

# **ISEGI 1975/1**

**Indagine Stampa  
Editori Giornali Italiani**

**RAPPORTO DATI PRINCIPALI**

**Rilevazione della PRIMAVERA 1975**

**DEMOSKOPEA - DOXA - MAKROTEST**

Questa edizione del rapporto ISEGI/1 - Primavera 1975 (dati principali) è riservata esclusivamente agli Editori Committenti e loro Concessionari ed ai membri del Comitato Tecnico.

Di questo volume sono state stampate 48 copie numerate.

Questa copia (n° 16), di carattere strettamente confidenziale, è stata consegnata a :

---

## INDICE

	pag.
- PREMESSA .....	I
- NOTA METODOLOGICA .....	III
- Il questionario utilizzato per le interviste	

## PROFILO DEI LETTORI DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

- Il contenuto delle tavole	
- Numero stimato in '000 .....	1.1
- Percentuali di penetrazione .....	1.5
- Percentuali di composizione .....	1.9

## LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

- Il contenuto delle tavole	
- L'ADIGE .....	2.1
- ALTO ADIGE .....	2.2
- CORRIERE DELLA SERA .....	2.3
- CORRIERE D'INFORMAZIONE .....	2.4
- LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO .....	2.5
- LA GAZZETTA DELLO SPORT .....	2.6
- GAZZETTA DEL SUD .....	2.7
- IL GAZZETTINO .....	2.8
- IL GIORNALE NUOVO .....	2.9
- GIORNALE DI SICILIA .....	2.10
- IL GIORNO .....	2.11
- IL MATTINO .....	2.12
- IL MESSAGGERO .....	2.13
- LA NAZIONE .....	2.14
- LA NOTTE .....	2.15
- LA NUOVA SARDEGNA .....	2.16
- PAESE SERA .....	2.17
- IL PICCOLO .....	2.18
- IL RESTO DEL CARLINO .....	2.19
- ROMA .....	2.20



- IL SECOLO XIX .....	2.21
- LA SICILIA .....	2.22
- STADIO .....	2.23
- LA STAMPA (compreso "Stampa Sera del Lunedì")..	2.24
- STAMPA SERA .....	2.25
- IL TEMPO .....	2.26
- TUTTO QUOTIDIANO .....	2.27
- L'UNIONE SARDA .....	2.28
- L'UNITA' .....	2.29
- L'ARENA .....	2.31
- L'ECO DI BERGAMO .....	2.32
- GAZZETTA DI MANTOVA .....	2.33
- GAZZETTA DI PARMA .....	2.34
- GIORNALE DI BERGAMO .....	2.35
- GIORNALE DI BRESCIA .....	2.36
- GIORNALE DI VICENZA .....	2.37
- IL PICCOLO .....	2.38
- LA PREALPINA .....	2.39
- LA PROVINCIA .....	2.40

## PROFILO DEI LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

- Il contenuto delle tavole	
- L'ADIGE .....	3.1
- ALTO ADIGE .....	3.1
- CORRIERE DELLA SERA .....	3.1
- CORRIERE D'INFORMAZIONE .....	3.4
- LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO .....	3.4
- LA GAZZETTA DELLO SPORT .....	3.4
- GAZZETTA DEL SUD .....	3.7
- IL GAZZETTINO .....	3.7
- IL GIORNALE NUOVO .....	3.7
- GIORNALE DI SICILIA .....	3.10
- IL GIORNO .....	3.10
- IL MATTINO .....	3.10
- IL MESSAGGERO .....	3.13
- LA NAZIONE .....	3.13
- LA NOTTE .....	3.13



	pag.
- LA NUOVA SARDEGNA .....	3.16
- PAESE SERA .....	3.16
- IL RESTO DEL CARLINO .....	3.16
- ROMA .....	3.19
- IL SECOLO XIX .....	3.19
- LA SICILIA .....	3.19
- STADIO .....	3.22
- LA STAMPA (compreso "Stampa Sera del Lunedì") ...	3.22
- STAMPA SERA .....	3.22
- IL TEMPO .....	3.25
- TUTTO QUOTIDIANO .....	3.25
- L'UNIONE SARDA .....	3.25
- L'UNITA' .....	3.28
- L'ARENA .....	3.31
- L'ECO DI BERGAMO .....	3.31
- GAZZETTA DI MANTOVA .....	3.31
- GAZZETTA DI PARMA .....	3.31
- GIORNALE DI BERGAMO .....	3.34
- GIORNALE DI BRESCIA .....	3.34
- IL GIORNALE DI VICENZA .....	3.34
- LA PREALPINA .....	3.34
- IL PICCOLO .....	3.37
- LA PROVINCIA .....	3.37

... ..

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

PREMESSA E NOTA METODOLOGICA

## ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

### PREMESSA

Questo rapporto contiene i dati principali provenienti dall'elaborazione delle interviste eseguite nella primavera (marzo-aprile) 1975.

L'indagine ISEGI/1 (Primavera 1975) è stata eseguita dai seguenti tre Istituti:

- DEMOSKOPEA, Istituto per le Ricerche di Pubblicità e Marketing
- DOXA, Istituto per le Ricerche Statistiche e l'Analisi dell'Opinione Pubblica
- MAKROTEST, Società di Ricerche di Mercato e Studi Aziendali

L'indagine è stata condotta per conto delle seguenti società editrici di quotidiani :

- |  |                              |
|--|------------------------------|
| - EDITORIALE L'ADIGE S.p.A.            | Trento                       |
| - S.E.T.A.                             | Bolzano                      |
| - ATHESES S.p.A.                       | S. Martino Buon Albergo (VE) |
| - EDITORIALE DEL CORRIERE DELLA SERA   | Milano                       |
| - CORRIERE DELLO SPORT S.r.l.          | Roma                         |
| - SOC. EDITORIALE S. ALESSANDRO S.p.A. | Bergamo                      |
| - EDITRICE MEDITERRANEA S.p.A.         | Bari                         |
| - NUOVE EDIZIONI SPORTIVE              | Milano                       |
| - SOC. EDITRICE SICILIANA S.p.A.       | Messina                      |
| - C.I.T.E.M.                           | Mantova                      |
| - SEGEA                                | Parma                        |
| - SOC. EDITORIALE S. MARCO S.p.A.      | Venezia                      |
| - EUROPEA DI EDIZIONI S.p.A.           | Milano                       |
| - SOC. EDITRICE PERIODICI S.r.l.       | Bergamo                      |
| - EDITORIALE BRESCIANA S.p.A.          | Brescia                      |
| - ARDIZZONE-PIRRI                      | Palermo                      |
| - SEGISA (Div. SNAM) S.p.A.            | Milano                       |
| - COMPAGNIA EDITRICE NAPOLETANA        | Napoli                       |
| - MESSAGGERO S.p.A.                    | Roma                         |
| - LA NAZIONE S.p.A.                    | Firenze                      |
| - IMPRESE EDITORIALI MILANESI          | Milano                       |
| - SOC. EDITRICE LA NUOVA SARDEGNA      | Sassari                      |
| - IL RINNOVAMENTO S.p.A.               | Roma                         |
| - SOC. EDITRICE TRIESTINA              | Trieste                      |
| - SOC. EDITORIALE VARESINA             | Varese                       |
| - SOC. EDITORIALE CREMONESE            | Cremona                      |



- SOC. EDITRICE IL RESTO DEL CARLINO	Bologna
- SOC. ACHILLE LAURO	Napoli
- SOC. EDIZIONI & PUBBLICAZIONI SEP	Genova
- DOMENICO SANFILIPPO	Catania
- SOC. EDITRICE LA STAMPA S.p.A.	Torino
- SOC. EDITRICE ROMANA S.p.A.	Roma
- SEDIS S.p.A.	Cagliari
- UNIONE SARDA S.p.A.	Cagliari
- L'UNITA' S.p.A.	Milano

Un Comitato Tecnico, costituito dai Rappresentanti delle Società Concessionarie o Editrici dei quotidiani dei Committenti, ha promosso, impostato o seguito fase per fase la realizzazione dell'indagine.

Il Comitato Tecnico era composto da :

- ALLEGRA - SPI - Milano
- AVENI - Publikompass - Milano
- BURATTI - SIP - Milano
- CIPRIANI - SIPE - Milano
- CROCE - Il Giorno - Milano
- DAL ZOTTO - Publikompass - Milano
- DUSI - SPE - Milano
- LONGO - L'Unità - Milano
- MEZZI - Manzoni - Milano
- PEDRAZZI - Corriere della Sera - Milano
- PASQUALE - SIP - Milano
- VACHELLI - Tuttospazio Pubblicità - Milano
- SIMEONI - FIEG - Milano
- Rappresentante comune degli Editori Committenti: AVENI - Publikompass
- Segreteria: DAL ZOTTO - Publikompass

L'indagine è stata controllata dall'organizzazione dell'ISERP, che ha partecipato ai controlli sotto la sovrintendenza di una Commissione Tecnica che era composta da :

- BONFIGLI - RAI
- DAL ZOTTO - Editori
- JANNACONE - FIEG
- LIBERATI - OTIPI
- MARTIRADONNA - OTIPI
- MEZZI - Editori
- PEDRAZZI - Editori
- VENTUROLI - UPA
- BRUSATI - Istituti
- ERMINERO - Istituti
- VISINTINI - Istituti

## NOTA METODOLOGICA

### 1. PREMESSA E DESCRIZIONE GENERALE DELL'INDAGINE

All'inizio del 1975 gli Editori di quotidiani promossero l'effettuazione di una indagine per ottenere dati di aggiornamento dell'ISEGI 73. Per la nuova indagine, data l'esistenza della ricca base di dati del 1973, venne proposta una riduzione, rispetto all'ISEGI 73, del numero di interviste e delle informazioni marginali sulle caratteristiche e gli atteggiamenti dei lettori.

Vennero invece mantenute invariate le tecniche di rilevazione dei fatti di lettura dei quotidiani, salvo lievi modifiche nella forma del questionario e dei cartellini.

Anche per quanto riguarda la metodologia di campionamento vennero adottate le tecniche del 1973, salvo alcune modifiche nella ripartizione geografica delle interviste, che si resero necessarie a causa della riduzione del campione complessivo od opportune per la possibilità di adeguare i quantitativi minimi regionali di interviste alle percentuali di penetrazione attese per i singoli quotidiani in base ai risultati del 1973.

Ecco ora una descrizione sintetica degli obiettivi e della metodologia dell'indagine.

L'obiettivo principale dell'indagine era, come per l'ISEGI 73, quello di fornire dati sul numero e le caratteristiche dei lettori delle singole testate della stampa quotidiana, a livello nazionale e regionale.

E' stato intervistato un campione di 17.028 persone, stratificato geograficamente in modo da consentire una buona rappresentatività della popolazione adulta residente in ciascuna delle 18 regioni italiane, ed anche di quella residente nelle provincie in cui sono presenti i quotidiani "provinciali" considerati nell'indagine.

Le 17.028 interviste si suddividono infatti in 14.340 interviste destinate a realizzare un campione "nazionale" scomponibile in 18 campioni regionali, più 2.688 interviste destinate a realizzare, per 10 provincie sedi di edizione di uno o più quotidiani provinciali considerati dall'indagine, dei "supercampionamenti" capaci di spingere la rappresentatività al livello delle provincie stesse.

La stratificazione del campione per regioni e classi di ampiezza dei comuni è sta

ta organizzata con tassi di campionamento differenziati, con lo scopo di massimizzare in generale il numero di lettori di quotidiani intervistabili, e soprattutto di consentire l'individuazione, nei singoli campioni di popolazione delle varie regioni e provincie, di un numero minimo (e cioè sufficiente ai fini statistici) di lettori dei singoli quotidiani editi in tali regioni e provincie.

Le interviste hanno avuto luogo tra il 15 marzo ed il 20 aprile 1975. I comuni punti di campionamento dell'indagine furono complessivamente 612.

In analogia con le indagini già esistenti sulla stampa periodica, viene definito lettore di una testata "chi dichiara di aver preso in mano per leggere o sfogliare una copia della testata in un determinato periodo".

Sono stati elaborati in particolare due tipi di definizioni di lettore :

- 1) definizioni con riferimento statico, di cui la principale è quella dei "lettori nell'ultimo giorno del quotidiano X". L'"ultimo giorno", per i quotidiani, è costituito dal giorno di "ieri" (cioè il giorno precedente a quello dell'intervista), salvo il riferimento a "l'altro ieri" nel caso che il quotidiano in questione non fosse uscito nel giorno precedente quello dell'intervista. La stima dei lettori nel giorno di ieri, vuole essere una approssimazione della stima dei lettori di un numero medio;
- 2) definizioni con riferimento dinamico, e cioè quelle in base alle quali vengono stimati tutti i lettori, indipendentemente dalla epoca dell'ultima lettura (almeno una copia negli ultimi 3 mesi), classificandoli però secondo frequenza di lettura del quotidiano considerato. Abbiamo per esempio i "lettori del quotidiano X con frequenza di almeno 4 volte alla settimana", i "lettori occasionali", ecc.



## 2. UNIVERSO E CAMPIONE

La collettività ("universo") a cui si riferiscono i risultati dell'indagine è costituita dalla popolazione italiana da 15 anni compiuti in su, esclusi i membri delle convivenze (militari di leva, religiosi nei conventi, allievi di collegi e convitti, ospiti di case di ricovero, ecc.), e tutti i cittadini che vivono all'estero.

La consistenza numerica di questa popolazione è stata valutata, all'epoca dell'indagine, in circa 41,7 milioni di persone.

Da questa collettività è stato estratto un campione casuale di circa 17.000 individui, suddiviso in un "campione nazionale" e in diversi "supercampioni" regionali e provinciali.

### 3. IL METODO DI CAMPIONAMENTO

#### 3.1 - Campione nazionale e campioni regionali e provinciali

Considerato che la diffusione geografica dei quotidiani si svolge secondo una "mappa" molto differenziata da testata a testata, è stato necessario predisporre un piano di distribuzione delle interviste nello spazio del tutto "ad hoc".

Il problema era quello di costruire un campione che fosse stratificato geograficamente in modo da realizzare una buona rappresentatività non soltanto dell'intera popolazione adulta italiana, ma anche :

- 1) della popolazione residente in ciascuna delle 18 regioni italiane (sono state raggruppate soltanto: Piemonte con Val d'Aosta e Abruzzo con Molise);
- 2) della popolazione residente in ciascuna di 10 provincie sedi di edizione di alcuni quotidiani considerati nell'indagine (Verona, Bergamo, Mantova, Parma, Brescia, Vicenza, Trieste e Gorizia, Varese, Cremona).

Per ottenere ciò, occorreva realizzare diversi "campioni locali", ciascuno di ampiezza sufficiente ai fini della rilevazione dei lettori di questo o quel quotidiano. Naturalmente l'insieme di tutti i campioni locali doveva costituire il "campione nazionale".

Il metodo di calcolo dei quantitativi di interviste che dovevano essere programmati per le diverse regioni è descritto nel prospetto I seguente (e nelle note relative).

Prospetto I

	(a) Popolazione adulta ( '000) %	(b) Campione base nazionale	(c) Incrementi ↑ 600 ↓ 300	(d) (b) + (c)	(e) Minimo inter- viste per a- vere 100 1.s.p. per i quotidiani *	(f) Quotidiani *	(g) Incrementi conseguiti a (e)	(h) (d)+(g)	(i) Ulteriore cor- rezione del campione (h)
<u>REGIONI SEDE DI EDIZIONE DI UNO O PIU' QUOTIDIANI</u> (Ipotesi 1973)									
LOMBARDIA	6.623	600	-	600	1.500	CORRIERE D'INFORMAZ.	900	1.500	1.500
PIEMONTE	3.643	331	269	600	3.330	STAMPA SERA	2.730	3.330	1.800 (-1.530)
LIGURIA	1.520	138	462	600	423	SECOLO XIX	-	600	600
TRENTINO ALTO ADIGE	625	57	543	600	512	L'ADIGE	-	600	600
VENETO	3.110	282	318	600	309	IL GAZZETTINO	-	600	600
FRILULI-VENEZIA GIULIA	980	89	511	600	354	IL PICCOLO	-	600	600
EMILIA	3.107	282	318	600	1.250	STADIO	650	1.250	1.250
TOSCANA	2.815	255	345	600	300	LA NAZIONE	-	600	600
LAZIO	3.550	322	278	600	1.200	PAESE SERA	600	1.200	1.200
CAMPANIA	3.558	323	277	600	1.200	ROMA	600	1.200	1.200
PUGLIE	2.543	231	369	600	324	LA GAZZETTA DEL MEZZ.	-	600	600
SICILIA	3.431	311	289	600	850	LA SICILIA	250	850	850
Totale parziale	35.503	3.221	3.979	7.200	11.552		5.750	12.950	11.400 (-1.530)
<u>Altre regioni</u>									
MARCHE	1.085	98	202	300	-		-	300	300
UMBRIA	625	56	244	300	-		-	300	300
ABRUZZI - MOLISE	1.160	105	195	300	-		-	300	300
BASILICATA	441	40	260	300	-		-	300	300
CALABRIA	1.409	128	172	300	-		-	300	600 (+300)
SARDEGNA	1.060	96	204	300	-		-	300	600 (+300)
Totale parziale	5.780	523	1.277	1.800	-		-	1.800	2.400 (+600)
TOTALE ITALIA	41.283	3.744	5.256	9.000	11.552		5.750	14.750	13.800 (-930)



Note al Prospetto I

- a. Distribuzione della popolazione adulta
- b. Distribuzione delle interviste di un campione-base nazionale secondo l'ipotesi di una ripartizione proporzionale alla popolazione adulta, in cui alla regione maggiore (Lombardia) vengono attribuite 600 interviste (base campionaria sufficiente per ottime elaborazioni a livello nazionale, ma insufficiente per elaborazioni all'interno delle singole regioni, e cioè ai limiti della sufficienza solo per la regione maggiore).
- c. Incrementi del campione (b) necessari affinché a ciascuna del le regioni del 1° gruppo vengano attribuite 600 interviste e a ciascuna delle regioni del 2° gruppo 300 interviste (per as sicurare una base campionaria minima per elaborazioni all'interno delle singole regioni ma non necessariamente sufficiente per tutte le singole testate).
- d. Campione b. + c.
- e. Numero minimo delle interviste necessarie in ciascuna regione per ottenere 100 l. u. p. per il quotidiano più sfavorito (in dicato in f.), nell'ipotesi che le interviste della regione vengano distribuite per 1/3 nel capoluogo della regione, per 1/3 negli altri capoluoghi e per 1/3 negli altri comuni.
- g. Incrementi del campione d. necessari per ottenere il campione e. (nelle regioni dove il campione d. non è sufficiente).
- h. Campione d. + g.
- i. Ulteriore correzione del campione h. per recuperare, sottraen dole al Piemonte, un eccesso di interviste rispetto al totale programmato (e risolvendo il problema "Stampa Sera" con una concentrazione maggiore del surplus di interviste nel capoluogo Torino), e per assicurare nello stesso tempo i minimi regio nali di 600 interviste anche alle due nuove regioni sede di edizione di quotidiani partecipanti all'indagine.

### 3.2 - Criteri di costruzione del campione

Il metodo di campionamento adottato è stato quello del campione :

- stratificato (per aree geografiche - regioni o provincie a seconda dei casi - combinate con l'ampiezza demografica dei comuni);
- non proporzionale (con tassi di campionamento differenziati a seconda dello strato);
- casuale (data la casualità della scelta delle unità di campionamento);
- e a più stadi (uno stadio per ciascun tipo di unità di campionamento: 1° stadio per i comuni; 2° stadio per le sub-aree nei comuni; 3° stadio per gli individui).

Sono stati costruiti due campioni:

- un campione "nazionale", risultante dalla somma dei singoli campioni regionali
- un "supercampione provinciale", destinato ad un ampliamento della base campionaria in 10 provincie sedi di edizione di alcuni dei quotidiani partecipanti all'indagine, esclusivamente ai fini di valutare meglio l'audience di tali quotidiani.

I criteri di differenziazione dei tassi di campionamento tra le varie classi di ampiezza dei comuni sono stati simili a quelli adottati per l'ISEGI 73: anche questa volta il tasso di campionamento adottato per i comuni capoluoghi di provincia è maggiore di quello adottato per i comuni non capoluoghi (tra questi ultimi non è stata fatta alcuna differenziazione).

Il tasso di campionamento dei capoluoghi è stato, in tutte le regioni, pari a 1,3 volte quello risultante in base all'ipotesi di distribuzione proporzionale.

### 3.3 - La scelta delle unità primarie di campionamento (comuni)

Quali unità primarie (di primo stadio) di campionamento sono stati scelti i comuni.

Per la scelta dei comuni in cui effettuare la rilevazione, si è proceduto nel modo seguente.

I capoluoghi di regione, i capoluoghi delle provincie supercampionate e gli altri capoluoghi di provincia (tranne alcuni casi di capoluoghi molto pic-

coli) sono stati scelti tutti. Tra questi comuni le interviste sono state distribuite nell'ambito dello strato di appartenenza (a parte i numerosi casi in cui un comune formava strato da solo), in proporzione alla popolazione.

Per tutti i comuni non capoluoghi la scelta è avvenuta con il metodo "P.P.S." (Probability Proportional Sampling), e cioè si è proceduto nel modo seguente.

Nell'ambito di ogni regione (e di ogni provincia, per i supercampionamenti provinciali), i comuni non capoluoghi sono stati anzitutto suddivisi nei seguenti tre gruppi:

- comuni oltre 30.000 abitanti
- comuni da 10.000 a 30.000 abitanti
- comuni con meno di 10.000 abitanti.

In ogni gruppo di comuni (e perciò sempre nell'ambito di ogni regione o provincia) i comuni sono stati ordinati per ammontare crescente della popolazione. Quindi è stata fatta la somma cumulata della popolazione, comune per comune. Si è ottenuta così una successione di valori (un valore per ogni comune), denominata "cumulata", che è stata utilizzata per la scelta casuale dei comuni campione.

Per la scelta è stato anzitutto calcolato un "modulo di estrazione", corrispondente al reciproco del tasso di campionamento (già calcolato per lo strato in questione in base al piano di campionamento), moltiplicato per il numero di interviste programmato per ogni comune.

Partendo da un numero aleatorio iniziale, ed aggiungendo progressivamente, a tale numero, volta per volta, il modulo di estrazione, si otteneva un numero che cadeva entro il valore della "cumulata" corrispondente ad un dato comune, che pertanto veniva scelto.

In questo modo si è realizzata, all'interno di ogni strato, una probabilità di scelta di ciascun comune proporzionale al peso demografico del comune stesso.



Effettuata la scelta dei comuni, si è proceduto alla loro scomposizione in tre sub-campioni equivalenti, uno per ciascun Istituto incaricato.

Anche questa scomposizione è avvenuta con un criterio casuale, e ai livelli più analitici: in pratica segnando tutti i comuni nell'ordine originale della lista prescelta e nell'ambito di ogni strato, alternativamente, con i numeri 1-2-3.

Pertanto i tre Istituti si sono divisi in tre parti uguali ed equivalenti non solo la rilevazione complessiva, ma anche ciascuna frazione di essa, e cioè la rilevazione prevista per ciascuna delle celle geografiche di stratificazione.

Per i comuni con popolazione superiore ai 100.000 abitanti non si pose il problema della ripartizione dei comuni tra i tre Istituti, perchè il lavoro di rilevazione venne ripartito in parti uguali all'interno di ciascun comune. Anche nei comuni tra i 30.000 e i 100.000 abitanti si è seguito lo stesso criterio, salvo alcuni casi, in cui, considerando il ridotto numero di interviste da eseguire nel comune, si è assegnato il lavoro a due o ad uno solo degli Istituti.

#### 3.4 - La scelta delle unità di campionamento del secondo stadio (sub-aree dei comuni)

Si è stabilito di considerare, quali unità di campionamento di secondo stadio, le sub-aree di ciascun comune corrispondenti alle sezioni elettorali.

Com'è noto, le sezioni elettorali raggruppano gli elettori secondo un criterio topografico, e pertanto tale criterio consente, con la scelta casuale di un campione di sezioni elettorali di un comune, la realizzazione, in pratica, di una ulteriore stratificazione per sub-aree (isolati, quartieri, frazioni, ecc.), all'interno del comune stesso.

Nell'estrarre le sezioni elettorali, si sono seguiti i criteri seguenti.

- 1) Il numero di sezioni da estrarre era vincolato dal numero di sezioni esistenti nel comune, e dal numero costante di nominativi da estrarre per ogni sezione che era stato fissato (in genere, almeno per i comuni con un numero di sezioni sufficiente, quattro nominativi).
- 2) Da quanto precede, discende che nei comuni più piccoli (in genere in



tutti quelli con meno di 10.000 abitanti) non si poneva neppure il problema della scelta delle sezioni da estrarre, in quanto tutte le sezioni dovevano essere estratte, e in qualche caso il numero dei nominativi da estrarre per ogni sezione, dato il limitato numero di sezioni, doveva essere superiore a quattro.

Ciò anche in considerazione del fatto che si doveva estrarre un numero di nominativi superiore al numero delle interviste di cui era prevista l'esecuzione nel comune, dato che occorreva disporre di un'adeguata quota di nominativi di riserva.

- 3) In tutti gli altri casi, e cioè quando il numero delle sezioni elettorali esistenti nel comune era esuberante rispetto alle esigenze di estrazione dei nominativi (in genere per tutti i comuni superiori ai 10.000 abitanti), la scelta delle sezioni avveniva casualmente, in base ad una tabella di numeri aleatori.

### 3.5 - La scelta delle unità di campionamento del terzo stadio (individui)

Per quanto riguarda la scelta degli individui da intervistare, nell'ambito delle sezioni elettorali prescelte, occorre distinguere tra due grandi classi di individui, e cioè:

- 1 - persone i cui nominativi sono elencati nelle liste elettorali (elettori, cioè adulti dai 21 anni compiuti in su)
- 2 - giovani dai 15 anni compiuti ai 21 anni non ancora compiuti, che non sono iscritti nelle liste elettorali.

#### Scelta degli adulti

Per quanto riguarda gli adulti (elettori), da ogni sezione elettorale prescelta è stato estratto a caso il numero occorrente di maschi (o di femmine), usando tabelle di numeri aleatori.

La rilevazione di ciascun nominativo consisteva nella trascrizione su appositi moduli del cognome e nome della persona, dell'indirizzo, e dell'anno di nascita.

L'intervistatore aveva l'incarico di intervistare proprio quella persona.

Se, per cause di forza maggiore, quella persona non poteva essere intervistata, l'intervistato lasciava cadere l'intervista, oppure faceva l'intervista ad un'altra persona a seconda della causa della mancata intervista al nominativo assegnato, e, in caso di sostituzione della persona, seguendo due

criteri diversi, sempre a seconda della causa di caduta del nominativo as segnato. Le regole, in sintesi, erano le seguenti:

- 1) Nel caso che la causa di caduta del nominativo, fosse l'avvenuto decesso del medesimo, o il rifiuto, o un qualunque motivo diverso da quelli previsti in seguito, non si doveva fare alcuna sostituzione, e l'intervista cadeva definitivamente.
- 2) Nel caso che la causa di caduta del nominativo fosse l'irreperibilità per inesattezza dell'indirizzo, oppure l'assenza dell'intervistando an che alla 3<sup>a</sup> visita, o comunque per un periodo prolungato, superiore a quello a disposizione dell'intervistatore per fare le interviste nel comune, si doveva fare l'intervista ad un nominativo di riserva, dello stesso sesso, e scelto nella medesima sezione elettorale. Per questo i nominativi assegnati di ogni sezione erano contrassegnati in parte come nominativi "ordinari" (da intervistare senz'altro) e in parte come nominativi "di riserva" (da intervistare solo se qualcuno dei nominativi ordinari non potesse essere intervistato).
- 3) Nel caso, infine, che la causa di caduta del nominativo fosse il trasferimento dell'intera famiglia, si doveva fare l'intervista ad una persona maggiorenne, dello stesso sesso, e scelta, con un criterio ca suale, nella famiglia subentrata nell'abitazione della famiglia trasferita.

#### Scelta dei giovani

Per quanto riguarda i giovani da 15 anni (compiuti) a 21 anni (non compiuti), che non figurano nelle liste elettorali, si è proceduto nel modo seguente.

Per ogni giovane che doveva essere intervistato, veniva scelto, utilizzando le stesse sezioni elettorali utilizzate per la selezione degli adulti, il nominativo e indirizzo di un adulto, da destinare espressamente ed esclusivamente alla scelta di un giovane, secondo i criteri seguenti.

- 1) Nel caso che nella famiglia dell'adulto vivesse un giovane della clas se di età voluta, si intervistava quello.
- 2) Nel caso che nella famiglia vivessero due o più giovani della classe di età voluta, ne veniva scelto uno con un criterio casuale, e si intervistava quello.
- 3) Nel caso che nella famiglia non vivesse alcun giovane della classe di età voluta, l'intervistatore doveva individuare la famiglia con l'abi-

tazione più vicina in cui vivesse un giovane, e intervistare quello. Sia per l'individuazione, in concreto, della "famiglia con giovani più vicina", che per l'individuazione del giovane da intervistare in una famiglia ove vi fossero più giovani, erano stabiliti dei criteri di facile applicazione, ma rigorosamente casuali.

Vennero assegnate, in ogni comune, interviste di maschi e di femmine in uguali proporzioni (50% e 50%). Comunque le giuste proporzioni tra maschi e femmine, al livello dei singoli strati geografici e anche delle due grandi classi di età (giovani e adulti) erano destinate ad essere eventualmente corrette a posteriori, in occasione della ponderazione.

L'estrazione dei nominativi dagli schedari degli uffici elettorali di ciascun comune venne effettuata dall'Istituto incaricato delle interviste in quel comune, nei comuni sotto i 30 mila abitanti (dove, come si è detto, le interviste venivano eseguite da un solo Istituto). Le estrazioni vennero effettuate da uno solo dei tre Istituti anche nei comuni con oltre 30 mila abitanti (in ciascuno dei quali, come si è detto, il lavoro di intervista veniva invece ripartito tra più Istituti), in quanto i comuni di tale classe erano stati ripartiti equamente tra i tre Istituti, ma ai fini del solo lavoro di estrazione dei nominativi.

#### 4. LA RILEVAZIONE

##### 4.1 - Addestramento degli intervistatori

Tutti gli intervistatori che hanno partecipato all'indagine sono stati addestrati personalmente nel corso di riunioni di un'intera giornata.

Nella prima parte della riunione si illustrava il questionario e la tecnica di intervista, e venivano fatti esempi pratici collettivi.

Nella seconda parte ogni intervistatore eseguiva, in presenza di un istruttore, un'intervista di prova, ad una persona estranea.

Gli intervistatori di ciascuno dei tre Istituti sono stati istruiti in riunioni separate.

Oltre all'addestramento personale, gli intervistatori hanno ricevuto anche un dettagliato manuale di istruzioni.

Le interviste sono state eseguite da 382 intervistatori, complessivamente, di cui 140 della Demoskoepa, 122 della Doxa e 120 della Makrotest.

##### 4.2 - Epoca e numero delle interviste

Le interviste hanno avuto luogo tra il 15 marzo e il 20 aprile 1975.

Nel complesso le interviste valide ed effettivamente utilizzate sono state 14.340 per il campione nazionale e i supercampionamenti regionali, più 2.688 per i supercampionamenti provinciali. Nel complesso 17.028 interviste, così suddivise tra i tre Istituti :

##### Prospetto II

	DEMOSKOPEA	D O X A	MAKROTEST	TOTALE
- Campione nazionale e supercampionamenti regionali .....	4.698	5.073	4.569	14.340
- Supercampionamenti provinciali .....	860	988	840	2.688
	5.558	6.061	5.409	17.028



#### 4.3 - Questionari e condizioni di intervista

Per la rilevazione dei fatti di lettura dei quotidiani, l'intervistatore seguiva una tecnica particolare, per la quale aveva ricevuto un apposito addestramento, facendo anche alcune prove pratiche alla presenza degli istruttori.

Tale tecnica si sviluppava nelle seguenti fasi.

1<sup>a</sup> fase - L'intervistatore estrae e consegna all'intervistato un mazzo di cartellini, su ciascuno dei quali c'è la riproduzione, in facsimile, della testata di un quotidiano. Nel mazzo a disposizione di ogni intervistatore sono compresi, in media, 15-20 quotidiani (tutti quelli che hanno almeno una minima probabilità di essere letti nella regione). Inoltre vengono mostrati all'intervistato, dopo i cartellini con le singole testate, altri cartelli in cui sono comprese, tutte insieme, le riproduzioni delle altre testate di quotidiani diffusi in Italia.

In ogni caso l'intervistato ha la possibilità di indicare anche quotidiani non compresi fra quelli riprodotti nei cartellini e nei cartelli mostrati.

2<sup>a</sup> fase - L'intervistatore prega l'intervistato di guardare tutte le testate riprodotte nei cartellini e di indicare i quotidiani letti o sfogliati almeno una volta negli ultimi tre mesi, in casa o fuori di casa. Alla fine l'intervistatore segna le risposte sul questionario.

3<sup>a</sup> fase - L'intervistatore prende il mazzo dei cartellini con i quotidiani letti o sfogliati negli ultimi 3 mesi, e per ciascuno rivolge la domanda 3, per rilevare la frequenza di lettura del quotidiano.

4<sup>a</sup> fase - Quindi l'intervistatore, riprendendo uno per uno i quotidiani letti o sfogliati negli ultimi tre mesi, rivolge, questa volta di seguito, e cioè esaurendo un quotidiano alla volta, tutta una serie di domande su :

- epoca dell'ultima occasione di lettura (dom. 4)
- (se tale epoca cade negli ultimi 7 giorni): se il quotidiano è stato letto l'ultima domenica, l'ultimo sabato, l'ultimo venerdì e così via fino all'ultimo lunedì (dom. 5)

- nel caso che l'ultima lettura avesse avuto luogo "ieri", se è stato letto proprio il numero di ieri, oppure un numero arretrato (dom. 6)
- fonte di acquisizione della copia letta (dom. 7)
- ruolo di lettore principale o "aggiunto" nel caso che la fonte di acquisizione fosse l'acquisto personale o comunque l'acquisto familiare (dom. 8)
- orari di lettura, nel giorno dell'ultima lettura (dom. 9)
- luogo di lettura (in casa o fuori casa), nel giorno dell'ultima lettura (dom. 10).

L'intervista aveva una durata media di 20-25 minuti (un po' di più per i lettori di molti quotidiani, un po' meno per i non lettori di quotidiani).

Le interviste venivano eseguite sempre nelle abitazioni degli intervistati. Era ammessa una deroga a questa regola (il cui rispetto è stato verificato nel corso dei controlli), soltanto nel caso dei commercianti e artigiani, che, ove sussistessero condizioni adeguate di tempo, spazio e tranquillità, potevano essere intervistati nel posto di lavoro.

Altre condizioni che dovevano essere realizzate per la corretta esecuzione dell'intervista (e la cui sussistenza veniva accertata nel corso dei controlli), erano:

- l'assenza di interventi o aiuti da parte di persone diverse da l'intervistato, che potessero influire sulle risposte alle domande riguardanti la lettura dei quotidiani
- l'uso corretto dei cartellini riproducenti le testate dei quotidiani e degli altri cartellini contenenti parole che l'intervistato doveva leggere prima di rispondere a determinate domande.

## 5. I CONTROLLI

### 5.1 - Controlli delle interviste

L'ISERP ha controllato circa 6% delle interviste con visite personali al le persone intervistate.

I controlli ISERP sono ripartiti per Istituto come risulta dalla tavola che segue, nella quale è indicato anche il numero di intervistatori con trollati.

Prospetto III

	numero di intervistatori controllati	numero di interviste controllate
- DEMOSKOPEA	50	350
- DOXA	50	350
- MAKROTEST	50	350
T O T A L E	150	1.050

Oltre e a parte dai controlli dell'ISERP, sono stati effettuati, da ciascun Istituto nel quadro della propria normale attività di controllo del lavoro della propria rete di intervistatori, controlli basati su nuove visite alle persone intervistate, riguardanti un complesso di almeno 10% di tutte le interviste eseguite.

Il risultato di questi controlli può considerarsi molto soddisfacente.

Nel corso dei controlli (e in particolare di quelli effettuati dall'ISERP) veniva accertata non soltanto l'avvenuta esecuzione dell'intervista, ma anche tutta una serie di fatti obiettivi da cui si potesse desumere l'effettiva rispondenza delle tecniche di intervista adottate a quanto richiesto nelle istruzioni, e in particolare la realizzazione di adeguate condizioni, l'uso corretto dei cartellini, la completezza dell'intervista e la esatta rilevazione delle caratteristiche dell'intervistato e della sua famiglia.

### 5.2 - Controlli del campione

Alla fine della rilevazione, per le interviste eseguite da ciascuno dei tre Istituti, e per il complesso delle interviste, sono stati effettuati dalla Commissione Tecnica ISERP, numerosi controlli della distribuzione

delle interviste realizzate sia secondo le variabili di stratificazione (regioni, ampiezza centri, sesso) sia per altre variabili socio-demografiche (età, classe sociale, condizione professionale).

Poichè la composizione del campione per Istituto è risultata conforme alle attese, la Commissione Tecnica ha autorizzato la somma dei 3 sub-campioni, ai fini di consentire agli Istituti di procedere all'esecuzione delle elaborazioni cumulate, previa una ponderazione da effettuarsi con i criteri concordati.



## 6. PONDERAZIONE DEL CAMPIONE

Lo scopo fondamentale della ponderazione del campione è di ripristinare, a posteriori, le giuste proporzioni fra campione e universo all'interno dei vari parametri di stratificazione.

Tali proporzioni, a posteriori, possono risultare alterate a causa di una alterazione volutamente operata a priori (nel caso dell'ISEGI i vari super campionamenti regionali e provinciali, nonché il trattamento dei diversi strati con tassi di campionamento differenziati) e/o a causa di anomalie di stratificazione (statistiche dell'universo, utilizzate per distribuire le interviste, imperfette) o di rilevazione (differenze tra interviste programmate e interviste realizzate nei vari strati).

La ponderazione viene effettuata moltiplicando tutte le informazioni ottenute con le interviste eseguite nei vari strati per i fattori risultanti dal rapporto tra universo rappresentato in ciascuno strato e numero di interviste effettivamente eseguite in quello strato. In questo modo si realizza, oltre al riaggiustamento della proporzionalità del campione, anche la sua estrapolazione all'universo (e cioè la possibilità di leggere i valori assoluti ricavati direttamente dall'analisi del campione, in "migliaia di individui stimati nell'universo").

Le celle di stratificazione utilizzate per la ponderazione dell'indagine ISEGI sono quelle derivanti dall'incrocio dei seguenti caratteri.

Per il campione nazionale, per un complesso di 14.340 interviste:

- 36 regioni, gruppi di province o province singole
- x 4 classi di popolazione dei comuni (fino 10.000 ab/oltre 10.000 non capoluoghi/capoluoghi di provincia/capoluoghi di regione)
- x 2 sessi
- x 2 grandi classi di età (15-24 anni e 25 anni ed oltre).

---

576 celle in totale.

Per i campioni delle 10 provincie supercampionate, per un complesso di 3.948 interviste, di cui 1.260 eseguite per il campione nazionale + regionali, e 2.688 per i "supercampionamenti" provinciali :

- 10 provincie
- x 4 classi di popolazione dei comuni (fino 10.000 ab/oltre 10.000 non capoluoghi/capoluoghi di provincia/capoluoghi di regione)
- x 2 sessi
- x 2 grandi classi di età

---

160 celle in totale

Ai fini delle elaborazioni i due gruppi di campioni, quello "nazionale/regionale" e quello "provinciale", sono stati tenuti separati, come nell'ISEGI 1973.

In particolare :

- nel campione nazionale non sono state incluse le interviste fatte per i "supercampionamenti" delle 10 provincie supercampionate, ma solo la quota di interviste prevista per tali provincie in base al piano di campionamento nazionale (1.260).
- nei campioni provinciali sono comprese sia le 2.688 interviste effettuate in 10 provincie quali "supercampionamenti" e sia le 1.260 interviste effettuate, nelle stesse provincie, nel quadro del campionamento nazionale.

#### 7. RINVIO ALLA DOCUMENTAZIONE TECNICA

Per ulteriori notizie di dettaglio sulla metodologia dell'indagine ISEGI della primavera 1975, e sui fatti di rilevazione, controllo ed elaborazione dei dati, si rinvia alla documentazione più analitica, in parte già nelle mani dei membri del Comitato Tecnico, e che comunque gli Istituti tengono a disposizione, sia in vista dell'esecuzione di nuove e più approfondite elaborazioni dei dati, e sia per l'eventualità di dover preparare note aggiuntive di precisazione in relazione a quesiti specifici.

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

IL QUESTIONARIO UTILIZZATO PER LE INTERVISTE





<p>MESCOLARE I CARTELLINI-TESTATA E CONSEGNARLI ALL'INTERVISTATO DICENDO:</p> <p>1 - Su questi cartellini ci sono i nomi di alcuni quotidiani. Li guardi uno per uno e mi dica: quali di questi quotidiani Lei ha letto o sfogliato in casa o fuori casa, almeno una volta in questi ultimi tre mesi?</p> <p>INTERVISTATORE:</p> <p>- Segnare sul questionario i quotidiani letti o sfogliati negli ultimi 3 mesi.</p> <p>- Mettere via tutti gli altri cartellini.</p>	<p>PER OGNI QUOTIDIANO LETTO O SFOGLIATO NEGLI ULTIMI 3 MESI, RIVOLGERE LE DOMANDE 4 - 10</p> <p>4 - Quando, <u>prima di oggi</u>, ha letto o sfogliato <u>l'ultima volta</u>, in casa o fuori di casa, il quotidiano . . . . . (indicarlo).</p> <p>- Se risposte 1 - 2 ("negli ultimi 7 giorni"), passare a dom. 5</p> <p>- Altrimenti passare al quotidiano seguente (letto o sfogliato negli ultimi 3 mesi) - (vedere istruzioni).</p>
<p>MOSTRARE IL CARTELLO N° 1</p> <p>2 - Negli ultimi 3 mesi ha letto o sfogliato, in casa o fuori casa, quotidiani che sono indicati su questa lista? Quali?</p> <p>INTERVISTATORE:</p> <p>- Segnare i quotidiani indicati a dom. 2</p>	<p>5 - Dunque <u>ieri</u>, Lei ha proprio letto o sfogliato ( o non ha proprio letto nè sfogliato ) un numero del quotidiano . . . . . (indicarlo), in casa o fuori di casa, anche se arretrato? ( Chiedere conferma se risposta 1 a dom. 4 - Accertare bene se risp. 2 a dom. 4)</p> <p>- E <u>l'altro ieri</u>, e cioè . . . . . scorso ( nominare il giorno della settimana corrispondente a l'altro ieri ) ?</p> <p>- E il <u>giorno prima</u>, e cioè . . . . . scorso?.</p> <p>Incominciare da ieri e ripetere la domanda per ciascuno dei sette giorni, continuando con 2 giorni fa (...scorso) e terminando con 7 giorni fa (...scorso).</p>
<p>2bis -Vi sono <u>altri</u> quotidiani che ha letto o sfogliato negli ultimi tre mesi? Provi a cercare in quest'ultima lista (CARTELLO N° 2), ma può dirmi anche quotidiani non elencati in alcuna delle mie liste.</p> <p>INTERVISTATORE:</p> <p>-Scrivere i quotidiani indicati a dom. 2bis in fondo alla pagina.</p>	<p>6 - (Se "ieri"): Il . . . . . (nome del quotidiano) che ha letto ieri era <u>quello di ieri</u> ( cioè quello uscito con la data di ieri ) oppure era il numero di un giorno precedente?</p>
<p>PRESENTARE, UNO PER UNO, I CARTELLINI DEI QUOTIDIANI LETTI O SFOGLIATI NEGLI ULTIMI 3 MESI (selezionati a dom. 1) E PER CIASCUNO CHIEDERE:</p> <p>3 - Dunque a Lei capita di leggere o sfogliare, in casa o fuori casa, il quotidiano... (indicarlo). Con quale frequenza di solito Lei legge o sfoglia questo quotidiano? Si aiuti con questo cartellino (MOSTRARE IL CARTELLINO 3).</p>	<p>RIVOLGERE LE DOMANDE SEGUENTI 7-10 SOLO SE IL QUOTIDIANO E' STATO LETTO O SFOGLIATO NEGLI ULTIMI 7 GIORNI E RIFERIRSI AL GIORNO DI LETTURA PIU' VICINO ( a partire da ieri).</p> <p>7 - Parliamo solo dell'<u>ultima volta</u> che ha letto o sfogliato. . . . . (indicare il quotidiano). Come si è procurato il numero de. . . . . (indicare il quotidiano) che Lei ha letto o sfogliato. . . . . (indicare l'ultimo giorno di lettura) (MOSTRARE IL CARTELLINO 7)? Dica proprio come se lo è procurato. . . . . (<u>Ultimo giorno di lettura</u>), anche se di solito si procura questo quotidiano in modo diverso.</p>
<p>INTERVISTATORE:</p> <p>- Ripetere la dom. 3 per gli eventuali quotidiani indicati alle domande, 2 e 2bis.</p> <p>- Dedicare una riga ad ogni quotidiano.</p> <p>- Incominciare dall'alto se l'asterisco (*) sta a fianco della testata 01; iniziare dal basso se l'asterisco (*) sta a fianco della testata 38.</p>	<p>RIVOLGERE LA DOMANDA 8 SE RISPOSTA 4 - 5 - 6 A DOM. 7</p> <p>8 - In alcune famiglie il quotidiano, anche se viene letto da diverse persone, è acquistato principalmente per una persona. Il . . . . . (indicare il quotidiano) che è stato acquistato (o consegnato a casa). . . . . scorso, per chi è stato acquistato principalmente?</p>
	<p>PER LE DOMANDE 9 E 10 RIFERIRSI SEMPRE ALL'ULTIMO GIORNO DI LETTURA</p> <p>9 - Pensi sempre al numero del. . . . . (indicare il quotidiano) che Lei ha letto o sfogliato. . . . . (indicare il giorno di lettura più vicino). Mi può dire <u>tutte le ore</u> in cui ha letto o sfogliato quel numero del. . . . . (indicare il quotidiano)? (MOSTRARE IL CART. 9)</p> <p>Mi interessa proprio quello che Lei ha fatto . . . . . ( <u>ultimo giorno di lettura</u> ) e non quello che fa di solito.</p>
	<p>10- Pensi a <u>tutte le volte</u> che ha letto o sfogliato quel numero del . . . . . (indicare il quotidiano) . . . . . (indicare il giorno di lettura più vicino). L'ha letto o sfogliato in casa? L'ha letto o sfogliato fuori casa? (sono ammesse due risposte "si").</p>





<p>11 - La Sua famiglia possiede.....</p> <p style="text-align: right;">(32)</p> <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:60%;"></td> <td style="width:10%; text-align: center;">SI</td> <td style="width:10%; text-align: center;">NO</td> <td style="width:20%;"></td> </tr> <tr> <td>- Una lavatrice? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una lavastoviglie? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Un televisore? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Un giradischi? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una cinepresa? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una macchina fotografica? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una automobile? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">7</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una seconda automobile? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">8</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una macchina per scrivere? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">9</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una motocicletta, scooter o ciclomotore? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Un'enciclopedia di almeno 4 volumi? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">X</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Una seconda abitazione di proprietà o in affitto? . . . . .</td> <td style="text-align: center;">Y</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td></td> </tr> </table>		SI	NO		- Una lavatrice? . . . . .	1	Z		- Una lavastoviglie? . . . . .	2	Z		- Un televisore? . . . . .	3	Z		- Un giradischi? . . . . .	4	Z		- Una cinepresa? . . . . .	5	Z		- Una macchina fotografica? . . . . .	6	Z		- Una automobile? . . . . .	7	Z		- Una seconda automobile? . . . . .	8	Z		- Una macchina per scrivere? . . . . .	9	Z		- Una motocicletta, scooter o ciclomotore? . . . . .	0	Z		- Un'enciclopedia di almeno 4 volumi? . . . . .	X	Z		- Una seconda abitazione di proprietà o in affitto? . . . . .	Y	Z		<p>12 - L'abitazione della famiglia è:</p> <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:70%;">- di proprietà, usufrutto o riscatto . . . . .</td> <td style="width:10%; text-align: center;">1</td> <td style="width:20%;"></td> </tr> <tr> <td>- affitto o subaffitto . . . . .</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- altro titolo . . . . .</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> </tr> </table> <p>13 - L'abitazione:</p> <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:70%;">- dispone di un impianto di riscaldamento</td> <td style="width:10%;"></td> <td style="width:20%;"></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">. fisso centrale (ad uso di più abitazioni) . . . . .</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">. fisso autonomo (ad uso della sola abitazione) dell'intervistato . . . . .</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- viene riscaldata con apparecchi singoli (stufe, caminetti, ecc.) . . . . .</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- non dispone di impianto di riscaldamento, né viene riscaldata con apparecchi singoli . . . . .</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> </tr> </table>	- di proprietà, usufrutto o riscatto . . . . .	1		- affitto o subaffitto . . . . .	2		- altro titolo . . . . .	3		- dispone di un impianto di riscaldamento			. fisso centrale (ad uso di più abitazioni) . . . . .	1		. fisso autonomo (ad uso della sola abitazione) dell'intervistato . . . . .	2		- viene riscaldata con apparecchi singoli (stufe, caminetti, ecc.) . . . . .	3		- non dispone di impianto di riscaldamento, né viene riscaldata con apparecchi singoli . . . . .	4		<p style="text-align: right;">(33)</p> <p style="text-align: right;">(34)</p>
	SI	NO																																																																												
- Una lavatrice? . . . . .	1	Z																																																																												
- Una lavastoviglie? . . . . .	2	Z																																																																												
- Un televisore? . . . . .	3	Z																																																																												
- Un giradischi? . . . . .	4	Z																																																																												
- Una cinepresa? . . . . .	5	Z																																																																												
- Una macchina fotografica? . . . . .	6	Z																																																																												
- Una automobile? . . . . .	7	Z																																																																												
- Una seconda automobile? . . . . .	8	Z																																																																												
- Una macchina per scrivere? . . . . .	9	Z																																																																												
- Una motocicletta, scooter o ciclomotore? . . . . .	0	Z																																																																												
- Un'enciclopedia di almeno 4 volumi? . . . . .	X	Z																																																																												
- Una seconda abitazione di proprietà o in affitto? . . . . .	Y	Z																																																																												
- di proprietà, usufrutto o riscatto . . . . .	1																																																																													
- affitto o subaffitto . . . . .	2																																																																													
- altro titolo . . . . .	3																																																																													
- dispone di un impianto di riscaldamento																																																																														
. fisso centrale (ad uso di più abitazioni) . . . . .	1																																																																													
. fisso autonomo (ad uso della sola abitazione) dell'intervistato . . . . .	2																																																																													
- viene riscaldata con apparecchi singoli (stufe, caminetti, ecc.) . . . . .	3																																																																													
- non dispone di impianto di riscaldamento, né viene riscaldata con apparecchi singoli . . . . .	4																																																																													

14 - Chi fa parte della Sua famiglia? Mi indichi tutte le persone che vivono presso la Sua famiglia, Lei compreso.

**INTERVISTATORE: COMPILARE IL PROSPETTO CHE SEGUE PER TUTTE LE PERSONE CHE VIVONO IN FAMIGLIA.**

Sono esclusi:

- a) coloro che prestano servizio militare
- b) gli allievi in collegi o convitti
- c) le persone assenti da oltre 6 mesi
- d) le persone di servizio
- e) i pensionati, subinquilini e salariati

**PER OGNI MEMBRO DELLA FAMIGLIA RILEVARE:**

- a) il rapporto di parentela con l'intervistato
- b) il sesso
- c) l'età (alla data dell'ultimo compleanno)

**INOLTRE, SOLO PER COLORO CHE HANNO 15 ANNI ED OLTRE CHIEDERE:**

- d) se lavorano (occupati professionalmente anche se coadiuvanti)
- e) chi è il capo famiglia (vedere istruzioni)
- f) chi ha la responsabilità degli acquisti alimentari per la famiglia (donna di casa) (vedere istruzioni)

Rapporto di parentela con l'intervistato	Sesso		Età (anni compiuti)	Solo se hanno 15 anni o più		
	M	F		Lavora? sì no	Capofamiglia	Donna di casa
Intervistato . . . . .	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4
_____	1	2	_____	1 2	3	4

N° totale componenti la famiglia _____	(35)	(36)	
--	------	------	--

**REGOLA PER LA DETERMINAZIONE DEL CAPOFAMIGLIA**

Se nella famiglia ci sono:	Capofamiglia è	
- uno o più maschi di 21 anni e oltre	e almeno uno lavora	il più anziano dei maschi che lavorano
	e nessuno di essi lavora	il più anziano dei maschi
- nessun maschio di 21 anni o più, ma una o più femmine di 21 anni ed oltre	e almeno una lavora	la più anziana delle femmine che lavorano
	e nessuna di esse lavora	la più anziana delle femmine

DATI SULL'INTERVISTATO	
A - Sesso dell'intervistato	(17)
- maschio . . . . .	1
- femmina . . . . .	2
B - Età dell'intervistato	(18)(19)
- Anni compiuti: _____	
C - L'intervistato/a è il capofamiglia (secondo la regola indicata a pag. 7)?	(20)
- sì . . . . .	1
- no . . . . .	2
D - L'intervistato/a è la "donna di casa" (responsabile degli acquisti alimentari per la famiglia)?	(21)
- sì . . . . .	1
- no . . . . .	2
E1 - Qual è la Sua professione ed occupazione attuale? (Indicare con precisione: vedere istruzioni)	(22)(24)
_____	
E2 - Per chi è in condizione non professionale, indicare se si tratta di:	
- scolaro o studente . . . . .	1
- persona in cerca di prima occupazione . . . . .	2
- casalinga . . . . .	3
- persona ritirata dal lavoro (per raggiunti limiti di età, per invalidità, per altra causa) . . . . .	4
- altra condizione e cioè:	
. proprietario o benestante . . . . .	5
. ecclesiastico in condizione non professionale . . . . .	6
. disoccupato, ex occupato . . . . .	7
. altra (specificare): _____	
_____	
_____	
_____	8
E3 - <u>Posizione nella professione:</u>	
Svolge attività lavorativa <u>alle dipendenze</u>	
- dirigente . . . . .	1
- impiegato o appartenente alle categorie intermedie . . . . .	2
- operaio, subalterno, salariato o assimilato . . . . .	3
- lavorante a domicilio per conto di imprese . . . . .	4
Svolge attività lavorativa <u>in conto proprio</u>	
- imprenditore . . . . .	5
- libero professionista . . . . .	6
- lavoratore in proprio (artigiano, coltivatore diretto, esercente di negozio, mezzadro, ecc.) . . . . .	7
- coadiuvante . . . . .	8
E4 - <u>Grado di istruzione:</u>	(25)
- laurea . . . . .	1
- università, ma non laurea . . . . .	2
- scuola media superiore con diploma . . . . .	3
- scuola media superiore senza diploma . . . . .	4
- scuola media inferiore con licenza . . . . .	5
- scuola media inferiore senza licenza . . . . .	6
- scuola elementare con licenza . . . . .	7
- scuola elementare senza licenza . . . . .	8
- nessuna scuola . . . . .	9

DATI SUL CAPOFAMIGLIA	
F1 - Qual è la professione od occupazione attuale di _____ (indicare la persona indicata come capofamiglia al prospetto dom.21)	(26)(28)
_____	
F2 - Per chi non è in condizione professionale, indicare se si tratta di:	
- scolaro o studente . . . . .	1
- persona in cerca di prima occupazione . . . . .	2
- casalinga . . . . .	3
- persona ritirata dal lavoro (per raggiunti limiti di età, per invalidità, per altra causa) . . . . .	4
- altra condizione e cioè:	
. proprietario o benestante . . . . .	5
. ecclesiastico in condizione non professionale . . . . .	6
. disoccupato, ex disoccupato . . . . .	7
. altra (specificare): _____	
_____	8
F3 - <u>Posizione nella professione</u>	
Svolge attività lavorativa <u>alle dipendenze</u>	
- dirigente . . . . .	1
- impiegato o appartenente alle categorie intermedie . . . . .	2
- operaio, subalterno, salariato o assimilato . . . . .	3
- lavorante a domicilio per conto di imprese . . . . .	4
Svolge attività lavorativa <u>in conto proprio</u>	
- imprenditore . . . . .	5
- libero professionista . . . . .	6
- lavoratore in proprio (artigiano, coltivatore diretto, esercente di negozio, mezzadro ecc)	7
- coadiuvante . . . . .	8
VALUTAZIONI DELL'INTERVISTATORE	
G1 - <u>Livello dell'abitazione</u>	(29)
- di lusso, signorile con 5 o più stanze . . . . .	1
- di lusso, signorile con meno di 5 stanze . . . . .	2
- media, dignitosa con 4 o più stanze . . . . .	3
- media, dignitosa con meno di 4 stanze . . . . .	4
- medio-inf., modesta con 3 o più stanze . . . . .	5
- medio-inf., modesta con meno di 3 stanze . . . . .	6
- inferiore, povera con 2 o più stanze . . . . .	7
- inferiore, povera con meno di 2 stanze . . . . .	8
- tugurio, baracca, abitazione impropria . . . . .	9
G2 - <u>Classe socio-economica</u>	(30)
- superiore . . . . .	1
- medio-superiore . . . . .	2
- media . . . . .	3
- medio-inferiore . . . . .	4
- inferiore . . . . .	5
G3 - <u>Reddito mensile complessivo della famiglia</u>	(31)
- fino a 50.000 lire . . . . .	1
- da 50 a 70.000 lire . . . . .	2
- da 70 a 120.000 lire . . . . .	3
- da 120 a 180.000 lire . . . . .	4
- da 180 a 250.000 lire . . . . .	5
- da 250 a 350.000 lire . . . . .	6
- da 350 a 500.000 lire . . . . .	7
- 500.000 lire e più . . . . .	8
DICHIARO DI AVER RIVOLTO TUTTE LE DOMANDE DEL PRESENTE QUESTIONARIO ALLA PERSONA SUINDICATA.	
Firma dell'intervistatore: _____	



## ARROTONDAMENTI

- Le cifre indicate nelle tavole derivano da un arrotondamento sistematico operato dal calcolatore.

In particolare:

- se si tratta di stime (in migliaia), siccome i fattori di ponderazione di solito non sono numeri interi, l'arrotondamento si rende necessario in presenza di valori comprendenti frazioni dell'unità. In tal caso l'arrotondamento viene fatto all'unità (dunque al migliaio) più vicina, non importa se per eccesso o per difetto (p.es.:  $356,425 = 356$  e  $356,615 = 357$ );
- se si tratta di percentuali l'arrotondamento viene fatto al decimo di punto percentuale più vicino, non importa se per eccesso o per difetto (p.es.:  $36,22.. = 36,2$  e  $34,76.. = 34,8$ ).

- A causa dei criteri di arrotondamento suddetti, e poichè non opera alcun sistema di "forzatura della quadratura", la somma indicata di più addendi (sia di stime che di percentuali) può non coincidere esattamente con la somma apparente.

- Quando, in una tavola, compare il segno "-" (trattino) ciò significa: "nessun caso rilevato".

- Quando invece compare il segno "\*" (asterisco) ciò significa:

- se si tratta di stime: la stima dell'universo non raggiunge il valore minimo di 1 unità (cioè di 1 migliaio), il che corrisponde, in pratica (a causa dell'arrotondamento), a "meno di 500";
- se si tratta di percentuali: la percentuale non raggiunge il valore minimo di 0,1 (cioè di 0,1%), il che corrisponde, in pratica (a causa dell'arrotondamento), a "meno di 0,05%".

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

## PROFILO DEI LETTORI DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

- secondo le definizioni di lettura statiche
- per "tutti i quotidiani" e "quotidiani ISEGI"

## IL CONTENUTO DELLE TAVOLE

- Le tavole della parte "PROFILO DEI LETTORI DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO" contengono i risultati della classificazione dei lettori di quotidiani, senza riferimento alle singole testate, secondo i parametri socio-demografici.
- Le definizioni di lettura adottate per questa parte sono le seguenti:
  - LETTORI ULTIMO GIORNO  
Persone che hanno letto o sfogliato almeno un quotidiano (non importa quale) nel giorno precedente quello dell'intervista (dom. 4), con le eccezioni precisate nella descrizione del contenuto delle tavole della parte "Lettori quotidiani per quotidiano" (sostituzione di "ieri" con "l'altro ieri" per i quotidiani che non escono nel giorno precedente quello dell'intervista, e rettifiche relative al caso "Stampa/Sera" e "Stampa").
  - LETTORI ULTIMI 7 GIORNI  
Persone che hanno letto o sfogliato almeno un quotidiano, almeno una volta, negli ultimi 7 giorni (dom. 4).
  - LETTORI ULTIMI 14 GIORNI  
Persone che hanno letto o sfogliato almeno un quotidiano, almeno una volta, negli ultimi 14 giorni (dom. 4).
  - LETTORI ULTIMI 3 MESI  
Persone che hanno letto o sfogliato almeno un quotidiano, almeno una volta, negli ultimi 3 mesi (dom. 1 e 2).
  - NON LETTORI  
Persone che negli ultimi 3 mesi non hanno letto o sfogliato alcun quotidiano (dom. 1 e 2).
- I dati che fanno riferimento assoluto alle definizioni suddette sono riportati nelle colonne intestate con le parole "TUTTI I QUOTIDIANI": pertanto in tali colonne i dati comprendono i lettori di qualsunque quotidiano, anche se non partecipante all'indagine ISEGI.
- I dati riportati nelle colonne intestate con le parole "QUOTIDIANI ISEGI" fanno riferimento alle stesse definizioni di lettura, ma con riferimento restrittivo ai soli quotidiani partecipanti all'indagine ISEGI (in questo rapporto i 38 aderenti per la rilevazione della primavera 1975, e cioè tutti quelli considerati nelle elaborazioni "quotidiano per quotidiano" delle altre parti di questo rapporto). In altre parole, per la interpretazione dei dati "QUOTIDIANI ISEGI", ogni definizione di lettura va precisata così: "Persone che hanno letto o sfogliato almeno un quotidiano ..., purché compreso nella lista dei quotidiani partecipanti all'indagine ISEGI".



● I parametri di classificazione utilizzati sono i seguenti:

#### SESSO

Il carattere "sesso" non è stato utilizzato come parametro primario delle elaborazioni (gruppo delle elaborazioni sul profilo relativo agli uomini separato dal gruppo donne), ma solo come uno dei numerosi parametri di classificazione.

#### E T A'

L'età dell'intervistato è stata rilevata per lo più direttamente dalle liste elettorali. Le classi di età considerate nelle elaborazioni sono: da 15 a 24 anni; da 25 a 34 anni; da 35 a 44 anni; da 45 a 54 anni; da 55 a 64 anni; oltre 64 anni.

#### CLASSE ECONOMICO-SOCIALE

La categoria economico-sociale dell'intervistato (e della sua famiglia), è stata valutata direttamente dall'intervistatore, al termine dell'intervista ("domanda" G2).

I criteri di valutazione adottati dagli intervistatori sono basati sulla considerazione integrata di tre variabili:

1) professione (del capofamiglia e dell'intervistato); 2) titolo di studio (dell'intervistato); 3) tipo di abitazione, e cioè dei principali indici sia del potere di acquisto e del tenore di vita e sia del livello socio-culturale.

Le categorie economico-sociali considerate nelle elaborazioni sono le seguenti:

a) classe superiore o medio-superiore: in genere famiglie di imprenditori, amministratori e direttori di società, dirigenti, professionisti e funzionari di grado molto elevato, redditieri, ecc.; b) classe media: in genere famiglie di impiegati e operai qualificati dell'industria, commercianti e artigiani di condizioni buone o medie, ecc.; c) classe medio-inferiore: in genere famiglie di operai, artigiani e impiegati, agricoltori pensionati di condizioni modeste, ecc.; d) classe inferiore: in genere famiglie di condizioni misere o quasi: braccianti agricoli, operai sotto-occupati o disoccupati, pensionati con reddito minimo, ecc.

#### TITOLO DI STUDIO CONSEGUITO

I gruppi di analisi considerati nelle elaborazioni fanno riferimento al più elevato titolo di studio conseguito dall'intervistato (domanda E4), e sono i seguenti: a) laurea;

b) diploma di scuola media superiore (università ma non laurea + scuola media superiore con diploma); c) licenza di scuola media inferiore (scuola media superiore senza diploma + scuola media inferiore con licenza); d) tutti gli altri (scuola media inferiore senza licenza + scuola elementare con o senza licenza + nessuna scuola).

#### CAPOLUOGHI E NON CAPOLUOGHI

I gruppi di analisi considerati nelle elaborazioni sono: a) residenti nei capoluoghi di regione; b) residenti nei capoluoghi di provincia che non sono capoluoghi di regione; c) residenti in comuni non capoluoghi.

#### CONDIZIONE PROFESSIONALE

I gruppi di analisi considerati nelle elaborazioni fanno riferimento alla condizione professionale della persona intervistata, rilevata con la serie di domande E1, E2, E3, e sono: a) Imprenditori, liberi professionisti e dirigenti; b) Impiegati e appartenenti alle categorie intermedie; c) Negozianti e artigiani; d) Operai e subalterni occupati in rami diversi dall'agricoltura; e) Agricoltori conduttori in proprio (coltivatori diretti, affittuari, mezzadri); f) Agricoltori dipendenti (salariati agricoli); g) Casalinghe; h) Pensionati; i) Studenti; l) Altre condizioni professionali o non professionali.

#### AMPIEZZA DEMOGRAFICA DEI COMUNI

I gruppi di analisi considerati nelle elaborazioni, fanno riferimento alla classe di popolazione totale (abitanti di tutte le età dei comuni di residenza degli intervistati), e sono i seguenti: a) fino a 10.000 abitanti; b) da 10.001 a 30.000 abitanti; c) da 30.001 a 100.000 abitanti; d) oltre 100.000 abitanti.

#### REDDITO MENSILE DELLA FAMIGLIA

L'intervistatore, al termine dell'intervista, faceva una stima della classe di reddito mensile complessivo della famiglia cui appartiene l'intervistato ("domanda" G3). Le classi di reddito considerate nelle elaborazioni sono le seguenti: a) fino a 50.000 lire; b) da 50.000 a 70.000 lire; c) da 70.000 a 120.000 lire; d) da 120.000 a 180.000 lire; e) da 180.000 a 250.000 lire; f) da 250.000 a 350.000 lire; g) da 350.000 a 500.000 lire; h) oltre 500.000 lire.



## POSSESSO DI BENI DUREVOLI DELLA FAMIGLIA

Gli intervistati sono stati classificati secondo possesso, da parte della famiglia, di questo o quel bene durevole (rilevato con la domanda 11). Per es. alla voce "lavatrice" si leggono i dati relativi a tutte le persone la cui famiglia possiede una o più lavatrici.

I beni durevoli considerati sulle elaborazioni sono i seguenti: a) lavatrice; b) lavastoviglie; c) televisore; d) giradischi; e) cinepresa; f) macchina fotografica; g) automobile; h) seconda automobile (i possessori di una seconda automobile sono compresi anche nel gruppo g); i) macchina per scrivere; l) motocicletta o scooter o ciclomotore; m) enciclopedia di almeno 4 volumi; n) seconda abitazione di proprietà o in affitto.

## LIVELLO DELL'ABITAZIONE

Il livello dell'abitazione in cui vive lo intervistato è stato stimato direttamente

dall'intervistatore con la "domanda" 11. I livelli considerati nelle elaborazioni sono i seguenti: a) di lusso, signorile con 5 o più stanze; b) di lusso, signorile con meno di 5 stanze; c) media, dignitosa con 4 o più stanze; d) media, dignitosa con meno di 4 stanze; e) medio-inferiore, modesta con 3 o più stanze; f) medio-inferiore, modesta con meno di 3 stanze; g) inferiore, povera con 2 o più stanze; h) inferiore, povera con meno di 2 stanze; i) tugurio, baracca, abitazione impropria.

## TITOLO DI OCCUPAZIONE DELL'ABITAZIONE

Il titolo di occupazione dell'abitazione da parte della famiglia dell'intervistato è stato rilevato con la domanda 12.

I gruppi di analisi considerati nelle elaborazioni sono i seguenti: a) abitazione di proprietà, in usufrutto o a riscatto; b) abitazione in affitto o sub-affitto; c) abitazione occupata ad altro titolo (uso gratuito, ecc.).

### ● I dati sono espressi in:

- 1) NUMERO STIMATO IN '000 (valutazione dell'universo corrispondente, in migliaia di persone)
- 2) PERCENTUALI DI PENETRAZIONE (p.es.: su 100 adulti italiani - o su 100 uomini, su 100 donne, su 100 persone in età 15-24 anni, ecc. - quanti sono lettori di quotidiani secondo la definizione adottata)
- 3) PERCENTUALI DI COMPOSIZIONE (p.es. su 100 "lettori di quotidiani nell'ultimo giorno" - o "su 100 lettori di quotidiani negli ultimi 7 giorni", ecc. - quanti sono uomini e quanti donne; quanti hanno da 15 a 24 anni, ecc.).

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.1

STIME IN '000	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI
TOTALE	41687	14845	13785	24071	22928	26715	25743	30281	29446	11406
<b>SESSO</b>										
- UOMINI	20075	9529	8893	14217	13638	15314	14842	16530	16168	3545
- DONNE	21612	5316	4892	9854	9290	11402	10902	13751	13278	7861
<b>CLASSE DI ETA'</b>										
- 15-24 ANNI	8091	3365	3065	5649	5367	6272	6030	6901	6739	1190
- 25-34 ANNI	7507	2919	2724	4782	4570	5282	5089	5959	5774	1548
- 35-44 ANNI	7453	2707	2500	4364	4142	4868	4663	5535	5382	1918
- 45-54 ANNI	7411	2461	2360	4035	3889	4518	4399	5192	5057	2219
- 55-64 ANNI	5361	1757	1649	2800	2643	3081	2973	3480	3381	1881
- OLTRE 64 ANNI	5864	1634	1488	2438	2317	2694	2589	3214	3112	2650
<b>CLASSE SOCIALE</b>										
- SUPERIORE/M. SUPER	2690	1835	1744	2360	2319	2457	2426	2557	2534	193
- MEDIA	17345	7749	7248	12420	11846	13548	13083	14806	14447	2539
- M. INFERIORE	17600	4767	4327	8294	7805	9562	9120	11370	10962	6230
- INFERIORE	4052	493	467	997	959	1148	1115	1548	1502	2504
<b>TITOLO DI STUDIO</b>										
- LAUREA	1072	782	770	1014	1010	1034	1029	1049	1047	23
- DIPLOMA M. SUPERIORE	4685	2877	2759	4073	3982	4300	4228	4496	4461	189
- DIPLOMA M. INFERIORE	8346	4432	4059	6740	6453	7258	7078	7708	7577	638
- ELEMENTARE O NESSUNA	27584	6755	6197	12243	11483	14122	13408	17030	16361	10554
<b>CAPOLUOGHI</b>										
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	8728	4482	4253	6673	6509	7125	6986	7661	7536	1067
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	5670	2534	2285	3809	3656	4262	4071	4661	4501	1009
- NON CAPOLUOGHI	27290	7829	7247	13498	12762	15328	14686	17960	17409	9330

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.2

STIME IN '000	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI
TOTALE	41687	14845	13785	24071	22928	26767	25743	30281	29446	11406
CONDIZIONE PROFESSIONALE										
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE	645	484	471	594	592	611	607	624	619	21
- IMPIEGATO	4384	2776	2672	3866	3795	4058	4005	4222	4192	162
- NEGOZIANTE	3730	1726	1592	2636	2535	2889	2786	3147	3064	583
- OPERAIO	8570	3232	2945	5553	5217	6207	5880	6877	6652	1693
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	1643	290	270	570	512	715	674	920	848	723
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	687	46	46	118	118	155	148	207	196	485
- CASALINGA	11590	2372	2221	4623	4349	5459	5208	6830	6596	4760
- PENSIONATO	6152	1791	1635	2710	2576	2994	2880	3498	3395	2654
- STUDENTE	3496	1817	1680	2844	2734	3091	3016	3309	3273	187
- ALTRO	792	310	253	557	498	589	539	653	611	139
GRANDEZZA COMUNI										
- FINO 10.000 ABITANTI	14646	4058	3670	6857	6362	7826	7364	9381	8984	5265
- 10-30.000 ABITANTI	7967	2362	2227	4172	4015	4744	4615	5431	5338	2536
- 30-100.000 ABITANTI	6884	2285	2168	3904	3745	4369	4237	4902	4812	1982
- OLTRE 100.000 ABITANTI	12190	6139	5720	9138	8806	9826	9527	10566	10313	1624
CLASSE DI REDDITO										
- FINO 50 MILA LIRE	328	19	19	31	29	45	43	77	77	251
- 50-70 MILA LIRE	1118	93	97	177	164	222	208	314	300	804
- 70-120 MILA LIRE	3449	580	540	1078	1030	1236	1198	1553	1518	1896
- 120-180 MILA LIRE	6809	1569	1414	2930	2765	3436	3273	4118	3966	2691
- 180-250 MILA LIRE	10425	3383	3105	5693	5371	6442	6151	7615	7358	2810
- 250-350 MILA LIRE	10645	4429	4105	7148	6783	7930	7596	8697	8454	1948
- 350-500 MILA LIRE	6165	3094	2900	4760	4589	5079	4945	5403	5297	762
- OLTRE 500 MILA LIRE	2735	1678	1614	2254	2198	2372	2326	2500	2472	235

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.3

STIME IN '000	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	
TOTALE	41687	14845	13785	24071	22928	26767	25743	30281	29446	11406
<u>POSSESSO AFNI DUREVOLI</u>										
- UNA LAVATRICE	32830	13036	12159	20895	19973	23007	22224	25758	25122	7072
- UNA LAVASTOVIGLIE	4553	2837	2711	3869	3746	4036	3935	4259	4188	294
- UN TELEVISORE	37598	14046	13068	22664	21608	25141	24214	28336	27599	9262
- UN GIRADISCHI	16464	7939	7475	12232	11804	13247	12902	14282	14065	2182
- UNA CINFPRESA	3527	2236	2137	3082	3003	3201	3146	3346	3308	181
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	16693	8569	8041	12976	12484	13954	13536	15057	14780	1636
- UNA AUTOMOBILE	26803	11162	10390	17806	16986	19541	18832	21661	21125	5142
- UNA SECONDA AUTOVORILE	4722	2631	2466	3730	3594	3945	3843	4157	4082	565
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	8511	4963	4677	7035	6852	7454	7324	7831	7737	680
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	9692	3733	3437	6000	5701	6652	6402	7480	7280	2212
- ENCICLOPEDIA	18638	9200	8568	14109	13544	15288	14808	16571	16241	2067
- SECONDA ABITAZIONE	3466	1898	1782	2676	2588	2855	2772	3048	3009	418
<u>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</u>										
- SIGNORILE +5 STANZE	834	611	598	744	734	759	753	790	786	44
- SIGNORILE -5 STANZE	839	558	545	703	692	739	726	759	753	80
- MEDIO +4 STANZE	8877	4136	3863	6318	6083	6872	6704	7478	7325	1399
- MEDIO -4 STANZE	8416	3702	3458	5875	5577	6449	6189	7068	6881	1348
- M. INFERIORE +3 STANZE	11995	3614	3296	6479	6086	7340	6947	8547	8255	3448
- M. INFERIORE -3 STANZE	5281	1329	1197	2283	2160	2675	2564	3210	3094	2071
- INFERIORE +2 STANZE	3963	692	644	1279	1217	1500	1441	1906	1839	2057
- INFERIORE -2 STANZE	1223	178	170	322	313	357	350	430	424	793
- ABITAZIONE IMPROPRIA	262	23	13	70	64	76	70	93	91	169
<u>TITOLO OCCUPAZIONE</u>										
- PROPRIETARI	22940	7727	7158	12616	11996	14051	13540	16092	15658	6848
- AFFITTO	16967	6563	6103	10585	10111	11723	11252	13067	12701	3900
- ALTRO	1401	417	394	640	604	744	712	845	820	556
- NON INDICA	379	137	129	229	218	249	237	278	267	101



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.5

% DI PENETRAZIONE	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI
TOTALE	100.0	35.6	39.1	57.7	59.0	64.1	61.8	72.6	70.6	27.4
SESSO										
- UOMINI	100.0	47.5	44.3	70.8	67.9	76.3	73.9	82.3	80.5	17.7
- DONNE	100.0	24.6	22.6	45.6	43.0	52.8	50.4	63.6	61.4	36.4
CLASSE DI ETÀ										
- 15-24 ANNI	100.0	41.6	37.9	69.8	66.3	77.5	74.5	85.3	83.3	14.7
- 25-34 ANNI	100.0	38.9	36.3	63.7	60.9	70.4	67.8	79.4	76.9	20.6
- 35-44 ANNI	100.0	36.3	33.5	58.6	55.6	65.3	62.6	74.3	72.2	25.7
- 45-54 ANNI	100.0	33.2	31.8	54.4	52.5	61.0	59.4	70.1	68.2	29.9
- 55-64 ANNI	100.0	32.8	30.8	52.2	49.3	57.5	55.5	64.9	63.1	35.1
- OLTRE 64 ANNI	100.0	27.9	25.4	41.6	39.5	45.9	44.2	54.8	53.1	45.2
CLASSE SOCIALE										
- SUPERIORE/M. SUPER	100.0	68.2	64.8	87.7	86.2	91.3	90.2	95.1	94.2	4.9
- MEDIA	100.0	44.7	41.8	71.6	68.3	78.1	75.4	85.4	83.3	14.6
- M. INFERIORE	100.0	27.1	24.6	47.1	44.3	54.3	51.8	64.6	62.3	35.4
- INFERIORE	100.0	12.2	11.5	24.6	23.7	28.3	27.5	38.2	37.1	61.8
TITOLO DI STUDIO										
- LAUREA	100.0	72.9	71.8	94.6	94.2	96.5	96.0	97.9	97.7	2.1
- DIPLOMA M. SUPERIORE	100.0	61.4	58.9	86.9	85.0	91.8	90.2	96.0	95.2	4.0
- DIPLOMA M. INFERIORE	100.0	53.1	48.6	80.8	77.3	87.0	84.8	92.4	90.8	7.6
- ELEMENTARE O NESSUNA	100.0	24.5	22.5	44.4	41.6	51.2	48.6	61.7	59.3	38.3
CAPOLUOGHI										
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	100.0	51.4	48.7	76.5	74.6	81.6	80.0	87.8	86.3	12.2
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	100.0	44.7	40.3	69.8	64.5	75.2	71.8	82.2	79.4	17.8
- NON CAPOLUOGHI	100.0	28.7	26.6	49.5	46.8	56.2	53.8	65.8	63.8	34.2

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.6

% DI PENETRAZIONE	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI
TOTALE	100.0	35.6	33.1	57.7	55.0	64.2	61.8	72.6	70.6	27.4
<u>CONDIZIONE PROFESSIONALE</u>										
- IMPRENDITORE+LIB PROF.DIRIGENTE	100.0	75.0	73.0	92.1	91.8	94.7	94.1	96.7	96.0	3.3
- IMPIEGATO	100.0	63.3	60.9	88.2	86.6	92.6	91.4	96.3	95.6	3.7
- NEGOZIANTE	100.0	46.3	42.7	70.7	68.0	77.5	74.7	84.4	82.1	15.6
- OPERAIO	100.0	37.7	34.4	64.8	60.9	72.4	68.6	80.2	77.6	19.8
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	100.0	17.7	16.4	34.7	31.2	43.5	41.0	56.0	51.6	44.0
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	100.0	6.7	6.7	17.2	17.2	22.6	21.5	29.4	28.5	70.6
- CASALINGA	100.0	20.5	19.2	39.9	37.5	47.1	44.9	58.9	56.9	41.1
- PENSIONATO	100.0	29.1	26.6	44.1	41.9	48.7	46.8	56.9	55.2	43.1
- STUDENTE	100.0	52.0	48.1	81.4	78.2	88.4	86.3	94.7	93.6	5.3
- ALTRO	100.0	39.1	31.9	70.3	62.9	74.4	68.1	82.4	77.1	17.6
<u>GRANDEZZA COMUNI</u>										
- FINO 10.000 ABITANTI	100.0	27.7	25.1	46.8	43.4	53.4	50.3	64.1	61.3	35.9
- 10-30.000 ABITANTI	100.0	29.6	28.0	52.4	50.4	59.5	57.9	68.2	67.0	31.8
- 30-100.000 ABITANTI	100.0	33.2	31.5	56.7	54.4	63.5	61.5	71.2	69.9	28.8
- OLTRE 100.000 ABITANTI	100.0	50.4	46.9	75.0	72.2	80.6	78.2	86.7	84.6	13.3
<u>CLASSE DI REDDITO</u>										
- FINO 50 MILA LIRE	100.0	5.8	5.8	9.5	8.8	13.7	13.1	23.5	23.5	76.5
- 50-70 MILA LIRE	100.0	8.3	7.8	15.8	14.7	19.9	18.6	28.1	26.8	71.9
- 70-120 MILA LIRE	100.0	16.8	15.7	31.3	29.9	35.8	34.7	45.0	44.0	55.0
- 120-180 MILA LIRE	100.0	23.0	20.8	43.0	40.6	50.5	48.1	60.5	58.2	39.5
- 180-250 MILA LIRE	100.0	32.5	29.8	54.6	51.5	61.8	59.0	73.0	70.6	27.0
- 250-350 MILA LIRE	100.0	41.6	38.6	67.1	63.7	74.5	71.4	81.7	79.4	18.3
- 350-500 MILA LIRE	100.0	50.2	47.0	77.2	74.4	82.4	80.2	87.6	85.9	12.4
- OLTRE 500 MILA LIRE	100.0	61.4	59.0	82.4	80.4	86.7	85.0	91.4	90.4	8.6

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.7

% DI PENETRAZIONE	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI
TOTALE	100.0	35.6	33.1	57.7	55.0	64.2	61.8	72.6	70.6	27.4
<u>POSSESSO RENDI DUREVOLI</u>										
- UNA LAVATRICE	100.0	39.7	37.0	63.6	60.8	70.1	67.7	78.5	76.5	21.5
- UNA LAVASTOVIGLIE	100.0	62.3	59.5	85.0	82.3	88.6	86.4	93.5	92.0	6.5
- UN TELEVISORE	100.0	37.4	34.8	60.3	57.5	66.9	64.4	75.4	73.4	24.6
- UN GIRADISCHI	100.0	48.2	45.4	74.3	71.7	80.5	78.4	86.7	85.4	13.3
- UNA CINEPRESA	100.0	63.4	60.6	87.4	85.1	90.8	89.2	94.9	93.8	5.1
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	100.0	51.3	48.2	77.7	74.8	83.6	81.1	90.2	88.5	9.8
- UNA AUTOMOBILE	100.0	41.6	38.8	66.4	63.4	72.9	70.3	80.8	78.8	19.2
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	100.0	55.7	52.2	79.0	76.1	83.5	81.4	88.0	86.4	12.0
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	100.0	58.3	55.0	82.7	80.5	87.6	86.1	92.0	90.9	8.0
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	100.0	38.5	35.5	61.9	58.8	68.6	66.1	77.2	75.1	22.8
- ENCICLOPEDIA	100.0	49.4	46.0	75.7	72.7	82.0	79.5	88.9	87.1	11.1
- SECONDA ABITAZIONE	100.0	54.8	51.4	77.2	74.7	82.4	80.0	87.9	86.8	12.1
<u>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</u>										
- SIGNORILE +5 STANZE	100.0	73.3	71.7	89.2	88.0	91.0	90.3	94.7	94.2	5.3
- SIGNORILE -5 STANZE	100.0	66.5	65.0	83.8	82.5	88.1	86.5	90.5	89.7	9.5
- MEDIO +4 STANZE	100.0	46.6	43.5	71.2	68.5	77.4	75.5	84.2	82.5	15.8
- MEDIO -4 STANZE	100.0	44.0	41.1	69.8	66.3	76.6	73.5	84.0	81.8	16.0
- M. INFERIORE +3 STANZE	100.0	30.1	27.5	54.0	50.7	61.2	57.9	71.3	68.8	28.7
- M. INFERIORE -3 STANZE	100.0	25.2	22.7	43.2	40.9	50.7	48.6	60.8	58.6	39.2
- INFERIORE +2 STANZE	100.0	17.5	16.3	32.3	30.7	37.9	36.4	48.1	46.4	51.9
- INFERIORE -2 STANZE	100.0	14.6	13.9	26.3	25.6	29.2	28.6	35.2	34.7	64.8
- ABITAZIONE IMPROPRIA	100.0	8.8	5.0	26.7	24.4	29.0	26.7	35.5	34.7	64.5
<u>TITOLO OCCUPAZIONE</u>										
- PROPRIETA'	100.0	33.7	31.2	55.0	52.3	61.3	59.0	70.1	68.3	29.9
- AFFITTO	100.0	38.7	36.0	62.4	59.6	69.1	66.3	77.0	74.9	23.0
- ALTRO	100.0	29.8	28.1	45.7	43.1	53.1	50.8	60.3	58.5	39.7
- NON INDICA	100.0	36.1	34.0	60.4	57.5	65.7	62.5	73.4	70.4	26.6

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.9

% DI COMPOSIZIONE	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI QUOTIDIANI
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>SESSO</b>										
- UOMINI	48.2	64.2	64.5	59.1	59.5	57.3	57.7	54.6	54.9	31.1
- DONNE	51.8	35.8	35.5	40.9	40.5	42.7	42.3	45.4	45.1	68.9
<b>CLASSE DI ETÀ</b>										
- 15-24 ANNI	19.4	22.7	22.2	23.5	23.4	23.5	23.4	22.8	22.9	10.4
- 25-34 ANNI	18.0	19.7	19.8	19.9	19.9	19.8	19.8	19.7	19.6	13.6
- 35-44 ANNI	17.9	18.2	18.1	18.1	18.1	18.2	18.1	18.3	18.3	16.8
- 45-54 ANNI	17.8	16.6	17.1	16.8	17.0	16.9	17.1	17.1	17.2	19.5
- 55-64 ANNI	12.9	11.8	12.0	11.6	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	16.5
- OLTRE 64 ANNI	14.1	11.0	10.8	10.1	10.1	10.1	10.1	10.6	10.6	23.2
<b>CLASSE SOCIALE</b>										
- SUPERIORE/M. SUPER	6.5	12.4	12.7	9.8	10.1	9.2	9.4	8.4	8.6	1.2
- MEDIA	41.6	52.2	52.6	51.6	51.7	50.7	50.8	48.9	49.1	22.3
- M. INFERIORE	42.2	32.1	31.4	34.5	34.0	35.8	35.4	37.5	37.2	54.6
- INFERIORE	9.7	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.3	5.1	5.1	22.0
<b>TITOLO DI STUDIO</b>										
- LAURFA	2.6	5.3	5.6	4.2	4.4	3.9	4.0	3.5	3.6	0.2
- DIPLOMA M. SUPERIORE	11.2	19.4	20.0	16.9	17.4	16.1	16.4	14.8	15.1	1.7
- DIPLOMA M. INFERIORE	20.0	29.9	29.4	28.0	28.1	27.2	27.5	25.5	25.7	5.6
- ELEMENTARE O NESSUNA	66.2	45.5	45.0	50.9	50.1	52.9	52.1	56.2	55.6	92.5
<b>CAPOLUOGHI</b>										
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	20.9	30.2	30.9	27.7	28.4	26.7	27.1	25.3	25.6	9.4
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	13.6	17.1	16.6	16.2	15.9	16.0	15.8	15.4	15.3	8.8
- NON CAPOLUOGHI	65.5	52.7	52.6	56.1	55.7	57.4	57.0	59.3	59.1	81.8



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.10

% DI COMPOSIZIONE	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<u>CONDIZIONE PROFESSIONALE</u>										
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE	1.5	3.3	3.4	2.5	2.6	2.3	2.4	2.1	2.1	.2
- IMPIEGATO	10.5	18.7	19.4	16.1	16.6	15.2	15.6	13.9	14.2	1.4
- NEGOZIANTE	8.9	11.6	11.5	11.0	11.1	10.8	10.8	10.4	10.4	5.1
- OPERAIO	20.6	21.8	21.4	23.1	22.8	23.2	22.8	22.7	22.6	14.8
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	3.9	2.0	2.0	2.4	2.2	2.7	2.6	3.0	2.9	6.3
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	1.6	.3	.3	.5	.5	.6	.6	.7	.7	4.3
- CASALINGA	27.8	16.0	16.1	19.2	19.0	20.4	20.2	22.6	22.4	41.7
- PENSIONATO	14.8	12.1	11.9	11.3	11.2	11.2	11.2	11.6	11.5	23.3
- STUDENTE	8.4	12.2	12.2	11.8	11.9	11.5	11.7	10.9	11.1	1.6
- ALTRO	1.9	2.1	1.8	2.3	2.2	2.2	2.1	2.2	2.1	1.2
<u>GRANDEZZA COMUNI</u>										
- FINO 10.000 ABITANTI	35.1	27.3	26.6	28.5	27.7	29.2	28.6	31.0	30.5	46.2
- 10-30.000 ABITANTI	19.1	15.9	16.2	17.3	17.5	17.7	17.9	17.9	18.1	22.2
- 30-100.000 ABITANTI	16.5	15.4	15.7	16.2	16.3	16.3	16.5	16.2	16.3	17.4
- OLTRE 100.000 ABITANTI	29.2	41.4	41.5	38.0	38.4	36.7	37.0	34.9	35.0	14.2
<u>CLASSE DI REDDITO</u>										
- FINO 50 MILA LIRE	.8	.1	.1	.1	.1	.2	.2	.3	.3	2.2
- 50-70 MILA LIRE	2.7	.6	.6	.7	.7	.8	.8	1.0	1.0	7.0
- 70-120 MILA LIRE	8.3	3.9	3.9	4.5	4.5	4.6	4.7	5.1	5.2	16.6
- 120-180 MILA LIRE	16.3	10.6	10.3	12.2	12.1	12.8	12.7	13.6	13.5	23.6
- 180-250 MILA LIRE	25.0	22.8	22.5	23.7	23.4	24.1	23.9	25.1	25.0	24.6
- 250-350 MILA LIRE	25.5	29.8	29.8	29.7	29.6	29.6	29.5	28.7	28.7	17.1
- 350-500 MILA LIRE	14.8	20.8	21.0	19.8	20.0	19.0	19.2	17.8	18.0	6.7
- OLTRE 500 MILA LIRE	6.6	11.3	11.7	9.4	9.6	8.9	9.0	8.3	8.4	2.1

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO

1.11

% DI COMPOSIZIONE	TOTALE ADULTI	LETTORI ULTIMO GIORNO		LETTORI ULTIMI 7 GIORNI		LETTORI ULTIMI 14 GIORNI		LETTORI ULTIMI 3 MESI		NON LETTORI
		TUTTI QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI	QUOTIDIANI ISEGI	TUTTI I QUOTIDIANI
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<u>POSSESSO BENI DUREVOLI</u>										
- UNA LAVATRICE	78.8	87.8	88.2	86.8	87.1	86.0	86.3	85.1	85.3	62.0
- UNA LAVASTOVIGLIE	10.9	19.1	19.7	16.1	16.3	15.1	15.3	14.1	14.2	2.6
- UN TELEVISORE	90.2	94.6	94.8	94.2	94.2	93.9	94.1	93.6	93.7	81.2
- UN GIRADISCHI	39.5	53.5	54.2	50.8	51.5	49.5	50.1	47.2	47.8	19.1
- UNA CINEPRESA	8.5	15.1	15.5	12.8	13.1	12.0	12.2	11.0	11.2	1.6
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	40.0	57.7	58.3	53.9	54.4	52.1	52.6	49.7	50.2	14.3
- UNA AUTOMOBILE	64.3	75.2	75.4	74.0	74.1	73.0	73.2	71.5	71.7	45.1
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	11.3	17.7	17.9	15.5	15.7	14.7	14.9	13.7	13.9	5.0
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	20.4	33.4	33.9	29.2	29.9	27.8	28.5	25.9	26.3	6.0
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	23.3	25.1	24.9	24.9	24.9	24.9	24.9	24.7	24.7	19.4
- ENCICLOPEDIA	44.7	62.0	62.2	58.6	59.1	57.1	57.5	54.7	55.2	18.1
- SECONDA ABITAZIONE	8.3	12.8	12.9	11.1	11.3	10.7	10.8	10.1	10.2	3.7
<u>LIVELLO D'ABITAZIONE</u>										
- SIGNORILE +5 STANZE	2.0	4.1	4.3	3.1	3.2	2.8	2.9	2.6	2.7	.4
- SIGNORILE -5 STANZE	2.0	3.8	4.0	2.9	3.0	2.8	2.8	2.5	2.6	.7
- MEDIO +4 STANZE	21.3	27.9	28.0	26.2	26.5	25.7	26.0	24.7	24.9	12.3
- MEDIO -4 STANZE	20.2	24.9	25.1	24.4	24.3	24.1	24.0	23.3	23.4	11.8
- M. INFERIORE +3 STANZE	28.8	24.3	23.9	26.9	26.5	27.4	27.0	28.2	28.0	30.2
- M. INFERIORE -3 STANZE	12.7	9.0	8.7	9.5	9.4	10.0	10.0	10.6	10.5	18.2
- INFERIORE +2 STANZE	9.5	4.7	4.7	5.3	5.3	5.6	5.6	6.3	6.2	18.0
- INFERIORE -2 STANZE	2.9	1.2	1.2	1.3	1.4	1.3	1.4	1.4	1.4	7.0
- ABITAZIONE IMPROPRIA	.6	.2	.1	.3	.3	.3	.3	.3	.3	1.5
<u>TITOLO OCCUPAZIONE</u>										
- PROPRIETA'	55.0	52.1	51.9	52.4	52.3	52.5	52.6	53.1	53.2	60.0
- AFFITTO	40.7	44.2	44.3	44.0	44.1	43.8	43.7	43.2	43.1	34.2
- ALTRO	3.4	2.8	2.9	2.7	2.6	2.8	2.8	2.8	2.8	4.9
- NON INDICA	.9	.9	.9	1.0	1.0	.9	.9	.9	.9	.9

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

## LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

- secondo sesso
- secondo tutte le definizioni di lettura statiche e dinamiche
- secondo fonte di provenienza della copia e ruolo del lettore in famiglia (per le due principali definizioni di lettura : l.u.g. e l.f.a.)

## IL CONTENUTO DELLE TAVOLE

● Le tavole della parte "LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO" contengono i risultati dell'indagine, testata per testata, con riferimento a tutte le definizioni di lettura adottate.

● Le definizioni di lettura adottate sono le seguenti :

### 1) DEFINIZIONI STATICHE

#### 1.1) LETTORI ULTIMO GIORNO

Persone che hanno letto o sfogliato il quotidiano X nel giorno precedente quello dell'intervista (dom. 4), con le seguenti eccezioni :

- a) Per i quotidiani che escono 6 giorni su 7 i dati sono stati rettificati sostituendo l'informazione relativa all' "ultimo giorno di uscita della testata" (cioè a "l'altro ieri", ricavata da dom. 5) all'informazione relativa a "ieri", per le interviste effettuate nei giorni successivi ai giorni di non uscita della testata.
- b) Per "Stampa Sera" e "La Stampa/Stampa Sera del Lunedì" i dati sono stati rettificati nel modo seguente :
  - sottraendo dall'audience di "Stampa Sera" la quantità di "lettori ieri" di tale testata, rilevati nelle interviste effettuate di martedì, che eccedeva la quantità media di "lettori ultimo giorno di uscita" rilevata per "Stampa Sera" nelle interviste dei giorni diversi dal martedì, dopo aver effettuato la correzione prevista per i casi (a)
  - trasferendo a "La Stampa/Stampa Sera del Lunedì" i lettori sottratti a "Stampa Sera" in base al criterio precedente, per i quali non era già presente l'informazione "letto ieri La Stampa".

#### 1.2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI

Persone che hanno letto o sfogliato il quotidiano X almeno una volta negli ultimi 7 giorni (dom. 4).

#### 1.3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI

Persone che hanno letto o sfogliato il quotidiano X almeno una volta negli ultimi 14 giorni (dom. 4).

#### 1.4) LETTORI ULTIMI 3 MESI

Persone che hanno letto o sfogliato il quotidiano X almeno una volta negli ultimi 3 mesi (dom. 1 e 2).

### 2) DEFINIZIONI DINAMICHE

#### 2.1+2.2) LETTORI ABITUALI

Persone che hanno dichiarato di leggere o sfogliare il quotidiano X almeno una volta alla settimana (dom. 3), e che l'hanno effettivamente letto o sfogliato l'ultima volta negli ultimi 7 giorni (dom. 4).



## 2.1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA

Lettori abituali (vedi definizione precedente) del quotidiano X, che hanno dichiarato di leggere o sfogliare il quotidiano X 4 o più volte alla settimana (dom. 3).

## 2.2) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA MEDIA

Lettori abituali che hanno dichiarato di leggere o sfogliare il quotidiano X da 1 a 3 volte alla settimana (dom. 3).

## 2.3) LETTORI OCCASIONALI

"Lettori ultimi tre mesi" del quotidiano X che però non sono "lettori abituali" del quotidiano X, e cioè che hanno dichiarato di leggere o sfogliare il quotidiano X meno di 1 volta alla settimana (dom. 3), oppure che, pur avendo dichiarato una frequenza di lettura di 1 o più volte la settimana, non l'hanno letto negli ultimi 7 giorni.

- Per le due definizioni di lettura più restrittive, e cioè "LETTORI ULTIMO GIORNO" e "LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA" viene fornita nelle tavole anche la seguente suddivisione secondo fonte di provenienza della copia ( $A + B =$  totale lettori, e  $A_1 + A_2 = A$ ), e secondo ruolo del lettore nelle famiglie acquirenti ( $A_3$  è una parte di A) :

A = LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTE = tutti i lettori che hanno dichiarato di aver letto o sfogliato, l'ultima volta, una copia del quotidiano X di cui sono venuti in possesso in seguito ad una delle circostanze così definite: 1) "Ho un abbonamento omaggio"; oppure 2) "Ho un abbonamento a mio nome"; oppure 4) "Me lo consegnano a domicilio"; oppure 5) "L'ho acquistato personalmente"; oppure 6) "L'ha acquistato un altro familiare" (dom. 7).

B = LETTORI NON ACQUIRENTI = tutti i lettori che hanno dichiarato di aver letto o sfogliato, l'ultima volta, una copia del quotidiano X di cui sono venuti in possesso in seguito ad una delle circostanze così definite: 7) "Regalato o prestato da una persona non di famiglia"; oppure 8) "Trovato in ufficio, posto di lavoro, negozio, caffè, parrucchiere, treno, circolo, albo murale, ecc." (dom. 7).

I LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTE (A), vengono ulteriormente classificati in due sottogruppi:

A<sub>1</sub> = LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI (definizione restrittiva) = i lettori che hanno dato, alla domanda 7, la risposta 2 ("Ho un abbonamento a mio nome"), oppure la risposta 5 ("L'ho acquistato personalmente"), affermando così esplicitamente il proprio ruolo esclusivo di "acquirente personale" (ogni altra risposta, come la 1 o la 4, potrebbe lasciare qualche dubbio su tale esclusività).

E' tuttavia sempre possibile, nei casi concreti, la presenza di qualche fenomeno di "sovrapposizione" o di "duplicazione" (due persone della stessa famiglia che, di una stessa copia, sarebbero pronte a dichiararsi entrambe, in maggiore o minore buona fede, "acquirente personale").

A<sub>2</sub> = ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTE = i lettori compresi nel gruppo A ma non nel gruppo A<sub>1</sub> (risposte 1, 3, 4, 6 alla domanda 7).

Naturalmente  $A_1 + A_2 = A$ .

Infine, dai LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTE (A) viene ulteriormente isolato un sottogruppo così definitivo :

A<sub>3</sub> = LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTE (definizione restrittiva) = tutti i lettori che, avendo dato, alla domanda 7, una delle risposte seguenti: 4 ("Me lo consegnano a domicilio"); oppure 5 ("L'ho acquistato personalmente"); oppure 6 ("L'ha acquistato un altro familiare"), hanno esplicitamente dichiarato, alla successiva domanda 8, che la copia del quotidiano X, letta o sfogliata l'ultima volta (e acquistata dalla famiglia), è stata acquistata principalmente per l'intervistato (risposta a 0 a domanda 8).

La differenza  $A - A_3$  è data da tutti i lettori in famiglia acquirente ai quali non può essere attribuito il ruolo di "lettore principale in famiglia" (perchè questo ruolo spetta ad un'altra persona della famiglia, o è diluito tra più persone, o comunque non è di sicura attribuzione al lettore intervistato).

● Tutti i dati suddetti vengono suddivisi, verticalmente :

- secondo "TOTALE ITALIA" e "REGIONE DI EDIZIONE" per i quotidiani per i quali è stata adottata, ai fini delle elaborazioni, la formula "campionamento nazionale/regionale" (per l'Unità le "regioni di edizione" sono due: Lombardia e Lazio)
- secondo "PROVINCIA DI EDIZIONE" per i quotidiani per i quali è stata adottata la formula "campionamento provinciale, comprensivo di supercampionamento ad hoc" (Per il Piccolo, ai fini delle elaborazioni di questa parte, è stata adottata sia la formula nazionale/regionale che la formula provinciale - su l'insieme delle due provincie di Trieste + Gorizia).

● All'interno di ogni suddivisione geografica, i dati sono ulteriormente suddivisi secondo sesso, e cioè:

- TOTALE ADULTI
- UOMINI
- DONNE

● I dati sono espressi in:

- 1) NUMERO STIMATO IN '000 (valutazione dell'universo corrispondente, in migliaia di persone)
- 2) PERCENTUALI DI PENETRAZIONE (p.es.: su 100 adulti - o su 100 uomini o su 100 donne - residenti in Italia - o residenti nella regione A o nella provincia B - quanti sono lettori del quotidiano X secondo le varie definizioni di lettura).

● I quotidiani considerati in questa parte sono 38 e cioè quelli aderenti all'indagine ISEGI per la prima rilevazione del 1975 (primavera).

L'Adige	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			TRENTINO A.A.			TOTALE ITALIA			TRENTINO A.A.		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALF	41687	20075	21612	633	307	326	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	118	72	46	81	49	32	0.3	0.4	0.2	12.8	16.0	9.8
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	304	181	122	201	113	87	0.7	0.9	0.6	31.8	36.8	26.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	378	221	157	249	131	116	0.9	1.1	0.7	39.3	42.7	35.6
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	551	327	225	318	165	153	1.3	1.6	1.0	50.2	53.7	46.9
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	48	28	19	38	18	19	0.1	0.1	0.1	6.0	5.9	5.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	70	44	26	43	31	11	0.2	0.2	0.1	6.6	10.1	3.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	22	17	5	13	8	5	0.1	0.1	*	2.1	2.6	1.5
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	24	11	14	24	11	14	0.1	0.1	0.1	3.8	3.6	4.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	12	9	3	7	4	3	*	*	*	1.1	1.3	0.9
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	101	63	38	97	59	38	0.2	0.3	0.2	15.3	19.2	11.7
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	175	107	68	87	49	38	0.4	0.5	0.3	13.7	16.0	11.7
3) LETTORI OCCASIONALI	273	155	118	132	55	77	0.7	0.8	0.5	20.9	17.9	23.6
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	44	21	22	44	21	22	0.1	0.1	0.1	7.0	6.8	6.7
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	57	42	15	53	38	15	0.1	0.2	0.1	8.4	12.4	4.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	16	10	5	16	10	5	*	*	*	2.5	3.3	1.5
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	29	11	17	29	11	17	0.1	0.1	0.1	4.6	3.6	5.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	10	5	4	10	5	4	*	*	*	1.6	1.6	1.2



ALTO ADIGE	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			TRENTINO A.A.			TOTALE ITALIA			TRENTINO A.A.		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	633	307	326	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	180	116	64	177	113	64	.4	.6	.3	28.0	36.8	19.6
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	368	223	146	343	204	140	.9	1.1	.7	54.2	66.4	42.9
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	423	245	179	392	225	167	1.0	1.2	.8	61.9	73.3	51.2
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	562	328	234	440	239	200	1.3	1.6	1.1	69.5	77.9	61.3
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	96	52	44	93	50	44	.2	.3	.2	14.7	16.3	13.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	85	63	21	85	63	21	.2	.3	.1	13.4	20.5	6.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	45	34	11	43	32	11	.1	.2	.1	6.8	10.4	3.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	51	18	33	51	18	33	.1	.1	.2	8.1	5.9	10.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	25	20	6	25	20	6	.1	.1	*	3.9	6.5	1.8
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	202	130	71	197	127	69	.5	.6	.3	31.1	41.4	21.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	145	84	62	127	69	58	.3	.4	.3	20.1	22.5	17.8
3) LETTORI OCCASIONALI	214	112	102	113	41	72	.5	.6	.5	17.9	13.4	22.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	105	58	46	100	56	44	.2	.3	.2	15.8	18.2	13.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	97	72	24	97	72	24	.2	.4	.1	15.3	23.5	7.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	50	39	11	47	36	11	.1	.2	.1	7.4	11.7	3.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	55	20	35	53	20	33	.1	.1	.2	8.4	6.5	10.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	29	22	6	29	22	6	.1	.1	*	4.6	7.2	1.8



CORRIERE DELLA SERA	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			TOTALE ITALIA			LOMBARDIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	6706	3209	3497	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	1944	1235	709	1272	751	521	4.7	6.2	3.3	19.0	23.4	14.9
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	4584	2928	1657	2463	1485	979	11.0	14.6	7.7	36.7	46.3	28.0
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	6098	3829	2268	2916	1695	1222	14.6	19.1	10.5	43.5	52.8	34.9
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	8303	5040	3263	3446	1919	1529	19.9	25.1	15.1	51.4	59.8	43.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1391	785	606	962	496	466	3.3	3.9	2.8	14.3	15.5	13.2
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	553	450	103	310	255	55	1.3	2.2	.5	4.6	7.9	1.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	703	524	180	457	322	136	1.7	2.6	.8	6.8	10.0	3.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	688	261	427	505	175	330	1.7	1.3	2.0	7.5	5.5	9.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	534	454	79	325	256	68	1.3	2.3	.4	4.8	8.0	1.9
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	2122	1351	770	1345	833	513	5.1	6.7	3.6	20.1	26.0	14.7
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	2169	1405	764	985	581	406	5.2	7.0	3.5	14.7	18.1	11.6
3) LETTORI OCCASIONALI	4013	2284	1729	1116	505	610	9.6	11.4	8.0	16.6	15.7	17.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1504	870	634	1008	572	435	3.6	4.3	2.9	15.0	17.8	12.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	618	481	136	337	261	78	1.5	2.4	.6	5.0	8.1	2.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	785	590	194	507	373	136	1.9	2.9	.9	7.6	11.6	3.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	719	280	440	499	200	301	1.7	1.4	2.0	7.4	6.2	8.6
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	604	503	101	368	300	68	1.4	2.5	.5	5.5	9.3	1.9

CORRIERE D'INFORMAZIONE	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			TOTALE ITALIA			LOMBARDIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	6706	3209	3497	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	217	138	81	166	98	69	.5	.7	.4	2.5	3.1	2.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	718	440	278	579	344	233	1.7	2.2	1.3	8.6	10.7	6.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1058	644	415	851	506	344	2.5	3.2	1.9	12.7	15.8	9.8
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1550	920	630	1182	676	506	3.7	4.6	2.9	17.6	21.1	14.5
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	162	90	72	128	65	63	.4	.4	.3	1.9	2.0	1.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	55	47	8	39	33	6	.1	.2	*	.6	1.0	.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	74	61	12	47	37	10	.2	.3	.1	.7	1.2	.3
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	88	29	59	82	29	53	.2	.1	.3	1.2	.9	1.5
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	67	49	18	45	26	18	.2	.2	.1	.7	.8	.5
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	242	148	95	187	108	79	.6	.7	.4	2.8	3.4	2.3
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	410	256	154	339	213	126	1.0	1.3	.7	5.1	6.6	3.6
3) LETTORI OCCASIONALI	902	518	384	658	355	303	2.2	2.6	1.8	9.8	11.1	8.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	194	111	83	161	92	70	.5	.6	.4	2.4	2.9	2.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	48	37	11	25	16	9	.1	.2	.1	.4	.5	.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	95	69	25	73	49	23	.2	.3	.1	1.1	1.5	.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	99	42	57	89	42	46	.2	.2	.3	1.3	1.3	1.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	84	62	21	65	44	21	.2	.3	.1	1.0	1.4	.6

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			PUGLIE			TOTALE ITALIA			PUGLIE		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI
TOTALF	41687	20075	21612	2577	1247	1330	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	525	413	112	495	388	107	1.3	2.1	.5	19.2	31.1	8.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	980	684	298	888	616	270	2.4	3.4	1.4	34.5	49.4	20.3
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1189	812	377	1028	705	323	2.8	4.0	1.7	39.9	56.5	24.3
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1546	967	580	1202	747	455	3.7	4.8	2.7	46.6	59.9	34.2
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	275	183	92	262	175	87	.7	.9	.4	10.2	14.0	6.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	250	229	20	233	213	20	.6	1.1	.1	9.0	17.1	1.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	147	119	28	139	112	26	.4	.6	.1	5.4	9.0	2.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	128	64	64	123	63	60	.3	.3	.3	4.8	5.1	4.5
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	153	127	25	143	119	24	.4	.6	.1	5.5	9.5	1.8
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	491	355	138	465	337	127	1.2	1.8	.6	18.0	27.0	9.5
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	418	288	129	377	259	119	1.0	1.4	.6	14.6	20.8	8.9
3) LETTORI OCCASIONALI	637	324	313	361	151	210	1.5	1.6	1.4	14.0	12.1	15.8
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	270	158	112	255	153	102	.6	.8	.5	9.9	12.3	7.7
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	221	197	25	210	184	25	.5	1.0	.1	8.1	14.8	1.9
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	127	90	38	117	86	32	.3	.4	.2	4.5	6.9	2.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	143	68	74	138	67	70	.3	.3	.3	5.4	5.4	5.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	133	104	31	122	99	24	.3	.5	.1	4.7	7.9	1.8

La Gazzetta dello Sport	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			TOTALE ITALIA			LOMBARDIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	6706	3209	3497	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	1206	1081	125	399	370	30	2.9	5.4	.6	5.9	11.5	.9
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	3915	3235	681	1114	953	161	9.4	16.1	3.2	16.6	29.7	4.6
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	5244	4203	1040	1398	1136	262	12.6	20.9	4.8	20.8	35.4	7.5
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	6765	5140	1625	1664	1307	357	16.2	25.6	7.5	24.8	40.7	10.2
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	555	470	86	197	171	25	1.3	2.3	.4	2.9	5.3	.7
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	651	611	40	203	198	4	1.6	3.0	.2	3.0	5.2	.1
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	407	387	19	137	137	-	1.0	1.9	.1	2.0	4.3	-
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	149	83	66	60	36	25	.4	.4	.3	.9	1.1	.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	372	356	16	139	139	-	.9	1.8	.1	2.1	4.3	-
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	863	749	114	296	269	28	2.1	3.7	.5	4.4	8.4	.8
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	2735	2253	483	731	616	114	6.6	11.2	2.2	10.9	19.2	3.3
3) LETTORI OCCASIONALI	3167	2138	1029	637	423	214	7.6	10.7	4.8	9.5	13.2	6.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	466	396	68	173	152	21	1.1	2.0	.3	2.6	4.7	.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	399	355	45	123	117	6	1.0	1.8	.2	1.8	3.6	.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	344	330	14	122	119	3	.8	1.6	.1	1.8	3.7	.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	120	66	54	51	33	18	.3	.3	.2	.8	1.0	.5
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	315	303	12	119	116	3	.8	1.5	.1	1.8	3.6	.1



Gazzetta del Sud	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			CALABRIA			TOTALE ITALIA			CALABRIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	1427	694	733	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	462	288	173	337	205	132	1.1	1.4	.8	23.6	29.5	18.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	829	505	324	551	333	218	2.0	2.5	1.5	38.6	48.0	29.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1000	597	403	656	386	270	2.4	3.0	1.9	46.0	55.6	36.8
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1313	811	502	785	463	322	3.1	4.0	2.3	55.0	66.7	43.9
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	334	185	148	270	154	116	.8	.9	.7	18.9	22.2	15.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	125	100	25	65	49	16	.3	.5	.1	4.6	7.1	2.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	176	144	33	148	118	30	.4	.7	.2	10.4	17.0	4.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	158	42	116	122	36	87	.4	.2	.5	8.5	5.2	11.9
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	151	116	35	126	97	30	.4	.6	.2	9.8	14.0	4.1
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	484	283	201	339	199	141	1.2	1.4	.9	23.8	28.7	19.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	306	201	105	194	126	66	.7	1.0	.5	13.6	18.2	9.0
3) LETTORI OCCASIONALI	524	327	197	252	137	115	1.3	1.6	.9	17.7	19.7	15.7
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	365	185	179	281	153	128	.9	.9	.8	19.7	22.0	17.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	120	99	21	58	46	12	.3	.5	.1	4.1	6.6	1.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	180	141	40	147	115	32	.4	.7	.2	10.3	16.6	4.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	184	45	140	135	38	97	.4	.2	.6	9.5	5.5	13.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	154	117	37	129	98	32	.4	.6	.2	9.0	14.1	4.4

IL GAZZETTINO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			VENETO			TOTALE ITALIA			VENETO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3155	1519	1635	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	708	470	237	623	401	221	1.7	2.3	1.1	19.7	26.4	13.5
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1467	934	534	1205	753	452	3.5	4.7	2.5	38.2	49.6	27.6
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1847	1109	739	1490	872	616	4.4	5.5	3.4	47.2	57.4	37.7
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2339	1338	1001	1776	998	779	5.6	6.7	4.6	56.3	65.7	47.6
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	311	182	127	274	159	115	.7	.9	.6	8.7	10.5	7.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	397	287	110	348	243	106	.9	1.4	.5	11.0	16.0	6.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	161	118	43	150	110	40	.4	.6	.2	4.8	7.2	2.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	150	64	86	124	49	75	.4	.3	.4	3.9	3.2	4.6
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	100	82	18	94	76	16	.2	.4	.1	3.0	5.0	1.0
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	825	583	242	713	498	216	2.0	2.9	1.1	22.6	32.8	13.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	565	331	233	447	248	200	1.4	1.6	1.1	14.2	16.3	12.2
3) LETTORI OCCASIONALI	949	424	525	614	251	364	2.3	2.1	2.4	19.5	16.5	22.3
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	384	232	152	339	206	133	.9	1.2	.7	10.7	13.6	8.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	440	351	90	375	292	82	1.1	1.7	.4	11.9	19.2	5.0
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	201	147	54	187	139	50	.5	.7	.2	5.9	9.2	3.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	183	86	98	152	67	85	.4	.4	.5	4.8	4.4	5.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	117	81	37	107	74	33	.3	.4	.2	3.4	4.9	2.0

il Giornale-----	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			TOTALE ITALIA			LOMBARDIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI
TOTALE	41687	20075	21612	6706	3209	3497	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	419	277	141	195	128	66	1.0	1.4	.7	2.9	4.0	1.9
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1044	651	393	413	256	158	2.5	3.2	1.8	6.2	8.0	4.5
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1593	1034	558	597	372	225	3.8	5.2	2.6	8.9	11.6	6.4
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2600	1661	941	911	567	344	6.2	8.3	4.4	13.6	17.7	9.8
<b>FONTI DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	280	184	96	135	92	43	.7	.9	.4	2.0	2.9	1.2
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	139	93	46	60	36	24	.3	.5	.2	.9	1.1	.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	145	127	17	60	52	8	.3	.6	.1	.9	1.6	.2
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	136	58	77	74	40	35	.3	.3	.4	1.1	1.2	1.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	124	117	7	57	55	3	.3	.6	.*	.8	1.7	.1
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	430	268	163	199	108	91	1.0	1.3	.8	3.0	3.4	2.6
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	494	320	174	162	116	46	1.2	1.6	.8	2.4	3.6	1.3
3) LETTORI OCCASIONALI	1669	1073	596	545	342	203	4.0	5.3	2.8	8.1	10.7	5.8
<b>FONTI DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	304	182	121	158	89	69	.7	.9	.6	2.4	2.8	2.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	126	86	41	41	19	21	.3	.4	.2	.6	.6	.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	155	121	35	66	45	21	.4	.6	.2	1.0	1.4	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	149	61	88	92	44	48	.4	.3	.4	1.4	1.4	1.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	125	110	14	58	48	10	.3	.5	.1	.9	1.5	.3

GIORNALE DI SICILIA	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			SICILIA			TOTALE ITALIA			SICILIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3457	1673	1784	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	297	210	88	281	199	82	.7	1.0	.4	8.1	11.9	4.6
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	661	439	222	630	417	214	1.6	2.2	1.0	18.2	24.9	12.0
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	822	546	276	782	514	268	2.0	2.7	1.3	22.6	30.7	15.0
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1093	695	397	997	620	376	2.6	3.5	1.8	28.8	37.1	21.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	177	113	65	170	110	59	.4	.6	.3	4.9	6.6	3.3
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	120	97	23	111	89	23	.3	.5	.1	3.2	5.3	1.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	101	90	11	98	87	11	.2	.4	.1	2.8	5.2	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	76	23	53	71	23	48	.2	.1	.2	2.1	1.4	2.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	82	78	3	78	75	3	.2	.4	*	2.3	4.5	.2
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	310	224	86	294	213	81	.7	1.1	.4	8.5	12.7	4.5
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	286	175	111	274	163	111	.7	.9	.5	7.9	9.7	6.2
3) LETTORI OCCASIONALI	497	296	201	429	244	185	1.2	1.5	.9	12.4	14.6	10.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	193	118	74	184	115	69	.5	.6	.3	5.3	6.9	3.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	117	106	12	110	98	12	.3	.5	.1	3.2	5.9	.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	103	92	11	101	89	11	.2	.5	.1	2.9	5.3	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	90	26	63	85	26	58	.2	.1	.3	2.5	1.6	3.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	87	84	3	84	81	3	.2	.4	*	2.4	4.8	.2



IL GIORNO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			TOTALE ITALIA			LOMBARDIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	6706	3209	3497	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	916	630	286	660	448	212	2.2	3.1	1.3	9.8	14.0	6.1
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	2282	1446	836	1348	828	519	5.5	7.2	3.9	20.1	25.8	14.8
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	3150	2030	1120	1756	1079	678	7.6	10.1	5.2	26.2	33.6	19.4
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	4541	2873	1668	2216	1309	906	10.9	14.3	7.7	33.0	40.8	25.9
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	613	391	222	464	292	171	1.5	1.9	1.0	6.9	9.1	4.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	303	239	64	196	156	41	.7	1.2	.3	2.9	4.9	1.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	356	279	76	259	201	58	.9	1.4	.4	3.9	6.3	1.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	258	112	145	206	92	114	.6	.6	.7	3.1	2.9	3.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	253	209	43	177	142	36	.6	1.0	.2	2.6	4.4	1.0
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	929	592	337	616	397	219	2.2	2.9	1.6	9.2	12.4	6.3
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	1124	748	376	639	398	242	2.7	3.7	1.7	9.5	12.4	6.9
3) LETTORI OCCASIONALI	2481	1532	950	955	514	441	5.9	7.6	4.4	14.2	16.0	12.6
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	634	369	264	453	274	179	1.5	1.8	1.2	6.8	8.5	5.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	295	223	73	163	123	40	.7	1.1	.3	2.4	3.8	1.1
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	358	266	92	263	200	63	.9	1.3	.4	3.9	6.2	1.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	276	103	173	191	74	116	.7	.5	.8	2.8	2.3	3.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	276	216	60	203	158	45	.7	1.1	.3	3.0	4.9	1.3

IL MATTINO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			CAMPANIA			TOTALE ITALIA			CAMPANIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3588	1726	1863	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	544	391	152	504	362	143	1.3	1.9	.7	14.0	21.0	7.7
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1189	816	373	1081	736	345	2.8	4.1	1.7	30.1	42.6	18.5
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1562	1044	518	1361	881	480	3.7	5.2	2.4	37.9	51.0	25.8
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2038	1313	726	1584	982	601	4.9	6.5	3.4	44.1	56.9	32.3
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	397	274	123	375	257	118	.9	1.4	.6	10.5	14.9	6.3
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	147	117	29	129	105	25	.4	.6	.1	3.6	6.1	1.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	181	163	18	168	150	18	.4	.8	.1	4.7	8.7	1.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	216	111	105	206	106	100	.5	.6	.5	5.7	6.1	5.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	186	163	23	171	148	22	.4	.8	.1	4.8	8.6	1.2
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	597	410	187	558	380	178	1.4	2.0	.9	15.6	22.0	9.6
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	549	379	170	484	330	155	1.3	1.9	.8	13.5	19.1	8.3
3) LETTORI OCCASIONALI	892	525	367	541	272	269	2.1	2.6	1.7	15.1	15.8	14.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	451	301	152	431	284	147	1.1	1.5	.7	12.0	16.5	7.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	146	109	35	127	96	31	.4	.5	.2	3.5	5.6	1.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	197	176	20	185	165	20	.5	.9	.1	5.2	9.6	1.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	256	124	131	246	119	125	.6	.6	.6	6.9	6.9	6.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	200	176	23	187	165	22	.5	.9	.1	5.2	9.6	1.2


Il Messaggero	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LAZIO			TOTALE ITALIA			LAZIO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3582	1721	1860	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	955	608	346	732	463	269	2.3	3.0	1.6	20.4	26.9	14.5
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	2280	1337	942	1661	942	719	5.5	6.7	4.4	46.4	54.7	38.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	2871	1655	1216	1926	1057	869	6.9	8.2	5.6	53.8	61.4	46.7
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	3794	2174	1620	2239	1204	1033	9.1	10.8	7.5	62.5	70.0	55.5
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ FUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	693	401	291	565	330	235	1.7	2.0	1.3	15.8	19.2	12.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	262	207	55	167	132	35	.6	1.0	.3	4.7	7.7	1.9
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	356	302	54	290	247	44	.9	1.5	.2	8.1	14.4	2.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	337	100	237	275	83	192	.8	.5	1.1	7.7	4.8	10.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	288	252	37	223	198	24	.7	1.3	.2	6.2	11.5	1.3
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	1003	676	328	804	541	264	2.4	3.4	1.5	22.4	31.4	14.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	1102	572	530	769	371	398	2.6	2.8	2.5	21.5	21.6	21.4
3) LETTORI OCCASIONALI	1688	923	765	667	293	374	4.0	4.6	3.5	18.6	17.0	20.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	715	442	273	582	360	221	1.7	2.2	1.3	16.2	20.9	11.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	288	233	55	223	180	42	.7	1.2	.3	6.2	10.5	2.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	365	320	45	309	267	41	.9	1.6	.2	8.6	15.5	2.2
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	351	122	228	273	93	180	.8	.6	1.1	7.6	5.4	9.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	330	286	44	275	236	39	.8	1.4	.2	7.7	13.7	2.1

LA NAZIONE	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			TOSCANA			TOTALE ITALIA			TOSCANA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	2847	1370	1478	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	946	588	358	776	466	311	2.3	2.9	1.7	27.3	34.0	21.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1738	996	743	1378	768	608	4.2	5.0	3.4	48.4	56.1	41.1
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	2071	1186	884	1606	894	713	5.0	5.9	4.1	56.4	65.3	48.2
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2507	1395	1112	1824	964	860	6.0	6.9	5.1	64.1	70.4	58.2
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	610	356	255	528	306	222	1.5	1.8	1.2	18.5	22.3	15.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	335	232	103	249	161	89	.8	1.2	.5	8.7	11.8	6.0
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	306	220	86	260	189	71	.7	1.1	.4	9.1	13.8	4.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	305	137	169	268	117	152	.7	.7	.8	9.4	8.5	10.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	239	201	38	194	166	28	.6	1.0	.2	6.8	12.1	1.9
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	985	623	363	785	477	308	2.4	3.1	1.7	27.6	34.8	20.8
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	665	351	316	527	278	249	1.6	1.7	1.5	18.5	20.3	16.8
3) LETTORI OCCASIONALI	854	421	433	513	209	303	2.0	2.1	2.0	18.0	15.3	20.5
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	638	369	269	532	306	226	1.5	1.8	1.2	18.7	22.3	15.3
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	347	254	93	253	171	82	.8	1.3	.4	8.9	12.5	5.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	304	236	67	252	198	55	.7	1.2	.3	8.9	14.5	3.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	334	131	202	280	109	172	.8	.7	.9	9.8	8.0	11.6
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	232	206	26	178	162	16	.6	1.0	.1	6.3	11.8	1.1



<i>La Notte</i>	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			TOTALE ITALIA			LOMBARDIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41667	20075	21612	6706	3209	3497	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	366	256	110	299	203	96	.9	1.3	.5	4.5	6.3	2.7
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	910	577	333	736	433	303	2.2	2.9	1.5	11.0	13.5	8.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1406	851	555	1083	603	481	3.4	4.2	2.6	16.1	18.8	13.8
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2022	1220	802	1521	833	689	4.9	6.1	3.7	22.7	26.0	19.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	250	154	95	225	137	88	.6	.8	.4	3.4	4.3	2.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	117	102	15	73	65	8	.3	.5	.1	1.1	2.0	.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	135	108	26	116	91	25	.3	.5	.1	1.7	2.8	.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	115	46	68	109	46	63	.3	.2	.3	1.6	1.4	1.8
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	113	104	10	95	87	9	.3	.5	*	1.4	2.7	.3
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	343	243	101	285	194	91	.8	1.2	.5	4.2	6.0	2.6
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	452	277	176	359	199	160	1.1	1.4	.8	5.4	6.2	4.6
3) LETTORI OCCASIONALI	1223	699	524	878	440	438	2.9	3.5	2.4	13.1	13.7	12.5
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	244	153	91	218	137	82	.6	.8	.4	3.3	4.3	2.3
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	100	90	10	66	57	9	.2	.4	*	1.0	1.8	.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	122	100	22	105	84	21	.3	.5	.1	1.6	2.6	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	120	53	67	113	53	60	.3	.3	.3	1.7	1.7	1.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	108	96	12	91	79	11	.3	.5	.1	1.4	2.5	.3

La Nuova Sardegna	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			SARDEGNA			TOTALE ITALIA			SARDEGNA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	1045	513	534	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	138	89	49	131	83	49	.3	.4	.2	12.5	16.2	9.2
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	267	176	91	246	159	86	.6	.9	.4	23.5	31.0	16.1
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	348	219	128	318	194	124	.8	1.1	.6	30.4	37.8	23.2
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	499	307	193	433	246	186	1.2	1.5	.9	41.4	48.0	34.8
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	99	62	37	96	59	37	.2	.3	.2	9.2	11.5	6.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	39	26	13	36	22	13	.1	.1	.1	3.4	4.3	2.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	44	40	3	41	38	3	.1	.2	*	3.9	7.4	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	55	22	33	55	22	33	.1	.1	.2	5.3	4.3	6.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	35	34	1	33	32	1	.1	.2	*	3.2	6.2	.2
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	155	93	62	147	85	62	.4	.5	.3	14.1	16.6	11.6
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	91	75	15	88	72	15	.2	.4	.1	8.4	14.0	2.8
3) LETTORI OCCASIONALI	253	139	114	199	90	109	.6	.7	.5	19.0	17.5	20.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	104	62	42	102	60	42	.2	.3	.2	9.8	11.7	7.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	50	30	20	45	24	20	.1	.1	.1	4.3	4.7	3.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	54	45	9	51	42	9	.1	.2	*	4.9	8.2	1.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	51	17	33	51	17	33	.1	.1	.2	4.9	3.3	6.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	41	38	3	38	36	3	.1	.2	*	3.6	7.0	.6

	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LAZIO			TOTALE ITALIA			LAZIO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3582	1721	1860	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	578	388	190	392	242	151	1.4	1.9	.9	10.9	14.1	8.1
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1477	997	480	929	555	374	3.5	5.0	2.2	25.9	32.2	20.1
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1927	1284	642	1161	686	475	4.6	6.4	3.0	32.4	39.9	25.5
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2659	1758	901	1415	825	590	6.4	8.8	4.2	39.5	47.9	31.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	439	280	158	304	176	127	1.1	1.4	.7	0.5	10.2	6.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	139	107	31	89	66	22	.3	.5	.1	2.5	3.8	1.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	252	216	36	168	140	28	.6	1.1	.2	4.7	8.1	1.5
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	187	65	122	136	36	100	.4	.3	.6	3.8	2.1	5.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	208	175	32	129	104	25	.5	.9	.1	3.6	6.0	1.3
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	667	454	213	458	286	171	1.6	2.3	1.0	12.8	16.6	9.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	691	471	220	393	229	164	1.7	2.3	1.0	11.0	13.3	8.8
3) LETTORI OCCASIONALI	1300	832	468	565	310	255	3.1	4.1	2.2	15.8	18.0	13.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	476	299	177	338	194	145	1.1	1.5	.8	9.4	11.3	7.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	192	156	36	119	93	26	.5	.8	.2	3.3	5.4	1.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	280	244	38	192	160	32	.7	1.2	.2	5.4	9.3	1.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	195	55	140	147	34	113	.5	.3	.6	4.1	2.0	6.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	245	209	36	162	132	30	.6	1.0	.2	4.5	7.7	1.6

IL PICCOLO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			FRIULI			TOTALE ITALIA			FRIULI		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	991	469	523	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	229	133	96	221	128	93	.5	.7	.4	22.3	27.3	17.8
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	376	202	174	350	187	162	.9	1.0	.8	35.3	39.9	31.0
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	431	228	203	391	205	186	1.0	1.1	.9	39.5	43.7	35.6
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	555	304	252	439	225	215	1.3	1.5	1.2	44.3	48.0	41.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	144	67	76	141	67	72	.3	.3	.4	14.2	14.3	13.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	86	66	20	81	60	20	.2	.3	.1	8.2	12.8	3.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	71	42	30	68	42	26	.2	.2	.1	6.9	9.0	5.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	72	25	47	72	25	47	.2	.1	.2	7.3	5.3	9.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	35	20	13	31	20	10	.1	.1	.1	3.1	4.3	1.9
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ.ALTA	238	141	98	230	133	97	.6	.7	.5	23.2	28.4	18.5
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ.MEDIA	123	54	69	114	52	62	.3	.3	.3	11.5	11.1	11.9
3) LETTORI OCCASIONALI	194	109	85	96	40	56	.5	.5	.4	9.7	8.5	10.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	146	70	74	144	69	74	.4	.3	.3	14.5	14.7	14.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	93	69	23	87	64	21	.2	.3	.1	8.8	13.6	4.0
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	67	41	26	67	41	26	.2	.2	.1	6.8	8.7	5.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	78	30	49	76	29	49	.2	.1	.2	7.7	6.2	9.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	34	21	12	34	21	12	.1	.1	.1	3.4	4.5	2.3



il Resto del Carlino	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			EMILIA			TOTALE ITALIA			EMILIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3141	1518	1622	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	889	610	278	720	482	238	2.1	3.0	1.3	22.9	31.8	14.7
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1802	1140	661	1281	780	501	4.3	5.7	3.1	40.8	51.4	30.9
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	2193	1342	851	1450	854	595	5.3	6.7	3.9	46.2	56.3	36.7
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2838	1701	1137	1651	911	740	6.8	8.5	5.3	52.6	60.0	45.6
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	500	298	203	407	230	176	1.2	1.5	.9	13.0	15.2	10.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	387	313	74	315	253	62	.9	1.6	.3	10.0	16.7	3.8
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	235	191	45	186	144	42	.6	1.0	.2	5.9	9.5	2.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	265	106	159	220	86	135	.6	.5	.7	7.0	5.7	8.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	177	139	39	139	109	30	.4	.7	.2	4.4	7.2	1.8
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ.ALTA	1041	692	350	792	517	275	2.5	3.4	1.6	25.2	34.1	17.0
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ.MEDIA	661	403	259	443	244	199	1.6	2.0	1.2	14.1	16.1	12.3
3) LETTORI OCCASIONALI	1135	606	529	416	150	266	2.7	3.0	2.4	13.2	9.9	16.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	549	285	264	426	210	215	1.3	1.4	1.2	13.6	13.8	13.3
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	492	407	86	367	307	60	1.2	2.0	.4	11.7	20.2	3.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	244	186	57	183	132	51	.6	.9	.3	5.8	8.7	3.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	307	99	207	242	78	164	.7	.5	1.0	7.7	5.1	10.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	190	138	52	139	100	38	.5	.7	.2	4.4	6.6	2.3

ROMA	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			CAMPANIA			TOTALE ITALIA			CAMPANIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3588	1726	1863	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	208	143	65	189	127	61	.5	.7	.3	5.3	7.4	3.3
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	533	378	154	481	340	141	1.3	1.9	.7	13.4	19.7	7.6
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	738	524	214	682	481	200	1.8	2.6	1.0	19.0	27.9	10.7
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1033	697	336	916	603	314	2.5	3.5	1.6	25.5	34.9	16.9
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	144	96	48	132	89	44	.3	.5	.2	3.7	5.2	2.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	64	47	17	56	39	17	.2	.2	.1	1.6	2.3	.9
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	72	61	10	67	56	10	.2	.3	*	1.9	3.2	.5
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	71	34	38	65	33	33	.2	.2	.2	1.8	1.9	1.8
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	52	43	8	45	37	8	.1	.2	*	1.3	2.1	.4
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	206	133	72	181	113	67	.5	.7	.3	5.0	6.5	3.6
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	282	209	73	269	202	67	.7	1.0	.3	7.5	11.7	3.6
3) LETTORI OCCASIONALI	546	355	191	467	287	179	1.3	1.8	.9	13.0	16.6	9.6
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	141	90	51	132	87	47	.3	.4	.2	3.7	5.0	2.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	64	43	21	49	28	21	.2	.2	.1	1.4	1.6	1.1
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	58	50	8	56	47	8	.1	.2	*	1.6	2.7	.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	83	40	43	76	39	38	.2	.2	.2	2.1	2.3	2.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	47	41	6	43	37	6	.1	.2	*	1.2	2.1	.3

IL SECOLO XIX	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LIGURIA			TOTALE ITALIA			LIGURIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	1540	726	814	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	520	298	222	495	285	210	1.2	1.5	1.0	32.1	39.3	25.8
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	834	464	370	780	440	339	2.0	2.3	1.7	50.6	60.6	41.6
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	979	544	435	884	484	400	2.3	2.7	2.0	57.4	66.7	49.1
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1204	651	552	1011	530	481	2.9	3.2	2.6	65.6	73.0	59.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	426	223	203	414	217	197	1.0	1.1	.9	26.9	29.9	24.2
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	94	75	19	81	68	13	.2	.4	.1	5.3	9.4	1.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	221	129	92	211	123	88	.5	.6	.4	13.7	16.9	10.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	205	94	111	203	94	109	.5	.5	.5	13.2	12.9	13.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	123	90	34	117	88	30	.3	.4	.2	7.6	12.1	3.7
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	454	273	182	434	260	174	1.1	1.4	.8	28.2	35.8	21.4
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	341	185	156	319	175	144	.8	.9	.7	20.7	24.1	17.7
3) LETTORI OCCASIONALI	409	194	215	258	95	163	1.0	1.0	1.0	16.8	13.1	20.0
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	372	201	171	358	195	162	.9	1.0	.8	23.2	26.9	19.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	82	72	11	76	65	12	.2	.4	.1	4.9	9.0	1.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	168	103	65	159	97	62	.4	.5	.3	10.3	13.4	7.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	204	99	105	199	99	101	.5	.5	.5	12.9	13.6	12.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	117	87	32	111	84	28	.3	.4	.1	7.2	11.6	3.4

LA SICILIA	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			SICILIA			TOTALE ITALIA			SICILIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	9457	1673	1784	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	275	213	63	268	206	63	.7	1.1	.3	7.8	12.3	3.5
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	579	419	160	560	400	160	1.4	2.1	.7	16.2	23.9	9.0
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	734	522	212	701	495	207	1.8	2.6	1.0	20.3	29.6	11.6
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	971	645	326	916	600	315	2.3	3.2	1.5	26.5	35.9	17.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	169	115	54	168	113	54	.4	.6	.2	4.9	6.8	3.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	106	97	8	101	92	8	.3	.5	*	2.9	5.5	.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	99	94	5	97	92	5	.2	.5	*	2.8	5.5	.3
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	70	21	49	70	21	49	.2	.1	.2	2.0	1.3	2.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	89	87	3	87	85	3	.2	.4	*	2.5	5.1	.2
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	303	233	69	299	229	69	.7	1.2	.3	8.6	13.7	3.9
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	229	156	73	216	143	73	.5	.8	.3	6.2	8.5	4.1
3) LETTORI OCCASIONALI	439	255	184	401	228	172	1.1	1.3	.9	11.6	13.6	9.6
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	163	105	58	161	103	58	.4	.5	.3	4.7	6.2	3.3
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	141	128	11	138	126	11	.3	.6	.1	4.0	7.5	.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	95	87	8	93	85	8	.2	.4	*	2.7	5.1	.4
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	68	17	50	68	17	50	.2	.1	.2	2.0	1.0	2.8
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	79	74	5	77	72	5	.2	.4	*	2.2	4.3	.3





	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			EMILIA			TOTALE ITALIA			EMILIA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3141	1518	1622	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	372	313	59	177	146	32	0.9	1.6	0.3	5.6	9.6	2.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1172	1010	162	489	397	92	2.8	5.0	0.7	15.6	26.2	5.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1573	1304	269	572	461	111	3.8	6.5	1.2	18.2	30.4	6.8
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	2039	1649	390	641	500	140	4.9	8.2	1.8	20.4	32.9	8.6
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	179	144	36	72	52	19	0.4	0.7	0.2	2.3	3.4	1.2
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	194	169	23	106	94	12	0.5	0.8	0.1	3.4	6.2	0.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	101	97	4	38	34	3	0.2	0.5	*	1.2	2.2	0.2
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	78	47	32	35	18	16	0.2	0.2	0.1	1.1	1.2	1.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	94	90	5	39	34	5	0.2	0.4	*	1.2	2.2	0.3
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	260	226	34	142	119	22	0.6	1.1	0.2	4.5	7.8	1.4
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	821	703	119	324	258	66	2.0	3.5	0.6	10.3	17.0	4.1
3) LETTORI OCCASIONALI	958	720	238	175	123	52	2.3	3.6	1.1	5.6	8.1	3.2
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	109	88	22	59	46	14	0.3	0.4	0.1	1.9	3.0	0.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	150	139	11	83	73	8	0.4	0.7	0.1	2.6	4.8	0.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	63	62	1	31	30	1	0.1	0.3	*	1.0	2.0	0.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	46	25	21	29	16	12	0.1	0.1	0.1	0.9	1.1	0.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	67	66	1	33	31	1	0.2	0.3	*	1.1	2.0	0.1

LA STAMPA (compreso "Stampa Sera del Lunedì")	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			PIEMONTE			TOTALE ITALIA			PIEMONTE		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3691	1779	1911	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	1422	820	601	1204	690	515	3.4	4.1	2.8	32.6	38.8	26.9
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	2982	1721	1259	2198	1216	982	7.2	8.6	5.8	59.6	68.4	51.4
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	3611	2116	1495	2410	1303	1107	8.7	10.5	6.9	65.3	73.2	57.9
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	4803	2802	1999	2621	1354	1267	11.5	14.0	9.2	71.0	76.1	66.3
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1031	566	466	898	496	400	2.5	2.8	2.2	24.3	27.9	20.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	388	253	136	307	194	113	.9	1.3	.6	8.3	10.9	5.9
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	427	341	86	377	303	74	1.0	1.7	.4	10.2	17.0	3.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	605	225	380	521	195	326	1.4	1.1	1.8	14.1	11.0	17.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	288	248	41	233	199	35	.7	1.2	.2	6.3	11.2	1.8
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	1487	874	612	1245	729	517	3.6	4.4	2.8	33.7	41.0	27.1
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	1334	775	558	881	466	416	3.2	3.9	2.6	23.9	26.2	21.8
3) LETTORI OCCASIONALI	1983	1152	829	494	160	335	4.8	5.7	3.8	13.4	9.0	17.5
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1071	572	499	915	495	420	2.6	2.9	2.3	24.8	27.8	22.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	414	300	113	331	234	97	1.0	1.5	.5	9.0	13.2	5.1
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	414	319	95	356	279	77	1.0	1.6	.4	9.6	15.7	4.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	659	254	406	560	217	343	1.6	1.3	1.9	15.2	12.2	17.9
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	286	230	56	215	178	37	.7	1.1	.3	5.8	10.0	1.9

STAMPA SERA	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			PIEMONTE			TOTALE ITALIA			PIEMONTE		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALF	41687	20075	21612	9691	1779	1911	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	161	106	54	136	86	50	.4	.5	.2	3.7	4.8	2.6
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	940	565	375	811	484	327	2.3	2.8	1.7	22.0	27.2	17.1
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1286	775	512	1032	603	429	3.1	3.9	2.4	28.0	33.9	22.4
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	1808	1093	714	1262	718	543	4.3	5.4	3.3	34.2	40.4	28.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	98	58	40	87	51	36	.2	.3	.2	2.4	2.9	1.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	63	49	14	49	35	14	.1	.2	.1	1.3	2.0	.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	41	25	14	34	19	14	.1	.1	.1	.9	1.1	.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	57	32	25	53	32	21	.1	.2	.1	1.4	1.8	1.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	29	17	10	20	10	9	.1	.1	*	.5	.6	.5
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	185	115	69	156	98	58	.4	.6	.3	4.2	5.5	3.0
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	721	432	289	634	378	256	1.7	2.2	1.3	17.2	21.2	13.4
3) LETTORI OCCASIONALI	903	548	355	473	246	227	2.2	2.7	1.6	12.8	13.8	11.9
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	120	64	56	107	58	49	.3	.3	.3	2.9	3.3	2.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	65	52	13	49	40	9	.2	.3	.1	1.3	2.2	.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	62	50	12	56	44	12	.1	.2	.1	1.5	2.5	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	58	14	45	51	14	37	.1	.1	.2	1.4	.8	1.9
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	56	34	22	44	28	17	.1	.2	.1	1.2	1.6	.9

IL TEMPO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			LAZIO			TOTALE ITALIA			LAZIO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	3582	1721	1860	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	628	417	211	361	236	124	1.5	2.1	1.0	10.1	13.7	6.7
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	1445	890	555	692	417	275	3.5	4.4	2.6	19.3	24.2	14.8
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	1976	1210	766	870	511	360	4.7	6.0	3.5	24.3	29.7	19.4
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	3123	1860	1265	1173	650	523	7.5	9.3	5.9	32.7	37.8	28.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	459	290	169	255	163	92	1.1	1.4	.8	7.1	9.5	4.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	169	127	42	106	73	32	.4	.6	.2	3.0	4.2	1.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	217	181	35	111	98	14	.5	.9	.2	3.1	5.7	.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	243	108	135	144	65	78	.6	.5	.6	4.0	3.8	4.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	205	172	33	101	92	9	.5	.9	.2	2.8	5.3	.5
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	641	417	225	346	214	132	1.5	2.1	1.0	9.7	12.4	7.1
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	669	391	278	310	187	122	1.6	1.9	1.3	8.7	10.9	6.6
3) LETTORI OCCASIONALI	1801	1041	759	517	249	268	4.3	5.2	3.5	14.4	14.5	14.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	479	284	195	259	152	107	1.1	1.4	.9	7.2	8.8	5.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	162	133	30	87	62	25	.4	.7	.1	2.4	3.6	1.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	209	175	34	108	91	17	.5	.9	.2	3.0	5.3	.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	271	109	161	150	61	89	.6	.5	.7	4.2	3.5	4.8
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	190	160	30	94	85	9	.5	.8	.1	2.6	4.9	.5



TUTTO	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			SARDEGNA			TOTALE ITALIA			SARDEGNA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI
TOTALE	41687	20075	21612	1045	513	534	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	170	116	54	159	108	51	.4	.6	.2	15.2	21.1	9.6
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	379	237	142	347	216	132	.9	1.2	.7	33.2	42.1	24.7
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	478	279	199	436	255	181	1.1	1.4	.9	41.7	49.7	33.9
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	612	333	279	539	291	248	1.5	1.7	1.3	51.6	56.7	46.4
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	109	58	51	104	53	51	.3	.3	.2	10.0	10.3	9.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	61	58	3	56	56	-	.1	.3	*	5.4	10.9	-
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	40	36	4	35	31	4	.1	.2	*	3.3	6.0	.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	69	22	47	69	22	47	.2	.1	.2	6.6	4.3	8.9
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	34	30	4	29	24	4	.1	.1	*	2.8	4.7	.7
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	167	105	62	157	95	62	.4	.5	.3	15.0	18.3	11.6
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	184	124	60	170	113	57	.4	.6	.3	16.3	22.0	10.7
3) LETTORI OCCASIONALI	261	104	157	212	85	128	.6	.5	.7	20.3	16.6	24.0
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	110	52	59	108	50	59	.3	.3	.3	10.3	9.7	11.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	57	54	4	49	45	4	.1	.3	*	4.7	8.8	.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	33	29	4	31	26	4	.1	.1	*	3.0	5.1	.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	77	23	54	77	23	54	.2	.1	.2	7.4	4.5	10.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	32	28	4	30	25	4	.1	.1	*	2.9	4.9	.7

L'UNIONE SARDA	STIME IN '000						% DI PENETRAZIONE					
	TOTALE ITALIA			SARDEGNA			TOTALE ITALIA			SARDEGNA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	41687	20075	21612	1045	513	534	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	266	167	99	264	166	98	.6	.8	.5	25.3	32.4	18.4
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	451	259	193	434	251	183	1.1	1.3	.9	41.5	48.9	34.3
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	557	302	256	522	277	245	1.3	1.5	1.2	50.0	54.0	45.9
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	666	358	309	597	308	289	1.6	1.8	1.4	57.1	60.0	54.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	192	109	83	191	109	82	.5	.5	.4	18.3	21.2	15.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	74	58	16	73	57	16	.2	.3	.1	7.0	11.1	3.0
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	76	64	12	76	64	12	.2	.3	.1	7.3	12.5	2.2
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	115	45	70	115	45	69	.3	.2	.3	11.0	8.8	12.9
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	54	50	5	54	50	5	.1	.2	*	5.2	9.7	.9
DEFINIZIONI DINAMICHE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	260	159	101	253	155	98	.6	.8	.5	24.2	30.2	18.4
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	171	95	76	168	93	75	.4	.5	.4	16.1	18.1	14.0
3) LETTORI OCCASIONALI	235	104	131	176	60	116	.6	.5	.6	16.8	11.7	21.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE												
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI												
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	173	92	82	166	88	78	.4	.5	.4	15.9	17.2	14.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	87	67	19	87	67	19	.2	.3	.1	8.3	13.1	3.6
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	71	57	14	67	53	14	.2	.3	.1	6.4	10.3	2.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	103	36	67	99	36	64	.2	.2	.3	9.5	7.0	12.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	49	44	5	45	41	5	.1	.2	*	4.3	8.0	.9

l'Unità	STIME IN '000								
	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			LAZIO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALF	41687	20075	21612	6706	3209	3497	3582	1721	1860
DEFINIZIONI STATICHE									
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	1471	1105	967	268	192	76	126	89	38
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	3896	2732	1164	703	503	200	333	217	117
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	5067	3454	1612	913	634	279	470	310	160
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	6575	4353	2221	1195	790	407	611	406	206
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE									
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI									
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	962	676	286	195	130	64	102	69	33
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	509	429	81	73	62	12	24	20	5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	473	394	78	136	105	31	68	57	11
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	489	281	208	60	25	34	33	12	21
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	438	381	57	124	106	18	66	54	11
DEFINIZIONI DINAMICHE									
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ.ALTA	1224	915	309	217	152	65	137	92	45
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ.MEDIA	2390	1628	761	438	315	123	177	112	64
3) LETTORI OCCASIONALI	2947	1806	1141	532	320	212	298	202	96
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE									
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI									
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	726	508	217	148	105	43	102	66	37
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	498	407	92	69	47	22	35	26	8
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	406	327	77	111	83	28	65	51	14
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	325	181	145	37	21	15	37	14	22
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	327	278	49	92	84	8	73	59	14

**l'Unità**

**% DI PENETRAZIONE**

	TOTALE ITALIA			LOMBARDIA			LAZIO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>									
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	3.5	5.5	1.7	4.0	6.0	2.2	3.5	5.2	2.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	9.3	13.6	5.4	10.5	15.7	5.7	9.3	12.6	6.3
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	12.2	17.2	7.5	13.6	19.8	8.0	13.1	18.0	8.6
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	15.8	21.7	10.3	17.8	24.6	11.6	17.1	23.6	11.1
<b>FONTI DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>									
1) LETTORI ULTIMO GIORNO: COSI' SUDDIVISI									
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	2.3	3.4	1.3	2.9	4.1	1.8	2.8	4.0	1.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	1.2	2.1	.4	1.1	1.9	.3	.7	1.2	.3
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	1.1	2.0	.4	2.0	3.3	.9	1.9	3.3	.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1.2	1.4	1.0	.9	.8	1.0	.9	.7	1.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1.1	1.9	.3	1.8	3.3	.5	1.8	3.1	.6
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>									
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	2.9	4.6	1.4	3.2	4.7	1.9	3.8	5.3	2.4
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	5.7	8.1	3.5	6.5	9.8	3.5	4.9	6.5	3.4
3) LETTORI OCCASIONALI	7.1	9.0	5.3	7.9	10.0	6.1	8.3	11.7	5.2
<b>FONTI DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>									
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI									
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	1.7	2.5	1.0	2.2	3.3	1.2	2.8	3.8	2.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	1.2	2.0	.4	1.0	1.5	.6	1.0	1.5	.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	1.0	1.6	.4	1.7	2.6	.8	1.8	3.0	.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	.8	.9	.7	.6	.7	.4	1.0	.8	1.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	.8	1.4	.2	1.4	2.6	.2	2.0	3.4	.8



L'Arena	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA VR			PROVINCIA VR		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	568	274	294	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	175	122	54	30.8	44.5	18.4
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	321	209	112	56.5	76.3	38.1
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	367	223	144	64.6	81.4	49.0
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	420	236	183	73.9	86.1	62.2
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	100	53	46	17.6	19.3	15.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	76	68	8	13.4	24.8	2.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	47	25	20	8.3	9.1	6.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	53	28	25	9.3	10.2	8.5
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	25	23	2	4.4	8.4	.7
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	195	135	60	34.3	49.3	20.4
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	115	64	50	20.2	23.4	17.0
3) LETTORI OCCASIONALI	110	37	73	19.4	13.5	24.8
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	111	64	47	19.5	23.4	16.0
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	84	70	13	14.8	25.5	4.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	56	34	22	9.9	12.4	7.5
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	55	31	24	9.7	11.3	8.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	32	29	3	5.6	10.6	1.0

LECO DI BERGAMO	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA BG			PROVINCIA BG		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	624	302	322	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	143	87	56	22.9	28.8	17.4
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	287	167	121	46.0	55.3	37.6
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	347	194	155	55.6	64.2	48.1
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	421	221	201	67.5	73.2	62.4
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	79	41	40	12.7	13.6	12.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	63	47	16	10.1	15.6	5.0
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	36	23	12	5.8	7.6	3.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	44	16	28	7.1	5.3	8.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	30	19	9	4.8	6.3	2.8
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	142	87	54	22.8	28.8	16.8
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	130	73	57	20.8	24.2	17.7
3) LETTORI OCCASIONALI	150	61	89	24.0	20.2	27.6
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	86	43	43	13.8	14.2	13.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	56	44	12	9.0	14.6	3.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	37	23	14	5.9	7.6	4.3
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	48	20	29	7.7	6.6	9.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	25	18	7	4.0	6.0	2.2

GAZZETTA DI MANTOVA	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA MN			PROVINCIA MN		
	ADULTI	UOMI NI	DONNE	ADULTI	UOMI NI	DONNE
TOTALE	306	149	157	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	88	60	28	28.8	40.3	17.8
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	157	99	58	51.3	66.4	36.9
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	169	103	66	55.2	69.1	42.0
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	199	114	85	65.0	76.5	54.1
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	49	28	20	16.0	18.8	12.7
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	39	33	7	12.7	22.1	4.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	16	13	2	5.2	8.7	1.3
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	33	14	18	10.8	9.4	11.5
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	8	7	-	2.6	4.7	-
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	89	61	28	29.1	40.9	17.8
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	62	34	29	20.3	22.8	18.5
3) LETTORI OCCASIONALI	48	19	29	15.7	12.8	18.5
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	47	29	18	15.4	19.5	11.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	42	33	9	13.7	22.1	5.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	16	15	1	5.2	10.1	0.6
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	31	13	17	10.1	8.7	10.8
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	8	8	-	2.6	5.4	-

<b>GAZZETTA DI PARMA</b>	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA PR			PROVINCIA PR		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	328	159	170	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	133	76	57	40.5	47.8	33.5
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	194	99	95	59.1	62.3	55.9
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	208	105	103	63.4	66.0	60.6
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	228	116	112	69.5	73.0	65.9
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	89	48	41	27.1	30.2	24.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	44	29	16	13.4	18.2	9.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI						
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	30	15	14	9.1	9.4	8.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	60	33	28	18.3	20.8	16.5
DEFINIZIONI DINAMICHE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	128	76	51	39.0	47.8	30.0
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	56	18	38	17.1	11.3	22.4
3) LETTORI OCCASIONALI	44	21	22	13.4	13.2	12.9
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	92	48	44	28.0	30.2	25.9
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	37	29	8	11.3	18.2	4.7
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI						
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	28	15	12	8.5	9.4	7.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	63	33	31	19.2	20.8	18.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI						
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	12	6	6	3.7	3.8	3.5



<i>Giornale di Bergamo</i>	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA BG			PROVINCIA BG		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
	NI	NI	NI	NI	NI	NI
TOTALE	624	302	322	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	77	47	32	12.3	15.6	9.9
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	184	109	74	29.5	36.1	23.0
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	226	126	100	36.2	41.7	31.1
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	292	161	132	46.8	53.3	41.0
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	41	18	22	6.6	6.0	6.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	37	28	9	5.9	9.3	2.8
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	17	10	7	2.7	3.3	2.2
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	23	8	15	3.7	2.6	4.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	13	9	4	2.1	3.0	1.2
DEFINIZIONI DINAMICHE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	84	51	33	13.5	16.9	10.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	91	54	36	14.6	17.9	11.2
3) LETTORI OCCASIONALI	118	55	64	18.9	18.2	19.9
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	44	22	21	7.1	7.3	6.5
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	41	29	11	6.6	9.6	3.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	19	13	6	3.0	4.3	1.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	24	9	14	3.8	3.0	4.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	13	10	3	2.1	3.3	.9

GIORNALE DI BRESCIA	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA BS			PROVINCIA BS		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	732	354	378	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	230	161	69	31.4	45.5	18.3
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	366	229	137	50.0	64.7	36.2
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	430	256	174	58.7	72.3	46.0
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	501	281	220	68.4	79.4	58.2
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	123	76	47	16.8	21.5	12.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	107	85	22	14.6	24.0	5.8
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	44	39	5	6.0	11.0	1.3
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	79	38	42	10.8	10.7	11.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	38	38	-	5.2	10.7	-
DEFINIZIONI DINAMICHE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	256	170	86	35.0	48.0	22.8
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	108	59	50	14.8	16.7	13.2
3) LETTORI OCCASIONALI	138	52	86	18.9	14.7	22.8
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	138	82	56	18.9	23.2	14.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	118	89	30	16.1	25.1	7.9
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	51	43	7	7.0	12.1	1.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	87	38	49	11.9	10.7	13.0
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	42	40	3	5.7	11.3	.8

IL GIORNALE DI VICENZA	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA VI			PROVINCIA VI		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
	NI	NI	NI	NI	NI	NI
TOTALE	518	247	271	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	104	69	35	20.1	27.9	12.9
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	215	126	89	41.5	51.0	32.8
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	275	156	120	53.1	63.2	44.3
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	320	180	140	61.8	72.9	51.7
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	65	35	31	12.5	14.2	11.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	40	36	5	7.7	14.6	1.8
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	30	27	8	5.8	8.9	3.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	35	13	22	6.8	5.3	8.1
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	17	16	1	3.3	6.5	.4
DEFINIZIONI DINAMICHE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	123	79	44	23.7	32.0	16.2
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	84	43	41	16.2	17.4	15.1
3) LETTORI OCCASIONALI	112	58	54	21.6	23.5	19.9
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	65	36	30	12.5	14.6	11.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	59	45	14	11.4	18.2	5.2
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	30	21	8	5.8	8.5	3.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	35	14	21	6.8	5.7	7.7
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	18	15	3	3.5	6.1	1.1

IL PICCOLO	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIE TS+GO			PROVINCIE TS+GO		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	373	172	202	100.0	100.0	100.0
DEFINIZIONI STATICHE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	200	109	91	53.6	63.4	45.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	300	153	147	80.4	89.0	72.8
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	323	159	164	86.6	92.4	81.2
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	340	164	176	91.2	95.3	87.1
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	135	64	70	36.2	37.2	34.7
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	65	45	20	17.4	26.2	9.9
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	68	42	26	18.2	24.4	12.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	66	21	45	17.7	12.2	22.3
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	31	20	10	8.3	11.6	5.0
DEFINIZIONI DINAMICHE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	210	116	95	56.3	67.4	47.0
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	86	35	51	23.1	20.3	25.2
3) LETTORI OCCASIONALI	45	13	32	12.1	7.6	15.8
FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	139	65	72	37.3	37.8	35.6
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	72	50	21	19.3	29.1	10.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	67	41	26	18.0	23.8	12.9
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	70	24	46	18.8	14.0	22.8
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	34	21	12	9.1	12.2	5.9



LA PREALPINA	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA VA			PROVINCIA VA		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	567	270	297	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	107	74	33	18.9	27.4	11.1
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	223	145	77	39.3	53.7	25.9
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	266	166	100	46.9	61.5	33.7
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	304	182	122	53.6	67.4	41.1
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	43	26	16	7.6	9.6	5.4
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	64	48	16	11.3	17.8	5.4
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	16	13	3	2.8	4.8	1.0
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	26	13	13	4.6	4.8	4.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	19	16	4	3.4	5.9	1.3
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	120	84	37	21.2	31.1	12.5
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	86	51	35	15.2	18.9	11.8
3) LETTORI OCCASIONALI	98	47	50	17.3	17.4	16.8
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	47	25	21	8.3	9.3	7.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	73	58	15	12.9	21.5	5.1
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	18	13	5	3.2	4.8	1.7
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	29	12	16	5.1	4.4	5.4
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	19	14	5	3.4	5.2	1.7

La Provincia	STIME IN '000			% DI PENETRAZIONE		
	PROVINCIA CR			PROVINCIA CR		
	ADULTI	UOMI	DONNE	ADULTI	UOMI	DONNE
TOTALE	272	130	141	100.0	100.0	100.0
<b>DEFINIZIONI STATICHE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO	56	32	24	20.6	24.6	17.0
2) LETTORI ULTIMI 7 GIORNI	105	60	45	38.6	46.2	31.9
3) LETTORI ULTIMI 14 GIORNI	129	71	57	47.4	54.6	40.4
4) LETTORI ULTIMI 3 MESI	149	79	69	54.8	60.8	48.9
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ULTIMO GIORNO, COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	38	19	18	14.0	14.6	12.8
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	18	13	5	6.6	10.0	3.5
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	13	10	4	4.8	7.7	2.8
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	24	9	15	8.8	6.9	10.6
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	8	7	1	2.9	5.4	.7
<b>DEFINIZIONI DINAMICHE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQ. ALTA	55	34	21	20.2	26.2	14.9
2) LETTORI ABITUALI CON FREQ. MEDIA	45	24	20	16.5	18.5	14.2
3) LETTORI OCCASIONALI	49	21	29	18.0	16.2	20.6
<b>FONTE DI PROVENIENZA COPIA/ RUOLO DEL LETTORE</b>						
1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA (4-7), COSI' SUDDIVISI						
A - LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	35	18	17	12.9	13.8	12.1
B - LETTORI NON ACQUIRENTI	19	15	4	7.0	11.5	2.8
A1- LETTORI ACQUIRENTI PERSONALI	10	7	3	3.7	5.4	2.1
A2- ALTRI LETTORI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	24	11	13	8.8	8.5	9.2
A3- LETTORI PRINCIPALI IN FAMIGLIA ACQUIRENTI	7	6	1	2.6	4.6	.7

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

## PROFILO DEI LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

- secondo le due principali definizioni di lettura  
(l.u.g. e l.f.a.)
- secondo Totale Italia e regione di edizione o  
secondo provincia di edizione

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975

PROFILO DEI LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

## IL CONTENUTO DELLE TAVOLE

● Le tavole della parte "PROFILO DEI LETTORI QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO" contengono i risultati della classificazione dei lettori di ciascuna testata (in base alle due definizioni di lettura più restrittive), secondo i parametri socio-demografici.

● Le due definizioni di lettura adottate per questa parte sono le seguenti:

### 1.1) LETTORI ULTIMO GIORNO

Persone che hanno letto o sfogliato il quotidiano X nel giorno precedente quello dell'intervista (dom. 4), con le seguenti eccezioni :

a) Per i quotidiani che escono 6 giorni su 7 i dati sono stati rettificati sostituendo l'informazione relativa all' "ultimo giorno di uscita della testata" (cioè a "l'altro ieri", ricavata da dom. 5) all'informazione relativa a "ieri", per le interviste effettuate nei giorni successivi ai giorni di non uscita della testata.

b) Per "Stampa Sera" e "La Stampa/Stampa Sera del Lunedì" i dati sono stati rettificati nel modo seguente :

- sottraendo dall'audience di "Stampa Sera" la quantità di "lettori ieri" di tale testata, rilevati nelle interviste effettuate di martedì, che eccedeva la quantità media di "lettori ultimo periodo di uscita" rilevata per "Stampa Sera" nelle interviste dei giorni diversi dal martedì, dopo aver effettuato la correzione prevista per i casi (a)
- trasferendo a "La Stampa/Stampa Sera del Lunedì" i lettori sottratti a "Stampa Sera" in base al criterio precedente, per i quali non era già presente l'informazione "letto ieri La Stampa".

### 2.1) LETTORI ABITUALI CON FREQUENZA ALTA

Persone che hanno dichiarato di leggere o sfogliare il quotidiano X 4 o più volte alla settimana (dom. 3), e che l'hanno effettivamente letto o sfogliato l'ultima volta negli ultimi 7 giorni (dom. 4).

● I dati sul profilo dei lettori vengono forniti, per ciascuna delle due definizioni di lettura considerate :

- al livello del "TOTALE ITALIA" e al livello della "REGIONE DI EDIZIONE" per i quotidiani per i quali è stata adottata, ai fini delle elaborazioni, la formula "campionamento nazionale/regionale" (per l'Unità le "regioni di edizione" sono due: Lombardia e Lazio)
- al livello della "PROVINCIA DI EDIZIONE" per i quotidiani per i quali è stata adottata la formula "campionamento provinciale, comprensivo di supercampionamento ad hoc" (per il Piccolo, ai fini delle elaborazioni di questa parte, è stata adottata solo la formula provinciale, con riferimento all'insieme delle provincie di Trieste + Gorizia).



● I parametri di classificazione considerati sono gli stessi che vengono descritti per la parte "PROFILO DEI LETTORI DI QUOTIDIANI NEL COMPLESSO".

● I dati sono espressi in :

PERCENTUALI DI COMPOSIZIONE: per ogni colonna, posto uguale a 100,0% il valore del "totale lettori del quotidiano X, secondo la definizione di lettura considerata", qual'è la percentuale di lettori appartenenti ai vari sottogruppi di analisi.

● I quotidiani considerati in questa parte sono 38, e cioè quelli aderenti all'indagine ISEGI per la prima rilevazione del 1975 (primavera).

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.1

% DI COMPOSIZIONE

	L'Adige				ALTO ADIGE				CORRIERE DELLA SERA			
	TOT. ITALIA		TRENTINO		TOT. ITALIA		TRENTINO		TOT. ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	
BASE '000	118	101	81	97	180	202	177	197	1944	2122	1272	1345
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
- UOMINI	61.0	62.4	60.5	60.8	64.4	64.4	63.8	64.5	63.5	63.7	59.0	61.9
- DONNE	39.0	37.6	39.5	39.2	35.6	35.1	36.2	35.0	36.5	36.3	41.0	38.1
CLASSE DI ETÀ												
- 15-24 ANNI	29.7	19.8	23.5	20.6	22.2	23.8	22.6	24.4	19.0	19.8	19.8	17.0
- 25-34 ANNI	14.4	14.9	14.8	15.5	21.7	20.3	22.0	20.8	19.0	21.4	16.9	21.7
- 35-44 ANNI	24.6	24.8	23.5	21.6	20.0	21.8	20.3	21.3	20.7	20.9	21.1	21.0
- 45-54 ANNI	16.1	22.8	18.5	23.7	17.2	17.3	17.5	17.8	18.3	18.1	17.8	19.0
- 55-64 ANNI	6.8	9.9	13.6	10.3	10.0	8.9	10.2	9.1	11.7	10.5	13.1	11.1
- OLTRE 64 ANNI	8.5	7.9	6.2	8.2	8.9	7.9	7.3	6.6	11.3	9.1	11.3	10.2
CLASSE SOCIALE												
- SUPERIORE/M. SUPER	22.0	13.9	14.8	14.4	12.8	11.9	11.3	11.2	17.3	19.7	13.9	14.3
- MEDIA	35.6	43.6	45.7	45.4	40.0	42.6	40.7	42.6	58.2	55.9	58.5	58.7
- M. INFERIORE	39.8	40.6	35.8	38.1	43.9	42.6	44.6	43.7	22.9	23.5	26.4	25.8
- INFERIORE	2.5	3.0	3.7	3.1	2.8	2.5	2.8	2.5	1.5	0.8	1.2	1.2
TITOLO DI STUDIO												
- LAUREA	1.7	3.0	2.5	3.1	7.2	5.9	5.6	4.6	9.8	10.4	4.4	5.4
- DIPLOMA M. SUPERIORE	15.3	24.8	22.2	25.8	20.6	21.3	20.9	21.8	23.5	23.3	22.2	23.3
- DIPLOMA M. INFERIORE	43.2	36.6	40.7	34.0	33.3	33.2	33.9	33.0	28.9	29.7	29.7	27.4
- ELEMENTARE O NESSUNA	39.8	35.6	35.8	37.1	38.9	39.1	39.5	40.1	37.9	36.5	43.6	43.9
CAPOLUOGHI												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	13.6	28.7	19.8	29.9	8.3	11.9	7.3	9.6	34.7	36.9	39.2	42.0
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	9.3	7.9	8.6	4.1	20.6	18.3	20.9	18.8	11.1	11.4	5.0	5.4
- NON CAPOLUOGHI	78.0	63.4	71.6	66.0	70.6	69.3	71.8	71.1	54.3	51.7	55.7	52.6

% DI COMPOSIZIONE

	L'Adige				ALTO ADIGE				CORRIERE DELLA SERA			
	TOT.ITALIA		TRENTINO		TOT.ITALIA		TRENTINO		TOT.ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	
TOTALE	118	101	81	97	180	202	177	197	1944	2122	1272	1345
PASE 1000	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE</b>												
- IMPRENDITORE*LIB PROF.DIRIGENTE	1.7	2.0	2.5	2.1	2.8	3.0	2.8	3.0	6.5	7.0	4.2	4.5
- IMPIEGATO	20.3	29.7	24.7	25.8	27.8	26.2	28.2	26.9	25.2	22.6	21.6	21.2
- NEGOZIANTE	10.2	7.9	8.6	8.2	12.2	12.4	12.4	12.7	9.8	11.5	10.1	11.9
- OPERATO	29.7	29.7	27.2	30.9	20.6	25.2	20.9	25.9	15.8	16.3	16.9	18.0
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	6.8	5.0	4.9	5.2	2.8	3.0	2.8	3.0	1.7	2.0	2.2	2.1
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	-	-	-	-	-	-	-	-	.2	.2	-	-
- CASALINGA	11.0	13.9	16.0	14.4	12.8	11.4	13.0	10.7	16.7	14.8	17.9	17.3
- PENSIONATO	9.3	10.9	7.4	11.3	11.7	8.9	10.2	8.1	11.7	10.7	12.8	11.7
- STUDENTE	16.1	1.0	4.9	1.0	8.3	8.4	8.5	8.6	11.3	13.3	12.9	12.2
- ALTRO	.8	1.0	1.2	1.0	1.1	1.0	1.1	1.0	1.3	1.6	1.2	1.2
<b>GRANDEZZA COMUNI</b>												
- FINO 10.000 ABITANTI	59.3	54.5	63.0	56.7	51.1	51.0	52.0	52.3	23.6	22.3	23.5	22.7
- 10-30.000 ABITANTI	3.4	5.0	4.9	5.2	9.4	8.9	9.6	9.1	16.9	16.9	18.2	17.0
- 30-100.000 ABITANTI	28.0	32.7	21.0	34.0	17.8	18.8	18.1	19.3	18.4	17.2	17.8	16.0
- OLTRE 100.000 ABITANTI	9.3	7.9	8.6	4.1	22.2	20.8	20.9	18.8	41.2	43.6	40.6	44.3
<b>CLASSE DI REDDITO</b>												
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-	.3	-	.5	-
- 50-70 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-	.8	.6	1.3	1.0
- 70-120 MILA LIRE	3.4	5.0	4.9	5.2	2.2	2.0	2.3	2.0	1.8	2.5	2.5	2.4
- 120-180 MILA LIRE	5.1	4.0	1.2	4.1	3.9	4.0	4.0	4.1	7.3	5.6	4.5	4.8
- 180-250 MILA LIRE	20.3	22.8	19.8	19.6	25.6	21.8	26.0	22.3	15.9	15.1	18.3	17.3
- 250-350 MILA LIRE	28.0	31.7	28.4	33.0	25.6	28.2	26.0	28.9	30.7	30.0	32.0	31.7
- 350-500 MILA LIRE	14.4	19.8	21.0	20.6	20.6	24.8	20.9	23.9	24.9	24.4	25.5	25.4
- OLTRE 500 MILA LIRE	28.8	16.8	23.5	17.5	22.2	19.8	21.5	18.8	18.4	21.8	15.4	17.4

% DI COMPOSIZIONE

	L'Adige				ALTO ADIGE				CORRIERE DELLA SERA			
	TOT.ITALIA		TRENTINO		TOT.ITALIA		TRENTINO		TOT.ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	
TOTALE	118	101	81	97	180	202	177	197	1944	2122	1272	1345
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
BASE '000												
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	89.8	96.0	96.3	95.9	95.6	96.0	95.5	95.9	89.2	89.2	89.5	89.3
- UNA LAVASTOVIGLIE	30.5	22.8	24.7	23.7	21.7	21.8	22.0	22.3	27.8	27.9	21.0	22.5
- UN TELEVISORE	91.5	95.0	91.4	94.8	91.7	91.6	91.5	91.4	93.7	94.4	93.9	94.5
- UN GIRADISCHI	46.6	48.5	49.4	50.5	42.2	43.1	41.8	43.1	61.6	62.4	60.6	58.8
- UNA CINEPRESA	10.2	14.9	14.8	15.5	13.3	12.4	12.4	11.7	19.9	22.2	20.1	22.4
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	57.6	62.4	60.5	60.8	61.7	64.4	61.6	64.0	67.3	70.4	67.0	69.1
- UNA AUTOMOBILE	78.0	74.3	77.8	73.2	73.9	70.3	73.4	70.6	74.5	78.5	70.7	73.2
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	26.3	14.9	18.5	15.5	17.8	16.8	16.4	15.7	18.4	19.5	16.1	15.1
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	47.5	45.5	46.9	43.3	43.3	43.6	42.9	42.1	43.7	45.1	38.4	38.7
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	36.4	22.8	28.4	23.7	28.3	27.2	28.8	27.9	25.7	25.0	25.9	26.2
- ENCICLOPEDIA	61.0	65.3	65.4	64.9	61.7	63.4	61.0	62.4	68.3	70.7	68.4	68.8
- SECONDA ABITAZIONE	22.0	14.9	13.6	15.5	12.2	10.4	10.7	9.1	18.3	17.5	15.4	14.2
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	14.4	2.0	2.5	2.1	-	1.0	-	1.0	6.8	8.7	5.7	6.5
- SIGNORILE -5 STANZE	1.7	3.0	2.5	3.1	1.1	2.5	1.1	2.5	5.1	5.5	4.4	4.5
- MEDIO +4 STANZE	23.7	31.7	34.6	33.0	27.2	27.7	26.0	25.9	29.0	29.0	26.3	26.4
- MEDIO -4 STANZE	11.9	16.8	17.3	17.5	16.1	14.4	16.4	14.7	28.8	26.6	30.4	29.7
- M. INFERIORE +3 STANZE	34.7	38.6	34.6	36.1	45.6	44.6	46.3	45.7	19.1	19.6	19.9	19.1
- M. INFERIORE -3 STANZE	7.6	5.0	6.2	5.2	6.7	6.4	6.8	6.6	7.7	7.8	9.5	10.6
- INFERIORE +2 STANZE	5.9	3.0	3.7	3.1	3.9	3.5	4.0	3.6	2.5	2.2	2.8	2.4
- INFERIORE -2 STANZE	-	-	-	-	-	-	-	-	1.0	.6	.8	.7
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	73.7	60.4	65.4	62.9	57.2	56.4	58.2	57.9	49.3	48.1	46.9	43.7
- AFFITTO	21.2	33.7	25.9	30.9	39.4	40.1	38.4	38.1	46.0	47.7	48.4	52.6
- ALTRO	4.2	5.0	6.2	5.2	3.3	3.5	3.4	3.6	3.2	3.6	3.3	3.2
- NON INDICA	.8	1.0	1.2	1.0	-	-	-	-	1.4	.6	1.3	.4



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

34

% DI COMPOSIZIONE

	CORRIERE D'INFORMAZIONE				LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO				La Gazzetta dello Sport			
	TOT. ITALIA		LOMBARDIA		TOT. ITALIA		PUGLIE		TOT. ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA
TOTALE	217	242	166	187	525	491	495	465	1206	863	399	296
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
- UOMINI	63.6	61.2	59.0	57.8	78.7	72.3	78.4	72.5	89.6	86.8	92.7	90.9
- DONNE	37.3	39.3	41.6	42.2	21.3	28.1	21.6	27.3	10.4	13.2	7.5	9.5
CLASSE DI ETÀ												
- 15-24 ANNI	18.0	17.6	21.7	20.3	30.7	28.9	32.1	29.2	31.7	30.6	22.8	29.1
- 25-34 ANNI	22.6	17.8	26.5	20.3	27.4	29.1	27.9	29.5	25.2	24.7	29.6	22.6
- 35-44 ANNI	25.8	20.2	25.3	17.6	14.5	11.8	13.5	11.2	18.8	21.2	24.8	24.3
- 45-54 ANNI	16.1	21.1	12.0	19.3	10.9	12.4	10.9	12.7	14.0	11.5	13.3	9.5
- 55-64 ANNI	14.7	19.4	10.8	17.6	12.2	12.4	10.9	11.8	7.2	8.8	8.8	11.1
- OLTRE 64 ANNI	2.8	4.1	3.6	4.8	4.4	5.3	4.6	5.6	3.1	3.2	.8	3.4
CLASSE SOCIALE												
- SUPERIORE/M. SUPER	16.1	14.5	15.7	15.0	8.6	12.6	8.7	12.0	4.7	4.8	3.0	1.7
- MEDIA	59.4	58.3	55.4	52.9	45.3	47.0	44.4	46.5	58.0	55.0	55.1	48.6
- M. INFERIORE	22.6	27.3	25.9	32.1	36.2	29.9	36.6	30.5	34.0	35.6	38.3	44.9
- INFERIORE	1.8	-	2.4	-	9.9	10.4	10.5	11.0	3.4	4.8	3.5	4.4
TITOLO DI STUDIO												
- LAUREA	8.3	9.9	7.8	10.2	6.3	9.8	5.9	9.0	2.8	2.7	1.0	1.4
- DIPLOMA M. SUPERIORE	28.6	18.6	28.3	18.2	22.9	23.6	22.4	23.0	14.9	16.3	14.3	14.9
- DIPLOMA M. INFERIORE	28.6	31.8	27.1	33.2	37.1	36.5	37.8	37.6	35.1	31.7	29.6	25.0
- ELEMENTARE O NESSUNA	34.6	39.7	37.3	39.0	33.9	30.1	33.9	30.3	47.2	49.2	55.1	58.8
CAPOLUOGHI												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	47.9	47.1	60.2	58.8	19.8	21.0	20.0	20.2	16.9	17.6	16.0	12.2
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	14.3	10.7	5.4	2.1	19.2	20.4	18.4	20.2	18.0	19.0	9.3	11.8
- NON CAPOLUOGHI	38.2	42.1	34.3	38.5	61.0	58.7	62.0	59.8	65.1	63.4	74.7	76.0

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

35

% DI COMPOSIZIONE

	CORRIERE D'INFORMAZIONE				LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO				La Gazzetta dello Sport			
	TOT.ITALIA		LOMBARDIA		TOT.ITALIA		PUGLIE		TOT.ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA
TOTALE	217	242	166	187	525	491	495	465	1206	863	399	296
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CONDIZIONE PROFESSIONALE												
- IMPRENDITORE/LIB. PROF./DIRIGENTE	9.2	9.5	11.4	11.8	2.7	2.9	2.0	2.2	2.7	2.3	1.3	-
- IMPIEGATO	26.3	16.1	21.7	12.3	23.6	25.1	23.2	24.9	13.5	14.8	9.0	10.5
- NEGOZIANTE	16.6	16.9	11.4	11.2	10.3	7.7	9.9	8.2	13.6	15.3	11.8	17.2
- OPERAIO	12.0	19.0	13.9	19.8	24.4	23.2	25.1	23.7	36.4	38.7	48.9	50.7
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	-	-	-	-	1.9	2.0	2.0	2.2	1.3	.6	2.3	.3
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	-	-	-	-	.8	.8	.8	.9	.2	.5	-	-
- CASALINGA	16.6	18.2	20.5	22.5	10.5	11.2	10.5	11.2	3.2	2.3	4.5	3.7
- PENSIONATO	4.1	5.0	3.6	5.3	7.2	9.0	7.3	8.8	7.5	7.0	6.3	6.4
- STUDENT	12.0	12.0	13.9	13.4	16.4	14.1	17.2	14.6	18.0	16.8	15.8	10.5
- ALTRO	3.7	3.3	3.6	3.2	2.1	4.1	2.0	3.2	1.6	1.5	-	.3
GRANDEZZA COMUNI												
- FINO 10.000 ABITANTI	23.0	22.7	23.5	23.5	17.7	20.8	17.8	20.9	31.1	27.6	34.8	33.1
- 10-30.000 ABITANTI	14.7	16.5	10.8	12.3	31.2	27.9	31.1	28.4	18.8	21.4	19.0	20.9
- 30-100.000 ABITANTI	6.0	5.0	5.4	4.8	19.2	19.3	19.0	18.3	22.2	22.2	25.6	31.8
- OLTRE 100.000 ABITANTI	56.7	55.8	60.2	58.8	32.0	32.2	32.3	32.7	27.9	28.7	20.8	14.2
CLASSE DI REDDITO												
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-	.5	.7	1.5	2.0
- 50-70 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-	.2	.3	-	-
- 70-120 MILA LIRE	2.8	1.2	3.6	1.6	7.6	7.9	7.7	8.2	2.1	1.9	1.8	3.4
- 120-180 MILA LIRE	4.6	3.7	4.8	3.2	10.1	9.4	10.3	9.5	8.1	9.6	4.0	5.4
- 180-250 MILA LIRE	16.1	16.9	11.4	13.4	19.8	18.3	19.6	17.8	22.1	21.9	13.8	15.5
- 250-350 MILA LIRE	23.0	28.1	27.1	30.5	31.6	28.5	31.5	29.2	33.7	33.0	41.4	41.6
- 350-500 MILA LIRE	35.9	26.0	37.3	27.8	23.2	24.6	23.6	25.2	23.5	22.7	28.3	22.6
- OLTRE 500 MILA LIRE	17.1	23.6	15.7	23.0	7.8	11.2	7.7	10.5	9.6	9.8	9.0	8.8

% DI COMPOSIZIONE

	CORRIERE D'INFORMAZIONE				LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO				La Gazzetta dello Sport			
	TOT.ITALIA		LOMBARDIA		TOT.ITALIA		PUGLIE		TOT.ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA
TOTALE	217	242	166	187	525	491	495	465	1206	863	399	296
PASE '000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	94,5	95,5	92,8	94,7	81,7	84,1	81,0	83,2	88,5	86,9	86,2	84,5
- UNA LAVASTOVIGLIE	24,4	22,7	21,7	20,3	18,7	22,8	18,4	21,9	17,0	15,4	14,8	8,8
- UN TELEVISORE	96,8	99,2	96,4	100,0	96,0	94,9	96,0	94,4	93,0	95,1	91,7	96,3
- UN GIRADISCHI	65,0	59,9	60,2	55,6	41,1	47,7	39,6	47,1	53,0	51,0	54,6	46,6
- UNA CINEPRESA	14,7	15,3	12,0	13,9	9,7	14,1	9,1	12,5	13,6	11,8	15,0	11,8
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	68,7	68,6	66,9	67,9	34,3	40,1	32,7	38,5	63,4	63,3	65,9	63,9
- UNA AUTOMOBILE	70,5	73,6	73,5	74,3	70,9	70,1	71,5	69,5	82,8	76,5	84,5	74,0
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	14,3	16,5	16,9	19,3	13,7	15,9	13,3	14,6	17,0	16,9	10,8	7,8
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	35,9	44,2	31,3	40,6	30,5	34,8	30,3	33,5	28,7	26,4	26,1	26,7
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	24,9	25,2	23,5	21,4	20,0	20,8	19,4	20,0	30,0	30,2	28,8	32,1
- ENCICLOPEDIA	77,4	84,3	75,9	82,4	50,5	56,8	50,3	56,3	59,5	58,4	72,2	58,4
- SECONDA ABITAZIONE	9,2	14,0	11,4	12,8	13,9	14,7	13,5	13,1	11,2	8,2	6,3	4,7
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	3,2	7,0	3,0	8,0	1,5	3,7	1,6	2,8	1,6	2,4	2,3	2,0
- SIGNORILE -5 STANZE	6,0	5,4	7,2	6,4	5,3	6,1	5,1	6,2	1,6	4,6	1,0	-
- MEDIO +4 STANZE	28,6	21,5	25,3	18,2	20,0	23,2	19,4	23,0	29,7	25,5	26,3	21,6
- MEDIO -4 STANZE	27,2	22,7	30,1	24,1	19,0	18,7	19,0	18,3	26,7	24,0	34,3	24,3
- M. INFERIORE +3 STANZE	27,2	30,6	24,7	27,8	37,0	32,0	38,4	33,1	26,3	31,9	20,6	29,7
- M. INFERIORE -3 STANZE	4,1	9,5	5,4	12,3	11,0	11,0	10,5	11,4	7,0	8,1	8,0	11,8
- INFERIORE +2 STANZE	3,2	2,5	4,2	3,2	4,4	3,9	4,2	3,9	6,2	6,0	8,3	10,1
- INFERIORE -2 STANZE	-	-	-	-	1,9	1,4	2,0	1,5	4,9	1,2	-	-
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	45,2	42,1	47,0	41,7	47,4	52,3	47,1	51,4	50,1	43,7	47,9	37,8
- AFFITTO	52,1	53,3	50,0	52,4	49,3	44,2	49,7	44,7	45,9	52,5	48,4	56,8
- ALTRO	4,9	1,2	1,2	1,6	3,2	3,5	3,4	3,7	3,0	3,0	2,5	4,7
- NON INDICA	1,8	2,9	2,4	3,7	-	-	-	-	1,1	4,7	1,5	4,3

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.7

% DI COMPOSIZIONE

	Gazzetta del Sud				IL GAZZETTINO				il Giornale			
	TOT.ITALIA	CALABRIA	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	TOT.ITALIA	VENETO	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	TOT.ITALIA	LOMBARDIA	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA
TOTALE	462	484	337	339	708	825	623	713	419	430	195	199
BASE '000	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>SESSO</b>												
- UOMINI	62.3	58.5	60.8	58.7	66.4	70.7	64.4	69.8	66.1	62.3	65.6	54.3
- DONNE	37.4	41.5	39.2	41.6	33.5	29.3	35.5	30.3	33.7	37.9	33.8	45.7
<b>CLASSE DI ETÀ</b>												
- 15-24 ANNI	33.3	29.1	33.5	29.5	25.8	27.8	25.7	27.1	13.8	14.2	6.7	11.6
- 25-34 ANNI	14.7	15.3	15.4	18.6	19.1	17.5	19.6	18.2	12.4	12.8	10.8	12.6
- 35-44 ANNI	20.6	23.3	19.9	21.2	20.8	20.4	20.1	20.2	20.0	17.2	21.5	17.6
- 45-54 ANNI	14.3	16.7	13.9	14.2	17.5	16.4	17.7	17.1	21.0	17.9	21.0	17.6
- 55-64 ANNI	8.4	8.7	9.2	10.3	9.0	9.8	8.7	8.7	11.9	16.5	8.2	8.0
- OLTRE 64 ANNI	8.7	6.8	8.6	6.2	7.8	8.2	8.3	8.7	20.8	21.4	31.3	32.2
<b>CLASSE SOCIALE</b>												
- SUPERIORE/M. SUPER	10.2	12.0	12.5	13.9	14.1	13.8	13.6	12.8	33.9	35.1	22.6	27.1
- MEDIA	62.1	62.8	59.6	61.4	50.6	52.0	51.5	52.9	52.0	47.2	64.1	57.3
- M. INFERIORE	22.9	22.3	24.9	22.7	34.3	33.0	34.0	34.2	13.1	16.7	11.3	13.1
- INFERIORE	4.5	2.9	3.3	2.4	1.0	1.2	.8	.7	1.0	.9	1.5	2.0
<b>TITOLO DI STUDIO</b>												
- LAUREA	5.0	6.2	5.9	7.7	4.5	4.1	4.2	4.6	15.0	17.7	5.6	8.5
- DIPLOMA M. SUPERIORE	34.6	32.9	37.7	33.9	11.2	14.2	10.1	12.1	32.9	31.9	29.7	30.2
- DIPLOMA M. INFERIORE	22.9	25.2	19.3	24.2	36.7	32.6	36.9	32.4	30.1	27.2	35.4	31.2
- ELEMENTARE O NESSUNA	37.2	35.7	36.8	34.2	47.6	49.2	48.6	51.1	22.0	23.3	28.7	29.6
<b>CAPOLUOGHI</b>												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	8.4	9.5	10.1	12.1	18.1	23.2	18.6	24.7	35.3	32.3	34.9	35.2
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	24.2	24.4	15.1	15.3	19.6	16.8	19.3	17.1	15.3	17.2	7.2	8.0
- NON CAPOLUOGHI	67.3	66.1	75.1	73.2	62.3	60.0	62.0	58.2	49.4	50.7	57.4	55.8



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.8

% DI COMPOSIZIONE

	Gazzetta del Sud				IL GAZZETTINO				il Giornale			
	TOT.ITALIA		CALABRIA		TOT.ITALIA		VENETO		TOT.ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA
TOTALE	BASE 1000 462	484	337	339	708	825	623	713	419	430	195	199
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE</b>												
- IMPRENDITORE*LIB PROF.DIRIGENTE	4.3	3.7	4.5	3.5	3.1	4.4	2.4	3.6	10.7	14.4	11.8	15.1
- IMPIEGATO	25.8	26.9	23.2	28.3	18.8	21.1	18.3	20.8	24.1	20.9	25.1	17.1
- NEGOZIANTE	11.3	12.6	9.9	10.0	13.7	16.1	13.8	16.1	10.0	7.4	4.6	6.0
- OPERATO	16.7	16.7	14.2	15.0	31.5	25.5	32.1	25.9	11.5	8.8	8.2	3.5
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	.6	-	.9	-	1.4	2.8	1.6	2.8	2.9	1.4	3.1	-
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CASALINGA	12.8	12.6	14.2	13.3	12.4	9.2	12.7	8.6	14.8	15.6	17.4	23.6
- PENSIONATO	8.2	6.8	9.8	7.7	10.5	10.7	10.9	11.1	17.4	20.9	25.6	25.1
- STUDENTE	15.8	17.6	15.7	18.6	6.5	7.8	5.9	7.9	7.6	10.0	3.6	9.5
- ALTRO	3.9	3.3	4.2	3.5	2.0	2.3	2.2	2.7	.7	.7	-	-
<b>GRANDEZZA COMUNI</b>												
- FINO 10.000 ABITANTI	45.9	42.6	45.7	40.1	39.5	37.9	38.0	35.2	27.9	26.7	31.8	29.6
- 10-30.000 ABITANTI	11.9	13.8	16.3	18.9	16.7	18.4	17.2	19.1	10.7	15.3	5.1	8.5
- 30-100.000 ABITANTI	11.3	11.0	15.4	15.6	11.7	9.0	10.3	8.3	15.5	14.0	26.7	23.1
- OLTRE 100.000 ABITANTI	31.0	32.6	22.6	25.4	32.1	34.5	34.3	37.7	45.6	44.2	35.4	37.7
<b>CLASSE DI REDDITO</b>												
- FINO 50 MILA LIRE	.6	.6	.9	.9	-	-	-	-	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	1.1	1.0	1.5	1.5	.7	.6	.8	.7	-	-	-	-
- 70-120 MILA LIRE	10.0	8.7	6.5	4.7	2.5	3.2	2.7	3.2	1.0	3.7	1.5	1.5
- 120-180 MILA LIRE	14.9	13.0	15.1	12.4	12.1	13.9	12.7	14.4	4.3	4.4	4.6	5.5
- 180-250 MILA LIRE	31.4	30.6	24.0	23.3	23.9	21.0	25.2	22.4	12.9	13.0	13.3	17.1
- 250-350 MILA LIRE	18.6	20.5	23.4	26.5	23.3	25.5	21.0	23.6	27.4	21.4	31.3	23.6
- 350-500 MILA LIRE	18.2	20.9	23.1	26.0	22.6	19.2	23.1	19.9	27.2	26.5	22.1	21.6
- OLTRE 500 MILA LIRE	5.4	5.0	5.0	4.7	14.7	16.6	14.3	15.7	26.7	30.7	26.2	30.7

% DI COMPOSIZIONE

	Gazzetta del Sud				IL GAZZETTINO				il Giornale			
	TOT. ITALIA		CALABRIA		TOT. ITALIA		VENETO		TOT. ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA
TOTALE	462	484	337	339	708	825	623	713	419	430	195	199
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	83.8	87.0	86.1	90.6	94.4	94.8	94.5	95.4	91.9	89.3	87.7	86.9
- UNA LAVASTOVIGLIE	19.0	20.5	19.3	19.5	16.9	17.6	15.4	16.5	35.1	43.0	30.8	41.2
- UN TELEVISORE	99.6	99.2	99.4	98.8	94.1	94.5	93.7	95.1	95.2	96.0	94.9	95.5
- UN GIRADISCHI	56.5	58.5	61.4	64.9	54.8	52.2	55.1	52.9	64.7	63.5	56.4	51.8
- UNA CINEPRESA	10.2	11.0	9.2	10.0	13.1	14.5	13.2	14.9	23.6	22.6	26.2	21.6
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	56.1	57.6	51.0	55.2	59.5	59.2	59.2	53.4	65.6	64.4	54.4	57.3
- UNA AUTOMOBILE	70.8	72.9	71.2	74.6	74.7	69.5	73.0	67.9	74.5	72.8	69.2	70.9
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	22.5	25.4	24.6	27.4	16.1	15.9	14.9	14.4	26.5	30.9	26.7	25.6
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	40.0	43.0	43.6	48.1	35.3	34.7	33.9	33.7	49.6	46.5	37.9	34.2
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	19.7	20.0	19.6	18.0	35.6	37.1	36.0	37.7	20.5	19.8	26.7	23.6
- ENCICLOPEDIA	64.7	69.2	66.5	73.7	53.2	53.3	52.0	53.0	74.0	70.0	67.2	62.3
- SECONDA ABITAZIONE	18.4	20.2	17.2	18.3	12.7	12.7	12.0	12.2	25.8	30.2	28.7	28.6
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	3.5	2.9	3.3	2.7	3.5	3.9	2.7	3.2	12.2	16.0	11.3	15.1
- SIGNORILE -5 STANZE	4.3	5.4	4.2	5.9	1.4	1.1	1.0	1.4	12.2	13.5	6.7	9.5
- MEDIO +4 STANZE	32.0	33.1	36.5	40.1	42.7	41.2	44.1	42.6	37.0	35.1	31.8	29.1
- MEDIO -4 STANZE	22.3	22.3	22.8	20.6	12.4	15.5	12.4	16.1	22.0	19.3	26.2	25.6
- M. INFERIORE +3 STANZE	23.2	22.5	24.0	22.7	28.7	26.3	27.3	25.0	11.5	9.3	14.9	9.0
- M. INFERIORE -3 STANZE	6.1	5.4	4.2	3.8	6.1	5.9	6.6	6.5	4.3	5.8	7.7	8.5
- INFERIORE +2 STANZE	5.6	6.0	3.3	2.4	5.4	5.9	5.6	6.3	1.7	1.9	1.5	2.0
- INFERIORE -2 STANZE	2.4	2.3	1.5	1.5	-	-	-	-	1.2	-	-	-
- ABITAZIONE IMPROPRIA	1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	61.9	60.5	67.1	63.7	55.8	56.1	54.1	53.7	66.1	70.5	65.6	77.4
- AFFITTO	34.6	36.6	30.6	33.9	41.4	42.4	43.2	45.0	30.3	26.0	29.7	18.1
- ALTRO	3.0	2.7	2.4	2.1	2.7	1.6	2.6	1.4	1.9	2.8	2.6	2.5
- NON INDICA	-	-	-	-	-	-	-	-	1.2	0.7	1.5	1.5

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.10

% DI COMPOSIZIONE

	GIORNALE DI SICILIA				IL GIORNO				IL MATTINO			
	TOT.ITALIA		SICILIA		TOT.ITALIA		LOMBARDIA		TOT.ITALIA		CAMPANIA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA
TOTALE	297	310	281	294	916	929	660	616	544	597	504	558
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
- UOMINI	70.7	72.3	70.8	72.4	68.8	63.7	67.9	64.4	71.9	68.7	71.8	68.1
- DONNE	29.6	27.7	29.2	27.6	31.2	36.3	32.1	35.6	27.9	31.3	28.4	31.9
CLASSE DI ETÀ												
- 15-24 ANNI	14.8	14.2	15.7	15.0	26.7	25.3	24.1	23.9	27.0	28.3	27.0	27.8
- 25-34 ANNI	18.5	16.8	16.7	15.3	16.8	18.6	18.0	16.7	21.3	20.8	21.6	21.7
- 35-44 ANNI	25.3	24.5	23.8	23.1	27.5	29.6	28.9	30.4	16.4	15.9	15.5	14.5
- 45-54 ANNI	14.1	18.1	14.9	19.0	14.3	15.9	13.3	17.2	15.8	16.1	15.7	16.5
- 55-64 ANNI	12.5	13.5	13.2	13.9	8.1	5.8	7.7	5.5	9.0	9.0	9.1	9.5
- OLTRE 64 ANNI	14.8	12.9	15.7	13.6	6.6	4.7	7.9	6.3	10.5	9.9	11.1	10.0
CLASSE SOCIALE												
- SUPERIORE/M.SUPER	19.9	21.0	21.0	22.1	9.7	12.2	6.1	7.8	15.1	14.4	14.1	14.0
- MEDIA	40.7	39.0	40.2	38.8	57.9	59.1	58.0	59.6	50.7	57.6	50.6	57.0
- M. INFERIORE	30.6	32.3	29.5	31.3	30.8	28.1	34.1	32.0	29.6	22.9	30.4	23.3
- INFERIORE	8.4	7.4	8.9	7.8	1.7	.6	1.7	.8	4.6	5.2	5.0	5.6
TITOLO DI STUDIO												
- LAUREA	12.8	13.9	13.5	14.6	3.6	5.2	2.0	2.6	15.8	14.7	15.7	14.0
- DIPLOMA M. SUPERIORE	25.6	29.4	24.6	28.6	24.7	24.9	19.4	19.8	29.2	31.0	28.0	31.0
- DIPLOMA M. INFERIORE	24.2	22.3	25.6	23.5	32.9	36.0	34.5	36.7	18.2	20.4	18.3	20.4
- ELEMENTARE O NESSUNA	37.4	34.2	36.7	33.7	39.1	34.0	43.9	40.9	36.8	33.8	38.3	34.8
CAPOLUOGHI												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	43.8	41.9	43.8	41.8	26.5	29.0	28.9	33.1	42.8	45.9	44.0	47.3
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	10.8	11.3	11.4	11.9	11.4	13.3	6.5	6.7	8.6	9.7	8.3	9.3
- NON CAPOLUOGHI	45.5	46.5	44.8	46.6	62.2	57.7	64.7	60.4	48.5	44.4	47.6	43.5

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.11

% DI COMPOSIZIONE

	GIORNALE DI SICILIA				IL GIORNO				IL MATTINO			
	TOT. ITALIA		SICILIA		TOT. ITALIA		LOMBARDIA		TOT. ITALIA		CAMPANIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA
TOTALE	297	310	281	294	916	929	660	616	544	597	504	558
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CONDIZIONE PROFESSIONALE												
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE	9.8	11.3	9.3	10.9	3.2	4.0	1.5	3.6	8.5	8.0	7.9	7.7
- IMPIEGATO	32.7	31.3	32.0	30.6	25.0	27.6	25.0	24.7	20.0	24.5	19.6	23.3
- NEGOZIANTE	14.5	14.2	15.3	15.0	10.3	10.5	6.5	7.8	10.1	9.7	9.9	9.5
- OPERAIO	11.4	13.9	10.3	12.9	21.4	20.9	25.5	25.0	15.4	14.4	16.1	15.4
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	1.0	1.9	1.1	2.0	1.0	.5	.9	-	1.5	1.7	1.6	1.8
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	1.0	1.0	1.1	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-
- CASALINGA	10.8	10.6	11.4	11.2	15.0	16.1	16.8	18.5	14.2	13.7	14.1	13.8
- PENSIONATO	12.1	10.6	12.8	11.2	6.8	5.4	7.4	6.7	9.9	8.7	10.3	8.8
- STUDENTE	4.0	2.3	4.3	2.4	16.9	14.7	15.8	13.8	16.9	15.4	16.9	15.2
- ALTRO	2.7	3.2	2.8	3.4	.8	.4	.5	-	3.5	4.2	3.8	4.5
GRANDEZZA COMUNI												
- FINO 10.000 ABITANTI	19.9	17.1	19.9	17.0	28.3	25.3	27.4	28.1	16.0	20.3	13.9	18.3
- 10-30.000 ABITANTI	19.9	23.5	19.2	23.1	18.3	18.9	18.6	16.1	13.1	10.4	12.7	10.6
- 30-100.000 ABITANTI	11.1	12.9	11.7	13.6	20.0	17.9	22.3	20.3	23.5	17.8	23.8	18.1
- OLTRE 100.000 ABITANTI	49.2	46.5	49.5	46.3	33.5	38.0	31.5	35.7	47.4	51.4	49.6	53.0
CLASSE DI REDDITO												
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	2.0	1.0	2.1	1.0	.7	-	.9	-	.9	.8	1.0	.9
- 70-120 MILA LIRE	12.5	13.9	13.2	14.6	1.3	1.0	1.8	1.5	3.3	4.2	3.6	4.5
- 120-180 MILA LIRE	14.1	17.1	13.9	17.3	5.5	5.4	3.6	2.9	12.3	12.4	11.5	12.0
- 180-250 MILA LIRE	22.9	19.0	21.0	17.3	21.2	15.6	22.4	16.9	23.3	20.6	24.2	20.8
- 250-350 MILA LIRE	21.5	20.6	22.8	21.8	32.4	33.9	34.5	35.2	25.0	26.1	25.4	27.1
- 350-500 MILA LIRE	13.8	14.2	12.8	13.6	28.9	30.5	29.2	31.8	20.8	22.3	21.2	22.2
- OLTRE 500 MILA LIRE	13.5	13.9	14.2	14.6	10.3	13.7	7.4	11.7	14.0	13.6	12.9	12.4



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.12

% DI COMPOSIZIONE

	GIORNALE DI SICILIA				IL GIORNO				IL MATTINO			
	TOT. ITALIA		SICILIA		TOT. ITALIA		LOMBARDIA		TOT. ITALIA		CAMPANIA	
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	
TOTALE	297	310	281	294	916	929	660	616	544	597	504	558
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	86.9	88.1	86.1	87.8	93.8	95.9	93.0	96.4	86.9	88.3	85.9	88.4
- UNA LAVASTOVIGLIE	22.6	22.6	22.8	22.8	21.9	26.5	16.2	20.3	19.3	19.6	17.9	17.9
- UN TELEVISORE	89.9	92.3	89.7	91.8	96.9	97.8	96.5	97.9	96.0	97.5	95.8	97.5
- UN GIRADISCHI	48.1	52.6	46.6	51.7	63.1	60.4	63.3	56.8	59.7	59.5	59.9	58.6
- UNA CINEPRESA	13.1	13.2	12.8	13.3	13.2	15.6	10.5	13.3	15.6	15.7	14.5	14.9
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	44.1	44.5	43.8	43.9	67.5	69.1	65.0	66.7	59.4	60.5	59.5	60.2
- UNA AUTOMOBILE	71.0	71.3	70.1	70.7	79.9	83.2	78.8	83.0	71.7	72.5	72.0	72.4
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	21.2	22.3	19.6	20.7	18.1	20.0	11.1	16.2	17.3	16.1	16.1	15.4
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	32.0	33.2	31.3	32.7	42.9	41.1	38.0	36.2	34.9	37.0	33.5	35.5
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	6.7	6.5	6.4	6.1	27.5	27.8	21.5	23.7	7.2	6.9	6.7	6.8
- ENCICLOPEDIA	58.2	59.7	56.9	58.5	77.3	78.1	76.7	78.9	63.1	65.0	61.7	62.9
- SECONDA ABITAZIONE	15.8	19.4	15.7	19.7	10.5	14.0	8.8	12.8	8.1	9.2	7.7	9.1
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	7.4	7.1	7.8	7.5	3.4	3.2	2.0	2.1	4.8	4.2	4.8	4.1
- SIGNORILE -5 STANZE	1.0	1.9	1.1	2.0	4.0	5.0	3.0	3.4	7.9	7.0	8.5	7.5
- MEDIO +4 STANZE	34.0	32.6	34.2	32.7	33.0	34.2	29.2	28.9	25.4	28.0	24.8	27.4
- MEDIO -4 STANZE	17.2	19.4	17.4	19.7	28.3	28.1	29.1	31.8	26.8	26.5	26.4	26.5
- M. INFERIORE +3 STANZE	15.2	15.5	14.2	14.6	19.8	19.9	23.2	22.7	21.3	20.3	20.6	20.1
- M. INFERIORE -3 STANZE	12.8	13.2	12.8	13.3	8.2	6.5	9.1	7.3	6.1	6.0	6.2	5.6
- INFERIORE +2 STANZE	5.4	5.5	5.7	5.8	2.5	3.0	3.5	3.7	6.4	5.9	6.9	6.3
- INFERIORE -2 STANZE	5.7	3.5	6.0	3.7	1.0	.3	.9	-	1.7	1.8	1.8	2.0
- ABITAZIONE IMPROPRIA	1.0	1.0	1.1	1.0	-	-	-	-	-	.5	-	.5
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	52.2	51.6	54.1	53.7	48.8	51.8	46.7	47.7	43.9	44.2	42.7	42.5
- AFFITTO	43.1	42.9	42.3	42.2	46.9	45.5	48.6	48.5	51.1	51.9	52.6	53.4
- ALTRO	3.4	3.9	3.6	4.1	2.2	1.5	2.6	2.1	4.8	3.9	4.8	4.1
- NON INDICA	1.0	1.0	-	-	2.0	1.3	2.0	1.6	-	-	-	-

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.13

% DI COMPOSIZIONE

	<i>Il Messaggero</i>				LA NAZIONE				<i>La Notte</i>			
	TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		TOSCANA		TOT. ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	
TOTALE	955	1003	732	804	946	985	776	785	366	343	299	285
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
- UOMINI	63.7	67.4	63.3	67.3	62.2	63.2	60.1	60.8	69.9	70.8	67.9	68.1
- DONNE	36.2	32.7	36.7	32.8	37.8	36.9	40.1	39.2	30.1	29.4	32.1	31.9
CLASSE DI ETÀ												
- 15-24 ANNI	19.9	22.4	17.5	21.1	18.7	21.9	18.3	22.3	20.8	22.4	22.1	25.3
- 25-34 ANNI	23.8	23.3	25.5	23.9	20.4	20.3	21.3	20.8	19.1	20.4	19.7	20.0
- 35-44 ANNI	22.6	18.6	22.5	19.0	18.6	17.7	18.8	18.1	14.8	14.6	12.7	10.9
- 45-54 ANNI	14.9	17.1	14.6	17.5	23.5	21.2	24.1	20.6	24.0	20.4	23.4	20.7
- 55-64 ANNI	12.8	12.2	13.3	11.4	7.6	7.9	5.9	6.5	13.1	13.1	12.7	12.3
- OLTRE 64 ANNI	6.1	6.3	6.6	7.0	11.2	11.0	11.6	11.7	8.5	9.3	8.7	10.9
CLASSE SOCIALE												
- SUPERIORE/M. SUPER	14.7	17.3	14.5	17.7	13.7	14.0	13.0	13.5	7.1	13.1	7.0	13.7
- MEDIA	58.4	52.8	60.0	54.9	61.1	60.5	63.3	61.9	54.4	52.2	54.5	51.6
- M. INFERIORE	24.6	26.7	23.2	24.3	22.9	23.8	21.4	22.5	33.9	32.1	33.8	31.6
- INFERIORE	2.1	3.1	2.3	3.5	2.1	1.7	2.3	1.9	4.4	2.6	4.3	3.2
TITOLO DI STUDIO												
- LAUREA	9.0	8.3	8.1	7.1	4.7	5.5	3.7	5.0	2.2	3.2	1.7	2.8
- DIPLOMA M. SUPERIORE	25.0	26.6	26.4	26.2	20.8	20.3	19.2	19.9	16.7	14.3	13.0	10.9
- DIPLOMA M. INFERIORE	32.3	28.8	32.1	28.2	30.7	32.8	32.9	33.9	30.9	36.2	31.4	37.2
- ELEMENTARE O NESSUNA	33.6	36.3	33.5	38.6	43.9	41.5	44.3	41.4	50.3	46.4	53.8	49.1
CAPOLUOGHI												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	62.8	61.1	76.5	73.3	21.6	21.6	21.9	21.4	56.6	49.9	61.9	52.6
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	11.8	9.8	4.5	4.2	20.9	20.2	20.4	19.6	9.0	11.4	7.7	10.9
- NON CAPOLUOGHI	25.3	29.0	19.0	22.5	57.5	58.3	57.9	59.0	34.7	39.4	30.1	36.5

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.14

% DI COMPOSIZIONE

	<i>Il Messaggero</i>				LA NAZIONE				<i>La Notte</i>			
	TOT.ITALIA		LAZIO		TOT.ITALIA		TOSCANA		TOT.ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	
TOTALE	955	1003	732	804	946	985	776	785	366	343	299	285
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CONDIZIONE PROFESSIONALE												
- IMPRENDITORE+LIB PROF+DIRIGENTE	4.6	4.4	5.2	4.7	5.2	4.8	4.5	4.1	1.1	4.4	-	3.5
- IMPIEGATO	32.9	29.1	34.6	29.2	20.7	19.9	19.7	18.3	13.4	15.5	13.0	13.3
- NEGOZIANTE	10.6	10.7	9.2	10.2	10.9	12.1	9.9	10.4	16.4	15.2	14.7	15.1
- OPERAIO	12.9	16.1	13.7	17.5	23.8	23.7	24.9	24.8	28.7	20.1	24.1	14.7
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	.2	1.0	.3	1.2	-	.6	-	.8	-	.3	-	.4
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	.8	.8	1.1	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-
- CASALINGA	13.9	12.7	14.6	13.1	16.5	13.5	18.0	15.0	16.1	17.2	18.4	20.7
- PENSIONATO	8.3	7.3	8.3	7.2	11.4	11.8	11.6	12.5	9.0	8.7	11.0	10.5
- STUDENTE	13.0	13.1	10.0	11.1	10.9	13.0	11.0	13.6	14.5	16.9	17.7	20.4
- ALTRO	2.7	4.8	3.1	5.0	.6	.6	.5	.5	1.1	1.7	1.0	1.8
GRANDEZZA COMUNI												
- FINO 10.000 ABITANTI	12.5	12.9	9.2	10.1	14.7	14.1	13.0	13.2	13.4	16.6	12.0	15.8
- 10-30.000 ABITANTI	8.1	9.8	5.5	7.0	31.5	31.9	32.5	33.0	10.1	12.8	7.7	11.6
- 30-100.000 ABITANTI	12.3	13.5	8.7	9.7	24.5	24.3	28.2	27.6	15.6	14.3	15.4	14.4
- OLTRE 100.000 ABITANTI	67.1	63.9	76.5	73.3	29.3	29.7	26.4	26.1	60.9	56.9	64.5	57.9
CLASSE DI REDDITO												
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	-	.6	-	.7	.6	.3	.8	.4	.5	.6	.7	.7
- 70-120 MILA LIRE	2.4	2.2	1.4	1.9	3.6	3.4	4.3	4.2	2.5	-	2.0	-
- 120-180 MILA LIRE	9.1	9.3	7.9	9.0	7.6	6.5	8.4	7.4	7.7	3.5	8.0	4.2
- 180-250 MILA LIRE	24.2	21.8	23.2	19.5	21.6	23.0	21.3	23.6	17.8	15.7	18.1	15.4
- 250-350 MILA LIRE	27.0	26.0	27.0	26.6	32.1	33.2	30.9	29.9	30.3	38.5	28.8	39.3
- 350-500 MILA LIRE	22.9	26.0	23.9	26.2	20.6	20.7	20.5	21.1	24.9	19.5	23.1	16.1
- OLTRE 500 MILA LIRE	14.3	14.2	16.4	16.2	14.0	13.0	14.0	13.4	16.7	22.2	19.1	24.2

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.15

% DI COMPOSIZIONE

	<i>Il Messaggero</i>				LA NAZIONE				<i>La Notte</i>			
	TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		TOSCANA		TOT. ITALIA		LOMBARDIA	
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	
TOTALE	955	1003	732	804	946	985	776	785	366	343	299	285
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	90,4	90,3	89,2	89,9	86,8	87,6	86,2	86,4	85,8	86,3	86,0	87,0
- UNA LAVASTOVIGLIE	23,0	22,9	23,0	24,0	29,2	28,8	28,2	28,5	18,3	23,9	19,7	24,2
- UN TELEVISORE	96,9	96,5	96,6	96,5	97,4	96,5	96,9	95,5	94,8	92,7	93,3	90,9
- UN GIRADISCHI	63,0	66,0	65,6	68,0	59,1	57,5	59,5	57,3	61,7	62,1	59,9	59,6
- UNA CINEPRESA	18,8	19,5	18,6	21,0	21,8	22,3	21,9	22,9	19,7	24,5	18,4	22,8
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	60,8	60,7	61,7	61,2	66,5	64,0	66,6	63,8	60,4	62,4	62,2	61,4
- UNA AUTOMOBILE	83,8	83,5	84,7	83,1	81,6	84,2	82,2	84,3	67,2	68,8	68,9	69,1
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	16,9	18,3	15,2	17,3	25,8	26,7	25,4	26,8	14,8	19,5	13,4	18,2
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	38,2	39,7	39,2	39,2	37,9	40,6	37,6	39,0	41,8	49,0	43,8	50,9
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	12,9	11,4	11,9	9,7	37,7	40,0	37,9	41,0	29,5	32,9	29,1	32,6
- ENCICLOPEDIA	69,0	69,5	70,4	70,4	67,4	68,7	66,1	68,2	61,7	64,7	66,2	67,7
- SECONDA ABITAZIONE	15,3	16,4	14,6	15,8	13,2	14,0	14,2	14,8	10,9	18,7	8,0	16,8
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	3,2	4,6	3,8	4,9	5,6	6,1	4,9	5,4	4,6	8,7	4,3	8,4
- SIGNORILE -5 STANZE	5,3	5,2	5,3	5,0	2,2	1,9	2,1	2,0	2,2	2,6	2,0	2,1
- MEDIO +4 STANZE	27,4	27,6	25,4	25,9	41,0	41,8	42,9	44,1	27,9	26,5	25,1	25,6
- MEDIO -4 STANZE	32,1	28,1	35,8	32,7	22,5	21,3	22,7	20,8	27,6	28,6	25,8	27,7
- M. INFERIORE +3 STANZE	20,8	22,5	18,2	19,7	21,1	20,5	20,6	20,8	13,4	15,7	15,1	15,4
- M. INFERIORE -3 STANZE	8,3	8,1	8,3	8,6	6,0	6,8	5,3	5,1	11,7	11,4	13,0	11,9
- INFERIORE +2 STANZE	2,2	2,6	2,3	2,0	1,4	1,4	1,7	1,8	9,3	6,7	10,4	8,1
- INFERIORE -2 STANZE	5	1,3	1,7	1,4	1,2	1,2	-	-	3,6	-	4,3	-
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	47,1	48,0	44,8	45,0	56,6	56,9	59,0	60,4	27,0	31,5	25,8	28,8
- AFFITTO	49,7	49,3	52,5	52,6	39,1	40,0	37,6	36,7	67,8	65,3	69,6	67,4
- ALTRO	2,6	2,8	2,0	2,5	3,0	3,0	2,7	2,9	1,9	2,3	1,0	2,8
- NON INDICA	5	-	1,7	-	1,3	1,2	1,6	-	3,3	1,9	3,3	1,1



% DI COMPOSIZIONE

	La Nuova Sardegna				L'ESPRESSO				il Resto del Carlino			
	TOT. ITALIA	SARDEGNA	TOT. ITALIA	LAZIO	TOT. ITALIA	EMILIA	TOT. ITALIA	EMILIA				
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ				
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA				
TOTALE	138	155	131	147	578	667	392	458	889	1041	720	792
BASE '000	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO	-----											
- UOMINI	64.5	60.0	63.4	57.8	67.1	68.1	61.7	62.4	68.6	66.5	66.9	65.3
- DONNE	35.5	40.0	37.4	42.2	32.9	31.9	38.5	37.3	31.3	33.6	33.1	34.7
CLASSE DI ETÀ	-----											
- 15-24 ANNI	27.5	23.2	26.7	23.1	28.0	28.6	24.0	25.8	19.8	20.9	21.5	21.1
- 25-34 ANNI	21.7	23.9	22.1	25.2	23.4	22.5	26.0	23.1	16.6	17.0	16.1	15.9
- 35-44 ANNI	11.6	7.7	9.9	6.8	18.3	20.7	19.9	21.0	17.7	17.3	16.8	16.5
- 45-54 ANNI	17.4	21.9	18.3	21.1	14.5	13.5	14.3	13.3	18.9	19.3	18.2	18.7
- 55-64 ANNI	10.1	13.5	10.7	14.3	10.0	9.3	12.2	12.9	14.8	13.9	14.2	14.5
- OLTRE 64 ANNI	12.3	9.7	13.0	10.2	5.7	5.4	3.6	3.9	12.1	11.5	13.2	13.3
CLASSE SOCIALE	-----											
- SUPERIORE/M. SUPER	11.6	14.2	9.9	12.9	14.2	14.2	12.0	11.8	13.8	14.1	14.2	13.8
- MEDIA	41.3	44.5	41.2	45.6	53.6	55.8	49.5	55.5	53.0	54.7	51.9	55.1
- M. INFERIORE	39.9	33.5	41.2	34.0	29.2	27.7	34.9	29.9	29.2	28.0	30.0	27.1
- INFERIORE	7.2	7.1	7.6	7.5	2.9	2.1	3.8	3.1	3.8	3.4	4.0	4.0
TITOLO DI STUDIO	-----											
- LAUREA	3.6	3.2	3.8	3.4	10.0	9.3	10.5	9.4	4.4	4.5	2.9	3.2
- DIPLOMA M. SUPERIORE	18.1	12.9	15.3	10.2	26.3	25.3	24.2	24.2	17.7	16.6	16.8	15.2
- DIPLOMA M. INFERIORE	25.4	29.0	26.7	30.6	31.7	34.9	31.1	34.5	24.9	26.8	24.3	25.5
- ELEMENTARE O NESSUNA	52.2	54.8	54.2	56.5	31.7	30.4	34.7	31.9	53.0	52.1	56.1	56.1
CAPOLUOGHI	-----											
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	8.0	9.0	3.8	4.8	70.6	67.5	89.8	84.9	20.0	18.7	21.0	21.2
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	29.7	32.9	31.3	34.7	8.1	7.5	2.0	2.8	26.2	26.7	25.1	24.7
- NON CAPOLUOGHI	62.3	58.1	65.6	61.2	21.3	25.0	8.4	12.0	53.5	54.7	53.9	54.0


ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.17

% DI COMPOSIZIONE

	La Nuova Sardegna				PAESE SERIA				il Resto del Carlino			
	TOT. ITALIA		SARDEGNA		TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		EMILIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO	ULTIMO FREQ ALTA
TOTALE	138	155	131	147	578	667	392	458	889	1041	720	792
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CONDIZIONE PROFESSIONALE												
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE	5.1	4.5	1.5	1.4	7.6	7.0	6.4	5.5	1.9	2.2	2.1	2.0
- IMPIEGATO	18.1	20.0	19.1	21.1	21.3	24.6	23.5	27.5	19.0	19.0	16.7	15.3
- NEGOZIANTE	13.8	12.3	14.5	12.9	6.1	6.7	8.2	8.7	16.1	16.6	16.5	17.6
- OPERAIO	13.0	18.1	13.0	16.3	20.1	21.1	18.6	19.0	23.5	21.0	24.7	24.2
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	1.4	-	1.5	-	-	-	-	-	2.6	2.3	2.6	2.4
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	2.2	1.9	2.3	2.0	-	-	-	-	.7	.6	.8	.8
- CASALINGA	20.3	18.7	21.4	19.7	11.8	9.9	14.5	12.0	12.3	13.1	12.2	13.0
- PENSIONATO	11.6	13.5	12.2	14.3	9.9	7.2	9.7	7.2	11.0	12.8	11.8	12.5
- STUDENTE	11.6	11.0	12.2	11.6	20.1	21.0	14.8	16.2	11.2	10.6	10.8	10.6
- ALTRO	2.2	-	2.3	-	3.1	2.5	4.6	3.7	1.7	1.7	1.8	1.6
GRANDEZZA COMUNI												
- FINO 10.000 ABITANTI	45.7	45.2	48.1	47.6	8.0	9.9	5.9	7.9	21.8	19.9	22.2	21.3
- 10-30.000 ABITANTI	7.2	8.4	7.6	8.8	6.2	7.0	1.0	.9	18.9	18.9	19.9	20.2
- 30-100.000 ABITANTI	12.3	7.1	13.0	7.5	11.1	13.2	3.1	6.1	16.2	20.4	9.9	10.6
- OLTRE 100.000 ABITANTI	34.1	38.7	31.3	36.1	74.7	69.9	89.8	84.9	43.0	40.8	48.2	47.7
CLASSE DI REDDITO												
- FINO 50 MILA LIRE	1.4	-	1.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	.7	.6	.8	.7	-	-	-	-	1.1	1.1	1.4	1.1
- 70-120 MILA LIRE	4.3	2.6	4.6	2.7	1.7	2.1	2.6	3.1	3.7	3.7	3.5	4.0
- 120-180 MILA LIRE	18.1	20.6	18.3	21.8	7.3	8.7	8.7	10.0	10.8	12.0	10.7	12.4
- 180-250 MILA LIRE	31.2	31.6	32.8	33.3	18.9	16.8	15.8	14.6	20.2	19.0	17.4	19.1
- 250-350 MILA LIRE	26.1	21.9	27.5	23.1	27.2	31.5	28.3	33.6	27.7	27.2	30.0	28.9
- 350-500 MILA LIRE	6.5	11.0	5.3	8.2	27.3	26.1	24.5	22.5	20.7	22.2	20.1	18.7
- OLTRE 500 MILA LIRE	11.6	11.0	9.9	10.2	17.6	14.8	20.7	15.9	15.7	14.8	16.9	15.9

% DI COMPOSIZIONE

	<i>La Nuova Sardegna</i>				 <i>il Resto del Carlino</i>							
	TOT. ITALIA		SARDEGNA		TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		EMILIA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA
TOTALE	138	155	131	147	578	667	392	458	889	1041	720	792
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	81.2	84.5	80.9	84.4	91.0	89.5	89.5	88.4	88.6	89.9	89.6	90.0
- UNA LAVASTOVIGLIE	22.5	27.1	22.1	27.2	23.5	24.0	20.9	22.9	16.4	15.5	16.1	14.3
- UN TELEVISORE	92.0	94.8	92.4	94.6	97.8	96.6	96.9	95.6	94.3	95.2	95.1	95.5
- UN GIRADISCHI	60.9	58.1	59.5	56.5	65.2	67.3	65.3	67.5	52.2	52.6	49.4	47.6
- UNA CINEPRESA	21.7	20.6	19.8	19.7	19.7	18.1	16.8	16.4	15.9	15.4	15.0	13.0
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	52.2	52.3	51.1	49.7	65.2	67.8	63.5	67.0	57.7	54.0	56.3	53.9
- UNA AUTOMOBILE	67.4	67.7	66.4	68.0	80.1	77.5	80.4	74.7	80.0	80.5	80.3	80.4
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	18.8	20.0	18.3	19.7	22.7	20.7	17.9	15.5	24.3	24.3	24.6	22.1
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	34.8	32.3	32.8	30.6	43.9	42.0	36.0	35.4	28.7	29.2	25.0	25.1
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	15.9	19.4	15.3	16.3	14.7	15.1	6.6	6.3	33.7	33.4	34.9	32.7
- ENCICLOPEDIA	64.5	67.7	64.1	66.7	67.6	72.7	64.8	70.1	59.7	58.5	60.1	56.2
- SECONDA ABITAZIONE	16.7	10.3	15.3	8.8	17.1	16.6	14.3	12.4	12.4	12.6	11.3	11.2
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	8.0	8.4	8.4	8.8	4.3	5.1	3.8	4.1	5.2	5.1	5.1	4.8
- SIGNORILE -5 STANZE	2.2	3.9	2.3	4.1	4.8	4.9	3.1	3.7	3.9	3.2	4.2	3.5
- MEDIO +4 STANZE	25.4	28.4	24.4	28.6	25.3	22.3	16.3	17.0	34.2	33.4	31.7	30.9
- MEDIO -4 STANZE	13.0	15.5	11.5	14.3	27.3	28.3	31.1	33.0	22.3	22.3	22.1	21.3
- M. INFERIORE +3 STANZE	33.3	20.4	35.1	29.9	16.3	21.7	17.9	20.3	22.9	23.8	24.4	26.1
- M. INFERIORE -3 STANZE	7.2	4.5	7.6	4.8	17.5	12.7	21.9	14.8	6.6	7.0	7.5	8.3
- INFERIORE +2 STANZE	9.4	9.0	9.9	8.2	2.8	4.2	3.1	5.2	4.4	4.2	4.4	4.2
- INFERIORE -2 STANZE	1.4	.6	1.5	.7	1.2	.7	1.8	1.1	.6	.9	.7	.9
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	.5	.4	.8	.7	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	67.4	61.9	67.2	61.9	43.4	45.3	40.1	40.2	55.7	55.1	54.7	56.3
- AFFITTO	31.9	36.1	32.8	36.1	55.4	53.5	58.9	57.6	41.5	42.5	42.4	41.4
- ALTRO	-	.6	-	.7	.9	1.0	1.3	1.5	1.8	1.5	1.8	1.3
- NON INDICA	1.4	1.3	1.5	1.4	.3	.3	-	.4	.9	1.0	1.1	1.0

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

% DI COMPOSIZIONE

	ROMA				IL SECOLO XIX				LA SICILIA			
	TOT. ITALIA		CAMPANIA		TOT. ITALIA		LIGURIA		TOT. ITALIA		SICILIA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA
	BASE 1000											
TOTALE	208	206	189	181	520	454	495	434	275	303	268	299
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
-----												
- UOMINI	68.8	64.6	67.2	62.4	57.3	60.1	57.6	59.9	77.5	76.9	76.9	76.6
- DONNE	31.3	35.0	32.3	37.0	42.7	40.1	42.4	40.1	22.9	22.8	23.5	23.1
CLASSE DI ETÀ												
-----												
- 15-24 ANNI	18.8	17.0	19.6	17.7	16.5	18.7	16.0	18.2	25.5	17.8	25.0	18.1
- 25-34 ANNI	14.9	20.9	14.8	21.5	13.7	13.9	14.3	14.5	18.5	22.4	19.0	22.7
- 35-44 ANNI	26.4	22.8	24.9	23.2	18.1	18.7	17.0	16.4	19.6	16.5	18.7	15.4
- 45-54 ANNI	18.8	18.9	18.5	18.8	18.1	15.4	17.6	15.9	14.2	17.8	14.6	18.1
- 55-64 ANNI	10.6	15.0	11.1	13.8	20.0	20.0	21.0	21.2	13.5	17.8	13.8	18.1
- OLTRE 64 ANNI	10.6	5.3	11.1	5.0	13.7	13.2	14.1	13.8	8.7	7.6	9.0	7.7
CLASSE SOCIALE												
-----												
- SUPERIORE/M. SUPER	13.9	10.7	13.2	11.0	14.4	15.4	13.3	14.1	16.4	14.9	16.0	15.1
- MEDIA	51.0	54.9	51.3	56.4	55.0	58.8	55.4	59.7	44.4	46.2	44.4	46.2
- M. INFERIORE	27.9	27.7	26.5	24.9	30.2	25.6	31.1	26.0	32.0	32.0	32.1	31.8
- INFERIORE	7.7	6.3	8.5	7.2	4.4	4.2	4.2	4.2	7.6	6.9	7.8	7.0
TITOLO DI STUDIO												
-----												
- LAUREA	7.7	9.7	8.5	11.0	3.7	4.4	3.4	4.1	10.2	10.9	10.4	11.0
- DIPLOMA M. SUPERIORE	23.6	21.4	21.7	20.4	23.1	26.2	22.0	26.0	35.6	29.7	34.7	29.1
- DIPLOMA M. INFERIORE	24.5	28.2	23.8	29.3	21.5	23.6	21.4	23.0	21.1	25.1	21.6	25.4
- ELEMENTARE O NESSUNA	44.2	40.8	45.5	39.2	51.7	45.6	53.1	46.8	33.5	34.3	33.6	34.4
CAPOLUOGHI												
-----												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	43.8	39.3	40.7	38.7	61.0	62.8	61.8	62.4	3.6	2.3	1.1	1.0
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	10.6	12.1	11.6	13.3	9.2	8.1	8.1	7.8	57.5	58.4	59.0	59.2
- NON CAPOLUOGHI	45.2	48.1	47.1	47.5	29.8	29.1	30.3	29.5	39.3	38.9	40.3	39.5



% DI COMPOSIZIONE

	ROMA				IL SECOLO XIX				LA SICILIA			
	TOT. ITALIA		CAMPANIA		TOT. ITALIA		LIGURIA		TOT. ITALIA		SICILIA	
	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	
BASE 1000	208	206	189	181	520	454	495	434	275	303	268	299
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE</b>												
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE	7.2	2.4	5.3	-	2.9	4.2	2.4	3.9	9.5	9.9	7.8	8.7
- IMPIEGATO	24.0	30.1	22.8	28.7	12.1	14.1	12.1	14.3	33.8	33.3	34.7	33.8
- NEGOZIANTE	10.1	15.5	11.1	16.6	14.4	16.1	15.2	16.8	8.4	7.3	8.6	7.4
- OPERAIO	16.8	15.5	15.9	14.4	18.3	15.2	18.2	14.7	21.5	23.1	21.3	22.7
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	-	2.4	-	2.8	3.1	1.3	3.2	1.4	-	2.0	-	2.0
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	-	-	-	-	-	-	-	-	1.1	1.0	1.1	1.0
- CASALINGA	14.4	12.6	15.9	14.4	21.0	19.2	21.0	19.6	11.6	12.2	11.9	12.4
- PENSIONATO	14.9	10.7	15.3	10.5	16.0	14.3	16.6	15.0	8.4	6.9	8.6	7.0
- STUDENTE	11.5	9.2	12.7	10.5	9.8	13.4	9.1	12.7	4.7	3.0	4.9	3.0
- ALTRO	1.0	1.0	1.1	1.1	2.3	2.0	1.8	1.4	1.1	1.0	1.1	1.0
<b>GRANDEZZA COMUNI</b>												
- FINO 10.000 ABITANTI	18.3	15.0	16.9	12.7	20.8	19.4	20.8	19.4	17.8	15.8	18.3	16.1
- 10-30.000 ABITANTI	10.1	11.7	11.1	12.2	9.0	9.9	9.5	10.4	20.0	21.1	20.5	21.4
- 30-100.000 ABITANTI	24.5	29.1	26.5	30.4	5.4	6.6	4.8	6.0	11.3	14.2	11.6	14.4
- OLTRE 100.000 ABITANTI	47.6	44.2	45.5	44.8	65.0	64.5	64.8	64.3	51.3	48.8	49.6	47.8
<b>CLASSE DI REDDITO</b>												
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	.6	.7	.6	.7	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	3.4	3.4	3.7	3.9	-	-	-	-	-	-	-	-
- 70-120 MILA LIRE	2.9	3.9	3.2	3.3	3.7	3.3	3.8	3.5	8.0	5.6	8.2	5.7
- 120-180 MILA LIRE	10.1	7.8	10.6	8.3	11.5	9.5	12.1	9.9	13.5	11.6	13.8	11.7
- 180-250 MILA LIRE	27.9	25.2	25.4	22.7	22.3	21.4	22.8	21.7	34.2	33.7	35.1	34.1
- 250-350 MILA LIRE	23.6	23.8	24.3	24.3	34.8	36.1	36.0	37.3	26.9	28.4	27.6	28.8
- 350-500 MILA LIRE	19.2	22.8	20.1	23.8	20.8	21.6	18.6	19.4	12.4	15.8	10.8	14.4
- OLTRE 500 MILA LIRE	12.0	12.1	12.2	12.7	6.3	7.7	6.3	7.6	5.8	5.3	4.9	5.4

% DI COMPOSIZIONE

	ROMA				IL SECOLO XIX				LA SICILIA			
	TOT.ITALIA		CAMPANIA		TOT.ITALIA		LIGURIA		TOT.ITALIA		SICILIA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ ALTA
TOTALE	208	206	189	181	520	454	495	434	275	303	268	299
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
-----												
POSSESSO BENI DUREVOLI												
- UNA LAVATRICE	86.1	87.4	84.7	86.7	94.4	93.0	94.9	93.1	91.6	93.1	91.4	92.6
- UNA LAVASTOVIGLIE	18.3	17.5	18.0	17.1	16.0	16.1	14.5	14.5	17.8	21.1	17.2	20.4
- UN TELEVISORE	91.3	92.2	90.5	91.7	96.7	95.6	96.8	95.2	96.0	96.0	96.3	96.0
- UN GIRADISCHI	51.9	53.4	51.9	55.2	53.7	54.6	52.9	53.2	56.0	57.1	55.6	57.2
- UNA CINEPRESA	9.6	13.6	7.9	11.0	12.3	12.8	11.7	12.2	14.2	14.9	13.8	14.4
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	51.9	58.3	50.8	59.1	58.1	62.3	57.2	62.0	60.0	57.4	59.7	57.5
- UNA AUTOMOBILE	63.5	65.5	62.4	62.4	72.9	72.7	72.7	73.3	78.5	78.9	78.7	79.3
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	19.7	21.8	16.9	19.3	17.1	17.4	16.0	16.4	18.9	19.8	18.3	19.1
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	34.6	36.4	34.9	34.8	34.8	38.1	32.9	36.4	20.7	23.4	19.4	22.7
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	11.5	13.6	11.6	13.3	12.3	13.4	12.1	12.9	16.0	14.2	15.3	13.4
- ENCICLOPEDIA	63.9	62.6	61.4	62.4	65.2	68.3	63.8	67.1	55.6	54.8	54.5	54.2
- SECONDA ABITAZIONE	10.6	10.7	10.1	9.9	18.8	22.0	17.6	20.5	6.2	12.5	5.6	12.0
-----												
LIVELLO DELL'ABITAZIONE												
- SIGNORILE +5 STANZE	4.3	2.4	4.8	2.8	4.2	4.8	3.4	3.9	5.1	5.3	5.2	5.4
- SIGNORILE -5 STANZE	3.4	6.8	3.7	7.7	3.1	2.9	2.8	2.5	1.8	1.7	1.9	1.7
- MEDIO +4 STANZE	31.3	33.5	33.3	35.9	26.0	29.3	24.6	28.6	28.0	26.7	28.0	27.1
- MEDIO -4 STANZE	25.0	22.3	23.8	21.5	37.9	35.9	39.0	37.1	27.6	28.1	27.2	27.8
- M. INFERIORE +3 STANZE	11.1	10.7	8.5	9.4	16.2	15.0	16.6	15.2	21.1	27.4	20.9	27.1
- M. INFERIORE -3 STANZE	12.5	11.2	12.2	8.8	10.2	9.9	10.7	10.4	8.7	5.6	9.0	5.7
- INFERIORE +2 STANZE	4.8	6.8	5.3	7.2	2.7	2.0	2.8	2.1	7.3	5.3	7.5	5.4
- INFERIORE -2 STANZE	6.7	5.8	7.4	6.6	-	-	-	-	-	-	-	-
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-----												
TITOLO OCCUPAZIONE												
- PROPRIETA'	40.9	35.9	38.1	34.3	47.7	47.4	46.7	46.8	55.3	60.7	54.9	60.5
- AFFITTO	51.4	57.3	52.9	59.1	45.2	45.4	46.5	46.1	36.0	32.7	36.2	32.8
- ALTRO	4.3	1.0	4.8	1.1	4.0	3.5	3.6	3.2	8.7	6.3	9.0	6.4
- NON INDICA	3.4	4.4	3.7	5.0	2.9	3.7	3.0	3.9	-	-	-	-

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.22

% DI COMPOSIZIONE

	STADIO				LA STAMPA (compreso "Stampa Sera del Lunedì")				STAMPA SERA			
	TOT.ITALIA		EMILIA		TOT.ITALIA		PIEMONTE		TOT.ITALIA		PIEMONTE	
	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA
TOTALE	372	260	177	142	1422	1487	1204	1245	161	185	136	156
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
-----												
- UOMINI	84.1	86.9	82.5	83.8	57.7	58.8	57.3	58.6	65.8	62.2	63.2	62.8
- DONNE	15.9	13.1	18.1	15.5	42.3	41.2	42.8	41.5	33.5	37.3	36.8	37.2
CLASSE DI ETÀ												
-----												
- 15-24 ANNI	37.9	24.2	32.8	28.2	17.4	16.1	16.7	16.1	22.4	21.1	21.3	19.2
- 25-34 ANNI	22.3	30.4	23.7	24.6	22.6	20.0	23.3	19.8	8.1	26.5	9.6	31.4
- 35-44 ANNI	17.2	19.6	19.2	18.3	16.9	20.0	17.1	20.8	14.3	17.3	9.6	14.1
- 45-54 ANNI	15.1	18.5	17.5	22.5	16.8	18.6	16.4	18.5	29.2	18.9	29.4	21.2
- 55-64 ANNI	6.2	6.5	5.1	6.3	12.9	11.4	12.5	11.4	12.4	7.0	14.0	7.1
- OLTRE 64 ANNI	1.3	.8	1.7	-	13.3	13.9	14.0	13.4	13.7	9.2	16.2	7.1
CLASSE SOCIALE												
-----												
- SUPERIORE/M. SUPER	8.3	6.2	9.6	8.5	13.7	14.1	12.4	11.7	13.0	16.8	13.2	12.8
- MEDIA	54.8	61.2	58.8	62.0	54.9	56.9	55.9	59.8	59.6	57.3	62.5	62.2
- M. INFERIORE	33.1	28.8	26.0	26.8	30.2	28.1	30.8	27.6	26.7	25.9	23.5	24.4
- INFERIORE	4.0	3.1	6.2	2.8	1.2	.8	1.1	1.0	.6	.5	.7	.6
TITOLO DI STUDIO												
-----												
- LAUREA	.8	-	-	-	5.1	6.0	3.6	3.9	10.6	10.3	10.3	7.7
- DIPLOMA M. SUPERIORE	11.3	11.9	9.6	4.2	19.1	20.2	19.3	19.8	18.6	15.7	17.6	12.2
- DIPLOMA M. INFERIORE	40.1	35.0	37.9	40.8	34.7	33.2	35.5	34.8	37.3	36.2	37.5	37.2
- ELEMENTARE O NESSUNA	47.8	53.1	52.5	53.5	41.1	40.7	41.6	41.7	33.5	37.3	33.8	42.3
CAPOLUOGHI												
-----												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	15.6	14.2	15.8	16.2	38.3	38.7	40.6	39.4	41.6	38.4	45.6	42.3
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	21.2	20.0	21.5	21.8	10.5	9.7	8.3	7.1	6.2	7.0	3.7	3.2
- NON CAPOLUOGHI	62.9	65.4	63.8	62.7	51.2	51.7	51.0	53.6	51.6	54.6	50.0	53.8

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.23

% DI COMPOSIZIONE

	STADIO				LA STAMPA (compreso "Stampa Sera del Lunedì")				STAMPA SERA			
	TOT. ITALIA		EMILIA		TOT. ITALIA		PIEMONTE		TOT. ITALIA		PIEMONTE	
	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA
TOTALE	372	260	177	142	1422	1487	1204	1245	161	185	136	156
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CONDIZIONE PROFESSIONALE												
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE	3.8	4.2	1.1	1.4	3.7	3.4	3.2	3.1	6.2	4.3	7.4	5.1
- IMPIEGATO	14.2	18.1	14.7	14.1	16.1	17.6	14.4	15.3	16.1	15.7	11.0	12.2
- NEGOZIANTE	15.1	13.8	18.1	14.1	14.6	15.2	14.4	16.7	25.5	23.2	26.5	27.6
- OPERAIO	38.4	43.1	38.4	40.8	17.2	17.7	18.7	19.1	17.4	23.8	16.9	25.6
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	-	1.2	-	2.1	2.3	2.3	2.3	2.7	-	.5	-	.6
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	-	1.2	-	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-
- CASALINGA	2.7	3.8	4.0	4.9	19.6	16.8	19.5	16.4	15.5	13.0	16.9	14.1
- PENSIONATO	4.8	4.2	4.5	5.6	14.1	15.6	15.3	15.5	13.0	7.6	15.4	4.5
- STUDENTIF	20.4	10.0	18.6	14.1	11.5	10.4	11.0	10.1	5.6	11.9	4.4	9.6
- ALTRO	.5	-	1.1	-	1.0	1.0	1.2	1.2	-	-	-	-
GRANDEZZA COMUNI												
- FINO 10.000 ABITANTI	23.7	22.3	19.8	17.6	27.1	26.0	28.5	27.4	15.5	21.1	18.4	25.0
- 10-30.000 ABITANTI	23.9	24.6	22.0	18.3	17.4	19.8	16.0	19.9	29.8	28.6	25.0	23.7
- 30-100.000 ABITANTI	22.8	23.8	20.9	23.9	12.2	11.6	10.4	10.4	6.2	6.5	6.6	5.8
- OLTRE 100.000 ABITANTI	30.1	28.5	38.4	39.4	43.3	42.6	45.1	42.4	47.2	43.8	49.3	45.5
CLASSE DI REDDITO												
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	.1	.2	.2	.2	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	-	-	-	-	.5	.4	.6	.5	.6	-	.7	-
- 70-120 MILA LIRE	1.6	2.3	3.4	2.1	3.4	2.6	3.5	3.0	-	1.6	-	.6
- 120-180 MILA LIRE	8.3	8.8	10.2	14.1	9.2	7.1	10.2	7.3	7.5	4.3	7.4	5.1
- 180-250 MILA LIRE	24.2	25.4	22.0	21.1	16.8	18.9	17.0	18.0	21.7	15.1	22.1	17.9
- 250-350 MILA LIRE	29.6	26.2	22.6	26.1	31.9	32.8	32.2	33.9	33.5	28.6	33.8	27.6
- 350-500 MILA LIRE	22.8	24.6	24.9	21.1	27.1	27.4	26.7	27.6	23.0	34.6	22.1	35.3
- OLTRE 500 MILA LIRE	14.2	12.3	18.1	15.5	10.8	10.6	9.6	9.5	13.7	16.2	13.2	13.5



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.24

% DI COMPOSIZIONE

	<b>STADIO</b>				<b>LA STAMPA</b> (compreso "Stampa Sera del Lunedì")				<b>STAMPA SERA</b>			
	TOT. ITALIA		EMILIA		TOT. ITALIA		PIEMONTE		TOT. ITALIA		PIEMONTE	
	ULTIMO FREQ	GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ	GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ	GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ	GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ	GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ	GIORNO ALTA
TOTALE	372	260	177	142	1422	1487	1204	1245	161	185	136	156
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	84,1	80,0	83,1	85,9	87,3	88,8	87,0	88,1	90,7	85,9	88,2	84,0
- UNA LAVASTOVIGLIE	16,1	17,7	16,9	16,2	22,8	23,7	21,6	23,5	28,6	28,6	27,2	28,8
- UN TELEVISORE	95,2	96,2	92,7	93,0	92,2	93,7	91,8	93,2	91,9	96,8	90,4	96,8
- UN GIRADISCHI	58,1	50,8	54,2	48,6	52,3	52,3	49,8	50,2	57,8	63,2	49,3	59,0
- UNA CINEPRESA	20,4	16,2	16,4	12,7	17,4	15,7	17,9	15,9	19,3	27,6	17,6	26,3
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	63,4	51,2	59,9	52,8	60,8	60,5	61,1	61,2	64,6	69,2	57,4	66,0
- UNA AUTOMOBILE	88,4	92,3	88,7	95,8	75,7	77,1	75,3	77,8	78,3	84,9	76,5	89,1
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	33,6	29,6	26,6	28,2	18,1	18,6	17,2	17,8	14,3	20,0	13,2	17,9
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	32,0	25,0	24,3	25,4	31,3	31,0	29,6	29,0	33,5	34,1	32,4	30,1
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	36,8	42,7	37,3	45,8	21,9	21,7	21,7	22,1	28,6	29,2	28,7	28,8
- ENCICLOPEDIA	67,5	64,2	62,1	63,4	63,9	66,1	61,7	64,8	64,6	68,6	63,2	69,2
- SECONDA ABITAZIONE	11,3	9,6	10,2	10,6	14,0	14,9	13,4	14,0	11,2	15,1	12,5	12,2
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	-	0,4	-	-	5,1	4,3	4,7	3,9	6,2	9,2	5,1	5,1
- SIGNORILE -5 STANZE	3,8	0,8	3,4	1,4	5,6	4,8	4,7	4,9	4,3	4,3	3,7	3,8
- MEDIO +4 STANZE	38,4	34,2	39,0	33,8	27,6	30,3	26,6	29,0	27,3	19,5	28,7	19,9
- MEDIO -4 STANZE	21,2	32,3	19,8	28,9	27,8	26,4	27,6	26,5	29,8	34,1	28,7	35,9
- M. INFERIORE +3 STANZE	26,9	20,4	27,1	21,1	17,7	20,4	19,1	21,2	21,7	24,3	24,3	26,3
- M. INFERIORE -3 STANZE	6,2	8,1	4,0	11,3	7,2	6,9	7,6	7,3	7,5	5,9	7,4	5,8
- INFERIORE +2 STANZE	3,0	3,5	5,6	4,2	7,9	6,1	8,6	6,5	1,9	1,6	2,2	1,9
- INFERIORE -2 STANZE	0,5	-	1,1	-	0,8	0,7	1,0	0,9	0,6	1,1	0,7	1,3
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	55,6	59,6	46,9	49,3	49,1	47,2	48,6	46,7	33,5	34,1	31,6	32,1
- AFFITTO	40,1	32,7	52,0	45,1	48,7	50,8	49,0	51,4	65,8	64,9	67,6	66,7
- ALTRO	3,2	5,0	-	2,1	1,4	1,1	1,7	1,4	0,6	0,5	0,7	0,6
- NON INDICA	1,1	2,3	2,3	2,8	0,8	0,7	0,7	0,6	-	-	-	-

% DI COMPOSIZIONE

	IL TEMPO				TUTTO				L'UNIONE SARDA			
	TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		SARDEGNA		TOT. ITALIA		SARDEGNA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA
	628	641	361	346	170	167	159	157	266	260	264	253
TOTALE	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SESSO												
- UOMINI	66.4	65.1	65.4	61.8	68.2	62.9	67.9	60.5	62.8	61.2	62.9	61.3
- DONNE	33.6	35.1	34.3	38.2	31.8	37.1	32.1	39.5	37.2	38.8	37.1	38.7
CLASSE DI ETÀ												
- 15-24 ANNI	21.7	19.7	14.1	15.6	35.3	30.5	37.7	32.5	23.7	26.9	23.9	26.1
- 25-34 ANNI	15.4	17.0	15.5	16.2	24.1	25.1	23.9	26.8	23.7	23.5	23.5	24.1
- 35-44 ANNI	18.9	19.8	18.6	20.2	8.2	7.2	6.9	6.4	14.7	13.8	14.8	14.2
- 45-54 ANNI	23.1	24.6	26.6	28.3	17.6	19.8	16.4	21.0	17.3	17.7	17.4	18.2
- 55-64 ANNI	11.8	12.5	12.2	13.0	10.0	11.4	10.1	7.0	11.7	9.6	11.4	8.7
- OLTRE 64 ANNI	9.1	6.4	13.0	6.6	4.7	6.0	5.0	6.4	9.0	8.5	9.1	8.7
CLASSE SOCIALE												
- SUPERIORE/M. SUPER	23.7	26.1	23.5	22.0	16.5	17.4	15.7	16.6	9.4	9.6	9.5	9.9
- MEDIA	53.0	56.0	49.6	58.4	49.4	44.9	49.1	45.9	42.5	42.3	42.8	43.5
- M. INFERIORE	21.0	16.4	24.4	17.3	31.8	29.9	32.1	31.8	39.8	39.6	39.8	37.9
- INFERIORE	2.2	1.7	2.8	2.3	2.9	7.8	3.1	5.1	7.5	7.7	7.6	7.9
TITOLO DI STUDIO												
- LAUREA	13.4	13.7	13.3	13.0	6	1.8	6	1.9	3.4	3.5	3.4	3.6
- DIPLOMA M. SUPERIORE	29.8	31.0	26.0	25.4	25.3	24.6	23.9	24.2	17.7	17.3	17.8	17.8
- DIPLOMA M. INFERIORE	29.3	29.5	26.6	30.3	35.3	29.3	36.5	29.9	27.8	30.0	28.0	29.6
- ELEMENTARE O NESSUNA	27.4	26.1	33.8	31.5	38.2	44.9	39.6	44.6	51.1	48.8	51.1	49.0
CAPOLUOGHI												
- CAPOLUOGHI DI REGIONE	46.0	42.9	67.6	68.8	26.5	29.3	25.2	28.7	32.0	35.4	31.8	34.8
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA	12.4	15.8	7.2	9.5	12.4	15.0	13.2	15.9	4.9	3.5	4.5	3.6
- NON CAPOLUOGHI	41.2	41.3	25.5	22.0	61.2	55.7	61.6	55.4	63.2	61.2	63.6	61.7

% DI COMPOSIZIONE

	IL TEMPO				TUTTO GIUGGI				L'UNIONE SARDA				
	TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		SARDEGNA		TOT. ITALIA		SARDEGNA		
	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ	ULTIMO FREQ		
	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA	GIORNO ALTA		
TOTALE	BASE 1.000	628	641	361	346	170	167	159	157	266	260	264	253
		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
CONDIZIONE PROFESSIONALE													
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE		5,4	6,9	5,5	7,2	4,1	5,4	3,1	4,5	2,3	1,5	2,3	1,6
- IMPIEGATO		34,9	33,5	34,1	31,8	17,6	19,2	17,6	19,1	21,4	24,2	21,6	24,9
- NEGOZIANTE		6,5	6,6	3,3	3,5	11,8	13,8	12,6	14,6	8,6	8,5	8,3	8,7
- OPERAIO		10,2	11,9	10,2	13,9	19,4	9,0	18,9	9,6	22,9	25,4	22,7	24,5
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE		2,2	2,5	3,9	4,0	2,4	1,2	2,5	1,3	4,5	3,8	4,5	4,0
- AGRICOLTORE DIPENDENTE		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CASALINGA		13,9	16,4	18,0	22,5	14,7	22,2	15,7	23,6	22,2	20,8	22,3	21,3
- PENSIONATO		9,4	6,6	12,7	5,8	4,7	8,4	5,0	5,1	7,9	8,5	8,0	7,5
- STUDENTE		14,2	14,0	8,9	10,7	22,4	21,6	22,0	22,9	8,6	6,9	8,7	7,1
- ALTRO		3,5	1,9	3,0	6	2,9	-	3,1	-	8	-	8	-
GRANDEZZA COMUNI													
- FINO 10.000 ABITANTI		22,1	21,5	17,5	15,6	41,8	29,9	42,8	28,7	43,6	38,5	43,9	38,3
- 10-30.000 ABITANTI		8,9	10,3	-	-	12,4	19,2	13,2	20,4	16,9	17,7	17,0	18,2
- 30-100.000 ABITANTI		22,9	22,2	15,0	15,9	13,5	13,2	12,6	14,0	7,1	6,9	7,2	7,1
- OLTRE 100.000 ABITANTI		46,0	46,2	67,6	68,8	31,8	37,7	30,8	36,9	32,7	36,9	32,2	36,4
CLASSE DI REDDITO													
- FINO 50 MILA LIRE		-	-	-	-	1,8	1,8	1,9	1,9	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE		-	-	-	-	1,8	4,2	1,9	1,3	1,5	8	1,5	8
- 70-120 MILA LIRE		3,7	2,3	3,6	1,7	2,4	1,8	2,5	1,9	2,3	3,8	2,3	4,0
- 120-180 MILA LIRE		5,4	6,1	6,6	5,2	12,4	9,6	13,2	10,2	18,8	20,4	18,6	18,2
- 180-250 MILA LIRE		24,5	22,2	22,4	24,0	18,2	22,2	19,5	23,6	27,8	25,4	28,0	26,1
- 250-350 MILA LIRE		27,5	27,9	23,8	27,5	29,4	32,9	27,7	35,0	21,8	22,7	22,0	23,3
- 350-500 MILA LIRE		21,0	21,7	23,8	21,7	17,6	9,6	17,6	8,3	13,9	13,1	14,0	13,4
- OLTRE 500 MILA LIRE		17,5	19,8	19,7	20,5	17,1	18,6	16,4	18,5	13,2	14,2	13,3	14,6

% DI COMPOSIZIONE

	IL TEMPO				TUTTO				L'UNIONE SARDA			
	TOT. ITALIA		LAZIO		TOT. ITALIA		SARDEGNA		TOT. ITALIA		SARDEGNA	
	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA
TOTALE	628	641	361	346	170	167	159	157	266	260	264	253
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>												
- UNA LAVATRICE	93.2	93.6	95.3	96.0	88.8	97.0	90.6	96.2	86.5	86.2	86.4	85.8
- UNA LAVASTOVIGLIE	30.7	34.0	25.5	27.7	26.5	22.8	25.2	21.7	21.4	19.2	21.6	19.8
- UN TELEVISORE	97.5	98.0	97.5	98.3	97.1	97.6	97.5	97.5	91.0	91.2	90.5	90.9
- UN GIRADISCHI	70.4	71.3	73.1	72.0	62.9	67.1	61.0	68.2	47.0	44.2	47.3	43.9
- UNA CINEPRESA	18.5	20.0	19.4	19.7	24.1	22.8	22.6	21.7	8.6	9.2	8.7	7.9
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	63.5	68.2	64.8	70.2	65.3	63.5	65.4	64.3	51.1	49.6	51.1	49.4
- UNA AUTOMOBILE	79.0	80.2	80.1	78.0	81.8	78.4	80.5	80.3	80.1	78.1	79.9	78.7
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	27.2	28.7	22.7	23.4	27.6	28.1	27.0	26.8	23.3	21.5	23.5	20.6
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	50.0	51.3	48.2	49.7	44.1	40.1	42.1	40.1	26.7	27.7	26.9	26.9
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	16.4	15.9	11.6	10.1	18.8	18.0	18.2	16.6	24.4	21.9	24.6	22.5
- ENCICLOPEDIA	74.4	78.0	75.9	77.5	66.5	70.7	67.9	72.0	57.9	56.5	58.3	56.5
- SECONDA ABITAZIONE	22.9	22.8	20.5	23.7	14.7	12.0	12.6	10.8	14.3	13.8	14.4	14.2
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>												
- SIGNORILE +5 STANZE	5.1	5.5	3.0	3.8	9.4	9.6	10.1	10.2	5.6	6.2	5.7	6.3
- SIGNORILE -5 STANZE	8.4	9.4	6.4	5.8	1.8	3.0	.6	1.9	.8	.8	.8	.8
- MEDIO +4 STANZE	24.8	29.2	21.3	23.4	24.1	20.4	23.9	21.7	25.2	25.0	25.4	25.7
- MEDIO -4 STANZE	27.9	27.0	34.1	34.1	20.0	18.0	18.2	16.6	16.5	16.9	16.3	16.2
- M. INFERIORE +3 STANZE	22.6	19.0	17.5	18.5	34.7	34.7	37.1	36.9	37.2	33.8	37.1	33.6
- M. INFERIORE -3 STANZE	8.8	8.0	13.9	11.6	4.7	4.2	5.0	4.5	4.9	5.8	4.9	5.9
- INFERIORE +2 STANZE	2.1	1.7	3.3	2.9	4.7	6.0	5.0	6.4	8.3	7.7	8.3	7.9
- INFERIORE -2 STANZE	.5	.3	-	-	-	4.2	-	.6	1.1	2.7	1.1	2.8
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	-	-	-	-	-	-	-	.8	.8	.8	.8
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>												
- PROPRIETA'	53.8	54.0	48.5	50.3	62.4	57.5	61.6	58.0	60.5	52.7	61.0	52.6
- AFFITTO	40.0	40.2	46.8	45.1	33.5	40.7	35.8	39.5	35.7	43.8	35.6	43.5
- ALTRO	5.6	5.3	3.9	4.0	2.9	1.2	1.3	1.3	1.1	1.2	1.1	1.2
- NON INDICA	.6	.6	.6	.6	1.2	1.2	1.3	1.3	2.6	2.7	2.7	2.8



% DI COMPOSIZIONE

**l'Unità**

	BASE '000	TOT. ITALIA		LOMBARDIA		LAZIO	
		ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA	ULTIMO GIORNO	FREQ. ALTA
TOTALE		1471	1224	268	217	126	137
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>SESSO</b>							
-----							
- UOMINI		75.1	74.8	71.6	70.0	70.6	67.2
- DONNE		24.9	25.2	28.4	30.0	30.2	32.8
<b>CLASSE DI ETÀ</b>							
-----							
- 15-24 ANNI		23.0	24.4	21.6	17.5	23.8	29.9
- 25-34 ANNI		17.7	18.9	18.7	26.7	26.2	27.7
- 35-44 ANNI		16.6	17.6	16.8	18.0	26.2	18.2
- 45-54 ANNI		19.0	20.6	23.1	23.0	9.5	11.7
- 55-64 ANNI		13.3	10.4	11.2	4.6	14.3	12.4
- OLTRE 64 ANNI		10.3	8.1	8.6	10.1	-	-
<b>CLASSE SOCIALE</b>							
-----							
- SUPERIORE/M. SUPER		6.7	6.8	9.0	10.6	16.7	13.9
- MEDIA		48.5	55.2	42.2	52.5	50.0	60.6
- M. INFERIORE		39.1	33.4	46.3	34.6	25.4	20.4
- INFERIORE		5.8	4.7	2.2	2.3	7.9	5.8
<b>TITOLO DI STUDIO</b>							
-----							
- LAUREA		4.6	5.4	3.7	4.1	13.5	8.8
- DIPLOMA M. SUPERIORE		14.1	16.3	9.7	12.0	20.6	20.4
- DIPLOMA M. INFERIORE		24.1	29.2	32.1	40.6	26.2	39.4
- ELEMENTARE O NESSUNA		57.2	49.2	54.5	43.3	39.7	31.4
<b>CAPOLUOGHI</b>							
-----							
- CAPOLUOGHI DI REGIONE		30.5	32.6	34.7	30.9	74.6	72.3
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA		17.0	15.8	11.2	9.2	3.2	3.6
- NON CAPOLUOGHI		52.4	51.6	54.5	59.4	23.0	24.8

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.29

% DI COMPOSIZIONE

	BASE '000	l'Unità					
		TOT. ITALIA		LOMBARDIA		LAZIO	
		ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	ULTIMO FREQ GIORNO ALTA
TOTALE		1471	1224	268	217	126	137
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<u>CONDIZIONE PROFESSIONALE</u>							
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE		2.4	4.0	2.2	2.8	9.5	7.3
- IMPIEGATO		16.0	16.3	24.6	24.0	14.3	13.9
- NEGOZIANTE		7.6	8.4	3.4	4.1	11.9	10.9
- OPERAIO		30.7	33.0	26.5	37.8	14.3	17.5
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE		1.6	1.3	1.1	-	-	-
- AGRICOLTORE DIPENDENTE		1.6	2.0	-	-	6.3	5.8
- CASALINGA		8.6	7.0	12.3	9.2	8.7	9.5
- PENSIONATO		15.5	12.0	14.6	10.1	6.3	7.3
- STUDENTE		13.8	15.4	13.4	11.1	19.0	22.6
- ALTRO		2.1	.7	1.1	-	7.9	3.6
<u>GRANDEZZA COMUNI</u>							
- FINO 10.000 ABITANTI		25.2	22.5	23.1	25.8	16.7	15.3
- 10-30.000 ABITANTI		17.8	19.6	18.7	22.6	5.6	8.0
- 30-100.000 ABITANTI		14.6	13.5	19.8	16.1	3.2	3.6
- OLTRE 100.000 ABITANTI		42.4	44.2	38.8	35.9	74.6	72.3
<u>CLASSE DI REDDITO</u>							
- FINO 50 MILA LIRE		.1	-	.4	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE		1.1	.3	1.9	.9	-	-
- 70-120 MILA LIRE		5.1	3.1	3.0	1.4	4.0	-
- 120-180 MILA LIRE		11.4	11.1	9.7	4.6	2.4	6.6
- 180-250 MILA LIRE		22.2	20.7	16.8	11.1	19.0	17.5
- 250-350 MILA LIRE		31.6	33.6	37.3	48.4	25.4	32.8
- 350-500 MILA LIRE		18.8	21.0	15.7	18.9	32.5	27.7
- OLTRE 500 MILA LIRE		9.9	10.2	14.9	15.2	16.7	14.6

% DI COMPOSIZIONE

**l'Unità**

	BASE '000	l'Unità					
		TOT. ITALIA ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	LOMBARDIA ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	LAZIO ULTIMO FREQ GIORNO ALTA			
TOTALE		1471	1224	268	217	126	137
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>							
- UNA LAVATRICE		85.6	88.2	85.8	88.9	90.5	92.0
- UNA LAVASTOVIGLIE		13.5	16.0	9.0	12.9	27.0	26.3
- UN TELEVISORE		96.0	96.3	97.0	96.3	96.0	94.2
- UN GIRADISCHI		52.3	55.3	59.7	64.1	87.3	83.9
- UNA CINEPRESA		13.1	15.3	19.4	24.9	15.9	24.8
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA		32.6	59.5	61.2	74.2	62.7	63.5
- UNA AUTOMOBILE		71.4	76.3	69.0	72.8	84.9	83.9
- UNA SECONDA AUTOMOBILE		13.0	13.6	4.1	1.8	7.9	6.6
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE		26.6	32.2	32.8	34.1	32.5	31.4
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...		31.2	26.9	26.5	24.0	13.5	9.5
- ENCICLOPEDIA		58.5	64.1	65.3	78.3	62.7	67.9
- SECONDA ABITAZIONE		8.2	8.3	4.9	4.1	13.5	10.2
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>							
- SIGNORILE +5 STANZE		2.2	2.9	1.5	2.8	5.6	3.6
- SIGNORILE -5 STANZE		1.7	2.3	4.1	3.7	4.0	5.1
- MEDIO +4 STANZE		22.4	23.7	17.9	18.4	19.0	20.4
- MEDIO -4 STANZE		23.5	26.5	24.6	28.1	28.6	34.3
- M. INFERIORE +3 STANZE		28.7	25.7	16.0	17.5	19.8	20.4
- M. INFERIORE -3 STANZE		14.1	12.7	28.4	20.7	15.9	12.4
- INFERIORE +2 STANZE		4.9	4.2	7.1	9.2	2.4	2.2
- INFERIORE -2 STANZE		2.4	1.8	-	-	2.4	2.2
- ABITAZIONE IMPROPRIA		.1	.2	-	-	1.6	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>							
- PROPRIETA'		50.2	47.6	33.6	29.5	31.7	37.2
- AFFITTO		46.6	48.1	62.3	65.0	66.7	60.6
- ALTRO		2.4	3.3	3.0	3.7	2.4	2.2
- NON INDICA		.8	.9	1.1	1.4	-	-

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.31

% DI COMPOSIZIONE

	BASE '000	<b>L'Arena</b>		<b>L'ECO DI BERGAMO</b>		<b>GAZZETTA DI MANTOVA</b>		<b>GAZZETTA DI PARMA</b>	
		PROVINCIA VR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	175 195	143 142	PROVINCIA BG ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	88 89	PROVINCIA MN ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	133 128	PROVINCIA PR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA
<b>TOTALE</b>		100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0
<b>SESSO</b>									
-----									
- UOMINI		69.7 69.2	60.8 61.3	68.2 68.5	57.1 59.4				
- DONNE		30.9 30.8	39.2 38.0	31.8 31.5	42.9 39.8				
<b>CLASSE DI ETÀ</b>									
-----									
- 15-24 ANNI		18.3 15.9	18.2 15.5	18.2 20.2	22.6 22.7				
- 25-34 ANNI		21.7 22.6	18.2 17.6	18.2 20.2	10.5 10.9				
- 35-44 ANNI		22.3 23.6	25.9 23.9	21.6 21.3	10.5 10.9				
- 45-54 ANNI		20.0 19.0	14.7 17.6	17.0 15.7	19.5 19.5				
- 55-64 ANNI		8.0 11.3	12.6 14.8	12.5 11.2	21.8 21.9				
- OLTRE 64 ANNI		10.3 7.2	9.1 9.2	9.1 9.0	15.8 14.1				
<b>CLASSE SOCIALE</b>									
-----									
- SUPERIORE/M. SUPER		14.9 15.9	18.2 16.9	10.2 11.2	4.5 4.7				
- MEDIA		54.3 55.4	56.6 57.0	56.8 58.4	45.9 49.2				
- M. INFERIORE		29.1 26.7	23.8 23.2	31.8 29.2	33.1 31.3				
- INFERIORE		2.3 2.6	2.1 2.1	- -	15.8 14.8				
<b>TITOLO DI STUDIO</b>									
-----									
- LAUREA		4.6 3.6	2.1 3.5	3.4 3.4	1.5 1.6				
- DIPLOMA M. SUPERIORE		14.9 14.4	14.0 13.4	14.8 13.5	13.5 12.5				
- DIPLOMA M. INFERIORE		28.0 27.2	26.6 23.9	28.4 29.2	29.3 31.3				
- ELEMENTARE O NESSUNA		52.6 54.4	57.3 59.2	52.3 52.8	54.9 53.9				
<b>CAPOLUOGHI</b>									
-----									
- CAPOLUOGHI DI REGIONE		- -	- -	- -	- -				
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA		49.7 45.6	25.9 26.8	33.0 31.5	68.4 66.4				
- NON CAPOLUOGHI		50.9 53.8	74.8 73.2	67.0 68.5	32.3 34.4				



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.32

% DI COMPOSIZIONE

	<b>L'Arena</b>		<b>L'ECO DI BERGAMO</b>		<b>GAZZETTA DI MANTOVA</b>		<b>GAZZETTA DI PARMA</b>	
	PROVINCIA VR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	BASE '000	PROVINCIA BG ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	PROVINCIA MN ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	PROVINCIA PR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA			
TOTALE	175	195	143	142	88	89	133	128
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE</b>								
- IMPRENDITORE+LIB PROF+DIRIGENTE	2.3	3.1	3.5	3.5	1.1	1.1	.8	1.6
- IMPIEGATO	12.0	12.3	13.3	15.5	13.6	15.7	14.3	14.1
- NEGOZIANTE	20.0	20.5	19.6	17.6	11.4	10.1	14.3	13.3
- OPERAIO	23.4	23.1	26.6	26.1	33.0	33.7	29.3	25.8
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	4.6	6.2	1.4	2.1	4.5	4.5	3.0	2.3
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	1.7	1.0	-	-	1.1	-	-	-
- CASALINGA	17.1	17.9	16.1	15.5	13.6	13.5	9.0	10.9
- PENSIONATO	8.6	7.7	13.3	12.7	10.2	11.2	17.3	18.8
- STUDENTE	8.6	6.2	5.6	4.9	9.1	9.0	9.0	9.4
- ALTRO	1.7	1.5	.7	2.1	1.1	1.1	2.3	2.3
<b>GRANDEZZA COMUNI</b>								
- FINO 10.000 ABITANTI	35.4	36.9	64.3	63.4	60.2	60.7	26.3	29.7
- 10-30.000 ABITANTI	14.9	16.9	9.8	9.9	6.8	9.0	6.0	5.5
- 30-100.000 ABITANTI	-	-	-	-	33.0	31.5	-	-
- OLTRE 100.000 ABITANTI	49.7	45.6	25.9	26.8	-	-	68.4	66.4
<b>CLASSE DI REDDITO</b>								
- FINO 50 MILA LIRE	-	-	-	-	-	-	-	-
- 50-70 MILA LIRE	-	-	.7	.7	1.1	-	3.0	3.1
- 70-120 MILA LIRE	3.4	2.1	2.1	1.4	2.3	3.4	5.3	4.7
- 120-180 MILA LIRE	14.9	14.9	4.9	5.6	13.6	13.5	6.0	6.3
- 180-250 MILA LIRE	29.1	30.8	14.0	14.1	40.9	40.4	23.3	20.3
- 250-350 MILA LIRE	25.1	27.7	26.6	27.5	21.6	23.6	24.1	23.4
- 350-500 MILA LIRE	10.3	10.3	35.7	36.6	14.8	13.5	33.1	35.2
- OLTRE 500 MILA LIRE	17.1	14.4	16.1	12.7	3.4	4.5	5.3	7.8

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.33

% DI COMPOSIZIONE	<b>L'Arena</b>		<b>LECO DI BERGAMO</b>		<b>GAZZETTA DI MANTOVA</b>		<b>GAZZETTA DI PARMA</b>	
	PROVINCIA VR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	175 195	PROVINCIA BG ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	143 142	PROVINCIA MN ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	88 89	PROVINCIA PR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	133 128
	BASE '000.							
TOTALE	100.0 100.0		100.0 100.0		100.0 100.0		100.0 100.0	
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>								
- UNA LAVATRICE	94.3 93.3		91.6 91.5		88.6 88.8		81.2 82.0	
- UNA LAVASTOVIGLIE	25.7 26.2		22.4 19.7		14.8 15.7		11.3 11.7	
- UN TELEVISORE	97.7 96.9		96.5 95.8		97.7 97.8		88.0 91.4	
- UN GIRADISCHI	57.7 54.9		53.8 50.0		42.0 44.9		38.3 43.0	
- UNA CINEPRESA	16.6 14.9		14.0 11.3		9.1 10.1		9.0 8.6	
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	57.7 60.5		57.3 52.8		52.3 55.1		36.8 42.2	
- UNA AUTOMOBILE	85.1 87.2		75.5 71.8		81.8 80.9		66.2 70.3	
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	33.7 32.8		21.0 21.8		20.5 20.2		9.0 8.6	
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	37.1 32.3		28.0 28.9		20.5 21.3		24.8 22.7	
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	37.1 37.9		35.0 35.9		37.5 38.2		34.6 37.5	
- ENCICLOPEDIA	61.7 62.1		67.1 66.2		58.0 59.6		43.6 44.5	
- SECONDA ABITAZIONE	17.7 16.4		8.4 8.5		8.0 6.7		8.3 7.0	
<b>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</b>								
- SIGNORILE +5 STANZE	1.7 1.0		2.8 2.8		1.1 2.2		2.3 2.3	
- SIGNORILE -5 STANZE	6.3 5.6		6.3 4.9		4.5 4.5		4.5 5.5	
- MEDIO +4 STANZE	35.4 39.5		43.4 40.1		37.5 38.2		13.5 14.1	
- MEDIO -4 STANZE	17.7 14.9		15.4 18.3		20.5 19.1		23.3 25.8	
- M. INFERIORE +3 STANZE	26.9 25.1		21.7 21.8		29.5 29.2		33.8 29.7	
- M. INFERIORE -3 STANZE	5.7 5.6		2.1 2.8		4.5 4.5		10.5 10.9	
- INFERIORE +2 STANZE	5.1 6.2		7.7 8.5		- -		6.0 7.8	
- INFERIORE -2 STANZE	1.1 1.0		.7 "		1.1 -		6.0 4.7	
- ABITAZIONE IMPROPRIA	- -		- .7		- -		- -	
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>								
- PROPRIETA'	54.3 51.8		51.7 46.5		46.6 49.4		37.6 42.2	
- AFFITTO	42.9 43.6		42.7 45.8		50.0 48.3		52.6 50.0	
- ALTRO	2.3 1.5		4.2 5.6		- 1.1		4.5 3.1	
- NON INDICA	.6 .5		1.4 1.4		2.3 1.1		4.5 4.7	

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.34

% DI COMPOSIZIONE	BASE 1000	<i>Giornale di Bergamo</i>		<b>GIORNALE DI BRESCIA</b>		<b>IL GIORNALE DI VICENZA</b>		<b>LA PREALPINA</b>		
		PROVINCIA BG ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA BS ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA VI ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA VA ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		
TOTALE		77 84		230 256		104 123		107 120		
		100.0 100.0		100.0 100.0		100.0 100.0		100.0 100.0		
<b>SESSO</b>										
- UOMINI		61.0 60.7		70.0 66.4		66.3 64.2		69.2 70.0		
- DONNE		41.6 39.3		30.0 33.6		33.7 35.8		30.8 30.8		
<b>CLASSE DI ETÀ'</b>										
- 15-24 ANNI		18.2 17.9		25.7 21.5		34.6 34.1		26.2 27.5		
- 25-34 ANNI		20.8 21.4		20.0 22.7		17.3 15.4		24.3 21.7		
- 35-44 ANNI		26.0 29.8		22.2 21.1		14.4 12.2		15.0 17.5		
- 45-54 ANNI		15.6 13.1		14.8 16.8		17.3 15.4		15.9 18.3		
- 55-64 ANNI		11.7 9.5		9.6 9.4		8.7 13.8		8.4 5.8		
- OLTRE 64 ANNI		6.5 6.0		8.3 8.2		7.7 8.1		10.3 9.2		
<b>CLASSE SOCIALE</b>										
- SUPERIORE/M. SUPER		16.9 13.1		8.3 7.4		11.5 10.6		6.5 11.7		
- MEDIA		55.8 51.2		54.8 51.6		62.5 59.3		51.4 49.2		
- M. INFERIORE		26.0 33.3		36.5 39.5		22.1 27.6		39.3 35.8		
- INFERIORE		1.3 2.4		.9 .8		2.9 2.4		2.8 3.3		
<b>TITOLO DI STUDIO</b>										
- LAUREA		1.3 -		- -		2.9 1.6		1.9 1.7		
- DIPLOMA M. SUPERIORE		19.5 16.7		10.0 11.7		10.6 10.6		15.0 14.2		
- DIPLOMA M. INFERIORE		32.5 31.0		38.7 34.8		37.5 36.6		33.6 35.0		
- ELEMENTARE O NESSUNA		48.1 51.2		51.7 53.5		49.0 51.2		50.5 49.2		
<b>CAPOLUOGHI</b>										
- CAPOLUOGHI DI REGIONE		- -		- -		- -		- -		
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA		36.4 38.1		36.1 35.5		41.3 42.3		28.0 25.0		
- NON CAPOLUOGHI		64.9 61.9		64.3 64.1		58.7 57.7		72.0 75.8		

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.35

% DI COMPOSIZIONE	<i>Giornale di Bergamo</i>		<b>GIORNALE DI BRESCIA</b>		<b>IL GIORNALE DI VICENZA</b>		<b>LA PREALPINA</b>	
	PROVINCIA BG ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA BS ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA VI ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA VA ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	
	BASE '000.	77 94	230 256	104 123	107 120			
<b>TOTALE</b>		100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0	100.0 100.0			
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE</b>								
- IMPRENDITORE, LIB. PROF., DIRIGENTE		5.2 3.6	- -	- .8	2.8 1.7			
- IMPIEGATO		14.3 15.5	10.4 11.3	16.3 13.8	12.1 13.3			
- NEGOZIANTE		19.5 20.2	20.4 20.3	14.4 12.2	7.5 8.3			
- OPERAIO		22.1 23.8	31.7 27.7	31.7 35.0	33.6 35.0			
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE		1.3 1.2	4.8 4.3	1.0 1.6	- -			
- AGRICOLTORE DIPENDENTE		- -	- -	- -	.9 -			
- CASALINGA		18.2 15.5	10.0 15.6	15.4 15.4	15.0 12.5			
- PENSIONATO		11.7 10.7	12.2 10.9	8.7 9.8	14.0 12.5			
- STUDENTE		2.6 3.6	9.6 8.6	10.6 9.8	13.1 14.2			
- ALTRO		3.9 3.6	.9 .8	1.0 .8	.9 1.7			
<b>GRANDEZZA COMUNI</b>								
- FINO 10.000 ABITANTI		53.2 51.2	42.6 41.0	43.3 38.2	41.1 40.8			
- 10-30.000 ABITANTI		11.7 10.7	22.2 23.0	2.9 3.3	8.4 10.0			
- 30-100.000 ABITANTI		- -	- -	13.5 15.4	50.5 49.2			
- OLTRE 100.000 ABITANTI		36.4 38.1	36.1 35.5	41.3 42.3	- -			
<b>CLASSE DI REDDITO</b>								
- FINO 50 MILA LIRE		- 1.2	- -	- -	- -			
- 50-70 MILA LIRE		1.3 1.2	.9 .8	- .8	- -			
- 70-120 MILA LIRE		3.9 3.6	1.7 3.5	2.9 3.3	1.9 2.5			
- 120-180 MILA LIRE		7.8 7.1	10.0 11.3	7.7 10.6	13.1 11.7			
- 180-250 MILA LIRE		11.7 13.1	23.9 21.1	23.1 18.7	28.0 25.8			
- 250-350 MILA LIRE		22.1 20.2	35.2 37.9	24.0 26.8	29.0 30.0			
- 350-500 MILA LIRE		31.2 31.0	17.8 14.8	24.0 26.8	22.4 21.7			
- OLTRE 500 MILA LIRE		20.8 20.2	10.4 10.2	16.3 13.0	5.6 9.2			



ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.36

% DI COMPOSIZIONE	<i>Giornale di Bergamo</i>		<b>GIORNALE DI BRESCIA</b>		<b>IL GIORNALE DI VICENZA</b>		<b>LA PREALPINA</b>	
	PROVINCIA BG ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	PROVINCIA BS ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	PROVINCIA VI ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	PROVINCIA VA ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	BASE 1000			
TOTALE	77	84	230	256	104	123	107	120
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>POSSESSO BENI DUREVOLI</b>								
- UNA LAVATRICE	94.8	91.7	96.5	96.9	94.2	92.7	91.6	92.5
- UNA LAVASTOVIGLIE	24.7	25.0	7.0	8.2	23.1	25.2	10.3	15.8
- UN TELEVISORE	94.8	96.4	97.4	95.3	99.0	95.9	95.3	95.8
- UN GIRADISCHI	62.3	59.5	49.6	46.1	59.6	59.3	54.2	59.2
- UNA CINEPRESA	11.7	9.5	11.3	10.9	19.2	16.3	14.0	12.5
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA	64.9	64.3	57.4	59.4	65.4	64.2	50.5	55.0
- UNA AUTOMOBILE	80.5	81.0	74.3	75.4	86.5	80.5	72.9	75.8
- UNA SECONDA AUTOMOBILE	19.5	21.4	12.6	11.3	24.0	19.5	15.9	19.2
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE	32.5	29.8	29.6	28.9	35.6	32.5	24.3	28.3
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...	33.8	33.3	51.3	46.1	52.9	52.8	31.8	29.2
- ENCICLOPEDIA	70.1	67.9	72.2	75.4	54.8	52.0	65.4	69.2
- SECONDA ABITAZIONE	11.7	13.1	7.8	6.6	5.8	6.5	5.6	7.5
<b>LIVELLO DELL'ARITAZIONE</b>								
- SIGNORILE +5 STANZE	5.2	3.6	6.1	5.5	2.9	3.3	1.9	2.5
- SIGNORILE -5 STANZE	6.5	4.8	2.2	2.0	5.8	4.1	3.7	5.0
- MEDIO +4 STANZE	45.5	40.5	29.6	30.9	39.4	37.4	21.5	27.5
- MEDIO -4 STANZE	16.9	16.7	27.0	28.1	25.0	23.6	24.3	19.2
- M. INFERIORE +3 STANZE	13.0	16.7	26.1	21.9	21.2	22.8	22.4	21.7
- M. INFERIORE -3 STANZE	3.9	4.8	2.6	4.3	2.9	6.5	13.1	13.3
- INFERIORE +2 STANZE	7.8	10.7	6.1	6.3	2.9	3.3	12.1	10.0
- INFERIORE -2 STANZE	1.3	1.2	-	-	-	-	-	-
- ABITAZIONE IMPROPRIA	-	1.2	-	-	-	-	-	-
<b>TITOLO OCCUPAZIONE</b>								
- PROPRIETA'	46.8	42.9	63.5	57.8	61.5	58.5	45.8	55.0
- AFFITTO	51.9	54.8	36.1	40.2	35.6	39.8	48.6	40.0
- ALTRO	1.3	2.4	1.3	1.2	2.9	1.6	5.6	5.0
- NON INDICA	1.3	-	-	0.8	-	-	0.9	0.8

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.37

% DI COMPOSIZIONE

	IL PICCOLO		La Provincia	
	PROV. TS+GO ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		PROVINCIA CR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	
	BASE '000	200 210	56 55	
TOTALE		100.0 100.0	100.0 100.0	
<b>SESSO</b>				
- UOMINI		54.5 55.2	57.1 61.8	
- DONNE		45.5 45.2	42.9 38.2	
<b>CLASSE DI ETÀ'</b>				
- 15-24 ANNI		12.5 13.3	16.1 18.2	
- 25-34 ANNI		22.0 21.4	14.3 12.7	
- 35-44 ANNI		12.0 13.8	25.0 25.5	
- 45-54 ANNI		23.5 20.5	23.2 21.8	
- 55-64 ANNI		12.0 15.2	14.3 10.9	
- OLTRE 64 ANNI		18.0 16.2	7.1 10.9	
<b>CLASSE SOCIALE</b>				
- SUPERIORE/M. SUPER		10.5 11.4	12.5 12.7	
- MEDIA		50.0 50.5	50.0 52.7	
- M. INFERIORE		38.0 36.2	37.5 34.5	
- INFERIORE		1.5 1.4	- -	
<b>TITOLO DI STUDIO</b>				
- LAUREA		2.5 2.9	1.8 1.8	
- DIPLOMA M. SUPERIORE		20.5 22.4	19.6 21.8	
- DIPLOMA M. INFERIORE		40.5 41.0	25.0 23.6	
- ELEMENTARE O NESSUNA		36.5 33.8	53.6 52.7	
<b>CAPOLUOGHI</b>				
- CAPOLUOGHI DI REGIONE		70.5 67.6	- -	
- CAPOLUOGHI DI PROVINCIA		9.5 11.0	46.4 61.8	
- NON CAPOLUOGHI		20.0 21.9	53.6 38.2	

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.38

% DI COMPOSIZIONE

	IL PICCOLO		La Provincia	
	PROV. TS+GO ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	PROVINCIA CR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA		
	BASF '000	200 210	56 55	
TOTALE	100.0 100.0	100.0 100.0		
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE</b>				
- IMPRENDITORE-LIB. PROF. DIRIGENTE	1.5 1.9	1.8 1.8		
- IMPIEGATO	21.0 21.0	14.3 12.7		
- NEGOZIANTE	8.0 8.1	21.4 20.0		
- OPERAIO	17.0 19.5	17.9 16.4		
- AGRICOLTORE INDIPENDENTE	.5 .5	5.4 3.6		
- AGRICOLTORE DIPENDENTE	.5 .5	- -		
- CASALINGA	25.5 23.3	19.6 20.0		
- PENSIONATO	18.5 17.6	12.5 14.5		
- STUDENTE	6.5 6.2	5.4 9.1		
- ALTRO	1.0 1.9	- -		
<b>GRANDEZZA COMUNI</b>				
- FINO 10.000 ABITANTI	7.0 8.6	37.5 23.6		
- 10-30.000 ABITANTI	4.5 4.8	7.1 7.3		
- 30-100.000 ABITANTI	18.0 19.0	53.6 67.3		
- OLTRE 100.000 ABITANTI	70.5 67.6	- -		
<b>CLASSE DI REDDITO</b>				
- FINO 50 MILA LIRE	- -	- -		
- 50-70 MILA LIRE	- -	- -		
- 70-120 MILA LIRE	3.5 2.9	3.6 3.6		
- 120-180 MILA LIRE	13.0 11.9	19.6 12.7		
- 180-250 MILA LIRE	35.0 35.7	23.2 23.6		
- 250-350 MILA LIRE	19.5 19.5	23.2 27.3		
- 350-500 MILA LIRE	16.5 17.1	16.1 12.7		
- OLTRE 500 MILA LIRE	11.5 12.4	14.3 20.0		

ISEGI/1 - PRIMAVERA 1975  
 PROFILO DEI LETTORI  
 QUOTIDIANO PER QUOTIDIANO

3.39

% DI COMPOSIZIONE	IL PICCOLO		La Provincia	
	PROV. TS+GO ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	200 210	PROVINCIA CR ULTIMO FREQ GIORNO ALTA	56 55
	BASE '000			
TOTALE		100.0 100.0	100.0 100.0	
<u>POSSESSO BENI DUREVOLI</u>				
- UNA LAVATRICE		88.0 88.6	80.4 87.3	
- UNA LAVASTOVIGLIE		17.5 17.6	12.5 14.5	
- UN TELEVISORE		92.5 92.4	94.6 92.7	
- UN GIRADISCHI		55.5 55.7	39.3 41.8	
- UNA CINEPRESA		19.0 18.6	14.3 18.2	
- UNA MACCHINA FOTOGRAFICA		67.5 64.8	51.8 52.7	
- UNA AUTOMOBILE		70.0 71.0	71.4 72.7	
- UNA SECONDA AUTOMOBILE		13.0 14.8	19.6 18.2	
- UNA MACCHINA PER SCRIVERE		35.5 34.3	25.0 27.3	
- MOTOCICLETTA, SCOOTER...		18.0 19.5	26.8 36.4	
- ENCICLOPEDIA		68.0 67.6	57.1 61.8	
- SECONDA ABITAZIONE		8.0 7.6	5.4 5.5	
<u>LIVELLO DELL'ABITAZIONE</u>				
- SIGNORILE +5 STANZE		2.5 3.8	3.6 5.5	
- SIGNORILE -5 STANZE		4.5 3.8	1.8 1.8	
- MEDIO +4 STANZE		21.5 22.9	23.2 25.5	
- MEDIO -4 STANZE		33.5 33.3	28.6 23.6	
- M. INFERIORE +3 STANZE		21.5 20.0	26.8 27.3	
- M. INFERIORE -3 STANZE		10.0 10.5	10.7 12.7	
- INFERIORE +2 STANZE		3.0 1.9	3.6 -	
- INFERIORE -2 STANZE		3.5 3.3	- -	
- ABITAZIONE IMPROPRIA		- -	- -	
<u>TITOLO OCCUPAZIONE</u>				
- PROPRIETA'		43.5 47.6	55.4 45.5	
- AFFITTO		54.0 50.0	42.9 50.9	
- ALTRO		2.0 1.9	- 1.8	
- NON IND'CA		.5 .5	- -	