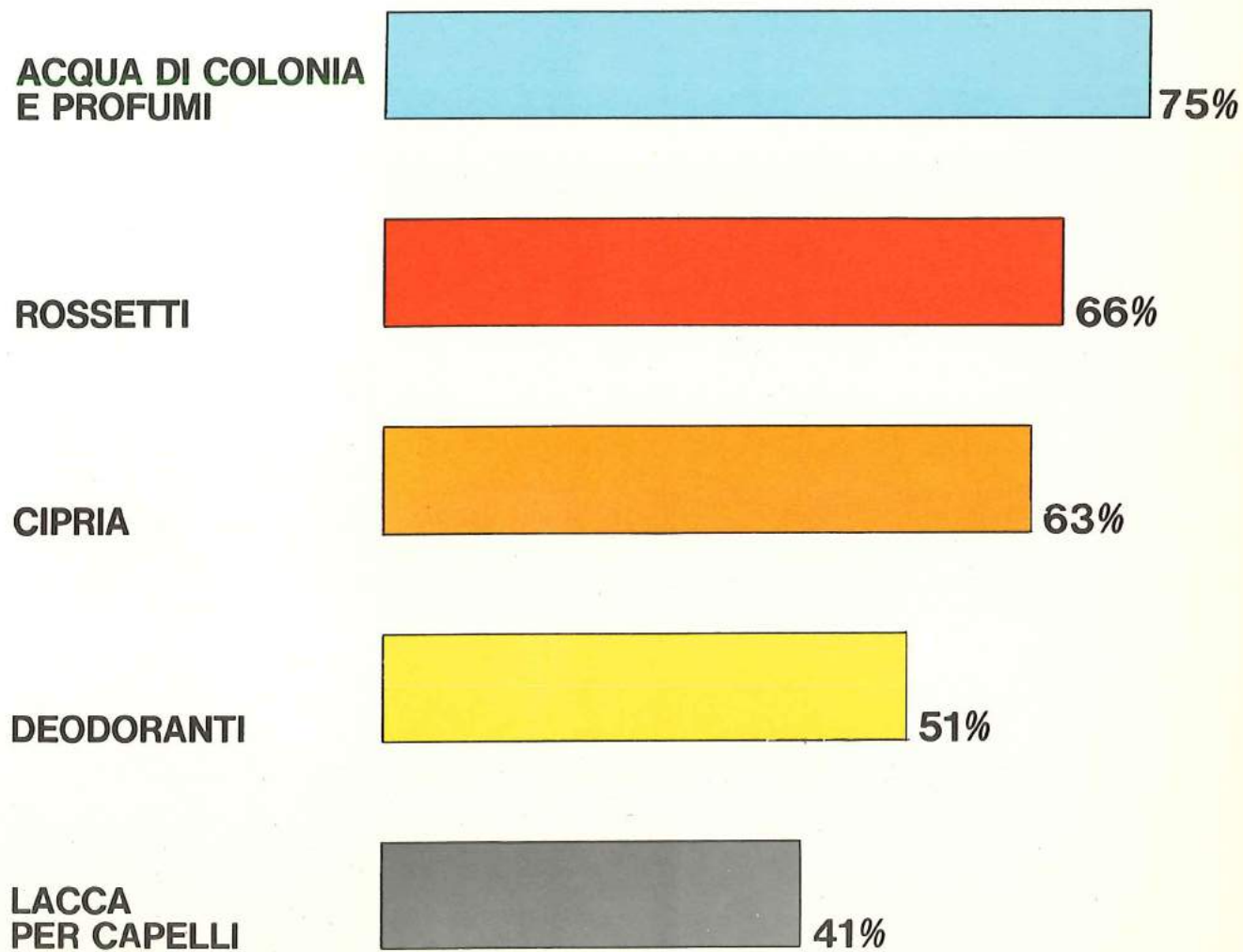
1959

CHICAGO, ILLINOIS

1959

GRAFICO 28 - Uso di prodotti per
toelette da donna

USO DI PRODOTTI PER TOELETTE DA DONNA nelle famiglie dei lettori primari



Nelle famiglie di lettori primari i consumi più notevoli di prodotti per toelette da donna sono:

- colonia nel 75% delle famiglie
- rossetti nel 66% delle famiglie
- cipria nel 63% delle famiglie

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

DEPARTMENT OF CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PH.D. THESIS

BY

JOHN H. VAN VLECK

ADVISOR

ROBERT H. SPENCER

CHICAGO, ILLINOIS

1954

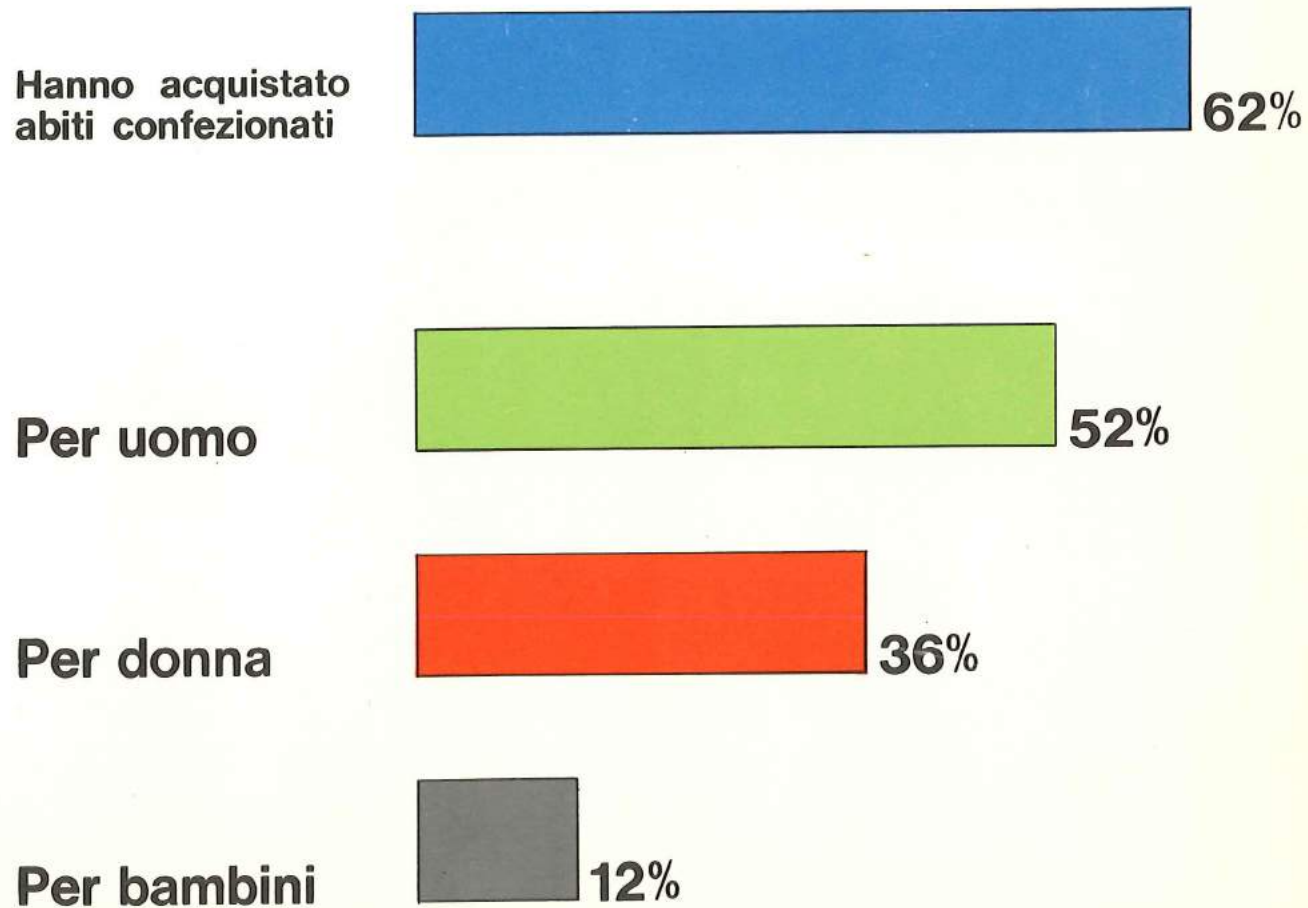
PHYSICAL CHEMISTRY

DEPARTMENT OF CHEMISTRY

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

GRAFICO 29 - Acquisto di abiti confezionati

ACQUISTO DI ABITI CONFEZIONATI negli ultimi dodici mesi da parte delle famiglie dei lettori primari

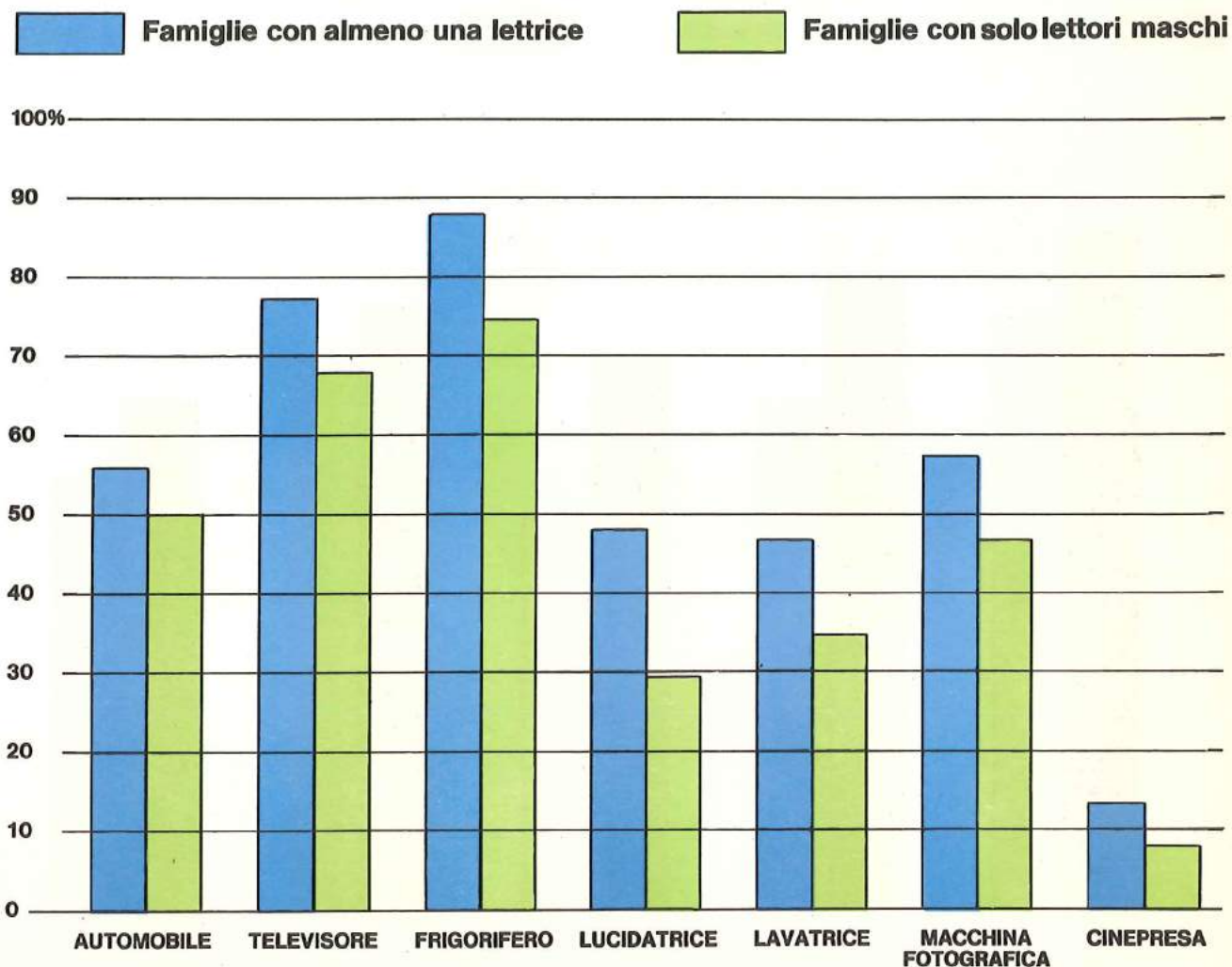


Oltre il 60% delle famiglie dei lettori primari acquista abiti confezionati - oltre la metà dei quali sono abiti da uomo.



GRAFICI 30-31-32 - Famiglie in cui c'è una lettrice - Beni posseduti, consumi di prodotti alimentari e vari.

BENI POSSEDUTI DALLE FAMIGLIE dei lettori primari secondo famiglie con almeno una lettrice e famiglie con solo lettori maschi

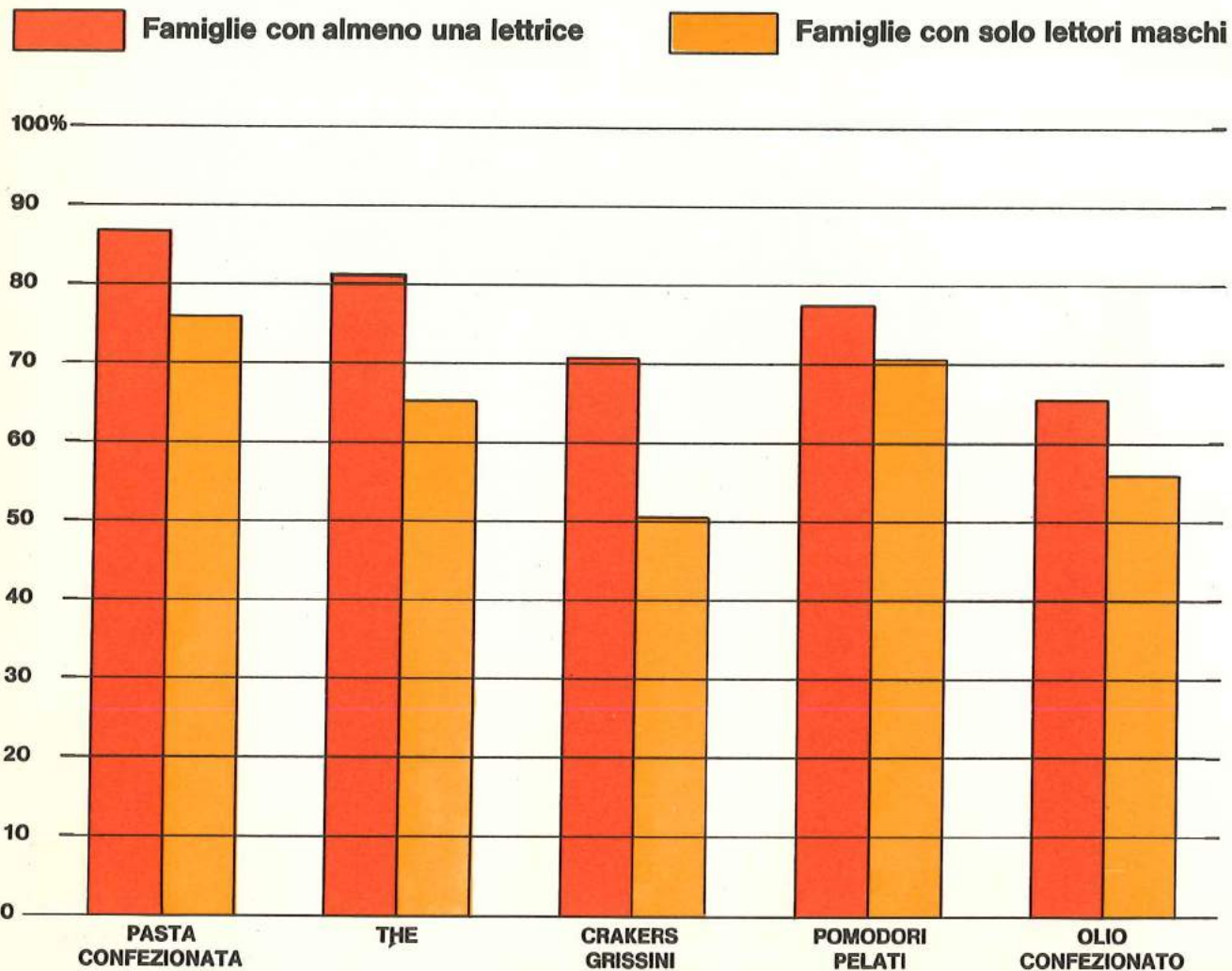


Nelle famiglie in cui c'è una lettrice è evidente un più alto standard di vita - c'è maggiore probabilità che abbiano auto, televisore, lavatrice, lucidatrice, macchina per scrivere, ecc.

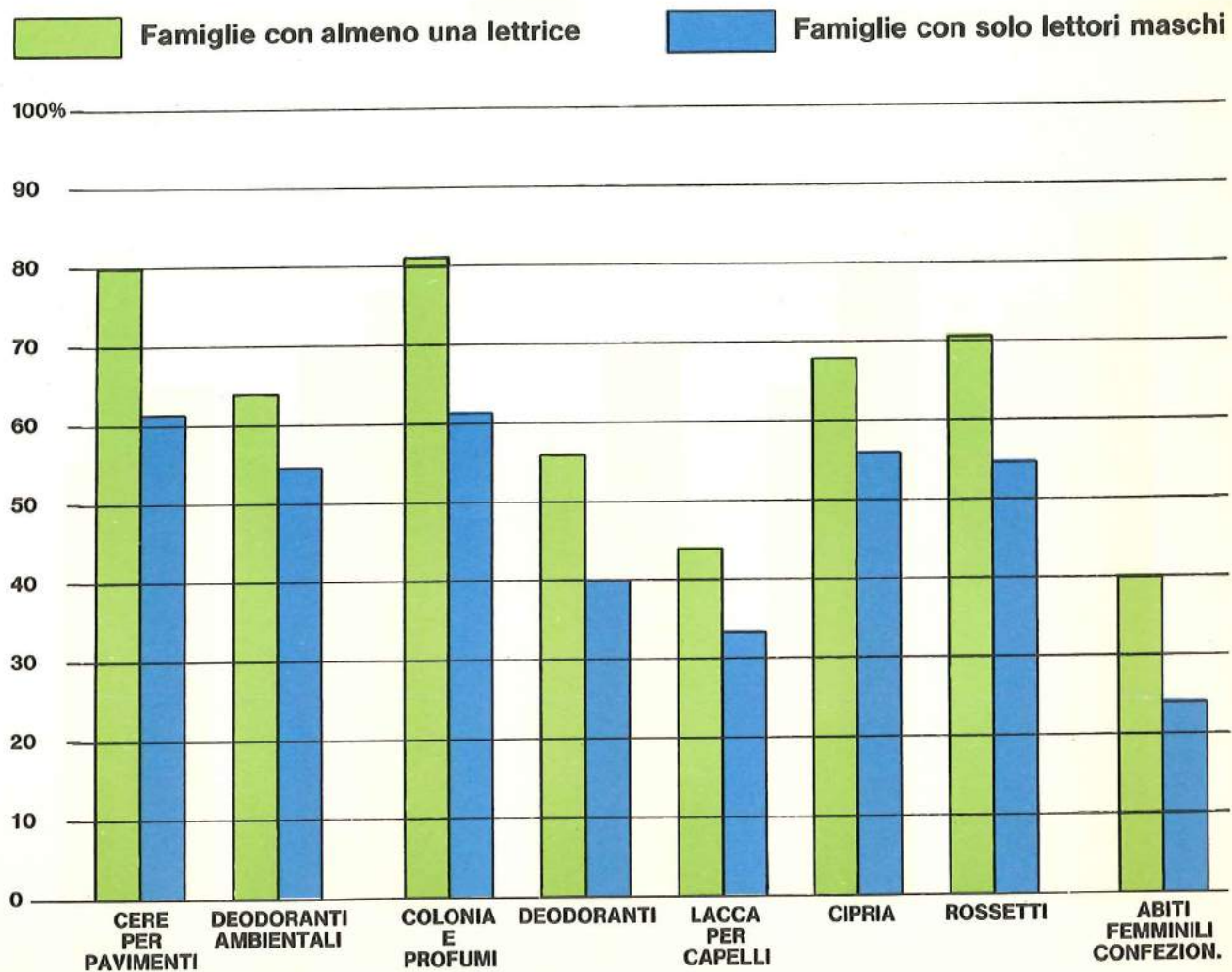
Queste famiglie usano più cibo in confezione - pasta, riso e caffè, vegetali in scatola, ecc.; consumano più prodotti di pulizia per la casa, quali cere per pavimenti, deodoranti, insetticidi; più prodotti per la toeletta femminile, quali rossetti, ciprie e colonia ed inoltre acquistano più abiti da donna confezionati.

CONSUMO DI PRODOTTI ALIMENTARI

nelle famiglie dei lettori primari:
famiglie con almeno una lettrice
e famiglie con soli lettori maschi



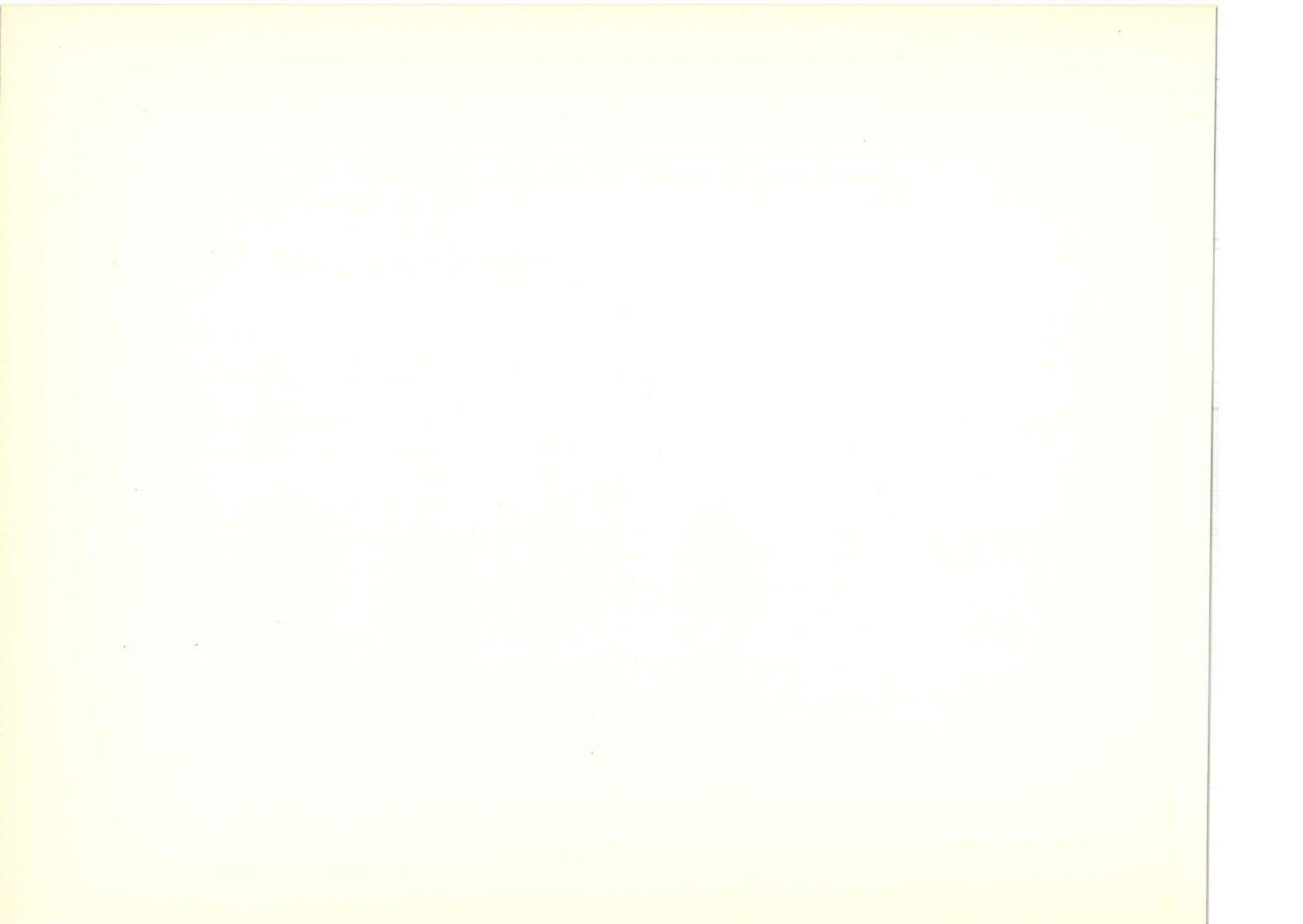
CONSUMO DI VARI PRODOTTI secondo famiglie con almeno una lettrice e famiglie con solo lettori maschi





PARTE SECONDA

RISULTATI DETTAGLIATI



INTRODUZIONE ALLA PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

I risultati sono ripartiti in vari capitoli e può essere utile indicare brevemente qui di seguito gli argomenti trattati in ognuno di essi.

1. **Profilo del lettore primario del quotidiano in generale**

In questo capitolo, zona per zona, e per l'Italia totale sono illustrate le caratteristiche demografiche di **TUTTI** i lettori primari di quotidiani senza tener conto del **tipo** di giornale che essi leggono - mattino, pomeriggio-sera, sportivo, politico, finanziario - e senza tener conto della **frequenza** di lettura del quotidiano stesso.

2. **Profilo del lettore primario dei diversi tipi di quotidiani**

Qui il lettore primario viene classificato secondo il tipo di quotidiano che legge. Sono considerati - come già detto - cinque tipi di quotidiani: mattino, pomeriggio-sera, sportivo, finanziario e politico.

Per ogni tipo di lettore sono illustrate le principali caratteristiche demografiche, zona per zona e per l'Italia totale.

3. **Il lettore primario e i lettori aggiunti**

In questo capitolo si esamina il numero degli altri lettori - lettori aggiunti - dei differenti tipi di quotidiani e la loro composizione per quanto riguarda sesso, età, e regolarità di lettura.

4. **Famiglie con lettrici**

In questo capitolo viene mostrato, prima di tutto per tutti i tipi di quotidiani combinati e poi per ciascuno dei cinque tipi di quotidiani separatamente, la pro-

porzione di famiglie che contengono una lettrice di quotidiani.

5. **Abitudini di lettura**

Per ogni quotidiano che un lettore primario legge è stata rilevata la frequenza di lettura. Tutti i quotidiani acquistati una volta in una settimana, o più spesso, sono stati esaminati per quanto riguarda le abitudini di lettura.

Se una persona ha acquistato differenti quotidiani più di una volta alla settimana, allora le informazioni sono state raccolte su **ognuno dei quotidiani**. In tal modo si è ampiamente indagato sulle differenti abitudini di lettura dei differenti tipi di quotidiani.

6. **Struttura e modalità dei consumi dei lettori di quotidiani**

Questo capitolo - classico in questo tipo di indagine - illustra le abitudini dei lettori primari e delle loro famiglie in merito ai consumi di vario tipo.

A parte i beni di consumo, i prodotti alimentari e le bevande, si esaminano anche dati relativi all'acquisto di libri, uso dell'automobile e dell'aereo, e sull'abitazione delle famiglie dei lettori.

7. **Abitudini di consumo delle famiglie con lettrici**

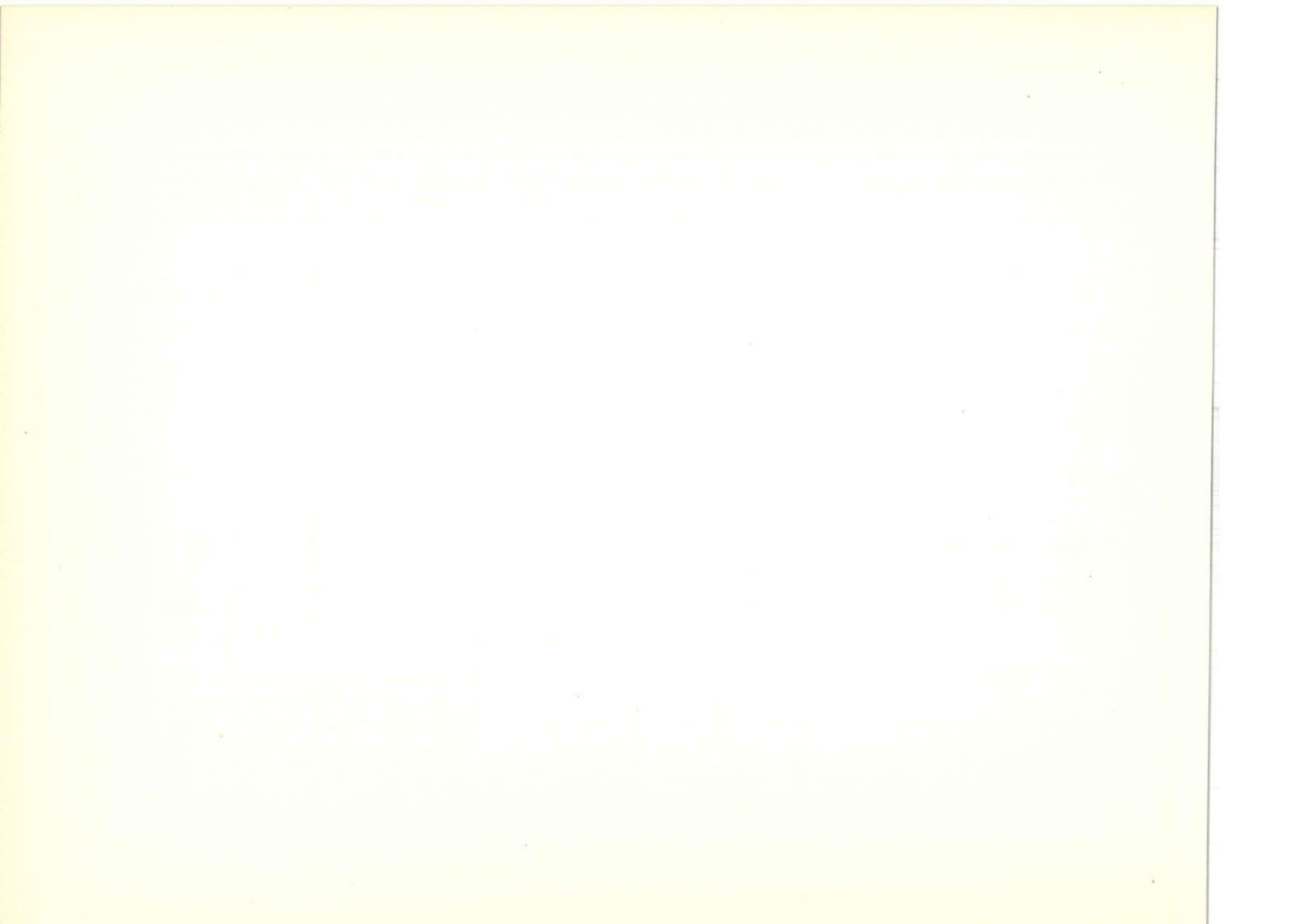
Questo capitolo amplia quello precedente prendendo in considerazione famiglie di due tipi: quelle in cui c'è una lettrice di quotidiani e quelle in cui tutti i lettori di quotidiani sono di sesso maschile. Pertanto mediante questi dati si possono esaminare le possibilità di raggiungere le donne con la pubblicità sui quotidiani per quei prodotti in cui la loro opinione è importante.



1 - PROFILO DEL LETTORE PRIMARIO DEL QUOTIDIANO IN GENERALE

INTRODUZIONE

Il campione di rispondenti in ciascuna zona, e naturalmente anche nell'Italia totale, rappresenta tutti i lettori primari di quotidiani. In questo capitolo non viene fatta alcuna distinzione fra i tipi di quotidiani letti o fra il numero di quotidiani letti o fra le frequenze di lettura. Il risultato si riferisce quindi a quello che possiamo denominare "gruppo complessivo di lettori primari"; cioè il gruppo di persone raggiunto da una serie di numeri di quotidiani in un certo periodo di tempo.



TAV. 1.1 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO L'AMPIEZZA DEI CENTRI, IL TIPO DI LOCALITA' DI RESIDENZA E SESSO; NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

DISTRIBUZIONE SECONDO :	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna	Popolazione adulta Italia
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450	%
CLASSI DI AMPIEZZA									
- Fino a 10.000 abitanti	20	18	25	20	18	13	23	22	40
- Da 10.001 a 30.000 abitanti	12	14	7	11	27	4	12	18	19
- Da 30.001 a 100.000 abitanti	17	20	21	14	27	4	24	16	16
- Da 100.001 a 1.000.000 di abitanti	23	20	5	55	28	2	13	44	} 25
- Oltre a 1.000.000 di abitanti	28	28	42	-	-	77	28	-	
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TIPO DI LOCALITA'									
- Capoluogo di provincia	62	64	59	66	40	81	53	55	32
- Non capoluogo di provincia	38	36	41	34	60	19	47	45	68
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SESSO									
- Maschi	84	77	81	84	88	88	93	93	48
- Femmine	16	23	19	16	12	12	7	7	52
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100

TAV. 1.2 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO CLASSI DI ETA', GRADO DI ISTRUZIONE E CLASSE ECONOMICO-SOCIALE, NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

DISTRIBUZIONE SECONDO:	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna	Popolazione adulta Italia
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450	%
CLASSI DI ETA'									
- Meno di 16 anni	*	*	*	*	1	*	*	1	} 19
- Da 16 a 24 anni	12	12	10	8	12	11	15	18	
- Da 25 a 34 anni	20	21	20	17	18	23	20	21	17
- Da 35 a 44 anni	22	20	22	22	24	26	21	23	18
- Da 45 a 54 anni	19	18	20	21	18	20	19	15	17
- Da 55 a 64 anni	15	17	16	17	14	12	13	12	15
- Oltre 64 anni	12	12	12	15	13	8	12	10	14
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100
GRADO DI ISTRUZIONE									
- Frequenza alle scuole elementari ...	32	35	31	36	37	27	24	27	76
- Frequenza alla scuola media inferiore .	25	26	27	24	26	23	24	20	13
- Frequenza alla scuola media superiore	27	26	28	25	23	28	30	30	} 11
- Frequenza all'Università	16	13	14	15	14	22	22	23	
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CLASSI ECONOMICO-SOCIALI									
- Superiore	3	2	4	2	4	2	4	1	} 5
- Medio-superiore	18	18	19	17	18	16	19	16	
- Media	50	52	47	56	54	44	50	46	32
- Medio-inferiore	24	24	25	21	19	29	21	27	42
- Inferiore	5	4	5	4	5	9	6	10	21
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100

TAV. 1.3 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO LA POSIZIONE NELLA FAMIGLIA E SECONDO LA CLASSE PROFESSIONALE, NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

DISTRIBUZIONE SECONDO:	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna	Popolazione adulta Italia
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450	%
POSIZIONE NELLA FAMIGLIA									
- Capo famiglia	73	69	73	76	73	74	72	70	27
- Non capofamiglia	27	31	27	24	27	26	28	30	73
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CLASSI PROFESSIONALI									
- Industriali con grande azienda; grandi proprietari terrieri; grandi commercianti; alti funzionari statali	1	1	1	*	1	*	1	1	
- Industriali con media azienda; proprietari terrieri; commercianti medio-superiori; liberi professionisti	3	1	4	3	2	3	3	2	
- Industriali con piccola azienda; commercianti con media azienda; impiegati con funzioni direttive; grandi affittuari	13	11	17	12	12	14	17	16	
- Artigiani; esercenti; commercianti con azienda superiore all'unifamiliare; impiegati con funzioni non direttive	18	17	20	18	17	16	16	22	
- Piccoli artigiani; piccoli esercenti; commercianti con azienda unifamiliare; impiegati di seconda categoria; coltivatori diretti; operai specializzati	29	28	29	29	34	28	25	22	
- Impiegati d'ordine	6	7	5	5	6	9	8	6	
- Operai comuni e funzionari di bassa forza	6	7	6	6	5	9	5	5	
- Manovali e braccianti agricoli	1	1	1	1	1	1	1	1	
- Senza professione; pensionati; casalinghe; studenti	23	27	17	26	22	20	24	25	
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	

TAV. 1.4 - DISTRIBUZIONE DELLE FAMIGLIE SECONDO LA PRESENZA DI MEMBRI APPARTENENTI ALLE DIVERSE CLASSI DI ETA' NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

FAMIGLIE CON COMPONENTI:	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
MASCHI DI ETA':								
- inferiore ai 6 anni	11	10	10	11	11	15	15	15
- dai 6 ai 10 anni	8	6	6	9	8	9	11	12
- dagli 11 ai 15 anni	10	7	8	14	9	11	15	15
- dai 16 ai 24 anni	25	22	24	24	26	27	32	32
- dai 25 ai 34 anni	26	25	26	24	25	29	29	28
- oltre 34 anni	81	79	80	82	84	80	85	82
FEMMINE DI ETA':								
- inferiore ai 6 anni	10	7	9	10	10	12	14	13
- dai 6 ai 10 anni	7	6	6	8	8	7	11	13
- dagli 11 ai 15 anni	9	6	9	9	9	10	12	14
- dai 16 ai 24 anni	22	19	31	9	19	24	26	28
- dai 25 ai 34 anni	23	21	23	22	24	26	27	27
- oltre 34 anni	81	80	81	82	83	78	82	79

NOTA: Le percentuali vengono interpretate nel seguente modo. In Italia l'11% delle famiglie dei lettori primari (7546) contengono almeno un maschio inferiore ai 6 anni; l'8% almeno un maschio dai 6 ai 10 anni, ecc.

TAV. 1.5 - COMPOSIZIONE DELLA FAMIGLIA DEI LETTORI PRIMARI NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

NUMERO TOTALE DI COMPONENTI:	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
	%	%	%	%	%	%	%	%
MASCHI								
- inferiori ai 15 anni	18	14	16	20	16	20	22	23
- dai 16 ai 24 anni	17	16	17	16	16	18	20	20
- dai 25 ai 34 anni	16	17	16	14	15	17	16	16
- oltre i 34 anni	49	53	51	50	53	45	42	41
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100
FEMMINE								
- inferiori ai 15 anni	17	14	15	17	17	19	22	23
- dai 16 ai 24 anni	15	13	19	13	12	16	17	18
- dai 25 ai 34 anni	14	14	14	13	14	15	15	14
- oltre i 34 anni	54	59	52	57	57	50	46	45
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTALE COMPONENTI								
- inferiori ai 15 anni	17	14	15	18	17	20	22	23
- dai 16 ai 24 anni	16	15	18	15	14	17	19	19
- dai 25 ai 34 anni	15	16	15	14	14	16	15	15
- oltre i 34 anni	52	55	52	53	55	47	44	43
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100
NUMERO MEDIO DI COMPONENTI								
- Totale	3,61	3,23	3,55	3,65	3,71	3,71	4,28	4,26
- Maschi	1,85	1,65	1,74	1,87	1,89	1,94	2,22	2,21
- Femmine	1,76	1,58	1,81	1,78	1,82	1,77	2,06	2,05

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

PHYSICS 311

LECTURE 1

MECHANICS

1.1 Kinematics

1.2 Dynamics

1.3 Energy

1.4 Angular Momentum

2 - PROFILO DEL LETTORE PRIMARIO DEI DIVERSI TIPI DI QUOTIDIANI

INTRODUZIONE

Mentre il capitolo precedente non faceva alcuna distinzione a seconda dei tipi di quotidiani letti, questo capitolo esamina separatamente i lettori di ciascuno dei cinque tipi di quotidiani - mattino, pomeriggio-sera, sportivo, finanziario, di partito.

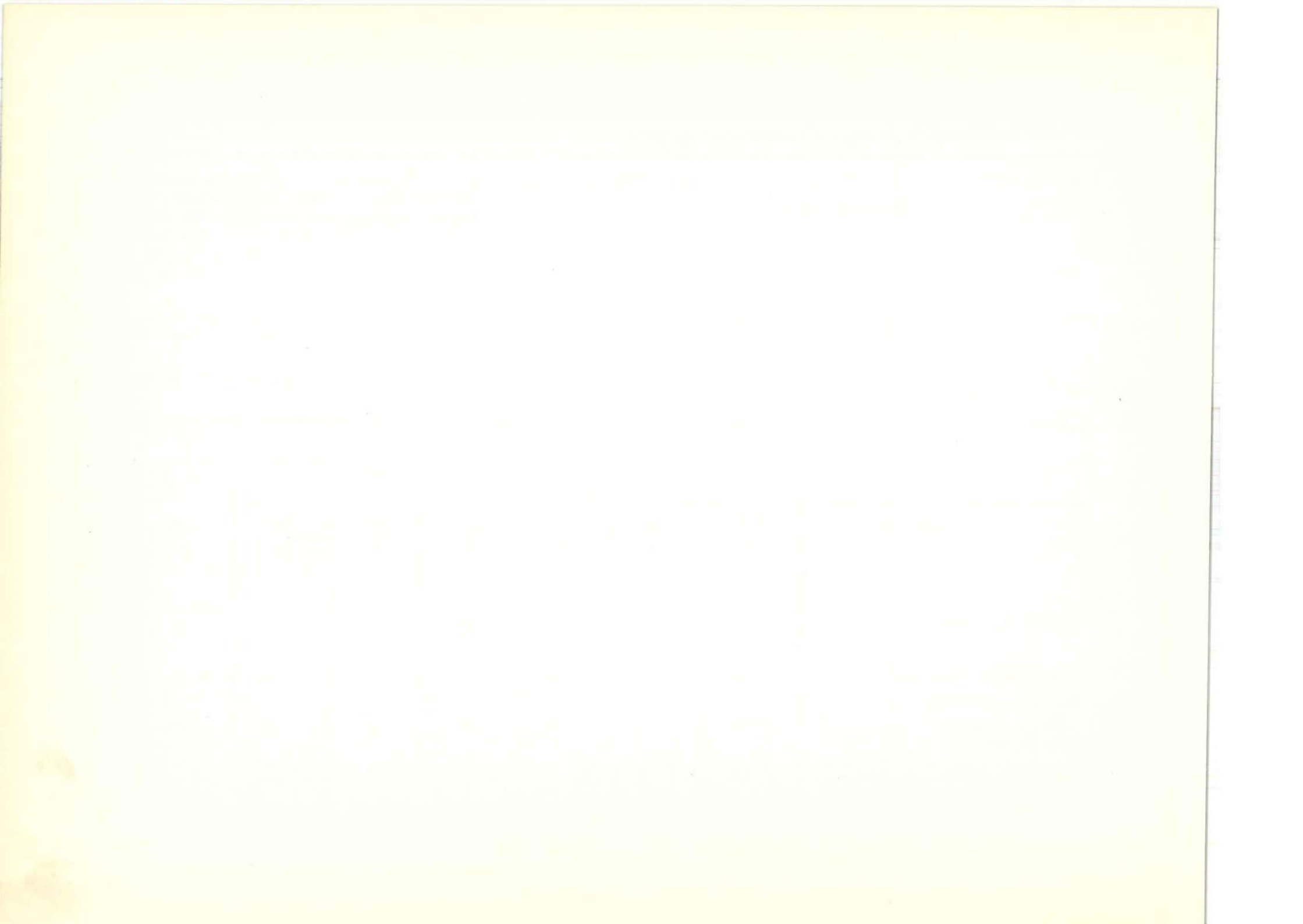
Nell'esaminare alcune caratteristiche demografiche, sesso, età, classe sociale - non viene tenuto conto del numero di quotidiani letti o della frequenza di lettura ed i risultati si riferiscono quindi a quello che abbiamo denominato «gruppo complessivo di lettori primari» per ciascun tipo di quotidiano.

Il «gruppo complessivo» è il gruppo di personale raggiunto da una serie di numeri di un quotidiano.

TAV. 2.1 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI SECONDO IL TIPO DI QUOTIDIANI LETTI, NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

TIPI DI QUOTIDIANI LETTI:	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
	%	%	%	%	%	%	%	%
- Quotidiani del mattino	93	93	91	94	95	90	95	98
- Quotidiani del pomeriggio	31	41	48	16	10	38	5	23
- Quotidiani sportivi	25	25	25	25	25	30	19	25
- Quotidiani finanziari	3	4	6	2	2	3	1	1
- Quotidiani di partito	15	18	14	14	18	20	9	9

NOTE: Le cifre vanno interpretate come segue: ad esempio, in Italia dei 7546 lettori primari il 93% legge quotidiani del mattino, il 31% quotidiani del pomeriggio, e così via.



TAV. 2.2 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI DEI VARI TIPI DI QUOTIDIANI, SECONDO SESSO

LEGGONO:	ITALIA				Piemonte - Liguria			Lombardia				Tre Venezie - Emilia				
	Maschi	Femmine	Totale		Maschi	Femmine	Totale		Maschi	Femmine	Totale		Maschi	Femmine	Totale	
	%	%	n.	%	%	%	n.	%	%	%	n.	%	%	%	n.	%
- Quotidiani del mattino	83	17	6993 = 100		77	23	1374 = 100		81	19	1347 = 100		83	17	1383 = 100	
- Quotidiani del pomeriggio . . .	83	17	2347 = 100		76	24	604 = 100		82	18	704 = 100		87	13	240 = 100	
- Quotidiani sportivi	95	5	1917 = 100		90	10	365 = 100		94	6	377 = 100		96	4	374 = 100	
- Quotidiani finanziari	93	7	254 = 100		93	7	54 = 100		91	9	85 = 100		100	-	38 = 100	
- Quotidiani di partito	89	11	1171 = 100		86	14	275 = 100		89	11	200 = 100		92	8	211 = 100	
LEGGONO:	Toscana - Marche - Umbria				Lazio - Abruzzi			Campania - Puglie Basilicata - Calabria				Sicilia - Sardegna				
	Maschi	Femmine	Totale		Maschi	Femmine	Totale		Maschi	Femmine	Totale		Maschi	Femmine	Totale	
	%	%	n.	%	%	%	n.	%	%	%	n.	%	%	%	n.	%
- Quotidiani del mattino	87	13	1386 = 100		88	12	1304 = 100		93	7	1380 = 100		93	7	1420 = 100	
- Quotidiani del pomeriggio . . .	94	6	153 = 100		89	11	551 = 100		88	12	73 = 100		95	5	338 = 100	
- Quotidiani sportivi	98	2	352 = 100		97	3	434 = 100		98	2	272 = 100		98	2	355 = 100	
- Quotidiani finanziari	100	-	26 = 100		92	8	38 = 100		88	12	16 = 100		95	5	22 = 100	
- Quotidiani di partito	91	9	261 = 100		88	12	296 = 100		99	1	126 = 100		96	4	133 = 100	

TAV. 2.3 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO CLASSI DI ETA'

CLASSI DI ETA'	ITALIA						Piemonte - Liguria					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
- Totale casi = 100%	6993	2347	1917	254	1171	7546	1374	604	365	54	275	1486
- Meno di 16 anni	*	*	1	-	*	*	*	*	1	-	-	*
- Da 16 a 24 anni	11	11	21	9	12	12	11	13	19	8	12	12
- Da 25 a 34 anni	19	23	28	18	18	20	21	23	28	22	22	21
- Da 35 a 44 anni	22	24	23	22	25	22	19	22	22	20	26	20
- Da 45 a 54 anni	19	20	15	20	19	19	18	20	15	15	14	18
- Da 55 a 64 anni	16	15	8	21	15	15	18	14	10	20	16	17
- Oltre 64 anni	13	7	4	10	11	12	13	8	5	15	10	12
TOTALE...	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CLASSI DI ETA'	Lombardia						Tre Venezie - Emilia					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale casi = 100%	1347	704	377	85	200	1473	1383	240	374	38	211	1472
- Meno di 16 anni	*	1	1	-	-	*	*	-	*	-	-	*
- Da 16 a 24 anni	10	11	18	8	11	10	8	5	16	10	9	8
- Da 25 a 34 anni	19	21	30	14	16	20	17	17	26	13	17	17
- Da 35 a 44 anni	21	23	20	25	23	22	21	23	27	21	24	22
- Da 45 a 54 anni	20	21	16	24	22	20	20	26	18	16	22	21
- Da 55 a 64 anni	17	16	9	19	17	16	18	19	10	24	16	17
- Oltre 64 anni	13	7	6	10	11	12	16	10	3	16	12	15
TOTALE.....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

TAV. 2.3 (Segue) - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO CLASSI DI ETA'

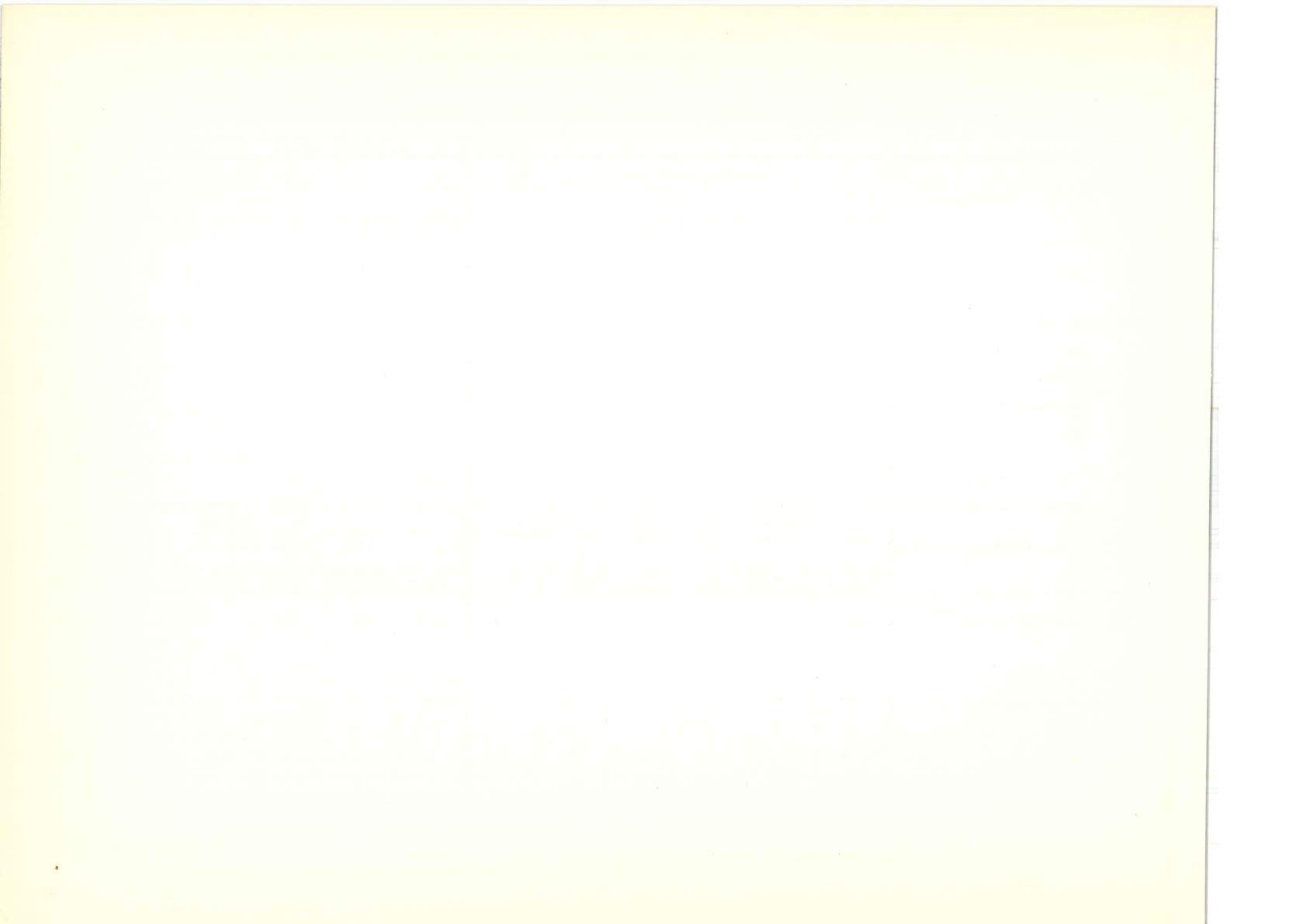
CLASSI DI ETA'	Toscana - Marche - Umbria						Lazio - Abruzzi					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale casi = 100%	1386	153	352	26	261	1457	1304	551	434	38	296	1450
- Meno di 16 anni	*	-	1	-	*	1	*	*	1	-	*	*
- Da 16 a 24 anni	12	11	26	4	16	12	11	9	19	8	11	11
- Da 25 a 34 anni	17	19	28	19	14	18	22	28	31	24	16	23
- Da 35 a 44 anni	24	23	22	23	26	24	26	29	28	21	26	26
- Da 45 a 54 anni	18	22	14	16	18	18	20	19	14	18	20	20
- Da 55 a 64 anni	15	15	7	19	11	14	13	10	6	16	17	12
- Oltre 64 anni	14	10	2	19	15	13	8	5	1	13	10	8
TOTALE.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CLASSI DI ETA'	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria						Sicilia - Sardegna					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale casi = 100%	1380	73	272	16	126	1450	1420	338	355	22	133	1450
- Meno di 16 anni	*	-	1	-	*	*	1	1	2	-	-	1
- Da 16 a 24 anni	14	16	30	(1)	16	15	17	17	32	4	13	18
- Da 25 a 34 anni	20	27	25	(5)	20	20	21	27	27	23	19	21
- Da 35 a 44 anni	22	22	17	(3)	27	21	23	28	21	23	29	23
- Da 45 a 54 anni	19	18	17	(3)	18	19	15	13	12	23	15	15
- Da 55 a 64 anni	13	10	8	(1)	10	13	13	10	5	14	13	12
- Oltre 64 anni	12	7	2	(3)	9	12	10	4	1	13	11	10
TOTALE.	100	100	100	(16)	100	100	100	100	100	100	100	100

TAV. 2.4 - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO CLASSI ECONOMICO-SOCIALI

CLASSI ECONOMICO-SOCIALI	ITALIA						Piemonte - Liguria					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale casi - 100%	6993	2347	1917	254	1171	7546	1374	604	365	54	275	1486
- Superiore	3	3	2	15	3	3	2	2	3	17	2	2
- Medio-superiore	19	21	15	45	16	18	19	25	14	42	14	18
- Media	50	49	50	37	45	50	53	50	55	35	46	52
- Media-inferiore	23	23	28	1	29	24	23	21	26	2	33	24
- Inferiore	5	4	5	2	7	5	3	2	2	4	5	4
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CLASSI ECONOMICO-SOCIALI	Lombardia						Tre Venezie - Emilia					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale casi - 100%	1347	704	377	85	200	1473	1383	240	374	38	211	1472
- Superiore	3	3	1	12	1	4	2	4	1	11	3	2
- Medio superiore	21	20	18	45	16	19	18	24	12	58	13	17
- Media	48	48	48	41	46	47	56	56	56	31	47	56
- Medio-inferiore	23	24	29	1	30	25	21	14	27	-	29	21
- Inferiore	5	5	4	1	7	5	3	2	4	-	8	4
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

TAV. 2.4 (Segue) - DISTRIBUZIONE DEI LETTORI PRIMARI, SECONDO CLASSI ECONOMICO-SOCIALI

CLASSI ECONOMICO-SOCIALI	Toscana - Marche - Umbria						Lazio - Abruzzi					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale casi = 100%	1386	153	352	26	261	1457	1304	551	434	38	296	1450
- Superiore	4	6	2	42	5	4	3	2	2	19	7	2
- Medio-superiore	18	19	16	35	15	18	17	15	10	32	22	16
- Media	56	55	55	23	48	54	46	45	40	44	37	44
- Medio-inferiore	18	17	22	-	26	19	27	28	36	-	26	27
- Inferiore	4	3	5	-	6	5	7	10	12	5	8	9
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CLASSI ECONOMICO-SOCIALI	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria						Sicilia - Sardegna					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totali casi = 100%	1380	73	272	16	126	1450	1420	338	355	22	133	1450
- Superiore	5	3	2	(1)	3	4	2	3	1	5	2	1
- Medio-superiore	20	23	14	(6)	16	19	16	22	11	41	17	16
- Media	51	55	49	(7)	54	50	46	53	46	45	47	46
- Medio-inferiore	19	14	27	(2)	18	21	26	19	30	9	21	27
- Inferiore	5	5	8	-	9	6	10	3	12	-	13	10
TOTALE	100	100	100	(16)	100	100	100	100	100	100	100	100



3 - IL LETTORE PRIMARIO

E I LETTORI AGGIUNTI

INTRODUZIONE

Ciascuna persona intervistata ha fornito informazioni circa le altre persone, facenti o non facenti parte della sua famiglia, che leggono ciascuno dei quotidiani da lui acquistati. Da queste descrizioni è stata ricavata l'importanza dei «lettori aggiunti» e delle loro principali caratteristiche: sesso, età e regolarità di lettura.

Poichè le informazioni su questi «lettori aggiunti» vengono da una terza persona, sono stati effettuati dei controlli sull'accuratezza delle informazioni stesse. Alcuni ispettori hanno intervistato direttamente 255 persone che erano state definite «lettori aggiunti» dai rispondenti interpellati in un primo tempo. Soltanto in 3 casi le informazioni fornite sono state trovate imprecise.

Nonostante la cura messa nell'effettuazione dell'indagine è chiaro che non siamo stati in grado di raccogliere notizie circa tutti i lettori di quotidiani. E' stato impossibile, ad esempio, accertare quante persone leggono i quotidiani in un negozio di barbiere, o in un caffè, o in circoli e comunità, o che raccolgono un giornale lasciato in un tram o in un autobus.

Possiamo ritenere tuttavia che la lettura di queste persone «mancanti» sia più casuale e meno accurata di quella degli altri lettori, così che l'indagine ha considerato la parte più importante del pubblico dei quotidiani.

TAV. 3.1 - NUMERO DI LETTORI PRIMARI E AGGIUNTI

	ITALIA					Piemonte - Liguria				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
LETTORI PRIMARI (1)	6771	1961	1617	165	763	1339	528	302	36	153
LETTORI AGGIUNTI	11834	3084	2211	125	1089	2301	884	391	28	220
- familiari	(8238)	(2377)	(1062)	(63)	(716)	(1917)	(729)	(262)	(17)	(158)
- non familiari	(3596)	(707)	(1149)	(62)	(373)	(384)	(155)	(129)	(11)	(62)
QUOTA DI AGGIUNTI A PRIMARI	1,75	1,57	1,37	0,76	1,43	1,72	1,67	1,29	0,78	1,44
MEDIA DEGLI AGGIUNTI AI PRIMARI	1,63					1,62				
	Lombardia					Tre Venezie - Emilia				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
LETTORI PRIMARI (1)	1293	602	304	55	102	1343	180	314	27	149
LETTORI AGGIUNTI	3078	949	464	33	171	2515	232	260	9	174
- familiari	(2195)	(710)	(186)	(17)	(98)	(1870)	(205)	(171)	(6)	(139)
- non familiari	(883)	(239)	(278)	(16)	(73)	(645)	(27)	(89)	(3)	(35)
QUOTA DI AGGIUNTI A PRIMARI	2,38	1,58	1,53	0,60	1,68	1,87	1,29	0,83	0,33	1,17
MEDIA DEGLI AGGIUNTI AI PRIMARI	1,99					1,58				

NOTA : (1) I dati sono riferiti ai soli quotidiani letti una o più volte la settimana. Il numero di lettori primari viene dedotto dalla Tavola 5.1.

TAV. 3.1 (Segue) - NUMERO DI LETTORI PRIMARI E AGGIUNTI

	Toscana - Marche - Umbria					Lazio - Abruzzi				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
LETTORI PRIMARI (1)	1353	116	310	16	199	1239	485	385	29	237
LETTORI AGGIUNTI	3013	189	507	25	367	1997	600	438	18	325
- familiari	(1778)	(133)	(135)	(5)	(166)	(1629)	(508)	(255)	(18)	(271)
- non familiari	(1235)	(56)	(372)	(20)	(201)	(368)	(92)	(183)	(-)	(54)
QUOTA DI AGGIUNTI A PRIMARI	2,23	1,63	1,63	1,56	1,84	1,61	1,24	1,14	0,62	1,37
MEDIA DEGLI AGGIUNTI AI PRIMARI	2,06					1,42				
	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria					Sicilia - Sardegna				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
LETTORI PRIMARI (1)	1357	58	255	10	108	1395	258	50	13	87
LETTORI AGGIUNTI	2045	61	265	16	109	2443	376	384	4	113
- familiari	(1535)	(57)	(122)	(4)	(76)	(1831)	(278)	(201)	(3)	(71)
- non familiari	(510)	(4)	(143)	(12)	(33)	(612)	(98)	(183)	(1)	(42)
QUOTA DI AGGIUNTI A PRIMARI	1,51	1,05	1,04	1,60	1,01	1,75	1,46	7,68	0,31	1,30
MEDIA DEGLI AGGIUNTI AI PRIMARI	1,39					1,84				

NOTA : (1) I dati sono riferiti ai soli quotidiani letti una o più volte la settimana. Il numero di lettori primari viene dedotto dalla Tavola 5.1.

TAV. 3.2 - FREQUENZA DI LETTURA DEI LETTORI AGGIUNTI

	ITALIA					Piemonte - Liguria				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale quotidiani (1) danno	9340	2179	1873	200	864	1742	557	347	35	179
LETTORI AGGIUNTI (2)										
- familiari	11661	2437	1083	84	774	2299	731	308	17	162
- non familiari	3627	767	1179	67	387	439	165	132	15	65
No. Totale	15288	3204	2262	151	1161	2738	896	440	32	227
che leggono	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
REGOLARMENTE (5 o più volte la settimana)	74	68	65	68	62	80	67	60	100	59
OCCASIONALMENTE (meno di 5 volte la settimana)	26	32	35	32	38	20	33	40	--	41
	Lombardia					Tre Venezie - Emilia				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale quotidiani (1) danno	1750	717	343	67	114	2004	193	379	32	176
LETTORI AGGIUNTI (2)										
- familiari	2206	851	220	26	107	2472	228	206	9	152
- non familiari	925	343	312	18	75	727	38	118	9	43
No. Totale	3131	1194	532	44	182	3199	266	324	18	195
che leggono	%	%	%	%	%	%	%	%	n.	%
REGOLARMENTE (5 o più volte la settimana)	75	69	72	80	65	73	71	70	(15)	67
OCCASIONALMENTE (meno di 5 volte la settimana)	25	31	28	20	35	27	29	30	(3)	33

NOTE (1) I dati sono riferiti ai soli quotidiani letti una o più volte la settimana. Il numero di quotidiani è perciò quello riportato nella tavola 5.2.

(2) Un particolare quotidiano può essere letto da più di un lettore aggiunto ed un particolare lettore aggiunto può leggere più di un quotidiano.

TAV. 3.2 (Segue) - FREQUENZA DI LETTURA DEI LETTORI AGGIUNTI

	Toscana - Marche - Umbria					Lazio - Abruzzi				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale quotidiani (1) danno	1827	124	397	18	227	1739	509	430	39	253
LETTORI AGGIUNTI (2)										
- familiari	2151	162	469	5	202	2099	556	313	28	279
- non familiari	1520	74	269	20	299	399	113	213	--	63
No. Totale	3671	236	738	25	501	2498	669	526	28	342
che leggono	%	%	%	n.	%	%	%	%	n.	%
REGOLARMENTE (5 o più volte la settimana)	65	62	64	22	55	75	67	66	9	65
OCCASIONALMENTE (meno di 5 volte la settimana)	35	38	36	3	45	25	33	34	19	35
	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria					Sicilia - Sardegna				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale quotidiani (1) danno	1941	60	267	13	124	1896	263	324	17	96
LETTORI AGGIUNTI (2)										
- familiari	2144	76	134	4	90	2310	287	229	6	76
- non familiari	811	28	160	22	65	909	113	218	1	97
No. Totale	2955	104	294	26	155	3219	400	447	7	173
che leggono	%	%	%	n.	%	%	%	%	n.	%
REGOLARMENTE (5 o più volte la settimana)	75	51	65	6	79	71	58	68	3	62
OCCASIONALMENTE (meno di 5 volte la settimana)	25	49	35	20	21	29	42	32	4	38

NOTE (1) I dati sono riferiti ai soli quotidiani letti una o più volte la settimana. Il numero di quotidiani è perciò quello riportato nella tavola 5.2.

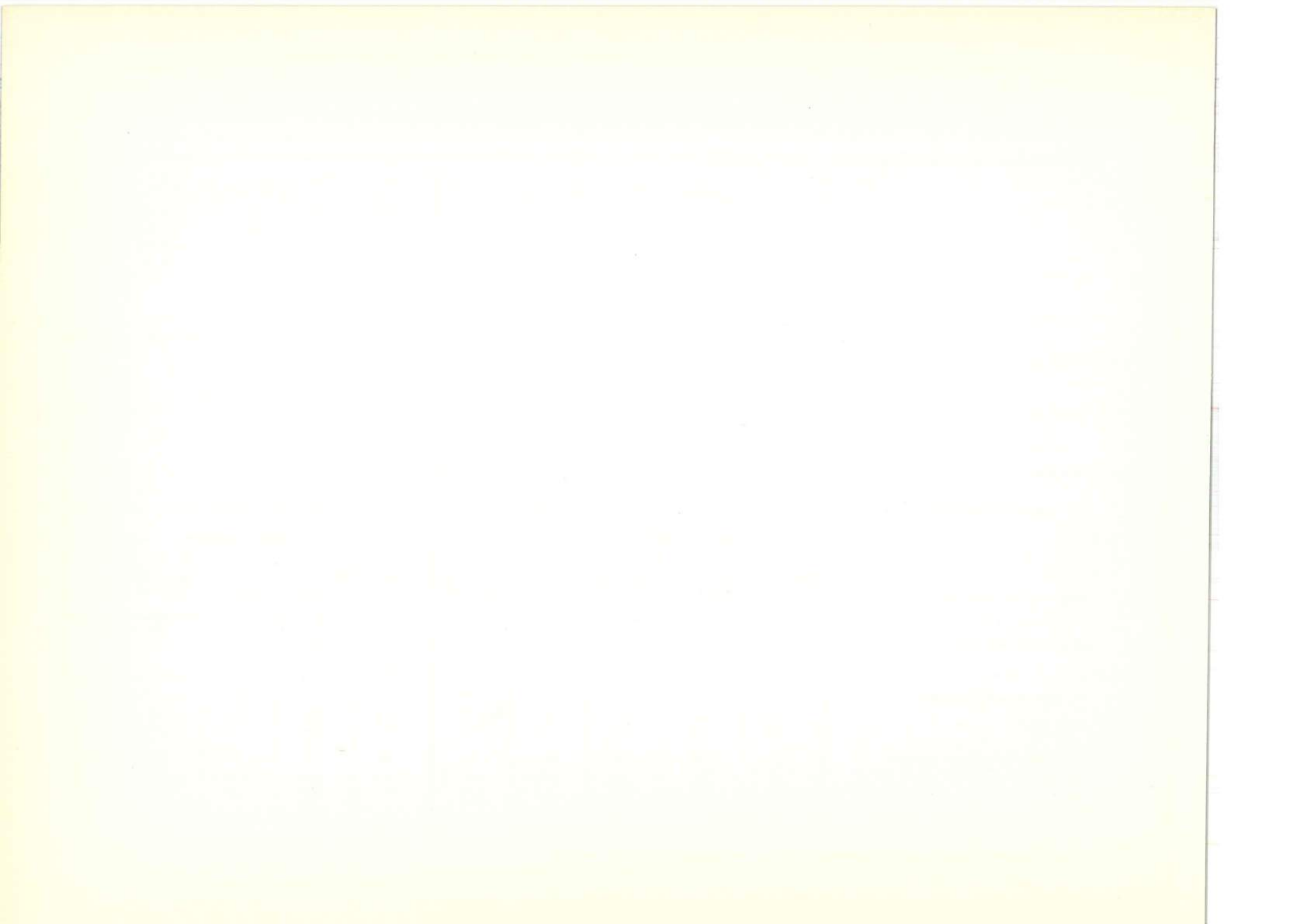
(2) Un particolare quotidiano può essere letto da più di un lettore aggiunto ed un particolare lettore aggiunto può leggere più di un quotidiano.

TAV. 3.3 - LETTORI AGGIUNTI SECONDO SESSO E FREQUENZA DI LETTURA

	ITALIA					Piemonte - Liguria				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale "Lettori aggiunti"	15288	3204	2262	151	1161	2738	896	440	32	227
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Leggono regolarmente	74	68	65	68	62	80	67	60	100	59
- maschi	(37)	(34)	(52)	(56)	(37)	(39)	(33)	(43)	(87)	(31)
- femmine	(37)	(34)	(13)	(12)	(25)	(41)	(34)	(17)	(13)	(28)
Leggono occasionalmente	26	32	35	32	38	20	33	40	-	41
- maschi	(14)	(16)	(28)	(20)	(23)	(9)	(16)	(25)	(-)	(20)
- femmine	(12)	(16)	(7)	(12)	(15)	(11)	(17)	(15)	(-)	(21)
Totale - maschi	51	50	80	76	60	48	49	68	87	51
- femmine	49	50	20	24	40	52	51	32	13	49
	Lombardia					Tre Venezie - Emilia				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale "Lettori aggiunti"	3131	1194	532	44	182	3199	266	324	18	195
	%	%	%	%	%	%	%	%	n.	%
Leggono regolarmente	75	69	72	80	65	73	71	70	15	67
- maschi	(30)	(30)	(57)	(70)	(33)	(33)	(33)	(54)	(11)	(33)
- femmine	(45)	(39)	(15)	(10)	(32)	(40)	(38)	(16)	(4)	(34)
Leggono occasionalmente	25	31	28	20	35	27	29	30	3	33
- maschi	(15)	(13)	(21)	(15)	(17)	(15)	(12)	(21)	(2)	(15)
- femmine	(10)	(18)	(7)	(5)	(18)	(12)	(17)	(9)	(1)	(18)
Totale - maschi	45	43	78	85	50	48	45	75	13	48
- femmine	55	57	22	15	50	52	55	25	5	52

TAV. 3.3 (Segue) - LETTORI AGGIUNTI SECONDO SESSO E FREQUENZA DI LETTURA

	Toscana - Marche - Umbria					Lazio - Abruzzi				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale "Lettori aggiunti"	3671	236	738	25	501	2498	669	526	28	342
	%	%	%	n.	%	%	%	%	n.	%
Leggono regolarmente	65	62	64	22	55	75	67	66	9	65
- maschi	(38)	(34)	(60)	(21)	(45)	(36)	(33)	(52)	(7)	(32)
- femmine	(27)	(28)	(4)	(1)	(10)	(39)	(34)	(14)	(2)	(33)
Leggono occasionalmente	35	38	36	3	45	25	33	34	19	35
- maschi	(25)	(27)	(35)	(-)	(35)	(12)	(16)	(29)	(8)	(18)
- femmine	(10)	(11)	(1)	(3)	(10)	(13)	(17)	(5)	(11)	(17)
Totale										
- maschi	63	61	95	21	80	48	49	81	15	50
- femmine	37	39	5	4	20	52	51	19	13	50
	Campania - Puglia - Basilicata - Calabria					Sicilia - Sardegna				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale "Lettori aggiunti"	2955	104	294	26	155	3219	400	447	7	173
	%	%	%	n.	%	%	%	%	n.	%
Leggono regolarmente	75	51	65	6	79	71	58	68	3	62
- maschi	(42)	(21)	(54)	(5)	(49)	(37)	(30)	(53)	(3)	(43)
- femmine	(33)	(30)	(11)	(1)	(30)	(34)	(28)	(15)	(-)	(19)
Leggono occasionalmente	25	49	35	20	21	29	42	32	4	38
- maschi	(19)	(32)	(33)	(20)	(17)	(12)	(23)	(26)	(4)	(29)
- femmine	(6)	(17)	(2)	(-)	(4)	(11)	(19)	(6)	(-)	(9)
Totale										
- maschi	61	53	87	25	66	49	53	79	7	72
- femmine	39	47	13	1	34	45	47	21	-	28

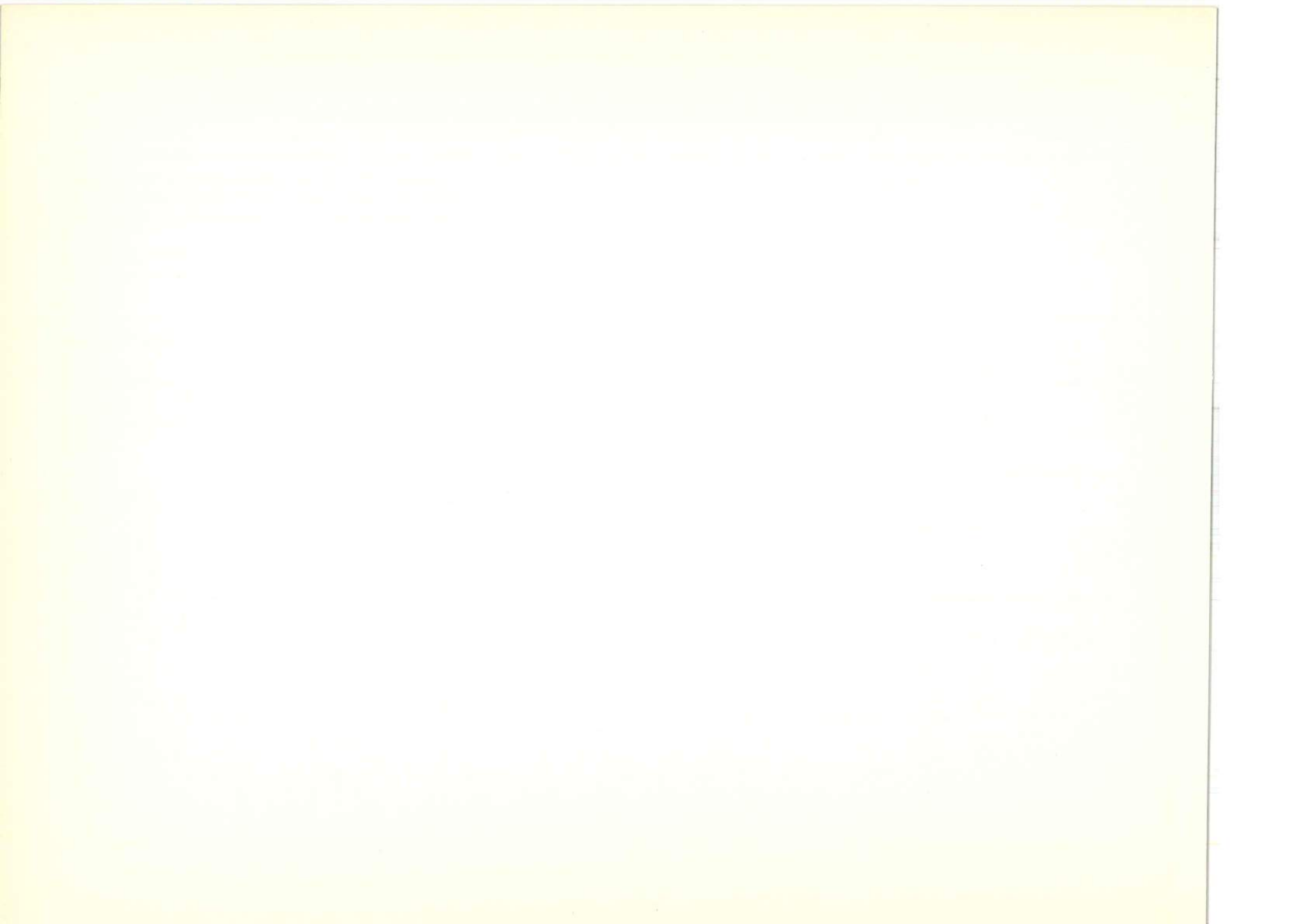


TAV. 3.4 - LETTORI AGGIUNTI FAMILIARI SECONDO ETÀ, SESSO E FREQUENZA DI LETTURA

	I T A L I A				
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Totale "Lettori aggiunti" in famiglia	11661	2437	1083	84	774
	%	%	%	%	%
Leggono regolarmente (°)	79	73	73	65	69
Maschi di età:					
- inferiore ai 24 anni	10	10	26	10	11
- dai 25 ai 34 anni	7	6	10	7	6
- dai 35 ai 54 anni	8	7	10	13	9
- oltre i 54 anni	8	8	8	8	9
TOTALE	33	31	54	38	35
Femmine di età:					
- inferiore ai 24 anni	7	6	5	1	4
- dai 25 ai 34 anni	8	8	3	4	6
- dai 35 ai 54 anni	17	17	8	15	14
- oltre i 54 anni	14	11	3	7	9
TOTALE	46	42	19	27	33
Leggono occasionalmente (°)	21	27	27	35	31
Maschi di età:					
- inferiore ai 24 anni	3	4	6	6	3
- dai 25 ai 34 anni	1	2	3	5	2
- dai 35 ai 54 anni	1	2	3	5	3
- oltre i 54 anni	2	2	3	3	2
TOTALE	7	10	15	19	10
Femmine di età:					
- inferiore ai 24 anni	3	5	3	6	4
- dai 25 ai 34 anni	3	4	2	2	4
- dai 35 ai 54 anni	5	7	6	6	9
- oltre i 54 anni	3	4	1	1	5
TOTALE	14	20	12	15	22

(°) Per lettura "regolare" si intende "letto 5 o più volte la settimana"
 Per lettura "occasionale" si intende letto meno di 5 volte la settimana"

NOTA - Questa tavola è basata sui soli lettori familiari in quanto non era sempre possibile rilevare con precisione l'età dei lettori non familiari



4 - FAMIGLIE CON LETTRICI

INTRODUZIONE

Dalle informazioni fornite da ciascun rispondente circa le altre persone che leggono il suo giornale, è stato possibile stabilire se c'è una donna nella famiglia che legge il quotidiano.

Le famiglie dei «lettori primari» sono state così suddivise in due gruppi: quelle in cui almeno una donna legge il quotidiano e quelle in cui tutti quelli che leggono il quotidiano sono uomini.

Naturalmente le famiglie in cui il «lettore primario» è una donna è considerata direttamente come una famiglia con lettrice.

TAV. 4.1 - FAMIGLIE IN CUI LEGGONO SOLO GLI UOMINI E IN CUI LEGGONO ANCHE LE DONNE NELLE SETTE ZONE GEOGRAFICHE

LE FAMIGLIE DEI LETTORI	Italia	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campagna Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
- Famiglie con soli lettori maschi	30	22	25	27	36	34	52	41
- Famiglie in cui leggono anche le donne	70	78	75	73	64	66	48	59
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

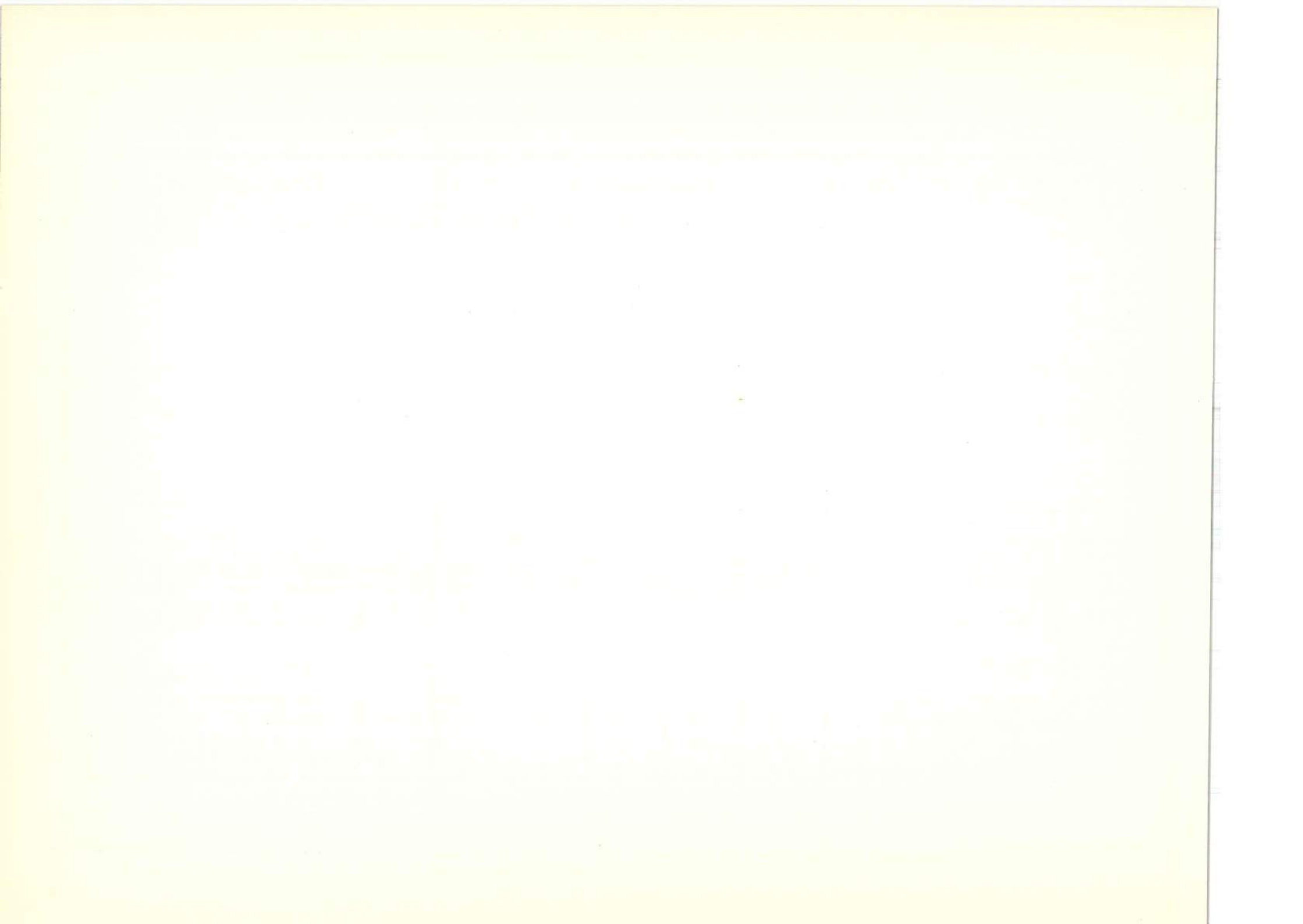
NOTA: In questa tavola si considerano tutti i tipi di quotidiani combinati

TAV. 4.2 - FAMIGLIE IN CUI LEGGONO SOLO GLI UOMINI E IN CUI LEGGONO ANCHE LE DONNE

	ITALIA					Piemonte - Liguria				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi = 100%	6993	2347	1917	254	1171	1374	604	365	54	275
- Famiglie con soli lettori maschi	28	25	40	16	30	20	20	31	22	28
- Famiglie in cui leggono anche le donne	72	75	60	84	70	80	80	69	78	72
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Lombardia					Tre Venezie - Emilia				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi = 100%	1347	704	377	85	200	1383	240	374	38	211
- Famiglie con soli lettori maschi	35	34	36	16	32	25	23	38	(11)	27
- Famiglie in cui leggono anche le donne	65	66	64	84	68	75	77	62	(27)	73
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	(38)	100

TAV. 4.2 (Segue) - FAMIGLIE IN CUI LEGGONO SOLO GLI UOMINI E IN CUI LEGGONO ANCHE LE DONNE

	Toscana - Marche - Umbria					Lazio - Abruzzi				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi = 100%	1386	153	352	26	261	1304	551	434	38	296
- Famiglie con soli lettori maschi	34	27	50	(4)	45	31	31	45	(6)	29
- Famiglie in cui leggono anche le donne	66	73	50	(22)	55	69	69	55	(32)	71
TOTALE	100	100	100	(26)	100	100	100	100	(38)	100
	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria					Sicilia - Sardegna				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi = 100%	1380	73	272	16	126	1420	338	355	22	133
- Famiglie con soli lettori maschi	51	34	71	(3)	55	41	39	47	(9)	30
- Famiglie in cui leggono anche le donne	49	66	29	(13)	45	59	61	53	(13)	70
TOTALE	100	100	100	(16)	100	100	100	100	(22)	100



5 - ABITUDINI DI LETTURA

Per ogni quotidiano che un lettore primario legge è stata rilevata la frequenza di lettura. Inoltre per i quotidiani che legge una volta o più alla settimana sono state anche raccolte informazioni circa le abitudini di lettura di quel quotidiano.

Poichè molti lettori primari leggono più di una volta alla settimana più di un quotidiano, il numero di giornali per cui sono state raccolte informazioni è in eccesso rispetto al numero di lettori primari.

E' stato necessario procedere in tal modo e non ignorare i quotidiani di importanza secondaria allo scopo di indagare ampiamente su ogni tipo - mattino, pomeriggio-sera, ecc. - di quotidiano.

Sono stati esclusi i quotidiani letti meno di una volta alla settimana poichè ovviamente sarebbe stato illogico parlare di «abitudini di lettura» per casi così sporadici.

TAV. 5.1 - FREQUENZA DI LETTURA

Nel caso di lettura di più di un quotidiano dello stesso tipo è stata attribuita al lettore la più alta frequenza di lettura dichiarata. Tale procedura può talvolta fornire risultati leggermente falsati per quanto riguarda la regolarità di lettura di un certo tipo di quotidiano. Per esempio, se una persona legge il quotidiano del mattino A tutti i giorni dal Lunedì al Sabato ed il quotidiano del mattino B ogni Domenica, la frequenza più alta dichiarata è 6 volte la settimana (Quotidiano A). La persona però legge un quotidiano del mattino ogni giorno, cioè 7 giorni alla settimana. Tali casi sono rari, ma più facili da verificarsi con i quotidiani del mattino per i quali la lettura almeno occasionale di più di un quotidiano è più comune (V. Tav. 5.2). La media di 6,04 giorni alla settimana data per i quotidiani del mattino nella tabella che segue potrebbe pertanto essere considerata leggermente inferiore.

	ITALIA					Piemonte - Liguria				
	Lettori di:					Lettori di:				
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Totale casi = 100%	6993	2347	1917	254	1171	1374	604	365	54	275
LEGGONO IL QUOTIDIANO:										
- Tutti i giorni	72	40	37	34	31	57	26	30	32	26
- 5 - 6 volte la settimana	12	12	9	9	6	24	14	10	5	7
- 3 - 4 volte la settimana	7	14	14	8	9	8	11	13	10	8
- 1 - 2 volte la settimana	6	18	24	14	18	8	36	29	16	15
- Meno di 1 volta la settimana	3	16	16	35	36	3	13	18	37	44
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
No. Medio di giorni di lettura in una settimana (1)	6,04	4,26	4,02	3,54	3,31	5,76	3,61	3,66	3,44	2,94
Leggono in un giorno medio: (2)										
- Numero	6037	1426	1102	128	554	1130	312	191	27	115
- % Totale casi	86,3	60,9	57,5	50,6	47,4	82,2	51,6	52,3	50,0	42,0

NOTE: (1) Queste medie sono state calcolate prendendo i seguenti valori per ciascuno dei cinque gruppi di frequenza: Giorni 7,0; 5,5; 3,5; 1,5; 0,5.

100 (2) Queste cifre derivano dal numero medio di giorni in una settimana.

TAV. 5.1 (Segue) - FREQUENZA DI LETTURA

	Lombardia					Tre Venezie - Emilia				
	Lettori di:					Lettori di:				
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Totale casi = 100%	1347	704	377	85	200	1383	240	374	38	211
LEGGONO IL QUOTIDIANO:										
- Tutti i giorni	77	47	40	34	27	80	40	35	29	30
- 5-6 volte la settimana	7	12	7	11	2	7	10	7	19	5
- 3-4 volte la settimana	6	15	11	5	7	6	15	16	5	9
- 1-2 volte la settimana	6	11	23	15	15	4	10	26	18	27
- Meno di una volta la settimana	4	15	19	35	49	3	25	16	29	29
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
No. Medio di giorni di lettura in una settimana (1)	6,10	4,75	4,0	3,54	2,71	6,28	1,62	3,85	3,64	3,25
Leggono in un giorno medio: (2)										
- Numero	1174	478	215	43	77	1241	56	206	20	98
- % Totale casi . . .	87,1	67,9	57,1	50,6	38,7	89,7	23,1	55,0	52,0	46,4

NOTE: (1) Queste medie sono state calcolate prendendo i seguenti valori per ciascuno dei cinque gruppi di frequenza: Giorni 7,0 - 5,5 - 3,5 - 1,5 - 0,5.

(2) Queste cifre derivano dal numero medio di giorni in una settimana.

TAV. 5.1 (Segue) - FREQUENZA DI LETTURA

	Toscana - Marche - Umbria					Lazio - Abruzzi				
	Lettori di:					Lettori di:				
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Totale casi = 100%	1386	153	352	26	261	1304	551	434	38	296
LEGGONO IL QUOTIDIANO:										
- Tutti i giorni	74	38	32	37	38	71	43	47	45	38
- 5-6 volte la settimana	10	6	10	4	9	9	12	10	3	9
- 3-4 volte la settimana	9	10	18	4	12	7	14	14	13	14
- 1-2 volte la settimana	5	22	28	15	17	8	15	18	16	19
- Meno di 1 volta la settimana	2	24	12	40	24	5	16	11	23	20
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
No. Medio di giorni di lettura in una settimana (1)	6,09	4,46	3,91	3,46	4,19	5,86	4,45	4,65	4,09	4,04
Leggono in un giorno medio: (2)										
- Numero	1206	97	196	13	156	1091	350	288	22	171
- % Totale casi	87,0	63,7	55,8	49,4	59,8	83,7	63,6	66,4	58,4	57,7

NOTE: (1) Queste medie sono state calcolate prendendo i seguenti valori per ciascuna dei cinque gruppi di frequenza: Giorni 7,0-5,5-5,3-5,1-5,0-5.

(2) Queste cifre derivano dal numero medio di giorni in una settimana.

TAV. 5.1 (Segue) - FREQUENZA DI LETTURA

	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria					Sicilia - Sardegna				
	Lettori di:					Lettori di:				
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Totale casi = 100%	1380	73	272	16	126	1420	338	355	22	133
LEGGONO IL QUOTIDIANO:										
- Tutti i giorni	75	29	35	(6)	41	72	34	31	23	28
- 5-6 volte la settimana	10	8	14	(1)	14	11	10	15	9	5
- 3-4 volte la settimana	10	20	20	(1)	13	10	15	18	4	14
- 1-2 volte la settimana	4	22	25	(2)	17	5	17	19	23	19
- Meno di una volta la settimana	1	21	6	(6)	15	2	24	17	41	34
TOTALE	100	100	100	(16)	100	100	100	100	100	100
No. Medio di giorni di lettura in una settimana (1)	6,20	3,62	4,33	3,56	4,45	6,08	3,87	4,0	2,80	3,18
Leggono in un giorno medio: (2)										
- Numero	1223	38	168	8	80	1234	187	203	9	60
- % Totale casi	88,6	51,8	61,9	50,9	63,6	86,9	55,3	57,1	40,0	45,4

NOTE : (1) Queste medie sono state calcolate prendendo i seguenti valori per ciascuno dei cinque gruppi di frequenza : Giorni 7,0 - 5,5 - 3,5 - 1,5 - 0,5.

(2) Queste cifre derivano dal numero di giorni in una settimana.

TAV. 5.2 - NUMERO DEI QUOTIDIANI LETTI DAI LETTORI PRIMARI

	ITALIA					Piemonte - Liguria				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi: 100%	6993	2347	1917	254	1171	1374	604	365	54	275
LEGGONO (almeno occasionalmente):										
- 1 quotidiano solo	58	84	83	79	84	64	91	86	87	84
- 2 o più quotidiani	42	16	17	21	16	36	9	14	13	16
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
numero quotidiani letti 1 o più volte la settimana	9340	2179	1873	200	864	1742	557	347	35	179
	Lombardia					Tre Venezie - Emilia				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi: 100%	1347	704	377	85	200	1383	240	374	38	211
LEGGONO (almeno occasionalmente):										
- 1 quotidiano solo	55	72	82	78	81	52	86	79	84	83
- 2 o più quotidiani	45	28	18	22	19	48	14	21	16	17
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
numero quotidiani letti 1 o più volte la settimana	1750	717	343	67	114	2004	193	379	32	176

TAV. 5.2 Segue - NUMERO DEI QUOTIDIANI LETTI DAI LETTORI PRIMARI

	Toscana - Marche - Umbria					Lazio - Abruzzi				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi: 100%	1386	153	352	26	261	1304	551	434	38	296
LEGGONO (almeno occasionalmente):										
- 1 quotidiano solo	59	92	72	77	82	57	90	89	74	90
- 2 o più quotidiani	41	8	28	23	18	43	10	11	26	10
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
numero quotidiani letti 1 o più volte la settimana	1827	124	397	18	227	1739	509	430	39	253
	Campagna - Puglie - Basilicata - Calabria					Sicilia - Sardegna				
	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.	Quotidiani mattino n.	Quotidiani pomeriggio n.	Quotidiani sportivi n.	Quotidiani finanziari n.	Quotidiani di partito n.
Totale casi: 100%	1380	73	272	16	126	1420	338	355	22	133
LEGGONO (almeno occasionalmente):										
- 1 quotidiano solo	58	96	94	(14)	85	61	97	87	82	81
- 2 o più quotidiani	42	4	6	(2)	15	39	3	13	18	19
TOTALE	100	100	100	(16)	100	100	100	100	100	100
numero quotidiani letti 1 o più volte la settimana	1941	60	267	13	124	1896	263	324	17	96

TAV. 5.3 - ANZIANITA' DI LETTURA

DOM. 6 - DA QUANTO TEMPO LEI LEGGE IL QUOTIDIANO? (*)

ANZIANITA' DI LETTURA	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
	%	%	%	%	%	%	%	%
Totale quotidiani - 100%	14456	2860	2991	2784	2593	2970	2405	2597
SONO LETTI:								
- da meno di sei mesi	1	1	1	1	1	1	1	2
- da sei mesi a un anno	3	2	3	2	3	2	4	4
- da uno a tre anni	9	8	9	10	10	8	10	11
- da oltre tre anni	87	89	87	87	86	89	85	83
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

NOTA: Riportiamo solo i risultati per tutti i tipi di quotidiani combinati in quanto i risultati per i tipi individuali di quotidiani non mostrano differenze di rilievo.

(*) Da questa, e dalle domande seguenti, sono esclusi i quotidiani che vengono letti meno di una volta la settimana.

TAV. 5.4 - ABITUDINI DI LETTURA

DOM. 7 - IN QUALI MOMENTI DELLA GIORNATA LEI HA L'ABITUDINE DI LEGGERE IL QUOTIDIANO?

ABITUDINI DI LETTURA	Totale generale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
ITALIA						
Totale quotidiani = 100%	14456	9340	2179	1873	200	864
- Al mattino durante la prima colazione . . .	17	20	5	20	18	15
- A casa, in mattinata	12	15	4	11	12	13
- Subito prima di pranzo	10	11	5	13	3	10
- Subito dopo pranzo	26	30	13	28	10	22
- A casa, di pomeriggio	11	11	9	8	8	9
- Subito prima di cena	9	7	22	7	3	8
- Dopo cena	37	33	63	28	18	36
- In tram, in autobus	2	2	2	3	3	3
- Durante l'ufficio, il lavoro	9	8	7	9	44	9
- Nei momenti liberi	29	29	25	31	20	32
Piemonte - Liguria						
Totale quotidiani = 100%	2860	1742	557	343	35	179
- Al mattino, durante la prima colazione. . .	19	22	9	24	17	24
- A casa, in mattinata	14	16	6	12	3	19
- Subito prima di pranzo	10	11	6	12	-	12
- Subito dopo pranzo	28	33	17	29	17	24
- A casa di pomeriggio	10	10	12	6	5	9
- Subito prima di cena	10	8	18	6	3	6
- Dopo cena	38	36	54	27	11	36
- In tram, in autobus	3	2	2	4	-	5
- Durante l'ufficio, il lavoro	8	7	7	10	52	9
- Nei momenti liberi.	25	26	23	27	32	21

TAV. 5.4 (Segue) - ABITUDINI DI LETTURA
DOM. 7 - IN QUALI MOMENTI DELLA GIORNATA LEI HA L'ABITUDINE DI LEGGERE IL QUOTIDIANO?

ABITUDINI DI LETTURA	Totale generale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Lombardia						
Totale quotidiani = 100%	2991	1750	717	343	67	114
- Al mattino, durante la prima colazione. . .	17	21	3	23	21	10
- A casa- in mattinata	11	14	2	14	15	17
- Subito prima di pranzo	9	12	4	11	2	8
- Subito dopo pranzo	24	30	10	27	10	26
- A casa, di pomeriggio	9	10	9	6	3	9
- Subito prima di cena	13	9	26	9	6	3
- Dopo cena	44	39	67	28	11	27
- In tram, in autobus	3	3	3	5	3	3
- Durante l'ufficio, il lavoro	9	8	7	8	16	7
- Nei momenti liberi	27	28	23	29	13	44
Tre Venezie - Emilia						
Totale quotidiani = 100%	2784	2004	193	379	32	176
- Al mattino, durante la prima colazione. . .	19	21	5	21	12	17
- A casa, in mattinata	14	16	2	11	6	14
- Subito prima di pranzo	10	9	3	12	9	13
- Subito dopo pranzo	31	34	9	32	9	26
- A casa, di pomeriggio	12	13	7	9	9	7
- Subito prima di cena	9	7	28	9	-	9
- Dopo cena	40	36	78	37	34	44
- In tram, in autobus	3	3	1	4	3	5
- Durante l'ufficio, il lavoro	9	8	9	11	40	13
- Nei momenti liberi	27	28	17	29	34	26

TAV. 5.4 (Segue) - ABITUDINI DI LETTURA

DOM. 7 - IN QUALI MOMENTI DELLA GIORNATA LEI HA L'ABITUDINE DI LEGGERE IL QUOTIDIANO?

ABITUDINI DI LETTURA	Totale generale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Toscana - Marche - Umbria						
Totale quotidiani = 100%	2593	1827	124	397	18	227
- Al mattino, durante la prima colazione. . . .	21	22	8	20	(4)	20
- A casa, in mattinata	12	13	6	9	(1)	11
- Subito prima di pranzo	11	11	6	14	(4)	10
- Subito dopo pranzo	31	33	10	29	(2)	27
- A casa, di pomeriggio	9	10	12	6	(2)	8
- Subito prima di cena	8	7	19	7	(1)	7
- Dopo cena	33	33	53	25	(4)	29
- In tram - in autobus	1	1	2	1	(-)	1
- Durante l'ufficio, il lavoro	8	8	6	9	(7)	7
- Nei momenti liberi	25	25	19	26	(3)	32
Lazio - Abruzzi						
Totale quotidiani = 100%	2970	1739	509	430	39	253
- Al mattino, durante la prima colazione. . . .	14	15	8	22	15	10
- A casa, in mattinata	11	13	4	12	26	8
- Subito prima di pranzo	7	8	4	9	-	3
- Subito dopo pranzo	21	23	14	24	5	14
- A casa, di pomeriggio	9	11	8	5	18	9
- Subito prima di cena	6	3	14	6	-	13
- Dopo cena	30	25	51	21	26	35
- In tram, in autobus	2	2	2	2	2	2
- Durante l'ufficio, il lavoro	10	12	7	8	26	9
- Nei momenti liberi.	37	35	37	44	26	38

TAV. 5.4 (Segue) - ABITUDINI DI LETTURA
DOM. 7 - IN QUALI MOMENTI DELLA GIORNATA LEI HA L'ABITUDINE DI LEGGERE IL QUOTIDIANO?

ABITUDINI DI LETTURA	Totale generale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito
Campania - Puglie - Basilicata - Calabria						
Totale quotidiani = 100%	2405	1941	60	267	13	124
- Al mattino, durante la prima colazione. . . .	13	14	2	9	(3)	14
- A casa, in mattinata	11	11	-	14	(3)	7
- Subito prima di pranzo	10	10	6	11	(1)	12
- Subito dopo pranzo	20	21	7	16	(2)	22
- A casa di pomeriggio.	16	17	15	15	(1)	15
- Subito prima di cena	6	6	13	7	(2)	8
- Dopo cena	28	28	57	25	(5)	28
- In tram, in autobus	*	*	-	1	(-)	1
- Durante l'ufficio, il lavoro	5	5	7	6	(-)	7
- Nei momenti liberi	38	37	30	42	(5)	43
Sicilia - Sardegna						
Totale quotidiani = 100%	2597	1896	263	325	17	96
- Al mattino, durante la prima colazione. . . .	16	21	2	6	(2)	7
- A casa, in mattinata	11	14	2	6	(2)	11
- Subito prima di pranzo	13	14	3	17	(3)	9
- Subito dopo pranzo	21	22	5	26	(3)	21
- A casa, di pomeriggio	14	13	9	20	(1)	14
- Subito prima di cena	10	7	32	10	(1)	16
- Dopo cena	28	23	56	26	(3)	37
- In tram, in autobus	1	1	*	1	(-)	3
- Durante l'ufficio, il lavoro	5	6	2	3	(7)	4
- Nei momenti liberi	24	24	21	25	(5)	21

TAV. 5.5 - TEMPO DI LETTURA

DOM. 8 - IN TOTALE QUANTO TEMPO LEI DEDICA ALLA LETTURA DEL QUOTIDIANO?

TEMPO DI LETTURA	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale quotidiani = 100%	14456	2860	2860	2784	2593	2970	2405	2597
- Fino a 15 minuti	14	12	15	14	16	13	8	11
- Da 15 a 30 minuti	25	24	27	27	28	24	22	26
- Da 30 minuti a 1 ora	35	33	34	36	32	35	38	39
- Da 1 ora a 1.30	16	18	14	13	15	17	18	14
- Oltre 1 ora e 30 minuti	10	13	9	10	9	11	14	10
- Imprecisato	-	-	1	-	-	-	-	-
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100
- Tempo medio (°) di lettura (min.) . . .	45	48	42	44	43	46	51	45

NOTA: Riportiamo solo i risultati per tutti i tipi di quotidiani combinati in quanto i risultati per i tipi individuali di quotidiani non mostrano differenze di rilievo.

(°) Prendendo come unità di misura i seguenti valori per ciascuna delle classi (min.) 7,5; 22,5; 45,0; 75,0; 105,0.

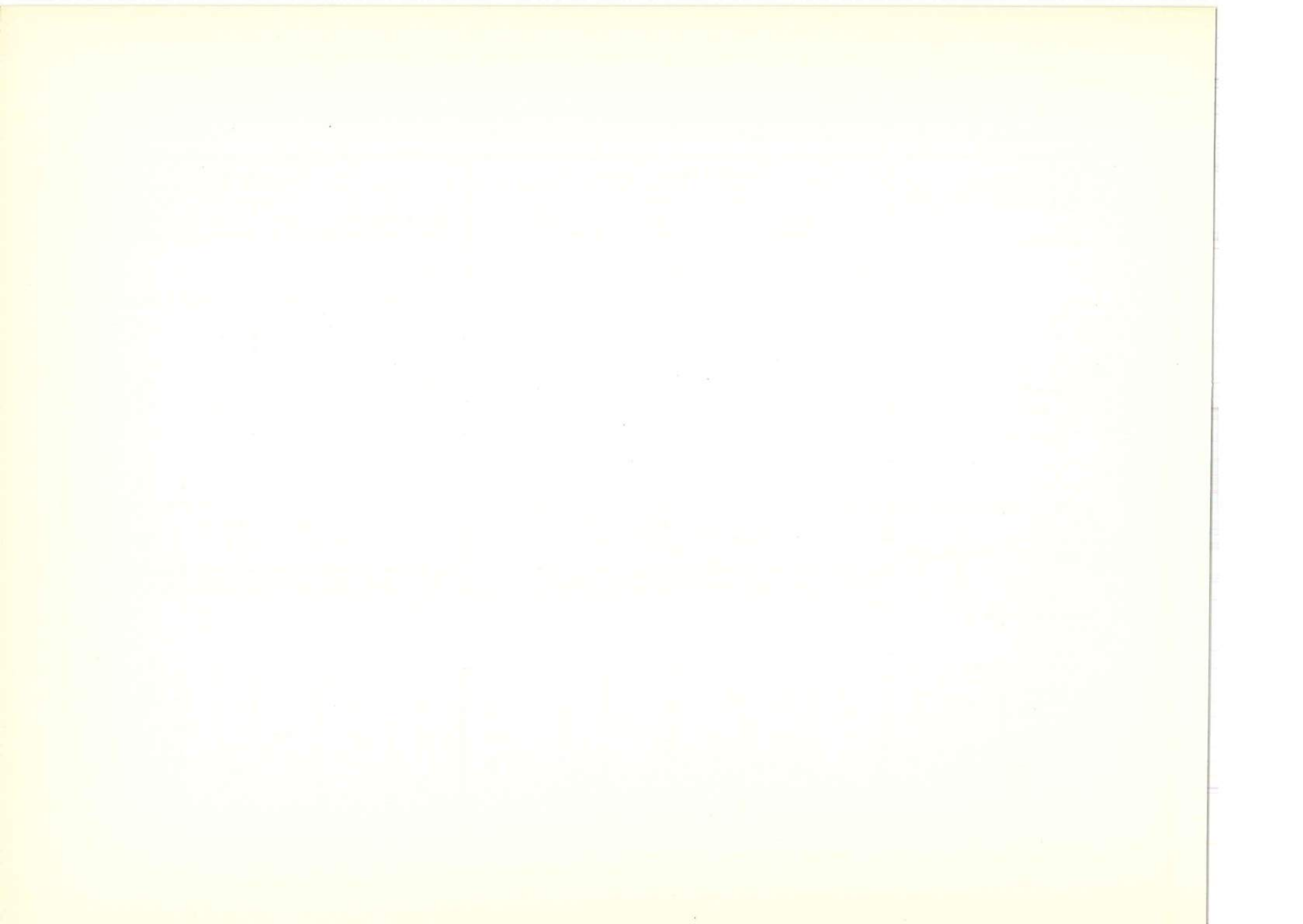
TAV. 5.6 - ARGOMENTI INTERESSANTI
DOM. 9 - CHE COSA LA INTERESSA MAGGIORMENTE DEL QUOTIDIANO?

ARGOMENTI INTERESSANTI	ITALIA						Piemonte - Liguria					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale quotidiani = 100%	9340	2179	1873	200	864	14456	1742	557	343	35	179	2860
- Politica, economia	62	51	-	77	80	54	55	41	-	74	72	47
- Cronaca	62	63	8	-	35	54	60	60	11	6	40	52
- Spettacoli	19	25	-	-	14	17	17	19	-	3	12	15
- Sport, attualità	36	40	93	-	26	43	33	35	90	9	32	40
- Annunci economici	11	7	-	14	4	8	9	6	-	17	4	8
- Rubriche speciali	23	18	4	10	14	19	26	18	5	3	18	21
- Altro	*	*	*	3	-	*	1	1	*	3	-	1
- Imprecisati	*	*	*	*	*	*	2	2	2	14	1	2
ARGOMENTI INTERESSANTI	Lombardia						Tre Venezie - Emilia					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale quotidiani = 100%	1750	717	343	67	114	2991	2004	193	379	32	176	2784
- Politica, economia	61	52	-	79	86	54	65	59	-	94	84	58
- Cronaca	68	70	10	6	38	59	70	65	4	-	32	57
- Spettacoli	27	33	-	1	-	25	20	20	-	-	16	16
- Sport, attualità	44	49	93	3	-	49	39	35	95	-	30	45
- Annunci economici	15	7	-	15	8	12	11	6	-	16	4	10
- Rubriche speciali	28	18	3	10	21	22	30	23	6	6	12	25
- Altro	*	*	-	4	-	*	*	1	-	-	-	*
- Imprecisati	3	2	3	4	3	3	1	1	1	3	4	1

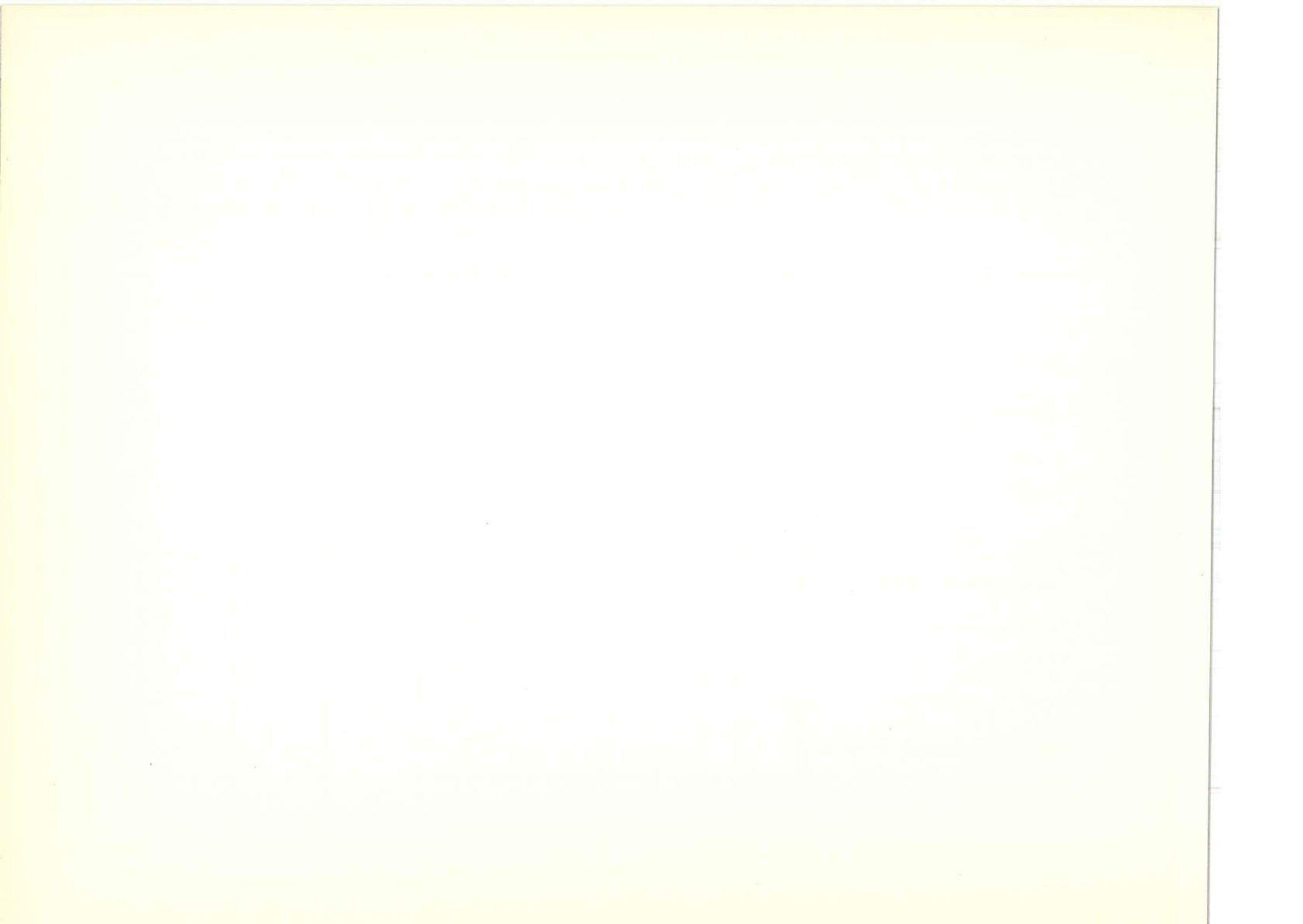
TAV. 5.6 (Segue) - ARGOMENTI INTERESSANTI

DOM. 9 - CHE COSA LA INTERESSA MAGGIORMENTE DEL QUOTIDIANO?

ARGOMENTI INTERESSANTI	Toscana - Marche - Umbria						Lazio - Abruzzi					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale quotidiani = 100%	1827	124	397	18	227	2593	1739	509	430	39	253	2970
- Politica, economia	60	50	-	(12)	84	53	67	61	-	72	81	58
- Cronaca	54	42	2	(2)	23	42	54	52	8	10	37	45
- Spettacoli	9	15	-	-	8	8	17	20	-	-	19	15
- Sport, attualità	30	27	94	-	19	39	29	33	93	-	23	38
- Annunci economici	5	2	1	-	2	4	7	7	-	3	1	6
- Rubriche speciali	13	10	1	-	9	11	18	21	2	28	19	16
- Altro	1	-	-	(4)	1	*	*	*	-	-	-	*
Imprecisati	1	1	2	(1)	1	1	1	*	*	-	2	1
ARGOMENTI INTERESSANTI	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria						Sicilia - Sardegna					
	Lettori di :						Lettori di :					
	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale	Quotidiani mattino	Quotidiani pomeriggio	Quotidiani sportivi	Quotidiani finanziari	Quotidiani di partito	Totale
Totale quotidiani = 100%	1941	60	267	13	124	2405	1896	263	325	17	96	2597
- Politica, economia	62	53	-	(10)	87	57	56	43	-	(16)	84	49
- Cronaca	62	60	12	(3)	29	55	49	54	4	-	19	43
- Spettacoli	17	17	-	(-)	10	16	7	10	-	-	2	6
- Sport, attualità	37	38	92	(-)	16	42	26	26	93	-	9	34
- Annunci economici	12	7	-	(1)	7	10	7	3	-	(1)	1	6
- Rubriche speciali	18	18	6	(1)	13	16	9	6	2	(5)	2	8
- Altro	*	-	-	(-)	-	*	*	-	-	-	-	*
- Imprecisati	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



**6 - STRUTTURA E MODALITA'
DEI CONSUMI DEI LETTORI DI QUOTIDIANI**



TAV. 6.1 - LETTURA DI SETTIMANALI, FREQUENZA AL CINEMA E ALLA TELEVISIONE

Dom. 19 - NEGLI ULTIMI 7 GIORNI LEI HA LETTO O SFOGLIATO DEI SETTIMANALI ILLUSTRATI?

Dom. 20 - NEGLI ULTIMI 7 GIORNI HA AVUTO OCCASIONE DI RECARSÌ AL CINEMA?

Dom. 21 - IERI HA AVUTO L'OCCASIONE DI VEDERE QUALCHE PROGRAMMA TELEVISIVO?

	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
LETTURA DEI SETTIMANALI								
- hanno letto o sfogliato 1 o più settimanali	74	73	78	76	72	72	66	77
- non hanno letto settimanali	26	27	22	24	28	28	34	23
FREQUENZA AL CINEMA								
- si sono recati al cinema	29	24	24	26	35	38	37	40
- non sono andati al cinema	71	76	76	74	65	62	63	60
FREQUENZA ALLA TELEVISIONE								
- hanno visto la televisione	62	56	59	57	69	70	72	70
- non hanno visto la televisione	38	44	41	43	31	30	28	30

TAV. 6:2 - ACQUISTO DI LIBRI E USO DELL'AUTOMOBILE

Dom. 22 - HA AVUTO OCCASIONE DI ACQUISTARE LIBRI NEGLI ULTIMI SEI MESI?

**Dom. 23 e 24 - LEI GUIDA QUALCHE VOLTA L'AUTOMOBILE? L'AUTOMOBILE CHE LEI GUIDA E' INTESATA A LEI, ALL'AZIENDA PRESSO CUI LAVO-
RA O A QUALCHE MEMBRO DELLA SUA FAMIGLIA?**

	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
ACQUISTO DI LIBRI								
- hanno acquistato da 1 a 5 libri	24	22	22	24	21	26	22	28
- hanno acquistato più di 5 libri	19	21	20	18	20	24	14	26
- non hanno acquistato libri	57	57	58	58	59	50	64	46
USO DELL'AUTOMOBILE								
- Guidano l'automobile	50	45	49	44	52	56	48	49
- intesta all'intervistato	(38)	(34)	(38)	(34)	(39)	(43)	(38)	(37)
- intesta ad un membro della famiglia . .	(2)	(2)	(3)	(2)	(3)	(2)	(1)	(1)
- intestata all'azienda presso cui lavora	(8)	(8)	(8)	(6)	(7)	(9)	(6)	(7)
- presa a noleggio	(2)	(1)	(*)	(2)	(3)	(2)	(3)	(4)
- Non guidano l'automobile	50	55	51	56	48	44	52	51

TAV. 6.3 - CHILOMETRI PERCORSI IN AUTOMOBILE NEL CORSO DI UN ANNO

Dom. 25 - QUANTI CHILOMETRI LEI PERCORRE NORMALMENTE IN AUTOMOBILE NEL CORSO DI UN ANNO?
 QUANTI PER LAVORO E QUANTI PER DIPORTO?

	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	3788	673	725	647	755	809	701	716
IN TOTALE								
- meno di 5000 km.	9	11	6	9	10	8	8	13
- da 5000 a 10.000 km.	16	16	14	18	17	13	14	20
- da 10.001 a 20.000 km.	31	32	30	32	30	33	36	31
- da 20.001 a 35.000 km.	18	26	21	19	14	19	21	16
- oltre 35.000 km.	13	15	18	14	13	12	8	9
- non indicano	13	-	11	8	16	15	13	11
PER LAVORO								
- meno di 5000 km.	13	14	12	14	14	10	10	14
- da 5000 a 10.000 km.	19	23	19	18	18	19	20	19
- da 10.001 a 20.000 km.	22	19	23	21	20	22	26	20
- oltre 20.000 km.	17	13	21	20	15	16	14	13
- non indicano	13	16	12	19	16	15	13	11
- non usano l'auto per lavoro.	16	15	13	8	17	18	17	23
PER DIPORTO								
- meno di 5000 km.	27	30	26	36	27	20	19	30
- da 5000 a 10.000 km.	29	22	29	28	27	34	32	31
- da 10.001 a 20.000 km.	14	16	16	13	14	14	13	13
- oltre 20.000 km.	4	3	5	4	3	4	3	2
- non indicano	13	14	12	11	16	15	13	11
- non usano l'auto per diporto.	13	15	12	8	13	13	20	13
Chilometraggio medio (000 km.) In totale . .	18,6	19,4	21,0	18,7	17,9	19,0	18,0	16,3
Per lavoro	13,1	11,8	13,9	13,5	12,6	13,3	13,1	12,2
Per diporto	8,0	7,8	8,5	7,3	7,8	8,5	8,3	7,3

TAV. 6.4 - USO DELL'AEREO NEL CORSO DI UN ANNO

Dom. 26 e 27 - NEGLI ULTIMI 12 MESI HA AVUTO OCCASIONE DI SERVIRSI DELL'AEREO PER VIAGGI D'AFFARI? E PER VIAGGI TURISTICI?

VIAGGI AEREI	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
PER VIAGGI D'AFFARI								
- hanno usato l'aereo	5	5	7	3	3	7	3	9
- non hanno usato l'aereo	95	95	93	97	97	93	97	91
PER VIAGGI TURISTICI								
- hanno usato l'aereo	4	4	5	3	2	4	2	5
- non hanno usato l'aereo	96	96	95	97	98	96	98	95

TAV. 6.5 - BENI POSSEDUTI
Dom. 28 - MI PUO' INDICARE QUALI DEI SEGUENTI BENI SONO POSSEDUTI DALLA SUA FAMIGLIA?

	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
BENI POSSEDUTI	%	%	%	%	%	%	%	%
Totale casi = 100%	7546	486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
- Automobile	54	54	56	49	57	60	51	56
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . .	19	18	21	24	29	10	9	14
- Radio	93	92	94	94	93	94	92	92
- Televisore	74	69	76	70	74	80	83	73
- Giradischi	50	50	54	43	46	59	47	51
- Registratore	20	18	20	17	19	24	18	18
- Cucina all'americana (mobili)	31	31	29	34	31	39	22	19
- Frigorifero	83	84	88	82	80	82	76	77
- Lucidatrice	42	47	57	40	33	35	24	20
- Aspirapolvere	36	38	44	37	30	37	23	23
- Lavatrice	43	43	49	41	32	39	39	47
- Lavastoviglie	1	1	1	*	1	1	1	1
- Scaldabagno	68	64	69	72	73	75	59	54
- Macchina fotografica	55	57	58	51	52	61	45	52
- Cinepresa	12	10	14	10	12	15	10	11
- Proiettore cinematografico	10	9	12	9	10	12	9	9
- Condizionatore d'aria	2	1	2	1	1	1	2	2
- Rasoio elettrico	59	63	63	60	62	56	38	46
- Macchina da cucire	69	70	72	70	76	64	56	68
- Macchina da scrivere	37	38	36	33	39	39	37	40
- Mobili di tipo moderno	21	21	17	23	13	26	26	25
- Mobili di tipo tradizionale	87	86	89	87	91	85	80	86

TAV. 6.6 - ANZIANITA' DI POSSESSO
Dom. 29 - DA QUANTO TEMPO POSSIEDE I BENI INDICATI?

BENI POSSEDUTI DA:	I T A L I A						Piemonte - Liguria							
	1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Impre- cisato	Totale casi		1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Impre- cisato	Totale casi	
	%	%	%	%	%	n.	%	%	%	%	%	%	n.	%
- Automobile	21	34	18	25	2	4104 = 100		21	37	19	20	3	797 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore ..	9	20	20	49	2	1445 = 100		6	21	19	52	2	264 = 100	
- Radio	4	9	13	72	2	7042 = 100		4	10	16	68	2	1370 = 100	
- Televisore	10	21	27	40	2	5597 = 100		10	26	31	32	1	1033 = 100	
- Giradischi	9	22	25	41	3	3803 = 100		10	26	25	36	3	751 = 100	
- Registratore	13	30	26	27	4	1471 = 100		13	32	24	26	5	275 = 100	
- Cucina all'americana	11	25	26	35	3	2340 = 100		10	23	26	37	4	456 = 100	
- Frigorifero	8	21	24	45	2	6276 = 100		7	22	27	42	2	1252 = 100	
- Lucidatrice	10	22	24	41	3	3177 = 100		9	25	25	37	4	697 = 100	
- Aspirapolvere	8	20	22	45	5	2738 = 100		8	20	24	42	6	569 = 100	
- Lavatrice	22	30	19	25	4	3233 = 100		17	33	20	24	6	645 = 100	
- Lavastoviglie	28	26	8	19	19	74 = 100		(1)	(5)	(1)	(2)	(2)	11	
- Scaldabagno	6	14	15	60	5	5138 = 100		6	13	16	58	7	957 = 100	
- Macchina fotografica	6	11	15	64	4	4124 = 100		6	12	14	64	4	848 = 100	
- Cinepresa	14	26	22	33	5	884 = 100		11	28	20	34	7	148 = 100	
- Proiettore cinematografico	12	26	22	35	5	774 = 100		10	28	18	35	9	137 = 100	
- Condizionatore d'aria	16	26	16	26	16	121 = 100		(3)	(4)	-	(4)	(6)	17	
- Rasoio elettrico	8	18	22	48	4	4435 = 100		7	16	22	50	5	929 = 100	
- Macchina da cucire	2	4	7	81	6	5191 = 100		2	5	8	81	4	1037 = 100	
- Macchina da scrivere	5	12	15	63	5	2767 = 100		5	13	16	61	5	562 = 100	
- Mobili di tipo moderno	9	22	21	42	6	1579 = 100		9	20	24	40	7	312 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	2	5	5	79	9	6566 = 100		2	5	7	81	5	1275 = 100	

TAV. 6.6 - (Segue) - ANZIANITA' DI POSSESSO
Dom. 29 - DA QUANTO TEMPO POSSIEDE I BENI INDICATI?

BENI POSSEDUTI DA:	Lombardia						Tre Venezie - Emilia							
	1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Imprecisato	Totale casi		1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Imprecisato	Totale casi	
	%	%	%	%	%	n.	%	%	%	%	%	%	n.	%
- Automobile	24	38	16	21	1	822 = 100		19	34	17	29	1	723 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . .	11	23	20	43	3	307 = 100		11	20	20	49	*	357 = 100	
- Radio	5	11	11	71	2	1386 = 100		4	8	11	76	1	1386 = 100	
- Televisore	10	22	23	44	1	1113 = 100		12	22	27	38	1	1028 = 100	
- Giradischi	9	22	23	43	3	793 = 100		10	21	26	41	2	637 = 100	
- Registratore	9	29	25	34	3	297 = 100		20	31	24	23	2	256 = 100	
- Cucina all'americana	13	24	24	36	3	426 = 100		10	26	24	37	3	496 = 100	
- Frigorifero	8	19	18	53	2	1303 = 100		10	24	26	39	1	1208 = 100	
- Lucidatrice	9	19	21	49	2	835 = 100		14	24	22	39	1	594 = 100	
- Aspirapolvere	7	17	18	53	5	651 = 100		11	22	18	47	2	539 = 100	
- Lavatrice	17	27	19	34	3	726 = 100		27	36	17	18	2	607 = 100	
- Lavastoviglie	(9)	(6)	-	(5)	-	20		(1)	-	(1)	-	(5)	7	
- Scaldabagno	8	13	13	63	3	1015 = 100		7	12	13	62	6	1057 = 100	
- Macchina fotografica	7	11	13	65	4	848 = 100		5	12	14	66	3	747 = 100	
- Cinepresa	12	26	27	31	4	200 = 100		16	26	15	38	5	149 = 100	
- Proiettore cinematografico	7	24	29	36	4	184 = 100		19	27	14	34	6	124 = 100	
- Condizionatore d'aria	(4)	(8)	(4)	(6)	(2)	24		(3)	(6)	(1)	(6)	(2)	18	
- Rasoio elettrico	9	19	23	46	3	929 = 100		8	19	22	49	2	889 = 100	
- Macchina da cucire	2	4	5	84	5	1064 = 100		1	4	5	86	4	1028 = 100	
- Macchina da scrivere	7	12	15	63	3	530 = 100		5	14	14	65	2	479 = 100	
- Mobili di tipo moderno	13	25	18	39	5	250 = 100		9	23	20	45	3	339 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	3	5	4	81	7	1318 = 100		2	5	4	81	8	1275 = 100	

TAV. 6.6 (Segue) - ANZIANITA' DI POSSESSO
Dom. 29 - DA QUANTO TEMPO POSSIEDE I BENI INDICATI?

BENI POSSEDUTI DA:	Toscana - Marche - Umbria						Lazio - Abruzzi					
	1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Imprecisato	Totale casi	1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Imprecisato	Totale casi
	%	%	%	%	%	n. %	%	%	%	%	%	n. %
- Automobile	17	33	21	28	1	835 = 100	19	32	20	27	2	873 = 100
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . . .	7	17	20	55	1	423 = 100	9	15	27	44	5	146 = 100
- Radio	3	8	11	75	3	1360 = 100	5	9	16	67	3	1360 = 100
- Televisore	8	20	34	36	2	1076 = 100	7	18	28	45	2	1162 = 100
- Giradischi	7	24	25	42	2	663 = 100	10	22	23	42	3	859 = 100
- Registratore	13	27	29	28	3	278 = 100	11	26	27	33	3	346 = 100
- Cucina all'americana	9	25	30	34	2	447 = 100	10	23	29	34	4	572 = 100
- Frigorifero	9	22	30	37	2	1166 = 100	10	20	26	42	2	1191 = 100
- Lucidatrice	10	31	31	25	3	474 = 100	7	23	29	39	2	501 = 100
- Aspirapolvere	7	29	27	33	4	435 = 100	6	21	28	40	5	538 = 100
- Lavatrice	29	40	18	11	2	461 = 100	22	32	20	21	5	568 = 100
- Lavastoviglie	(4)	(3)	(2)	(2)	(1)	12	(2)	(3)	(1)	(1)	(3)	10
- Scaldabagno	5	16	14	61	4	1066 = 100	6	14	16	60	4	1087 = 100
- Macchina fotografica	6	11	15	63	5	760 = 100	5	12	17	62	4	879 = 100
- Cinepresa	17	21	25	35	2	170 = 100	13	25	28	32	2	216 = 100
- Proiettore cinematografico	13	23	27	34	3	150 = 100	12	23	27	34	4	182 = 100
- Condizionatore d'aria	(5)	(3)	(4)	(3)	(1)	16	(2)	(7)	(4)	(4)	(3)	20
- Rasoio elettrico	6	17	22	52	3	910 = 100	7	14	22	53	4	812 = 100
- Macchina da cucire	1	5	7	80	7	1102 = 100	2	6	9	77	6	926 = 100
- Macchina da scrivere	3	9	16	68	4	573 = 100	6	15	13	61	5	560 = 100
- Mobili di tipo moderno	9	28	22	35	6	197 = 100	10	20	22	42	6	370 = 100
- Mobili di tipo tradizionale	1	4	5	80	10	1322 = 100	2	5	7	72	14	1239 = 1000

TAV. 6.6 (Segue) - ANZIANITA' DI POSSESSO
Dom. 29 - DA QUANTO TEMPO POSSIEDE I BENI INDICATI?

BENI POSSEDUTI DA:	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria						Sicilia - Sardegna							
	1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5. anni	Oltre 5 anni	Impre- cisato	Totale casi		1 anno o meno	1 - 3 anni	3 - 5 anni	Oltre 5 anni	Impre- cisato	Totale casi	
	%	%	%	%	%	n.	%	%	%	%	%	%	n.	%
- Automobile	13	22	25	38	2	744 = 100		25	33	14	25	3	807 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore	9	16	21	46	8	126 = 100		19	21	16	39	5	197 = 100	
- Radio	2	6	14	75	3	1334 = 100		5	8	11	71	5	1329 = 100	
- Televisore	5	15	26	51	3	1203 = 100		12	18	26	43	1	1053 = 100	
- Giradischi	7	17	26	45	5	675 = 100		10	23	24	40	3	737 = 100	
- Registratore	11	20	26	37	6	256 = 100		17	26	26	26	5	265 = 100	
- Cucina all'americana	10	23	25	39	3	326 = 100		15	29	28	22	6	272 = 100	
- Frigorifero	6	20	24	45	5	1109 = 100		100	21	26	40	3	1121 = 100	
- Lucidatrice	10	18	23	43	6	353 = 100		18	19	26	34	3	295 = 100	
- Aspirapolvere	10	21	20	42	7	333 = 100		17	21	26	32	4	341 = 100	
- Lavatrice	20	25	23	26	6	569 = 100		26	29	22	18	5	681 = 100	
- Lavastoviglie	(4)	(1)	(5)	(8)	(2)	20		(5)	(4)	(3)	(3)	(2)	17	
- Scaldabagno	4	12	21	58	5	862 = 100		10	18	18	49	5	786 = 100	
- Macchina fotografica	4	10	18	61	7	651 = 100		8	13	17	57	5	760 = 100	
- Cinepresa	17	17	23	38	5	145 = 100		32	24	19	22	3	151 = 100	
- Proiettore cinematografico	16	17	22	39	6	134 = 100		28	27	18	21	6	132 = 100	
- Condizionatore d'aria	(2)	(7)	(7)	(13)	(1)	30		(7)	(6)	(4)	(3)	(2)	22	
- Rasoio elettrico	6	18	21	50	5	555 = 100		9	26	25	36	4	671 = 100	
- Macchina da cucire	2	3	11	74	10	814 = 100		3	5	6	71	15	980 = 100	
- Macchina da scrivere	4	10	16	64	6	530 = 100		6	13	18	56	7	580 = 100	
- Mobili di tipo moderno	7	16	21	50	6	369 = 100		9	19	20	41	11	359 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	2	3	5	79	11	1158 = 100		1	3	5	74	17	1248 = 100	

TAV. 6.7 - PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

B E N I	I T A L I A									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni					Previsione di acquisto dei non possessori				
	Si	No	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	15	72	13	1790 = 100		11	80	9	3442 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore	4	90	6	989 = 100		1	92	7	6101 = 100	
- Radio	2	91	7	5936 = 100		11	80	9	504 = 100	
- Televisore	4	88	8	3790 = 100		19	71	10	1949 = 100	
- Giradischi	3	90	7	2490 = 100		6	85	9	3743 = 100	
- Registratore	2	90	8	784 = 100		5	86	9	6075 = 100	
- Cucina all'americana	1	92	7	1428 = 100		5	86	9	5206 = 100	
- Frigorifero	2	91	7	4314 = 100		22	68	10	1270 = 100	
- Lucidatrice	2	91	7	2057 = 100		7	85	8	4369 = 100	
- Aspirapolvere	1	91	8	1826 = 100		6	85	9	4808 = 100	
- Lavatrice	6	85	9	1419 = 100		17	73	10	4313 = 100	
- Lavastoviglie	-	(18)	(2)	20		2	90	8	7472 = 100	
- Scaldabagno	2	92	6	3844 = 100		7	84	9	2408 = 100	
- Macchina fotografica	3	91	6	3239 = 100		5	85	10	3422 = 100	
- Cinepresa	2	88	10	484 = 100		4	87	9	6662 = 100	
- Proiettore cinematografico	3	86	11	441 = 100		5	87	8	6767 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(46)	(4)	50		1	91	8	7425 = 100	
- Rasoio elettrico	5	88	7	3129 = 100		4	87	9	3111 = 100	
- Macchina da cucire	2	92	6	4558 = 100		3	87	10	2355 = 100	
- Macchina da scrivere	2	91	7	2155 = 100		4	89	7	4779 = 100	
- Mobili di tipo moderno	4	87	9	997 = 100		3	89	8	5967 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	3	90	7	5559 = 100		2	88	10	980 = 100	

TAV. 6.7 - (Segue) - PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

B E N I	Piemonte - Liguria									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni				Previsione di acquisto dei non possessori					
	Si	No	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	17	68	15	314 = 100		8	83	9	689 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . .	2	93	5	187 = 100		*	92	8	1222 = 100	
- Radio	2	90	8	1145 = 100		12	81	7	115 = 100	
- Televisore	4	88	8	646 = 100		18	73	9	453 = 100	
- Giradischi	3	88	9	460 = 100		4	86	10	735 = 100	
- Registratore	2	87	11	137 = 100		4	86	10	1211 = 100	
- Cucina all'americana	1	89	10	287 = 100		4	88	8	1030 = 100	
- Frigorifero	1	91	8	865 = 100		23	66	11	234 = 100	
- Lucidatrice	1	88	11	435 = 100		6	86	8	789 = 100	
- Aspirapolvere	1	88	11	377 = 100		4	87	9	917 = 100	
- Lavatrice	4	88	8	283 = 100		16	73	11	841 = 100	
- Lavastoviglie	-	(3)	-	3		1	91	8	1475 = 100	
- Scaldabagno	1	90	9	709 = 100		3	88	9	529 = 100	
- Macchina fotografica	2	89	9	664 = 100		5	85	10 ^b	638 = 100	
- Cinepresa	-	86	14	80 = 100		4	87	9	1338 = 100	
- Proiettore cinematografico	-	85	15	73 = 100		3	88	9	1349 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(3)	(1)	4		1	91	8	1469 = 100	
- Rasoio elettrico	5	84	11	673 = 100		3	89	8	557 = 100	
- Macchina da cucire	1	91	9	924 = 100		3	84	13	449 = 100	
- Macchina da scrivere	2	88	10	433 = 100		2	90	8	924 = 100	
- Mobili di tipo moderno	3	88	9	199 = 100		2	89	9	1174 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale										

TAV. 6.7 (Segue) - PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

B E N I	Lombardia									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni					Previsione di acquisto dei non possessori				
	Si	No	Non so	Totale casi		Si	No	Non sc	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	12	76	12	308 = 100		9	84	7	651 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore ..	6	86	8	191 = 100		1	93	6	1166 = 100	
- Radio	2	92	6	1140 = 100		9	85	6	87 = 100	
- Televisore	5	88	7	741 = 100		12	79	9	360 = 100	
- Giradischi	2	91	7	522 = 100		5	86	9	680 = 100	
- Registratore	1	88	11	173 = 100		5	87	8	1176 = 100	
- Cucina all'americana	1	90	9	253 = 100		3	89	8	1047 = 100	
- Frigorifero	2	91	7	919 = 100		20	73	7	170 = 100	
- Lucidatrice	2	91	7	579 = 100		8	86	6	638 = 100	
- Aspirapolvere	1	89	10	462 = 100		6	88	6	822 = 100	
- Lavatrice	7	83	10	376 = 100		11	82	7	747 = 100	
- Lavastoviglie	-	(4)	(1)	5		2	92	6	1453 = 100	
- Scaldabagno	2	91	7	763 = 100		6	89	5	458 = 100	
- Macchina fotografica	4	90	6	658 = 100		5	88	7	625 = 100	
- Cinepresa	5	85	10	114 = 100		3	90	7	1273 = 100	
- Proiettore cinematografico	6	84	10	118 = 100		4	90	6	1289 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(11)	(2)	13		1	92	7	1449 = 100	
- Rasoio elettrico	6	87	7	640 = 100		1	92	7	544 = 100	
- Macchina da cucire	2	92	6	943 = 100		2	92	6	409 = 100	
- Macchina da scrivere	2	91	7	410 = 100		2	93	5	943 = 100	
- Mobili di tipo moderno	4	88	8	143 = 100		2	91	7	1223 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	4	90	6	1119 = 100		-	93	7	155 = 100	

TAV. 6.7 (Segue) - PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

B E N I	Tre Venezie - Emilia									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni					Previsione di acquisto dei non possessori				
	Si	No	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	12	80	8	334 = 100		7	89	4	749 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . .	2	91	7	247 = 100		1	97	2	1115 = 100	
- Radio	2	94	4	1203 = 100		8	90	2	86 = 100	
- Televisore	4	93	3	665 = 100		15	81	4	444 = 100	
- Giradischi	2	94	4	426 = 100		5	92	3	835 = 100	
- Registratore	2	94	4	121 = 100		3	94	3	1216 = 100	
- Cucina all'americana	1	97	2	302 = 100		3	93	4	976 = 100	
- Frigorifero	3	93	4	792 = 100		17	82	1	264 = 100	
- Lucidatrice	1	95	4	361 = 100		6	90	4	878 = 100	
- Aspirapolvere	2	96	2	349 = 100		6	90	4	933 = 100	
- Lavatrice	5	91	4	213 = 100		16	78	6	865 = 100	
- Lavastoviglie	-	(1)	-	1		1	95	4	1465 = 100	
- Scaldabagno	1	96	3	792 = 100		5	93	2	415 = 100	
- Macchina fotografica	2	95	3	600 = 100		4	92	4	725 = 100	
- Cinepresa	3	97	-	79 = 100		2	94	4	1323 = 100	
- Proiettore cinematografico	-	98	2	59 = 100		2	94	4	1348 = 100	
- Condizionatore d'aria	-	(7)	-	7		1	96	3	1454 = 100	
- Rasoio elettrico	4	92	4	631 = 100		4	92	4	583 = 100	
- Macchina da cucire	1	96	3	934 = 100		2	95	3	444 = 100	
- Macchina da scrivere	1	97	2	380 = 100		1	95	4	993 = 100	
- Mobili di tipo moderno	2	91	7	220 = 100		3	94	3	1133 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	2	95	3	1093 = 100		-	90	10	197 = 100	

TAV. 6.7 (Segue) PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

BENI	Toscana - Marche - Umbria									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni					Previsione di acquisto dei non possessori				
	Si	№	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	15	77	8	411 = 100		13	78	9	622 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . . .	2	95	3	316 = 100		*	96	4	1034 = 100	
- Radio	2	95	3	1173 = 100		1	91	8	97 = 100	
- televisore	5	92	3	755 = 100		21	67	12	381 = 100	
- Giradischi	3	93	4	444 = 100		6	86	8	794 = 100	
- Registratore	4	92	4	159 = 100		5	89	6	1179 = 100	
- Cucina all'americana	2	93	5	282 = 100		5	89	6	1010 = 100	
- Frigorifero	3	94	3	782 = 100		21	71	8	291 = 100	
- Lucidatrice	1	95	4	266 = 100		6	87	7	983 = 100	
- Aspirapolvere	1	96	3	259 = 100		5	88	7	1022 = 100	
- Lavatrice	7	86	7	131 = 100		19	74	7	996 = 100	
- Lavastoviglie	-	(4)	-	4		4	92	4	1445 = 100	
- Scaldabagno	1	96	3	800 = 100		8	86	6	391 = 100	
- Macchina fotografica	3	93	4	593 = 100		6	87	7	697 = 100	
- Cinepresa	1	94	5	102 = 100		6	87	7	1287 = 100	
- Proiettore cinematografico	-	96	4	92 = 100		5	88	7	1307 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(7)	-	7		1	95	4	1441 = 100	
- Rasoio elettrico	5	88	7	669 = 100		4	90	6	547 = 100	
- Macchina da cucire	1	96	3	959 = 100		4	91	5	355 = 100	
- Macchina da scrivere	2	94	4	482 = 100		5	90	5	884 = 100	
- Mobili di tipo moderno	6	85	9	112 = 100		2	92	6	1260 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	5	91	4	1112 = 100		2	93	5	135 = 100	

TAV. 6.7 (Segue) PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

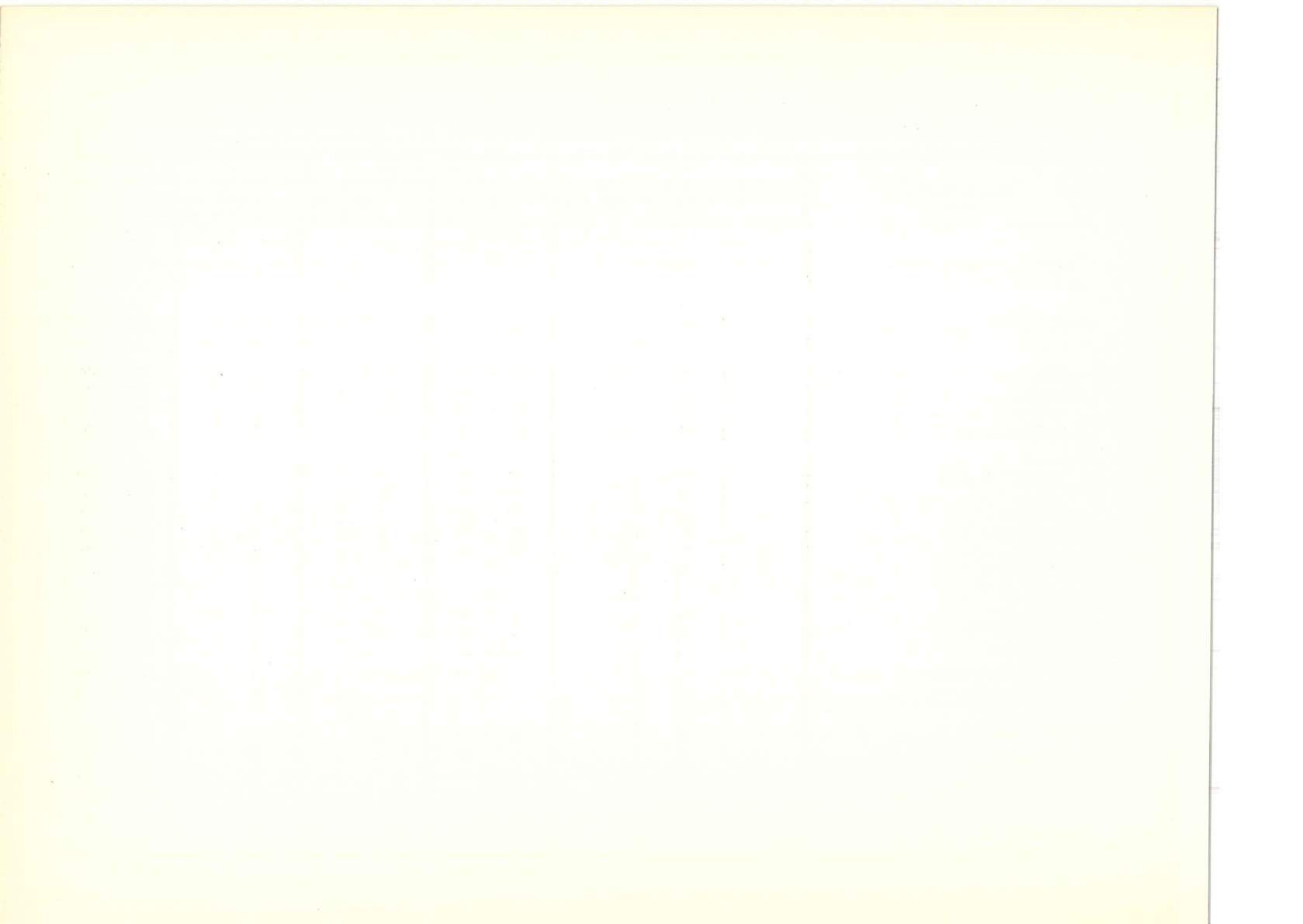
B E N I	Lazio - Abruzzi									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni					Previsione di acquisto dei non possessori				
	Si	Nb	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	17	73	10	408 = 100		14	75	11	577 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . . .	3	94	3	103 = 100		1	93	6	1304 = 100	
- Radio	2	95	3	1125 = 100		12	73	15	90 = 100	
- Televisore	5	90	5	840 = 100		24	64	12	288 = 100	
- Giradischi	3	94	3	557 = 100		8	83	9	591 = 100	
- Registratore	1	95	4	207 = 100		7	84	9	1104 = 100	
- Cucina all'americana	1	95	4	356 = 100		6	85	9	878 = 100	
- Frigorifero	3	94	3	810 = 100		18	76	6	259 = 100	
- Lucidatrice	1	93	6	339 = 100		6	85	9	949 = 100	
- Aspirapolvere	1	94	5	363 = 100		8	83	9	912 = 100	
- Lavatrice	5	92	3	236 = 100		19	70	11	882 = 100	
- Lavastoviglie	-	(2)	-	2		3	89	8	1440 = 100	
- Scaldabagno	1	96	3	836 = 100		11	81	8	363 = 100	
- Macchina fotografica	3	92	5	697 = 100		5	86	9	571 = 100	
- Cinepresa	2	91	7	130 = 100		5	84	11	1234 = 100	
- Proiettore cinematografico	3	90	7	112 = 100		4	85	11	1268 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(8)	-	8		1	91	8	1430 = 100	
- Rasoio elettrico	5	90	5	607 = 100		5	87	8	638 = 100	
- Macchina da cucire	2	95	3	791 = 100		3	86	11	524 = 100	
- Macchina da scrivere	2	94	4	416 = 100		4	89	7	890 = 100	
- Mobili di tipo moderno	7	83	10	235 = 100		2	91	7	1080 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	4	91	5	980 = 100		2	90	8	211 = 100	

TAV. 6.7 (Segue) PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

B E N I	Campania - Puglia - Basilicata - Calabria									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni				Previsione di acquisto dei non possessori					
	Si	No	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	8	57	35	466 = 100		16	53	31	706 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . . .	5	72	23	84 = 100		1	75	24	1324 = 100	
- Radio	2	74	24	1192 = 100		14	59	27	116 = 100	
- Televisore	3	70	27	921 = 100		26	41	33	247 = 100	
- Giradischi	2	72	26	476 = 100		5	63	32	775 = 100	
- Registratore	-	70	30	162 = 100		7	62	31	1194 = 100	
- Cucina all'americana	1	77	22	207 = 100		5	64	31	1124 = 100	
- Frigorifero	1	73	26	764 = 100		17	47	36	341 = 100	
- Lucidatrice	-	75	25	232 = 100		5	66	29	1097 = 100	
- Aspirapolvere	1	72	27	205 = 100		5	64	31	1117 = 100	
- Lavatrice	3	74	23	284 = 100		18	52	30	881 = 100	
- Lavastoviglie	-	(10)	(3)	13		15	67	28	1430 = 100	
- Scaldabagno	1	77	22	685 = 100		1	65	34	588 = 100	
- Macchina fotografica	2	73	25	513 = 100		7	59	34	799 = 100	
- Cinepresa	2	65	33	89 = 100		5	67	28	1305 = 100	
- Proiettore cinematografico	4	64	32	81 = 100		4	68	28	1316 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(13)	(7)	20		1	73	26	1420 = 100	
- Rasoio elettrico	1	68	31	394 = 100		4	68	28	895 = 100	
- Macchina da cucire	1	73	26	690 = 100		4	69	27	636 = 100	
- Macchina da scrivere	-	74	26	426 = 100		3	68	29	920 = 100	
- Mobili di tipo moderno	3	81	16	262 = 100		3	65	32	1081 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	2	69	29	969 = 100		2	83	15	292 = 100	

TAV. 6.7 (Segue) PREVISIONI DI ACQUISTO/SOSTITUZIONE
Dom. 30 - QUALI BENI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO?

B E N I	Sicilia - Sardegna									
	Previsione di sostituzione dei possessori da 3 o più anni				Previsione di acquisto dei non possessori					
	Si	No	Non so	Totale casi		Si	No	Non so	Totale casi	
	%	%	%	n°	%	%	%	%	n°	%
- Automobile	22	69	9	317 = 100		18	75	7	643 = 100	
- Motocicletta, scooter, ciclomotore . . .	4	92	4	108 = 100		1	95	4	1253 = 100	
- Radio	5	90	5	1089 = 100		20	69	11	121 = 100	
- Televisore	7	86	7	723 = 100		30	59	11	397 = 100	
- Giradischi	3	91	6	471 = 100		9	84	7	713 = 100	
- Registratore	1	96	3	137 = 100		8	86	6	1185 = 100	
- Cucina all'americana	3	96	1	136 = 100		5	89	6	1178 = 100	
- Frigorifero	4	92	4	739 = 100		24	66	10	329 = 100	
- Lucidatrice	4	94	2	176 = 100		5	88	7	1155 = 100	
- Aspirapolvere	2	95	3	202 = 100		8	85	7	1109 = 100	
- Lavatrice	8	87	5	271 = 100		27	63	10	769 = 100	
- Lavastoviglie	-	(5)	(1)	6		5	89	6	1433 = 100	
- Scaldabagno	3	93	4	529 = 100		12	80	8	664 = 100	
- Macchina fotografica	5	92	3	563 = 100		8	85	7	690 = 100	
- Cinepresa	3	94	3	61 = 100		5	90	5	1299 = 100	
- Proiettore cinematografico	2	98	-	52 = 100		5	90	5	1318 = 100	
- Condizionatore di aria	-	(7)	-	7		2	94	4	1428 = 100	
- Rasoio elettrico	6	89	5	408 = 100		7	86	7	779 = 100	
- Macchina da cucire	3	92	5	757 = 100		7	88	5	470 = 100	
- Macchina da scrivere	4	90	6	433 = 100		5	91	4	870 = 100	
- Mobili di tipo moderno	8	86	6	220 = 100		5	89	6	1091 = 100	
- Mobili di tipo tradizionale	2	94	4	983 = 100		2	92	6	202 = 100	



TAV. 6.8 - DECISIONE D'ACQUISTO
Dom. 31 - PER QUALI DEI BENI, CHE POSSIEDE DA UN ANNO O MENO, LEI HA DECISO DA SOLO/A L'ACQUISTO E PER QUALI HA DECISO INSIEME CON ALTRI FAMILIARI?

BENI POSSEDUTI	Da solo %	Con altri %	Da altri %	Regalati %	Non so %	Totale casi
- Automobile	50	35	14	*	1	856 = 100
- Motocicletta, scooter, ciclomotore	48	32	16	4	-	135 = 100
- Radio	43	33	14	9	1	284 = 100
- Televisore	29	51	11	6	3	547 = 100
- Giradischi	41	34	16	9	-	357 = 100
- Registratore	44	31	15	7	3	194 = 100
- Cucina all'americana	20	65	14	1	*	257 = 100
- Frigorifero	19	62	14	5	*	515 = 100
- Lucidatrice	21	48	17	11	3	321 = 100
- Aspirapolvere	22	53	17	6	2	235 = 100
- Lavatrice	19	58	17	3	3	699 = 100
- Lavastoviglie	(9)	(6)	(5)	(1)	-	21
- Scaldabagno	24	45	24	3	4	334 = 100
- Macchina fotografica	38	27	17	18	-	238 = 100
- Cinepresa	43	27	11	15	4	127 = 100
- Proiettore cinematografico	48	30	4	15	3	95 = 100
- Condizionatore d'aria	(9)	(8)	(1)	(1)	-	19
- Rasoio elettrico	50	14	13	21	2	351 = 100
- Macchina da cucire	17	54	27	2	-	98 = 100
- Macchina da scrivere	57	27	11	4	1	142 = 100
- Mobili di tipo moderno	20	63	11	1	5	142 = 100
- Mobili di tipo tradizionale	19	63	14	3	1	128 = 100

TAV. 6.9 - CONSUMO FAMILIARE DI PRODOTTI ALIMENTARE E BEVANDE
Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE SI CONSUMANO SPESSO, QUALCHE VOLTA O QUASI MAI NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' IN CASA?

P R O D O T T I	I T A L I A				Piemonte - Liguria			
	Vengono consumati				Vengono consumati			
	Si	No	Imprecisati	Totale	Si	No	Imprecisati	Totale
	%	%	%	7546 = 100%	%	%	%	1486 = 100%
- Pasta confezionata	85	11	4	100	83	11	6	100
- Pasta sfusa	48	45	7	100	50	43	7	100
- Riso in scatola	76	18	6	100	68	25	7	100
- Riso sfuso	40	52	8	100	48	45	7	100
- Formaggini in scatola	67	31	2	100	63	33	2	100
- Caffè confezionato	60	34	6	100	54	39	7	100
- Caffè sfuso	60	34	6	100	64	31	5	100
- Thè	76	22	2	100	75	23	2	100
- Crackers e grissini	65	33	2	100	76	22	2	100
- Carne in scatola	52	46	2	100	53	45	2	100
- Pomodori pelati	77	21	2	100	76	21	3	100
- Verdura in scatola o vasetti	28	69	3	100	36	61	3	100
- Condimenti pronti in scatola o vasetti ..	23	74	3	100	20	76	4	100
- Olio confezionato	63	31	6	100	60	34	6	100
- Olio sfuso	57	38	5	100	56	38	6	100
- Marmellata	63	35	2	100	58	40	2	100
- Vino da pasto in bottiglia sigillata . . .	53	45	2	100	45	53	2	100

TAV. 6.9 - CONSUMO FAMILIARE DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE

Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE SI CONSUMANO SPESSO, QUALCHE VOLTA O QUASI MAI NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' IN CASA?

P R O D O T T I	Lombardia				Tre Venezie - Emilia			
	Vengono consumati				Vengono consumati			
	Si	No	Imprecisati	Totale	Si	No	Imprecisati	Totale
	%	%	%	1473 = 100%	%	%	%	1472 = 100%
- Pasta confezionata	86	11	3	100	83	11	4	100
- Pasta sfusa	40	55	5	100	48	47	5	100
- Riso in scatola	77	20	3	100	79	15	6	100
- Riso sfuso	34	60	6	100	38	56	6	100
- Formaggini in scatola	67	32	1	100	64	34	2	100
- Caffè confezionato	72	25	3	100	58	37	5	100
- Caffè sfuso	44	52	4	100	59	36	5	100
- Thè	78	21	1	100	77	22	1	100
- Crackers e grissini	69	30	1	100	67	31	2	100
- Carne in scatola	52	47	1	100	48	50	2	100
- Pomodori pelati	82	17	1	100	69	29	2	100
- Verdura in scatola o vasetti	36	63	1	100	32	65	3	100
- Condimenti pronti in scatola o vasetti . .	22	76	2	100	26	71	3	100
- Olio confezionato	81	16	3	100	73	23	4	100
- Olio sfuso	31	64	5	100	48	47	5	100
- Marmellata	63	36	1	100	61	37	2	100
- Vino da pasto in bottiglia sigillata	68	31	1	100	55	45	*	100

TAV. 6.9 (Segue) - CONSUMO FAMILIARE DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE
Dom. 32 -QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE SI CONSUMANO SPESSO, QUALCHE VOLTA O QUASI MAI NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' IN CASA?

PRODOTTI	Toscana - Marche - Umbria				Lazio - Abruzzi			
	Vengono consumati				Vengono consumati			
	Si	No	Imprecisati	Totale	Si	No	Imprecisati	Totale
	%	%	%	1457 = 100%	%	%	%	1450 = 100%
- Pasta confezionata	83	9	8	100	81	12	7	100
- Pasta sfusa	54	36	10	100	60	28	12	100
- Riso in scatola	75	17	8	100	86	17	7	100
- Riso sfuso	44	44	12	100	44	43	13	100
- Formaggi in scatola	66	32	2	100	71	26	3	100
- Caffè confezionato	49	42	9	100	52	38	10	100
- Caffè sfuso	69	23	8	100	82	11	7	100
- Thè	79	19	2	100	78	18	4	100
- Crackers e grissini	56	42	2	100	58	38	4	100
- Carne in scatola	48	50	2	100	58	39	3	100
- Pomodori pelati	77	19	4	100	82	14	4	100
- Verdura in scatola o vasetti	21	74	5	100	18	76	6	100
- Condimenti pronti in scatola o vasetti	28	67	5	100	17	76	7	100
- Olio confezionato	39	52	9	100	54	35	11	100
- Olio sfuso	82	13	5	100	74	18	8	100
- Marmellata	69	29	2	100	62	34	4	100
- Vino da pasto in bottiglia sigillata . .	27	72	1	100	46	50	4	100

TAV. 6.9 (Segue) - CONSUMO FAMILIARE DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE

Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE SI CONSUMANO SPESSO, QUALCHE VOLTA O QUASI MAI NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' IN CASA?

P R O D O T T I	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria				Sicilia - Sardegna			
	Vengono consumati				Vengono consumati			
	Si	Nb	Imprecisati	Totale	Si	No	Imprecisati	Totale
	%	%	%	1450 = 100%	%	%	%	1450 = 100%
- Pasta confezionata	90	6	4	100	90	9	1	100
- Pasta sfusa	49	35	16	100	41	56	3	100
- Riso in scatola	86	10	4	100	82	16	2	100
- Riso sfuso	42	41	17	100	26	70	4	100
- Formaggini in scatola	72	26	2	100	70	29	1	100
- Caffè confezionato	71	22	7	100	70	27	3	100
- Caffè sfuso	61	25	14	100	51	45	4	100
- Thè	67	31	2	100	75	24	1	100
- Crackers e grissini	53	45	2	100	49	50	1	100
- Carne in scatola	47	51	2	100	55	44	1	100
- Pomodori pelati	67	30	3	100	82	18	-	100
- Verdura in scatola o vasetti	15	82	3	100	11	88	1	100
- Condimenti pronti in scatola o vasetti	18	78	4	100	26	72	2	100
- Olio confezionato	51	34	15	100	39	57	4	100
- Olio sfuso	78	16	6	100	83	15	2	100
- Marmellata	68	30	2	100	70	29	1	100
- Vino da pasto in bottiglia sigillata . .	70	28	2	100	56	44	-	100

TAV. 6.10 - CONSUMO GENERALE DI BEVANDE

Dom. 32 - QUALI DELLE SEGUENTI BEVANDE SI CONSUMANO SPESSO, QUALCHE VOLTA O QUASI MAI NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' IN CASA?

Dom. 33 - QUALI DELLE SEGUENTI BEVANDE LEI PERSONALMENTE CONSUMA SPESSO, QUALCHE VOLTA, OPPURE MAI FUORI CASA?

	I T A L I A - VENGONO CONSUMATI (in casa o fuori casa)			
	SI	NO	IMPRECISATO	TOTALE
Bevande alcoliche	%	%	%	7546 = 100 %
- Birra	79	21	—	100
- Liquori	73	26	1	100
- Aperitivi	55	44	1	100
 Bevande analcoliche				
- Acqua minerale	75	24	1	100
- Bibite	73	26	1	100
- Succhi di frutta	61	38	1	100
- Aperitivi (analcolici)	54	45	1	100

NOTA : Per avere un quadro più conciso, i risultati di queste due domande sono stati messi insieme.

TAV. 6.11 - USO DI PRODOTTI PER LA CASA

Dom. 14 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER LA CASA SONO USATI REGOLARMENTE NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER LA CASA	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
	%	%	%	%	%	%	%	%
- Cere per pavimenti	74	85	85	82	64	67	47	43
- Deodoranti	61	65	66	63	56	54	52	57
- Insetticidi	77	74	79	78	75	71	83	90
- Non indicano	-	5	3	5	8	10	-	-

TAV. 6.12 - USO DI PRODOTTI PER TOILETTE

Dom. 35 e 36 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE VENGONO USATI NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER TOILETTE	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
	%	%	%	%	%	%	%	%
PER UOMO								
- crema o lozione pre barba	45	43	51	41	45	40	47	50
- crema o lozione dopo barba	42	41	43	39	42	45	38	54
- brillantina o fissatore	38	35	38	43	41	42	31	33
- deodorante	29	26	31	35	27	31	21	27
- acqua di colonia	53	55	60	48	46	58	41	56
- shampoo	66	67	63	65	62	74	64	76
PER DONNA								
- acqua di colonia e profumi	75	77	80	72	75	76	58	76
- deodorante	51	50	55	57	45	50	40	44
- lacca per capelli	41	39	41	39	45	46	33	44
- cipria	63	61	62	58	66	71	61	70
- rossetti	66	65	65	64	69	69	62	70

TAV. 6.13 - ACQUISTO DI ABITI CONFEZIONATI

Dom. 37 LEI HA ACQUISTATO ABITI CONFEZIONATI NEL CORSO DEGLI ULTIMI 12 MESI?

ACQUISTO DI ABITI CONFEZIONATI	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
	%	%	%	%	%	%	%	%
HANNO ACQUISTATO ABITI CONFEZIONATI	62	65	61	61	60	61	55	65
- per uomo	(52)	(57)	(47) ²	(48)	(52)	(51)	(47)	(56)
- per donna	(36)	(38)	(35)	(36)	(28)	(35)	(33)	(42)
- per bambino	(12)	(10)	(11)	(11)	(15)	(17)	(14)	(20)
NON HANNO ACQUISTATO ABITI CONFEZIONATI	38	35	39	39	40	39	45	35

TAV. 6.14 - APPARTAMENTI E NUMERO LOCALI
Dom. 38 LA SUA FAMIGLIA ABITA IN UN APPARTAMENTO DI PROPRIETA', IN AFFITTO, O A RISCATTO?

Dom. 39 DI QUANTI LOCALI SI COMPONE IL SUO APPARTAMENTO?

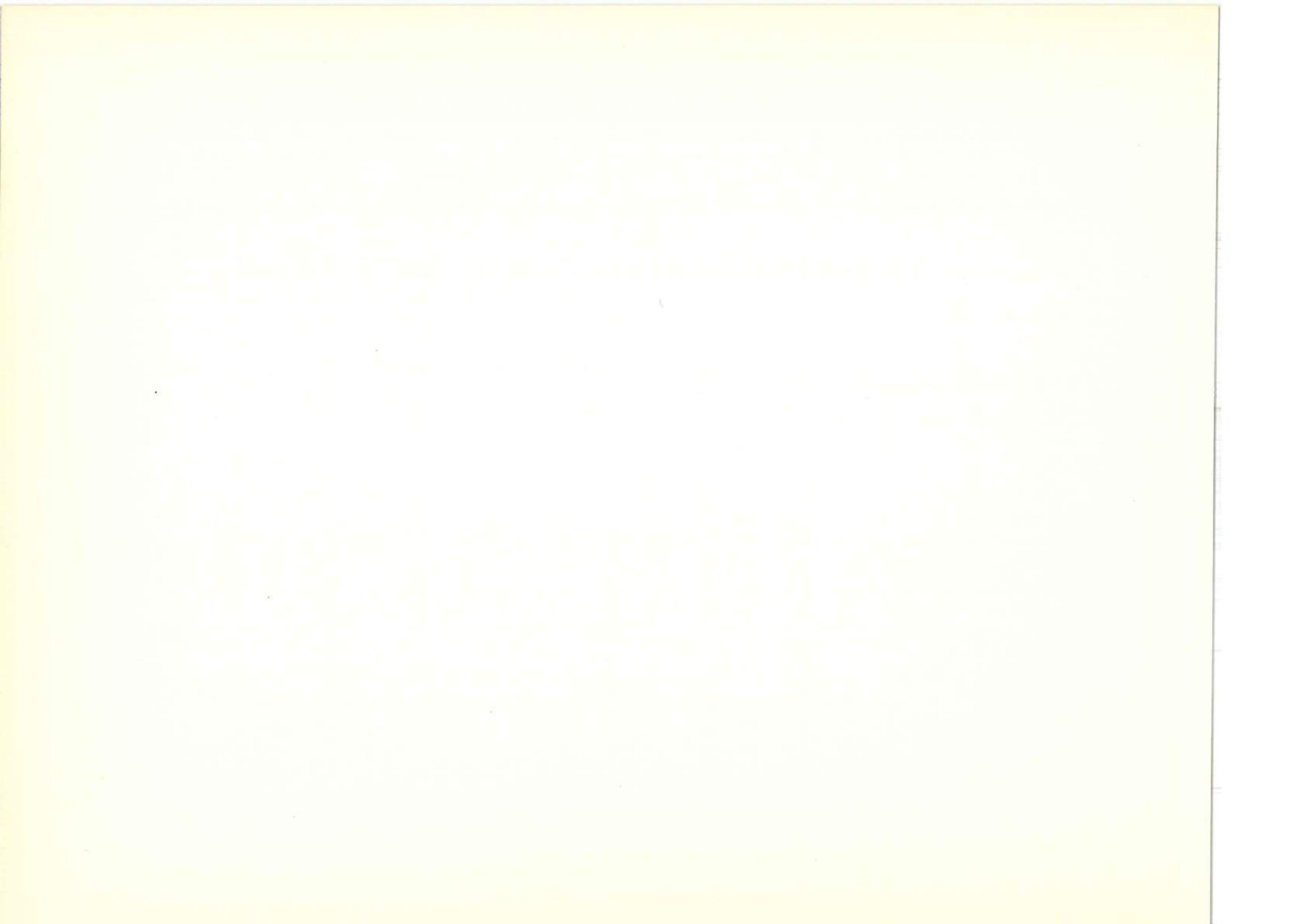
	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
	%	%	%	%	%	%	%	%
TIPO DI ABITAZIONE								
- appartamento di proprietà	41	40	36	39	50	37	47	53
- appartamento in affitto	54	56	60	56	44	54	46	38
- appartamento a riscatto	5	4	4	5	6	8	7	8
- non indicano	-	-	-	-	-	1	-	1
	%	%	%	%	%	%	%	%
NUMERO LOCALI								
- 1 o 2 locali	9	11	16	6	3	9	8	4
- da 3 a 5 locali	66	64	63	70	61	71	68	59
- più di 5 locali	24	23	20	24	36	19	22	35
- non indicano	1	2	1	-	-	1	2	2

TAV. 6.15 - TIPO DI RISCALDAMENTO E SERVIZIO GAS

Dom. 40 - COM'E' RISCALDATA LA SUA CASA?

Dom. 41 - LA SUA CASA E' SERVITA DA GAS DI CITTA', OPPURE VIENE USATO GAS IN BOMBOLE?

	ITALIA	Piemonte Liguria	Lombardia	Tre Venezie Emilia	Toscana Marche Umbria	Lazio Abruzzi	Campania Puglie Basilicata Calabria	Sicilia Sardegna
Totale casi = 100%	7546	1486	1473	1472	1457	1450	1450	1450
	%	%	%	%	%	%	%	%
TIPO DI RISCALDAMENTO								
- aria condizionata centrale.	1	1	2	1	1	1	1	*
- termosifone centralizzato o pannelli radianti	35	47	45	21	19	49	12	6
- termosifone autonomo	14	13	13	25	18	9	5	3
- stufa elettrica	10	6	1	4	15	16	49	35
- stufa a carbone	17	16	20	18	23	3	11	7
- stufa a gas	10	8	10	10	6	10	14	12
- cucina economica o camino	12	7	4	16	29	11	9	8
- altri tipi	5	2	5	5	2	4	6	11
	%	%	%	%	%	%	%	%
SERVIZIO GAS								
- gas di città o gas metano	60	69	71	61	40	74	29	17
- gas in bombole	34	24	24	33	51	23	68	79
- altro	2	2	5	6	3	*	1	*
- non indicano	4	5	-	-	6	3	2	4



7 - ABITUDINI DI CONSUMO DELLE
FAMIGLIE CON LETTRICI

TAV. 7.1 - BENI POSSEDUTI
Dom. 28 - MI PUO' INDICARE QUALI DEI SEGUENTI BENI SONO POSSEDUTI DALLA SUA FAMIGLIA?

BENI POSSEDUTI	ITALIA			Piemonte - Liguria		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	7546	2256	5290	1486	328	1158
	%	%	%	%	%	%
- Automobile	54	50	56	54	49	56
- Motocicletta, scooter, ciclomotore	19	22	18	18	24	16
- Radio	93	90	95	92	87	94
- Televisore	74	67	77	69	62	72
- Giradischi	50	44	53	50	43	52
- Registratore	20	15	21	18	13	20
- Cucina all'americana	31	26	33	31	29	31
- Frigorifero	83	74	87	84	75	87
- Lucidatrice	42	29	48	47	39	49
- Aspirapolvere	36	24	41	38	31	40
- Lavatrice	43	34	47	43	37	45
- Lavastoviglie	1	1	1	1	1	1
- Scaldabagno	68	57	73	64	53	68
- Macchina fotografica	55	47	58	57	50	59
- Cinepresa	12	8	13	10	6	11
- Proiettore cinematografico	10	7	12	9	6	10
- Condizionatore d'aria	2	1	2	1	-	1
- Rasoio elettrico	59	55	61	63	62	63
- Macchina da cucire	69	60	72	70	58	73
- Macchina da scrivere	37	28	40	38	29	40
- Mobili di tipo moderno	21	20	21	21	20	21
- Mobili di tipo tradizionale	87	83	89	86	79	88

TAV. 7.1 (Segue) - BENI POSSEDUTI
Dom. 28 - MI PUO' INDICARE QUALE DEI SEGUENTI BENI SONO POSSEDUTI DALLA SUA FAMIGLIA?

BENI POSSEDUTI	Lombardia			Tre Venezie - Emilia		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1473	367	1106	1472	392	1080
	%	%	%	%	%	%
- Automobile	56	52	57	49	48	50
- Motocicletta, scooter, ciclomotore	21	24	20	24	27	23
- Radio	94	89	95	94	92	95
- Televisore	76	67	78	70	61	73
- Giradischi	54	47	56	43	38	45
- Registratore	20	14	22	17	16	18
- Cucina all'americana	29	24	31	34	34	34
- Frigorifero	88	78	91	82	76	84
- Lucidatrice	57	46	60	40	29	45
- Aspirapolvere	44	31	49	37	27	40
- Lavatrice	49	41	52	41	34	44
- Lavastoviglie	1	1	2	*	1	*
- Scaldabagno	69	59	72	72	62	75
- Macchina fotografica	58	49	60	51	45	53
- Cinepresa	14	9	15	10	10	10
- Proiettore cinematografico	12	9	14	9	8	9
- Condizionatore d'aria	2	1	3	1	1	1
- Rasoio elettrico	63	60	64	60	65	59
- Macchina da cucire	72	64	75	70	62	73
- Macchina da scrivere	36	27	39	33	24	36
- Mobili di tipo moderno	17	14	18	23	22	23
- Mobili tradizionali	89	88	90	87	81	88

TAV. 7.1 (Segue) - BENI POSSEDUTI
Dom. 28 - MI FUO' INDICARE QUALE DEI SEGUENTI BENI SONO POSSEDUTI DALLA SUA FAMIGLIA?

BENI POSSEDUTI	Toscana - Marche - Umbria			Lazio - Abruzzi		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100 %	1457	528	929	1450	495	955
	%	%	%	%	%	%
- Automobile	57	51	61	60	53	64
- Motocicletta, scooter, ciclomotore.	29	34	26	10	15	8
- Radio	93	92	94	94	91	95
- Televisore	74	65	78	80	70	85
- Giradischi	46	34	52	59	50	64
- Registratore	19	14	22	24	18	27
- Cucina all'americana	31	23	35	39	31	44
- Frigorifero	80	72	85	82	71	88
- Lucidatrice	33	20	40	35	22	41
- Aspirapolvere	30	19	36	37	25	43
- Lavatrice	32	23	37	39	31	44
- Lavastoviglie	1	1	1	1	1	1
- Scaldabagno	73	65	78	75	61	82
- Macchina fotografica	52	44	57	61	51	65
- Cinepresa	12	7	14	15	10	18
- Proiettore cinematografico	10	6	13	12	7	15
- Condizionatore d'aria	1	1	1	1	1	1
- Rasoio elettrico	62	58	65	56	52	58
- Macchina da cucire	76	72	78	64	58	67
- Macchina da scrivere	39	28	46	39	30	43
- Mobili di tipo moderno	13	13	14	26	22	27
- Mobili tradizionali	91	87	93	85	83	87

TAV. 7.1 (Segue) - BENI POSSEDUTI
Dom. 28 - MI PUO' INDICARE QUALI DEI SEGUENTI BENI SONO POSSEDUTI DALLA SUA FAMIGLIA?

BENI POSSEDUTI	Campania - Puglia - Basilicata - Calabria			Sicilia - Sardegna		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100 %	1450	759	691	1450	598	852
	%	%	%	%	%	%
- Automobile	51	45	58	56	51	58
- Motocicletta, scooter, ciclomotore	9	10	1	14	17	11
- Radio	92	90	94	92	89	94
- Televisore	83	78	89	73	67	77
- Giradischi	47	41	53	51	46	54
- Registratore	18	15	20	18	15	20
- Cucina all'americana	22	16	29	19	14	22
- Frigorifero	76	69	84	77	69	84
- Lucidatrice	24	18	32	20	13	25
- Aspirapolvere	23	15	31	23	17	28
- Lavatrice	39	33	45	47	40	52
- Lavastoviglie	1	1	2	1	1	1
- Scaldabagno	59	50	70	54	46	60
- Macchina fotografica	45	38	53	52	48	56
- Cinepresa	10	7	13	11	7	13
- Proiettore cinematografico	9	7	12	9	7	11
- Condizionatore d'aria	2	2	2	2	1	2
- Rasoio elettrico	38	34	43	46	39	51
- Macchina da cucire	56	52	61	68	64	70
- Macchina da scrivere	37	31	43	40	32	45
- Mobili di tipo moderno	26	23	28	25	20	28
- Mobili tradizionali	80	76	84	86	85	87

TAV. 7.2 - CONSUMO FAMILIARE
Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI SI CONSUMANO SPESSE O QUALCHE VOLTA NELLA SUA FAMIGLIA?

P R O D O T T I	I T A L I A			Piemonte - Liguria		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 1100 %	7546	2256	5290	1486	328	1158
	%	%	%	%	%	%
- Pasta confezionata a	85	77	88	83	75	86
- Pasta sfusa	48	52	47	50	45	51
- Riso in scatola	76	72	79	68	62	71
- Riso sfuso	40	43	39	48	46	49
- Formaggini in scatola	67	62	69	65	59	66
- Caffè confezionato	60	57	62	54	51	55
- Caffè sfuso	60	60	60	64	56	66
- Thè	76	66	81	75	62	79
- Crackers e grissini	65	51	71	76	62	80
- Carne in scatola	52	53	52	53	51	54
- Pomodori pelati	77	71	79	76	73	77
- Verdure in scatola o vasetti	28	23	31	36	27	38
- Condimenti pronti in scatola o vasetti ..	23	21	23	20	18	21
- Olio confezionato	63	57	66	60	54	61
- Olio sfuso	57	54	62	56	55	56
- Marmellate	63	58	64	58	48	61
- Acqua minerale	64	59	67	70	63	72
- Vino da pasto in bottiglia sigillata	53	51	55	45	45	45
- Birra	63	62	63	58	53	61
- Bibite analcoliche	55	48	58	50	41	53
- Succhi di frutta	52	47	54	43	35	46
- Aperitivi analcolici	31	29	31	27	20	30
- Aperitivi alcoolici	37	32	39	40	29	42
- Liquori	67	62	69	64	59	66

TAV. 7.2. - (Segue) - CONSUMO FAMILIARE

Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI SI CONSUMANO SPESSO O QUALCHE VOLTA NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI	Lombardia			Tre Venezie - Emilia		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1473	367	1106	1472	392	1080
%	%	%	%	%	%	%
- Pasta confezionata	86	77	88	85	79	87
- Pasta sfusa	40	40	39	48	56	46
- Riso in scatola	78	72	79	79	72	82
- Riso sfuso	34	35	34	38	46	36
- Formaggini in scatola	67	62	68	64	62	65
- Caffè confezionato	72	66	73	58	52	60
- Caffè sfuso	44	40	45	59	62	57
- Thè	78	69	81	76	69	79
- Crackers e grissini	69	61	72	67	56	71
- Carne in scatola	52	55	50	48	48	48
- Pomodori pelati	82	76	84	69	62	71
- Verdure in scatola o vasetti	36	33	36	32	30	32
- Condimenti pronti in scatola o vasetti	22	22	22	26	31	24
- Olio confezionato	81	79	82	73	67	75
- Olio sfuso	31	32	31	47	55	45
- Marmellate	63	57	65	69	64	70
- Acqua minerale	75	73	75	58	57	59
- Vino da pasto in bottiglia sigillata	68	62	69	54	51	56
- Birra	56	54	57	63	63	63
- Bibite analcoliche	59	49	62	54	49	56
- Succhi di frutta	52	45	54	51	48	52
- Aperitivi analcolici	28	26	28	26	26	26
- Aperitivi alcoolici	37	33	38	31	28	32
- Liquori	63	56	66	70	67	71

TAV. 7.2 (Segue) - CONSUMO FAMILIARE
Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI SI CONSUMANO SPESSE O QUALCHE VOLTA NELLA SUA FAMIGLIA?

P R O D O T T I	Toscana - Marche - Umbria			Lazio - Abruzzi		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1457	528	929	1450	495	955
	%	%	%	%	%	%
- Pasta confezionata	83	78	86	81	71	86
- Pasta sfusa	54	59	51	60	67	57
- Riso in scatola	75	68	79	76	66	82
- Riso sfuso	44	51	40	44	47	43
- Formaggini in scatola	66	60	69	71	62	76
- Caffè confezionato	49	46	50	52	49	53
- Caffè sfuso	69	67	70	32	83	82
- Thé	79	69	84	78	67	85
- Crackers e grissini	56	46	62	58	51	66
- Carne in scatola	48	48	49	58	55	58
- Pomodori pelati	77	75	79	82	71	88
- Verdure in scatola o vasetti	21	19	23	18	14	20
- Condimenti pronti in scatola o vasetti . .	28	27	28	17	11	19
- Olio confezionato	39	41	38	54	55	59
- Olio sfuso	82	80	83	74	76	73
- Marmellate	69	66	71	62	53	67
- Acqua minerale	63	58	65	55	46	60
- Vino da pasto in bottiglia sigillata . . .	27	28	26	46	39	49
- Birra	58	56	59	71	69	73
- Bibite analcoliche	49	45	51	58	44	60
- Succhi di frutta	54	48	56	60	53	64
- Aperitivi analcolici	34	33	36	38	38	38
- Aperitivi alcolici	39	35	41	46	40	49
- Liquori	66	62	69	77	74	79

TAV. 7.2 (Segue) - CONSUMO FAMILIARE
Dom. 32 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI SI CONSUMANO SPESSO O QUALCHE VOLTA NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI	Campania - Puglia - Basilicata - Calabria			Sicilia - Sardegna		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1450	759	691	1450	598	852
	%	%	%	%	%	%
- Pasta confezionata	90	87	93	90	86	92
- Pasta sfusa	49	52	47	41	44	39
- Riso in scatola	86	84	90	82	77	85
- Riso sfuso	42	45	38	26	28	25
- Formaggini in scatola	72	68	77	70	66	73
- Caffè confezionato	71	69	73	70	66	73
- Caffè sfuso	61	62	60	51	50	53
- Thé	67	62	72	75	65	82
- Crackers e grissini	53	56	61	49	39	57
- Carne in scatola	47	48	45	55	56	54
- Pomodori pelati	67	63	73	82	77	85
- Verdure in scatola o vasetti	15	14	16	11	10	11
- Condimenti pronti in scatola o vasetti	18	18	20	26	26	27
- Olio confezionato	51	47	54	39	34	33
- Olio sfuso	78	82	73	83	86	81
- Marmellata	68	68	69	72	66	74
- Acqua minerale	59	57	62	50	43	55
- Vino da pasto in bottiglia sigillata	70	71	69	56	53	57
- Birra	78	80	76	74	70	76
- Bibite analcoliche	55	53	57	57	52	62
- Succhi di frutta	53	51	56	60	52	64
- Aperitivi analcolici	40	37	43	32	32	33
- Aperitivi alcolici	34	33	36	29	27	31
- Liquori	68	68	68	66	62	69

TAV. 7.3 - USO DEI PRODOTTI PER LA CASA
Dom. 34 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER LA CASA SONO USATI REGOLARMENTE NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER LA CASA	ITALIA			Piemonte - Liguria		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	7546	2256	5290	1486	328	1158
	%	%	%	%	%	%
- Cere per pavimenti	74	62	80	85	77	87
- Deodoranti	61	54	64	65	54	68
- Insetticidi	77	74	78	74	67	76
PRODOTTI PER LA CASA	Lombardia			Tre Venezie - Emilia		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1473	367	1106	1472	392	1080
	%	%	%	%	%	%
- Cere per pavimenti	85	77	87	82	74	85
- Deodoranti	66	63	67	63	58	65
- Insetticidi	79	74	81	78	72	80

TAV. 7.3 (Segue) USO DEI PRODOTTI PER LA CASA

Dom. 34 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER LA CASA SONO USATI REGOLARMENTE NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER LA CASA	Toscana - Marche - Umbria			Lazio - Abruzzi		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1457	528	929	1450	495	955
	%	%	%	%	%	%
- Cere per pavimenti	64	57	69	67	56	73
- Deodoranti	56	44	63	54	45	57
- Insetticidi	75	66	80	71	70	71
PRODOTTI PER LA CASA	Campania - Puglia - Basilicata - Calabria			Sicilia - Sardegna		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1450	759	691	1450	598	852
	%	%	%	%	%	%
- Cere per pavimenti	47	38	58	43	34	51
- Deodoranti	52	46	59	57	52	60
- Insetticidi	83	83	83	90	89	91

TAV. 7.4 - USO DI PRODOTTI PER TOILETTE
Dom. 35 e 36 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE VENGONO USATI NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER TOILETTE	ITALIA			Piemonte - Liguria		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	7546	2256	5290	1486	328	1158
	%	%	%	%	%	%
PER UOMO						
- Crema o lozione pre barba	45	44	45	43	40	44
- Crema o lozione dopo barba	42	43	42	41	44	41
- Brillantina o fissatore	38	41	37	35	33	35
- Deodorante	29	31	26	26	25	26
- Acqua di colonia	53	56	47	55	48	57
- Shampoo	66	65	67	67	69	66
PER DONNA						
- Acqua di colonia e profumi	75	61	81	77	58	82
- Deodorante	51	40	56	50	38	54
- Lacca per capelli	41	34	44	38	29	42
- Cipria	63	56	67	61	51	64
- Rossetti	66	54	70	65	50	70

TAV. 7.4 (Segue) USO DI PRODOTTI PER TOILETTE
Dom. 35 e 36 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE VENGONO USATI NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER TOILETTE	Lombardia			Tre Venezie - Emilia		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono anche gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono anche gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100 %	1473	367	1106	1472	392	1080
	%	%	%	%	%	%
PER UOMO						
- Crema o lozione pre barba	51	50	51	41	42	40
- Crema o lozione dopo barba	43	42	43	39	43	37
- Brillantina o fissatore	38	45	35	43	47	41
- Deodorante	31	27	32	35	37	35
- Acqua di colonia	60	57	62	48	46	49
- Shampoo	63	61	64	65	70	63
PER DONNA						
- Acqua di colonia e profumi	80	65	85	72	59	77
- Deodoranti	55	44	58	57	48	60
- Lacca per capelli	41	35	43	39	32	41
- Cipria	62	58	63	58	50	62
- Rossetti	65	56	68	64	51	69

TAV. 7.4 (Segue) USO DI PRODOTTI PER TOILETTE
Dom. 35 e 36 - QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE VENGONO USATI NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER TOILETTE	Toscana - Marche - Umbria			Lazio - Abruzzi		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1457	528	929	1450	495	955
	%	%	%	%	%	%
PER UOMO						
- Crema o lozione pre barba	45	47	44	40	37	42
- Crema o lozione dopo barba	42	41	42	45	41	48
- Brillantina o fissatore	41	42	40	42	45	40
- Deodorante	27	23	30	31	27	34
- Acqua di colonia	46	40	50	58	49	63
- Shampoo	62	64	61	74	71	75
PER DONNA						
- Acqua di colonia e profumi	75	65	81	76	60	84
- Deodoranti	45	32	53	50	36	58
- Lacca per capelli	45	38	49	46	34	52
- Cipria	66	58	70	71	58	77
- Rossetti	69	61	74	69	51	77

TAV. 7.4 (Segue) USO DI PRODOTTI PER TOILETTE

Dom. 35 e 36 - QUALI SEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE VENGONO USATI NELLA SUA FAMIGLIA?

PRODOTTI PER TOILETTE	Campania - Puglia - Basilicata - Calabria			Sicilia - Sardegna		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1450	759	691	1450	598	852
	%	%	%	%	%	%
PER UOMO						
- Crema o lozione pro barba	47	47	47	50	48	51
- Crema o lozione dopo barba	38	38	39	54	50	56
- Brillantina o fissatore	31	30	32	33	38	29
- Deodorante	21	19	23	27	26	28
- Acqua di colonia	41	34	47	56	56	57
- Shampoo	64	62	66	76	80	74
PER DONNA						
- Acqua di colonia e profumi	58	48	70	76	66	82
- Deodorante	40	33	49	44	36	50
- Lacca per capelli	33	25	42	44	40	47
- Cipria	61	54	68	70	66	73
- Rossetti	62	53	71	70	61	76

TAV. 7.5 - ACQUISTO DI ABITI CONFEZIONATI
Dom. 37 - LEI HA ACQUISTATO ABITI CONFEZIONATI NEL CORSO DEGLI ULTIMI 12 MESI?

ACQUISTO ABITI CONFEZIONATI	ITALIA			Piemonte - Liguria		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	7546	2256	5290	1486	328	1158
	%	%	%	%	%	%
- Hanno acquistato abiti confezionati	62	58	64	65	66	65
- Per uomo	(52)	(52)	(52)	(57)	(60)	(57)
- Per donna	(36)	(26)	(40)	(38)	(27)	(42)
- Per bambini	(12)	(11)	(13)	(10)	(8)	(91)
- Non hanno acquistato abiti confezionati	38	42	36	35	34	35
ACQUISTO ABITI CONFEZIONATI	Lombardia			Tre Venezie - Emilia		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1473	367	1106	1472	392	1080
	%	%	%	%	%	%
- Hanno acquistato abiti confezionati	61	57	63	61	56	62
- Per uomo	(47)	(47)	(47)	(48)	(50)	(47)
- Per donna	(35)	(23)	(40)	(36)	(24)	(41)
- Per bambini	(11)	(9)	(12)	(11)	(10)	(11)
- Non hanno acquistato abiti confezionati . .	39	43	37	39	44	38

TAV. 7.5 (Segue) - ACQUISTO DI ABITI CONFEZIONATI

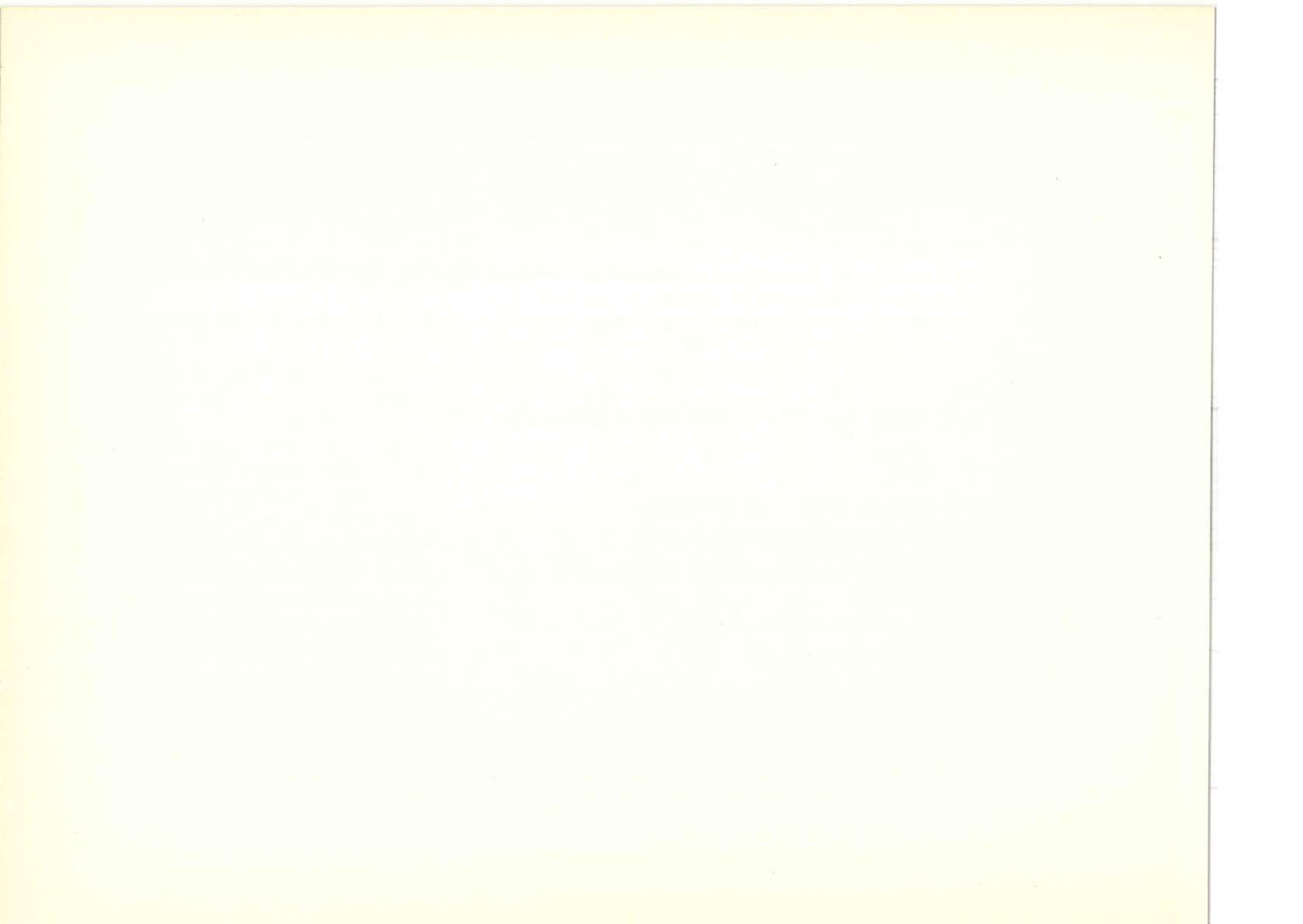
Dom. 37 - LEI HA ACQUISTATO ABITI CONFEZIONATI NEL CORSO DEGLI ULTIMI 12 MESI?

ACQUISTO ABITI CONFEZIONATI	Toscana - Marche - Umbria			Lazio - Abruzzi		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1457	528	929	1450	495	955
	%	%	%	%	%	%
- Hanno acquistato abiti confezionati	60	58	61	61	55	64
- Per uomo	(52)	(52)	(53)	(51)	(49)	(51)
- Per donna	(28)	(20)	(33)	(35)	(27)	(39)
- Per bambini	(15)	(11)	(16)	(17)	(13)	(19)
- Non hanno acquistato abiti confezionati. .	40	42	39	39	45	36
ACQUISTO ABITI CONFEZIONATI	Campania - Puglie - Basilicata - Calabria			Sicilia - Sardegna		
	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne	Totale generale	Famiglie in cui leggono solo gli uomini	Famiglie in cui leggono anche le donne
Totale casi = 100%	1450	759	691	1450	598	852
	%	%	%	%	%	%
- Hanno acquistato abiti confezionati	55	50	61	65	58	70
- Per uomo	(47)	(44)	(52)	(56)	(51)	(58)
- Per donna	(33)	(27)	(41)	(42)	(32)	(48)
- Per bambini	(14)	(12)	(15)	(20)	(17)	(23)
- Non hanno acquistato abiti confezionati. .	45	50	39	35	42	30



PARTE TERZA

METODOLOGIA DELL'INDAGINE



PREMESSA

L'universo o popolazione, di cui con indagine campionaria si sono volute studiare le principali caratteristiche, è costituito dal totale dei lettori primari di tutti i quotidiani italiani.

La mancanza di ogni informazione di partenza sia sul numero totale di lettori di quotidiani sia sulla loro distribuzione geografica, ha reso necessario un notevole lavoro preliminare prima di giungere all'effettuazione.

PRIMA FASE - RILEVAZIONE PRESSO LE EDICOLE

Sotto questa sintetica dizione raggruppiamo i seguenti punti:

- a. scelta dei punti di campionamento;
- b. estrazione delle edicole;
- c. determinazione dei periodi di rivelazione e loro distribuzione;
- d. rilevazione alle edicole;
- e. elaborazione dei dati.

a. Scelta dei punti di campionamento

La scelta dei comuni, punti di campionamento, è stata effettuata secondo il metodo probabilistico stratificato al fine di ottenere un campione di circa 250 comuni distribuiti in tutte le regioni italiane.

I comuni con popolazione inferiore ai 50.000 abitanti sono stati estratti con probabilità proporzionale alla

delle interviste: si trattava infatti in primo luogo di valutare la reale distribuzione dei lettori sia regionalmente che per ampiezza dei centri di residenza e in secondo luogo di conoscere i nominativi dei lettori primari dei vari tipi di quotidiani; in altre parole si trattava di ricostruire l'universo.

Le fasi del lavoro sono illustrate nelle pagine che seguono.

loro popolazione sulla base di un comune ogni 200.000 abitanti; i comuni con oltre 50.000 abitanti; ai quali è stata attribuita una probabilità quattro volte maggiore, sono risultati tutti inclusi nel campione.

Per l'estrazione dei comuni inferiori ai 50.000 abitanti si è proceduto nel modo seguente:

1. i comuni sono stati ordinati secondo tre classi di densità demografica e precisamente: fino a 10.000 abitanti, da 10.000 a 30.000 e da 30.000 a 50.000 abitanti;
2. entro ciascuna classe di densità demografica, i comuni sono stati ordinati secondo regione e provincia;
3. entro ogni provincia sono stati classificati alternativamente in ordine crescente e decrescente di ampiezza;
4. l'estrazione, condotta sulle tre classi di densità demografica indicate, ha infine seguito il metodo

dei valori cumulati proprio del campionamento con probabilità proporzionale all'ampiezza, con il punto di partenza ricercato nelle tavole dei numeri casuali.

In totale i punti di campionamento sono risultati 258: la loro distribuzione entro le sette zone geografiche, base della indagine, è esposta nella tavola seguente.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI CAMPIONAMENTO

ZONE GEOGRAFICHE	CLASSI DI DENSITA' DEMOGRAFICA				TOTALE
	fino a 10.000 abitanti	da 10.000 a 30.000 abit.	da 30.000 a 50.000 abit.	oltre 50.000 abitanti	
1. Piemonte-Liguria	12	4	1	10	27
2. Lombardia	17	5	2	12	36
3. Tre Venezie-Emilia	21	8	-	21	50
4. Toscana-Umbria-Marche	9	7	4	16	36
5. Lazio-Abruzzi	10	4	1	4	19
6. Campania-Puglie-Basilicata-Calabria	20	15	7	20	62
7. Sicilia-Sardegna	8	7	2	11	28
TOTALE	97	50	17	94	258

b. Scelta delle edicole

E' stata ricostruita una lista completa delle edicole per ciascuno dei 258 punti di campionamento.

Dato che i punti di campionamento sono stati scelti con probabilità proporzionale all'ampiezza, la proporzione del numero totale di edicole da scegliere in ciascun punto di campionamento ha dovuto essere inversamente proporzionale all'ampiezza del punto di

campionamento per preservare il principio del campionamento probabilistico, cioè che ciascuna edicola dell'universo dovrebbe avere un'uguale probabilità di essere scelta per il campione.

Per semplificare la procedura tutti i punti di campionamento con popolazione compresa entro una certa estensione sono stati considerati come aventi uguale popolazione secondo il seguente schema.

AMPIEZZA DEI PUNTI DI CAMPIONAMENTO	AMPIEZZA CONVENZIONALE
fino a 10.000 abitanti	5.000
da 10.000 a 20.000 abitanti	15.000
da 20.000 a 30.000 abitanti	25.000
da 30.000 a 40.000 abitanti	35.000
da 40.000 a 50.000 abitanti	45.000
oltre 50.000 abitanti	50.000

Nelle tre zone del Nord Italia, e precisamente Piemonte-Liguria, Lombardia e Tre Venezie-Emilia, la proporzione di edicole da scegliere in un punto di campionamento è stata fissata come segue:

5.000

Am piezza Convenzionale

mentre nelle rimanenti zone la proporzione è stata fis-

sata in

10.000

Am piezza Convenzionale

Il «sovracampionamento» dell'Italia Centrale e Meridionale è stato necessario per due ragioni; prima di tutto per essere sicuri che la rilevazione fornisse nominativi sufficienti per la costruzione del campione

di interviste, e poi perchè la densità delle edicole riferite alla popolazione è minore nell'Italia Centrale e Meridionale di quanto non lo sia nell'Italia Settentrionale.

La selezione delle edicole ha quindi seguito il seguente schema ed ha dato 432 edicole in Nord Italia e 647 edicole in Italia Centrale e Meridionale per un totale di 1079 edicole.

	FRAZIONE DI EDICOLE ESTRATTE	
	NORD (3 ZONE)	CENTRO SUD (4 ZONE)
fino a 10.000 abitanti	1 su 1	1 su 1
da 10.000 a 20.000 abitanti	1 su 3	2 su 3
da 20.000 a 30.000 abitanti	1 su 5	2 su 5
da 30.000 a 40.000 abitanti	1 su 7	2 su 7
da 40.000 a 50.000 abitanti	1 su 9	2 su 9
oltre 50.000 abitanti	1 su 10	1 su 5

Per i comuni fino a 10.000 abitanti nel Centro Sud la frazione di edicole estratte dovrebbe essere teoricamente di 2 su 1. In pratica questo risultato è stato ottenuto estraendo 1 su 1, cioè tutte le edicole, e poi duplicando i risultati.

E' inutile dire che in ciascuna elaborazione dei risultati ottenuti dalla rilevazione è stato tenuto debito conto, per mezzo di appropriata ponderazione dei risultati, del fatto che:

- i comuni di più di 50.000 abitanti sono stati campionati 4 volte in più di quelli al di sotto dei 50.000

abitanti

- l'Italia Centrale e Meridionale è stata campionata due volte in più del Nord Italia

Sebbene questo sistema di sovracampionamento possa a prima vista sembrare complicato esso ha assicurato:

- una più perfetta copertura delle città più grandi (con più di 50.000 abitanti) in cui la lettura di quotidiani è più diffusa
- una più perfetta copertura dell'Italia Centrale e Meridionale in cui i comuni sono meno compatti e più eterogenei che nel Nord Italia

c. Periodi di rilevazione e loro distribuzione

I periodi della giornata in cui la rilevazione è stata effettuata sono stati quattro e precisamente: dalle ore 7 alle 10; dalle 10,30 alle 13,30; dalle 14 alle 17 e dalle 17,30 alle 20,30. Tali periodi sono stati identificati con una prova condotta in 9 località distribuite al Nord al Centro e al Sud in centri superiori ai 50.000 abitanti, tra i 20.000 e i 30.000 abitanti e sotto i 5.000 abitanti, come i più atti a raccogliere il massimo numero di informazioni.

Presso ogni edicola dei centri superiori ai 50.000 abitanti le ore di rilevazione sono state tre, mentre nei centri inferiori ai 50.000 abitanti il periodo di osservazione veniva raddoppiato e ciò per compensare la diversa frazione di campionamento utilizzata nella scelta dei comuni.

La distribuzione dei periodi di rilevazione presso le edicole ubbidiva al principio di dare ad ogni acquiren-

ESEMPIO DI DISTRIBUZIONE A SCACCHIERA DELLE EDICOLE A TORINO

GIORNI	PERIODI DI RILEVAZIONE				Totale ore rilevaz.
	Ore 7 - 10	Ore 10,30 - 13,30	Ore 14 - 17	Ore 17,30 - 20,30	
LUNEDI'	Ed. C.so Brunelleschi	Fd.Via M. Cristina		Ed.Via Po, 28	9
MARTEDI'	Ed.Via Settembrini		Ed.C.so Vercelli	Ed.P.zza Castello 29	9
MERCOLEDI'	Ed.Via Legnano, 3	Ed. C.so Cadore	Ed. Via Nizza, 1		9
GIOVEDI'		Ed. Via Lanzo	Ed. Via Nizza, 357	Ed. C.so Sommeiller, 20	9
VENERDI'		Ed.C.so Francia 305	Ed. Via Livorno, 12	Ed. P.zza Statuto	9
SABATO	Ed.C.so V. Emanuele, 61		Ed. Via Palazzo di città, 6	Ed. Via Pianezza	9
DOMENICA	Ed.Via S. Giulia	Ed. C.so Siracusa (ang. Sebastopoli)			6
Totale ore di rilev.	15	15	15	15	60

te di quotidiani una uguale probabilità di essere visto presso l'edicola; quindi ogni edicola non è stata presidiata più di una volta nello stesso periodo di tempo in giorni differenti ed i periodi di osservazione sono stati distribuiti in modo che tutte le ore del giorno e tutti i giorni della settimana fossero ugualmente rappresentati. Quest'ultima regola è stata seguita entro aree geografiche il più possibile ristrette.

Lo schema seguito per rispettare le regole espone è quello della distribuzione a scacchiera di cui diamo un esempio.

Naturalmente, sul totale delle varie zone, la domenica ha avuto un totale di ore di rilevazione inferiore agli altri giorni della settimana, come si rileva dai dati che seguono:

DISTRIBUZIONE DELLE ORE DI RILEVAZIONE PRESSO LE EDICOLE

- Totale ore di rilevazione nei giorni da Lunedì a Sabato	:	658 × 6	=	3948
- Totale ore di rilevazione effettuate nel giorno di Domenica	:		=	328
- Totale ore di rilevazione in ciascun periodo della giornata (esclusa la Domenica)	:	987 × 4	=	3948
- Totale ore di rilevazione in ciascun periodo della Domenica	:	164 × 2	=	328
TOTALE ORE DI RILEVAZIONE PRESSO TUTTE LE EDICOLE		=	4276

In realtà, dato il numero di operazioni che il rilevatore doveva compiere e che esporremo più avanti, le ore di rilevazione effettuate alle edicole hanno superato

le 5.200 ore effettive; infatti soprattutto nelle ore di punta ogni rilevatore è stato affiancato da un collega al fine di evitare al massimo l'inesattezza dei risultati

d. Rilevazione alle edicole

L'osservazione alle edicole dava luogo a tre diverse rilevazioni e precisamente:

1. registrazione del numero degli acquirenti di quotidiani, suddivisi per testata;

2. raccolta dei nominativi dei lettori; questa operazione dava luogo ad una brevissima intervista che permetteva di stabilire se la persona aveva acquistato il quotidiano, di cui si registrava la testata, per leggerlo personalmente o se l'aveva acquistato per un'altra persona; in questo caso veniva richiesto il nome e l'indirizzo del lettore che aveva dato l'incarico dell'acquisto. In questo modo i nominativi raccolti potevano sicuramente essere identificati con quelli dei lettori primari di quotidiani;
3. intervista all'edicolante; questa si è resa necessa-

e. Elaborazione dei dati

L'elaborazione dei dati raccolti è stata condotta su due linee parallele, di cui una tendente alla ricostruzione della distribuzione geografica e per classi di ampiezza demografica dell'universo dei lettori di quotidiani e l'altra avente lo scopo di permettere l'estrazione casuale, secondo i parametri fissati, dei nominativi da intervistare.

Per il raggiungimento del primo obiettivo, il numero degli acquirenti presso le edicole e dei quotidiani consegnati a domicilio è stato analizzato secondo la densità demografica del comune in cui è stato effettuato l'acquisto e secondo il tipo di quotidiano letto.

A questo scopo i quotidiani sono stati raggruppati in

ria dato che le prove, che hanno preceduto la stesura definitiva di tutto il materiale di rilevazione, avevano posto in luce la consuetudine della «consegna a domicilio» dei quotidiani da parte dell'edicolante.

Con l'intervista a quest'ultimo è stato registrato, per ogni edicola, il numero dei quotidiani (suddiviso per testata) non acquistati direttamente all'edicola; naturalmente anche di questi è stato tenuto conto nel corso della seconda parte dell'indagine ai cui paragrafi rimandiamo.

5 grandi classi e precisamente: quotidiani del mattino, del pomeriggio, sportivi, finanziari e di partito.

Si è poi proceduto all'estrapolazione dei risultati, rifacendo a ritroso la strada che aveva portato al campionamento delle edicole e dei comuni e si è infine ottenuto un quadro statisticamente valido della distribuzione totale dei lettori di quotidiani.

Per permettere l'estrazione dei nominativi da intervistare, nostro secondo obiettivo, i dati essenziali ricavati dall'intervista all'acquirente di cui abbiamo parlato al punto 2 del paragrafo d), sono stati riportati su schede perforate e quindi resi ordinabili secondo i parametri: zona geografica, ampiezza di centro e tipo di quotidiano letto.

SECONDA FASE - LE INTERVISTE E L'ELABORAZIONE DEI RISULTATI

La seconda fase del lavoro comprende:

a. il questionario;

b. la distribuzione delle interviste;

c. l'istruzione agli intervistatori;

d. il controllo delle interviste;

e. l'elaborazione dei risultati delle interviste.

a. Il questionario

Il questionario, prima di giungere alla sua forma definitiva, ha avuto tre stesure: la prima ha permesso di puntualizzare con il Committente gli argomenti che si desiderava sondare, la seconda è stata provata su 40 lettori di quotidiani a Milano e provincia e infine anche la terza ha dato luogo ad una prova su altri 20 lettori.

Dall'analisi di ogni risultato e delle successive modifiche nella formulazione delle domande, si è giunti al questionario definitivo che si articola in 41 domande di cui:

- dalla 1 alla 4 tendono alla identificazione il più

completa possibile dei lettori primari del quotidiano;

- dalla 5 alla 9 raccolgono informazioni sulle abitudini di lettura;

- dalla 10 alla 15 hanno lo scopo di individuare il più precisamente possibile il numero dei lettori secondari del quotidiano sia in famiglia sia fuori dell'ambito familiare;

- dalla 16 alla 41 tendono a caratterizzare variamente il comportamento dei lettori e delle loro famiglie.

Completano il questionario i dati di identificazione personale e socio-economica del lettore.

b. La distribuzione delle interviste

Per permettere, in ciascuna delle sette zone geografiche considerate, non solo la validità dei risultati di dettaglio, ma anche la loro immediata comparabilità, a ciascuna zona è stato attribuito un egual numero di interviste (1450). La distribuzione segue quella ottenuta dalla rilevazione presso le edicole come già accennato nel paragrafo e) relativo alla prima fase, e

l'estrazione è avvenuta con criterio casuale dai nominativi raccolti.

In questa sede abbiamo tenuto anche conto del numero di lettori sfuggiti alla nostra rilevazione alle edicole poichè ricevono il quotidiano a domicilio e, data l'impossibilità di ottenerne i nominativi dagli edicolanti

stessi, per la formazione di un campione rappresentativo, le interviste sono state condotte presso un campione di abbonati delle varie testate, ritenendo questi ultimi simili ai primi almeno per quanto si riferisce

c. L'istruzione agli intervistatori

Tutti gli intervistatori, facenti parte della rete SIRME, che hanno partecipato all'indagine hanno ricevuto istruzioni verbali per quanto si riferisce alla conduzione dell'intervista.

Gli intervistatori sono stati convocati per una giornata di istruzione nel corso della prima parte della quale venivano loro esposti gli obiettivi sia generali dell'indagine che particolari di ogni domanda o di gruppo di domande e si davano direttive sulla loro corretta

d. Il controllo delle interviste

Oltre al controllo formale condotto per tutte le interviste effettuate, sono stati eseguiti 2500 controlli postali e 500 controlli personali, che hanno toccato il lavoro di tutti gli intervistatori impegnati nell'indagi-

e. L'elaborazione dei risultati delle interviste

I risultati delle interviste, tradotti in codice da personale appositamente addestrato e secondo un piano di

alle caratteristiche di lettura (fedeltà, regolarità, ecc.). Sono stati quindi introdotti nel campione 1180 nominativi di abbonati, distribuiti variamente nelle sette zone geografiche.

formulazione; la seconda parte della giornata era dedicata a prove pratiche o a interviste vere e proprie i cui risultati venivano discussi e analizzati caso per caso, in modo da assicurare l'uniformità di comprensione del questionario.

Nel corso del lavoro poi, l'ufficio intervistatori della SIRME era sempre a disposizione per qualsiasi difficoltà gli intervistatori dovessero superare.

ne. Solamente il lavoro di 5 intervistatori è risultato insoddisfacente e si è provveduto a rifarlo completamente per un totale di circa 100 interviste.

codifica studiato in modo da tener conto delle varie necessità di elaborazione, sono stati interamente ela-

borati dal Centro Meccanografico della SIRME. L'elaborazione, secondo uno schema concordato con il Committente, è stata effettuata singolarmente per le sette zone geografiche.

I risultati relativi al totale ITALIA derivano da una opportuna ponderazione dei risultati ottenuti per ciascuna delle sette zone geografiche.

E' stato necessario ricorrere alla ponderazione poiché a ciascuna delle sette zone è stato attribuito un egual numero di interviste ed il semplice totale dei risultati non avrebbe fornito distribuzioni percentuali atte a rispecchiare il reale comportamento di tutti gli

italiani, lettori di quotidiani; la semplice somma dei risultati infatti non poteva tener conto della diversa distribuzione regionale del numero dei lettori.

Il campione è stato dunque ridimensionato sulla base del numero degli acquirenti di quotidiani alle edicole, calcolato per ciascuna zona a seguito della rilevazione effettuata nel corso della prima fase dell'indagine.

La distribuzione degli acquirenti di quotidiani entro le sette zone geografiche, ci è servita come base per la ponderazione delle varie zone al fine di ottenere un campione rappresentativo dell'universo dei lettori italiani di quotidiani. I risultati sono i seguenti:

ZONE GEOGRAFICHE	Interviste effettuate	Distrib. % acquirenti edicole	Indici di ponderazione	Interviste valide per il totale Italia	
				n°	%
1. Piemonte-Liguria	1483	19	1	1483	19,7
2. Lombardia	1472	26	1 1/3	1933	25,6
3. Tre Venezie-Emilia	1473	20	1	1473	19,5
4. Toscana-Umbria-Marche	1457	9	1/2	725	9,6
5. Lazio-Abruzzi	1450	12	2/3	966	12,8
6. Campania-Puglie-Basilicata-Calabria	1450	7	1/3	483	6,4
7. Sicilia-Sardegna	1450	7	1/3	483	6,4
TOTALE	10235	100		7546	100,0

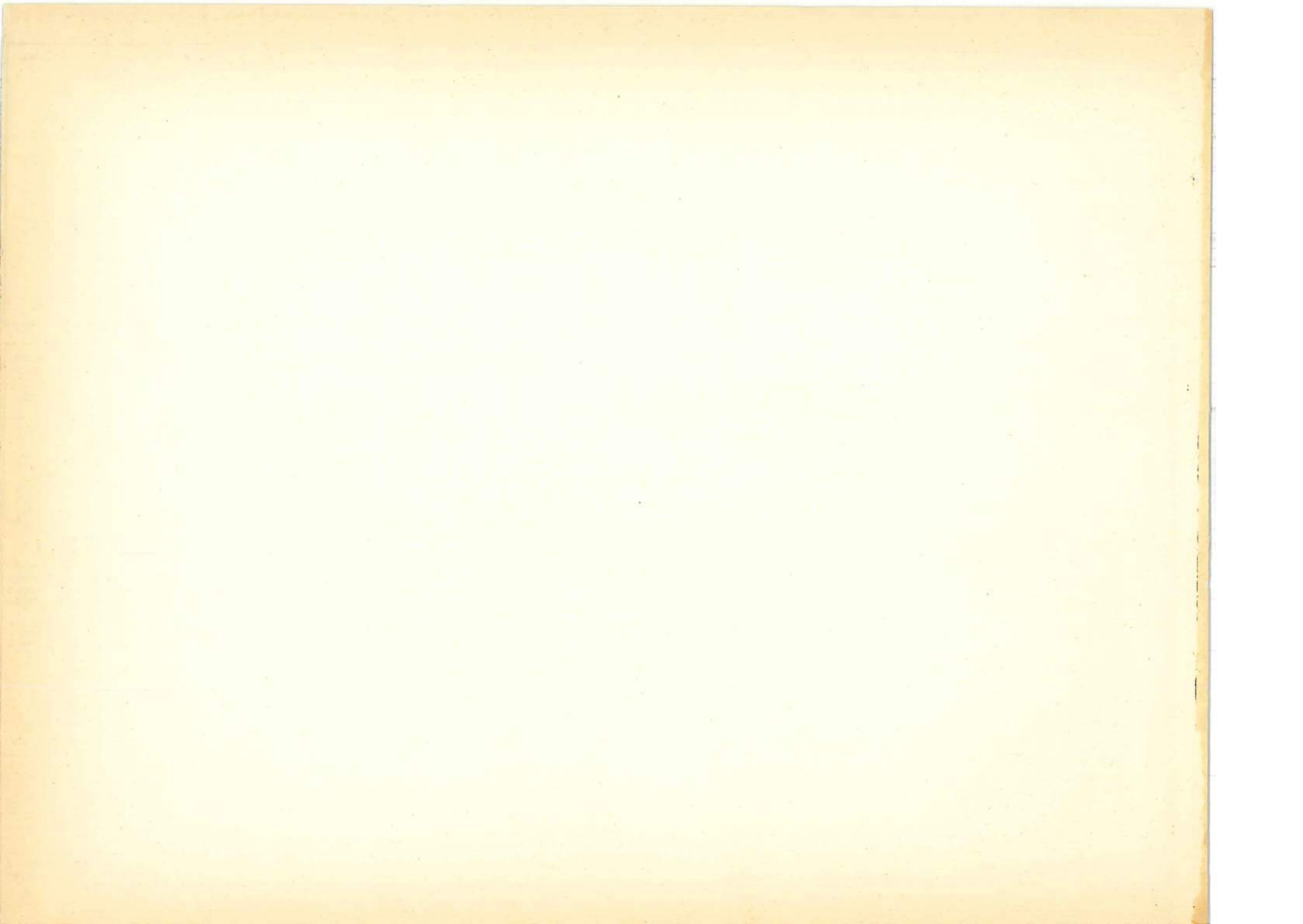
L'estrazione delle interviste, sia quelle necessarie alla duplicazione (1 caso) che quelle necessarie a comporre la nuova distribuzione totale, ha tenuto conto dei due parametri principali della nostra indagine e precisamente l'ampiezza dei centri di residenza e il tipo di quotidiano letto. In altre parole, le interviste di ciascuna zona sono state ordinate in 5 gruppi corrispondenti alle seguenti ampiezze di centro: meno di 10.000 abitanti, da 10.000 a 30.000, da 30.001 a 100.000 da 100.001 a 500.000 ed oltre 500.000 abitanti, all'interno di ciascuna classe di ampiezza si è proceduto ad un ulte-

riore ordinamento, considerando tre grandi gruppi di lettori e precisamente: a) lettori di quotidiani del mattino e di altri quotidiani, ma non di quotidiani del pomeriggio; b) lettori di quotidiani del pomeriggio e di altri quotidiani; c) lettori di quotidiani sportivi, finanziari e di partito; infine l'estrazione è avvenuta seguendo gli intervalli desunti dagli indici di ponderazione sopra indicati.

Per l'elaborazione sono state utilizzate in totale 76.662 schede meccanografiche.



QUESTIONARIO



N.	
ZONA	
A. C.	
T. L.	

INTERVISTATORE: _____

INDAGINE 40432

LOCALITA': _____

LA NOSTRA SOCIETA' STA SVOLGENDO UN'INDAGINE PER RACCOLGERE LE OPINIONI DEI LETTORI DI QUOTIDIANI. MI PERMETTA DI RIVOLGERLE ALCUNE DOMANDE.

1. QUALI GIORNALI CHE ESCONO OGNI GIORNO LEI HA COMPRATO O FATTO COMPRARE IERI?

3. COMPRA O FA COMPRARE ANCHE OCCASIONALMENTE QUALCHE ALTRO QUOTIDIANO? Se «sì» QUALI?

No, nessun altro

Sì, e cioè: _____

2. NEGLI ULTIMI 7 GIORNI QUALI ALTRI QUOTIDIANI DEL MATTINO HA COMPRATO O FATTO COMPRARE? E DEL POMERIGGIO? SPORTIVI? FINANZIARI? DI PARTITO? (oltre quelli già citati alla D. 1)

4. CI SONO ALTRI QUOTIDIANI DEL MATTINO CHE LEI LEGGE O SFOGLIA, MA NON COMPRA O FA COMPRARE? E DEL POMERIGGIO? SPORTIVI? FINANZIARI? DI PARTITO? Se «sì»: QUALI?

No, nessun altro

Sì, e cioè: _____

SPAZIO PER LA CODIFICA Tipi di quotidiani letti M 1 P: 2 S: 3 F: 4 L: 5
Numero di quotidiani letti: M _____ P _____ S _____ F _____ L _____

5. CON CHE FREQUENZA LEI LEGGE O SFOGLIA IL QUOTIDIANO _____? (porre la domanda per tutti i quotidiani elencati alle D. 1-4)

Frequenza di lettura

Cod.	n°	Quotidiani	Frequenza di lettura				meno di raramente		Cod.
			tutti i giorni	5-6 volte la sett.	3-4 volte la sett.	1-2 volte la sett.	1 volta la sett.	o quasi mai	
	1	_____	1	2	3	4	5	6	
	2	_____	1	2	3	4	5	6	
	3	_____	1	2	3	4	5	6	
	4	_____	1	2	3	4	5	6	
	5	_____	1	2	3	4	5	6	
	6	_____	1	2	3	4	5	6	
	7	_____	1	2	3	4	5	6	
	8	_____	1	2	3	4	5	6	

6. DA QUANTO TEMPO LEI LEGGE IL QUOTIDIANO _____?

Quotidiani

codifica _____

n° quotid. _____

- da meno di 6 mesi	1	1	1	1	1	1
- da 6 mesi a 1 anno	2	2	2	2	2	2
- da 1 a 3 anni	3	3	3	3	3	3
- oltre 3 anni	4	4	4	4	4	4

7. IN QUALI MOMENTI DELLA GIORNATA LEI HA L'ABITUDINE DI LEGGERE IL QUOTIDIANO _____? (presentare cartellino 1, approfondire)

Quotidiani

codifica _____

n° quotid. _____

- al mattino, 1ª colazione	1	1	1	1	1	1
- a casa in mattinata	2	2	2	2	2	2
- subito prima di pranzo	3	3	3	3	3	3
- subito dopo pranzo	4	4	4	4	4	4
- a casa, di pomeriggio	5	5	5	5	5	5
- subito prima di cena	6	6	6	6	6	6
- dopo cena	7	7	7	7	7	7
- subito prima di dormire	8	8	8	8	8	8
- in tram, in autobus, ecc.	9	9	9	9	9	9
- durante l'ufficio, il lavoro	0	0	0	0	0	0
- nei momenti liberi	X	X	X	X	X	X

8. IN TOTALE QUANTO TEMPO LEI DEDICA NORMALMENTE ALLA LETTURA DEL QUOTIDIANO _____?

Quotidiani

codifica _____

n° quotid. _____

- fino a 15 minuti	1	1	1	1	1	1
- da 15 a 30 minuti	2	2	2	2	2	2
- da 30 a 45 minuti	3	3	3	3	3	3
- da 45 minuti a 1 ora	4	4	4	4	4	4
- da 1 ora a 1,15	5	5	5	5	5	5
- da 1,15 a 1,30	6	6	6	6	6	6
- da 1,30 a 1,45	7	7	7	7	7	7
- da 1,45 a 2 ore	8	8	8	8	8	8
- oltre 2 ore	9	9	9	9	9	9

9. CHE COSA LA INTERESSA MAGGIORMENTE DEL QUOTIDIANO _____? (presentare cartellino 2)

Quotidiani

codifica _____

n° quotid. _____

- politica, economia	1	1	1	1	1	1
- cronaca	2	2	2	2	2	2
- spettacoli	3	3	3	3	3	3
- sport, attualità	4	4	4	4	4	4
- annunci economici	5	5	5	5	5	5
- rubriche speciali	6	6	6	6	6	6

- altro e cioè: _____

10. VI SONO ALTRE PERSONE NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' CHE VIVONO CON LEI, CHE LEGGONO O SFOGLIANO LA SUA COPIA DEL QUOTIDIANO _____? (Attenzione: insistere per ottenere una risposta sicuramente completa circa i familiari che effettivamente leggono o sfogliano la copia del quotidiano)

Quotidiani

codifica _____

n° quotid. _____

- Sì	1	1	1	1	1	1
- No (pass. D. 13)	2	2	2	2	2	2

Se «Sì»
11. VUOL DIRMI CHI SONO E CHE ETA' HANNO? (Intervistatore! Inserire le risposte nel quadro A)

Per ciascuna delle persone che leggono quella copia
12. SUO/A _____ (Indicare il grado di parentela)

LO LEGGE REGOLARMENTE, E CIOE' 5 O PIU' VOLTE LA SETTIMANA, OPPURE LO LEGGE SOLO OCCASIONALMENTE? (Intervistatore! Inserire le risposte nel quadro A)

13. E FUORI DALLA SUA FAMIGLIA, TRA I SUOI CONOSCENTI, NEL SUO AMBIENTE DI LAVORO, VI SONO ALTRE PERSONE CHE LEGGONO O SFOGLIANO LA SUA COPIA DEL QUOTIDIANO _____? (Attenzione: insistere per ottenere una risposta sicuramente completa circa i non familiari che effettivamente leggono o sfogliano la copia del quotidiano)

Quotidiani

codifica _____

n° quotid. _____

- Sì	3	3	3	3	3	3
- No (pass. D. 16)	4	4	4	4	4	4

Se «Sì»
14. VUOL DIRMI CHI SONO E CHE ETA' HANNO? (Intervistatore! Inserire la risposta nel quadro B)

Per ciascuna delle persone non familiari che leggono quella copia

15. IL/LA _____ (Indicare il grado di relazione con l'intervistato) LO LEGGE REGOLARMENTE, E CIOE' 5 O PIU' VOLTE LA SETTIMANA, OPPURE LO LEGGE SOLO OCCASIONALMENTE? (Intervistatore! Inserire la risposta nel quadro B)

QUADRO A - FAMILIARI

Grado di parentela con l'intervistato	sesso	età	LEGGONO REGOLARMENTE						LEGGONO OCCASIONALMENTE					
			Quotidiani						Quotidiani					
			Cod. <input type="text"/>						Cod. <input type="text"/>					
			n° quot.						n° quot.					
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

QUADRO B - NON FAMILIARI

Grado di relazione con l'intervistato	sesso	età	LEGGONO REGOLARMENTE						LEGGONO OCCASIONALMENTE					
			Quotidiani						Quotidiani					
			Cod. <input type="text"/>						Cod. <input type="text"/>					
			n° quot.						n° quot.					
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SPAZIO RISERVATO ALLA SIRME PER LA CODIFICA

Scheda Individuale	Schede quotidiani
--------------------	-------------------

<p>16. MI PUO' INDICARE QUALI ALTRI QUOTIDIANI SONO LETTI O SFOGLIATI REGOLARMENTE O ANCHE OCCASIONALMENTE DA QUALCHE MEMBRO DELLA SUA FAMIGLIA?</p> <p>.....</p>	<p>22. HA AVUTO L'OCCASIONE DI ACQUISTARE LIBRI NEGLI ULTIMI 6 MESI? Se « sì »: QUANTI?</p> <p>No, nessun libro Y</p> <p>Sì, e precisamente n°.....</p>
<p>17. QUAL'E' IL GIORNO DELLA SETTIMANA IN CUI LEI DEDICA PIU' TEMPO ALLA LETTURA DEI QUOTIDIANI?</p> <p>- Lunedì 1</p> <p>- Martedì 2</p> <p>- Mercoledì 3</p> <p>- Giovedì 4</p> <p>- Venerdì 5</p> <p>- Sabato 6</p> <p>- Domenica 7</p> <p>- tutti uguali (passare D 19) 0</p> <p>- non so (passare D 19) Y</p>	<p>23. LEI GUIDA QUALCHE VOLTA L'AUTOMOBILE?</p> <p>No (passare a D. 26) Y</p> <p>Sì X</p>
	<p>24. L'AUTOMOBILE CHE LEI GUIDA E' INTESTATA A LEI, ALLA AZIENDA PRESSO CUI LAVORA O A QUALCHE MEMBRO DELLA SUA FAMIGLIA?</p> <p>- intestata all'intervistato 1</p> <p>- all'azienda 2</p> <p>- a un membro della famiglia 3</p> <p>- presa a noleggio 4</p>
<p>18. E DOPO (riferire il giorno indicato alla dom. 17) QUAL'E' L'ALTRO GIORNO IN CUI LEGGE DI PIU'?</p> <p>- Lunedì 1</p> <p>- Martedì 2</p> <p>- Mercoledì 3</p> <p>- Giovedì 4</p> <p>- Venerdì 5</p> <p>- Sabato 6</p> <p>- Domenica 7</p> <p>- tutti eguali 0</p> <p>- non so Y</p>	<p>25. QUANTI CHILOMETRI IN AUTOMOBILE LEI PERCORRE NORMALMENTE NEL CORSO DI UN ANNO ?</p> <p>- non so Y</p> <p>- totale: Km.</p> <p>- per lavoro: Km.</p> <p>- per diporto: Km.</p>
<p>19. NEGLI ULTIMI 7 GIORNI, LEI HA LETTO O SFOGLIATO DEI SETTIMANALI ILLUSTRATI? Se « sì »: QUANTI ?</p> <p>No, nessun settimanale Y</p> <p>Sì, e precisamente n°.....</p>	<p>26. NEGLI ULTIMI 12 MESI HA AVUTO L'OCCASIONE DI SERVIRSI DELL'AEREO PER VIAGGI D'AFFARI ?</p> <p>Se « sì »: PER QUANTI VIAGGI ?</p> <p>No Y</p> <p>Sì, per 1 viaggio 1</p> <p>Sì, da 2 a 5 viaggi 2</p> <p>Sì, da 6 a 10 viaggi 3</p> <p>Sì, oltre 10 viaggi 4</p>
<p>20. NEL CORSO DEGLI ULTIMI 7 GIORNI HA AVUTO L'OCCASIONE DI RECARSI AL CINEMA ?</p> <p>Sì 1</p> <p>No 2</p>	<p>27. SEMPRE NEGLI ULTIMI 12 MESI, SI E' SERVITO DELL'AEREO PER VIAGGI TURISTICI ?</p> <p>Se « sì »: PER QUANTI VIAGGI ?</p> <p>No X</p> <p>Sì, per 1 viaggio 1</p> <p>Sì, da 2 a 5 viaggi 2</p> <p>Sì, da 6 a 10 viaggi 3</p> <p>Sì, oltre 10 viaggi 4</p>
<p>21. IERI HA AVUTO L'OCCASIONE DI VEDERE QUALCHE PROGRAMMA TELEVISIVO ?</p> <p>Sì 3</p> <p>No 4</p>	

Vorrei ora rivolgerLe qualche domanda a proposito di alcuni beni posseduti dalla Sua famiglia e di certi tipi di consumo.

28. MI PUO' INDICARE QUALI DEI SEGUENTI BENI SONO POSSEDUTI DALLA SUA FAMIGLIA ?

(mostrare cartellino 3)

29. DA QUANTO TEMPO LI POSSIEDE ?

30. QUALI PREVEDE DI ACQUISTARE O DI SOSTITUIRE ENTRO UN ANNO ?

31. (Solo per i beni posseduti da 1 anno o meno)

PER QUALI DI QUESTI BENI LEI HA DECISO DA SOLO/A L'ACQUISTO E PER QUALI HA DECISO INSIEME CON ALTRI FAMILIARI ?

BENI	D. 28		D. 29					D. 30			D. 31				
	Posseduti		Posseduti da					Previsione			Decisione d'acquisto				
	SI	NO	1 anno o meno	1-3 anni	3-5 anni	+5 anni	Non so	SI	NO	Non so	Da solo	Con altri	Da altri	Regalati	Non so
- automobile	1	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- motocicletta, scooter, ciclomotore	2	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- radio	3	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- televisore	4	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- giradischi	5	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- registratore	6	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- cucina all'americana (mobili)	7	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- frigorifero	8	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- lucidatrice	9	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- aspirapolvere	0	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- lavatrice	X	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- lavastoviglie	Y	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- scaldabagno	1	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- macchina fotografica	2	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- cinepresa	3	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- proiettore cinematograf.	4	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- condizionatore d'aria	5	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- rasoio elettrico	6	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- macchina da cucire	7	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- macchina da scrivere	8	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- mobili di tipo moderno	9	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R
- mobili tradizionali	0	R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	X	Y	R

32. QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE SI CONSUMANO SPESSO, QUALCHE VOLTA OPPURE MAI NELLA SUA FAMIGLIA E CIOE' IN CASA ? (presentare cartellino 4)

		Spesso	Qualche volta	Mai	Non so			Spesso	Qualche volta	Mai	Non so
- pasta	{ confezione	1	2	3	4	- condimenti pronti in scatola o vasetti	1	2	3	4	
	{ sfusa	5	6	7	8						
- riso	{ in scatola	9	0	X	Y	- olio	{ confezione	5	6	7	8
	{ sfuso	1	2	3	4		{ sfuso	9	0	X	Y
- formaggini in scatola		5	6	7	8	- marmellata		1	2	3	4
- caffè	{ confezione	9	0	X	Y	- acqua minerale		5	6	7	8
	{ sfuso	1	2	3	4	- vino da pasto confezionato in bottiglia sigillata		9	0	X	Y
- thè		5	6	7	8	- birra		1	2	3	4
- crackers e grissini		9	0	X	Y	- bibite analcoliche		5	6	7	8
- carne in scatola		1	2	3	4	- succhi di frutta		9	0	X	Y
- pomodori pelati		5	6	7	8	- aperitivi analcolici		1	2	3	4
- verdure in scatola o vasetti		9	0	X	Y	- aperitivi alcolici		5	6	7	8
						- liquori		9	0	X	Y

33. QUALI DELLE SEGUENTI BEVANDE LEI PERSONALMENTE CONSUMA SPESSO, QUALCHE VOLTA OPPURE MAI FUORI CASA? AL BAR, AL RISTORANTE, ECC.7 (presentare cartellino 5)

	Spesso	Qualche volta	Mai	Non so
- vino	1	2	3	4
- acqua minerale	5	6	7	8
- birra	9	0	X	Y
- bibite analcoliche	1	2	3	4
- succhi di frutta	5	6	7	8
- aperitivi analcolici	9	0	X	Y
- aperitivi alcolici	1	2	3	4
- liquori	5	6	7	8

34. VUOLE INDICARMI QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER LA CASA SONO USATI REGOLARMENTE NELLA SUA FAMIGLIA? (presentare cartellino 6)

- cere per pavimenti	1
- deodoranti	2
- insetticidi	3

35. QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE USANO IN CASA GLI UOMINI DELLA SUA FAMIGLIA? (presentare cartellino 7)

- crema o lozione pre-barba	1
- crema o lozione dopo barba	2
- brillantina o fissatore	3
- deodorante	4
- acqua di colonia	5
- shampoo	6

36. QUALI DEI SEGUENTI PRODOTTI PER TOILETTE USANO IN CASA LE DONNE DELLA SUA FAMIGLIA? (presentare cartellino 8)

- acqua di colonia e profumi	7
- deodoranti	8
- lacca per capelli	9
- cipria	0
- rossetti	X

37. ALCUNI PENSANO CHE L'ACQUISTO DI ABITI CONFEZIONATI SIA SOTTO TUTTI I PUNTI DI VISTA DA PREFERIRE ALLA CONFEZIONE SU MISURA. LEI HA ACQUISTATO ABITI CONFEZIONATI NEL CORSO DEGLI ULTIMI 12 MESI?

- sì, per abiti da donna e uomo 1

- sì, per abiti da uomo 2

- sì, per abiti da donna 3

- sì, per abiti da bambini 4

- no, mai 5

38. LA SUA FAMIGLIA ABITA IN UN APPARTAMENTO DI PROPRIETA', IN AFFITTO O RISCATTO ?

- appartamento di proprietà 1

- appartamento in affitto 2

- appartamento a riscatto 3

39. DI QUANTI LOCALI SI COMPONE IL SUO APPARTAMENTO? (stanze abitabili, compresa la cucina, esclusi i servizi, gli ingressi, i ripostigli senza finestre)

N°

40. LA SUA CASA E' RISCALDATA A MEZZO :

- aria condizionata centrale 1

- termosifone centralizzato o pannelli radianti 2

- termosifone autonomo 3

- stufa elettrica 4

- stufa a carbone 5

- stufa a gas 6

- cucina economica o camino 7

altro e cioè: 8

41. LA SUA CASA E' SERVITA DA GAS DI CITTA', OPPURE VIENE USATO GAS IN BOMBOLE?

- gas di città o gas metano 9

- gas in bombole 0

DATI FISSI

SESSO:	maschio	1
	femmina	2
ETA':	meno di 16 anni	3
	16 - 24 anni	4
	25 - 34 anni	5
	35 - 44 anni	6
	45 - 54 anni	7
	55 - 64 anni	8
	oltre 64 anni	9

COMPOSIZIONE DELLA FAMIGLIA (compreso l'intervistato)

	Maschi	Femmine	Totale
meno di 6 anni			
dai 6 ai 10 anni			
dai 11 ai 15 anni			
dai 16 ai 24 anni			
dai 25 ai 34 anni			
oltre i 34 anni			

CLASSE ECONOMICO-SOCIALE:

- superiore	1
- medio-superiore	2
- media	3
- medio-inferiore	4
- inferiore	5

L'INTERVISTATO E':

- capofamiglia	6
- non capofamiglia	7

NOME E COGNOME INTERVISTATO: (Rif. A.I. n°.....)

DIRIZZO: **LOCALITA':**

INTERVISTA EFFETTUATA ALLA: 1° visita 1

2° visita 2

3° visita 3

durata dell'intervista: minuti

data:

nome intervistatore:

GIORNO DELL'INTERVISTA:

Lunedì Venerdì

Martedì Sabato

Mercoledì Domenica

Giovedì

GRADO DI ISTRUZIONE DELL'INTERVISTATO E DEL CAPOFAMIGLIA:

	del capo famiglia	dell'intervistato
a. analfabeta	1	1
b. frequentato scuola element.	2	2
c. frequentato scuola media inf.	3	3
d. frequentato scuola media sup.	4	4
e. frequentato università	5	5

POSIZ. NELLA PROFESSIONE

	del capo famiglia	dell'intervistato
in proprio, indipendente	1	1
alle dipend. (Stato o Enti pubbl. di terzi) società e enti priv.	2	2
disocc. in cerca di lav.	3	3
in attesa di 1° impiego	4	4
nessuna studente	5	5
casalinga	6	6
pensionato	7	7
	8	8

PROFESSIONE

	del capo famiglia	dell'intervistato
a. Industriale con grande azienda. Grande proprietario terriero. Armatore. Grande commerciante. Funzionario statale di grado 1°-3°. Persona famosa notoriamente ricca. Generale di corpo d'armata	1	1
b. Industriale con media azienda. Commerciante medio-superiore. Libero professionista molto noto. Funzionario statale grado 4°-5°. Medio azionista. Generale di divisione	2	2
c. Industriale con piccola azienda. Commerciante con media azienda. Grande esercente. Impiegato con funzioni direttive (dirigente). Funzionario statale grado 6°-7°. Libero professionista. Grande affittuario. Colonnello. Ten. colonnello. Maggiore	3	3

	del capo famiglia	dell'intervistato
d. Artigiano. Esercente. Commerciante con azienda superiore all'unifamiliare. Impiegato con funzioni non direttive. Piccolo proprietario terriero. Medio affittuario. Funzionario statale grado 8°-9°. Ufficiale subalterno	4	4
e. Artigiano. Esercente. Commerciante con azienda unifamiliare. Impiegato di 2° categoria. Funzionario statale grado 10°-15°. Sottufficiale. Coltivatore diretto. Piccolo affittuario. Operaio specializzato. Pescatore proprietario di barca	5	5
f. Impiegato d'ordine	6	6
g. Operaio comune e funzionario di bassa forza (portiere, bidello, fattorino, ecc.). Militare (non graduato)	7	7
h. Manovale e bracciante agricolo. Pescatore (non proprietario di barca)	8	8
i. Senza professione, pensionata, casalinga, studente, ecc.	9	9

RAMO DI ATTIVITA'

	del capo famiglia	dell'intervistato
- agricoltura	1	1
- industria	2	2
- commercio	3	3
- artigianato	4	4
- banche, assicurazioni	5	5
- pubbliche amministrazioni o enti statali	6	6
- altri rami	7	7