indagine
sulla stampa
quotidiana
in Italia

Settembre 1987

isegipress 86/87

2° Volume
I CONSUMI TRA I LETTORI E I NON LETTORI DI QUOTIDIANI

RILEVAZIONE:
ottobre, novembre, dicembre 1986
febbraio, marzo, aprile 1987

UNIVERSO:
adulti + 14 anni: 45.855.000

CAMPIONE:
26.793 individui

DEMOSKOPEA
DOXA
MAKROTEST

Settembre 1987

Presentazione

Gli Editori Committenti dell'ISEGIPRESS - Indagine sulla lettura dei quotidiani in Italia - sono lieti di presentare al pubblico, agli utenti, alle agenzie ed ai tecnici pubblicitari l'edizione 1986/87 dell'indagine.

La caratteristica principale dell'ISEGIPRESS è che ha una cadenza di rilevazione e di pubblicazione dei risultati semestrale. Le rilevazioni vengono effettuate su un arco di 24 settimane, ripartite in 12 settimane per semestre. I dati del presente volume, sono il risultato delle rilevazioni avvenute nel secondo semestre del 1986 e nella primavera 1987. Verso la metà del mese di settembre 1987 inizierà la quinta rilevazione dell'indagine e, nell'aprile 1988, verranno sommati i risultati primo ciclo 1987 con quelli del secondo ciclo 1987. Così di seguito, applicando la media mobile, gli utenti pubblicitari e tutti i tecnici e gli operatori del settore disporranno ogni 6 mesi di 1 anno intero di rilevazione, fino al 1988.

L'indagine raggruppa 51 testate e fornisce un'ampia e dettagliata analisi del fenomeno di lettura su tutto il territorio nazionale.

Gli Editori Committenti, consci dell'importanza sempre crescente della disponibilità di informazioni attendibili sui mezzi di comunicazione, si impegnano a mettere a disposizione degli utilizzatori tutti gli strumenti che possono rendere più proficuo l'uso dei dati dell'indagine in oggetto. Ai volumi di sintesi, prodotti in gran numero di copie e diffusi gratuitamente agli "addetti ai lavori" del settore dell'editoria e della pubblicità, si aggiunge la disponibilità dei nastri di base per l'elaborazione dei dati, indispensabile per chi voglia accedere all'informazione mediante mezzi elettronici.

In occasione della presente edizione, al 1° volume contenente i dati sulla lettura dei quotidiani, si aggiunge un 2° volume contenente dati su 30 settori di mercato: 12 servizi bancari; l'abbigliamento l'auto e l'arredamento visti come spesa annua media, e 15 bevande alcooliche e analcooliche.

Si tratta di un'importante novità. Le analisi nazionali e regionali con riferimento all'intera popolazione costituirebbero anche da sole una rara e preziosa fonte per gli interessati ai 30 mercati: ma le ulteriori analisi secondo lettori e non lettori di quotidiani evidenziano un confronto tra livelli significativi che è certamente interessante e rivelatore per ogni operatore di marketing.

I risultati dell'indagine si basano su 18 campioni regionali per un totale di 26.793 interviste. La realizzazione è stata affidata alle Società Demoskopea, Doxa e Makrotest.

I controlli sono stati effettuati dalla Società Explorer. La supervisione dei lavori delle Società di Ricerca è stata effettuata dal Comitato Tecnico ISEGIPRESS, emanazione dell'Assemblea dei Committenti.

Gli Editori Committenti ISEGIPRESS

I committenti dell'indagine

- Nuova Editrice Trentina: Adige
- SETA: Alto Adige
- Società Editrice Athesis: L'Arena, Il Giornale di Vicenza
- Nuova Editoriale Italiana: Avvenire
- Società Editoriale Adriatica: Corriere Adriatico
- Editoriale del Corriere della Sera: Corriere della Sera
- Editrice Corriere dello Sport: Corriere dello Sport, Stadio
- Umbra Editoriale: Corriere dell'Umbria
- Società Editrice S. Alessandro: L'Eco di Bergamo
- NES - Nuove Edizioni Sportive: La Gazzetta dello Sport
- Editoriale Le Gazzette: Gazzetta di Mantova, Gazzetta di Modena/Carpi, Gazzetta di Reggio
- EDISUD: La Gazzetta del Mezzogiorno
- SEGEA - Società Edizioni Giornali e Affini: Gazzetta di Parma
- S.E.S. - Società Editrice Siciliana: Gazzetta del Sud
- Società Finanziaria Editoriale San Marco: Il Gazzettino
- Europea Edizioni: Il Giornale
- Editoriale Bresciana: Giornale di Brescia
- Giornale di Sicilia: Giornale di Sicilia
- SEGISA: Il Giorno
- Editoriale Ligure/SELPI: Il Lavoro
- Stabilimento Tipografico Piacentino: Libertà
- EDI.ME: Il Mattino
- Editrice Quotidiani Veneti: Il Mattino di Padova, La Tribuna di Treviso, La Nuova Venezia
- Società Editrice Il Messaggero: Il Messaggero
- Società Veneta Editrice: Messaggero Veneto
- Poligrafici Editoriale: La Nazione, Il Resto del Carlino
- Società Imprese Editoriali Milanesi: La Notte
- Editoriale La Nuova Sardegna: La Nuova Sardegna
- O.T.E. - Organizzazione Tipografica Editoriale: Il Piccolo
- Editrice La Provincia di Como: La Provincia di Como
- Società Editoriale Cremonese: La Provincia di Cremona
- Nuova Editoriale Provincia Pavese: La Provincia Pavese
- Edisalento: Quotidiano
- Editoriale La Repubblica: La Repubblica
- S.E.P. - Società Edizioni e Pubblicazioni: Il Secolo XIX
- Domenico Sanfilippo Editore: La Sicilia
- Editrice Il Sole-24 Ore: Il Sole-24 Ore
- Editrice La Stampa: La Stampa, Stampa Sera
- Nuova S.E.R.-TI.CO.: Il Tempo
- Editoriale Il Tirreno: Il Tirreno
- S.E.S. - Società Editrice Sportiva: Tuttosport
- Unione Sarda: L'Unione Sarda
- Editrice L'Unità: L'Unità

Il comitato tecnico

- Per gli EDITORI
  - — Silvano Aveni
  - — Paolo Baudi
  - — Dario Dal Zotto
  - — Enrico De Vitini
  - — Antonio Lupetti
  - — Virginio Pirovano
  - — Carlo Puri
  - — Franco Rotta
  - — Anna Vendegna
- Per l'AMA:
  - — Luigi Mozzi
- Per l'ASSAP:
  - — Giorgio Di Martino
  - — Renato Scutari
- Per l'OTEP:
  - — Giorgio Orsi
- Per l'UPA:
  - — Giovanna Maggioni
  - — Margherita Milesi

— Rappresentante Comune degli Editori Committenti: Germano Simeoni

— Coordinatore del Comitato Tecnico: Dino Bichisao

— Rapporti amministrativi: Angelo Buratti

Gli Istituti esecutori dell'indagine

DEMOSKOPEA, DOXA, MAKROTEST

Indice

Introduzione

Questo rapporto contiene i risultati dell'ISEGIPRESS riguardanti argomenti diversi dalla lettura dei quotidiani.

Nelle interviste dell'ISEGIPRESS dell'autunno 1986 e della primavera 1987 vennero infatti rivolte alcune domande sui seguenti argomenti:

— Conoscenza e uso di 12 servizi bancari (autunno 1986)

— Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento (autunno 1986)

— Consumo di 15 bevande (primavera 1987)

Data l'ampiezza eccezionale del campione, si tratta di dati interessanti e preziosi, su "mercati" considerati, anzitutto in quanto riferiti al "totale popolazione" dei vari "target" (adulti, uomini, donne, responsabili acquisti), sia per il "totale Italia", e sia per le "singole regioni".

Inoltre, e questo interessa soprattutto gli utilizzatori dell'ISEGIPRESS, i dati si prestano per un utile "incrocio" con i dati sulla lettura dei quotidiani, per configurare il "target" dato dai **consumatori** attuali e potenziali appartenenti ad un determinato mercato X - per es. i forti consumatori del prodotto "Sambuca" - che sono anche **lettori** di quotidiani.

Pertanto, accanto alle percentuali di penetrazione riferite al totale popolazione, nelle tavole di questo rapporto vengono riportate le percentuali, sempre di penetrazione, riferite alla collettività dei "Lettori di quotidiani ISEGIPRESS" (cioè lettori dei quotidiani inclusi nel rilevamento ISEGIPRESS).

Sui metodi di campionamento, rilevamento ed elaborazione dell'ISEGIPRESS, rinviamo alla "NOTA METODOLOGICA" riportata nel 1° volume dell'ISEGIPRESS 86/87.

Per quanto riguarda i dettagli relativi alla rilevazione ed alla presentazione dei dati di questo rapporto, si legga il capitolo che segue.

Contenuto delle tavole

Parte I - CONOSCENZA E USO DI 12 SERVIZI BANCARI

Le domande su questo argomento sono state rivolte nel ciclo n° 3 dell'ISEGIPRESS, le cui interviste hanno avuto luogo nell'autunno 1986 (dal 22 settembre al 14 dicembre).

Le domande sono le seguent:

1 - Le leggerò ora un elenco di servizi bancari, finanziari e assicurativi. Per ciascun servizio mi dovrebbe dire se Lei personalmente lo conosce anche solo per sentito dire.

2 - (Per ciascun servizio conosciuto): Usa attualmente questo servizio?

3 - (Per i servizi che conosce, ma non usa): Le interessa questo servizio e pensa che probabilmente lo userà in futuro, oppure no?

La lista dei 12 servizi considerati è la seguente:

1. CONTO CORRENTE
2. DEPOSITO A RISPARMIO
3. CARTA DI CREDITO
4. GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI (TITOLI)
5. CASSETTE DI SICUREZZA
6. PRESTITI PERSONALI
7. MUTUI PER ACQUISTO CASA
8. COMPRAVENDITA BOT E CCT
9. COMPRAVENDITA AZIONI (BORSA)
10. FONDI DI INVESTIMENTO
11. ASSICURAZIONI VITA
12. COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE (PENSIONI PRIVATE)

Per ogni servizio gli intervistati sono stati ripartiti, a seconda delle risposte date alle tre domande, tra i seguenti 4 gruppi:

1 - Conoscono il servizio (sì a dom. 1) e lo usano attualmente (sì a dom. 2).

2 - Conoscono il servizio (sì a dom. 1), non lo usano attualmente (no a dom. 2), ma sono interessati al servizio, in quanto pensano che probabilmente lo useranno in futuro (sì a dom. 3).

3 - Conoscono il servizio (sì a dom. 1), ma non lo usano attualmente (no a dom. 2), nè sono interessati al servizio (no a dom. 3).

4 - Conoscono il servizio (no a dom. 1).

Nel gruppo 1 sono compresi i componenti del mercato attuale (fruitori già effettivi del servizio); nel gruppo 2 e nel gruppo 3 sono compresi i componenti del mercato potenziale (in senso restrittivo potrebbero essere considerati tali solo quelli del gruppo 2, in quanto solo loro dichiarano la propensione ad utilizzare il servizio); nel gruppo 4 sono compresi coloro che non appartengono per niente al mercato nè attuale nè potenziale (a meno che non si voglia fare una campagna di informazione sui servizi, per cui anche il gruppo 4 potrebbe diventare interessante).
Per ogni servizio, e per ogni gruppo di analisi, vengono riportate, nelle tavole, 4 percentuali, una per ognuno dei 4 gruppi suddetti.
Per esempio, nella prima tavola, prima colonna, si legge, per il servizio "conto corrente":
41,4% degli adulti italiani appartiene al gruppo 1 di coloro che conoscono i conti correnti e usano questo servizio; 18,4% sono nel gruppo 2: li conoscono, non li usano, ma pensano che li useranno in futuro; 28,8% sono nel gruppo 3: li conoscono, ma non li usano nè li useranno; e 17,5% sono nel gruppo 4: non conoscono per niente i conti correnti.
Come per il totale adulti, queste percentuali di penetrazione sono disponibili per il totale uomini, per il totale donne e per il totale responsabili acquisti (2ª, 3ª e 4ª colonna).
Seguono poi colonne dedicate ai lettori di quotidiani ISEGIPRESS, secondo due definizioni di lettura: Lettori nel giorno medio e Lettori ultimi 7 giorni.
Per ogni definizione di lettura vi sono 4 colonne: per gli adulti, per gli uomini, per le donne e per i responsabili acquisti.
Chiudono la tavola altre 4 colonne, dedicate ai "Non lettori negli ultimi 7 giorni" di quotidiani, anch'esse riferite rispettivamente ad adulti, uomini, donne e responsabili acquisti.

Alle tavole riferite al Totale Italia, seguono tavole riferite a ciascuna delle 18 regioni, con la medesima suddivisione per la popolazione, e per i lettori/non lettori di quotidiani, secondo i 4 target/sesso (adulti/uomini/donne/responsabili acquisti).
Alle tavole secondo regioni seguono tavole riferite a singoli sotto-target derivanti dalla combinazione del sesso (uomini/donne), con 2 fasce di età (fino a 44 anni/45 anni e oltre), e con 3 categorie economico-sociali (superiore o medio-superiore/media/medio-inferiore o inferiore).
Questa suddivisione in sotto-target è fatta separatamente per l'insieme dei lettori dei quotidiani e per l'insieme dei non lettori, allo scopo di mostrare l'entità delle differenze esistenti tra lettori e non lettori di quotidiani **a parità di definizione del target.**
Per es.: quando interessano gli uomini sotto i 45 anni, di classe sociale superiore o media, qual'è la differenza tra il considerare i "Lettori di quotidiani" e il considerare (anche) i "Non lettori di quotidiani"?

Parte II - SPESA ANNUA PER ABBIGLIAMENTO, AUTO E ARREDAMENTO

Le domande su questo argomento sono state rivolte nel ciclo n° 3 dell'ISEGIPRESS, le cui interviste hanno avuto luogo nell'autunno 1986 (dal 22 settembre al 14 dicembre).

Le domande sono le seguenti:

ABBIGLIAMENTO PERSONALE

*1 - In un anno quanto spende all'incirca, per il Suo abbigliamento **personale?** Non pretendo che Lei lo ricordi esattamente, mi basta una indicazione approssimativa di quanto Lei pensa di aver speso per sè. È quindi esclusa la spesa che Lei ha fatto per l'abbigliamento di **altri,** ma è compreso ciò che altri hanno speso **per Lei.** Consideri tutte le spese indicate su questo cartellino. (Mostrare cart. 1)*

AUTOMOBILE

2.1 - Lei guida l'auto?

*2.2 - (Se sì a dom. 2.1): Quanto spende Lei **personalmente** in un anno per l'automobile? Consideri tutte le spese per l'auto **che usa più spesso,** indicate su questo cartellino, ma escluda il prezzo di acquisto dell'auto o le rate o il leasing per comprarla e le quote di ammortamento. (Mostrare cart. 2.1)*

ARREDAMENTO

*3 - Quanto ricorda di aver speso Lei **personalmente** per la casa principale e per l'eventuale seconda casa, negli ultimi 12 mesi? Consideri tutte le spese riportate su questo cartellino. (Mostrare cart. 3)*

Nei cartellini erano riportate le liste delle principali sotto-voci spesa, con funzione di promemoria o "check-list" per l'intervistato.

Le classi di spesa erano le seguenti:
— NULLA O QUASI
— FINO A 100.000 LIRE
— DA 100.000 A 500.000 LIRE
— DA 500.000 A 1.000.000 DI LIRE
— DA 1 A 2 MILIONI DI LIRE
— DA 2 A 5 MILIONI DI LIRE
— OLTRE 5 MILIONI DI LIRE

Per ognuna delle grandi voci di spesa sono riportati, nelle tavole, i seguenti valori:

— Percentuali (di penetrazione) relative a coloro che (in un anno) non spendono nulla, a coloro che spendono fino a 100.000 lire, da 100.000 lire a 500.000 lire, da 500.000 a 1.000.000 di lire, e così via. Per es., per Abbigliamento, Adulti-Popolazione, Totale Italia, spesa nulla, è 8,3%.

— Percentuale complessiva di coloro che spendono una cifra piccola o grande (spenders = il complemento a 100% della percentuale di coloro che non spendono nulla). Per es., per Abbigliamento, Adulti-Popolazione, Totale Italia, è 91,7%.

— Media (in migliaia di lire) della spesa annua per la voce in questione, **considerando l'intera popolazione** a cui si riferisce la colonna. Per es., per Abbigliamento, Adulti-Popolazione, Totale Italia, si legge 540. Ciò significa che gli adulti italani spendono, in media, annualmente, 540 mila lire per l'abbigliamento, **includendo nel calcolo anche coloro che non spendono nulla** (spesa = zero).

— Media (in migliaia di lire) della spesa annua per la voce in questione, **considerando solo gli "spenders"** (quelli che spendono almeno qualcosa). Per es., per Abbigliamento, Adulti-Popolazione, Totale Italia, si legge 580. Ciò significa che gli adulti italiani spendono in media 580 mila lire, **escludendo dal calcolo coloro che non spendono nulla.**

Alla colonna relativa al Totale Popolazione Adulti seguono le colonne relative agli altri target (uomini, ecc.), e ai lettori e non lettori di quotidiani, prima per il Totale Italia, e poi per le singole regioni. Seguono i dati riferiti a sotto-target di uomini e donne selezionati in base alla fascia di età e alla classe sociale.

Parte III - CONSUMO DI 15 BEVANDE

Le domande su questo argomento sono state rivolte nel ciclo n° 4 dell'ISEGIPRESS, le cui interviste hanno avuto luogo nella primavera 1987 (dal 2 febbraio al 26 aprile).

Le domande sono le seguenti:

*Ora Le nominerò diverse bevande: liquori, aperitivi, ecc. Lei dovrebbe dirmi quali ha bevuto **negli ultimi 3 mesi,** e cioè dal ... a ieri (citare giorno e mese di 3 mesi fa)*

*1 - Cominciamo con l'acqua minerale (gasata e non). Lei ha bevuto, **negli ultimi tre mesi,** almeno una volta, in casa o fuori di casa, acqua minerale?*

(Se sì, rivolgere le domande 2, 3 e 4)

2 - Mostrare il Cart. 2. Negli ultimi 3 mesi, con quale frequenza ha bevuto acqua minerale?
— tutti i giorni
— 2-3 volte alla settimana
— 1 volta alla settimana
— 2-3 volte al mese
— 1 volta al mese o più raramente

3 - E, sempre negli ultimi 3 mesi, ha bevuto acqua minerale più spesso al bar (o al ristorante), o più spesso a casa?
— solo o più spesso a casa
— a casa o al bar (o ristorante) ugualmente
— solo o più spesso al bar (o ristorante)

4 - Qual'è la marca di acqua minerale che Lei preferisce? (Le domande 1, 2, 3 e 4 venivano ripeture per tutte le 15 bevande)

Le 15 bevande considerate sono le seguenti:

1. ACQUA MINERALE (GASATA E NON)
2. SPUMANTE (ITALIANO)
3. BRANDY (ITALIANO)
4. WHISKY
5. GRAPPA
6. VODKA
7. AMARETTO
8. SAMBUCA
9. LIQUORE AL CAFFÈ
10. CHINA
11. FERNET
12. AMARO
13. VERMOUTH
14. APERITIVO ALCOOLICO
15. APERITIVO ANALCOOLICO

Per ogni bevanda gli intervistati sono stati ripartiti, a seconda delle risposte date alle varie domande, nei seguenti gruppi.

1ª classificazione
(da dom. 1)
— Consumatori ultimi tre mesi = coloro che hanno risposto sì alla dom. 1
— Non consumatori (no alla dom. 1)

2ª classificazione (limitata ai "consumatori ultimi 3 mesi")
(da dom. 2)
— consumatori forti
— consumatori medi
— consumatori deboli
L'assegnazione degli intervistati alle 3 categorie veniva fatta secondo criteri di raggruppamento diversi a seconda che si trattasse di acqua minerale o di altre bevande.

Per l'acqua minerale:
— consumatori forti = tutti i giorni o quasi
— consumatori medi = 2-3 volte alla settimana/1 volta alla settimana
— consumatori deboli = 2-3 volte al mese/1 volta al mese o più raramente

Per le altre bevande:
— consumatori forti = tutti i giorni o quasi/2-3 volte alla settimana
— consumatori medi = 1 volta alla settimana/2-3 volte al mese
— consumatori deboli = 1 volta al mese o più raramente

3ª classificazione (limitata ai "consumatori negli ultimi 3 mesi")
(da dom. 3)
— solo o più spesso in casa
— a casa o al bar (risposta: "a casa e al bar, o ristorante, ugualmente")
— solo o più spesso al bar (o ristorante)
Per es., nella prima tavola, prima colonna, si legge, con riferimento al Totale Adulti-Popolazione, Totale Italia, e all'acqua minerale, che:
1) 64,2% sono consumatori di acqua minerale (l'hanno bevuta almeno una volta negli ultimi 3 mesi), e 35,8% non lo sono
2) 43,0% sono forti consumatori di acqua minerale (la bevono tutti i giorni o quasi), 11,5% medi consumatori (1-3 volte alla settimana) e 9,7% deboli consumatori (meno di 1 volta alla settimana). 43,0 + 11,5 + 9,7 = 64,2.
3) 48,8% bevono acqua minerale solo o prevalentemente in casa; 5,7% sia in casa che in locali pubblici, e 9,7% solo o prevalentemente in locali pubblici. 48,8 + 5,7 + 9,7 = 64,2.

Come per il totale adulti, queste percentuali di penetrazione sono disponibili per il totale uomini, per il totale donne, e per il totale responsabili acquisti (2ª, 3ª a 4ª colonna).
Seguono poi colonne dedicate ai lettori di quotidiani ISEGIPRESS, secondo due definizioni di lettura: lettori nel giorno medio e lettori ultimi 7 giorni.
Per ogni definizione di lettura vi sono 4 colonne: per gli adulti, per gli uomini, per le donne e per i responsabili acquisti.
Chiudono la tavola altre 4 colonne dedicate ai "non lettori (di quotidiani ISEGIPRESS) negli ultimi 7 giorni", anch'esse riferite rispettivamente ad adulti, uomini, donne e responsabili acquisti.
Alle tavole riferite al Totale Italia, seguono tavole riferite a ciascuna delle 18 regioni, con la medesima suddivisione per la popolazione, e per i lettori/non lettori di quotidiani, secondo i 4 target/sesso (adulti, uomini, donne, responsabili acquisti).
Alle tavole secondo regioni seguono tavole riferite a singoli sotto-target derivanti dalla combinazione del sesso (uomini/donne), con 2 fasce di età (fino a 44 anni/45 anni e oltre), e con 3 categorie economico-sociali (superiore o medio-superiore/media/medio-inferiore o inferiore).
Questa suddivisione in sotto-target è fatta separatamente per l'insieme dei lettori di quotidiani e per l'insieme dei non lettori, allo scopo di mostrare l'entità delle differenze esistenti tra lettori e non lettori di quotidiani **a parità di definizione del target.**

AVVERTENZA
Il campione di un singolo ciclo trimestrale di rilevazioni ISEGIPRESS, per quanto eccezionalmente ampio (oltre 13.000 interviste), non è ancora così grande da non richiedere la seguente avvertenza.
Quando le analisi vengono spinte al livello regionale, e quando la regione presa in considerazione è relativamente piccola (per es. Umbria, Basilicata, Trentino-Alto Adige, ecc.), i dati relativi ai sottogruppi numericamente più piccoli (per es. donne lettrici di quotidiani), devono essere accolti con riserva, perché il sub-campione è molto esiguo, e potrebbe non consentire il calcolo di una stima statisticamente significativa.
Per dare un'idea del grado di rappresentatività dei sub-campioni regionali, e dei sottogruppi all'interno di essi (e per consentire di calcolare, per chi fosse interessato a farlo, i margini dell'errore di campionamento a tali livelli), si consulti la tavola che segue, che fornisce le stime di popolazione corrispondenti alle diverse regioni ed ai diversi sottogruppi che sono stati fatti oggetto di analisi dettagliate. Per valutare l'errore basta tener presente che il tasso ci campionamento è circa 1 : 3,3 (1 intervista per ogni 3.300 adulti della popolazione). Basta pertanto dividere le stime per 3,3, e si ottiene il numero approssimativo di interviste fatte per ciascun sottogruppo analizzato. (1)

---

(1) Per un calcolo più preciso occorrerebbe tener conto del numero di interviste fatte in una data regione, nel ciclo considerato. Esempio. In Liguria in ciascuno dei due cicli dell'ISEGIPRESS 86/87 sono state fatte 653 interviste. Siccome la popolazione adulta della Liguria è stimata in 1.560 (migliaia) di persone, il tasso ci campionamento per la Liguria è di 1 : 2,4 (653 : 1.560). Ora, se vogliamo conoscere il numero approssimativo di interviste fatte a "Lettori ultimi 7 giorni di quotidiani", uomini, della Liguria, che vengono stimati in 637 (migliaia), basta dividere 637 per 2,4, e si trova 265. Dati i sovracampionamenti queste valutazioni devono essere ritenute per difetto quando si tratta di lettori di quotidiani (come nel caso dell'esempio) e per eccesso quando si tratta di non lettori.

Stime della popolazione nei vari sottogruppi di analisi

(Stime in '000)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**45855**	**22091**	**23764**	**18537**	**30789**	**17522**	**13266**	**10099**	**15066**	**4569**	**10498**	**8439**
PIEMONTE	3843	1849	1994	1691	2780	1487	1293	1083	1063	362	701	608
LIGURIA	1560	737	823	722	1251	637	614	533	309	100	209	188
LOMBARDIA	7371	3493	3878	3084	5781	3118	2663	2079	1590	374	1216	1005
TRENTINO-ALTO ADIGE	700	340	360	281	490	264	226	173	210	76	134	108
VENETO	3527	1700	1827	1367	2664	1485	1179	866	863	215	648	501
FRIULI-VENEZIA GIULIA	1043	484	559	448	853	433	420	332	190	52	139	116
EMILIA-ROMAGNA	3370	1627	1743	1393	2682	1425	1257	990	688	202	486	402
TOSCANA	3037	1457	1580	1226	2257	1261	997	746	780	196	583	480
MARCHE	1181	573	608	450	725	435	290	211	456	138	318	239
UMBRIA	680	328	352	264	446	253	193	143	234	76	158	121
LAZIO	4046	1942	2104	1626	2827	1575	1252	928	1219	367	852	698
ABRUZZI-MOLISE	1259	615	644	498	604	390	213	137	655	224	431	361
CAMPANIA	4149	2014	2135	1559	2142	1403	738	505	2007	611	1397	1054
PUGLIA	2965	1427	1538	1141	1443	946	497	331	1522	481	1041	810
BASILICATA	475	237	238	187	143	110	33	20	332	127	205	167
CALABRIA	1583	780	803	613	815	542	273	210	768	237	530	403
SICILIA	3834	1877	1957	1528	1870	1205	665	471	1964	672	1292	1057
SARDEGNA	1232	611	621	459	1016	552	464	339	216	59	157	120

Parte I

Conoscenza e uso di 12 servizi bancari, finanziari e assicurativi

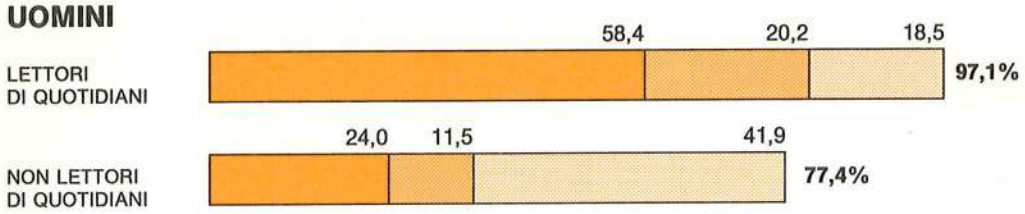
secondo lettori e non lettori di quotidiani

Conoscenza e uso di 12 servizi bancari, finanziari e assicurativi

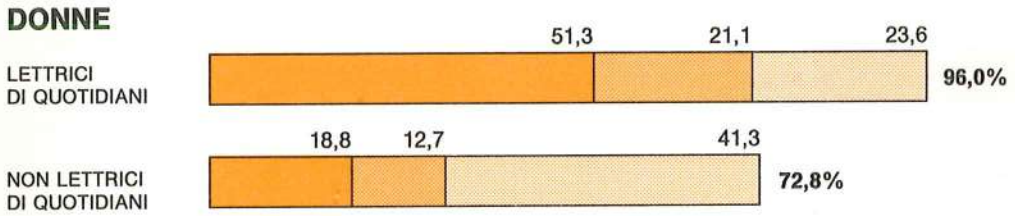
TOTALE ITALIA

1. CONTO CORRENTE

UOMINI

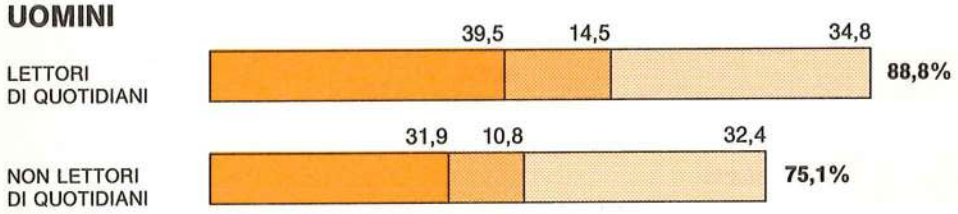


DONNE

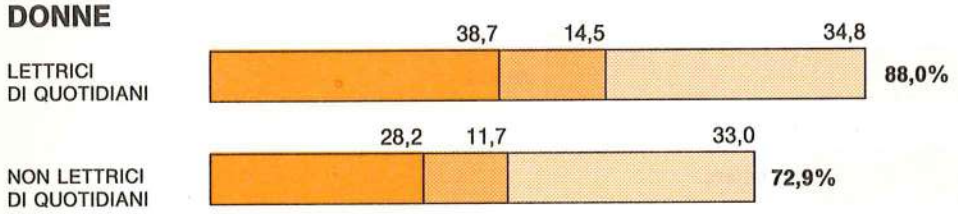


2. DEPOSITO A RISPARMIO

UOMINI

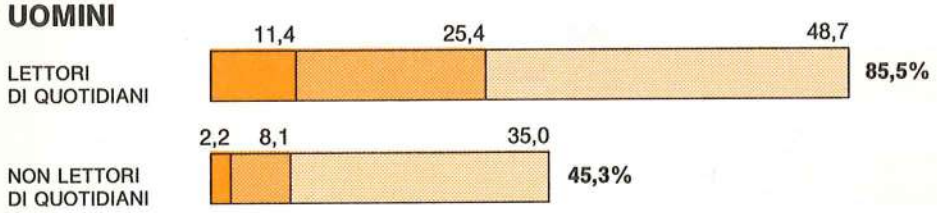


DONNE

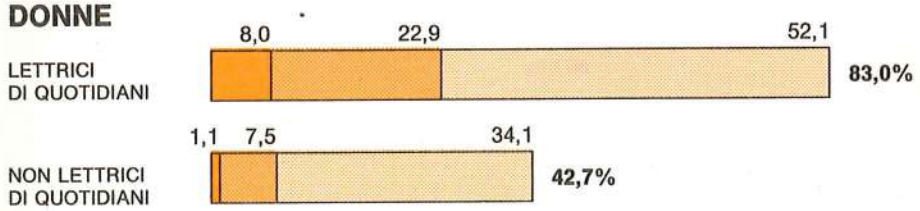


3. CARTE DI CREDITO

UOMINI



DONNE



CONOSCONO E USANO

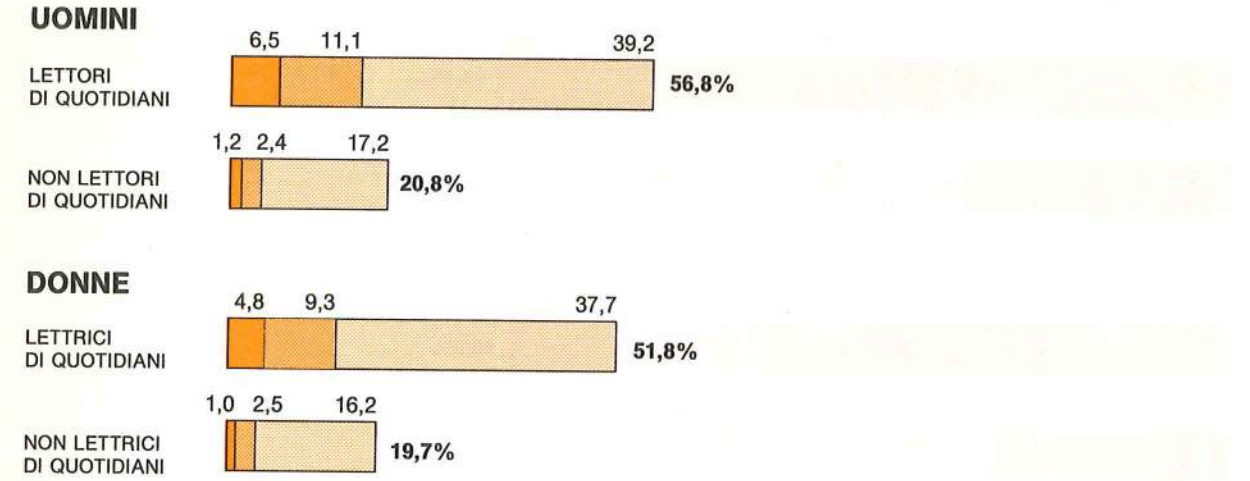
CONOSCONO NON USANO MA INTERESSATI

CONOSCONO NON USANO NON INTERESSATI

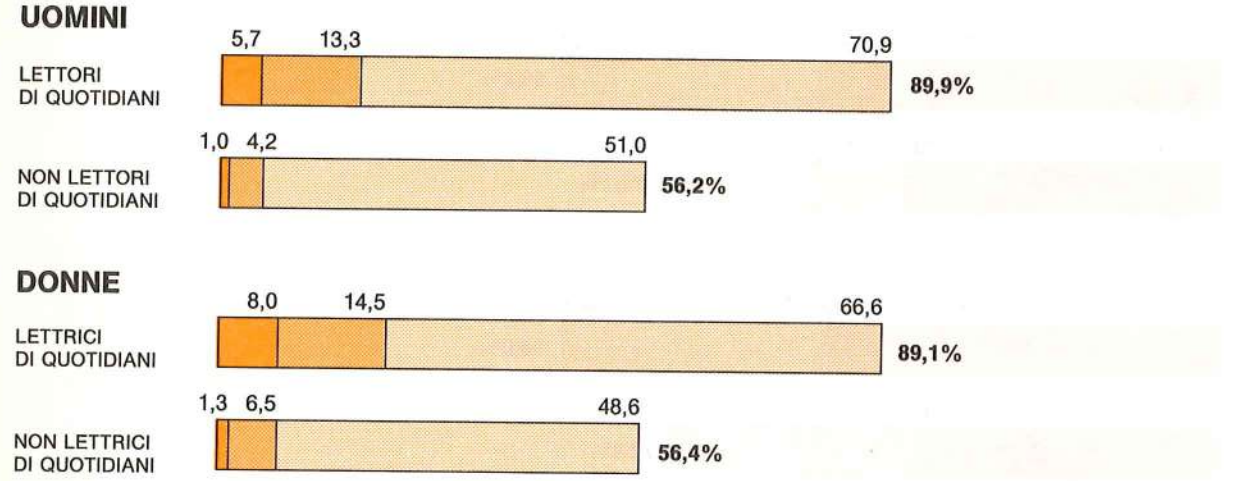
Conoscenza e uso di 12 servizi bancari, finanziari e assicurativi

TOTALE ITALIA

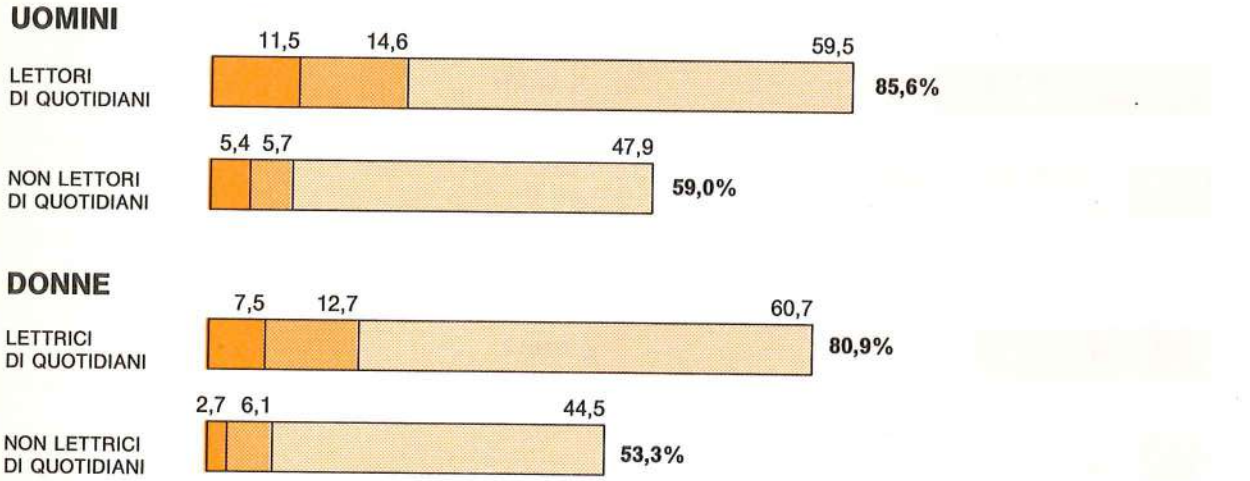
4. GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI



5. CASSETTE DI SICUREZZA



6. PRESTITI PERSONALI



CONOSCONO E USANO

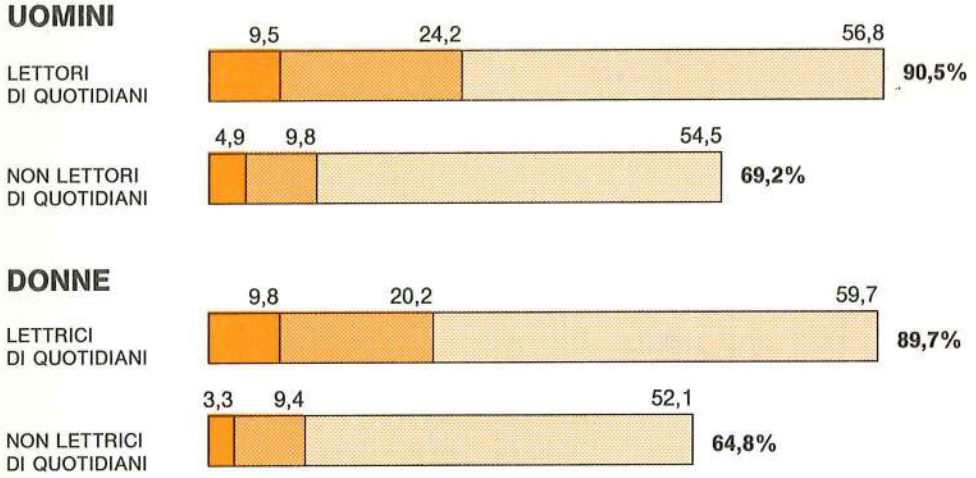
CONOSCONO NON USANO MA INTERESSATI

CONOSCONO NON USANO NON INTERESSATI

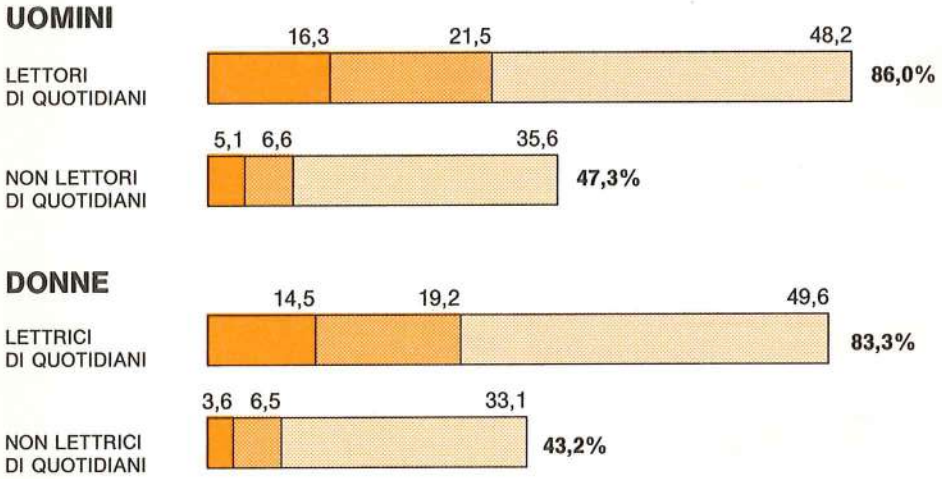
Conoscenza e uso di 12 servizi bancari, finanziari e assicurativi

TOTALE ITALIA

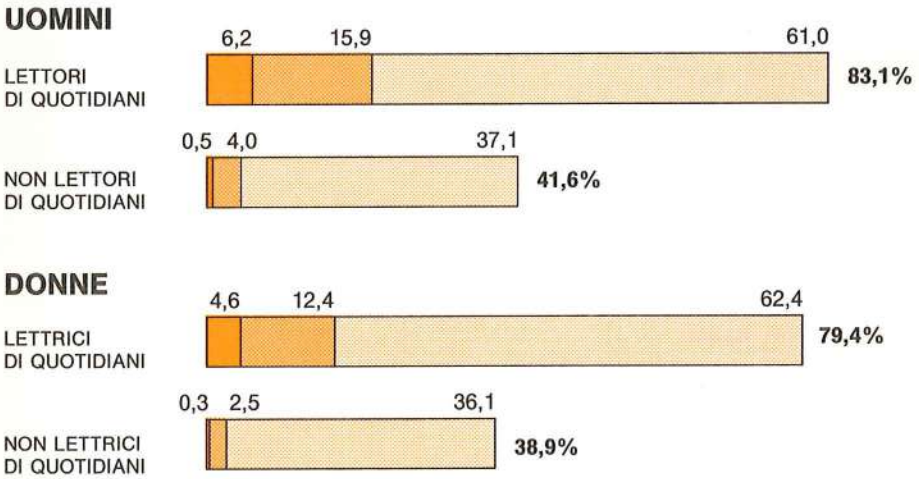
7. MUTUI PER ACQUISTO CASA



8. COMPRAVENDITA BOT E CCT



9. COMPRAVENDITA AZIONI



CONOSCONO E USANO

CONOSCONO NON USANO MA INTERESSATI

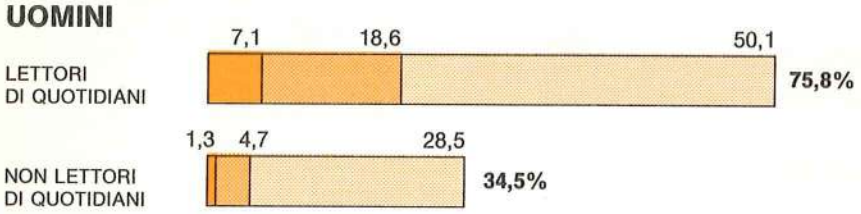
CONOSCONO NON USANO NON INTERESSATI

Conoscenza e uso di 12 servizi bancari, finanziari e assicurativi

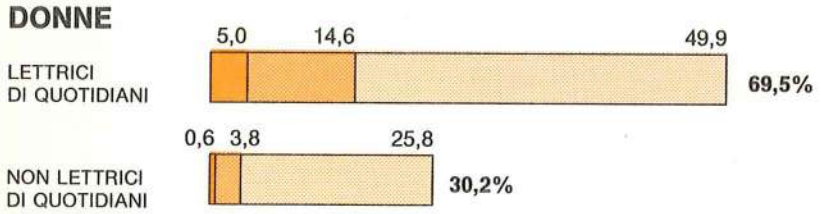
TOTALE ITALIA

10. FONDI DI INVESTIMENTO

UOMINI

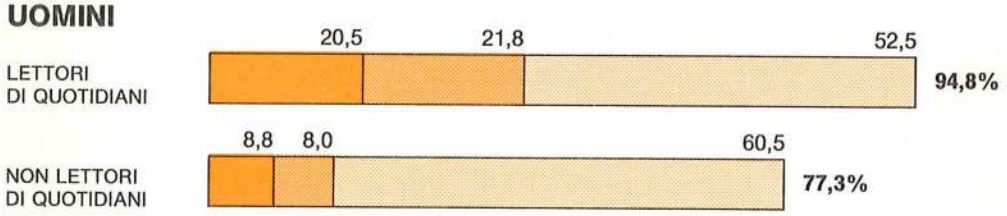


DONNE

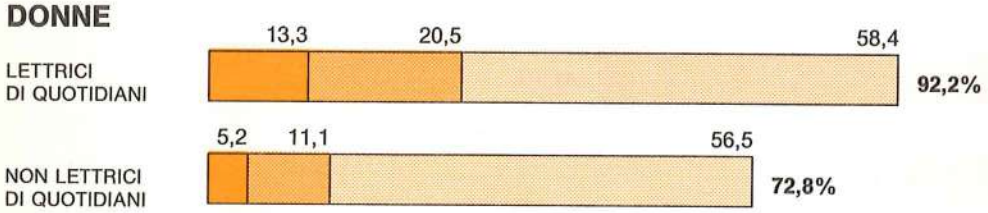


11. ASSICURAZIONE VITA

UOMINI

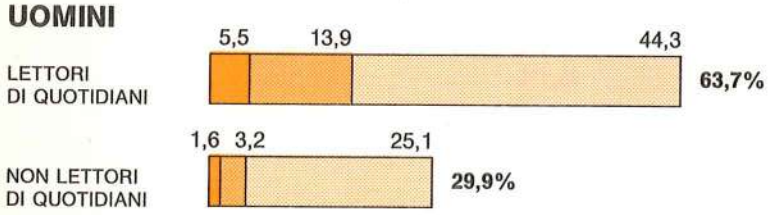


DONNE

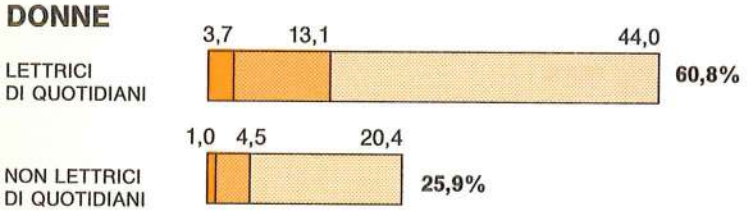


12. COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE

UOMINI



DONNE



CONOSCONO E USANO

CONOSCONO NON USANO MA INTERESSATI

CONOSCONO NON USANO NON INTERESSATI

Totale Italia

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**45855**	**22091**	**23764**	**18537**	**20203**	**12385**	**7818**	**6102**	**30789**	**17522**	**13266**	**10099**	**15066**	**4569**	**10498**	**8439**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	41.4	48.7	34.7	40.5	55.7	58.4	51.3	60.6	51.5	54.7	47.1	56.2	20.3	24.0	18.8	21.5
Conosce, non usa ma è interessato	18.4	19.1	17.8	8.8	20.6	20.2	21.1	9.6	21.3	20.9	21.9	10.3	12.4	11.5	12.7	7.0
Conosce, non usa e non è interessato	28.8	24.5	32.8	35.6	20.4	18.5	23.6	25.6	22.8	20.3	26.2	28.9	41.4	41.9	41.3	43.9
Non conosce il servizio	11.3	7.7	14.7	15.0	3.3	2.9	4.0	4.1	4.4	4.0	4.8	4.6	25.9	22.6	27.2	27.6
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	35.3	37.1	33.6	36.2	39.2	39.5	38.7	41.2	38.1	38.4	37.8	40.5	29.3	31.9	28.2	31.0
Conosce, non usa ma è interessato	13.6	13.8	13.5	9.9	14.5	14.5	14.5	10.6	14.7	14.5	14.9	10.8	11.4	10.8	11.7	8.7
Conosce, non usa e non è interessato	33.6	33.6	33.6	35.8	34.8	34.8	34.8	37.3	33.9	33.9	34.1	36.9	32.8	32.4	33.0	34.5
Non conosce il servizio	17.5	15.5	19.4	18.1	11.5	11.2	12.1	10.9	13.3	13.3	13.3	11.8	26.5	24.9	27.1	25.8
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	6.0	8.2	4.0	4.8	10.1	11.4	8.0	9.9	8.2	9.7	6.2	7.7	1.4	2.2	1.1	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	18.1	21.1	15.4	10.0	24.4	25.4	22.9	15.3	23.1	24.2	21.5	14.2	7.7	8.1	7.5	4.8
Conosce, non usa e non è interessato	44.9	46.0	43.9	44.7	50.0	48.7	52.1	54.4	49.9	48.6	51.6	54.0	34.4	35.0	34.1	33.3
Non conosce il servizio	30.9	24.7	36.8	40.6	15.5	14.5	17.1	20.4	18.8	17.4	20.6	24.0	56.6	54.6	57.4	60.7
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	3.6	4.7	2.7	3.4	5.9	6.5	4.8	6.3	4.9	5.5	4.0	5.2	1.0	1.2	1.0	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	7.0	8.4	5.8	4.2	10.4	11.1	9.3	7.7	9.2	9.9	8.3	6.5	2.5	2.4	2.5	1.5
Conosce, non usa e non è interessato	29.9	33.1	26.8	26.2	38.6	39.2	37.7	36.4	36.2	37.0	35.2	34.3	16.5	17.2	16.2	16.2
Non conosce il servizio	59.5	53.8	64.7	66.2	45.1	43.2	48.2	49.6	49.7	47.6	52.5	54.0	80.0	79.2	80.3	81.1
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	4.1	4.0	4.2	4.8	6.6	5.7	8.0	9.0	5.5	4.7	6.5	7.4	1.2	1.0	1.3	1.6
Conosce, non usa ma è interessato	10.9	11.2	10.6	7.1	13.7	13.3	14.5	10.5	13.3	12.9	13.8	9.5	5.9	4.2	6.5	4.1
Conosce, non usa e non è interessato	62.3	66.3	58.6	59.6	69.3	70.9	66.6	67.9	68.5	70.0	66.6	68.3	49.3	51.0	48.6	49.1
Non conosce il servizio	22.7	18.6	26.5	28.5	10.4	10.1	11.0	12.6	12.7	12.5	13.1	14.8	43.6	43.8	43.6	45.3
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.2	9.4	5.1	6.3	10.0	11.5	7.5	9.7	8.9	10.4	7.0	9.0	3.5	5.4	2.7	3.0
Conosce, non usa ma è interessato	11.0	12.7	9.4	6.7	13.9	14.6	12.7	9.1	13.4	14.4	12.1	8.8	6.0	5.7	6.1	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	54.6	56.3	53.1	53.0	59.9	59.5	60.7	60.6	59.0	58.4	59.8	59.5	45.5	47.9	44.5	45.1
Non conosce il servizio	27.2	21.5	32.4	33.9	16.2	14.3	19.1	20.6	18.7	16.8	21.2	22.7	45.1	41.1	46.7	47.7
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	7.1	7.9	6.4	7.8	9.6	9.5	9.8	12.4	8.7	8.6	8.8	11.1	3.8	4.9	3.3	3.8
Conosce, non usa ma è interessato	17.8	20.7	15.1	11.0	22.7	24.2	20.2	14.6	21.7	23.3	19.5	14.3	9.5	9.8	9.4	6.9
Conosce, non usa e non è interessato	56.6	56.6	56.5	59.5	57.9	56.8	59.7	62.9	58.3	57.1	60.0	63.2	52.8	54.5	52.1	55.0
Non conosce il servizio	18.6	14.9	22.0	21.7	9.8	9.5	10.4	10.2	11.3	11.0	11.7	11.4	33.9	30.8	35.1	34.2
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	10.6	12.6	8.7	10.5	15.6	16.3	14.5	18.1	13.7	14.4	12.6	15.6	4.0	5.1	3.6	4.4
Conosce, non usa ma è interessato	15.2	17.8	12.8	10.1	20.6	21.5	19.2	15.2	19.3	20.5	17.8	14.1	6.5	6.6	6.5	5.2
Conosce, non usa e non è interessato	43.5	45.2	41.9	44.5	48.7	48.2	49.6	52.0	48.0	47.5	48.7	51.7	33.8	35.6	33.1	35.7
Non conosce il servizio	30.8	24.5	36.7	34.9	15.0	14.0	16.8	14.8	19.0	17.6	20.9	18.6	55.6	52.7	56.8	54.6
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	3.2	4.2	2.2	2.7	5.6	6.2	4.6	5.7	4.5	5.1	3.7	4.5	.3	.5	.3	.4
Conosce, non usa ma è interessato	9.8	12.4	7.4	4.7	14.6	15.9	12.4	8.5	13.1	14.5	11.2	7.4	3.0	4.0	2.5	1.4
Conosce, non usa e non è interessato	52.5	55.5	49.8	50.3	61.5	61.0	62.4	63.5	60.2	59.9	60.5	61.8	36.4	37.1	36.1	36.3
Non conosce il servizio	34.5	27.9	40.7	42.3	18.4	17.0	20.6	22.3	22.3	20.5	24.7	26.2	60.3	58.4	61.1	61.9
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	3.8	5.1	2.6	3.0	6.3	7.1	5.0	5.9	5.2	6.0	4.1	4.8	.8	1.3	.6	.8
Conosce, non usa ma è interessato	11.8	14.6	9.1	6.3	17.1	18.6	14.6	11.4	15.5	17.0	13.3	9.8	4.0	4.7	3.8	2.2
Conosce, non usa e non è interessato	41.4	44.8	38.3	38.1	50.0	50.1	49.9	50.6	48.4	48.7	48.0	48.6	26.6	28.5	25.8	25.3
Non conosce il servizio	43.0	35.5	50.1	52.6	26.6	24.2	30.5	32.1	30.9	28.2	34.6	36.8	68.6	65.5	69.8	71.7
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	12.8	16.7	9.1	10.9	17.8	20.5	13.3	16.7	15.9	18.7	12.1	15.1	6.2	8.8	5.2	5.8
Conosce, non usa ma è interessato	17.5	19.2	16.0	10.1	21.3	21.8	20.5	13.1	21.0	21.9	19.9	12.5	10.2	8.0	11.1	7.1
Conosce, non usa e non è interessato	56.2	54.5	57.9	61.4	54.7	52.5	58.4	61.6	55.6	53.0	59.0	62.9	57.7	60.6	56.5	59.7
Non conosce il servizio	13.5	9.6	17.0	17.6	6.2	5.2	7.8	8.6	7.5	6.4	9.0	9.5	25.9	22.7	27.3	27.4
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.2	4.2	2.2	2.7	4.8	5.5	3.7	4.8	4.1	4.8	3.2	4.0	1.2	1.6	1.0	1.1
Conosce, non usa ma è interessato	9.8	11.0	8.7	6.5	13.6	13.9	13.1	9.6	12.5	12.9	12.0	8.8	4.1	3.2	4.5	3.8
Conosce, non usa e non è interessato	35.2	38.5	32.1	33.6	44.2	44.3	44.0	46.6	41.6	41.8	41.3	43.6	21.8	25.1	20.4	21.4
Non conosce il servizio	51.8	46.4	56.9	57.2	37.4	36.3	39.3	38.9	41.8	40.6	43.5	43.6	72.9	70.2	74.0	73.7

Piemonte - Val d'Aosta

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3843**	**1849**	**1994**	**1691**	**1796**	**1026**	**770**	**678**	**2780**	**1487**	**1293**	**1083**	**1063**	**362**	**701**	**608**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	59.3	64.3	54.7	61.6	68.8	70.7	66.1	73.2	64.7	69.1	59.7	69.0	43.5	41.6	44.4	47.0
Conosce, non usa ma è interessato	14.6	13.8	15.3	7.0	13.6	13.8	13.3	6.0	15.9	13.8	18.4	7.8	10.5	13.6	9.0	5.2
Conosce, non usa e non è interessato	21.4	19.1	23.5	26.2	15.0	12.7	18.5	19.0	16.8	14.0	20.1	21.1	34.7	42.9	30.6	36.2
Non conosce il servizio	4.8	2.9	6.5	5.3	2.6	2.9	2.1	1.9	2.5	3.1	1.9	2.0	11.3	1.8	16.0	11.6
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	40.0	45.0	35.3	40.3	40.2	43.6	35.3	39.6	40.2	43.4	36.4	40.3	39.5	52.7	32.9	40.1
Conosce, non usa ma è interessato	10.5	9.6	11.3	8.9	10.9	10.2	11.8	8.3	10.3	9.1	11.8	8.7	10.9	12.2	10.2	9.1
Conosce, non usa e non è interessato	31.7	29.3	34.0	33.7	32.8	30.3	36.2	35.5	32.4	30.6	34.5	34.1	29.8	23.2	33.1	33.0
Non conosce il servizio	17.8	16.1	19.4	17.1	16.2	15.9	16.6	16.6	17.1	16.9	17.3	16.8	19.8	11.9	23.8	17.8
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	7.4	9.2	5.7	6.6	12.1	12.9	10.9	12.6	9.2	10.3	7.9	9.4	2.2	4.2	1.1	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	18.8	20.2	17.5	14.5	24.4	25.9	22.3	18.4	22.3	22.7	21.7	18.0	8.6	8.3	8.7	7.6
Conosce, non usa e non è interessato	45.4	45.3	45.5	44.2	44.8	44.0	45.9	46.1	46.5	45.7	47.4	46.7	42.2	43.4	41.5	39.2
Non conosce il servizio	28.4	25.3	31.4	34.7	18.8	17.2	21.0	23.0	22.1	21.3	23.0	26.0	47.1	44.1	48.6	51.9
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	5.2	6.3	4.1	5.2	8.1	8.9	6.9	8.4	6.2	7.2	5.2	6.3	2.0	2.0	2.0	2.9
Conosce, non usa ma è interessato	9.5	11.2	7.8	6.5	13.8	15.9	10.8	10.0	11.6	12.8	10.3	8.8	3.0	3.8	2.7	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	33.1	33.8	32.4	33.3	34.9	34.1	36.1	36.0	35.8	34.6	37.3	37.5	24.9	30.2	22.3	24.9
Non conosce il servizio	52.3	48.7	55.7	55.1	43.2	41.1	46.2	45.6	46.3	45.5	47.2	47.4	70.1	64.0	73.1	70.3
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	7.1	5.2	8.9	9.3	10.4	7.1	15.2	15.3	8.4	5.7	11.6	11.5	3.2	2.9	3.3	5.0
Conosce, non usa ma è interessato	13.2	13.9	12.6	10.0	16.9	17.6	15.9	14.9	15.4	15.3	15.6	13.3	6.6	7.2	6.4	3.4
Conosce, non usa e non è interessato	64.3	65.3	63.4	63.9	60.7	62.0	58.7	57.5	63.9	65.1	62.4	62.4	65.5	65.7	65.4	66.9
Non conosce il servizio	15.4	15.6	15.2	16.8	12.0	13.3	10.1	12.2	12.3	13.8	10.5	12.8	24.7	24.1	24.9	24.7
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	8.9	10.2	7.7	10.3	10.3	11.1	9.2	13.5	8.9	9.3	8.5	11.8	8.8	14.3	6.0	7.4
Conosce, non usa ma è interessato	9.2	12.2	6.3	4.6	12.2	14.8	8.4	5.7	10.9	14.4	7.0	5.1	3.9	2.1	4.7	3.6
Conosce, non usa e non è interessato	58.2	57.5	58.9	57.4	57.3	55.4	60.0	56.3	59.6	57.1	62.6	59.6	54.0	59.5	51.3	53.0
Non conosce il servizio	23.8	20.1	27.2	27.8	20.2	18.7	22.4	24.5	20.5	19.3	22.0	23.6	33.3	24.0	37.9	36.0
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	6.8	6.8	6.8	7.5	8.3	7.0	10.0	11.8	7.4	7.0	7.9	9.5	4.7	5.6	4.3	3.7
Conosce, non usa ma è interessato	18.7	21.9	15.6	13.2	23.5	26.3	19.6	17.3	21.5	24.1	18.6	16.3	10.2	11.6	9.5	7.1
Conosce, non usa e non è interessato	60.4	58.8	61.9	63.3	57.2	55.3	60.0	60.8	59.2	57.0	61.7	62.9	63.8	67.3	62.1	64.0
Non conosce il servizio	14.2	12.5	15.8	16.0	11.0	11.4	10.3	10.1	11.8	11.9	11.8	11.4	21.2	15.6	24.0	25.2
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	14.1	16.8	11.6	15.2	19.9	21.4	17.8	23.0	16.3	18.1	14.2	18.4	7.7	10.6	6.3	8.8
Conosce, non usa ma è interessato	15.5	18.8	12.4	9.3	19.9	22.7	15.8	12.8	18.5	21.1	15.5	11.7	6.7	8.0	6.1	4.6
Conosce, non usa e non è interessato	47.7	46.7	48.7	48.0	44.2	42.1	47.3	44.7	47.9	45.7	50.3	48.9	47.3	51.2	45.3	46.2
Non conosce il servizio	22.6	17.7	27.3	27.6	16.0	13.8	19.1	19.5	17.3	15.0	20.0	21.1	38.3	30.2	42.3	40.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	4.1	6.1	2.2	3.1	6.9	8.8	4.1	5.9	5.4	7.2	3.2	4.3	.4	1.2		.7
Conosce, non usa ma è interessato	9.9	13.5	6.5	4.9	13.9	17.8	8.2	7.3	12.4	15.9	8.5	6.5	2.5	2.3	2.5	1.7
Conosce, non usa e non è interessato	57.2	57.8	56.7	55.6	57.4	55.5	60.1	58.2	58.9	57.5	60.6	59.2	52.2	59.4	48.6	48.6
Non conosce il servizio	28.8	22.5	34.6	36.4	21.8	17.8	27.6	28.6	23.3	19.5	27.7	30.0	44.9	37.1	48.8	49.0
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	4.7	5.8	3.6	4.3	7.6	8.3	6.5	7.6	5.6	6.6	4.4	5.4	2.0	2.2	1.9	2.2
Conosce, non usa ma è interessato	11.5	13.6	9.6	8.9	16.0	17.0	14.6	14.4	14.3	15.1	13.4	12.3	3.4	6.6	1.8	2.3
Conosce, non usa e non è interessato	48.1	50.2	46.2	45.1	48.7	49.0	48.3	47.2	51.3	51.7	50.9	48.7	38.8	43.3	36.5	37.9
Non conosce il servizio	35.7	30.3	40.7	41.7	27.7	25.7	30.6	30.8	28.8	26.6	31.4	33.6	55.9	47.9	59.8	57.6
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	12.0	13.4	10.7	13.1	15.2	16.1	13.9	17.1	13.4	14.6	12.0	14.9	7.8	7.6	7.9	9.5
Conosce, non usa ma è interessato	16.2	17.5	15.1	9.8	19.5	20.7	17.9	11.3	19.1	19.5	18.7	12.0	7.6	7.6	7.6	5.5
Conosce, non usa e non è interessato	59.7	58.6	60.8	62.3	56.6	54.3	60.0	62.9	58.1	56.3	60.2	63.5	64.3	69.3	61.8	59.9
Non conosce il servizio	12.1	10.6	13.5	14.9	8.6	8.9	8.2	8.7	9.3	9.6	9.1	9.7	20.3	15.4	22.7	25.1
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.7	4.5	3.0	3.6	5.2	5.4	4.9	5.5	3.9	4.6	3.2	3.6	3.1	4.3	2.5	3.5
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	11.9	10.8	9.6	14.0	14.7	12.9	11.7	13.0	13.5	12.6	11.3	6.4	4.8	7.2	6.3
Conosce, non usa e non è interessato	44.8	49.1	40.7	42.2	49.1	50.9	46.4	47.7	48.0	50.2	45.5	46.0	35.2	43.8	30.9	34.8
Non conosce il servizio	40.1	34.4	45.5	44.6	31.8	29.0	35.9	35.1	35.0	31.8	38.7	39.2	55.3	47.1	59.4	55.4

Liguria

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1560**	**737**	**823**	**722**	**809**	**453**	**356**	**320**	**1251**	**637**	**614**	**533**	**309**	**100**	**209**	**188**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	60.5	71.2	51.0	58.3	71.2	78.9	60.5	70.6	66.3	74.8	56.9	65.0	36.6	38.6	35.9	41.4
Conosce, non usa ma è interessato	11.5	9.9	12.9	4.1	11.7	8.3	16.4	2.6	11.8	8.7	15.3	4.0	10.2	21.8	6.6	4.1
Conosce, non usa e non è interessato	22.3	14.8	28.9	31.5	14.8	10.9	20.1	23.9	19.0	13.6	25.0	28.5	35.9	25.9	39.0	39.2
Non conosce il servizio	5.7	4.0	7.2	6.1	2.4	1.9	3.0	2.9	2.9	3.0	2.8	2.5	17.4	13.7	18.6	15.3
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	42.5	42.1	42.9	43.9	45.0	44.6	45.6	45.7	44.2	43.1	45.4	46.3	35.5	32.8	36.4	37.8
Conosce, non usa ma è interessato	11.3	9.3	13.1	8.9	11.5	8.9	15.1	8.7	11.4	8.5	14.6	9.5	10.7	16.3	9.0	7.5
Conosce, non usa e non è interessato	33.5	36.8	30.7	33.0	32.8	35.6	28.9	33.0	33.4	37.6	28.8	31.8	34.1	29.4	35.6	36.0
Non conosce il servizio	12.6	11.8	13.4	14.2	10.7	10.9	10.3	12.5	11.0	10.7	11.2	12.4	19.6	21.4	19.1	18.7
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	9.1	13.8	5.1	6.1	13.5	17.7	7.7	9.2	10.7	14.7	6.3	7.7	2.5	4.8	1.9	2.1
Conosce, non usa ma è interessato	20.6	20.6	20.7	10.3	22.6	21.6	23.8	10.0	23.4	21.2	25.8	12.3	9.2	15.0	7.5	5.1
Conosce, non usa e non è interessato	46.3	47.0	45.7	50.4	48.5	47.6	49.8	55.0	48.6	48.0	49.3	54.8	36.8	38.1	36.4	39.4
Non conosce il servizio	23.9	18.7	28.6	33.2	15.4	13.0	18.7	25.7	17.3	16.1	18.6	25.1	51.4	42.1	54.3	53.4
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	7.0	7.5	6.6	7.4	10.0	9.9	10.2	13.5	8.1	8.3	7.9	9.1	2.4		3.1	3.2
Conosce, non usa ma è interessato	6.6	7.7	5.7	4.5	8.3	8.8	7.6	5.0	7.3	8.2	6.4	4.6	3.7	3.2	3.8	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	32.6	35.7	29.9	30.2	38.0	39.4	36.1	33.9	34.1	35.5	32.6	31.7	26.3	37.4	22.9	26.7
Non conosce il servizio	53.8	49.1	57.9	57.8	43.7	42.0	46.1	47.6	50.4	48.0	53.1	54.7	67.6	59.4	70.2	65.8
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	9.6	10.4	8.9	8.6	14.1	13.3	15.3	14.5	11.7	11.5	12.0	11.5	.8		1.0	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	14.1	12.6	15.5	10.4	13.5	12.3	15.2	7.7	15.1	13.5	16.9	10.2	10.0	4.4	11.8	11.1
Conosce, non usa e non è interessato	60.6	64.2	57.4	60.4	62.8	64.7	60.2	63.6	61.9	63.7	59.9	63.4	55.0	68.4	50.9	52.9
Non conosce il servizio	15.7	12.8	18.2	20.6	9.6	9.8	9.3	14.3	11.2	11.2	11.2	14.9	34.2	27.3	36.3	34.8
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	8.9	12.7	5.6	6.8	9.9	13.8	4.4	6.9	10.4	13.7	6.8	8.4	2.8	3.9	2.4	2.8
Conosce, non usa ma è interessato	11.2	12.2	10.4	6.0	12.9	13.5	12.0	4.5	12.1	12.8	11.3	5.8	7.5	5.9	8.0	6.4
Conosce, non usa e non è interessato	56.8	56.5	57.0	58.4	60.2	58.9	62.2	62.8	58.3	56.9	59.7	60.1	50.8	52.6	50.2	54.2
Non conosce il servizio	23.0	18.6	27.0	28.8	17.0	13.8	21.4	25.7	19.2	16.5	22.2	25.6	39.0	37.6	39.4	36.6
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	11.1	12.2	10.1	11.9	14.5	16.1	12.2	17.0	12.3	13.2	11.2	13.4	6.1	2.4	7.2	8.1
Conosce, non usa ma è interessato	17.5	19.4	15.9	10.3	21.0	22.0	19.6	10.5	20.2	20.4	20.0	13.0	6.4	9.7	5.4	3.8
Conosce, non usa e non è interessato	55.3	54.6	55.9	57.5	52.6	51.0	54.8	56.0	54.0	53.5	54.6	56.6	60.7	65.5	59.2	59.9
Non conosce il servizio	16.1	13.8	18.1	20.2	11.9	10.8	13.5	16.4	13.5	12.9	14.2	17.1	26.8	22.4	28.2	28.2
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	18.6	22.0	15.6	17.9	23.3	25.2	20.6	24.7	20.6	23.2	17.6	20.4	10.6	10.7	10.5	11.5
Conosce, non usa ma è interessato	16.4	16.2	16.7	13.0	19.0	18.2	20.3	15.0	17.9	16.7	19.3	14.5	10.2	11.1	10.0	9.4
Conosce, non usa e non è interessato	49.0	49.8	48.4	51.1	48.7	49.0	48.3	50.7	49.9	50.6	49.1	51.7	45.6	42.3	46.7	49.4
Non conosce il servizio	15.9	12.1	19.3	18.0	9.0	7.7	10.8	9.6	11.7	9.5	14.1	13.4	33.6	35.9	32.8	29.6
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	5.5	6.8	4.3	6.0	7.7	9.5	5.2	8.3	6.2	7.5	4.7	6.9	2.4		3.2	3.6
Conosce, non usa ma è interessato	9.5	9.7	9.3	4.9	11.5	11.6	11.4	3.9	10.6	10.1	11.1	5.6	4.8	6.0	4.5	3.2
Conosce, non usa e non è interessato	59.2	62.2	56.5	56.2	63.3	62.4	64.6	62.8	62.4	62.8	61.9	59.8	45.8	56.7	42.5	47.2
Non conosce il servizio	25.9	21.3	29.9	32.9	17.5	16.5	18.8	25.0	20.8	19.6	22.2	27.6	46.9	37.3	49.9	46.0
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	6.6	8.2	5.2	6.5	8.8	10.5	6.4	9.8	7.6	9.1	6.0	7.7	2.5		3.2	3.6
Conosce, non usa ma è interessato	13.1	13.5	12.7	6.5	16.2	16.2	16.2	6.4	15.0	14.3	15.7	7.1	5.2	6.0	5.0	5.0
Conosce, non usa e non è interessato	45.6	48.0	43.4	45.6	49.4	51.0	47.3	48.5	47.5	49.2	45.7	47.8	37.4	36.4	37.7	40.2
Non conosce il servizio	34.8	30.4	38.7	41.3	25.6	22.3	30.1	35.3	29.9	27.4	32.6	37.4	55.0	57.6	54.2	51.2
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	13.9	19.9	8.5	10.2	18.4	25.9	7.9	9.5	15.2	21.1	8.6	10.4	8.6	9.0	8.5	9.6
Conosce, non usa ma è interessato	17.3	16.9	17.6	11.4	17.3	16.1	19.1	10.7	18.4	17.5	19.5	11.5	12.5	11.7	12.7	11.0
Conosce, non usa e non è interessato	53.9	51.3	56.2	60.3	55.0	49.6	62.5	66.9	54.2	50.9	57.9	61.6	52.4	54.7	51.7	57.0
Non conosce il servizio	15.0	11.9	17.7	18.2	9.3	8.5	10.5	12.9	12.2	10.5	14.0	16.5	26.6	24.6	27.2	22.5
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	6.3	7.0	5.6	5.6	7.9	9.1	6.2	6.7	7.1	7.7	6.5	6.2	2.7		3.5	4.0
Conosce, non usa ma è interessato	13.2	15.2	11.5	7.6	16.8	18.6	14.2	7.8	15.1	15.9	14.3	9.2	5.3	9.5	4.1	3.6
Conosce, non usa e non è interessato	40.9	40.8	41.1	42.1	45.5	43.0	49.0	48.1	43.3	42.0	44.7	44.8	31.1	29.4	31.7	35.4
Non conosce il servizio	39.6	37.0	41.8	44.7	29.8	29.3	30.5	37.3	34.5	34.4	34.5	39.8	60.8	61.1	60.7	57.1

Lombardia

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**7371**	**3493**	**3878**	**3084**	**3979**	**2319**	**1660**	**1318**	**5781**	**3118**	**2663**	**2079**	**1590**	**374**	**1216**	**1005**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	58.5	66.5	51.3	60.1	66.5	71.7	59.1	71.2	63.3	68.7	57.0	68.2	40.1	46.9	37.9	42.8
Conosce, non usa ma è interessato	17.5	15.4	19.4	8.0	17.8	14.6	22.3	7.9	18.9	15.9	22.4	8.8	12.1	11.1	12.4	6.2
Conosce, non usa e non è interessato	19.4	14.5	23.8	26.1	13.1	11.6	15.3	17.1	14.6	12.6	16.8	18.8	37.8	30.9	39.9	42.0
Non conosce il servizio	4.6	3.6	5.6	5.8	2.6	2.1	3.3	3.8	3.2	2.8	3.8	4.2	10.0	11.1	9.7	9.1
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	35.6	34.6	36.6	38.7	36.1	34.4	38.4	39.5	36.0	34.3	38.0	40.5	34.2	36.8	33.3	34.7
Conosce, non usa ma è interessato	11.6	10.4	12.7	9.7	12.1	10.9	13.8	10.8	11.9	10.6	13.4	10.3	10.4	8.6	11.0	8.4
Conosce, non usa e non è interessato	38.0	39.5	36.6	37.8	40.6	43.0	37.2	39.7	39.4	41.3	37.3	38.6	32.3	24.0	34.9	36.3
Non conosce il servizio	14.8	15.5	14.2	13.8	11.2	11.7	10.6	10.0	12.7	13.8	11.4	10.6	23.1	30.6	20.7	20.6
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	10.6	13.6	7.9	9.0	14.6	16.7	11.6	13.4	12.7	14.9	10.0	11.5	2.7	1.7	3.0	3.6
Conosce, non usa ma è interessato	19.2	19.6	18.9	12.5	22.5	21.7	23.7	15.3	21.6	20.8	22.5	14.5	10.3	9.3	10.6	8.4
Conosce, non usa e non è interessato	48.3	49.9	46.9	49.1	50.5	50.1	51.1	55.3	50.3	50.4	50.2	53.9	40.7	45.4	39.2	38.8
Non conosce il servizio	21.8	17.0	26.2	29.4	12.4	11.5	13.6	16.0	15.4	13.9	17.2	20.1	46.3	43.6	47.2	49.2
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	6.7	8.2	5.3	6.6	8.9	9.9	7.4	9.7	7.9	8.7	6.9	8.7	2.1	3.4	1.7	2.0
Conosce, non usa ma è interessato	7.1	7.8	6.3	5.6	8.9	9.2	8.5	9.0	8.1	8.4	7.8	7.2	3.0	2.8	3.0	2.1
Conosce, non usa e non è interessato	33.6	35.8	31.6	30.6	39.1	38.7	39.7	37.0	36.5	37.4	35.4	33.8	22.3	21.7	22.5	23.6
Non conosce il servizio	52.7	48.2	56.7	57.2	43.1	42.1	44.4	44.4	47.5	45.5	49.9	50.3	72.6	72.1	72.7	72.3
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	7.6	7.9	7.2	8.7	10.3	10.5	10.1	12.6	8.7	8.7	8.8	10.9	3.0	1.0	3.6	3.9
Conosce, non usa ma è interessato	10.0	10.1	9.8	8.0	11.4	10.6	12.6	11.7	11.3	10.8	11.9	9.9	4.6	3.7	4.9	4.0
Conosce, non usa e non è interessato	68.7	71.8	66.0	66.5	70.2	72.0	67.6	66.2	70.4	72.4	68.1	67.6	62.5	66.9	61.1	64.1
Non conosce il servizio	13.8	10.2	17.0	16.8	8.0	6.9	9.7	9.5	9.5	8.1	11.2	11.6	30.0	28.4	30.5	28.0
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	6.5	8.1	5.1	6.5	7.4	9.2	4.8	6.3	7.1	8.7	5.1	6.8	4.6	2.7	5.1	6.0
Conosce, non usa ma è interessato	9.9	11.3	8.6	5.9	11.2	11.9	10.1	7.6	11.1	12.0	10.0	6.9	5.5	5.7	5.4	3.9
Conosce, non usa e non è interessato	60.2	62.8	57.8	57.9	65.5	65.9	65.0	64.9	63.9	64.2	63.5	63.9	45.9	50.5	44.4	44.9
Non conosce il servizio	23.3	17.8	28.4	29.7	15.9	12.9	20.1	21.3	17.9	15.1	21.3	22.5	44.1	41.1	45.0	45.1
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	8.0	9.9	6.3	7.8	9.6	10.4	8.5	10.7	9.2	10.0	8.3	10.5	3.4	8.6	1.8	1.9
Conosce, non usa ma è interessato	17.2	19.5	15.1	11.7	19.9	20.4	19.1	15.8	19.1	20.1	17.9	14.1	9.8	13.9	8.6	6.5
Conosce, non usa e non è interessato	60.8	58.9	62.4	66.3	60.8	60.6	61.1	64.8	60.9	60.0	61.9	65.7	60.2	49.7	63.5	67.7
Non conosce il servizio	14.1	11.7	16.2	14.2	9.7	8.5	11.4	8.7	10.8	9.8	11.9	9.7	26.6	27.7	26.2	23.9
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	16.7	19.5	14.2	16.5	20.6	21.6	19.2	23.6	18.9	20.2	17.5	20.9	8.2	14.1	6.4	7.0
Conosce, non usa ma è interessato	16.6	18.4	15.1	12.7	19.9	20.5	19.0	15.7	18.9	19.7	17.9	14.9	8.1	7.0	8.5	8.1
Conosce, non usa e non è interessato	47.1	46.5	47.6	50.9	48.2	47.9	48.5	50.4	48.3	47.4	49.3	52.5	42.5	38.9	43.7	47.4
Non conosce il servizio	19.5	15.6	23.2	19.8	11.4	10.1	13.2	10.3	13.9	12.7	15.3	11.6	41.1	40.0	41.5	37.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	6.1	7.8	4.6	5.3	8.8	9.8	7.3	8.8	7.5	8.5	6.3	7.4	.7	1.0	.7	.8
Conosce, non usa ma è interessato	10.6	12.4	9.0	4.9	14.0	14.3	13.6	8.0	12.6	13.3	11.9	7.0	3.0	5.2	2.3	.4
Conosce, non usa e non è interessato	59.3	61.4	57.3	60.2	62.9	63.3	62.5	66.1	62.1	63.0	61.2	64.5	48.3	47.9	48.4	50.7
Non conosce il servizio	24.0	18.4	29.1	29.7	14.2	12.6	16.6	17.1	17.7	15.2	20.6	21.1	48.0	46.0	48.6	48.1
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	5.9	8.0	3.9	4.6	8.3	9.5	6.6	8.1	7.3	8.8	5.5	6.6	.4	1.0	.2	.2
Conosce, non usa ma è interessato	12.1	13.9	10.5	7.4	15.8	16.6	14.7	11.2	14.1	15.0	13.1	9.5	4.6	4.4	4.6	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	47.1	50.0	44.4	45.0	52.9	53.8	51.7	53.1	50.7	51.9	49.4	50.2	33.3	34.2	33.0	33.7
Non conosce il servizio	34.9	28.0	41.2	43.0	23.0	20.1	27.1	27.6	27.9	24.3	32.1	33.7	61.8	60.4	62.2	63.2
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	16.3	19.7	13.3	16.6	19.3	21.2	16.7	21.4	17.8	19.8	15.5	19.9	10.6	18.4	8.2	9.3
Conosce, non usa ma è interessato	17.8	18.4	17.2	10.3	19.5	19.3	19.7	12.7	19.6	19.7	19.4	11.9	10.9	6.6	12.3	6.8
Conosce, non usa e non è interessato	57.5	56.0	58.8	62.8	55.3	54.9	55.9	57.7	56.1	55.1	57.3	59.9	62.8	63.7	62.5	69.0
Non conosce il servizio	8.4	5.9	10.7	10.4	5.9	4.5	7.8	8.2	6.5	5.3	7.9	8.3	15.7	11.3	17.1	14.9
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	4.4	6.3	2.6	3.7	5.6	7.4	3.2	4.9	4.9	6.6	2.9	4.4	2.4	4.1	1.8	2.2
Conosce, non usa ma è interessato	12.7	13.7	11.8	9.3	14.2	14.4	14.0	11.0	14.0	14.7	13.3	10.4	7.6	4.5	8.5	6.9
Conosce, non usa e non è interessato	44.1	45.8	42.6	44.3	49.7	49.3	50.3	51.9	47.2	46.4	48.2	49.9	32.0	40.4	29.3	32.2
Non conosce il servizio	38.8	34.3	43.0	42.7	30.4	28.9	32.5	32.1	33.8	32.4	35.6	35.3	58.1	51.0	60.3	58.7

Trentino Alto Adige

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**700**	**340**	**360**	**281**	**314**	**182**	**131**	**102**	**490**	**264**	**226**	**173**	**210**	**76**	**134**	**108**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	54.4	63.9	45.3	48.4	67.7	69.0	65.7	70.0	64.3	69.0	58.8	64.8	26.8	41.9	18.7	21.1
Conosce, non usa ma è interessato	9.3	8.7	9.9	4.1	11.5	10.9	12.6	2.5	10.1	9.9	10.3	2.6	7.1	3.5	9.0	6.6
Conosce, non usa e non è interessato	29.2	24.6	33.6	36.5	19.1	18.5	20.1	23.1	22.8	19.1	27.1	26.9	47.0	48.3	46.3	52.4
Non conosce il servizio	7.1	2.8	11.2	11.0	1.6	1.6	1.6	4.5	2.8	2.0	3.7	5.6	19.1	6.2	26.0	20.0
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	70.0	69.2	70.8	69.4	72.2	75.5	67.1	63.9	69.4	69.7	69.0	67.1	71.8	67.0	74.4	73.4
Conosce, non usa ma è interessato	5.9	5.4	6.4	5.3	8.7	6.5	12.2	11.6	7.6	6.7	8.7	8.4	1.3		2.0	
Conosce, non usa e non è interessato	21.2	21.1	21.3	23.8	17.9	17.5	18.6	24.4	21.3	21.4	21.2	24.5	20.9	19.8	21.5	22.6
Non conosce il servizio	2.8	4.3	1.4	1.5	1.1	.5	2.1		1.7	2.2	1.1		6.0	13.1	2.2	4.0
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	7.1	7.8	6.4	8.9	9.3	8.3	10.9	16.5	9.0	8.9	9.1	13.4	1.7	2.6	1.3	1.5
Conosce, non usa ma è interessato	15.4	16.4	14.3	10.8	25.6	22.9	29.9	22.3	20.5	20.3	20.8	16.1	1.1		1.6	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	50.0	52.4	47.7	46.7	50.2	56.3	40.8	40.4	50.0	53.8	45.6	42.0	50.0	46.5	51.9	54.4
Non conosce il servizio	27.5	23.4	31.5	33.7	14.9	12.6	18.4	20.8	20.4	17.0	24.5	28.5	47.2	50.9	45.2	42.2
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	5.7	5.6	5.9	6.5	8.8	8.4	9.4	10.2	7.8	6.9	8.8	10.4				
Conosce, non usa ma è interessato	8.5	8.8	8.1	8.4	12.4	11.5	13.8	15.4	11.1	10.9	11.4	12.3	1.1		1.6	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	35.6	42.5	29.1	28.8	47.8	52.7	40.2	40.4	42.5	48.8	35.1	36.5	16.5	15.1	17.3	16.1
Non conosce il servizio	50.2	43.1	57.0	56.2	31.0	27.4	36.7	33.9	38.6	33.3	44.7	40.8	82.4	84.9	81.1	82.0
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	5.8	4.6	6.8	8.1	5.0	4.3	6.0	7.8	6.1	4.6	7.9	9.6	4.8	4.8	4.7	5.5
Conosce, non usa ma è interessato	9.5	12.0	7.1	7.3	15.1	16.9	12.2	12.2	11.4	13.5	8.9	10.5	4.2	5.3	3.6	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	70.0	70.0	70.0	65.2	74.0	71.9	77.3	71.1	74.6	73.8	75.5	68.9	57.2	53.6	59.1	59.0
Non conosce il servizio	14.8	13.4	16.1	19.5	5.9	6.9	4.5	9.0	7.9	8.1	7.8	11.0	33.8	36.3	32.5	33.6
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	10.4	15.1	5.9	8.2	13.6	16.3	9.5	13.8	12.1	16.3	7.2	10.7	5.7	10.1	3.3	3.9
Conosce, non usa ma è interessato	12.1	12.9	11.4	8.3	18.3	17.3	19.8	12.9	15.4	15.3	15.5	12.1	3.0	2.7	3.2	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	54.6	56.1	53.1	55.1	54.4	55.3	52.9	54.9	56.5	56.2	56.9	55.3	49.1	55.5	45.6	54.7
Non conosce il servizio	22.9	15.9	29.6	28.5	13.7	11.0	17.8	18.5	16.0	12.3	20.3	21.8	42.2	31.7	47.8	39.5
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	9.6	10.8	8.5	11.5	11.4	11.3	11.5	15.1	11.2	12.7	9.4	13.6	5.4	2.6	6.8	8.0
Conosce, non usa ma è interessato	21.5	30.2	13.1	8.2	31.8	36.7	24.2	10.8	27.0	36.1	16.4	8.7	6.1	5.0	6.7	7.4
Conosce, non usa e non è interessato	56.3	51.4	61.0	67.6	53.0	50.3	57.4	71.6	56.0	46.9	66.7	72.9	57.2	70.8	49.9	58.8
Non conosce il servizio	12.6	7.6	17.4	12.7	3.8	1.7	6.9	2.5	5.8	4.3	7.6	4.8	31.3	21.6	36.5	25.8
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	11.4	13.0	9.8	11.4	15.4	16.9	13.1	16.5	13.5	14.6	12.2	14.5	5.5	5.9	5.2	6.1
Conosce, non usa ma è interessato	13.1	17.5	8.9	5.9	17.5	18.7	15.7	9.6	17.6	21.1	13.4	8.6	.8	2.3		1.5
Conosce, non usa e non è interessato	45.9	43.8	47.9	51.2	50.9	48.7	54.2	60.0	50.1	44.9	56.1	59.7	34.3	39.2	31.7	37.0
Non conosce il servizio	29.6	25.6	33.4	31.6	16.2	15.7	17.0	13.8	18.9	19.4	18.3	17.2	59.4	52.5	63.1	55.4
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	2.7	3.1	2.4	2.2	4.0	4.6	2.9	1.5	3.7	3.9	3.6	3.4				
Conosce, non usa ma è interessato	10.0	11.5	8.6	8.1	16.4	14.3	19.6	19.3	13.6	14.1	13.0	13.0				
Conosce, non usa e non è interessato	55.4	59.8	51.2	52.2	60.0	58.7	62.0	62.8	59.9	60.4	59.4	59.6	42.9	57.4	35.2	40.0
Non conosce il servizio	31.8	25.6	37.8	37.5	19.6	22.3	15.5	16.4	22.7	21.6	24.0	24.0	57.1	42.6	64.8	60.0
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	5.6	4.5	6.8	6.9	6.9	5.4	9.4	5.7	6.8	5.5	8.2	8.4	2.5		3.8	4.5
Conosce, non usa ma è interessato	13.6	16.1	11.3	7.5	22.7	23.3	21.7	16.4	18.2	19.8	16.2	10.8	1.1		1.6	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	35.8	40.4	31.3	35.1	43.4	45.9	39.4	47.7	40.1	43.5	36.0	40.1	23.8	27.0	22.1	26.9
Non conosce il servizio	45.0	39.0	50.6	50.5	27.0	25.4	29.5	30.1	35.0	31.2	39.5	40.8	72.6	73.0	72.4	66.6
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	19.2	24.9	13.7	15.0	22.5	27.8	14.3	16.4	19.9	24.0	15.1	16.8	17.3	28.9	11.1	12.1
Conosce, non usa ma è interessato	15.2	18.8	11.8	9.4	21.7	20.5	23.6	16.3	19.1	21.7	16.0	12.4	4.6	6.3	3.6	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	51.9	43.1	60.2	61.9	43.8	38.0	52.6	58.7	47.6	40.5	55.8	57.8	63.8	54.1	69.0	68.7
Non conosce il servizio	13.7	13.2	14.2	13.7	12.1	13.7	9.5	8.6	13.5	13.8	13.1	12.9	14.4	10.7	16.3	14.9
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	5.2	5.0	5.3	6.1	5.1	4.6	5.9	5.3	5.2	5.6	4.6	4.1	5.2	2.3	6.7	9.3
Conosce, non usa ma è interessato	14.1	16.3	12.1	13.4	21.8	21.1	22.9	26.2	18.4	19.4	17.2	21.4	2.2	2.7	2.0	
Conosce, non usa e non è interessato	34.1	38.4	30.1	29.2	41.0	43.2	37.5	39.1	39.5	40.7	37.9	36.5	19.4	28.3	14.6	17.2
Non conosce il servizio	46.6	40.3	52.5	51.3	32.1	31.0	33.8	29.4	37.0	34.2	40.3	38.0	73.2	66.7	76.7	73.5

Veneto

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3527**	**1700**	**1827**	**1367**	**1814**	**1102**	**712**	**535**	**2664**	**1485**	**1179**	**866**	**863**	**215**	**648**	**501**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	44.1	49.3	39.2	44.7	56.1	57.4	54.0	59.7	52.0	53.3	50.4	57.4	19.7	24.9	17.7	20.7
Conosce, non usa ma è interessato	16.7	19.0	14.5	7.7	17.7	18.4	16.6	8.6	18.5	20.5	16.2	8.1	11.1	10.1	11.5	7.0
Conosce, non usa e non è interessato	30.6	26.6	34.4	35.9	23.6	22.4	25.6	27.1	25.9	23.3	29.1	30.0	45.2	46.7	44.7	47.1
Non conosce il servizio	8.6	5.1	11.8	11.6	2.6	1.8	3.8	4.6	3.6	2.9	4.3	4.5	24.0	18.3	26.1	25.2
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	40.3	41.7	38.9	41.2	42.9	41.2	45.6	49.1	42.7	42.1	43.4	44.8	33.0	39.4	30.5	34.5
Conosce, non usa ma è interessato	9.9	10.3	9.6	5.5	9.7	10.1	9.0	5.5	10.6	10.3	10.9	6.2	8.0	10.6	7.0	4.2
Conosce, non usa e non è interessato	39.0	38.8	39.1	42.9	42.5	43.8	40.5	40.4	40.2	40.2	40.2	43.9	35.1	30.0	37.0	41.1
Non conosce il servizio	10.8	9.2	12.3	10.3	5.0	5.0	4.9	5.0	6.6	7.4	5.5	5.1	24.0	20.1	25.5	20.3
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	5.7	8.8	2.8	3.2	8.9	11.2	5.4	5.5	7.0	9.7	3.8	4.2	1.6	3.1	1.0	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	13.4	17.2	9.8	6.8	16.9	19.1	13.5	8.8	15.8	18.6	12.3	7.7	5.9	8.4	5.0	5.1
Conosce, non usa e non è interessato	56.2	57.0	55.3	54.5	60.0	57.5	63.9	61.6	61.2	57.8	65.5	63.3	40.5	52.4	35.9	37.8
Non conosce il servizio	24.8	17.1	32.1	35.5	14.2	12.2	17.2	24.1	15.9	14.0	18.4	24.9	52.1	36.1	58.1	55.8
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	4.0	4.8	3.2	4.0	5.0	6.3	2.9	3.4	4.5	5.6	3.2	4.0	2.2		3.0	4.0
Conosce, non usa ma è interessato	5.6	6.9	4.4	3.6	8.1	8.7	7.0	5.8	6.7	7.4	5.8	5.3	2.5	4.1	1.9	.3
Conosce, non usa e non è interessato	39.1	44.3	34.2	32.5	48.5	50.2	45.9	43.5	46.3	47.9	44.2	40.6	17.0	22.4	15.0	17.1
Non conosce il servizio	51.3	43.9	58.3	60.0	38.5	34.7	44.2	47.4	42.5	39.1	46.8	50.1	78.3	73.5	80.2	78.6
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	2.7	3.2	2.1	3.1	3.6	4.3	2.4	3.6	3.2	3.4	3.0	4.3	1.0	1.9	.6	.8
Conosce, non usa ma è interessato	5.2	5.0	5.4	2.9	7.2	6.2	8.6	4.4	6.3	5.9	7.0	3.7	1.7		2.3	1.4
Conosce, non usa e non è interessato	73.7	78.4	69.2	70.4	81.9	82.4	81.0	81.5	80.9	81.2	80.5	80.6	51.3	61.1	47.6	51.0
Non conosce il servizio	18.5	13.4	23.3	23.6	7.4	7.0	7.9	10.5	9.5	9.5	9.6	11.4	46.1	37.0	49.5	46.8
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.2	9.8	4.7	5.5	8.8	11.0	5.4	6.5	8.6	10.6	6.1	7.4	2.9	5.2	2.0	1.9
Conosce, non usa ma è interessato	9.0	9.2	8.7	5.5	10.2	9.9	10.6	4.7	9.9	9.9	9.8	5.5	6.1	5.0	6.5	5.6
Conosce, non usa e non è interessato	62.0	62.3	61.8	63.9	69.8	68.4	72.0	72.9	68.2	65.9	71.0	70.6	43.0	39.5	44.3	51.3
Non conosce il servizio	21.8	18.7	24.8	25.0	11.2	10.7	11.9	15.8	13.3	13.6	13.1	16.5	48.1	50.3	47.2	41.2
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	6.0	7.0	5.1	5.6	7.5	8.5	6.0	7.3	6.9	7.3	6.5	7.6	3.1	5.2	2.4	1.9
Conosce, non usa ma è interessato	13.3	15.6	11.1	9.0	15.0	14.9	15.2	10.8	15.4	16.3	14.3	11.2	6.7	11.3	4.9	4.8
Conosce, non usa e non è interessato	67.7	67.0	68.5	71.0	71.1	70.1	72.8	73.8	69.8	68.3	71.5	71.9	61.5	58.4	62.6	69.2
Non conosce il servizio	13.0	10.5	15.4	14.4	6.3	6.5	5.9	8.1	7.9	8.1	7.6	9.3	28.7	25.1	30.1	24.0
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	13.7	16.0	11.4	13.1	18.2	19.7	16.0	18.5	16.4	17.9	14.4	16.2	5.3	4.2	5.7	7.1
Conosce, non usa ma è interessato	14.9	17.7	12.2	10.0	17.7	18.2	17.0	13.3	16.9	18.4	15.2	11.5	8.6	13.8	6.6	7.2
Conosce, non usa e non è interessato	51.3	51.4	51.2	54.3	56.4	54.7	59.0	60.0	55.9	53.0	59.4	61.1	37.2	41.5	35.6	41.4
Non conosce il servizio	20.2	14.8	25.2	22.7	7.7	7.5	8.1	8.2	10.8	10.7	11.0	11.2	48.9	40.5	52.2	44.3
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	2.8	3.1	2.6	2.8	4.3	3.8	5.0	5.1	3.6	3.4	3.9	4.3	.3	1.0		
Conosce, non usa ma è interessato	9.3	12.2	6.6	3.3	12.6	13.3	11.5	5.8	11.5	13.0	9.6	4.9	2.6	7.3	.8	.3
Conosce, non usa e non è interessato	64.3	66.8	62.0	64.9	72.0	72.9	70.5	71.9	70.2	69.9	70.6	71.1	46.1	47.3	45.7	53.3
Non conosce il servizio	23.5	18.0	28.8	28.9	11.2	10.0	13.1	17.2	14.7	13.7	15.9	19.7	51.0	44.4	53.5	46.4
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	4.6	5.9	3.4	3.6	7.1	8.2	5.6	5.3	5.9	6.9	4.8	5.0	.6		.9	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	9.5	12.4	6.8	5.8	12.2	13.1	10.9	8.5	11.4	13.0	9.3	7.2	3.9	8.7	2.1	3.2
Conosce, non usa e non è interessato	53.4	55.6	51.2	49.8	60.2	59.4	61.5	58.4	59.6	57.8	61.8	60.0	34.1	42.0	31.2	30.6
Non conosce il servizio	32.5	26.1	38.5	40.7	20.4	19.3	22.0	27.9	23.1	22.3	24.1	27.9	61.3	49.4	65.9	65.1
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	13.0	19.5	6.8	7.6	18.0	22.4	11.4	13.8	15.9	21.1	9.4	11.6	4.2	10.1	1.9	
Conosce, non usa ma è interessato	14.2	15.8	12.6	8.2	16.6	17.2	15.7	10.5	16.5	17.7	15.0	9.7	7.0	4.1	8.0	5.4
Conosce, non usa e non è interessato	60.9	57.0	64.6	69.9	60.5	57.4	65.4	66.3	60.8	56.0	66.9	68.4	61.0	63.3	60.1	72.7
Non conosce il servizio	12.0	7.6	16.0	14.3	4.9	3.0	7.6	9.4	6.8	5.3	8.7	10.3	27.9	22.4	30.0	21.9
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	2.6	3.3	1.9	1.4	3.4	4.1	2.3	1.6	3.0	3.8	1.9	1.3	1.3		1.7	1.6
Conosce, non usa ma è interessato	9.6	9.6	9.5	6.6	11.4	11.5	11.2	7.7	10.5	10.4	10.7	7.6	6.6	4.5	7.4	4.9
Conosce, non usa e non è interessato	44.9	49.5	40.6	45.0	50.3	52.6	46.7	49.6	50.0	51.2	48.6	52.0	29.1	39.2	25.3	31.9
Non conosce il servizio	43.0	37.6	48.0	47.0	34.9	31.8	39.7	41.1	36.5	34.6	38.8	39.2	63.0	56.3	65.6	61.7

Friuli - Venezia Giulia

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1043**	**484**	**559**	**448**	**606**	**334**	**272**	**218**	**853**	**433**	**420**	**332**	**190**	**52**	**139**	**116**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	41.6	43.0	40.5	42.5	49.0	48.9	49.1	53.1	46.1	48.1	44.3	49.7	24.2	13.1	29.2	23.3
Conosce, non usa ma è interessato	18.6	25.5	13.1	9.4	21.8	26.3	17.0	12.9	20.8	26.6	15.6	11.2	9.9	19.0	5.8	4.8
Conosce, non usa e non è interessato	27.1	24.4	29.2	32.2	25.3	22.8	28.0	31.4	25.5	22.6	28.1	32.0	33.4	34.9	32.7	32.8
Non conosce il servizio	12.7	7.1	17.1	15.8	3.9	2.0	5.9	2.6	7.6	2.7	12.0	7.1	32.6	33.0	32.3	39.1
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	46.4	44.1	48.2	53.5	44.9	45.0	44.8	51.7	45.6	44.3	46.7	53.9	49.7	43.2	52.7	52.3
Conosce, non usa ma è interessato	11.3	13.8	9.3	8.8	12.5	15.5	9.5	10.2	12.6	13.4	11.9	12.1	5.9	15.8	1.4	
Conosce, non usa e non è interessato	31.3	32.6	30.3	27.5	34.3	32.6	36.2	32.0	31.8	32.3	31.4	27.4	29.1	34.2	26.8	27.5
Non conosce il servizio	11.0	9.5	12.3	10.3	8.2	6.9	9.6	6.1	10.0	10.0	10.0	6.6	15.2	6.8	19.0	20.2
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	6.1	8.5	4.2	3.0	8.2	10.4	5.8	4.4	7.1	9.3	5.2	3.5	2.1	3.9	1.3	1.6
Conosce, non usa ma è interessato	20.0	26.9	14.5	12.1	27.6	30.1	25.0	21.3	23.4	29.0	18.4	16.1	6.6	14.5	3.0	1.5
Conosce, non usa e non è interessato	45.9	48.8	43.5	50.2	49.1	50.0	48.1	54.9	49.0	50.2	47.8	55.4	33.8	40.3	30.8	36.2
Non conosce il servizio	28.1	15.8	37.8	34.7	15.1	9.4	21.0	19.3	20.5	11.5	28.6	24.9	57.5	41.3	64.8	60.8
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	2.5	3.4	1.7	2.5	3.5	4.3	2.7	4.1	2.8	3.3	2.3	3.4	1.2	3.9		
Conosce, non usa ma è interessato	4.9	7.0	3.2	2.5	7.1	9.2	4.9	4.0	5.4	7.4	3.5	2.5	2.9	4.7	2.0	2.4
Conosce, non usa e non è interessato	27.1	29.6	25.2	24.0	31.9	32.8	31.1	28.3	30.2	31.1	29.4	27.6	15.3	20.9	12.7	14.5
Non conosce il servizio	65.5	60.0	69.9	71.0	57.5	53.8	61.3	63.6	61.6	58.2	64.7	66.5	80.7	70.6	85.3	83.1
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	4.7	3.6	5.6	6.6	5.4	3.6	7.2	8.4	5.7	3.8	7.4	9.1	.8	2.4		
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	12.7	10.3	7.0	15.9	15.4	16.6	11.5	13.6	14.2	13.1	8.8	2.7	4.3	1.9	2.3
Conosce, non usa e non è interessato	62.6	69.2	57.3	60.4	65.6	70.9	60.1	67.8	63.4	69.5	57.8	64.9	59.4	67.6	55.7	48.3
Non conosce il servizio	21.4	14.5	26.9	26.0	13.1	10.1	16.2	12.2	17.3	12.5	21.6	17.2	37.2	25.7	42.4	49.4
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	6.6	10.0	3.9	4.4	8.4	12.7	3.9	3.9	7.0	11.0	3.5	3.8	4.9	4.3	5.2	6.3
Conosce, non usa ma è interessato	10.6	14.6	7.5	5.3	12.5	15.4	9.5	6.2	12.3	16.8	8.2	4.9	4.3	2.2	5.2	6.2
Conosce, non usa e non è interessato	60.6	64.6	57.4	58.7	65.7	65.2	66.3	70.8	63.8	65.3	62.5	69.2	48.2	60.7	42.5	30.7
Non conosce il servizio	22.1	10.7	31.2	31.5	13.3	6.7	20.3	19.1	16.8	6.9	25.8	22.1	42.6	32.8	47.1	56.8
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	10.1	8.9	11.0	14.1	12.9	13.0	12.7	16.9	11.3	10.4	12.1	16.0	5.2		7.5	9.0
Conosce, non usa ma è interessato	14.2	18.9	10.4	7.9	15.8	18.5	13.0	9.1	15.6	17.9	13.5	10.4	8.6	24.8	1.2	1.5
Conosce, non usa e non è interessato	61.9	64.3	60.0	63.2	63.2	63.7	62.7	65.2	63.4	65.9	61.1	64.6	56.2	55.0	56.7	59.4
Non conosce il servizio	13.9	7.8	18.7	14.8	8.1	4.8	11.6	8.9	9.7	5.8	13.3	9.0	30.0	20.1	34.5	30.2
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	12.9	11.7	13.8	17.5	14.3	11.9	16.9	21.4	14.1	11.9	16.1	19.7	8.1	10.3	7.1	11.5
Conosce, non usa ma è interessato	17.2	19.8	15.2	14.0	20.6	21.3	19.8	19.1	18.3	18.8	17.9	17.5	12.8	25.6	7.0	4.5
Conosce, non usa e non è interessato	44.5	45.8	43.6	45.1	51.2	51.2	51.3	49.5	48.0	49.5	46.7	47.8	31.0	23.7	34.2	37.9
Non conosce il servizio	25.4	22.8	27.4	23.4	13.8	15.5	12.0	10.1	19.5	19.8	19.3	14.9	48.1	40.4	51.6	46.1
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.7	1.7	1.8	2.1	1.8	2.5	1.0	.9	2.2	2.0	2.4	2.9				
Conosce, non usa ma è interessato	11.0	14.4	8.2	8.2	14.5	16.9	12.0	11.8	11.7	14.3	9.3	9.9	8.1	14.9	5.0	3.8
Conosce, non usa e non è interessato	54.9	56.8	53.3	54.7	62.5	62.0	63.0	64.7	59.6	61.0	58.4	60.8	36.4	32.3	38.2	38.3
Non conosce il servizio	32.4	27.1	36.7	35.0	21.2	18.6	24.0	22.6	26.5	22.7	29.9	26.5	55.6	52.8	56.8	57.9
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	1.9	1.3	2.5	2.6	2.9	1.5	4.3	4.5	2.4	1.5	3.3	3.5				
Conosce, non usa ma è interessato	12.2	14.4	10.5	9.2	15.4	16.8	14.0	11.9	13.4	15.1	11.8	9.7	7.8	10.3	6.7	8.0
Conosce, non usa e non è interessato	39.2	42.2	36.8	38.2	46.9	47.8	45.9	46.6	44.6	44.7	44.4	46.4	18.4	27.4	14.4	16.5
Non conosce il servizio	46.6	42.1	50.2	49.9	34.8	33.9	35.8	37.0	39.6	38.6	40.5	40.4	73.8	62.4	79.0	75.5
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	17.0	20.9	14.0	16.7	17.9	22.2	13.4	18.4	16.4	20.7	12.4	15.5	19.8	22.2	18.7	19.7
Conosce, non usa ma è interessato	19.0	23.3	15.6	9.4	22.0	24.7	19.1	10.2	21.2	24.5	18.2	10.8	10.5	16.3	7.9	5.5
Conosce, non usa e non è interessato	53.7	51.7	55.3	60.0	56.0	51.5	60.8	67.5	55.6	52.4	58.5	68.0	46.3	47.3	45.9	38.7
Non conosce il servizio	10.2	4.1	15.0	13.9	4.1	1.6	6.7	3.9	6.8	2.4	10.8	5.7	23.4	14.2	27.6	36.0
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	4.4	4.9	4.0	4.7	6.5	6.5	6.6	7.9	5.2	5.0	5.3	6.5	1.2	3.9		
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	13.6	9.7	6.0	16.0	15.7	16.3	12.5	13.0	13.7	12.5	8.3	5.1	13.3	1.4	
Conosce, non usa e non è interessato	35.9	36.8	35.2	39.9	42.0	44.4	39.6	46.0	39.4	40.3	38.5	43.8	22.5	16.6	25.2	29.4
Non conosce il servizio	48.3	44.7	51.2	49.3	35.4	33.4	37.5	33.6	42.4	41.0	43.7	41.4	71.2	66.3	73.4	70.6

Emilia Romagna

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3370**	**1627**	**1743**	**1393**	**1913**	**1104**	**809**	**642**	**2682**	**1425**	**1257**	**990**	**688**	**202**	**486**	**402**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	51.8	64.1	39.7	46.4	61.6	68.5	51.0	60.1	58.0	65.5	48.8	56.5	27.4	53.0	18.0	21.8
Conosce, non usa ma è interessato	16.1	16.6	15.7	7.2	18.5	17.6	20.0	8.3	18.6	17.7	19.8	8.6	6.3	7.2	6.0	3.7
Conosce, non usa e non è interessato	25.3	15.6	34.7	36.4	16.9	12.1	24.3	26.5	20.6	14.7	28.0	30.5	43.4	23.0	50.9	50.7
Non conosce il servizio	6.8	3.8	9.8	10.0	3.0	1.8	4.7	5.0	2.8	2.2	3.5	4.3	22.9	16.9	25.1	23.8
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	39.5	45.6	33.5	33.6	42.9	47.0	36.7	37.4	41.2	45.4	36.2	35.9	32.7	48.0	27.2	27.8
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	10.2	12.6	10.4	12.5	11.3	14.4	11.7	12.6	10.9	14.8	11.7	6.6	4.8	7.2	7.1
Conosce, non usa e non è interessato	33.8	30.9	36.6	40.1	32.0	30.2	34.6	37.8	32.9	30.8	35.4	39.6	37.3	31.0	39.6	41.4
Non conosce il servizio	15.3	13.3	17.3	15.9	12.6	11.5	14.3	13.2	13.2	12.9	13.6	12.7	23.3	16.2	26.0	23.7
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	7.9	11.1	4.8	6.2	10.2	12.1	7.2	10.5	9.0	11.4	6.0	8.2	3.6	8.4	1.9	1.5
Conosce, non usa ma è interessato	16.8	19.2	14.4	8.0	22.2	23.0	21.1	13.0	20.0	21.3	18.4	11.2	4.3	2.8	4.9	
Conosce, non usa e non è interessato	50.7	51.6	49.8	52.1	53.1	52.8	53.6	56.9	54.0	53.0	55.4	57.7	37.5	41.0	36.3	38.6
Non conosce il servizio	24.6	18.0	31.0	33.6	14.5	12.2	18.0	19.6	16.9	14.3	20.2	22.8	54.5	47.7	57.0	59.9
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	5.5	8.2	2.9	3.2	8.2	10.3	5.0	5.4	6.9	9.2	4.1	4.5				
Conosce, non usa ma è interessato	7.7	9.9	5.6	3.7	10.0	11.4	7.9	6.5	9.4	10.9	7.6	5.2	1.1	1.9	.8	
Conosce, non usa e non è interessato	35.0	38.6	31.4	30.3	39.9	40.9	38.3	37.2	39.3	40.2	38.3	37.9	17.9	26.2	14.9	11.9
Non conosce il servizio	51.8	43.4	60.1	62.8	41.9	37.4	48.8	50.9	44.4	39.8	50.1	52.3	81.0	71.9	84.3	88.1
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	4.1	4.0	4.2	4.0	5.8	5.1	6.7	5.8	4.8	4.3	5.5	5.1	1.3	2.0	1.1	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	9.5	9.1	9.9	5.7	11.2	10.1	12.9	7.8	10.8	9.9	12.0	7.3	4.2	2.8	4.7	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	69.9	73.1	66.8	70.5	72.5	74.9	69.0	74.5	73.3	74.8	71.5	75.6	56.3	58.7	55.4	58.2
Non conosce il servizio	16.5	13.8	19.2	19.7	10.5	9.9	11.4	11.8	11.0	11.0	11.0	11.9	38.2	36.4	38.9	38.6
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.0	8.8	5.3	7.4	9.4	9.7	8.9	13.3	7.6	8.1	6.9	10.0	4.9	14.4	1.4	1.0
Conosce, non usa ma è interessato	12.0	14.2	9.8	6.6	15.1	15.0	15.2	10.5	14.8	15.7	13.7	9.2	1.0	2.8	.4	.4
Conosce, non usa e non è interessato	58.0	60.3	55.7	54.4	61.2	63.1	58.4	57.8	61.5	61.6	61.3	59.8	44.4	50.0	42.3	41.3
Non conosce il servizio	23.0	16.6	29.2	31.5	14.3	12.2	17.5	18.4	16.2	14.6	18.0	21.0	49.7	32.7	55.9	57.2
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	7.0	7.8	6.2	7.1	8.2	7.6	9.2	10.5	7.7	7.6	7.8	8.8	4.3	9.3	2.4	3.0
Conosce, non usa ma è interessato	16.7	19.5	14.0	10.2	21.6	23.0	19.6	14.6	20.1	21.9	17.9	13.3	3.4		4.6	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	66.6	66.8	66.4	69.3	63.6	64.4	62.4	66.6	65.3	65.3	65.2	68.6	71.9	79.1	69.2	70.9
Non conosce il servizio	9.7	5.8	13.4	13.4	6.5	5.0	8.8	8.4	6.9	5.1	9.1	9.3	20.5	11.6	23.8	23.2
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	17.5	21.5	13.5	15.2	23.1	25.6	19.2	21.2	20.6	23.1	17.5	19.9	5.1	8.4	3.8	3.7
Conosce, non usa ma è interessato	16.0	18.6	13.4	10.7	19.8	20.6	18.5	13.6	18.8	20.3	17.0	13.5	5.0	5.2	4.9	4.0
Conosce, non usa e non è interessato	48.8	47.9	49.7	51.4	46.5	44.3	49.7	52.3	48.5	46.3	51.3	52.7	49.9	60.8	45.9	48.4
Non conosce il servizio	17.7	12.0	23.4	22.7	10.7	9.6	12.5	12.9	12.0	10.3	14.2	14.0	40.0	25.6	45.3	43.9
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	5.2	8.4	2.0	3.2	8.2	11.2	3.6	6.2	6.3	9.1	2.8	4.5	.8	3.0		
Conosce, non usa ma è interessato	12.1	16.4	7.9	6.6	16.5	19.3	12.1	11.6	15.0	18.4	10.7	9.3	.8		1.1	
Conosce, non usa e non è interessato	61.2	60.7	61.8	60.3	63.0	58.7	69.4	65.8	64.0	59.6	69.5	67.2	50.2	69.2	43.3	43.7
Non conosce il servizio	21.5	14.5	28.3	29.8	12.4	10.8	14.8	16.4	14.7	12.8	17.0	19.0	48.1	27.8	55.6	56.3
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	6.9	11.1	2.7	3.0	10.0	13.1	5.3	6.0	8.2	11.7	3.9	4.2	1.6	6.0		
Conosce, non usa ma è interessato	13.5	16.1	11.0	8.1	17.5	19.5	14.4	12.1	16.2	17.8	14.2	11.4	3.2	2.8	3.3	
Conosce, non usa e non è interessato	44.0	49.1	39.0	39.1	47.0	47.3	46.6	46.1	46.7	48.4	44.5	43.6	33.5	54.4	25.8	28.1
Non conosce il servizio	35.6	23.7	47.3	49.9	25.5	20.1	33.7	35.7	29.0	22.1	37.4	40.8	61.7	36.8	70.9	71.9
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	13.8	20.5	7.3	8.4	17.7	23.4	9.1	12.0	16.1	21.7	9.1	10.8	4.8	10.2	2.8	2.8
Conosce, non usa ma è interessato	17.5	19.8	15.3	10.9	21.5	21.4	21.6	15.6	20.7	22.0	19.1	13.7	5.1	1.9	6.2	4.1
Conosce, non usa e non è interessato	60.3	54.5	65.9	68.4	55.9	51.5	62.5	65.1	58.2	52.3	65.5	68.3	68.2	72.1	66.7	68.5
Non conosce il servizio	8.5	5.3	11.6	12.3	4.9	3.6	6.8	7.4	5.0	4.0	6.2	7.2	22.0	15.7	24.3	24.5
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	4.0	6.1	1.9	2.6	5.7	7.9	2.3	4.0	4.5	6.7	1.7	2.9	1.9	1.1	2.3	2.0
Conosce, non usa ma è interessato	11.0	12.7	9.2	7.1	13.8	14.7	12.5	9.5	13.6	14.3	12.8	9.6	.5		.7	.9
Conosce, non usa e non è interessato	37.0	41.8	32.3	32.2	42.7	42.8	42.6	43.1	40.2	41.6	38.4	38.5	24.5	43.4	17.6	16.8
Non conosce il servizio	48.1	39.4	56.6	58.1	37.8	34.7	42.6	43.3	41.7	37.4	47.1	48.9	73.0	55.6	79.4	80.3

Toscana

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3037**	**1457**	**1580**	**1226**	**1525**	**925**	**600**	**459**	**2257**	**1261**	**997**	**746**	**780**	**196**	**583**	**480**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	45.1	54.3	36.8	41.5	56.1	60.2	49.9	57.7	53.1	58.2	46.6	54.0	23.9	29.6	22.2	24.6
Conosce, non usa ma è interessato	15.3	15.3	15.3	7.8	19.1	18.9	19.4	8.9	17.8	16.9	19.1	8.8	8.6	5.2	9.6	6.6
Conosce, non usa e non è interessato	30.6	25.2	35.5	39.1	22.0	17.9	28.3	30.1	24.8	20.8	30.1	33.3	45.9	54.2	43.4	46.9
Non conosce il servizio	9.0	5.1	12.5	11.6	2.7	3.0	2.4	3.4	4.2	4.2	4.2	3.9	21.6	11.0	24.8	22.0
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	38.7	39.7	37.8	38.6	43.6	44.3	42.6	42.5	40.8	41.1	40.3	40.8	33.2	30.1	34.1	35.6
Conosce, non usa ma è interessato	9.8	10.9	8.8	7.0	11.4	12.6	9.5	8.1	10.4	11.8	8.6	7.1	8.0	5.0	8.9	6.8
Conosce, non usa e non è interessato	36.3	36.9	35.8	36.8	35.7	34.9	36.9	37.6	35.8	35.0	36.8	37.7	37.9	49.8	34.3	35.5
Non conosce il servizio	15.2	12.5	17.6	17.7	9.2	8.1	11.0	11.8	13.0	12.1	14.3	14.4	20.8	15.1	22.6	22.1
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	6.9	9.5	4.6	5.0	11.8	13.1	9.9	11.4	9.1	10.6	7.1	8.4	1.2	1.8	1.0	.5
Conosce, non usa ma è interessato	15.7	19.0	12.8	10.4	21.7	21.2	22.4	17.7	19.9	20.8	18.7	15.2	4.8	7.2	4.1	3.8
Conosce, non usa e non è interessato	45.9	46.7	45.2	46.1	49.0	46.5	53.0	52.7	48.6	46.8	51.0	54.7	38.8	46.2	36.5	34.5
Non conosce il servizio	31.4	24.9	37.3	38.5	17.5	19.2	14.8	18.1	22.4	21.8	23.2	21.8	55.3	44.8	58.4	61.3
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	3.1	5.2	1.3	2.1	5.4	7.2	2.6	3.2	4.0	5.6	2.0	2.8	.8	2.7	.2	1.1
Conosce, non usa ma è interessato	6.9	10.9	3.4	2.4	10.5	14.0	5.1	2.9	8.8	12.1	4.5	3.3	2.1	3.5	1.7	1.2
Conosce, non usa e non è interessato	34.3	36.1	32.7	29.5	40.9	39.6	42.9	41.6	38.0	37.8	38.2	36.0	24.6	25.0	24.5	20.8
Non conosce il servizio	55.6	47.8	62.7	65.9	43.3	39.2	49.5	52.3	49.3	44.6	55.3	57.9	72.5	68.8	73.6	76.8
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	4.2	3.3	4.9	4.8	6.8	4.6	10.0	10.0	5.6	3.8	8.0	8.0	.3		.4	.5
Conosce, non usa ma è interessato	8.4	9.3	7.7	5.5	10.4	10.8	9.9	5.3	9.8	10.6	8.8	5.1	4.9	1.0	6.1	6.0
Conosce, non usa e non è interessato	66.5	70.8	62.5	64.6	72.8	75.4	68.8	72.7	71.0	73.6	67.6	72.0	54.5	53.0	55.0	54.7
Non conosce il servizio	20.9	16.6	24.8	25.1	10.0	9.1	11.4	12.1	13.6	12.0	15.6	15.0	40.3	46.0	38.6	38.8
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	8.0	10.8	5.4	6.8	11.8	13.0	10.0	12.0	10.2	11.7	8.2	10.1	2.1	4.8	1.3	2.3
Conosce, non usa ma è interessato	9.9	13.3	7.0	6.3	14.2	15.6	12.2	9.8	12.2	14.3	9.4	8.1	4.1	6.4	3.4	3.9
Conosce, non usa e non è interessato	55.7	56.1	55.4	56.7	58.8	58.6	59.2	63.0	57.6	58.0	57.2	60.5	50.7	43.5	52.9	51.6
Non conosce il servizio	26.3	19.9	32.2	30.3	15.1	12.9	18.6	15.2	20.0	15.9	25.3	21.4	43.1	45.3	42.4	42.3
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	7.8	7.7	7.9	9.8	10.4	8.9	12.7	16.1	8.7	7.1	10.8	13.9	5.4	11.5	3.6	4.1
Conosce, non usa ma è interessato	17.4	21.2	14.0	9.0	22.3	24.0	19.7	8.9	21.4	23.2	19.0	11.7	6.9	8.2	6.5	5.3
Conosce, non usa e non è interessato	60.6	61.9	59.4	62.4	60.5	60.5	60.5	68.0	60.7	61.7	59.4	64.0	60.3	63.1	59.5	60.3
Non conosce il servizio	14.2	9.2	18.6	18.8	6.8	6.6	7.2	6.9	9.2	8.0	10.7	10.4	27.4	17.2	30.5	30.3
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	11.9	13.9	10.1	12.7	14.8	16.1	13.0	16.4	14.4	14.5	14.3	18.6	5.4	10.5	3.8	4.6
Conosce, non usa ma è interessato	15.4	20.6	10.8	8.2	21.1	22.1	19.5	13.0	19.2	22.3	15.1	11.1	5.5	9.3	4.3	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	49.9	48.0	51.5	50.8	53.6	52.0	55.9	60.4	51.2	49.1	53.9	54.9	46.3	40.8	48.0	45.2
Non conosce il servizio	22.8	17.4	27.6	28.3	10.5	9.8	11.6	10.3	15.2	14.1	16.8	15.4	42.8	39.4	43.8	45.9
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	3.6	4.1	3.1	2.8	6.7	6.3	7.3	6.7	5.0	4.8	5.2	4.9				
Conosce, non usa ma è interessato	9.0	12.0	6.3	4.9	12.9	14.2	10.8	7.2	11.5	12.7	9.9	7.7	2.5	7.5	1.0	1.1
Conosce, non usa e non è interessato	60.9	62.8	59.2	60.3	65.4	64.1	67.4	71.2	64.5	64.4	64.6	68.2	51.3	52.0	51.1	49.6
Non conosce il servizio	26.5	21.1	31.3	32.0	15.1	15.4	14.5	14.8	19.1	18.2	20.2	19.2	46.2	40.5	47.9	49.2
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	4.4	6.4	2.6	3.2	6.6	8.4	3.9	4.5	5.4	6.7	3.5	3.9	2.0	4.4	1.3	2.4
Conosce, non usa ma è interessato	11.5	17.4	6.1	5.2	17.6	22.7	9.9	9.4	15.3	19.6	9.8	8.4	1.2	2.8	.7	.8
Conosce, non usa e non è interessato	44.9	42.0	47.6	46.4	51.7	46.0	60.3	60.1	48.1	43.5	54.1	54.9	36.7	32.3	38.0	34.9
Non conosce il servizio	39.2	34.2	43.6	45.2	24.1	22.8	26.0	26.1	31.2	30.2	32.5	32.7	60.2	60.5	60.1	62.0
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	14.1	18.2	10.4	12.3	21.3	24.0	17.1	20.6	17.5	20.7	13.4	16.4	5.0	1.8	5.9	6.8
Conosce, non usa ma è interessato	12.6	15.2	10.2	6.9	15.4	15.7	15.0	9.5	15.0	16.2	13.3	8.0	6.2	8.3	5.6	5.5
Conosce, non usa e non è interessato	61.6	59.2	63.7	66.1	58.5	56.4	61.7	65.6	61.1	58.2	64.8	70.1	62.8	65.5	62.0	60.7
Non conosce il servizio	11.8	7.4	15.7	14.7	4.8	3.8	6.2	4.3	6.4	4.8	8.5	5.5	26.0	24.4	26.5	27.0
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.8	4.6	3.0	3.0	5.1	5.0	5.2	5.8	4.8	5.0	4.5	4.4	1.1	2.1	.8	1.0
Conosce, non usa ma è interessato	9.3	11.7	7.2	5.1	13.6	14.7	12.0	5.9	11.4	13.5	8.7	4.6	3.8		4.9	5.6
Conosce, non usa e non è interessato	45.4	45.9	44.9	45.9	52.5	49.7	56.7	61.1	48.8	46.5	51.7	55.8	36.3	41.7	34.7	32.4
Non conosce il servizio	41.5	37.8	44.9	46.1	28.8	30.6	26.1	27.2	35.0	35.0	35.1	35.1	58.8	56.2	59.6	61.0

Marche

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1181**	**573**	**608**	**450**	**475**	**306**	**169**	**119**	**725**	**435**	**290**	**211**	**456**	**138**	**318**	**239**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	37.7	50.0	25.3	31.3	52.5	56.9	44.3	50.4	48.1	55.8	35.8	44.0	19.9	30.4	15.2	19.9
Conosce, non usa ma è interessato	15.7	14.8	16.6	8.5	19.2	18.0	21.2	9.2	20.5	17.5	25.3	10.8	7.5	5.7	8.3	6.5
Conosce, non usa e non è interessato	36.1	28.0	44.2	48.3	23.9	22.2	26.9	32.0	26.8	23.2	32.3	39.2	52.0	44.0	55.6	56.4
Non conosce il servizio	10.5	7.3	13.9	11.9	4.5	2.8	7.5	8.4	4.7	3.5	6.5	6.0	20.6	19.9	20.9	17.1
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	44.9	44.1	45.7	43.8	47.6	44.6	53.3	53.3	46.9	46.1	48.2	49.8	41.4	37.4	43.3	38.4
Conosce, non usa ma è interessato	11.0	12.2	9.9	7.1	12.5	12.4	12.7	4.5	11.2	11.3	11.1	4.1	10.7	15.1	8.7	9.9
Conosce, non usa e non è interessato	30.7	32.1	29.3	30.4	26.0	28.9	20.5	21.9	28.7	30.5	25.8	25.5	34.2	37.8	32.6	34.7
Non conosce il servizio	13.3	11.5	15.2	18.7	13.9	14.0	13.6	20.3	13.2	12.1	14.9	20.6	13.6	9.7	15.4	17.0
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	6.9	9.4	4.4	5.1	13.0	13.5	12.2	15.4	9.9	11.5	7.2	8.4	1.8	2.0	1.7	2.2
Conosce, non usa ma è interessato	13.9	17.2	10.6	3.6	18.6	20.0	15.9	.8	18.6	21.1	14.7	3.2	5.8	3.9	6.7	4.0
Conosce, non usa e non è interessato	43.5	43.5	43.5	44.0	50.2	46.7	56.7	57.5	48.8	44.5	55.6	55.9	34.4	40.2	31.8	33.5
Non conosce il servizio	35.7	29.9	41.6	47.3	18.2	19.8	15.1	26.3	22.7	22.8	22.5	32.6	58.0	53.9	59.9	60.3
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	1.7	3.4			2.1	3.2			2.2	3.7			.7	2.4		
Conosce, non usa ma è interessato	8.2	9.4	6.9	3.9	14.0	13.9	14.2	4.8	11.3	12.2	9.8	5.7	2.9		4.2	2.3
Conosce, non usa e non è interessato	31.4	33.7	29.2	29.2	41.7	39.8	45.2	44.4	36.6	35.6	38.3	36.6	22.5	27.2	20.4	22.7
Non conosce il servizio	58.7	53.6	63.9	66.8	42.2	43.0	40.7	50.8	49.9	48.6	51.9	57.6	73.9	70.4	75.5	75.0
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	2.4	2.5	2.4	1.9	2.2	2.3	2.1	2.9	2.5	2.2	3.1	2.9	2.3	3.6	1.7	.9
Conosce, non usa ma è interessato	7.5	8.5	6.5	2.7	10.8	9.9	12.5	4.1	8.8	8.8	8.8	3.0	5.3	7.3	4.3	2.3
Conosce, non usa e non è interessato	61.0	59.9	62.0	61.5	73.8	73.8	73.7	73.7	67.9	67.4	68.6	66.6	49.1	34.7	55.7	57.0
Non conosce il servizio	29.1	29.1	29.1	33.9	13.3	14.1	11.8	19.4	20.8	21.6	19.5	27.4	43.3	54.4	38.3	39.7
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.9	12.0	3.9	5.2	12.5	14.6	8.8	14.7	10.7	12.9	7.3	11.0	3.2	8.9	.6	
Conosce, non usa ma è interessato	10.2	11.8	8.6	4.9	12.4	14.3	8.7	3.7	12.2	13.4	10.2	7.9	6.7	6.1	7.0	2.2
Conosce, non usa e non è interessato	50.1	51.6	48.5	45.4	55.4	53.2	59.5	50.4	52.5	52.5	52.5	42.2	45.8	48.2	44.7	48.2
Non conosce il servizio	31.8	24.7	39.0	44.6	19.7	17.9	23.0	31.2	24.6	21.2	29.9	38.8	44.3	36.8	47.7	49.6
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	12.2	14.5	9.8	13.3	15.4	14.8	16.4	28.7	12.7	12.9	12.4	18.1	11.3	20.0	7.4	9.1
Conosce, non usa ma è interessato	17.6	20.4	14.7	8.5	26.3	26.3	26.3	12.4	22.9	24.1	21.1	13.7	8.5	8.2	8.6	3.8
Conosce, non usa e non è interessato	55.4	50.3	60.5	60.3	49.7	48.0	52.9	49.3	53.0	50.5	57.0	53.2	59.5	49.5	64.0	66.6
Non conosce il servizio	14.8	14.8	14.9	17.9	8.6	10.8	4.4	9.5	11.3	12.5	9.5	15.0	20.8	22.3	20.1	20.5
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	10.4	11.4	9.4	12.3	15.0	14.0	16.9	20.8	12.1	12.2	12.1	14.2	7.5	9.0	6.8	10.6
Conosce, non usa ma è interessato	15.2	18.6	11.7	5.3	22.8	26.0	16.9	5.1	19.7	23.0	14.4	6.8	7.5	3.8	9.2	4.0
Conosce, non usa e non è interessato	48.3	47.8	48.7	51.4	48.3	45.1	54.5	59.3	49.6	46.9	53.8	54.5	46.1	51.0	43.8	48.6
Non conosce il servizio	26.1	22.1	30.2	31.0	13.8	15.0	11.6	14.8	18.6	18.0	19.7	24.5	39.0	36.2	40.2	36.8
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	3.9	4.4	3.5	4.8	6.9	7.3	6.3	9.9	5.2	5.7	4.3	6.3	1.8		2.6	3.5
Conosce, non usa ma è interessato	14.9	17.2	12.6	6.0	24.5	25.6	22.4	6.1	20.1	20.7	19.1	7.0	6.0	5.3	6.3	5.2
Conosce, non usa e non è interessato	49.6	50.9	48.3	52.5	52.2	49.2	57.9	66.7	53.1	52.1	54.8	59.2	43.5	46.6	42.0	46.5
Non conosce il servizio	31.6	27.5	35.7	36.7	16.3	17.9	13.4	17.3	21.5	21.4	21.7	27.5	48.8	48.1	49.1	44.8
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	2.4	2.9	2.0	3.0	4.0	4.1	3.9	7.2	3.8	3.7	4.0	6.4				
Conosce, non usa ma è interessato	15.0	18.6	11.3	3.9	24.0	26.9	18.4	3.5	19.8	22.6	15.5	3.4	6.7	5.3	7.3	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	40.7	46.7	34.7	35.5	48.4	47.8	49.5	49.3	45.7	47.4	43.0	42.7	32.2	44.3	26.7	29.1
Non conosce il servizio	41.9	31.8	52.1	57.6	23.6	21.1	28.2	40.1	30.6	26.3	37.5	47.5	61.2	50.4	66.0	66.6
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	20.3	28.0	12.4	14.5	26.8	31.1	18.8	25.0	25.3	31.0	16.1	20.7	11.7	17.9	8.9	8.9
Conosce, non usa ma è interessato	18.2	20.7	15.6	7.3	27.7	28.0	27.1	9.8	22.6	23.9	20.5	9.5	10.7	10.1	11.0	5.4
Conosce, non usa e non è interessato	52.5	43.7	61.3	65.7	42.2	37.5	50.8	57.4	46.5	40.2	56.7	60.0	62.6	55.5	65.8	70.7
Non conosce il servizio	9.1	7.6	10.6	12.5	3.4	3.4	3.3	7.8	5.6	4.9	6.7	9.7	15.0	16.5	14.3	15.0
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.1	5.6	.6	1.1	5.6	7.9	1.3	3.0	5.0	7.3	1.3	2.4				
Conosce, non usa ma è interessato	11.1	13.0	9.2	6.2	18.1	20.3	14.1	6.0	15.3	16.3	13.6	7.2	4.0	1.8	5.0	5.3
Conosce, non usa e non è interessato	34.7	38.0	31.3	32.1	40.3	40.5	40.0	36.5	37.7	38.8	35.9	37.7	29.7	35.5	27.0	27.1
Non conosce il servizio	51.0	43.3	58.8	60.5	36.0	31.4	44.6	54.5	42.1	37.6	49.2	52.7	66.4	62.7	68.0	67.5

Umbria

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**680**	**328**	**352**	**264**	**279**	**176**	**103**	**80**	**446**	**253**	**193**	**143**	**234**	**76**	**158**	**121**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	39.8	45.0	35.1	39.3	58.7	60.1	56.5	67.5	53.6	54.1	53.0	63.0	15.4	19.6	13.2	14.7
Conosce, non usa ma è interessato	21.0	22.1	20.1	14.2	24.2	23.2	25.7	16.5	26.0	25.0	27.2	17.6	12.3	14.0	11.4	10.6
Conosce, non usa e non è interessato	30.3	26.0	34.2	36.3	15.3	15.4	15.1	15.1	17.1	17.6	16.6	18.4	53.7	49.8	55.7	55.0
Non conosce il servizio	8.9	6.9	10.7	10.2	1.8	1.3	2.6	.8	3.4	3.4	3.3	1.1	18.6	16.7	19.7	19.7
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	48.9	54.0	44.3	46.7	54.4	54.1	54.8	61.1	52.5	52.9	51.9	56.0	42.6	57.1	34.9	37.1
Conosce, non usa ma è interessato	16.4	14.0	18.6	16.1	17.3	15.9	19.5	15.5	19.1	15.6	23.3	20.7	11.7	9.7	12.8	11.2
Conosce, non usa e non è interessato	20.7	22.0	19.5	21.0	22.4	23.7	20.5	21.1	21.5	23.4	19.2	22.0	19.2	18.0	19.9	20.0
Non conosce il servizio	14.0	10.0	17.7	16.2	5.9	6.4	5.2	2.2	7.0	8.1	5.6	1.3	26.5	15.2	32.3	31.6
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	5.0	5.8	4.2	5.1	8.9	8.5	9.5	11.2	7.3	7.4	7.2	8.5	.9	1.6	.5	1.6
Conosce, non usa ma è interessato	17.2	17.2	17.2	11.6	26.4	25.7	27.5	24.7	25.1	22.4	28.3	20.5	3.1	2.4	3.5	2.3
Conosce, non usa e non è interessato	44.4	47.4	41.7	41.0	48.2	50.1	45.4	45.4	47.9	50.3	45.1	49.3	38.2	39.2	37.6	32.4
Non conosce il servizio	33.5	29.6	36.9	42.3	16.5	15.7	17.6	18.7	19.7	20.0	19.4	21.7	57.8	56.8	58.4	63.7
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	2.4	2.2	2.6	2.6	4.6	4.5	4.8	6.0	3.4	3.0	3.9	3.9	.7		1.1	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	7.9	7.7	8.1	3.5	12.5	11.3	14.2	8.0	11.0	9.6	12.7	6.8	2.4	2.2	2.4	
Conosce, non usa e non è interessato	31.7	36.1	27.8	27.3	38.0	41.5	32.8	33.1	37.4	41.2	32.9	35.1	21.7	21.9	21.6	19.2
Non conosce il servizio	57.9	53.9	61.5	66.7	44.9	42.6	48.2	52.9	48.1	46.2	50.5	54.3	75.3	75.8	75.0	79.6
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	1.7	2.2	1.3	1.0	2.6	2.5	2.6	1.8	1.9	2.4	1.4	1.1	1.3	1.6	1.1	1.0
Conosce, non usa ma è interessato	11.2	11.7	10.8	4.3	13.9	14.2	13.4	5.6	15.0	13.9	16.2	4.8	4.6	5.3	4.3	3.6
Conosce, non usa e non è interessato	58.1	62.7	54.0	56.4	69.9	71.7	67.3	71.0	66.5	68.8	63.7	72.8	43.3	45.5	42.2	39.3
Non conosce il servizio	29.0	23.5	33.9	38.3	13.7	11.7	16.6	21.7	16.6	14.9	18.6	21.3	50.8	47.6	52.5	56.1
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	6.4	6.6	6.2	8.1	7.4	6.5	8.7	12.2	8.1	6.9	9.6	14.7	3.4	5.9	2.1	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	15.9	18.7	13.3	11.8	20.5	23.7	15.5	12.5	20.3	23.7	16.1	12.6	8.1	4.7	9.9	10.9
Conosce, non usa e non è interessato	44.6	48.9	40.7	40.0	53.0	53.8	51.8	52.9	50.6	51.0	50.2	50.1	33.9	43.0	29.1	29.5
Non conosce il servizio	33.1	25.8	39.7	40.1	19.2	16.0	24.0	22.4	21.0	18.4	24.0	22.5	54.6	46.5	58.8	58.4
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	8.8	9.6	8.0	10.0	11.3	11.2	11.5	14.9	11.1	10.0	12.3	16.4	4.7	8.5	2.7	3.2
Conosce, non usa ma è interessato	22.1	25.2	19.4	14.7	28.6	29.5	27.1	25.1	29.4	29.8	28.9	24.1	9.3	12.2	7.7	4.8
Conosce, non usa e non è interessato	58.4	58.1	58.7	62.1	54.8	55.7	53.3	52.9	52.1	54.7	48.9	51.5	69.6	67.6	70.7	73.1
Non conosce il servizio	10.7	7.1	13.9	13.3	5.4	3.6	8.1	7.1	7.4	5.5	9.8	7.9	16.4	11.6	18.9	18.9
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	4.7	5.1	4.4	6.0	5.9	6.6	4.9	8.2	5.9	6.1	5.6	8.5	2.6	2.3	2.8	3.3
Conosce, non usa ma è interessato	23.2	24.5	22.1	16.5	38.3	35.9	41.9	33.8	31.5	31.5	31.5	25.7	8.5	4.7	10.6	6.9
Conosce, non usa e non è interessato	42.4	46.8	38.5	42.3	42.2	44.7	38.5	45.8	44.7	48.1	40.6	46.4	38.4	43.1	35.9	38.0
Non conosce il servizio	29.6	23.6	35.0	35.2	13.6	12.8	14.6	12.1	17.9	14.3	22.2	19.4	50.5	50.0	50.7	51.7
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.0	1.6	.5	.7	1.6	1.5	1.8	2.2	1.3	1.6	1.0	1.3	.6	1.8		
Conosce, non usa ma è interessato	12.3	16.1	8.8	3.1	18.4	24.6	9.1	1.8	16.3	20.6	11.1	1.9	5.1	3.4	6.0	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	54.7	59.1	50.8	53.5	65.7	66.2	64.9	69.3	63.4	65.4	61.0	67.9	39.3	41.2	38.4	38.4
Non conosce il servizio	32.0	23.2	39.9	42.8	14.3	7.7	24.2	26.7	19.0	12.4	27.0	28.8	54.9	53.6	55.6	57.3
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	1.6	1.5	1.8	2.3	3.6	2.4	5.4	6.7	2.6	2.0	3.2	4.5				
Conosce, non usa ma è interessato	14.4	20.9	8.5	5.6	26.0	34.3	13.6	9.9	21.6	28.3	13.5	8.2	1.6		2.5	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	45.3	46.1	44.6	45.7	48.2	49.1	46.8	52.0	49.2	48.5	50.1	57.0	38.4	39.4	37.8	33.9
Non conosce il servizio	38.7	31.6	45.1	46.4	22.2	14.2	34.2	31.4	26.7	21.3	33.2	30.4	60.0	60.6	59.7	63.2
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	20.5	27.4	14.3	16.9	28.9	30.9	26.0	29.6	25.2	27.0	23.0	26.9	12.3	28.6	3.7	6.4
Conosce, non usa ma è interessato	25.5	26.4	24.7	18.4	36.2	37.1	34.9	30.5	33.5	34.5	32.3	24.2	11.3	3.6	15.4	12.3
Conosce, non usa e non è interessato	44.4	41.1	47.5	51.8	30.5	30.4	30.7	32.4	36.4	36.4	36.5	43.2	58.6	54.3	60.8	60.8
Non conosce il servizio	9.6	5.1	13.5	12.9	4.3	1.6	8.4	7.5	4.9	2.2	8.2	5.7	17.8	13.5	20.1	20.5
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.0	6.0	.3	.4	4.7	7.0	1.2	1.5	4.0	6.7	.6	.9	1.3	3.8		
Conosce, non usa ma è interessato	12.9	14.7	11.3	7.7	20.4	21.7	18.4	11.6	18.2	18.7	17.6	9.8	3.6	3.6	3.6	5.4
Conosce, non usa e non è interessato	33.1	36.8	29.7	33.7	40.1	42.2	37.0	45.6	39.1	41.5	36.2	44.2	22.4	23.7	21.8	22.7
Non conosce il servizio	51.0	42.5	58.6	58.2	34.9	29.1	43.5	41.4	38.7	33.1	45.5	45.0	72.6	68.9	74.6	71.9

Lazio

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4046**	**1942**	**2104**	**1626**	**1859**	**1118**	**741**	**554**	**2827**	**1575**	**1252**	**928**	**1219**	**367**	**852**	**698**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	44.0	49.9	38.5	45.3	56.2	57.6	53.9	64.4	52.8	55.5	49.4	59.6	23.4	26.8	21.9	25.8
Conosce, non usa ma è interessato	18.7	17.6	19.7	10.1	21.2	20.8	21.9	9.9	21.3	20.1	22.8	9.8	12.6	7.1	15.1	10.5
Conosce, non usa e non è interessato	27.2	24.2	30.0	32.1	18.8	18.1	19.7	20.6	21.2	19.9	22.8	25.0	41.4	42.2	41.1	41.7
Non conosce il servizio	10.0	8.2	11.8	12.6	3.8	3.5	4.4	5.1	4.7	4.4	5.1	5.6	22.6	23.9	22.0	22.1
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	30.6	33.0	28.4	31.2	31.9	33.6	29.4	32.2	33.0	34.4	31.1	34.5	25.1	27.1	24.2	26.8
Conosce, non usa ma è interessato	14.4	16.7	12.3	8.4	16.5	17.8	14.3	9.7	16.3	17.8	14.5	9.3	10.0	12.0	9.0	7.2
Conosce, non usa e non è interessato	38.3	36.9	39.7	43.7	39.6	38.1	41.7	47.3	37.8	36.2	39.8	45.5	39.6	39.6	39.6	41.4
Non conosce il servizio	16.6	13.4	19.6	16.6	12.1	10.4	14.6	10.8	12.9	11.6	14.6	10.8	25.3	21.3	27.1	24.5
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	6.3	8.5	4.3	5.9	9.8	11.2	7.7	11.3	8.3	9.8	6.5	9.3	1.6	3.0	.9	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	19.3	21.7	17.0	10.0	25.0	24.9	25.2	14.9	24.0	23.9	24.0	14.2	8.3	12.4	6.4	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	47.0	48.2	46.0	47.7	52.1	52.5	51.4	56.3	51.9	51.7	52.1	55.3	35.7	33.5	36.7	37.3
Non conosce il servizio	27.4	21.7	32.7	36.4	13.1	11.5	15.7	17.5	15.8	14.6	17.4	21.2	54.5	51.1	56.0	57.2
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	2.8	3.3	2.4	2.8	3.8	3.9	3.7	4.1	3.7	4.1	3.2	3.9	.7		1.1	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	8.2	9.8	6.8	4.8	11.8	11.8	11.8	9.7	11.0	11.1	10.8	8.3	1.9	4.4	.7	
Conosce, non usa e non è interessato	31.7	34.0	29.6	30.2	40.4	41.8	38.3	37.1	37.2	38.0	36.2	35.5	18.8	17.0	19.5	23.0
Non conosce il servizio	57.2	53.0	61.2	62.2	44.0	42.5	46.3	49.1	48.1	46.8	49.7	52.3	78.6	78.6	78.7	75.7
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	3.7	3.8	3.6	4.2	6.3	5.1	8.1	9.2	4.8	4.3	5.5	6.5	1.1	1.7	.8	1.0
Conosce, non usa ma è interessato	13.4	12.4	14.4	7.3	16.9	14.4	20.6	11.8	16.4	14.2	19.2	10.4	6.4	4.8	7.1	3.0
Conosce, non usa e non è interessato	66.0	70.6	61.7	66.6	71.0	74.9	64.9	73.2	70.2	73.3	66.3	73.2	56.3	59.4	54.9	57.7
Non conosce il servizio	16.9	13.3	20.3	21.9	5.9	5.7	6.3	5.8	8.6	8.3	9.1	9.9	36.2	34.1	37.2	38.3
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.2	10.3	4.2	5.3	11.1	12.8	8.5	11.2	9.2	11.7	6.1	8.2	2.3	4.5	1.3	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	13.1	13.9	12.3	10.0	15.5	14.7	16.6	13.9	15.1	14.5	15.8	13.5	8.4	11.7	6.9	5.3
Conosce, non usa e non è interessato	55.6	57.7	53.6	54.0	58.9	60.8	55.8	55.7	59.7	60.5	58.7	58.4	45.9	46.0	45.9	48.0
Non conosce il servizio	24.1	18.1	29.9	30.7	14.5	11.6	19.0	19.2	16.0	13.3	19.4	19.9	43.3	37.9	45.9	45.3
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	9.0	10.3	7.8	9.2	11.8	12.2	11.2	14.6	10.5	11.1	9.6	12.1	5.5	6.7	5.0	5.3
Conosce, non usa ma è interessato	20.7	21.7	19.7	14.0	26.6	26.0	27.5	20.2	25.6	25.1	26.1	19.3	9.2	7.3	10.1	6.7
Conosce, non usa e non è interessato	56.1	57.5	54.8	58.8	54.7	55.8	52.9	55.3	55.6	56.4	54.6	57.8	57.3	61.9	55.2	60.2
Non conosce il servizio	14.2	10.6	17.6	18.0	6.9	6.0	8.4	10.0	8.4	7.3	9.6	10.8	28.0	24.1	29.8	27.8
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	8.2	10.8	5.8	7.4	11.4	14.0	7.5	10.7	9.8	12.4	6.5	8.7	4.5	4.2	4.6	5.7
Conosce, non usa ma è interessato	19.3	22.5	16.1	14.8	24.3	26.1	21.6	21.5	24.1	25.7	22.1	20.5	7.8	9.2	7.1	7.1
Conosce, non usa e non è interessato	49.3	48.8	49.7	52.0	51.5	50.5	53.0	54.3	50.4	49.2	51.8	55.3	46.6	47.1	46.4	47.6
Non conosce il servizio	23.3	17.8	28.5	25.7	12.8	9.4	17.9	13.5	15.7	12.6	19.6	15.5	41.1	39.6	41.9	39.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	3.3	4.3	2.3	2.1	5.6	5.9	5.1	4.8	4.5	5.1	3.6	3.4	.5	.7	.4	.5
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	13.4	9.4	7.6	16.1	16.4	15.7	14.1	13.9	14.4	13.3	10.6	5.3	9.3	3.5	3.5
Conosce, non usa e non è interessato	56.5	59.5	53.6	53.6	62.2	64.5	58.5	58.5	62.6	64.0	60.9	62.6	42.0	41.0	42.5	41.4
Non conosce il servizio	28.9	22.8	34.7	36.7	16.1	13.2	20.6	22.5	19.0	16.5	22.2	23.5	52.1	49.1	53.6	54.6
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	3.2	4.2	2.3	2.4	5.1	5.9	3.8	4.1	4.0	4.6	3.3	3.0	1.3	2.4	.9	1.5
Conosce, non usa ma è interessato	15.4	18.5	12.4	9.6	20.7	21.8	19.1	17.7	19.1	20.4	17.5	14.8	6.6	10.5	4.7	2.4
Conosce, non usa e non è interessato	43.0	44.7	41.3	43.4	49.9	50.7	48.8	51.3	49.5	48.9	50.4	53.4	27.4	27.4	27.5	29.7
Non conosce il servizio	38.5	32.6	44.0	44.7	24.2	21.6	28.3	26.9	27.3	26.1	28.9	28.8	64.7	59.7	67.0	66.4
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	13.6	18.8	8.7	10.4	17.7	22.3	10.5	15.7	17.0	21.7	10.9	14.5	5.6	6.5	5.2	4.9
Conosce, non usa ma è interessato	18.8	20.6	17.1	9.8	22.8	23.7	21.3	10.3	22.1	23.1	20.8	10.0	11.0	10.1	11.5	9.5
Conosce, non usa e non è interessato	54.7	51.2	58.1	62.9	53.7	49.3	60.6	65.7	53.7	49.2	59.3	65.2	57.2	59.5	56.2	59.9
Non conosce il servizio	12.9	9.4	16.2	16.8	5.8	4.7	7.6	8.3	7.2	5.9	8.9	10.4	26.1	23.9	27.2	25.6
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	4.3	5.1	3.6	4.8	6.5	7.0	5.8	8.3	5.4	5.6	5.2	7.4	1.8	2.9	1.2	1.1
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	12.2	10.5	6.7	14.2	13.6	15.3	10.1	13.5	13.4	13.7	8.7	6.3	7.4	5.7	4.1
Conosce, non usa e non è interessato	36.8	41.9	32.0	36.1	45.8	48.6	41.4	48.2	42.4	45.3	38.7	44.6	23.8	28.1	21.8	24.6
Non conosce il servizio	47.5	40.7	53.9	52.4	33.5	30.8	37.5	33.4	38.7	35.7	42.4	39.3	68.2	61.6	71.3	70.1

Abruzzi - Molise

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1259**	**615**	**644**	**498**	**323**	**221**	**102**	**68**	**604**	**390**	**213**	**137**	**655**	**224**	**431**	**361**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	33.1	40.4	26.7	27.0	51.1	47.6	59.1	55.1	51.7	51.3	52.6	52.5	13.4	15.0	12.7	15.0
Conosce, non usa ma è interessato	19.5	17.7	21.1	12.9	24.3	24.5	23.9	19.9	23.5	19.8	30.1	21.8	15.2	12.9	16.2	8.7
Conosce, non usa e non è interessato	30.1	27.8	32.1	38.5	18.4	21.1	12.1	24.4	18.1	21.4	12.4	23.8	42.8	42.9	42.7	45.4
Non conosce il servizio	17.3	14.1	20.1	21.7	6.2	6.7	4.9	.6	6.6	7.6	4.9	1.9	28.6	29.2	28.3	30.9
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	31.6	34.5	28.9	27.1	43.0	39.7	50.6	43.9	45.4	42.4	50.7	48.7	16.9	16.2	17.1	17.0
Conosce, non usa ma è interessato	13.0	14.4	11.7	8.5	17.0	17.1	16.8	10.5	16.5	15.1	19.1	12.4	9.2	12.7	7.7	6.7
Conosce, non usa e non è interessato	26.4	26.2	26.5	29.8	23.1	26.4	15.5	13.6	22.7	27.3	14.8	15.4	30.3	23.8	32.9	36.5
Non conosce il servizio	29.1	24.9	32.8	34.6	16.8	16.7	17.1	32.0	15.3	15.3	15.5	23.5	43.7	47.3	42.2	39.8
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	2.9	4.6	1.4	1.8	6.2	7.0	4.4	6.3	5.6	6.6	3.9	5.6				
Conosce, non usa ma è interessato	16.9	18.2	15.8	7.1	26.3	24.3	31.0	13.9	25.6	23.6	29.1	11.9	7.6	5.5	8.5	4.9
Conosce, non usa e non è interessato	38.8	39.5	38.2	38.2	43.9	41.2	50.0	44.3	45.3	42.7	49.8	49.4	31.9	32.1	31.8	33.0
Non conosce il servizio	41.5	37.7	44.7	52.8	23.6	27.5	14.6	35.5	23.5	27.2	17.2	33.1	60.4	62.4	59.6	62.1
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	1.0	1.8	.2	.2	2.8	3.8	.4	.6	1.8	2.6	.3	.4	.1		.1	.2
Conosce, non usa ma è interessato	6.5	6.9	6.2	3.0	12.2	9.9	17.6	9.5	11.1	9.8	13.4	8.0	1.6		2.3	.6
Conosce, non usa e non è interessato	22.2	25.4	19.3	15.3	27.8	30.6	21.5	15.2	27.8	29.1	25.7	18.7	16.1	16.9	15.8	13.7
Non conosce il servizio	70.4	65.8	74.3	81.5	57.2	55.8	60.4	74.8	59.3	58.5	60.6	72.9	82.1	83.1	81.7	85.5
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	1.2	.4	1.9	.6	2.1	.5	5.9	2.6	1.6	.6	3.3	2.0	.8		1.1	
Conosce, non usa ma è interessato	12.5	12.2	12.7	7.3	14.4	11.3	21.5	11.3	19.0	14.7	26.6	13.2	5.5	6.4	5.2	4.5
Conosce, non usa e non è interessato	47.9	56.4	40.3	40.0	60.1	62.7	54.2	54.8	57.7	61.0	51.9	57.0	37.4	45.7	34.1	32.1
Non conosce il servizio	38.4	30.9	45.1	52.0	23.4	25.5	18.5	31.4	21.7	23.6	18.2	27.8	56.3	48.0	59.6	63.4
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	6.2	8.7	4.1	2.9	14.9	14.8	15.2	8.6	11.9	12.4	10.9	8.6	.3		.4	.3
Conosce, non usa ma è interessato	9.2	8.1	10.2	5.1	9.3	7.4	13.6	5.3	13.4	11.4	17.0	6.7	4.7	.3	6.5	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	43.1	49.0	38.0	40.2	47.8	50.9	40.8	46.8	46.8	49.6	42.0	49.5	39.2	47.7	35.8	35.8
Non conosce il servizio	41.5	34.2	47.8	51.8	27.9	26.8	30.3	39.3	27.9	26.7	30.1	35.2	55.8	51.9	57.4	59.6
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	7.2	9.9	4.8	5.9	13.7	15.4	9.7	14.8	12.2	12.7	11.2	15.1	1.9	3.3	1.3	1.6
Conosce, non usa ma è interessato	19.1	21.3	17.1	11.9	27.5	25.8	31.4	16.6	25.8	25.8	25.7	13.7	11.9	10.7	12.5	11.1
Conosce, non usa e non è interessato	42.2	43.3	41.2	43.3	42.1	41.7	43.1	43.6	46.2	44.9	48.3	54.5	38.0	39.6	37.4	38.0
Non conosce il servizio	31.5	25.5	36.9	38.9	16.7	17.0	15.8	24.9	15.9	16.5	14.8	16.7	48.1	46.4	48.8	49.3
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	5.2	7.5	3.1	4.5	9.2	12.2	2.5	8.2	7.6	10.8	2.0	7.0	2.7		3.7	3.4
Conosce, non usa ma è interessato	16.2	21.2	11.8	9.4	29.8	30.8	27.4	21.2	25.7	26.1	25.0	19.8	6.2	9.9	4.6	4.5
Conosce, non usa e non è interessato	31.3	35.6	27.5	29.3	31.6	34.5	24.9	27.6	36.9	39.0	33.2	37.1	25.3	27.6	24.4	25.7
Non conosce il servizio	47.3	35.7	57.6	56.8	29.4	22.5	45.3	43.0	29.8	24.2	39.7	36.1	65.9	62.5	67.3	66.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.3	1.8	1.0	1.3	3.0	2.7	3.8	5.5	2.5	2.5	2.4	3.6	.2		.2	.3
Conosce, non usa ma è interessato	14.0	14.9	13.2	6.8	25.4	21.2	34.9	17.7	24.1	20.6	30.2	15.6	3.3	1.5	4.0	2.6
Conosce, non usa e non è interessato	38.4	47.8	30.1	30.1	46.2	51.4	34.3	34.4	48.2	52.0	41.4	40.7	28.0	38.0	23.9	25.1
Non conosce il servizio	46.3	35.5	55.8	61.8	25.4	24.7	27.0	42.3	25.3	24.9	26.0	40.2	68.6	60.4	71.9	72.0
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	2.4	2.2	2.5	1.5	3.6	3.4	4.3	5.0	4.0	3.2	5.5	4.6	.7		.9	
Conosce, non usa ma è interessato	12.3	15.9	9.1	6.2	22.7	21.4	25.6	14.0	19.8	19.7	19.9	13.1	4.3	6.8	3.2	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	32.4	37.4	28.1	25.3	40.4	42.8	34.9	34.1	41.1	44.1	35.9	33.9	23.2	21.6	23.9	21.3
Non conosce il servizio	52.9	44.5	60.3	67.1	33.3	32.5	35.2	46.9	35.0	32.9	38.7	48.4	71.9	71.6	72.0	75.8
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	11.0	14.6	7.8	6.2	21.2	23.8	15.3	11.7	18.4	20.6	14.6	11.4	3.2	.7	4.1	3.8
Conosce, non usa ma è interessato	19.1	19.9	18.3	11.4	27.0	24.3	33.3	28.5	27.4	24.5	32.7	27.4	10.2	9.4	10.5	3.9
Conosce, non usa e non è interessato	42.2	45.9	38.9	47.0	37.1	37.8	35.3	37.8	40.1	41.5	37.5	46.0	44.5	56.1	39.7	47.4
Non conosce il servizio	27.7	19.5	34.9	35.4	14.7	14.1	16.0	22.0	14.1	13.4	15.3	15.2	42.2	33.8	45.6	44.8
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	1.8	1.3	2.3	2.0	1.9	1.7	2.2	2.2	2.5	1.9	3.7	2.6	1.1		1.5	1.8
Conosce, non usa ma è interessato	8.4	10.8	6.4	3.4	14.0	14.1	13.6	6.9	14.6	13.6	16.3	9.3	1.9	4.1	1.0	.6
Conosce, non usa e non è interessato	26.2	31.3	21.7	20.6	34.1	36.9	27.7	25.3	32.6	35.1	28.1	28.5	19.4	22.4	18.2	16.8
Non conosce il servizio	63.6	56.6	69.7	74.1	50.1	47.3	56.5	65.5	50.3	49.4	51.8	59.6	77.6	73.5	79.3	80.8

Campania

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4149**	**2014**	**2135**	**1559**	**1251**	**897**	**354**	**260**	**2142**	**1403**	**738**	**505**	**2007**	**611**	**1397**	**1054**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	20.6	25.9	15.6	16.8	32.6	35.9	23.8	27.2	26.8	29.2	22.0	25.7	13.5	16.7	12.2	12.6
Conosce, non usa ma è interessato	27.0	31.3	22.9	14.6	34.2	33.5	36.0	27.6	35.7	36.2	34.9	25.3	17.0	17.7	16.7	9.7
Conosce, non usa e non è interessato	37.0	32.2	41.6	46.9	28.1	25.3	35.5	40.6	30.4	28.0	35.3	42.0	44.5	43.6	44.8	49.1
Non conosce il servizio	15.4	10.6	19.9	21.7	5.2	5.4	4.8	4.6	7.0	6.6	7.8	7.0	25.0	21.9	26.2	28.5
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	21.2	23.6	19.0	21.1	28.7	30.0	25.3	30.5	25.1	27.0	21.3	24.7	16.8	14.2	17.8	19.5
Conosce, non usa ma è interessato	21.1	21.0	21.2	15.3	24.5	23.4	27.6	21.2	26.0	24.7	28.6	21.8	15.5	10.7	17.4	12.3
Conosce, non usa e non è interessato	28.3	27.6	29.0	32.4	28.6	27.8	30.7	35.6	27.3	26.3	29.4	37.3	29.5	31.4	28.7	30.2
Non conosce il servizio	29.3	27.7	30.9	31.2	18.2	18.9	16.3	12.7	21.6	22.0	20.7	16.2	38.2	43.7	36.2	38.1
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	2.2	3.7	.7	.6	4.5	6.2			3.1	4.4	.5	.8	1.1	1.8	.8	.5
Conosce, non usa ma è interessato	22.1	29.6	15.0	9.3	35.5	38.2	28.2	18.6	33.3	36.3	27.3	17.8	9.2	10.8	8.6	5.3
Conosce, non usa e non è interessato	39.0	36.1	41.7	42.5	42.9	38.8	53.7	61.7	42.0	39.0	48.1	55.3	35.5	27.9	38.4	36.6
Non conosce il servizio	36.8	30.6	42.6	47.6	17.2	16.8	18.2	19.7	21.5	20.3	24.0	26.1	54.3	59.5	52.3	57.6
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	2.7	2.8	2.6	3.0	4.3	3.8	5.6	7.6	3.0	2.7	3.8	5.6	2.3	3.0	2.1	1.8
Conosce, non usa ma è interessato	6.8	8.4	5.2	4.0	10.6	11.4	8.5	7.6	10.4	11.3	8.5	6.1	2.6	.4	3.5	3.1
Conosce, non usa e non è interessato	22.9	25.3	20.5	23.0	32.7	34.0	29.1	31.7	30.4	31.2	28.7	33.3	14.2	9.0	16.2	18.2
Non conosce il servizio	67.7	63.5	71.7	70.0	52.5	50.8	56.8	53.0	56.2	54.8	59.0	55.0	80.8	87.6	78.2	76.9
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	2.1	1.2	3.0	3.5	3.6	2.5	6.5	8.2	2.9	1.6	5.5	7.2	1.2		1.7	1.8
Conosce, non usa ma è interessato	16.6	18.1	15.2	10.4	24.4	23.6	26.3	23.6	22.5	22.0	23.6	18.9	9.9	7.5	10.9	6.5
Conosce, non usa e non è interessato	54.2	55.7	52.9	52.3	60.9	61.3	59.8	58.1	59.4	60.1	58.0	59.0	48.3	43.2	50.2	49.2
Non conosce il servizio	27.0	25.0	28.9	33.8	11.2	12.6	7.3	10.2	15.2	16.3	12.9	14.8	40.5	49.3	37.2	42.5
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	4.6	5.4	3.8	4.0	8.0	8.7	6.2	6.8	7.2	7.0	7.5	8.5	1.7	1.0	1.9	1.9
Conosce, non usa ma è interessato	12.0	15.4	8.8	6.5	18.4	21.1	11.4	9.0	17.4	20.2	11.8	9.8	5.8	2.0	7.3	5.0
Conosce, non usa e non è interessato	45.0	45.2	44.8	44.3	48.7	46.0	56.1	56.8	47.5	45.9	50.7	49.4	42.2	43.4	41.7	41.9
Non conosce il servizio	38.3	33.9	42.5	45.2	24.8	24.3	26.2	27.5	27.9	26.8	30.0	32.2	50.3	53.6	49.1	51.2
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	3.9	2.8	4.9	6.4	4.5	3.4	7.2	9.4	4.7	3.4	7.4	10.1	2.9	1.0	3.6	4.7
Conosce, non usa ma è interessato	18.7	24.7	13.1	9.2	27.9	32.2	16.3	7.2	25.1	30.0	15.0	7.6	11.4	9.7	12.0	10.0
Conosce, non usa e non è interessato	46.0	45.0	46.9	48.1	49.8	45.4	61.5	67.8	49.7	45.0	59.3	64.0	41.7	45.0	40.5	40.7
Non conosce il servizio	31.4	27.5	35.1	36.3	17.9	18.9	15.1	15.5	20.5	21.5	18.3	18.2	44.0	44.3	43.9	44.6
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	5.0	5.8	4.2	4.9	9.1	8.4	11.2	13.0	7.7	7.2	8.9	10.6	1.8	2.0	1.8	2.3
Conosce, non usa ma è interessato	14.2	16.4	12.2	8.8	20.1	21.2	17.4	14.0	20.6	20.8	20.0	14.9	7.0	4.0	8.1	6.0
Conosce, non usa e non è interessato	36.8	41.0	32.8	37.2	47.2	48.3	44.2	44.1	43.3	45.8	38.2	43.2	29.4	27.7	30.0	34.4
Non conosce il servizio	44.0	36.8	50.8	49.1	23.6	22.2	27.2	28.8	28.4	26.2	32.9	31.4	61.8	66.2	60.1	57.3
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	.6	1.2			1.7	2.3			1.1	1.6						
Conosce, non usa ma è interessato	9.1	13.9	4.6	2.2	15.9	18.9	7.8	5.4	14.8	17.7	8.9	4.2	2.6	3.2	2.3	1.3
Conosce, non usa e non è interessato	41.9	43.7	40.2	38.7	55.6	54.0	60.1	59.2	52.7	52.5	53.2	54.9	29.5	19.1	33.5	31.3
Non conosce il servizio	48.5	41.3	55.2	59.0	26.8	24.8	32.1	35.4	31.5	28.3	37.9	40.9	67.9	77.7	64.2	67.4
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	1.8	2.4	1.2	1.6	3.4	3.8	2.3	3.1	2.4	2.6	2.1	3.1	1.0	1.9	.7	.9
Conosce, non usa ma è interessato	11.4	16.7	6.3	3.5	18.6	21.2	11.9	9.4	18.4	21.7	11.6	7.8	3.4	2.7	3.6	1.5
Conosce, non usa e non è interessato	33.1	35.7	30.7	28.1	43.0	43.0	43.1	41.4	42.1	41.8	42.7	40.5	22.8	18.6	24.4	22.4
Non conosce il servizio	53.7	45.2	61.8	66.8	35.0	32.1	42.7	46.2	37.1	33.9	43.6	48.6	72.8	76.8	71.3	75.2
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	8.0	10.8	5.3	5.6	13.4	15.3	8.2	8.0	11.3	12.6	8.6	8.9	4.2	5.8	3.6	4.0
Conosce, non usa ma è interessato	20.4	20.7	20.1	13.5	24.8	23.2	29.0	20.6	25.0	24.2	26.4	19.1	15.2	11.0	16.8	10.9
Conosce, non usa e non è interessato	52.4	53.6	51.2	51.9	53.5	52.5	55.9	60.4	53.4	53.0	54.1	57.7	51.2	55.1	49.7	49.2
Non conosce il servizio	19.2	14.9	23.4	29.0	8.4	8.9	6.8	11.0	10.3	10.1	10.8	14.3	29.4	28.1	29.9	35.8
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	1.4	2.3	.5	.7	3.0	3.5	1.9	2.7	2.4	2.8	1.6	2.3	.3	.9		
Conosce, non usa ma è interessato	6.5	6.6	6.5	5.5	8.9	8.0	11.1	9.0	8.3	8.1	8.7	6.4	4.5	2.3	5.4	5.0
Conosce, non usa e non è interessato	23.5	24.6	22.5	20.7	31.3	31.3	31.3	26.2	29.3	29.2	29.7	25.4	16.8	11.7	18.8	18.5
Non conosce il servizio	68.6	66.6	70.4	73.1	56.8	57.3	55.7	62.1	60.0	59.9	60.1	65.8	78.4	85.1	75.8	76.4

Puglia

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**2965**	**1427**	**1538**	**1141**	**837**	**600**	**237**	**160**	**1443**	**946**	**497**	**331**	**1522**	**481**	**1041**	**810**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	22.7	29.6	16.1	20.9	37.0	40.9	25.3	35.0	35.9	39.2	29.1	40.0	11.3	12.2	10.8	14.5
Conosce, non usa ma è interessato	20.9	21.6	20.2	8.0	29.1	26.2	37.8	17.7	27.7	25.5	32.3	12.4	15.0	14.5	15.2	6.6
Conosce, non usa e non è interessato	36.7	34.7	38.7	42.2	29.7	28.3	33.8	42.2	31.1	29.3	34.7	43.1	41.6	44.4	40.3	41.9
Non conosce il servizio	19.7	14.1	25.0	28.9	4.2	4.6	3.1	5.1	5.3	6.0	3.8	4.4	32.1	28.9	33.6	37.1
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	27.2	31.3	23.2	28.3	36.2	38.0	30.7	37.8	32.5	35.8	25.6	33.1	22.5	23.0	22.3	26.7
Conosce, non usa ma è interessato	16.7	15.1	18.3	10.8	19.9	18.7	23.5	7.3	20.3	17.9	25.3	12.0	13.7	10.0	15.4	10.4
Conosce, non usa e non è interessato	32.6	33.6	31.6	36.6	30.3	31.8	25.9	41.3	30.0	32.0	25.7	36.6	34.8	36.5	34.1	36.6
Non conosce il servizio	23.5	20.0	26.8	24.4	13.6	11.5	20.0	13.6	17.2	14.3	23.4	18.4	29.0	30.5	28.2	26.3
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	1.3	2.3	.4	.2	2.6	3.0	1.4	1.1	2.6	3.2	1.3	.9	.2	.6		
Conosce, non usa ma è interessato	15.3	17.2	13.6	6.2	26.1	24.5	30.8	17.0	24.0	22.7	26.7	14.8	7.9	7.3	8.2	3.3
Conosce, non usa e non è interessato	39.2	44.9	33.9	33,7	51.2	51.2	51.3	59.1	51.8	52.5	50.2	54.8	28.4	31.0	27.2	26.6
Non conosce il servizio	44.1	35.7	52.1	59.8	20.1	21.3	16.5	22.8	21.7	21.6	21.8	29.5	63.5	61.2	64.5	70.0
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	1.0	1.9	.2	.6	2.3	2.7	1.2	2.0	2.0	2.7	.7	1.1	.2	.6		.4
Conosce, non usa ma è interessato	6.8	5.4	8.1	5.0	11.4	8.3	20.8	18.1	10.2	7.2	16.5	13.9	3.8	2.1	4.6	2.0
Conosce, non usa e non è interessato	21.0	26.6	15.7	13.7	32.4	34.9	24.9	22.4	31.4	33.8	26.4	25.4	12.0	13.5	11.3	9.7
Non conosce il servizio	71.2	66.1	76.0	80.8	53.9	54.1	53.0	57.5	56.4	56.3	56.5	59.6	83.9	83.8	84.0	87.8
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	1.9	1.6	2.2	2.5	4.6	3.3	8.4	9.8	3.4	2.5	5.3	6.4	.6		.9	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	11.0	11.6	10.4	8.0	16.0	15.3	18.0	19.7	15.9	15.4	17.0	18.6	6.7	4.5	7.7	4.4
Conosce, non usa e non è interessato	52.8	60.7	45.2	40.0	69.2	70.9	64.2	55.5	69.3	70.4	66.8	59.9	38.5	43.0	36.4	33.3
Non conosce il servizio	34.4	26.1	42.2	49.5	10.2	10.5	9.4	15.1	11.4	11.6	10.9	15.1	54.2	52.5	55.0	61.0
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	5.2	7.6	3.0	3.7	11.7	12.8	8.2	10.3	9.6	11.0	6.6	8.7	1.5	1.4	1.5	2.0
Conosce, non usa ma è interessato	10.8	11.7	10.0	9.0	13.9	11.4	21.4	21.7	15.1	12.7	20.2	24.1	7.1	9.8	5.8	4.0
Conosce, non usa e non è interessato	48.2	52.9	43.7	39.5	58.3	60.3	52.4	41.8	58.6	60.6	54.3	44.5	39.2	38.8	39.4	37.8
Non conosce il servizio	35.8	27.9	43.4	47.7	16.1	15.5	17.9	26.1	16.7	15.7	18.9	22.7	52.3	50.1	53.4	56.1
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	4.7	5.4	4.1	5.2	8.4	8.9	7.0	9.6	7.4	7.8	6.6	9.3	2.4	1.0	3.1	3.8
Conosce, non usa ma è interessato	17.9	18.5	17.2	11.7	25.8	26.0	25.4	20.5	24.8	23.5	27.6	22.0	11.8	9.4	13.0	8.3
Conosce, non usa e non è interessato	48.5	50.6	46.5	49.1	51.8	51.5	52.8	59.1	52.8	54.1	50.0	58.1	44.8	44.2	45.1	46.1
Non conosce il servizio	28.9	25.5	32.2	34.0	13.9	13.6	14.8	10.8	15.0	14.6	15.8	10.6	41.0	45.4	38.9	41.8
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	4.2	5.2	3.2	3.4	7.4	7.7	6.2	5.9	6.2	6.6	5.5	5.7	2.4	2.8	2.2	2.6
Conosce, non usa ma è interessato	13.3	14.0	12.7	9.1	19.6	18.2	23.8	16.0	18.8	17.8	20.9	17.6	8.6	7.1	9.3	6.2
Conosce, non usa e non è interessato	36.8	45.1	28.9	33.4	49.6	51.6	43.7	59.5	47.6	50.5	41.4	54.6	27.5	35.3	23.8	26.2
Non conosce il servizio	45.7	35.7	55.3	54.2	23.4	22.4	26.3	18.6	27.5	25.2	32.3	22.1	61.5	54.8	64.7	64.9
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.2	1.8	.7	1.0	1.9	2.2	.8	1.2	2.7	2.8	2.5	4.0				
Conosce, non usa ma è interessato	7.0	6.8	7.3	3.4	12.0	9.4	19.7	12.8	10.9	9.0	14.8	7.6	3.7	2.7	4.2	2.0
Conosce, non usa e non è interessato	42.3	49.2	35.8	33.8	59.6	62.0	52.3	55.3	56.8	58.9	52.2	52.9	29.8	31.4	29.1	27.4
Non conosce il servizio	49.4	42.3	56.2	61.8	26.6	26.4	27.1	30.7	29.7	29.3	30.5	35.5	66.5	65.9	66.8	70.6
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	1.5	2.6	.5	.6	4.3	4.9	2.5	3.9	3.3	4.0	1.8	2.4				
Conosce, non usa ma è interessato	11.0	11.6	10.5	5.2	18.8	16.7	25.2	14.9	17.6	14.9	23.3	15.1	5.4	5.6	5.3	1.9
Conosce, non usa e non è interessato	31.2	37.6	25.2	23.8	44.9	48.3	34.8	37.6	42.0	46.4	32.9	33.2	21.9	21.5	22.1	20.6
Non conosce il servizio	56.2	48.3	63.7	70.4	32.0	30.1	37.5	43.6	37.1	34.7	42.0	49.2	72.7	72.9	72.6	77.5
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	8.5	10.8	6.3	7.6	14.5	14.6	14.1	17.5	12.6	13.9	9.9	13.8	5.0	5.2	4.9	5.5
Conosce, non usa ma è interessato	17.2	17.6	16.8	8.7	21.8	21.1	23.9	8.1	23.7	22.7	25.9	12.2	11.6	8.5	13.1	7.5
Conosce, non usa e non è interessato	56.5	56.9	56.1	61.7	59.0	59.3	58.4	70.3	57.1	55.9	59.6	70.8	56.0	58.7	54.7	58.6
Non conosce il servizio	17.8	14.6	20.8	22.0	4.7	5.1	3.6	4.1	6.5	7.5	4.6	3.2	27.5	27.6	27.4	28.3
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	1.4	2.5	.4	.6	2.7	2.9	2.2	4.6	2.5	3.0	1.4	2.2	.6	1.8		
Conosce, non usa ma è interessato	5.8	6.0	5.5	3.7	9.3	9.3	9.3	10.7	8.8	8.5	9.5	8.5	3.1	1.4	3.9	2.1
Conosce, non usa e non è interessato	21.7	26.7	16.9	16.7	33.3	33.2	33.7	36.4	30.9	31.5	29.7	33.5	13.7	17.9	11.7	11.0
Non conosce il servizio	71.1	64.8	77.1	79.1	54.6	54.6	54.8	48.3	57.8	57.0	59.4	55.8	82.6	78.9	84.4	86.9

Basilicata

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**475**	**237**	**238**	**187**	**81**	**68**	**13**	**8**	**143**	**110**	**33**	**20**	**332**	**127**	**205**	**167**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	19.3	27.4	11.9	12.0	38.4	38.0	41.9	82.4	39.6	42.3	28.0	47.1	11.7	14.6	10.1	9.3
Conosce, non usa ma è interessato	21.1	26.6	15.9	9.8	33.2	33.2	32.6		32.4	32.8	30.7	24.4	16.8	21.3	14.3	8.7
Conosce, non usa e non è interessato	29.2	30.9	27.5	23.6	22.5	23.0	18.8		21.0	19.7	26.8		32.2	40.5	27.6	25.3
Non conosce il servizio	30.5	15.1	44.7	54.7	5.9	5.8	6.6	17.6	6.9	5.2	14.5	28.5	39.3	23.6	48.0	56.7
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	42.8	40.7	44.7	50.1	41.2	40.5	47.7	82.4	43.7	42.9	47.0	47.1	42.4	38.8	44.5	50.4
Conosce, non usa ma è interessato	20.6	26.7	15.0	11.9	30.3	28.6	45.7		31.5	29.9	38.4	24.4	16.6	24.1	12.4	10.9
Conosce, non usa e non è interessato	21.1	25.2	17.4	16.3	20.0	22.2			17.6	21.7			22.5	28.2	19.3	17.5
Non conosce il servizio	15.5	7.4	22.9	21.7	8.5	8.7	6.6	17.6	7.3	5.6	14.5	28.5	18.5	9.0	23.8	21.2
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	2.0	4.1											2.7	7.6		
Conosce, non usa ma è interessato	22.7	25.7	20.0	12.3	42.1	39.2	67.5	63.7	40.9	40.3	43.4	41.5	15.9	13.2	17.5	10.0
Conosce, non usa e non è interessato	28.2	33.2	23.6	17.7	49.4	52.0	25.8	18.6	48.0	49.3	42.1	30.1	20.8	19.5	21.5	16.8
Non conosce il servizio	47.1	37.0	56.4	70.0	8.5	8.8	6.6	17.6	11.1	10.3	14.5	28.5	60.5	59.7	61.0	73.2
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa																
Conosce, non usa ma è interessato	5.2	7.9	2.6		9.3	6.5	34.9		8.7	7.8	12.6		3.8	8.0	1.5	
Conosce, non usa e non è interessato	13.9	18.6	9.5	7.8	29.5	30.5	20.1	82.4	30.1	28.7	36.0	47.1	7.8	10.0	6.7	4.8
Non conosce il servizio	80.9	73.5	87.8	92.2	61.2	63.0	45.1	17.6	61.2	63.5	51.4	52.9	88.3	82.0	91.8	95.2
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa																
Conosce, non usa ma è interessato	10.7	11.2	10.3	8.1	15.3	16.4	5.8		20.2	21.9	12.6		7.2	2.0	10.1	8.7
Conosce, non usa e non è interessato	45.8	51.1	40.9	43.7	52.7	50.2	74.5	82.4	48.1	45.6	58.7	71.5	45.0	55.8	39.0	41.6
Non conosce il servizio	43.5	37.7	48.8	48.2	32.0	33.4	19.7	17.6	31.7	32.4	28.7	28.5	47.9	42.2	51.0	49.7
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.1	13.9	.8	2.3	17.0	18.9		63.7	14.6	18.0		17.0	4.3	10.4	.9	1.2
Conosce, non usa ma è interessato	9.0	6.2	11.6	3.9	12.9	9.7	41.9	18.6	14.2	11.1	28.0	30.1	7.1	2.1	9.8	2.0
Conosce, non usa e non è interessato	52.5	54.5	50.7	49.2	43.4	42.5	51.4		41.4	40.6	45.1		56.7	66.3	51.4	52.9
Non conosce il servizio	31.4	25.4	36.9	44.6	26.7	29.0	6.6	17.6	29.7	30.3	27.0	52.9	32.0	21.3	37.9	44.0
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	2.9	3.2	2.7	3.8	5.1	5.7			5.6	6.9			1.9		3.0	4.1
Conosce, non usa ma è interessato	17.4	18.2	16.8	10.5	17.7	19.6		63.7	18.3	21.0	6.5	17.0	17.1	15.8	17.9	10.0
Conosce, non usa e non è interessato	53.4	57.0	50.0	49.9	59.6	55.8	93.4	18.6	56.4	54.0	66.6	30.1	52.2	59.5	48.2	51.4
Non conosce il servizio	26.3	21.6	30.5	35.8	17.6	18.8	6.6	17.6	19.7	18.0	27.0	52.9	28.7	24.7	30.9	34.5
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	3.5	6.6	.6		4.6	5.2			10.7	11.7	6.5		.8	2.2		
Conosce, non usa ma è interessato	9.0	12.0	6.2	6.8	19.1	21.2			17.7	21.8			5.8	3.8	6.9	7.3
Conosce, non usa e non è interessato	27.7	33.2	22.7	18.1	53.3	50.2	80.6	63.7	41.9	42.7	38.6	17.0	22.5	25.1	21.0	18.2
Non conosce il servizio	59.7	48.2	70.4	75.1	23.0	23.4	19.4	36.3	29.8	23.9	54.9	83.0	71.0	68.9	72.1	74.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa																
Conosce, non usa ma è interessato	7.9	13.7	2.6		22.0	20.5	34.9		22.9	25.3	12.6		2.4	3.8	1.6	
Conosce, non usa e non è interessato	27.9	33.7	22.5	20.1	45.2	47.4	25.8	82.4	41.6	40.0	48.6	47.1	22.7	28.4	19.6	18.0
Non conosce il servizio	64.2	52.6	74.9	79.9	32.9	32.1	39.3	17.6	35.5	34.8	38.8	52.9	74.9	67.8	78.8	82.0
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa																
Conosce, non usa ma è interessato	8.1	10.3	6.0	2.7	15.3	13.1	34.9		19.0	20.4	12.6		4.0	1.7	5.3	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	25.0	29.3	21.1	15.5	52.0	51.9	52.7	82.4	42.2	40.9	47.8	47.1	18.6	19.4	18.2	13.1
Non conosce il servizio	66.9	60.4	72.9	81.8	32.7	35.0	12.4	17.6	38.9	38.7	39.6	52.9	77.4	78.9	76.5	83.9
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	7.4	11.1	4.0	5.0	12.8	13.6	5.8	63.7	14.9	12.6	25.1	41.5	4.6	9.9	1.7	2.3
Conosce, non usa ma è interessato	13.8	19.6	8.4	5.9	28.5	24.2	67.5		32.9	33.3	30.9		6.6	7.9	6.0	6.4
Conosce, non usa e non è interessato	63.1	62.3	63.9	66.3	58.0	62.3	20.1	18.6	49.5	54.1	29.5	30.1	68.2	69.2	67.7	69.1
Non conosce il servizio	15.7	7.0	23.7	22.8	.7		6.6	17.6	2.7		14.5	28.5	20.5	13.0	24.7	22.3
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa																
Conosce, non usa ma è interessato	2.2	3.0	1.5	2.1	6.9	6.9	7.0	18.6	8.1	6.5	15.3	30.1				
Conosce, non usa e non è interessato	12.1	14.9	9.5	3.2	20.2	21.8	5.8	63.7	19.6	19.7	19.1	17.0	9.3	10.8	8.4	2.2
Non conosce il servizio	85.7	82.2	89.0	94.7	72.9	71.3	87.2	17.6	72.3	73.9	65.6	52.9	90.7	89.2	91.6	97.8

Calabria

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1583**	**780**	**803**	**613**	**484**	**346**	**138**	**104**	**815**	**542**	**273**	**210**	**768**	**237**	**530**	**403**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	25.1	34.2	16.5	18.9	39.6	46.2	22.8	36.9	35.4	41.7	22.7	32.5	13.0	12.5	13.1	11.6
Conosce, non usa ma è interessato	23.7	27.6	20.0	11.8	33.7	33.9	33.2	23.2	34.1	34.9	32.7	27.0	11.4	6.5	13.2	3.7
Conosce, non usa e non è interessato	27.3	22.6	31.7	33.4	22.3	15.9	38.5	33.8	23.5	18.0	34.7	29.4	31.7	36.0	30.1	35.5
Non conosce il servizio	23.9	15.6	31.8	36.0	4.4	4.0	5.5	6.1	6.9	5.4	10.0	11.2	44.0	45.0	43.6	49.2
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	35.0	38.8	31.4	38.7	42.5	42.7	42.1	47.7	39.0	38.6	39.7	42.1	30.3	39.4	26.9	36.9
Conosce, non usa ma è interessato	17.8	19.7	16.0	14.0	22.6	24.6	17.5	19.7	21.1	23.1	17.1	21.6	13.9	10.0	15.4	9.9
Conosce, non usa e non è interessato	18.8	20.1	17.5	16.7	15.9	15.5	16.8	20.7	18.1	18.4	17.5	18.6	19.6	25.1	17.6	15.6
Non conosce il servizio	28.4	21.4	35.1	30.7	19.0	17.2	23.6	11.9	21.9	20.0	25.7	17.7	36.1	25.5	40.2	37.6
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	3.0	3.9	2.0	1.6	6.1	6.3	5.6	2.5	4.8	5.3	3.9	2.2	.8		1.0	1.3
Conosce, non usa ma è interessato	26.0	34.7	17.6	14.4	42.6	47.3	30.6	38.8	40.3	45.4	30.1	33.3	8.9	3.7	10.9	4.3
Conosce, non usa e non è interessato	27.6	30.3	25.1	24.0	33.3	30.8	39.5	35.8	33.4	32.0	36.3	33.0	20.7	25.3	19.0	19.1
Non conosce il servizio	43.5	31.2	55.3	60.0	18.0	15.5	24.2	22.9	21.5	17.4	29.8	31.4	69.6	71.0	69.1	75.3
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	1.0	2.1		.3	2.1	3.0		1.6	1.9	2.8		.7				
Conosce, non usa ma è interessato	8.2	11.4	5.1	1.2	18.0	19.5	14.0	4.6	13.4	15.3	9.5	3.3	2.0		2.8	
Conosce, non usa e non è interessato	16.2	21.9	10.7	9.2	27.3	29.6	21.5	32.2	23.9	27.9	16.0	20.2	7.0	4.9	7.9	3.3
Non conosce il servizio	74.6	64.6	84.2	89.4	52.6	47.9	64.4	61.6	60.8	54.0	74.6	75.8	90.9	95.1	89.3	96.7
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	2.9	4.6	1.4	1.1	4.9	5.6	3.2	1.2	5.1	6.2	3.1	2.0	.3		.5	.6
Conosce, non usa ma è interessato	16.0	16.8	15.2	9.2	25.8	25.7	26.2	17.7	22.4	21.5	24.0	16.4	8.4	3.1	10.4	5.4
Conosce, non usa e non è interessato	44.2	50.0	38.6	39.9	54.4	54.9	53.1	64.5	54.0	55.4	51.3	58.7	32.5	34.3	31.8	29.9
Non conosce il servizio	36.9	28.7	44.8	49.8	14.9	13.8	17.6	16.6	18.5	16.9	21.6	23.0	58.8	62.6	57.4	64.1
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	9.5	12.6	6.5	4.0	14.6	15.7	11.9	8.0	12.5	14.1	9.1	6.7	5.9	8.0	5.1	2.5
Conosce, non usa ma è interessato	15.4	18.5	12.3	9.4	24.2	25.5	20.6	20.0	22.7	23.5	21.2	17.6	6.7	4.3	7.5	5.1
Conosce, non usa e non è interessato	44.5	45.6	43.4	44.0	48.6	48.1	49.9	52.5	47.1	46.5	48.3	49.4	41.3	42.8	40.8	41.1
Non conosce il servizio	30.7	23.3	37.8	42.6	12.6	10.7	17.6	19.6	17.7	15.9	21.5	26.4	46.1	44.9	46.6	51.3
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	4.4	5.3	3.6	4.1	7.9	6.8	10.7	11.3	6.5	6.0	7.4	8.0	2.1	3.3	1.6	2.1
Conosce, non usa ma è interessato	24.9	32.7	17.4	12.6	40.9	45.7	28.7	20.7	36.4	39.3	30.5	22.3	11.2	13.7	10.3	7.4
Conosce, non usa e non è interessato	39.9	43.2	36.7	45.4	38.4	36.7	42.6	56.1	41.2	40.5	42.6	51.1	38.4	51.2	33.6	42.3
Non conosce il servizio	30.7	18.7	42.2	37.9	12.9	10.9	18.0	11.9	16.0	14.2	19.5	18.6	48.3	31.8	54.5	48.2
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	3.6	4.6	2.6	2.2	8.0	8.1	7.8	7.6	6.6	6.2	7.4	6.4				
Conosce, non usa ma è interessato	11.7	15.9	7.8	4.6	24.0	24.9	21.9	17.6	19.2	21.3	14.8	10.8	2.9		4.0	1.3
Conosce, non usa e non è interessato	22.7	28.1	17.5	19.0	35.6	36.0	34.3	48.6	32.0	33.6	28.7	33.5	11.7	12.1	11.5	11.3
Non conosce il servizio	62.0	51.5	72.1	74.2	32.4	31.0	36.0	26.3	42.3	38.8	49.2	49.3	85.4	87.9	84.5	87.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.0	.2	1.9	.7	2.2	.4	6.9	.6	1.9	.2	5.3	2.0				
Conosce, non usa ma è interessato	8.1	11.2	5.1	3.3	16.3	18.1	11.8	12.8	13.9	15.1	11.4	9.5	1.2		1.7	
Conosce, non usa e non è interessato	31.9	39.6	24.5	24.9	52.4	53.6	49.3	61.7	46.3	50.2	38.4	45.0	14.8	9.1	17.0	14.1
Non conosce il servizio	59.0	48.9	68.5	71.1	29.1	28.0	31.9	24.9	37.9	34.4	44.9	43.4	83.9	90.9	81.3	85.9
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	2.0	2.8	1.3	1.4	4.3	3.5	6.4	3.6	3.1	2.9	3.7	1.7	.7	2.5		1.2
Conosce, non usa ma è interessato	10.8	15.0	6.8	2.2	22.1	24.8	15.4	4.7	17.8	20.2	13.0	4.1	2.5		3.4	1.3
Conosce, non usa e non è interessato	27.5	36.2	19.3	19.9	43.6	45.2	39.5	54.4	41.5	45.0	34.4	44.8	11.0	10.5	11.2	6.6
Non conosce il servizio	59.7	46.1	72.6	76.5	30.0	26.6	38.7	37.3	37.6	31.9	48.9	49.5	85.8	87.0	85.4	90.9
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	11.7	16.1	7.4	11.9	16.5	19.6	8.8	22.3	16.6	20.3	9.1	20.1	5.8	4.2	6.5	7.6
Conosce, non usa ma è interessato	22.8	27.0	18.8	12.5	32.9	33.4	31.6	26.2	30.8	31.6	29.4	25.0	13.3	13.8	13.1	5.8
Conosce, non usa e non è interessato	47.7	47.0	48.4	51.6	44.3	42.1	50.0	43.3	45.0	43.0	49.0	44.5	51.0	58.8	48.0	55.4
Non conosce il servizio	17.8	9.8	25.4	24.0	6.2	4.9	9.5	8.3	7.6	5.2	12.5	10.4	29.9	23.3	32.4	31.2
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	.8	.5	1.1	.3	1.0	1.1	.9	1.4	.7	.7	.6	.8	1.0		1.4	
Conosce, non usa ma è interessato	6.7	10.1	3.4	2.1	15.2	16.1	13.1	11.6	11.8	13.6	8.3	6.0	.6		.8	
Conosce, non usa e non è interessato	15.2	18.7	11.7	9.9	25.0	25.5	23.6	29.7	21.4	23.2	17.6	17.8	7.8	5.8	8.6	5.7
Non conosce il servizio	77.3	70.6	83.7	87.7	58.7	57.3	62.4	57.4	66.1	62.5	73.6	75.4	90.6	94.2	89.3	94.3

Sicilia

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3834**	**1877**	**1957**	**1528**	**1084**	**769**	**314**	**226**	**1870**	**1205**	**665**	**471**	**1964**	**672**	**1292**	**1057**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	18.8	26.9	11.0	11.7	37.7	40.3	31.8	34.7	30.6	34.0	24.6	27.9	6.1	12.1	3.2	3.1
Conosce, non usa ma è interessato	19.3	21.2	17.5	9.4	25.3	25.8	24.0	13.8	26.4	26.7	25.9	15.4	11.7	9.5	12.7	6.3
Conosce, non usa e non è interessato	38.1	36.9	39.4	44.9	32.7	31.0	36.5	43.2	35.7	33.0	40.6	49.1	40.8	45.1	38.7	42.7
Non conosce il servizio	23.8	15.0	32.1	33.9	4.3	2.9	7.7	8.2	7.3	6.4	9.0	7.6	41.5	33.3	45.4	48.0
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	30.6	32.9	28.4	30.7	37.3	38.4	34.8	38.1	35.0	35.1	34.9	38.5	25.9	28.4	24.7	26.5
Conosce, non usa ma è interessato	17.4	18.0	16.9	12.4	20.9	19.8	23.3	19.1	21.2	21.1	21.5	16.3	13.3	11.4	14.2	10.3
Conosce, non usa e non è interessato	35.3	35.6	35.0	37.9	34.5	35.0	33.5	37.4	33.8	34.5	32.7	37.1	36.9	38.0	36.4	38.3
Non conosce il servizio	16.6	13.5	19.7	19.1	7.3	6.8	8.4	5.3	9.9	9.3	10.9	8.1	23.9	22.1	24.7	24.9
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	3.5	5.0	2.1	2.6	7.9	8.1	7.3	9.4	6.1	7.1	4.3	5.8	.7	.7	.7	.9
Conosce, non usa ma è interessato	15.4	19.6	11.5	7.0	25.6	26.6	23.4	14.5	24.3	25.2	22.8	13.5	5.9	7.9	4.9	3.5
Conosce, non usa e non è interessato	40.2	42.6	37.9	35.4	52.7	52.1	53.9	57.9	50.7	49.1	53.5	58.8	28.9	28.8	28.9	23.0
Non conosce il servizio	40.9	32.8	48.6	55.0	13.8	13.1	15.5	18.1	18.8	18.6	19.3	21.8	64.6	62.6	65.5	72.6
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	1.0	1.4	.5	.4	2.0	1.8	2.5	1.6	1.8	1.9	1.5	1.1	.1	.4		
Conosce, non usa ma è interessato	4.8	5.5	4.1	3.1	8.9	8.1	10.8	10.0	7.5	7.1	8.2	7.0	1.8	2.1	1.7	1.0
Conosce, non usa e non è interessato	22.4	28.2	16.9	14.9	39.5	40.9	36.4	36.2	34.2	35.9	31.1	30.7	9.8	12.1	8.6	6.6
Non conosce il servizio	71.9	64.9	78.5	81.6	49.6	49.3	50.2	52.3	56.6	55.1	59.2	61.2	88.3	85.4	89.6	92.4
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	1.4	2.1	.7	.6	3.5	4.0	2.5	2.0	2.4	2.9	1.5	1.3	.3	.5	.2	.3
Conosce, non usa ma è interessato	7.3	6.7	7.9	2.7	11.2	10.4	13.2	3.6	10.8	8.7	14.4	4.9	3.6	2.5	4.1	1.5
Conosce, non usa e non è interessato	55.6	62.1	49.3	49.1	73.7	74.6	71.8	76.6	69.6	70.8	67.4	72.0	40.5	43.8	38.9	37.0
Non conosce il servizio	35.8	29.1	42.1	47.5	11.5	11.1	12.5	17.8	17.3	17.6	16.8	21.7	55.6	53.2	56.8	61.2
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	8.5	10.3	6.7	8.1	13.3	13.4	13.1	15.6	12.1	12.1	12.1	15.6	4.6	6.6	3.6	4.1
Conosce, non usa ma è interessato	12.0	12.8	11.3	6.7	17.0	16.7	17.9	10.9	15.9	14.9	17.6	10.7	7.8	8.2	7.6	4.6
Conosce, non usa e non è interessato	53.2	56.0	50.5	49.5	58.5	59.4	56.5	58.6	56.4	57.8	53.8	54.5	49.8	52.1	48.6	46.9
Non conosce il servizio	26.3	20.9	31.5	35.7	11.1	10.5	12.5	14.9	15.6	15.1	16.5	19.2	37.9	33.1	40.2	44.4
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	6.8	7.0	6.5	8.1	12.1	10.6	15.7	18.8	10.2	8.8	12.8	16.5	3.1	3.4	2.9	3.6
Conosce, non usa ma è interessato	15.2	15.9	14.6	10.7	19.6	19.9	18.9	16.4	20.7	19.7	22.5	17.5	9.3	7.9	10.0	7.1
Conosce, non usa e non è interessato	52.1	55.7	48.6	49.7	57.7	57.6	57.8	57.5	57.2	57.1	57.5	58.5	46.6	52.8	43.5	45.0
Non conosce il servizio	25.9	21.3	30.2	31.5	10.6	12.0	7.6	7.3	11.8	14.4	7.3	7.4	41.0	35.9	43.5	44.3
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	3.2	4.9	1.7	1.4	6.2	6.8	4.7	4.6	5.2	6.1	3.5	2.6	1.1	2.2	.6	.8
Conosce, non usa ma è interessato	9.5	10.9	8.1	5.7	17.4	17.0	18.4	13.9	15.8	14.4	18.1	14.2	2.7	3.6	2.3	1.2
Conosce, non usa e non è interessato	31.7	39.4	24.5	28.0	50.3	52.1	46.0	53.9	44.4	47.8	38.5	46.4	18.1	21.7	16.3	18.2
Non conosce il servizio	55.6	44.8	65.8	64.9	26.1	24.1	30.9	27.7	34.6	31.6	39.9	36.8	78.0	72.5	80.7	79.8
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.0	1.7	.3	.4	1.4	1.7	.8	1.1	1.8	2.5	.5	.6	.1		.2	.2
Conosce, non usa ma è interessato	6.4	8.6	4.3	2.7	11.4	12.9	7.9	6.0	10.5	11.4	8.9	7.4	1.9	2.7	1.6	.3
Conosce, non usa e non è interessato	38.1	44.1	32.5	31.0	59.8	59.0	61.6	63.3	53.6	53.0	54.6	55.3	21.5	25.3	19.7	18.1
Non conosce il servizio	54.5	45.6	63.0	65.9	27.4	26.5	29.6	29.7	34.1	33.1	36.1	36.7	76.4	72.1	78.6	81.4
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	1.7	2.2	1.1	1.4	2.8	3.0	2.4	3.1	3.2	3.3	3.1	4.1				
Conosce, non usa ma è interessato	8.1	9.9	6.4	3.3	13.7	13.9	13.0	9.1	12.4	13.2	11.1	7.5	3.4	3.0	3.6	1.0
Conosce, non usa e non è interessato	32.7	40.5	25.2	23.8	51.2	52.7	47.8	51.8	46.5	48.2	43.5	46.0	17.8	24.3	14.7	12.0
Non conosce il servizio	57.6	47.4	67.3	71.5	32.3	30.4	36.8	36.0	37.9	35.3	42.4	42.3	78.7	72.6	81.7	87.0
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	7.6	10.0	5.4	6.1	11.9	12.2	11.3	11.8	11.1	10.9	11.3	13.1	3.9	8.0	1.9	2.4
Conosce, non usa ma è interessato	16.1	17.9	14.4	7.8	24.6	26.0	21.3	10.2	23.1	23.9	21.6	10.5	8.6	5.2	10.2	6.4
Conosce, non usa e non è interessato	58.1	59.4	56.8	60.3	58.2	58.2	58.3	66.8	59.1	59.1	59.2	66.6	56.9	60.0	55.4	56.9
Non conosce il servizio	18.2	12.8	23.5	25.8	5.2	3.5	9.1	11.2	6.7	6.1	7.9	9.9	30.6	26.8	32.5	34.3
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	1.5	1.6	1.4	1.6	2.6	2.3	3.5	3.2	2.9	2.3	3.8	4.5				
Conosce, non usa ma è interessato	6.2	7.2	5.3	3.7	10.7	11.1	9.8	6.4	9.2	9.2	9.1	5.3	3.1	3.0	3.1	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	23.7	29.2	18.5	18.4	39.5	40.1	38.2	43.4	34.5	36.3	31.3	34.6	12.1	14.4	11.1	9.7
Non conosce il servizio	68.5	62.0	74.8	76.3	47.1	46.6	48.5	47.0	53.4	52.2	55.7	55.6	84.8	82.6	85.8	87.4

Sardegna

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1232**	**611**	**621**	**459**	**774**	**438**	**336**	**253**	**1016**	**552**	**464**	**339**	**216**	**59**	**157**	**120**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	26.8	28.6	25.2	34.6	35.8	35.8	35.7	51.4	31.1	32.4	29.7	42.0	8.3		12.0	15.0
Conosce, non usa ma è interessato	23.4	27.4	19.7	5.9	25.0	29.0	20.2	4.8	25.7	30.7	20.2	4.6	13.5	3.0	18.2	9.1
Conosce, non usa e non è interessato	41.2	35.1	47.0	50.8	34.3	31.1	38.2	38.8	38.1	32.9	43.8	48.1	54.9	51.6	56.4	58.0
Non conosce il servizio	8.5	9.0	8.0	8.7	4.9	4.1	5.8	5.0	5.1	4.1	6.3	5.2	23.2	45.4	13.4	17.9
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	26.8	24.1	29.3	36.0	28.6	25.2	32.8	40.8	26.7	23.8	29.9	38.3	27.2	26.4	27.5	29.9
Conosce, non usa ma è interessato	17.3	21.0	13.9	9.9	19.7	21.3	17.7	12.5	19.4	23.0	15.4	10.5	8.3	6.3	9.2	8.3
Conosce, non usa e non è interessato	39.6	38.9	40.4	42.3	39.3	41.6	36.6	40.0	39.3	38.6	40.1	43.4	41.1	40.7	41.3	39.2
Non conosce il servizio	16.2	16.0	16.4	11.8	12.3	11.9	12.8	6.6	14.6	14.6	14.6	7.8	23.3	26.6	21.9	22.6
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	3.2	5.0	1.6	3.7	4.9	7.2	2.2	5.9	4.0	5.7	2.1	5.1				
Conosce, non usa ma è interessato	21.2	25.8	16.9	8.6	25.8	32.1	18.2	11.1	24.5	29.0	19.6	10.8	6.9	2.3	9.0	2.9
Conosce, non usa e non è interessato	44.6	41.2	47.7	47.8	48.3	42.9	55.0	52.6	47.9	45.1	50.9	51.4	30.1	11.9	38.2	38.0
Non conosce il servizio	31.0	28.0	33.8	39.9	20.9	17.9	24.6	30.3	23.7	20.2	27.4	32.6	63.0	85.8	52.8	59.1
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	2.1	3.2	1.2	3.2	3.3	4.6	1.7	5.4	2.6	3.6	1.6	4.4				
Conosce, non usa ma è interessato	6.5	8.4	4.6	2.7	8.9	10.3	7.2	4.3	7.8	9.5	5.8	3.3	.8		1.1	1.4
Conosce, non usa e non è interessato	32.8	34.7	30.9	25.8	38.7	40.4	36.7	33.1	37.4	38.4	36.3	32.0	12.7	7.7	15.0	9.3
Non conosce il servizio	58.6	53.7	63.2	68.3	49.0	44.6	54.4	57.2	52.2	48.5	56.3	60.4	86.5	92.3	83.9	89.3
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	.6	.6	.6	.9	1.0	.8	1.2	1.6	.8	.7	.8	1.2				
Conosce, non usa ma è interessato	10.1	13.3	7.1	7.7	12.5	15.1	9.4	12.0	11.9	15.1	8.3	9.0	2.5		3.6	4.4
Conosce, non usa e non è interessato	59.0	62.5	55.8	50.5	64.2	68.0	59.5	51.6	64.1	66.9	61.1	54.1	36.6	29.6	39.7	40.8
Non conosce il servizio	30.3	23.6	36.5	40.9	22.3	16.2	29.9	34.8	23.2	17.3	29.7	35.7	60.9	70.4	56.7	54.8
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	7.7	10.4	5.2	7.1	10.6	13.9	6.6	8.8	9.2	11.8	6.3	8.9	1.4		2.0	2.5
Conosce, non usa ma è interessato	11.7	12.9	10.5	9.7	15.6	16.4	14.6	16.2	13.5	14.2	12.7	13.3	3.6	3.0	3.9	
Conosce, non usa e non è interessato	54.1	52.5	55.6	54.1	55.4	51.2	60.5	57.2	55.8	52.6	59.2	57.1	46.8	51.6	44.7	45.9
Non conosce il servizio	26.5	24.2	28.7	29.2	18.5	18.5	18.4	17.8	21.6	21.4	21.8	20.7	48.2	45.4	49.4	51.6
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	5.7	7.9	3.7	5.1	7.4	9.2	5.3	7.1	6.0	7.9	4.0	5.6	4.5	8.1	2.9	3.6
Conosce, non usa ma è interessato	18.7	23.4	14.3	8.5	24.9	29.6	19.1	14.2	22.6	26.2	18.6	11.7	1.8	3.0	1.3	
Conosce, non usa e non è interessato	55.1	53.3	56.9	60.7	52.3	49.3	56.1	56.4	55.4	54.0	56.8	61.4	54.2	47.5	57.2	58.9
Non conosce il servizio	20.4	15.4	25.1	25.7	15.4	12.0	19.5	22.3	16.1	11.9	20.6	21.3	39.5	41.4	38.6	37.4
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	4.2	3.9	4.5	7.3	6.4	5.6	7.3	12.1	5.0	4.5	5.5	9.5	.8		1.2	1.5
Conosce, non usa ma è interessato	15.4	17.9	12.9	9.6	21.7	24.7	18.1	13.2	17.8	20.4	14.9	10.5	4.9		7.1	7.2
Conosce, non usa e non è interessato	43.1	47.6	38.9	42.1	49.1	50.5	47.3	51.6	48.0	49.9	46.0	51.1	21.7	31.0	17.5	18.5
Non conosce il servizio	37.4	30.5	43.8	41.0	22.8	19.1	27.3	23.1	29.3	25.3	33.6	29.0	72.6	69.0	74.2	72.9
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	1.5	2.5	.6	3.6	2.5	3.7	1.0	6.7	1.9	2.8	.8	5.0				
Conosce, non usa ma è interessato	8.6	12.2	5.3	2.7	12.2	16.7	6.7	4.6	10.4	13.8	6.6	3.7	.9		1.3	
Conosce, non usa e non è interessato	51.2	53.3	49.2	44.5	57.5	58.2	56.7	51.3	56.5	58.5	54.4	51.4	28.1	15.0	33.9	26.3
Non conosce il servizio	38.7	32.0	44.8	49.1	27.8	21.5	35.6	37.4	31.2	24.9	38.2	39.8	71.0	85.0	64.8	73.7
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	.9	1.2	.6	.8	1.5	1.8	1.0	1.4	1.1	1.4	.8	1.1				
Conosce, non usa ma è interessato	10.2	13.2	7.4	7.3	14.9	19.3	9.5	10.9	11.8	15.0	8.2	8.3	3.4		4.9	4.4
Conosce, non usa e non è interessato	42.5	44.7	40.5	36.9	49.5	48.7	50.5	47.2	47.8	49.3	46.2	41.1	19.6	10.7	23.5	25.9
Non conosce il servizio	46.4	40.8	51.5	55.0	34.2	30.1	39.1	40.6	39.3	34.3	44.8	49.4	77.1	89.3	71.7	69.6
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	11.8	12.3	11.3	11.9	16.1	16.2	15.9	15.3	13.5	14.0	12.9	13.3	4.5		6.5	8.2
Conosce, non usa ma è interessato	22.2	27.4	17.4	15.2	25.7	31.6	18.6	19.3	25.0	30.6	18.8	18.9	10.2	3.0	13.3	5.4
Conosce, non usa e non è interessato	53.0	53.6	52.5	54.8	52.5	50.4	55.0	52.7	53.8	52.9	54.7	53.3	49.8	58.4	46.0	58.7
Non conosce il servizio	13.0	6.8	18.7	18.1	5.7	1.8	10.5	12.6	7.8	2.5	13.6	14.5	35.5	38.6	34.1	27.6
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.5	4.0	3.1	4.2	4.6	5.4	3.6	4.9	4.3	4.6	4.1	5.7				
Conosce, non usa ma è interessato	10.4	14.5	6.6	3.2	14.8	19.6	8.8	5.8	12.9	16.5	8.9	4.5				
Conosce, non usa e non è interessato	34.6	38.9	30.5	32.7	39.3	43.5	34.2	36.5	38.8	42.2	35.2	37.4	16.0	14.8	16.5	20.2
Non conosce il servizio	51.5	42.5	59.8	59.9	41.3	31.4	53.4	52.9	44.0	36.8	51.9	52.4	84.0	85.2	83.5	79.8

Totale Italia - Adulti

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**19108**	**2551**	**10869**	**5688**	**11681**	**1406**	**6002**	**4274**	**5947**	**201**	**2304**	**3442**	**9119**	**185**	**2413**	**6521**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	49.1	63.4	53.6	34.4	55.3	81.8	61.1	37.5	26.0	43.6	36.9	17.8	16.7	40.4	30.6	11.2
Conosce, non usa ma è interessato	30.6	27.9	29.4	33.8	6.0	4.6	5.7	7.0	25.9	29.8	27.8	24.4	3.6	3.3	6.6	2.6
Conosce, non usa e non è interessato	16.8	7.6	14.2	25.8	32.8	13.1	29.6	44.7	32.4	15.8	26.0	37.7	47.2	39.5	48.4	47.1
Non conosce il servizio	3.5	1.1	2.7	6.0	5.8	.4	3.6	10.9	15.7	10.8	9.4	20.1	32.4	16.8	14.3	39.1
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	35.5	34.4	37.3	32.8	42.5	44.8	43.8	40.0	27.1	23.9	31.8	24.3	30.7	34.3	38.7	27.9
Conosce, non usa ma è interessato	18.8	16.7	18.1	21.2	7.7	6.5	8.5	7.2	21.0	13.3	22.0	20.9	5.2	5.1	5.8	5.0
Conosce, non usa e non è interessato	31.4	37.9	31.4	28.4	38.2	40.5	38.3	37.1	29.1	28.2	30.0	28.6	35.2	48.6	36.5	34.3
Non conosce il servizio	14.3	11.0	13.3	17.7	11.6	8.2	9.5	15.7	22.8	34.6	16.2	26.2	28.9	12.0	19.0	32.7
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	8.9	21.5	9.3	2.4	7.1	20.0	7.4	1.7	2.3	5.7	4.0	1.0	.8	11.2	1.2	.3
Conosce, non usa ma è interessato	32.0	39.4	33.3	26.1	8.3	14.0	9.1	5.0	16.2	42.0	22.1	10.7	2.2	5.8	4.1	1.4
Conosce, non usa e non è interessato	47.7	35.4	48.2	52.4	53.6	56.0	58.1	46.7	45.0	36.5	48.3	43.4	27.5	46.5	41.1	22.3
Non conosce il servizio	11.5	3.7	9.2	19.1	30.9	10.0	25.3	46.6	36.5	15.8	25.6	44.8	69.5	36.5	53.6	76.0
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	4.0	8.9	4.3	1.3	6.3	17.2	6.5	1.8	.8	2.3	1.0	.6	1.2	3.5	2.3	.7
Conosce, non usa ma è interessato	12.6	18.8	13.0	8.8	3.6	6.7	4.3	1.6	5.2	16.0	8.6	2.4	.7	3.4	1.9	.2
Conosce, non usa e non è interessato	37.0	40.8	40.0	29.9	34.9	45.7	38.8	25.4	22.1	32.2	31.0	15.7	12.9	31.5	24.2	8.4
Non conosce il servizio	46.4	31.4	42.6	60.0	55.2	30.3	50.5	71.1	71.9	49.5	59.5	81.3	85.3	61.5	71.6	90.7
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	4.4	10.8	4.3	1.6	7.3	22.3	7.0	1.9	1.4	4.9	1.8	.9	1.1	5.4	1.8	.8
Conosce, non usa ma è interessato	18.5	24.4	18.8	15.1	4.7	6.3	5.2	3.3	12.1	24.9	13.4	10.5	1.8	2.1	3.2	1.3
Conosce, non usa e non è interessato	67.8	60.4	69.4	68.3	69.7	63.9	73.9	66.2	57.6	59.6	64.6	52.9	43.9	65.1	62.1	37.1
Non conosce il servizio	9.4	4.5	7.5	15.0	18.4	7.5	13.9	28.5	28.9	10.6	20.1	35.7	53.1	27.4	33.0	60.8
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	10.3	10.5	11.4	8.0	6.8	11.0	7.3	4.4	5.0	5.1	7.7	3.3	2.5	4.0	2.8	2.3
Conosce, non usa ma è interessato	18.6	20.2	19.5	16.5	4.8	6.6	5.0	3.8	12.8	28.9	14.7	10.6	1.6	4.8	2.5	1.2
Conosce, non usa e non è interessato	56.3	59.7	55.8	55.8	63.3	68.5	65.2	58.9	50.0	46.4	53.4	48.1	42.5	55.8	54.5	38.1
Non conosce il servizio	14.8	9.6	13.3	19.8	25.1	13.9	22.5	32.9	32.2	19.7	24.3	38.0	53.4	35.4	40.2	58.5
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	8.1	13.6	8.6	4.6	9.7	18.3	10.6	5.1	4.6	7.0	7.0	2.9	3.3	6.9	5.6	2.4
Conosce, non usa ma è interessato	29.9	28.0	32.1	26.9	8.0	9.1	8.6	6.9	20.7	22.9	21.5	20.1	2.3		3.3	2.0
Conosce, non usa e non è interessato	51.8	53.8	50.1	53.7	69.3	65.5	70.4	69.1	50.2	55.9	53.5	47.7	54.5	68.7	65.4	50.3
Non conosce il servizio	10.3	4.6	9.2	14.8	13.1	7.1	10.4	18.9	24.4	14.1	18.0	29.3	39.9	24.4	25.6	45.3
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	11.1	18.4	11.8	6.4	17.9	33.9	19.3	9.8	3.5	9.3	5.4	1.9	4.4	9.3	10.0	2.3
Conosce, non usa ma è interessato	24.9	32.5	27.2	17.2	10.1	12.5	12.1	6.5	12.0	24.5	19.2	6.6	3.0	7.8	5.0	2.1
Conosce, non usa e non è interessato	44.4	41.4	45.0	44.8	54.0	46.6	55.8	54.4	33.4	37.2	39.5	29.2	34.1	56.5	46.5	29.1
Non conosce il servizio	19.6	7.7	16.0	31.6	18.0	7.0	12.7	29.3	51.1	29.0	35.9	62.3	58.6	26.3	38.5	66.4
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	4.3	9.9	4.6	1.2	4.8	14.9	4.8	1.0	.2	2.0	.3	*	.4	2.6	1.2	.1
Conosce, non usa ma è interessato	18.2	30.2	19.2	10.8	4.6	10.6	5.2	1.6	6.0	18.2	8.8	3.4	1.0	6.3	1.6	.6
Conosce, non usa e non è interessato	58.6	51.6	60.8	57.9	62.8	63.5	67.1	56.8	44.7	56.9	55.8	36.7	31.0	49.5	49.2	24.3
Non conosce il servizio	18.9	8.3	15.5	30.1	27.7	11.0	23.0	40.6	49.1	22.9	35.1	59.8	67.6	41.7	48.1	75.0
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	5.5	11.0	5.7	2.4	4.7	17.3	4.0	.8	.9	4.5	1.6	.3	.7	3.7	1.4	.3
Conosce, non usa ma è interessato	20.7	32.4	21.4	13.8	6.8	12.6	8.2	2.7	8.6	25.7	11.3	5.8	1.1	3.6	2.1	.6
Conosce, non usa e non è interessato	48.1	43.3	49.4	48.0	49.0	52.2	53.1	42.2	34.6	41.9	43.8	28.2	21.5	43.6	37.0	15.5
Non conosce il servizio	25.8	13.3	23.4	35.7	39.5	17.8	34.7	54.3	55.8	28.0	43.3	65.7	76.8	49.2	59.5	83.6
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	16.7	23.4	18.0	11.3	14.5	26.6	15.2	8.8	8.9	17.6	11.0	7.1	4.4	10.8	8.1	3.0
Conosce, non usa ma è interessato	29.7	34.5	29.5	27.6	6.7	9.2	7.3	4.9	22.3	35.4	26.1	19.0	2.4	4.6	3.0	2.1
Conosce, non usa e non è interessato	48.2	39.9	48.1	52.1	67.9	59.9	68.1	70.6	53.9	39.4	52.3	55.9	60.1	66.6	67.9	57.2
Non conosce il servizio	5.5	2.3	4.4	8.9	10.9	4.2	9.4	15.6	14.8	7.7	10.7	18.0	33.1	18.0	21.0	37.7
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	4.2	7.2	4.7	1.9	3.9	11.4	3.9	1.0	1.4	1.1	2.5	.6	1.0	7.4	2.2	.4
Conosce, non usa ma è interessato	17.6	25.0	19.0	11.5	4.1	8.2	4.3	2.2	8.9	20.0	11.8	6.2	1.1	2.5	1.5	.9
Conosce, non usa e non è interessato	38.6	40.6	40.1	34.9	46.5	53.4	52.5	35.9	25.5	36.9	32.7	20.1	19.4	41.1	33.1	14.1
Non conosce il servizio	39.6	27.3	36.2	51.6	45.5	27.0	39.2	60.9	64.3	42.0	53.0	73.0	78.4	48.9	63.2	84.6

Totale Italia - Uomini

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**11034**	**1446**	**6052**	**3536**	**6488**	**779**	**3203**	**2507**	**1589**	**48**	**554**	**987**	**2979**	**49**	**713**	**2217**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	50.7	64.9	56.3	35.9	61.7	89.6	69.6	41.4	28.6	44.9	38.8	21.5	21.6	66.1	40.8	14.6
Conosce, non usa ma è interessato	29.7	26.5	28.2	33.5	5.7	3.7	4.8	7.6	26.7	31.6	26.6	26.3	3.8	9.2	6.8	2.7
Conosce, non usa e non è interessato	15.6	7.2	12.7	23.8	28.5	6.7	23.5	42.9	32.1	6.9	28.8	35.8	46.9	19.9	43.3	48.6
Non conosce il servizio	4.0	1.4	2.9	6.7	4.1		2.2	8.1	12.6	16.7	5.8	16.4	27.7	4.7	9.1	34.0
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	35.5	35.3	37.4	32.6	43.4	44.9	44.2	41.8	26.6	7.6	31.5	24.9	34.7	13.8	40.4	33.5
Conosce, non usa ma è interessato	18.2	17.3	17.7	19.4	8.1	6.2	8.0	8.9	22.3	16.8	23.6	21.9	4.8	14.3	6.4	4.1
Conosce, non usa e non è interessato	31.7	36.5	32.0	29.1	37.7	41.1	38.3	35.7	29.1	50.3	26.8	29.1	34.0	69.6	34.2	33.1
Non conosce il servizio	14.6	10.9	12.9	18.9	10.8	7.7	9.5	13.6	22.0	25.4	18.1	24.1	26.4	2.3	19.1	29.3
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	9.9	22.3	10.8	3.1	9.4	26.8	9.9	2.3	4.2	14.1	7.4	1.7	1.2	30.4	1.4	.3
Conosce, non usa ma è interessato	32.6	41.0	34.7	25.5	9.8	16.1	10.7	6.4	20.2	49.7	26.9	14.2	2.0	12.7	4.5	1.0
Conosce, non usa e non è interessato	46.0	33.3	46.0	51.5	53.1	48.8	57.6	49.0	43.9	21.1	47.0	43.5	30.5	54.6	44.0	25.8
Non conosce il servizio	11.5	3.5	8.4	19.9	27.7	8.3	21.9	42.2	31.7	15.0	18.7	40.6	66.3	2.3	50.2	72.9
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	4.3	8.9	4.8	1.5	7.7	20.8	8.4	1.8	1.1	1.8	1.7	.7	1.2	10.8	2.9	.4
Conosce, non usa ma è interessato	13.0	19.6	14.0	8.5	4.6	8.8	5.3	2.1	4.8	14.0	7.4	2.6	1.1	6.8	2.7	.5
Conosce, non usa e non è interessato	36.7	42.2	39.8	29.6	37.4	45.9	42.4	28.0	23.1	44.2	33.0	15.7	14.2	51.1	24.1	10.3
Non conosce il servizio	46.0	29.2	41.4	60.4	50.4	24.6	43.9	68.1	71.0	40.0	57.8	80.9	83.4	31.3	70.3	88.8
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	3.6	9.7	3.4	1.1	6.7	21.9	6.2	1.6	.5		.7	.4	1.2	15.1	1.5	.8
Conosce, non usa ma è interessato	17.4	24.0	17.6	14.3	5.0	7.5	5.4	3.6	9.5	25.2	10.8	7.7	1.5	4.9	2.6	1.2
Conosce, non usa e non è interessato	69.2	61.2	71.2	69.5	71.2	63.0	75.6	68.7	65.5	68.7	74.3	60.0	43.6	71.5	62.3	37.2
Non conosce il servizio	9.8	5.1	7.7	15.1	17.1	7.5	12.8	26.1	24.5	6.0	14.2	31.9	53.6	8.5	33.6	60.9
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	11.3	10.6	13.1	8.6	8.9	15.5	10.1	5.0	8.4	4.2	12.0	6.6	3.8	16.6	4.8	3.2
Conosce, non usa ma è interessato	19.4	21.1	20.0	17.7	5.9	8.9	5.7	5.0	12.8	40.6	13.4	10.6	2.0	5.7	4.0	1.3
Conosce, non usa e non è interessato	54.8	58.5	53.6	55.0	64.5	67.0	66.7	60.8	49.0	42.3	48.1	50.0	47.3	60.1	54.5	44.7
Non conosce il servizio	14.6	9.8	13.3	18.7	20.7	8.5	17.5	29.2	29.8	12.9	26.5	32.9	46.9	17.7	36.7	50.8
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	7.6	12.9	8.2	4.4	10.2	20.1	11.8	4.6	4.4	14.4	7.1	2.1	5.2	20.0	8.9	3.7
Conosce, non usa ma è interessato	31.3	28.4	34.3	27.7	9.5	12.3	9.3	8.8	22.9	22.8	24.0	22.2	3.1		4.8	2.6
Conosce, non usa e non è interessato	50.1	53.3	47.8	52.3	69.2	62.1	70.2	70.6	51.9	52.3	51.0	52.4	55.9	69.1	62.0	53.7
Non conosce il servizio	11.0	5.3	9.7	15.6	11.0	5.5	8.7	16.0	20.9	10.6	18.0	23.3	35.8	10.9	24.3	40.0
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	11.3	17.0	12.8	6.6	19.9	39.0	20.8	11.5	3.5	13.6	4.6	2.2	5.9	25.3	14.6	2.8
Conosce, non usa ma è interessato	25.5	33.4	27.9	18.2	11.8	13.7	13.7	8.9	12.0	37.5	21.3	4.8	3.8	17.4	6.6	2.5
Conosce, non usa e non è interessato	44.3	41.3	44.1	45.7	53.1	40.9	55.5	54.6	34.8	32.0	37.9	33.1	36.0	46.4	47.5	32.2
Non conosce il servizio	19.0	8.3	15.2	29.5	15.2	6.4	10.0	25.0	49.7	16.9	36.1	59.9	54.3	10.9	31.3	62.5
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	5.0	10.3	5.9	1.5	5.2	18.0	4.5	1.5					.7	6.8	1.9	.2
Conosce, non usa ma è interessato	19.3	34.2	20.6	10.8	6.2	13.7	7.2	2.2	8.3	30.5	11.3	5.0	1.8	23.0	3.1	.9
Conosce, non usa e non è interessato	57.2	46.6	58.6	59.6	64.6	60.1	67.7	62.4	41.6	45.4	53.7	34.1	34.9	65.5	53.5	28.4
Non conosce il servizio	18.5	8.9	14.9	28.1	23.9	8.3	20.6	33.9	50.1	24.1	35.0	60.9	62.7	4.7	41.6	70.6
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	6.0	11.8	6.7	2.4	6.0	22.8	5.0	1.0	1.5	5.7	2.3	.7	1.2	12.4	1.7	.7
Conosce, non usa ma è interessato	22.0	36.5	22.4	15.1	8.5	14.2	10.6	3.7	10.1	30.8	12.7	7.2	1.9	10.9	3.9	1.1
Conosce, non usa e non è interessato	46.8	39.8	47.7	48.2	52.1	52.1	55.2	48.3	31.2	42.1	38.2	26.3	27.2	71.9	43.8	20.9
Non conosce il servizio	25.2	11.9	23.1	34.3	33.4	11.0	29.2	47.0	57.2	21.4	46.8	65.8	69.8	4.7	50.6	77.3
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	18.7	26.5	20.7	12.2	18.6	34.9	19.9	10.9	12.2	18.3	15.2	10.0	7.0	22.1	12.3	5.0
Conosce, non usa ma è interessato	30.1	34.3	29.5	29.3	7.6	11.2	7.7	6.2	18.4	18.4	23.7	15.3	2.6		4.6	2.1
Conosce, non usa e non è interessato	45.8	37.0	45.5	50.0	65.6	49.3	65.0	72.3	56.5	57.3	48.2	61.5	62.6	75.6	68.6	60.5
Non conosce il servizio	5.4	2.2	4.4	8.4	8.2	4.6	7.4	10.5	12.8	6.0	12.8	13.2	27.8	2.3	14.5	32.5
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	4.8	8.5	5.6	2.1	4.7	12.1	5.2	1.3	1.7		4.6		1.5	12.6	4.7	.2
Conosce, non usa ma è interessato	17.4	23.4	19.6	11.2	5.1	11.6	5.2	2.6	7.3	33.6	9.3	4.5	1.1		2.4	.7
Conosce, non usa e non è interessato	37.5	40.8	38.5	34.4	49.2	56.8	55.3	38.6	25.4	39.6	32.9	20.1	24.9	66.9	36.8	20.1
Non conosce il servizio	40.3	27.3	36.3	52.2	41.0	19.5	34.3	57.4	65.5	26.7	53.2	75.5	72.5	20.5	56.0	78.9

Totale Italia - Donne

Conoscenza e uso dei servizi bancari, finanziari e assicurativi

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**8074**	**1106**	**4817**	**2151**	**5193**	**627**	**2799**	**1767**	**4358**	**153**	**1750**	**2455**	**6140**	**136**	**1700**	**4304**
	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**
1 - CONTO CORRENTE																
Conosce e usa	47.0	61.4	50.4	31.8	47.4	72.0	51.0	32.2	25.1	43.1	36.3	16.5	14.4	32.1	26.3	9.5
Conosce, non usa ma è interessato	31.7	29.8	31.0	34.3	6.4	5.8	6.8	6.1	25.6	29.2	28.2	23.8	3.6	1.4	6.6	2.6
Conosce, non usa e non è interessato	18.5	8.0	16.2	29.2	38.2	21.2	36.8	47.0	32.6	19.0	25.1	38.4	47.4	45.8	50.6	46.4
Non conosce il servizio	2.8	.8	2.4	4.7	8.0	1.0	5.3	14.7	16.7	8.6	10.5	21.3	34.7	20.6	16.6	41.5
2 - DEPOSITO A RISPARMIO																
Conosce e usa	35.4	33.2	37.0	33.1	41.5	44.7	43.3	37.5	27.3	29.8	32.0	24.0	28.8	40.8	37.9	25.1
Conosce, non usa ma è interessato	19.8	15.9	18.6	24.4	7.3	6.8	9.0	4.9	20.6	12.0	21.5	20.6	5.4	2.2	5.5	5.5
Conosce, non usa e non è interessato	31.0	39.8	30.7	27.1	38.8	39.8	38.4	39.1	29.1	20.3	31.0	28.4	35.8	41.8	37.5	34.9
Non conosce il servizio	13.8	11.2	13.7	15.5	12.5	8.8	9.4	18.4	23.0	37.9	15.6	27.0	30.0	15.2	19.0	34.4
3 - CARTE DI CREDITO																
Conosce e usa	7.5	20.5	7.3	1.1	4.2	11.5	4.5	.9	1.7	2.7	3.0	.8	.6	5.0	1.2	.2
Conosce, non usa ma è interessato	31.2	37.3	31.6	27.1	6.5	11.4	7.4	3.1	14.9	39.2	20.6	9.5	2.3	3.6	4.0	1.6
Conosce, non usa e non è interessato	49.9	38.2	50.9	54.1	54.3	65.1	58.8	43.4	45.3	42.1	48.7	43.4	26.1	43.9	39.8	20.6
Non conosce il servizio	11.4	4.0	10.2	17.8	35.0	12.0	29.3	52.6	38.1	16.0	27.8	46.3	71.0	47.4	55.0	77.5
4 - GESTIONI PERSONALIZZATE DI PATRIMONI MOBILIARI																
Conosce e usa	3.7	8.9	3.8	.8	4.6	12.8	4.2	1.8	.7	2.5	.7	.5	1.2	1.2	2.1	.8
Conosce, non usa ma è interessato	12.0	17.7	11.8	9.3	2.5	4.0	3.1	1.0	5.4	16.7	8.9	2.4	.5	2.4	1.5	.1
Conosce, non usa e non è interessato	37.4	38.9	40.3	30.4	31.7	45.5	34.6	21.9	21.8	27.9	30.4	15.7	12.2	25.3	24.2	7.5
Non conosce il servizio	46.9	34.5	44.2	59.5	61.3	37.6	58.2	75.3	72.1	52.9	60.0	81.4	86.1	71.2	72.2	91.6
5 - CASSETTE DI SICUREZZA																
Conosce e usa	5.5	12.2	5.3	2.3	8.1	22.8	7.9	2.4	1.7	6.7	2.2	1.1	1.1	2.3	1.9	.7
Conosce, non usa ma è interessato	20.0	24.9	20.3	16.6	4.3	4.9	5.0	2.9	13.0	24.8	14.3	11.4	1.9	1.2	3.5	1.4
Conosce, non usa e non è interessato	65.8	59.3	67.2	66.3	67.7	64.9	71.9	62.9	54.9	56.3	61.6	50.4	44.1	63.0	62.0	37.1
Non conosce il servizio	8.7	3.5	7.2	14.8	19.9	7.4	15.2	31.8	30.4	12.2	22.0	37.1	52.9	33.4	32.7	60.7
6 - PRESTITI PERSONALI																
Conosce e usa	8.8	10.3	9.4	7.0	4.0	5.4	4.0	3.6	3.9	5.4	6.3	2.2	1.9		2.0	1.9
Conosce, non usa ma è interessato	17.6	19.0	18.8	14.4	3.4	3.6	4.1	2.2	12.8	24.6	15.1	10.6	1.4	4.5	1.8	1.1
Conosce, non usa e non è interessato	58.5	61.4	58.4	57.0	61.9	70.3	63.4	56.2	50.4	47.9	55.0	47.4	40.3	54.5	54.5	34.8
Non conosce il servizio	15.0	9.3	13.4	21.6	30.7	20.7	28.5	38.0	33.0	22.1	23.6	39.8	56.4	41.0	41.7	62.2
7 - MUTUI PER ACQUISTO CASA																
Conosce e usa	8.7	14.5	9.0	4.8	8.9	16.1	9.1	5.8	4.7	4.4	7.0	3.2	2.4	2.8	4.3	1.7
Conosce, non usa ma è interessato	28.0	27.3	29.3	25.6	6.1	5.0	7.7	4.4	20.0	23.0	20.7	19.3	2.0		2.7	1.8
Conosce, non usa e non è interessato	54.1	54.5	53.0	56.1	69.3	69.7	70.7	67.1	49.7	57.3	54.3	46.1	53.8	68.5	66.9	48.7
Non conosce il servizio	9.2	3.6	8.7	13.5	15.6	9.3	12.5	22.7	25.6	15.4	18.0	31.4	41.8	28.7	26.2	47.8
8 - COMPRAVENDITA BOT E CCT																
Conosce e usa	10.9	20.3	10.7	6.1	15.4	27.5	17.6	7.4	3.5	7.8	5.6	1.8	3.6	4.2	8.1	2.0
Conosce, non usa ma è interessato	24.0	31.4	26.2	15.4	8.0	10.9	10.3	3.3	12.0	19.9	18.5	7.2	2.6	4.8	4.3	2.0
Conosce, non usa e non è interessato	44.6	41.5	46.1	43.1	55.2	53.8	56.3	54.1	32.9	39.0	40.1	27.9	33.2	59.8	46.0	27.7
Non conosce il servizio	20.5	6.9	17.0	35.3	21.5	7.8	15.8	35.2	51.6	33.3	35.8	63.1	60.5	31.2	41.6	68.3
9 - COMPRAVENDITA AZIONI																
Conosce e usa	3.3	9.3	2.9	.6	4.3	11.0	5.2	.4	.3	2.7	.4	*	.3	1.2	.9	*
Conosce, non usa ma è interessato	16.7	24.8	17.4	10.8	2.6	6.8	2.7	.7	5.2	13.8	8.0	2.9	.6	.9	.9	.5
Conosce, non usa e non è interessato	60.5	58.4	63.5	55.1	60.5	67.9	66.3	49.2	45.7	61.0	56.4	37.7	29.2	44.4	47.3	22.3
Non conosce il servizio	19.6	7.4	16.2	33.5	32.6	14.4	25.8	49.7	48.8	22.5	35.1	59.5	69.8	53.5	50.9	77.1
10 - FONDI DI INVESTIMENTO																
Conosce e usa	4.7	9.8	4.5	2.4	3.1	10.5	2.9	.5	.8	4.0	1.3	.2	.5	.9	1.3	.2
Conosce, non usa ma è interessato	18.9	27.0	20.2	11.6	4.7	10.7	5.3	1.3	8.1	23.9	10.9	5.3	.7	1.2	1.3	.4
Conosce, non usa e non è interessato	49.9	48.0	51.5	47.7	45.0	52.4	50.6	34.0	35.8	41.8	45.6	28.8	18.8	34.5	34.1	12.8
Non conosce il servizio	26.5	15.2	23.8	38.3	47.2	26.5	41.2	64.2	55.4	30.3	42.1	65.7	80.1	63.4	63.3	86.6
11 - ASSICURAZIONE VITA																
Conosce e usa	14.0	19.2	14.6	9.9	9.2	16.2	9.5	5.9	7.8	17.3	9.6	6.0	3.3	7.2	6.3	2.0
Conosce, non usa ma è interessato	29.0	34.8	29.6	24.7	5.6	6.7	7.0	3.2	23.6	41.5	26.8	20.4	2.3	6.0	2.3	2.1
Conosce, non usa e non è interessato	51.4	43.7	51.4	55.7	70.7	73.3	71.8	68.2	53.0	32.9	53.6	54.0	58.9	63.7	67.5	55.6
Non conosce il servizio	5.6	2.3	4.4	9.8	14.4	3.8	11.7	22.6	15.5	8.3	10.0	19.6	35.6	23.0	23.8	40.2
12 - COSTITUZIONE DI CAPITALI O RENDITE DIFFERITE																
Conosce e usa	3.4	5.3	3.7	1.6	3.0	10.6	2.5	.6	1.3	1.5	1.8	.9	.8	5.8	1.1	.5
Conosce, non usa ma è interessato	17.9	27.1	18.3	11.9	2.8	3.8	3.3	1.5	9.4	15.1	12.6	6.9	1.1	3.3	1.1	1.0
Conosce, non usa e non è interessato	40.0	40.3	42.0	35.8	43.2	49.1	49.2	32.1	25.5	35.9	32.6	20.1	16.9	32.9	31.4	11.1
Non conosce il servizio	38.7	27.4	36.0	50.7	51.1	36.4	45.1	65.8	63.9	47.5	52.9	72.2	81.2	58.0	66.3	87.3

Parte II

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

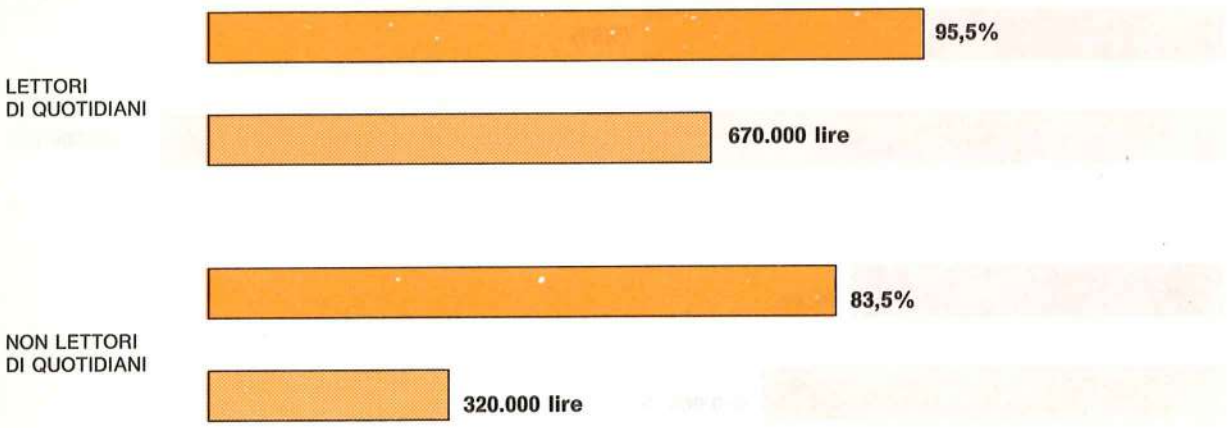
secondo lettori e non lettori di quotidiani

Spesa annua per 3 voci

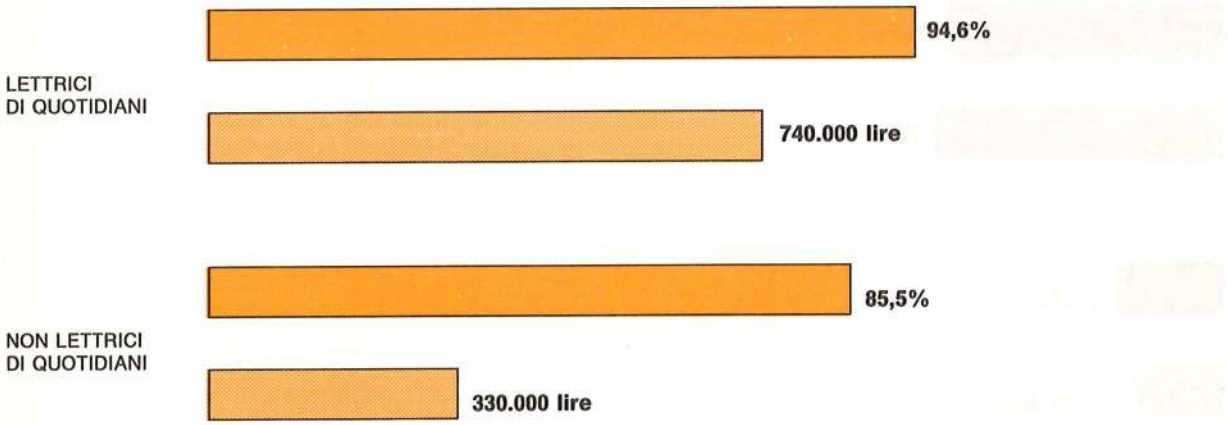
TOTALE
ITALIA

1. ABBIGLIAMENTO

UOMINI



DONNE



% DI PERSONE
CHE SPENDONO

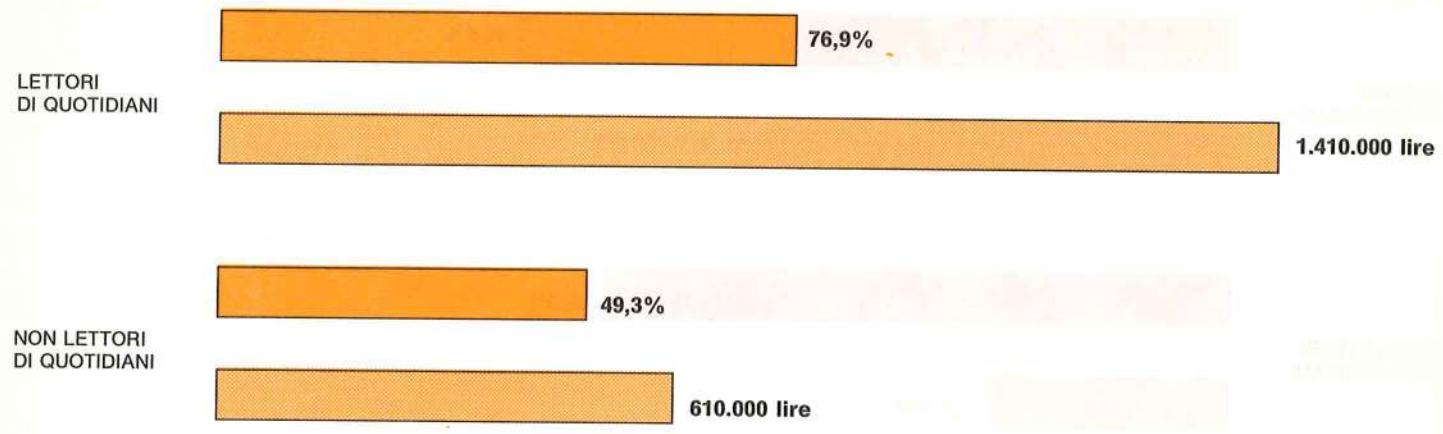
SPESA MEDIA
ANNUA

Spesa annua per 3 voci

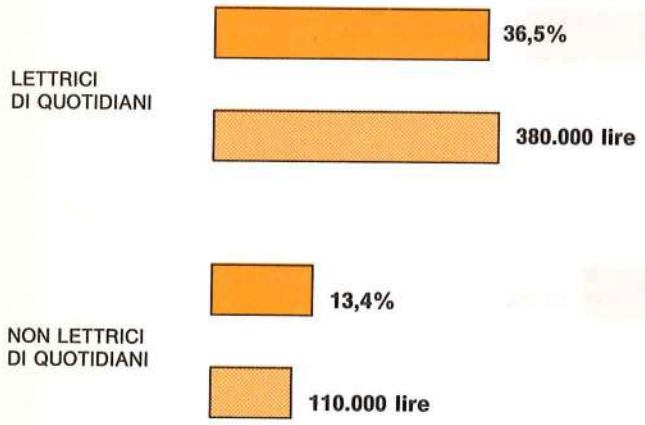
TOTALE
ITALIA

2. AUTO

UOMINI



DONNE



% DI PERSONE
CHE SPENDONO

SPESA MEDIA
ANNUA

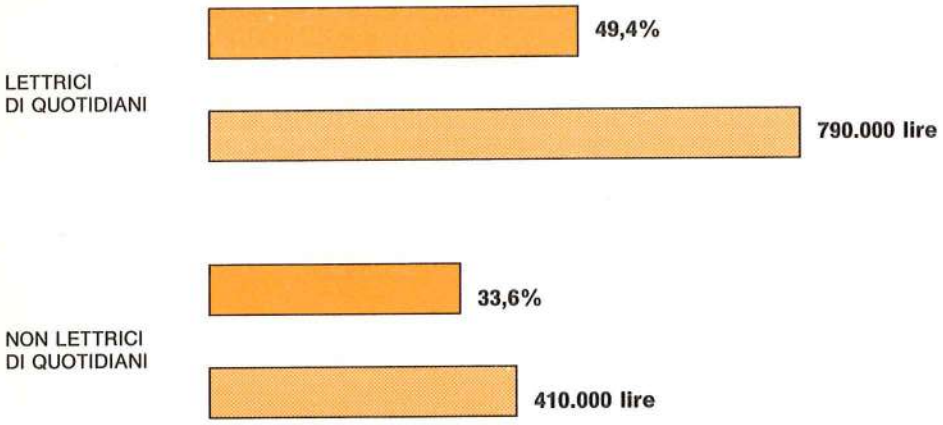
Spesa annua per 3 voci

TOTALE
ITALIA

3. ARREDAMENTO

UOMINI

DONNE



% DI PERSONE
CHE SPENDONO

SPESA MEDIA
ANNUA

Totale Italia

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**45855**	**22091**	**23764**	**18537**	**20203**	**12385**	**7818**	**6102**	**30789**	**17522**	**13266**	**10099**	**15066**	**4569**	**10498**	**8439**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	8.3	7.3	9.3	10.7	4.9	4.5	5.4	6.5	5.2	5.1	5.2	6.6	15.1	16.5	14.5	15.6
Fino a 100.000 lire	14.6	11.8	17.1	18.6	8.7	8.0	9.9	11.0	10.0	9.3	11.0	12.1	24.1	22.0	25.0	26.5
Da 100.000 a 500.000 lire	43.9	45.2	42.6	43.6	42.1	43.8	39.3	41.7	43.9	45.2	42.1	44.1	43.9	45.3	43.3	43.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	21.3	23.8	19.0	16.9	26.9	27.9	25.2	22.7	25.5	26.7	23.9	21.6	12.6	12.0	12.8	11.3
Da 1 a 2 milioni di lire	9.1	9.1	9.1	7.8	13.1	12.0	14.8	13.4	11.7	10.5	13.3	11.8	3.6	3.3	3.7	3.0
Da 2 a 5 milioni di lire	2.6	2.5	2.6	2.2	4.1	3.6	4.9	4.3	3.5	3.0	4.1	3.5	.7	.7	.7	.6
Oltre 5 milioni di lire	.2	.1	.2	.2	.3	.2	.5	.5	.2	.2	.3	.3	.1	.1	.1	
Totale che spendono (spenders)	91.7	92.7	90.7	89.3	95.1	95.5	94.6	93.5	94.8	94.9	94.8	93.4	84.9	83.5	85.5	84.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	540	560	530	480	690	670	740	690	640	620	680	630	330	320	330	300
Spesa media in '000 lire (spenders)	590	600	580	530	730	700	790	730	680	650	720	670	390	380	390	350
2 - AUTO																
Nulla o quasi	53.6	30.7	74.9	72.1	38.4	23.1	63.5	58.3	42.9	25.8	65.7	60.7	76.1	50.7	86.6	85.9
Fino a 100.000 lire	2.3	1.8	2.9	2.5	2.5	1.8	3.7	3.1	2.7	1.9	3.7	3.3	1.6	1.3	1.8	1.5
Da 100.000 a 500.000 lire	7.2	8.2	6.3	6.6	7.5	7.3	7.9	7.9	7.7	7.7	7.8	8.2	6.2	10.5	4.4	4.7
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	12.4	17.4	7.7	8.3	15.4	17.8	11.6	12.6	14.8	17.7	11.1	12.2	7.2	16.1	3.5	3.6
Da 1 a 2 milioni di lire	15.9	25.8	6.6	8.1	22.1	29.2	10.6	13.5	20.2	28.3	9.3	11.7	6.7	15.3	3.2	3.7
Da 2 a 5 milioni di lire	7.7	14.5	1.5	2.2	12.3	18.3	2.6	4.3	10.4	16.6	2.2	3.5	2.1	5.8	.5	.6
Oltre 5 milioni di lire	.9	1.7	.1	.2	1.6	2.5	.2	.4	1.2	2.1	.1	.3	.1	.3	*	*
Totale che spendono (spenders)	46.4	69.3	25.1	27.9	61.6	76.9	36.5	41.7	57.1	74.2	34.3	39.3	23.9	49.3	13.4	14.1
Spesa media in '000 lire (popolazione)	690	1170	230	300	1020	1410	380	500	890	1310	330	440	250	610	110	120
Spesa media in '000 lire (spenders)	1480	1690	930	1060	1650	1830	1030	1200	1560	1760	980	1120	1060	1230	800	850
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	57.1	55.8	58.2	51.8	50.6	50.7	50.6	41.9	52.1	52.3	51.7	43.0	67.6	70.4	66.4	62.6
Fino a 100.000 lire	8.3	7.1	9.5	8.9	8.1	7.4	9.1	7.6	8.4	7.3	9.9	8.6	8.1	6.1	8.9	9.3
Da 100.000 a 500.000 lire	11.4	11.6	11.1	13.2	12.1	11.5	13.1	15.6	12.3	12.1	12.6	15.4	9.4	9.7	9.3	10.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.2	6.9	7.5	8.8	8.4	8.3	8.7	10.8	8.0	7.5	8.6	10.5	5.6	4.6	6.0	6.8
Da 1 a 2 milioni di lire	6.1	6.6	5.7	7.3	7.7	7.8	7.6	9.9	7.3	7.5	7.1	9.2	3.7	3.0	4.0	5.0
Da 2 a 5 milioni di lire	5.0	6.0	4.1	5.1	6.5	7.1	5.5	7.5	5.9	6.6	4.9	6.6	3.1	3.2	3.1	3.4
Oltre 5 milioni di lire	4.9	6.0	3.9	4.7	6.5	7.3	5.3	6.8	6.1	6.7	5.2	6.7	2.5	2.9	2.3	2.4
Totale che spendono (spenders)	42.9	44.2	41.8	48.2	49.4	49.3	49.4	58.1	47.9	47.7	48.3	57.0	32.4	29.6	33.6	37.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	710	820	600	730	900	970	790	1020	840	910	750	970	410	430	410	450
Spesa media in '000 lire (spenders)	1640	1850	1440	1520	1830	1980	1600	1750	1760	1910	1560	1700	1280	1450	1210	1210

Piemonte - Val d'Aosta

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3843**	**1849**	**1994**	**1691**	**1796**	**1026**	**770**	**678**	**2780**	**1487**	**1293**	**1083**	**1063**	**362**	**701**	**608**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	7.4	5.3	9.4	9.4	4.4	3.3	6.0	6.0	4.5	3.8	5.3	6.2	16.1	12.5	17.9	15.9
Fino a 100.000 lire	18.7	15.2	21.9	24.3	12.2	10.2	15.1	14.3	13.8	11.4	16.6	17.8	32.8	33.2	32.7	37.2
Da 100.000 a 500.000 lire	45.4	47.5	43.4	44.1	44.2	46.6	40.7	43.0	47.8	48.6	46.9	47.4	38.1	42.1	36.1	37.7
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	18.8	22.2	15.5	13.0	24.1	25.2	22.5	22.0	21.6	24.5	18.2	16.7	10.4	11.1	10.1	5.8
Da 1 a 2 milioni di lire	8.0	7.8	8.1	7.4	11.8	11.5	12.2	11.2	9.8	9.2	10.5	9.4	2.5	1.1	3.2	3.5
Da 2 a 5 milioni di lire	1.7	1.8	1.6	1.7	3.0	2.7	3.5	3.6	2.3	2.1	2.4	2.5				
Oltre 5 milioni di lire	.1	.3			.3	.5			.2	.4						
Totale che spendono (spenders)	92.6	94.7	90.6	90.6	95.6	96.7	94.0	94.0	95.5	96.2	94.7	93.8	83.9	87.5	82.1	84.1
Spesa media in '000 lire (popolazione)	480	520	440	420	630	650	610	600	560	580	530	510	250	250	250	230
Spesa media in '000 lire (spenders)	520	550	490	460	650	670	640	630	580	600	560	540	300	290	310	280
2 - AUTO																
Nulla o quasi	48.8	27.2	69.1	63.5	37.1	20.0	61.6	54.6	41.3	22.3	63.2	56.5	71.0	50.5	81.3	77.4
Fino a 100.000 lire	2.0	1.3	2.7	2.7	2.3	1.8	3.1	3.5	2.4	1.3	3.6	3.6	1.0	1.3	.8	.9
Da 100.000 a 500.000 lire	8.1	8.3	8.0	8.5	8.1	8.2	7.9	8.9	8.6	8.5	8.8	9.6	6.7	7.3	6.4	6.2
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	14.8	20.6	9.4	11.9	16.1	18.9	12.1	13.4	15.9	19.5	11.8	14.1	11.6	25.7	4.5	7.6
Da 1 a 2 milioni di lire	17.9	27.9	8.4	10.3	22.8	31.0	10.9	13.4	20.7	30.6	9.4	11.9	9.4	15.3	6.5	7.3
Da 2 a 5 milioni di lire	7.9	13.9	2.3	3.1	12.8	18.7	4.4	6.3	10.5	16.8	3.2	4.3	.4		.5	.6
Oltre 5 milioni di lire	.4	.9			.9	1.5			.6	1.1						
Totale che spendono (spenders)	51.2	72.8	30.9	36.5	62.9	80.0	38.4	45.4	58.7	77.7	36.8	43.5	29.0	49.5	18.7	22.6
Spesa media in '000 lire (popolazione)	710	1140	300	380	1000	1390	430	550	860	1290	370	470	260	450	170	210
Spesa media in '000 lire (spenders)	1390	1570	980	1040	1590	1740	1120	1210	1470	1660	1010	1070	900	900	910	920
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	47.7	46.0	49.3	46.1	41.9	39.5	45.4	38.4	43.8	40.7	47.4	41.1	59.2	70.8	53.3	55.8
Fino a 100.000 lire	11.2	10.3	11.9	11.2	11.4	12.1	10.3	9.8	11.5	11.9	11.1	10.1	10.0	2.9	13.6	13.5
Da 100.000 a 500.000 lire	13.6	13.0	14.1	14.6	13.0	10.7	16.3	17.6	14.9	13.6	16.5	17.8	9.6	10.2	9.3	8.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.9	7.4	8.3	9.7	8.8	9.3	8.0	10.6	8.3	8.0	8.6	10.4	6.6	4.4	7.7	8.3
Da 1 a 2 milioni di lire	8.2	9.7	6.7	9.0	10.5	11.6	9.0	12.5	8.8	10.4	7.0	9.7	6.2	6.2	6.2	7.6
Da 2 a 5 milioni di lire	5.4	7.0	3.8	4.1	6.8	8.3	4.7	4.2	6.1	7.8	4.1	4.2	3.1	3.0	3.2	3.7
Oltre 5 milioni di lire	6.2	6.6	5.8	5.3	7.6	8.5	6.3	7.0	6.5	7.5	5.4	6.6	5.3	2.5	6.7	2.9
Totale che spendono (spenders)	52.3	54.0	50.7	53.9	58.1	60.5	54.6	61.6	56.2	59.3	52.6	58.9	40.8	29.2	46.7	44.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	850	960	760	770	1040	1170	850	970	920	1070	750	890	660	440	770	540
Spesa media in '000 lire (spenders)	1630	1770	1490	1430	1790	1940	1550	1570	1640	1800	1420	1510	1610	1480	1650	1220

Liguria

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1560**	**737**	**823**	**722**	**809**	**453**	**356**	**320**	**1251**	**637**	**614**	**533**	**309**	**100**	**209**	**188**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	12.6	8.1	16.6	16.8	9.4	6.2	13.8	13.9	10.3	7.1	13.8	15.0	22.1	16.5	23.8	21.2
Fino a 100.000 lire	13.3	13.3	13.3	15.5	9.5	10.0	8.7	11.6	11.5	11.5	11.4	13.9	20.8	29.2	18.2	19.6
Da 100.000 a 500.000 lire	42.1	44.6	39.9	39.8	41.4	43.8	38.0	41.0	42.1	46.0	37.9	37.9	41.9	31.8	45.1	44.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	20.1	19.4	20.7	18.4	23.7	22.6	25.4	20.1	22.2	19.9	24.6	21.0	11.4	14.4	10.5	11.8
Da 1 a 2 milioni di lire	9.8	12.6	7.3	7.7	13.4	14.8	11.5	11.9	11.5	13.1	9.7	10.3	2.6	8.0	.9	1.0
Da 2 a 5 milioni di lire	2.2	2.0	2.3	1.8	2.6	2.5	2.6	1.3	2.4	2.2	2.6	1.7	1.2		1.6	1.8
Oltre 5 milioni di lire	*	.1		.1	.1	.1		.2	*	.1		.1				
Totale che spendono (spenders)	87.4	91.9	83.4	83.2	90.6	93.8	86.2	86.1	89.7	92.9	86.2	85.0	77.9	83.5	76.2	78.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	510	550	480	440	600	620	580	510	560	570	550	500	310	350	300	320
Spesa media in '000 lire (spenders)	580	590	570	530	670	660	670	590	620	610	630	590	400	420	390	400
2 - AUTO																
Nulla o quasi	55.1	31.2	76.1	72.4	44.8	28.5	67.6	62.8	49.5	30.5	70.5	65.8	78.2	38.2	90.6	88.8
Fino a 100.000 lire	1.1	.6	1.6	1.6	1.0	.6	1.5	.9	1.2	.6	1.9	1.7	.8		1.1	1.2
Da 100.000 a 500.000 lire	7.3	7.5	7.2	7.5	8.1	6.4	10.5	9.9	7.8	6.4	9.3	9.7	5.6	17.9	1.7	2.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	15.8	23.0	9.4	11.8	18.4	22.7	12.3	14.5	17.4	23.4	10.8	13.6	9.1	19.1	6.0	7.3
Da 1 a 2 milioni di lire	15.0	26.6	4.8	5.4	20.0	29.2	7.2	9.0	17.4	27.2	6.6	7.5	4.8	20.4		
Da 2 a 5 milioni di lire	4.7	9.4	.5	1.0	6.0	10.1	.2	2.0	5.5	10.0	.5	1.2	1.5	4.4	.6	.7
Oltre 5 milioni di lire	1.0	1.8	.3	.4	1.8	2.6	.7	.9	1.2	2.0	.4	.6				
Totale che spendono (spenders)	44.9	68.8	23.9	27.6	55.2	71.5	32.4	37.2	50.5	69.5	29.5	34.2	21.8	61.8	9.4	11.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	600	1040	200	250	790	1160	270	390	690	1080	250	310	200	680	80	90
Spesa media in '000 lire (spenders)	1340	1520	840	900	1430	1620	840	1060	1370	1560	830	920	950	1120	860	860
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	55.5	55.3	55.8	49.6	51.2	49.8	53.2	45.5	52.8	52.6	53.1	46.1	66.8	80.3	62.7	58.2
Fino a 100.000 lire	6.6	6.3	6.8	7.3	7.0	7.9	5.7	5.5	7.2	7.0	7.3	7.9	4.3		5.6	6.0
Da 100.000 a 500.000 lire	9.2	7.9	10.4	11.5	10.5	8.9	12.8	15.0	10.0	8.5	11.6	12.8	6.1	2.5	7.2	8.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	9.2	9.4	9.0	10.1	10.1	9.8	10.6	12.3	9.5	9.2	9.9	11.2	7.7	11.6	6.5	7.3
Da 1 a 2 milioni di lire	8.3	9.3	7.4	9.0	9.4	10.7	7.7	9.5	8.4	9.7	7.0	8.7	7.9	5.7	8.6	9.7
Da 2 a 5 milioni di lire	6.0	6.6	5.5	6.5	6.2	6.4	6.0	7.6	6.5	7.3	5.7	6.8	3.9		5.1	5.7
Oltre 5 milioni di lire	5.2	5.2	5.2	6.0	5.4	6.5	3.9	4.6	5.6	5.7	5.4	6.4	3.4		4.5	5.0
Totale che spendono (spenders)	44.5	44.7	44.2	50.4	48.8	50.2	46.8	54.5	47.2	47.4	46.9	53.9	33.2	19.7	37.3	41.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	800	830	760	900	850	960	730	880	850	900	790	930	570	180	690	780
Spesa media in '000 lire (spenders)	1790	1860	1730	1800	1740	1910	1550	1610	1800	1910	1680	1730	1720	900	1880	1880

Lombardia

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**7371**	**3493**	**3878**	**3084**	**3979**	**2319**	**1660**	**1318**	**5781**	**3118**	**2663**	**2079**	**1590**	**374**	**1216**	**1005**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	7.1	6.1	8.1	10.1	5.1	5.3	4.8	6.6	5.2	5.8	4.4	6.5	14.6	8.3	16.6	17.8
Fino a 100.000 lire	12.8	10.2	15.1	17.0	7.6	7.4	7.9	10.5	9.0	9.2	8.8	11.3	27.3	19.2	29.9	29.1
Da 100.000 a 500.000 lire	41.5	43.7	39.5	40.7	41.0	42.1	39.3	39.6	42.9	43.3	42.5	43.8	36.3	47.9	32.6	34.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	24.0	25.7	22.4	19.5	27.0	27.8	25.9	22.5	25.5	26.6	24.3	20.9	18.0	18.0	18.0	16.6
Da 1 a 2 milioni di lire	11.1	11.1	11.1	9.4	14.4	13.5	15.7	14.5	13.3	11.9	15.1	13.0	2.6	4.7	2.0	1.6
Da 2 a 5 milioni di lire	3.3	3.1	3.4	2.9	4.6	3.7	5.9	5.6	3.8	3.2	4.5	4.0	1.1	1.8	.9	.7
Oltre 5 milioni di lire	.2	*	.3	.4	.2	*	.5	.7	.2	*	.4	.5				
Totale che spendono (spenders)	92.9	93.9	91.9	89.9	94.9	94.7	95.2	93.4	94.8	94.2	95.6	93.5	85.4	91.7	83.4	82.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	610	610	600	550	730	680	800	760	670	630	730	670	340	420	310	300
Spesa media in '000 lire (spenders)	650	650	660	610	770	720	840	810	710	670	760	720	400	460	380	360
2 - AUTO																
Nulla o quasi	49.7	27.0	70.3	68.9	39.4	22.0	63.9	61.4	43.0	24.3	64.9	62.6	75.3	51.0	83.0	82.3
Fino a 100.000 lire	1.9	1.5	2.4	2.3	2.3	1.4	3.5	3.3	2.2	1.5	3.0	3.1	1.0	1.3	.8	.7
Da 100.000 a 500.000 lire	5.9	5.7	6.1	5.6	5.9	5.4	6.5	5.7	6.2	5.6	7.0	6.5	4.6	6.7	3.9	3.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	12.1	15.3	9.1	8.9	14.1	16.1	11.3	10.6	13.6	15.9	10.9	10.4	6.1	9.8	4.9	5.6
Da 1 a 2 milioni di lire	19.0	28.7	10.1	11.2	22.1	29.3	11.9	14.1	21.0	29.1	11.5	13.2	11.3	25.4	6.9	7.0
Da 2 a 5 milioni di lire	10.3	19.5	1.9	2.9	14.4	22.7	2.8	4.5	12.6	21.2	2.6	4.0	1.7	5.7	.4	.5
Oltre 5 milioni di lire	1.1	2.2	*	.2	1.8	3.1	.1	.4	1.4	2.5	.1	.3	*	.2		
Totale che spendono (spenders)	50.3	73.0	29.7	31.1	60.6	78.0	36.1	38.6	57.0	75.7	35.1	37.4	24.7	49.0	17.0	17.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	830	1400	310	370	1090	1580	390	500	970	1490	370	460	290	670	160	180
Spesa media in '000 lire (spenders)	1650	1920	1050	1180	1800	2030	1090	1290	1710	1960	1060	1220	1180	1380	970	990
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	53.2	51.7	54.6	47.2	47.6	47.1	48.3	38.6	49.1	49.1	49.2	39.7	68.8	73.8	67.2	63.4
Fino a 100.000 lire	8.5	6.8	10.0	9.3	8.4	7.5	9.7	7.7	8.7	7.2	10.5	9.5	7.5	3.6	8.7	8.9
Da 100.000 a 500.000 lire	12.1	12.6	11.6	13.6	14.1	13.8	14.4	17.0	13.4	13.0	13.8	16.3	7.1	9.0	6.5	7.9
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	8.0	7.0	9.0	11.0	8.7	7.9	9.8	12.8	8.8	7.7	10.1	12.8	5.0	.4	6.4	7.1
Da 1 a 2 milioni di lire	5.8	6.7	5.1	6.3	7.0	7.6	6.1	8.0	6.7	7.3	5.9	7.5	2.7	1.1	3.2	3.9
Da 2 a 5 milioni di lire	6.0	7.2	4.9	6.1	6.6	7.4	5.5	7.6	6.1	7.2	4.8	6.6	5.6	7.3	5.0	5.2
Oltre 5 milioni di lire	6.4	8.1	4.9	6.4	7.7	8.7	6.2	8.4	7.2	8.5	5.7	7.7	3.4	4.8	3.0	3.5
Totale che spendono (spenders)	46.8	48.3	45.4	52.8	52.4	52.9	51.7	61.4	50.9	50.9	50.8	60.3	31.2	26.2	32.8	36.6
Spesa media in '000 lire (popolazione)	850	1010	700	890	990	1090	840	1130	930	1050	780	1030	540	650	500	570
Spesa media in '000 lire (spenders)	1810	2100	1530	1680	1880	2060	1630	1840	1830	2070	1540	1710	1730	2450	1530	1550

Trentino Alto Adige

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**700**	**340**	**360**	**281**	**314**	**182**	**131**	**102**	**490**	**264**	**226**	**173**	**210**	**76**	**134**	**108**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	5.0	5.3	4.7	2.7	1.5	1.6	1.4	.8	4.3	3.8	5.0	3.0	6.7	11.5	4.1	2.2
Fino a 100.000 lire	13.1	12.0	14.2	14.7	5.8	8.2	2.1	3.4	6.8	9.3	3.9	5.2	30.6	23.6	34.3	30.6
Da 100.000 a 500.000 lire	43.0	42.0	44.0	46.9	40.9	40.0	42.4	47.2	43.4	42.0	45.1	48.4	41.9	42.0	41.9	44.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	25.9	33.8	18.4	19.5	34.4	41.6	23.0	24.1	29.5	37.2	20.4	20.2	16.1	19.3	14.4	18.4
Da 1 a 2 milioni di lire	9.8	6.9	12.6	10.8	12.4	8.6	18.4	14.7	12.1	7.7	17.3	16.0	3.4	3.5	3.3	2.0
Da 2 a 5 milioni di lire	2.9		5.6	4.6	4.9		12.5	9.5	3.4		7.5	6.0	1.3		2.0	2.4
Oltre 5 milioni di lire	.3		.6	.7	.1		.2	.3	.4		.9	1.2				
Totale che spendono (spenders)	95.0	94.7	95.3	97.3	98.5	98.4	98.6	99.2	95.7	96.2	95.0	97.0	93.3	88.5	95.9	97.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	600	490	700	670	750	570	1030	870	690	530	870	830	360	330	370	390
Spesa media in '000 lire (spenders)	630	520	740	690	760	570	1050	870	720	550	920	860	380	370	380	400
2 - AUTO																
Nulla o quasi	42.2	21.5	62.1	57.5	30.2	15.2	53.5	49.0	35.5	18.3	55.5	51.5	61.1	34.9	75.0	67.6
Fino a 100.000 lire	3.4	1.7	5.0	5.0	2.5	1.4	4.1	3.9	3.3	2.1	4.8	4.1	3.6		5.4	6.4
Da 100.000 a 500.000 lire	5.8	3.6	7.9	11.5	2.6	1.8	3.9	7.6	4.1	2.8	5.7	8.4	10.3	7.0	12.1	16.7
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	10.8	12.9	8.8	8.7	15.3	17.2	12.3	12.5	13.0	14.3	11.5	11.3	4.7	6.7	3.6	4.3
Da 1 a 2 milioni di lire	23.3	36.8	10.5	10.9	29.2	38.7	14.5	14.0	26.9	38.1	13.9	14.4	13.3	31.1	3.8	5.0
Da 2 a 5 milioni di lire	13.3	21.4	5.7	6.4	18.2	22.5	11.6	12.9	15.6	21.6	8.6	10.3	7.1	20.3		
Oltre 5 milioni di lire	1.1	2.2			1.9	3.2			1.5	2.7						
Totale che spendono (spenders)	57.8	78.5	37.9	42.5	69.8	84.8	46.5	51.0	64.5	81.7	44.5	48.5	38.9	65.1	25.0	32.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	1000	1570	450	490	1340	1730	720	790	1170	1650	610	690	520	1300	120	170
Spesa media in '000 lire (spenders)	1730	2000	1180	1160	1920	2050	1550	1550	1800	2010	1360	1410	1350	1980	490	520
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	42.1	41.5	42.7	34.7	37.2	37.2	37.1	31.1	39.1	38.9	39.4	31.6	50.5	53.1	49.1	39.7
Fino a 100.000 lire	7.3	5.3	9.1	7.9	5.2	3.1	8.6	4.1	7.0	5.6	8.7	5.7	7.9	4.1	9.9	11.6
Da 100.000 a 500.000 lire	12.3	12.6	12.1	14.2	13.4	13.3	13.6	16.0	13.1	12.6	13.7	15.5	10.2	12.7	8.9	11.9
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	10.1	9.1	11.1	13.3	13.0	11.7	15.2	17.7	11.9	10.7	13.2	15.5	5.4	2.3	7.0	9.7
Da 1 a 2 milioni di lire	10.9	8.7	12.9	16.6	11.9	11.2	12.8	16.3	12.3	10.7	14.1	19.0	6.9		10.6	12.4
Da 2 a 5 milioni di lire	9.5	12.4	6.7	6.8	12.1	17.0	4.4	3.7	9.9	13.9	5.2	5.4	8.4	5.9	9.7	9.1
Oltre 5 milioni di lire	7.8	10.3	5.4	6.6	7.2	6.4	8.3	11.1	6.8	7.6	5.8	7.2	10.7	21.8	4.8	5.6
Totale che spendono (spenders)	57.9	58.5	57.3	65.3	62.8	62.8	62.9	68.9	60.9	61.1	60.6	68.4	49.5	46.9	50.9	60.3
Spesa media in '000 lire (popolazione)	1160	1400	950	1090	1240	1320	1100	1350	1120	1320	950	1150	1240	1810	930	1050
Spesa media in '000 lire (spenders)	2000	2390	1640	1670	1980	2110	1760	1960	1840	2150	1570	1680	2530	3870	1860	1720

Veneto

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3527**	**1700**	**1827**	**1367**	**1814**	**1102**	**712**	**535**	**2664**	**1485**	**1179**	**866**	**863**	**215**	**648**	**501**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	7.0	5.7	8.3	9.4	3.1	3.1	3.2	3.3	3.7	3.2	4.3	4.7	17.3	21.2	15.8	18.4
Fino a 100.000 lire	15.4	12.0	18.6	20.2	11.3	9.6	14.0	15.4	12.1	11.2	13.2	15.2	25.7	17.4	28.8	29.8
Da 100.000 a 500.000 lire	44.5	48.0	41.1	43.0	43.1	46.7	37.5	41.7	45.8	48.1	42.9	45.3	40.4	46.9	37.8	38.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	22.8	24.1	21.6	18.3	28.2	27.2	29.8	26.2	26.3	26.1	26.6	23.6	12.0	11.9	12.1	8.3
Da 1 a 2 milioni di lire	7.6	7.7	7.6	6.8	10.0	10.2	9.8	9.1	8.7	8.7	8.7	7.8	4.2	1.0	5.4	5.0
Da 2 a 5 milioni di lire	2.4	2.4	2.4	1.7	3.7	2.9	5.0	3.3	3.0	2.5	3.6	2.6	.4	1.5		
Oltre 5 milioni di lire	.3	.2	.4	.6	.5	.3	.8	1.0	.4	.2	.6	.9				
Totale che spendono (spenders)	93.0	94.3	91.7	90.6	96.9	96.9	96.8	96.7	96.3	96.8	95.7	95.3	82.7	78.8	84.2	81.6
Spesa media in '000 lire (popolazione)	530	550	530	480	660	630	720	660	610	580	640	600	310	310	310	270
Spesa media in '000 lire (spenders)	570	580	580	540	680	650	750	680	630	600	670	630	370	400	360	340
2 - AUTO																
Nulla o quasi	50.6	28.9	71.0	69.3	39.5	24.9	61.8	60.4	43.2	26.1	64.4	62.1	73.2	46.1	83.6	83.2
Fino a 100.000 lire	2.4	1.4	3.3	3.3	2.1	1.0	3.9	3.6	2.6	1.7	3.8	3.8	1.7		2.3	2.3
Da 100.000 a 500.000 lire	7.1	7.1	7.2	7.2	8.4	7.7	9.4	8.4	8.1	7.5	9.0	8.7	4.0	4.6	3.8	4.3
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	13.1	16.7	9.6	10.6	13.7	14.1	13.1	14.8	14.4	15.6	12.8	14.7	9.1	23.7	3.5	2.8
Da 1 a 2 milioni di lire	17.4	28.3	7.2	7.4	23.3	32.0	9.9	10.3	20.5	30.4	8.3	8.5	8.0	15.5	5.1	5.2
Da 2 a 5 milioni di lire	8.2	15.1	1.7	2.3	11.2	17.3	1.8	2.5	9.6	15.9	1.7	2.3	4.0	10.2	1.7	2.2
Oltre 5 milioni di lire	1.2	2.5			1.8	3.0			1.6	2.9						
Totale che spendono (spenders)	49.4	71.1	29.0	30.7	60.5	75.1	38.2	39.6	56.8	73.9	35.6	37.9	26.8	53.9	16.4	16.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	750	1270	270	300	1000	1430	350	380	890	1350	310	350	340	770	170	190
Spesa media in '000 lire (spenders)	1530	1790	910	960	1650	1900	910	960	1560	1830	870	910	1270	1430	1060	1130
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	54.4	51.9	56.8	51.1	48.3	48.2	48.6	41.7	49.4	48.9	50.2	43.3	69.8	70.8	69.5	65.7
Fino a 100.000 lire	7.9	7.5	8.3	7.3	7.9	7.1	9.0	7.7	7.6	6.6	8.7	7.5	9.1	13.1	7.5	7.0
Da 100.000 a 500.000 lire	12.5	12.1	12.9	15.5	12.8	12.5	13.2	15.9	13.7	13.7	13.6	17.1	9.1	2.5	11.6	12.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.7	9.1	6.5	6.7	9.0	9.8	7.8	7.3	8.7	9.6	7.7	7.6	4.6	6.1	4.1	5.0
Da 1 a 2 milioni di lire	6.7	6.2	7.2	9.1	8.0	7.5	8.7	10.5	7.7	7.2	8.3	10.2	3.8		5.2	6.9
Da 2 a 5 milioni di lire	5.8	7.1	4.6	5.6	7.8	7.8	7.7	9.7	7.0	7.4	6.5	8.0	2.2	5.7	.9	1.1
Oltre 5 milioni di lire	4.8	5.9	3.7	4.8	6.2	7.1	5.0	7.2	5.9	6.6	5.0	6.4	1.4	1.8	1.2	1.6
Totale che spendono (spenders)	45.6	48.1	43.2	48.9	51.7	51.8	51.4	58.3	50.6	51.1	49.8	56.7	30.2	29.2	30.5	34.3
Spesa media in '000 lire (popolazione)	740	870	620	760	940	1000	850	1120	880	950	810	1000	300	380	270	350
Spesa media in '000 lire (spenders)	1620	1810	1440	1560	1820	1920	1660	1910	1750	1850	1620	1770	980	1310	890	1020

Friuli - Venezia Giulia

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1043**	**484**	**559**	**448**	**606**	**334**	**272**	**218**	**853**	**433**	**420**	**332**	**190**	**52**	**139**	**116**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	10.6	8.7	12.1	11.5	6.6	6.8	6.4	2.4	7.5	7.1	7.8	5.3	22.7	18.0	24.8	28.1
Fino a 100.000 lire	14.4	11.7	16.6	16.7	11.0	9.1	13.0	16.4	12.0	11.1	12.7	16.5	24.0	15.4	27.9	17.1
Da 100.000 a 500.000 lire	43.4	50.9	37.4	42.4	43.7	49.7	37.4	45.9	45.6	51.8	39.9	44.9	34.9	45.9	29.9	35.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	18.0	17.0	18.8	15.6	20.1	18.8	21.5	15.1	19.0	17.1	20.6	15.4	14.3	16.2	13.5	16.1
Da 1 a 2 milioni di lire	9.9	9.7	10.1	9.7	14.1	12.5	15.8	14.7	11.4	10.6	12.2	12.3	4.1	4.5	3.9	2.9
Da 2 a 5 milioni di lire	2.6	1.0	3.9	3.3	2.6	1.6	3.6	3.9	3.3	1.2	5.2	4.6				
Oltre 5 milioni di lire	1.0	1.0	1.1	.8	1.8	1.5	2.2	1.6	1.3	1.1	1.4	1.1				
Totale che spendono (spenders)	89.4	91.3	87.9	88.5	93.4	93.2	93.6	97.6	92.5	92.9	92.2	94.7	77.3	82.0	75.2	71.9
Spesa media in '000 lire (popolazione)	590	530	620	580	710	630	800	740	660	560	740	700	280	350	270	290
Spesa media in '000 lire (spenders)	660	580	710	660	760	680	850	770	710	600	800	740	370	430	360	400
2 - AUTO																
Nulla o quasi	53.0	35.2	67.1	65.5	42.6	31.9	53.9	54.7	47.6	33.8	60.0	58.4	74.1	43.3	88.1	84.3
Fino a 100.000 lire	.4		.7	.5	.7		1.4	.9	.5		1.0	.7				
Da 100.000 a 500.000 lire	5.3	5.3	5.3	4.3	6.6	5.8	7.5	4.5	5.0	5.0	4.9	3.0	6.6	6.9	6.5	7.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	13.2	13.6	12.8	12.6	15.2	13.7	16.8	15.7	15.7	15.1	16.3	15.6	3.4	5.0	2.7	4.7
Da 1 a 2 milioni di lire	17.7	27.2	10.2	13.1	18.3	23.5	12.8	16.0	18.4	24.6	12.7	16.8	15.1	42.5	2.7	3.2
Da 2 a 5 milioni di lire	9.2	16.2	3.7	4.0	14.5	21.4	7.2	8.3	11.4	18.5	4.9	5.5	.7	2.3		
Oltre 5 milioni di lire	1.2	2.4	.2		2.1	3.7	.4		1.5	2.9	.2					
Totale che spendono (spenders)	47.0	64.8	32.9	34.5	57.4	68.1	46.1	45.3	52.4	66.2	40.0	41.6	25.9	56.7	11.9	15.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	780	1270	400	450	1060	1450	600	670	910	1350	510	570	300	810	80	110
Spesa media in '000 lire (spenders)	1670	1970	1210	1280	1850	2140	1310	1470	1730	2040	1270	1370	1160	1400	670	680
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	51.7	50.4	52.6	45.8	43.6	42.2	45.1	36.1	44.9	45.9	44.1	35.6	77.7	77.0	78.0	73.0
Fino a 100.000 lire	8.6	7.6	9.5	10.7	8.7	8.8	8.5	11.0	9.8	8.2	11.2	12.8	4.1	3.9	4.2	5.0
Da 100.000 a 500.000 lire	11.0	12.0	10.1	12.3	13.2	13.8	12.6	14.0	12.7	13.1	12.4	14.2	4.0	5.6	3.4	7.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	8.0	7.5	8.3	9.3	8.6	9.0	8.2	9.3	8.2	7.7	8.6	10.3	7.1	6.4	7.4	6.4
Da 1 a 2 milioni di lire	7.3	6.3	8.1	9.5	9.9	7.6	12.4	14.4	8.1	6.8	9.4	11.0	4.0	3.3	4.4	5.3
Da 2 a 5 milioni di lire	6.2	5.1	7.1	8.3	6.7	5.1	8.4	11.3	7.3	5.3	9.1	10.8	2.1	3.9	1.2	1.5
Oltre 5 milioni di lire	7.3	11.1	4.2	4.2	9.2	13.6	4.7	3.8	8.9	13.0	5.2	5.2	1.0		1.5	1.7
Totale che spendono (spenders)	48.3	49.6	47.4	54.2	56.4	57.8	54.9	63.9	55.1	54.1	55.9	64.4	22.3	23.0	22.0	27.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	930	1160	760	860	1130	1350	890	990	1110	1310	930	1060	260	220	270	320
Spesa media in '000 lire (spenders)	1940	2350	1610	1580	2000	2350	1630	1550	2010	2420	1660	1640	1190	1020	1300	1210

Emilia Romagna

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3370**	**1627**	**1743**	**1393**	**1913**	**1104**	**809**	**642**	**2682**	**1425**	**1257**	**990**	**688**	**202**	**486**	**402**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	7.2	6.2	8.2	9.0	4.5	4.1	5.2	7.0	4.6	5.0	4.2	5.4	17.3	15.8	17.9	17.7
Fino a 100.000 lire	12.3	8.0	16.5	19.1	6.1	5.4	7.2	10.1	7.5	6.2	9.0	10.6	31.1	22.1	34.4	39.7
Da 100.000 a 500.000 lire	44.2	45.0	43.3	44.7	43.1	43.0	43.4	44.5	44.7	44.2	45.3	47.4	42.0	51.3	38.6	38.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	21.8	27.0	16.6	14.6	28.1	31.3	23.3	20.8	26.3	30.3	21.5	19.6	4.0	.8	5.1	2.6
Da 1 a 2 milioni di lire	10.7	10.3	11.1	9.7	13.3	11.8	15.6	14.0	12.4	10.7	14.5	12.9	3.8	6.4	2.9	1.8
Da 2 a 5 milioni di lire	3.7	3.5	3.8	2.6	4.4	4.3	4.6	3.2	4.1	3.4	5.0	3.7	1.8	3.6	1.1	
Oltre 5 milioni di lire	.2	.1	.4	.3	.4	.1	.7	.4	.3	.1	.6	.4				
Totale che spendono (spenders)	92.8	93.8	91.8	91.0	95.5	95.9	94.8	93.0	95.4	95.0	95.8	94.6	82.7	84.2	82.1	82.3
Spesa media in '000 lire (popolazione)	610	630	590	520	720	710	760	640	690	650	730	650	300	390	260	190
Spesa media in '000 lire (spenders)	660	670	650	570	760	740	800	690	720	690	760	690	360	460	320	230
2 - AUTO																
Nulla o quasi	47.7	24.0	70.9	66.2	39.2	21.5	66.3	59.3	40.9	22.5	63.5	57.9	74.2	35.5	88.4	86.4
Fino a 100.000 lire	4.0	3.5	4.4	3.4	3.4	2.9	4.2	3.2	4.3	3.1	5.9	4.7	2.5	7.0	.8	
Da 100.000 a 500.000 lire	7.9	9.6	6.3	6.4	8.1	8.6	7.3	6.0	8.9	9.5	8.2	8.5	4.0	10.5	1.7	1.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	9.5	12.4	6.7	7.7	10.5	11.8	8.5	10.0	10.6	12.1	8.8	9.7	5.4	15.1	1.9	2.7
Da 1 a 2 milioni di lire	17.9	27.2	8.8	10.7	21.3	28.4	10.6	13.9	20.1	28.0	10.3	12.6	9.5	21.0	5.2	6.0
Da 2 a 5 milioni di lire	12.0	21.3	2.9	5.1	15.7	24.0	3.0	6.1	13.9	22.6	3.2	5.6	4.4	10.9	2.0	3.9
Oltre 5 milioni di lire	1.0	1.9	.1	.7	1.7	2.7	.2	1.5	1.2	2.2	.1	.9				
Totale che spendono (spenders)	52.3	76.0	29.1	33.8	60.8	78.5	33.7	40.7	59.1	77.5	36.5	42.1	25.8	64.5	11.6	13.6
Spesa media in '000 lire (popolazione)	860	1420	310	470	1090	1570	370	630	990	1490	370	560	350	840	170	250
Spesa media in '000 lire (spenders)	1640	1860	1070	1380	1800	2000	1090	1540	1670	1920	1020	1320	1360	1310	1450	1860
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	58.8	57.0	60.5	56.9	54.4	55.0	53.6	46.9	54.9	56.5	52.9	46.9	74.0	61.2	78.8	81.2
Fino a 100.000 lire	7.6	4.5	10.5	8.5	6.2	4.6	8.5	6.4	6.9	4.4	10.0	8.3	10.0	5.3	11.7	8.9
Da 100.000 a 500.000 lire	10.4	9.7	11.1	12.4	11.1	9.3	14.0	15.8	11.5	9.2	14.3	16.5	6.2	14.4	3.2	2.6
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.6	9.1	6.3	7.7	9.4	10.2	8.2	10.3	8.5	9.3	7.4	9.1	4.5	6.9	3.6	4.4
Da 1 a 2 milioni di lire	5.4	6.6	4.2	5.1	6.1	6.7	5.3	6.5	6.3	7.0	5.4	6.5	1.7	2.6	1.4	1.8
Da 2 a 5 milioni di lire	5.7	7.5	4.0	5.0	6.9	7.5	5.9	7.8	6.6	7.7	5.3	6.8	2.4	6.4	.9	.6
Oltre 5 milioni di lire	4.5	5.7	3.4	4.4	5.9	6.8	4.5	6.2	5.4	6.0	4.7	6.0	1.1	3.2	.4	.5
Totale che spendono (spenders)	41.2	43.0	39.5	43.1	45.6	45.0	46.4	53.1	45.1	43.5	47.1	53.1	26.0	38.8	21.2	18.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	690	860	530	660	860	950	710	930	800	890	700	880	250	590	120	130
Spesa media in '000 lire (spenders)	1680	1990	1340	1520	1880	2100	1530	1750	1780	2040	1480	1650	970	1540	590	680

Toscana

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3037**	**1457**	**1580**	**1226**	**1525**	**925**	**600**	**459**	**2257**	**1261**	**997**	**746**	**780**	**196**	**583**	**480**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	10.7	9.3	11.9	15.4	5.7	4.7	7.4	10.0	6.8	6.7	7.0	12.0	20.8	26.1	19.3	20.0
Fino a 100.000 lire	14.8	11.3	17.9	18.3	10.0	9.3	11.0	11.4	11.7	10.4	13.4	11.4	22.8	17.0	24.6	27.7
Da 100.000 a 500.000 lire	40.9	41.0	40.8	40.8	39.0	38.8	39.4	41.5	40.8	39.9	41.9	41.6	41.2	48.3	39.1	39.6
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	22.4	26.7	18.5	17.3	28.5	31.9	23.5	22.8	26.7	29.7	22.7	23.5	11.2	7.3	12.3	8.9
Da 1 a 2 milioni di lire	8.5	9.2	8.0	5.0	12.8	11.7	14.4	9.1	10.9	10.4	11.5	7.7	2.4	1.3	2.7	1.4
Da 2 a 5 milioni di lire	2.5	2.5	2.6	2.8	3.6	3.7	3.5	4.2	2.9	2.8	3.0	3.2	1.6		2.1	2.4
Oltre 5 milioni di lire	.2		.3	.4	.4		.9	1.1	.2		.5	.7				
Totale che spendono (spenders)	89.3	90.7	88.1	84.6	94.3	95.3	92.6	90.0	93.2	93.3	93.0	88.0	79.2	73.9	80.7	80.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	530	560	510	470	690	660	710	670	610	610	620	590	320	230	340	310
Spesa media in '000 lire (spenders)	600	610	580	560	730	700	770	750	660	650	670	670	400	310	430	390
2 - AUTO																
Nulla o quasi	50.4	29.2	69.4	66.9	36.2	23.0	56.4	51.8	41.8	27.2	60.8	55.5	73.0	42.2	82.2	82.4
Fino a 100.000 lire	2.5	2.4	2.5	2.3	2.8	2.4	3.4	2.5	2.5	2.5	2.6	2.0	2.2	1.7	2.4	2.7
Da 100.000 a 500.000 lire	10.9	10.5	11.3	12.1	11.1	8.3	15.3	17.2	11.3	8.8	14.5	15.7	10.0	21.9	6.5	7.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	10.8	12.5	9.3	9.0	13.2	14.1	11.9	13.7	12.6	12.8	12.4	14.0	6.1	10.6	4.7	2.3
Da 1 a 2 milioni di lire	15.2	24.8	6.5	7.3	20.1	26.3	10.6	10.8	18.0	25.6	8.1	8.6	7.7	19.5	4.2	5.5
Da 2 a 5 milioni di lire	9.4	19.0	.7	2.4	15.5	24.4	2.0	4.0	12.8	21.6	1.2	4.2	.5	2.0		
Oltre 5 milioni di lire	.8	1.6	.2		1.0	1.4	.5		1.0	1.5	.3		.5	2.1		
Totale che spendono (spenders)	49.6	70.8	30.6	33.1	63.8	77.0	43.6	48.2	58.2	72.8	39.2	44.5	27.0	57.8	17.8	17.6
Spesa media in '000 lire (popolazione)	730	1270	250	300	1050	1480	390	470	920	1360	330	430	240	650	120	120
Spesa media in '000 lire (spenders)	1480	1800	810	910	1650	1920	900	960	1580	1880	850	960	900	1130	660	680
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	59.7	59.2	60.2	54.7	54.9	55.3	54.3	50.8	56.7	57.3	55.9	48.4	67.6	71.1	66.6	63.2
Fino a 100.000 lire	9.1	6.5	11.5	10.9	8.7	7.3	10.8	9.6	8.9	6.4	12.1	10.6	9.7	7.0	10.5	11.2
Da 100.000 a 500.000 lire	8.9	11.3	6.7	9.1	9.7	9.7	9.7	10.0	10.2	11.6	8.5	11.8	5.3	9.7	4.0	5.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.8	4.5	10.7	11.4	7.5	5.2	10.9	10.9	6.9	4.4	10.3	11.4	9.9	5.0	11.4	11.5
Da 1 a 2 milioni di lire	6.2	6.6	5.9	7.5	7.2	8.1	5.9	8.1	6.8	7.0	6.6	8.8	4.7	3.8	5.0	5.7
Da 2 a 5 milioni di lire	4.6	6.4	2.9	4.0	6.9	8.3	4.7	6.3	5.6	7.2	3.4	5.1	1.9	1.3	2.1	2.4
Oltre 5 milioni di lire	3.7	5.5	2.1	2.4	5.1	6.0	3.7	4.3	4.8	6.1	3.2	3.9	.8	2.1	.4	.5
Totale che spendono (spenders)	40.3	40.8	39.8	45.3	45.1	44.7	45.7	49.2	43.3	42.7	44.1	51.6	32.4	28.9	33.4	36.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	600	780	440	540	800	910	640	750	720	860	550	710	290	320	280	310
Spesa media in '000 lire (spenders)	1490	1920	1100	1190	1780	2040	1390	1530	1670	2010	1240	1380	880	1090	830	840

Marche

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1181**	**573**	**608**	**450**	**475**	**306**	**169**	**119**	**725**	**435**	**290**	**211**	**456**	**138**	**318**	**239**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	7.0	6.3	7.6	10.9	3.9	3.6	4.5	7.0	3.9	3.7	4.1	5.9	12.2	14.9	11.0	15.4
Fino a 100.000 lire	11.4	10.8	11.9	12.2	6.4	6.1	7.0	11.0	7.4	8.0	6.5	9.4	18.1	20.5	17.0	14.7
Da 100.000 a 500.000 lire	48.2	47.7	48.6	51.0	45.8	46.5	44.5	42.8	46.5	47.3	45.1	44.9	51.1	49.0	52.0	56.4
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	21.4	23.5	19.2	18.0	24.9	26.5	22.0	23.7	25.4	25.8	24.6	27.3	14.5	15.6	14.1	9.7
Da 1 a 2 milioni di lire	8.9	8.5	9.4	6.6	13.5	12.3	15.7	13.0	12.2	11.0	14.0	11.2	3.4		4.9	2.5
Da 2 a 5 milioni di lire	3.2	3.2	3.3	1.3	5.5	5.1	6.4	2.4	4.7	4.1	5.7	1.3	.7		1.0	1.3
Oltre 5 milioni di lire																
Totale che spendono (spenders)	93.0	93.7	92.4	89.1	96.1	96.4	95.5	93.0	96.1	96.3	95.9	94.1	87.8	85.1	89.0	84.6
Spesa media in '000 lire (popolazione)	560	560	560	440	730	710	750	580	690	640	730	550	340	280	370	330
Spesa media in '000 lire (spenders)	600	600	600	500	750	740	790	630	710	670	760	580	390	330	410	390
2 - AUTO																
Nulla o quasi	47.9	23.5	72.6	71.4	32.6	18.9	58.2	53.2	38.0	20.8	65.2	62.7	64.9	32.3	79.7	79.1
Fino a 100.000 lire	2.7	.8	4.5	5.3	1.6	1.6	1.6	.8	1.6	1.1	2.4	1.4	4.4		6.5	8.6
Da 100.000 a 500.000 lire	7.7	6.9	8.6	7.6	8.0	6.6	10.7	9.2	8.0	6.7	10.0	10.4	7.4	7.5	7.3	5.2
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	15.8	24.1	7.6	9.6	20.4	23.0	15.4	24.9	18.5	23.1	11.1	15.4	11.4	27.3	4.2	4.5
Da 1 a 2 milioni di lire	17.5	30.9	4.0	4.3	24.5	31.6	11.2	10.7	23.0	32.4	8.1	7.8	8.0	25.8		1.2
Da 2 a 5 milioni di lire	8.4	13.9	2.8	1.8	12.9	18.3	2.9	1.2	11.0	15.9	3.2	2.2	3.9	7.0	2.4	1.4
Oltre 5 milioni di lire																
Totale che spendono (spenders)	52.1	76.5	27.4	28.6	67.4	81.1	41.8	46.8	62.0	79.2	34.8	37.3	35.1	67.7	20.3	20.9
Spesa media in '000 lire (popolazione)	700	1150	240	230	990	1310	400	450	890	1230	360	340	360	860	150	130
Spesa media in '000 lire (spenders)	1340	1510	890	800	1470	1620	970	950	1440	1560	1040	930	1020	1280	730	610
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	60.6	59.8	61.3	54.3	54.9	53.4	57.7	50.3	56.6	53.7	61.3	52.4	67.3	80.5	61.3	56.0
Fino a 100.000 lire	6.4	6.7	6.0	4.6	9.1	9.7	8.0	4.7	8.0	8.7	6.9	4.7	3.6		5.2	4.6
Da 100.000 a 500.000 lire	12.8	15.6	9.9	12.3	11.1	14.9	4.0	5.0	12.1	17.2	4.1	5.0	13.9	10.2	15.5	18.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	5.4	2.9	8.0	9.0	5.6	4.5	7.8	7.8	5.0	3.7	6.9	7.3	6.2		9.0	10.6
Da 1 a 2 milioni di lire	6.6	6.1	7.2	9.1	7.8	5.5	12.1	15.3	8.1	6.1	11.4	14.6	4.1	6.0	3.2	4.3
Da 2 a 5 milioni di lire	3.9	4.3	3.4	3.9	5.3	7.1	2.0	4.1	4.2	5.1	2.8	4.6	3.3	1.7	4.0	3.3
Oltre 5 milioni di lire	4.4	4.7	4.1	6.7	6.2	4.9	8.5	12.7	5.9	5.6	6.5	11.6	1.7	1.5	1.8	2.4
Totale che spendono (spenders)	39.4	40.2	38.7	45.7	45.1	46.6	42.3	49.7	43.4	46.3	38.7	47.6	32.7	19.5	38.7	44.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	630	650	610	840	840	780	940	1390	760	760	780	1300	390	270	440	510
Spesa media in '000 lire (spenders)	1590	1610	1570	1850	1850	1660	2200	2770	1760	1630	2020	2680	1200	1430	1150	1160

Umbria

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**680**	**328**	**352**	**264**	**279**	**176**	**103**	**80**	**446**	**253**	**193**	**143**	**234**	**76**	**158**	**121**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	5.0	4.0	6.0	4.3	2.1	2.7	1.2	.6	2.9	3.6	2.0	1.5	8.9	5.3	10.8	7.2
Fino a 100.000 lire	16.4	15.4	17.4	18.9	9.1	9.0	9.3	10.4	11.0	10.4	11.7	11.0	26.0	29.4	24.3	27.1
Da 100.000 a 500.000 lire	45.5	45.3	45.6	49.2	44.2	46.0	41.5	48.6	44.7	45.3	44.0	49.8	46.8	45.2	47.6	48.6
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	23.5	24.1	22.9	21.5	31.3	27.9	36.4	30.6	29.2	27.7	30.9	28.8	13.4	13.7	13.2	13.9
Da 1 a 2 milioni di lire	7.9	9.8	6.3	4.3	9.4	12.0	5.4	3.6	9.7	11.0	8.0	5.3	4.9	6.3	4.1	3.2
Da 2 a 5 milioni di lire	1.7	1.5	1.8	1.9	3.9	2.3	6.2	6.2	2.6	2.0	3.3	3.7				
Oltre 5 milioni di lire																
Totale che spendono (spenders)	95.0	96.0	94.0	95.7	97.9	97.3	98.8	99.4	97.1	96.4	98.0	98.5	91.1	94.7	89.2	92.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	500	520	470	460	650	620	680	690	600	580	600	600	330	370	320	310
Spesa media in '000 lire (spenders)	530	540	500	480	660	640	700	690	620	600	620	610	360	390	350	330
2 - AUTO																
Nulla o quasi	52.8	31.5	72.0	64.7	36.6	22.9	57.2	46.4	41.4	25.9	60.2	49.4	72.9	47.2	86.3	80.8
Fino a 100.000 lire	3.2	1.1	5.1	3.0	4.2	1.5	8.4	4.9	4.4	1.5	7.8	4.1	1.1		1.6	1.9
Da 100.000 a 500.000 lire	8.9	11.7	6.3	9.3	6.9	7.6	5.9	7.0	8.6	9.1	7.9	9.5	9.4	19.1	4.3	9.2
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	10.3	13.1	7.8	8.9	12.5	13.5	11.1	14.1	13.1	15.2	10.6	13.6	5.4	7.3	4.4	4.0
Da 1 a 2 milioni di lire	16.6	28.5	5.9	11.3	28.8	39.7	12.4	23.1	23.2	34.7	9.3	19.2	5.0	11.3	1.8	3.1
Da 2 a 5 milioni di lire	7.4	12.3	3.0	2.6	9.6	12.6	5.0	4.5	8.1	11.4	4.1	4.2	6.3	15.2	1.6	1.0
Oltre 5 milioni di lire	.8	1.7			1.3	2.2			1.2	2.3						
Totale che spendono (spenders)	47.2	68.5	28.0	35.3	63.4	77.1	42.8	53.6	58.6	74.1	39.8	50.6	27.1	52.8	13.7	19.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	670	1120	270	370	1000	1340	500	640	860	1220	390	570	370	790	110	160
Spesa media in '000 lire (spenders)	1430	1640	970	1040	1560	1730	1160	1200	1460	1650	970	1120	1380	1510	900	820
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	49.8	50.4	49.3	42.2	44.7	48.8	38.4	31.0	46.2	49.2	42.5	34.3	56.3	53.8	57.6	50.5
Fino a 100.000 lire	9.2	6.3	11.9	10.3	9.1	6.1	13.7	12.5	10.0	5.6	15.3	12.4	7.9	8.0	7.8	8.2
Da 100.000 a 500.000 lire	13.7	14.6	12.8	15.9	11.9	14.1	8.5	11.9	12.7	14.7	10.2	14.2	15.5	14.6	16.0	17.7
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.7	8.1	7.4	8.1	8.9	9.2	8.4	7.9	8.7	9.7	7.6	7.9	5.9	3.6	7.1	8.4
Da 1 a 2 milioni di lire	7.9	6.4	9.2	11.4	9.9	5.2	16.8	20.3	9.0	6.8	11.7	15.3	5.9	5.3	6.2	7.3
Da 2 a 5 milioni di lire	5.7	6.9	4.6	6.4	6.6	5.8	7.9	9.9	6.1	5.3	7.0	9.6	5.0	11.4	1.7	3.0
Oltre 5 milioni di lire	6.0	7.3	4.8	5.7	9.0	10.8	6.2	6.6	7.4	8.7	5.7	6.4	3.5	3.3	3.6	5.0
Totale che spendono (spenders)	50.2	49.6	50.7	57.8	55.3	51.2	61.6	69.0	53.8	50.8	57.5	65.7	43.7	46.2	42.4	49.5
Spesa media in '000 lire (popolazione)	830	960	750	920	1130	1190	1030	1250	970	1000	940	1170	580	740	510	640
Spesa media in '000 lire (spenders)	1660	1940	1480	1590	2020	2330	1670	1810	1810	1980	1630	1750	1340	1630	1200	1290

Lazio

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4046**	**1942**	**2104**	**1626**	**1859**	**1118**	**741**	**554**	**2827**	**1575**	**1252**	**928**	**1219**	**367**	**852**	**698**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	10.0	9.8	10.2	10.7	6.8	6.5	7.3	8.7	6.8	7.4	6.1	7.7	17.4	19.6	16.3	14.9
Fino a 100.000 lire	13.4	11.4	15.3	17.1	6.9	6.3	7.9	9.1	8.7	8.4	9.0	10.7	24.5	24.0	24.7	25.8
Da 100.000 a 500.000 lire	43.7	45.6	41.8	42.3	42.3	45.3	37.7	38.2	44.2	46.4	41.3	42.4	42.5	42.6	42.5	42.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	21.0	23.7	18.4	15.4	27.6	30.9	22.4	17.1	25.1	27.4	22.2	17.1	11.3	8.2	12.8	13.0
Da 1 a 2 milioni di lire	9.4	7.2	11.5	10.7	12.9	8.3	20.1	20.4	12.0	7.8	17.2	16.4	3.3	4.4	2.7	2.9
Da 2 a 5 milioni di lire	2.6	2.3	2.9	3.8	3.5	2.8	4.6	6.5	3.3	2.6	4.1	5.6	1.1	1.2	1.0	1.3
Oltre 5 milioni di lire																
Totale che spendono (spenders)	90.0	90.2	89.8	89.3	93.2	93.5	92.7	91.3	93.2	92.6	93.9	92.3	82.6	80.4	83.7	85.1
Spesa media in '000 lire (popolazione)	530	510	550	550	660	590	750	780	620	560	700	710	320	310	320	330
Spesa media in '000 lire (spenders)	590	570	610	610	700	630	810	860	670	600	750	770	390	380	380	390
2 - AUTO																
Nulla o quasi	51.4	28.6	73.1	70.7	37.3	21.9	61.4	55.0	41.9	23.6	65.1	60.8	73.7	49.2	85.1	84.2
Fino a 100.000 lire	2.4	1.4	3.5	2.3	3.1	1.3	5.9	4.2	3.3	1.5	5.6	3.9	.4	.8	.2	
Da 100.000 a 500.000 lire	7.3	8.3	6.4	7.1	6.2	6.1	6.3	7.3	6.7	6.2	7.4	8.5	8.7	16.7	5.0	5.2
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	14.6	18.9	10.6	10.9	18.4	21.1	14.2	15.8	17.2	20.5	13.0	13.7	8.6	12.4	6.9	7.1
Da 1 a 2 milioni di lire	17.1	28.7	6.0	7.0	25.2	34.2	11.4	14.6	22.1	33.1	8.1	10.5	5.2	10.5	2.8	2.4
Da 2 a 5 milioni di lire	6.0	11.8	.5	1.8	8.2	13.0	.8	2.5	7.3	12.4	.8	2.2	2.9	9.2		1.1
Oltre 5 milioni di lire	1.2	2.4		.3	1.6	2.6		.6	1.5	2.7		.5	.4	1.2		
Totale che spendono (spenders)	48.6	71.4	26.9	29.3	62.7	78.1	38.6	45.0	58.1	76.4	34.9	39.2	26.3	50.8	14.9	15.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	680	1180	210	290	930	1330	330	500	840	1290	270	400	300	700	110	150
Spesa media in '000 lire (spenders)	1400	1650	770	990	1490	1700	850	1110	1450	1690	780	1010	1130	1370	720	930
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	54.7	53.8	55.6	48.2	49.2	49.7	48.4	37.3	50.7	50.2	51.3	40.7	64.2	68.4	62.2	58.5
Fino a 100.000 lire	8.6	8.6	8.7	8.1	9.0	8.5	9.7	8.5	9.2	9.4	8.9	8.4	7.3	5.2	8.2	7.6
Da 100.000 a 500.000 lire	11.7	10.8	12.6	14.9	11.8	10.6	13.7	16.5	11.8	11.1	12.8	15.7	11.5	9.5	12.4	13.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.3	6.8	7.7	8.7	8.2	8.8	7.3	8.4	8.1	8.1	8.1	8.7	5.3	1.4	7.1	8.6
Da 1 a 2 milioni di lire	6.5	6.1	6.9	8.7	7.4	6.6	8.7	11.6	7.6	6.9	8.5	11.5	3.9	2.7	4.4	4.9
Da 2 a 5 milioni di lire	6.1	7.9	4.3	6.2	8.1	9.3	6.3	10.1	6.9	8.3	5.1	8.1	4.2	6.5	3.1	3.6
Oltre 5 milioni di lire	5.1	6.1	4.2	5.2	6.2	6.4	5.9	7.7	5.8	6.0	5.4	6.8	3.6	6.2	2.4	3.0
Totale che spendono (spenders)	45.3	46.2	44.4	51.8	50.8	50.3	51.6	62.7	49.3	49.8	48.7	59.3	35.8	31.6	37.8	41.5
Spesa media in '000 lire (popolazione)	770	880	650	830	930	980	870	1180	860	920	790	1050	540	740	440	520
Spesa media in '000 lire (spenders)	1690	1910	1470	1600	1830	1950	1680	1880	1740	1840	1620	1780	1510	2360	1170	1250

Abruzzi - Molise

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1259**	**615**	**644**	**498**	**323**	**221**	**102**	**68**	**604**	**390**	**213**	**137**	**655**	**224**	**431**	**361**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	8.6	6.8	10.1	10.3	4.9	5.6	3.3	4.4	3.5	4.7	1.6	2.2	14.0	12.0	14.8	14.0
Fino a 100.000 lire	12.3	9.4	14.7	16.8	6.3	5.1	9.2	7.8	6.1	6.5	5.4	6.3	18.8	16.4	19.8	21.7
Da 100.000 a 500.000 lire	47.1	47.1	47.1	49.9	43.1	45.7	37.0	44.8	43.4	44.3	41.8	45.3	51.0	53.7	49.9	52.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	23.2	28.0	18.9	15.6	29.8	29.5	30.5	27.3	33.4	33.5	33.1	30.6	12.3	15.2	11.2	8.6
Da 1 a 2 milioni di lire	5.8	6.0	5.7	5.0	9.9	8.9	12.1	10.1	9.4	7.4	12.9	12.3	2.0	2.7	1.8	1.6
Da 2 a 5 milioni di lire	2.6	2.2	2.9	2.4	5.3	4.2	7.8	5.6	3.9	3.1	5.3	3.4	1.2		1.6	1.9
Oltre 5 milioni di lire	.5	.4	.6		.7	1.0			.4	.6			.7		.9	
Totale che spendono (spenders)	91.4	93.2	89.9	89.7	95.1	94.4	96.7	95.6	96.5	95.3	98.4	97.8	86.0	88.0	85.2	86.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	530	540	520	430	730	690	780	660	690	640	750	680	380	320	400	340
Spesa media in '000 lire (spenders)	580	580	580	480	770	730	810	700	710	670	760	690	440	370	470	390
2 - AUTO																
Nulla o quasi	54.7	30.5	76.0	71.2	27.3	15.8	53.7	32.5	34.0	20.0	58.4	39.2	76.7	54.8	85.6	86.3
Fino a 100.000 lire	3.0	2.2	3.8	2.0	3.5	3.9	2.6	2.6	3.0	3.1	2.7	2.1	3.1		4.4	2.0
Da 100.000 a 500.000 lire	8.6	10.0	7.5	7.5	12.0	9.3	18.4	12.2	10.0	9.1	11.5	9.9	7.3	12.1	5.3	6.3
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	10.9	18.0	4.7	6.5	15.7	19.1	7.8	10.0	16.3	19.9	9.9	15.0	5.3	13.5	1.9	2.6
Da 1 a 2 milioni di lire	16.1	26.8	6.7	11.8	29.2	36.9	11.7	38.8	26.3	33.6	13.6	30.9	5.3	11.1	2.9	2.8
Da 2 a 5 milioni di lire	6.1	12.5	.5	.9	10.9	15.0	1.4	3.9	9.6	14.2	1.5	3.0	2.4	8.5		
Oltre 5 milioni di lire	.5		.8		1.3		4.4		.9		2.4					
Totale che spendono (spenders)	45.3	69.5	24.0	28.8	72.7	84.2	46.3	67.5	66.0	80.0	41.6	60.8	23.3	45.2	14.4	13.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	600	1010	240	290	1050	1250	620	850	950	1180	550	730	220	590	70	80
Spesa media in '000 lire (spenders)	1330	1460	1010	1000	1450	1490	1360	1270	1430	1470	1310	1190	970	1300	530	590
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	62.1	59.4	64.5	59.8	53.4	54.4	51.3	34.2	54.0	54.8	52.5	38.9	70.7	70.2	71.0	69.6
Fino a 100.000 lire	6.5	5.8	7.1	3.0	7.0	5.9	9.7	2.6	8.8	7.0	12.1	2.8	4.1	3.2	4.4	3.1
Da 100.000 a 500.000 lire	11.0	13.2	9.1	11.0	11.0	10.9	11.2	11.3	10.3	11.6	8.1	12.8	11.7	16.9	9.6	10.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.0	4.7	9.1	13.0	8.0	8.2	7.5	24.8	7.1	6.4	8.3	18.7	7.0	.8	9.5	10.3
Da 1 a 2 milioni di lire	6.1	6.2	6.0	7.4	7.1	6.5	8.6	10.4	7.6	7.2	8.4	11.3	4.4	3.9	4.7	5.6
Da 2 a 5 milioni di lire	3.3	3.6	3.0	4.1	6.3	5.0	9.2	12.6	5.6	4.1	8.2	11.6	.8	2.2	.2	.6
Oltre 5 milioni di lire	4.0	7.2	1.3	1.8	7.2	9.3	2.5	4.0	6.6	9.0	2.5	3.8	1.3	2.8	.7	.8
Totale che spendono (spenders)	37.9	40.6	35.5	40.2	46.6	45.6	48.7	65.8	46.0	45.2	47.5	61.1	29.3	29.8	29.0	30.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	570	790	380	520	930	1030	680	1140	850	990	690	1020	270	350	210	250
Spesa media in '000 lire (spenders)	1510	1950	1070	1290	1980	2270	1430	1720	1860	2180	1450	1660	940	1190	710	830

Campania

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4149**	**2014**	**2135**	**1559**	**1251**	**897**	**354**	**260**	**2142**	**1403**	**738**	**505**	**2007**	**611**	**1397**	**1054**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	11.0	10.9	11.0	13.3	5.6	4.3	8.9	11.2	4.6	4.0	5.7	6.9	18.2	29.9	13.8	16.2
Fino a 100.000 lire	15.2	13.5	16.8	17.8	8.2	8.4	7.7	6.5	10.0	10.2	9.5	8.6	21.1	22.7	20.6	22.0
Da 100.000 a 500.000 lire	40.3	37.3	43.2	44.6	38.4	37.6	40.5	45.4	38.2	38.5	37.6	43.2	42.8	34.0	46.1	45.2
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	20.2	23.9	16.8	15.5	25.8	27.3	21.8	19.8	27.7	28.6	25.7	23.4	11.7	10.6	12.2	11.9
Da 1 a 2 milioni di lire	10.9	11.5	10.3	8.1	17.4	17.4	17.3	15.8	15.7	14.9	17.4	15.7	5.3	1.9	6.7	4.7
Da 2 a 5 milioni di lire	2.2	2.8	1.6	.7	4.3	4.5	3.7	1.2	3.7	3.5	4.0	2.2	.5	1.0	.3	
Oltre 5 milioni di lire	.2	.2	.2		.3	.4			.2	.3			.3		.4	
Totale che spendono (spenders)	89.0	89.1	89.0	86.7	94.4	95.7	91.1	88.8	95.4	96.0	94.3	93.1	81.8	70.1	86.2	83.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	540	590	500	410	750	770	680	580	710	700	720	630	350	260	380	310
Spesa media in '000 lire (spenders)	610	660	560	470	790	810	750	650	740	730	760	680	430	380	450	370
2 - AUTO																
Nulla o quasi	61.5	36.9	84.8	82.3	39.7	26.3	75.4	69.5	45.5	30.7	75.7	69.2	79.8	54.1	89.5	88.3
Fino a 100.000 lire	2.1	2.4	1.8	1.7	3.0	2.7	3.8	3.0	2.7	2.4	3.3	3.3	1.4	2.3	1.0	1.0
Da 100.000 a 500.000 lire	7.1	9.8	4.5	5.6	8.7	9.8	5.7	9.4	8.5	10.4	4.6	5.9	5.4	8.0	4.4	5.4
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	11.7	18.5	5.2	5.9	15.4	17.8	9.2	10.9	15.6	17.6	11.3	14.8	7.3	21.1	2.1	1.9
Da 1 a 2 milioni di lire	11.9	20.9	3.5	4.0	21.4	27.2	6.0	6.1	18.4	24.9	5.0	5.9	4.6	9.7	2.7	3.1
Da 2 a 5 milioni di lire	4.6	9.3	.2	.6	8.8	12.1		1.1	7.3	10.9		1.0	1.5	4.7	.3	.3
Oltre 5 milioni di lire	1.1	2.2			3.1	4.3			2.0	3.0						
Totale che spendono (spenders)	38.5	63.1	15.2	17.7	60.3	73.7	24.6	30.5	54.5	69.3	24.3	30.8	20.2	45.9	10.5	11.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	530	970	110	140	990	1290	180	230	820	1140	180	260	190	500	80	90
Spesa media in '000 lire (spenders)	1370	1530	740	790	1630	1750	730	770	1510	1640	720	840	950	1090	760	780
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	62.7	63.5	61.8	55.0	61.7	61.8	61.3	56.0	60.5	61.7	58.2	49.6	65.1	68.7	63.8	57.6
Fino a 100.000 lire	8.1	6.2	9.9	10.5	6.0	5.7	6.7	5.8	7.3	5.8	10.5	8.4	9.0	7.2	9.6	11.4
Da 100.000 a 500.000 lire	12.4	12.1	12.6	15.3	10.8	10.6	11.3	12.7	11.1	12.0	9.3	12.2	13.8	12.5	14.3	16.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	5.0	5.2	4.8	6.0	6.2	6.2	6.1	7.2	4.8	4.8	4.8	6.4	5.2	6.2	4.8	5.8
Da 1 a 2 milioni di lire	4.6	5.2	4.0	4.7	6.2	6.3	6.0	8.2	6.5	6.6	6.3	9.3	2.5	1.6	2.8	2.6
Da 2 a 5 milioni di lire	3.0	3.0	3.0	3.8	3.4	3.2	4.2	5.7	3.9	3.4	5.0	7.3	1.9	1.9	1.9	2.1
Oltre 5 milioni di lire	4.3	4.7	3.9	4.6	5.7	6.1	4.5	4.4	5.8	5.8	5.9	6.7	2.5	1.9	2.8	3.6
Totale che spendono (spenders)	37.3	36.5	38.2	45.0	38.3	38.2	38.7	44.0	39.5	38.3	41.8	50.4	34.9	31.3	36.2	42.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	550	600	520	620	690	710	630	730	710	700	760	960	370	310	390	480
Spesa media in '000 lire (spenders)	1480	1630	1350	1390	1800	1860	1620	1650	1810	1820	1820	1910	1060	1000	1080	1120

Puglia

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**2965**	**1427**	**1538**	**1141**	**837**	**600**	**237**	**160**	**1443**	**946**	**497**	**331**	**1522**	**481**	**1041**	**810**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	11.1	9.5	12.7	16.3	4.0	4.6	2.1	3.8	5.0	5.5	4.0	6.1	16.4	16.7	16.3	19.7
Fino a 100.000 lire	15.3	14.0	16.5	14.8	10.4	9.8	11.9	5.0	10.2	9.5	11.7	8.4	19.6	22.1	18.4	16.9
Da 100.000 a 500.000 lire	49.0	50.1	48.0	47.2	46.9	51.0	34.9	38.2	46.2	50.5	37.3	36.4	51.4	49.5	52.3	50.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	16.8	18.1	15.4	15.4	25.7	23.0	33.5	40.2	24.9	23.2	28.7	32.6	9.7	9.0	10.0	9.7
Da 1 a 2 milioni di lire	5.7	5.4	6.0	5.5	8.4	6.8	13.0	8.3	9.5	7.1	14.6	12.9	2.4	2.2	2.5	3.0
Da 2 a 5 milioni di lire	1.8	2.5	1.2	.8	4.5	4.6	4.1	3.8	3.7	3.8	3.5	3.1	.2		.3	
Oltre 5 milioni di lire	.3	.4	.2	.1	.2	.1	.5	.8	.4	.4	.2	.4	.2	.4	.2	
Totale che spendono (spenders)	88.9	90.5	87.3	83.7	96.0	95.4	97.9	96.2	95.0	94.5	96.0	93.9	83.6	83.3	83.7	80.3
Spesa media in '000 lire (popolazione)	460	490	410	390	640	600	760	770	640	600	710	710	300	290	310	280
Spesa media in '000 lire (spenders)	510	550	470	460	660	630	780	790	670	640	740	760	360	350	370	350
2 - AUTO																
Nulla o quasi	61.8	37.1	85.3	86.8	38.4	26.0	75.3	71.5	42.7	27.1	75.5	71.8	78.4	55.3	89.3	91.8
Fino a 100.000 lire	2.9	2.4	3.3	1.9	3.5	2.8	5.5	.9	3.3	3.2	3.3	.8	2.6	1.0	3.4	2.3
Da 100.000 a 500.000 lire	5.9	9.2	2.7	2.0	6.7	7.0	6.0	1.6	6.8	8.1	4.1	2.3	5.1	11.1	2.2	1.9
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	11.7	19.8	4.1	3.6	20.4	24.7	7.6	6.7	17.9	21.8	9.6	9.3	6.4	16.1	1.9	1.7
Da 1 a 2 milioni di lire	12.4	21.4	3.9	4.5	19.8	25.0	4.2	13.2	19.9	26.0	6.8	11.7	6.0	12.9	2.7	2.0
Da 2 a 5 milioni di lire	5.1	9.8	.5	1.0	10.8	14.0	1.4	6.0	9.2	13.2	.7	4.1	1.5	3.6	.5	
Oltre 5 milioni di lire	.2	.3	.1	.1	.4	.5			.3	.5			.1		.1	.2
Totale che spendono (spenders)	38.2	62.9	14.7	13.2	61.6	74.0	24.7	28.5	57.3	72.9	24.5	28.2	21.6	44.7	10.7	8.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	490	860	130	150	880	1120	170	470	800	1080	220	380	220	470	90	70
Spesa media in '000 lire (spenders)	1270	1370	870	1130	1430	1510	710	1630	1390	1470	900	1390	1000	1060	840	830
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	65.2	60.8	69.3	60.0	56.9	54.6	63.8	42.5	58.0	54.7	64.9	46.3	71.4	71.9	71.1	64.7
Fino a 100.000 lire	8.2	9.0	7.4	8.2	7.0	6.7	8.1	3.6	7.9	7.7	8.1	5.7	8.5	11.4	7.2	9.0
Da 100.000 a 500.000 lire	10.1	11.7	8.6	12.3	13.6	15.0	9.3	21.8	12.9	14.7	9.0	17.7	7.6	6.1	8.4	10.6
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	5.2	6.3	4.1	5.2	7.4	7.8	6.3	10.7	6.1	6.6	5.0	8.5	4.4	5.7	3.8	4.1
Da 1 a 2 milioni di lire	4.5	4.9	4.2	6.1	6.7	6.7	6.5	11.5	6.0	6.0	6.0	10.3	3.2	2.9	3.4	4.7
Da 2 a 5 milioni di lire	3.6	3.0	4.1	4.8	3.7	4.0	2.7	4.4	3.8	4.4	2.4	3.9	3.4	.4	4.8	5.1
Oltre 5 milioni di lire	3.3	4.3	2.3	3.3	4.7	5.1	3.4	5.5	5.4	5.8	4.5	7.6	1.4	1.6	1.4	1.8
Totale che spendono (spenders)	34.8	39.2	30.7	40.0	43.1	45.4	36.2	57.5	42.0	45.3	35.1	53.7	28.6	28.1	28.9	35.3
Spesa media in '000 lire (popolazione)	490	570	420	570	650	710	490	820	690	750	560	940	330	230	370	440
Spesa media in '000 lire (spenders)	1420	1450	1380	1420	1520	1570	1350	1430	1640	1660	1590	1750	1140	830	1280	1250

Basilicata

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**475**	**237**	**238**	**187**	**81**	**68**	**13**	**8**	**143**	**110**	**33**	**20**	**332**	**127**	**205**	**167**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	3.9	5.8	2.1	2.9	3.8	4.2			3.1	3.8			4.2	7.5	2.3	3.1
Fino a 100.000 lire	11.8	6.9	16.5	19.0	7.5	7.7	5.8		8.0	6.9	12.6		13.3	6.8	16.9	20.5
Da 100.000 a 500.000 lire	51.4	45.3	57.1	54.4	33.0	33.7	26.7	100.0	39.7	35.8	56.5	100.0	55.8	53.5	57.1	50.9
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	20.5	28.8	12.9	14.5	35.7	39.7			31.7	39.1			16.4	20.1	14.3	15.6
Da 1 a 2 milioni di lire	11.0	13.1	9.0	7.5	16.5	14.7	32.6		15.2	14.4	18.3		9.5	12.0	8.0	8.0
Da 2 a 5 milioni di lire	1.3		2.5	1.8	3.5		34.9		2.4		12.6		.9		1.4	1.9
Oltre 5 milioni di lire																
Totale che spendono (spenders)	96.1	94.2	97.9	97.1	96.2	95.8	100.0	100.0	96.9	96.2	100.0	100.0	95.8	92.5	97.7	96.9
Spesa media in '000 lire (popolazione)	530	550	500	480	720	630	1770	300	700	620	940	300	480	490	470	490
Spesa media in '000 lire (spenders)	550	590	510	490	740	650	1770	300	720	650	940	300	500	530	480	510
2 - AUTO																
Nulla o quasi	69.8	48.4	89.6	89.2	36.0	29.6	93.0	17.6	42.2	32.4	84.7	52.9	80.1	62.0	90.1	91.9
Fino a 100.000 lire	1.7	2.2	1.3	1.8	2.4	2.6			3.9	4.8			.9		1.5	2.0
Da 100.000 a 500.000 lire	3.9	4.7	3.2	4.5	6.5	7.2			3.8	4.6			4.0	4.7	3.6	4.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	7.7	10.7	5.0	2.1	10.8	11.3	7.0	18.6	10.9	9.9	15.3	30.1	6.6	11.3	3.9	
Da 1 a 2 milioni di lire	9.8	19.5	.8	2.4	31.9	35.5		63.7	24.8	30.5		17.0	4.2	10.1	.9	1.3
Da 2 a 5 milioni di lire	7.0	14.5			12.3	13.7			14.4	17.7			4.2	11.8		
Oltre 5 milioni di lire																
Totale che spendono (spenders)	30.2	51.6	10.4	10.8	64.0	70.4	7.0	82.4	57.8	67.6	15.3	47.1	19.9	38.0	9.9	8.1
Spesa media in '000 lire (popolazione)	470	910	60	70	1030	1150		1500	960	1160	130	500	260	650	50	30
Spesa media in '000 lire (spenders)	1560	1750	560	580	1630	1630		1500	1660	1720	750	1000	1340	1720	530	410
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	74.4	67.5	80.8	72.8	51.0	46.3	93.0	17.6	60.8	55.3	84.7	52.9	79.5	77.9	80.4	74.3
Fino a 100.000 lire	6.8	6.0	7.5	10.4	11.4	12.7			10.6	13.0			5.3		8.3	11.2
Da 100.000 a 500.000 lire	5.2	8.2	2.4	4.6	14.9	16.6		63.7	10.4	12.8		17.0	3.3	4.3	2.7	3.6
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	5.8	9.9	2.1	2.0	9.8	10.9			8.3	10.2			4.9	9.6	2.3	2.2
Da 1 a 2 milioni di lire	1.8	2.9	.8	1.1	6.1	6.8			3.5	4.4			1.2	1.6	.9	1.2
Da 2 a 5 milioni di lire	3.1	1.1	5.0	6.9	.7		7.0	18.6	2.9		15.3	30.1	3.2	2.1	3.8	5.2
Oltre 5 milioni di lire	2.9	4.5	1.5	2.1	6.1	6.8			3.5	4.3			2.7	4.6	1.6	2.2
Totale che spendono (spenders)	25.6	32.5	19.2	27.2	49.0	53.7	7.0	82.4	39.2	44.7	15.3	47.1	20.5	22.1	19.6	25.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	400	480	320	450	600	650		300	470	450	580	1220	390	510	300	400
Spesa media in '000 lire (spenders)	1580	1510	1680	1660	1230	1230		300	1210	1010	3500	2430	1870	2240	1510	1550

Calabria

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1583**	**780**	**803**	**613**	**484**	**346**	**138**	**104**	**815**	**542**	**273**	**210**	**768**	**237**	**530**	**403**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	6.3	6.1	6.6	8.6	4.5	4.9	3.5	8.2	4.2	4.7	3.2	5.6	8.9	10.3	8.4	10.2
Fino a 100.000 lire	14.0	8.6	19.2	19.8	5.4	3.4	10.5	9.1	8.2	5.9	12.8	13.0	20.9	16.5	22.6	23.4
Da 100.000 a 500.000 lire	44.1	46.1	42.2	45.4	37.3	39.1	32.7	38.1	41.4	43.3	37.5	43.3	47.2	54.0	44.7	46.5
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	23.4	25.0	21.8	18.3	30.1	31.4	26.9	18.4	28.3	28.5	28.1	20.1	17.5	15.1	18.4	17.3
Da 1 a 2 milioni di lire	9.1	9.5	8.7	5.2	16.6	14.7	21.3	15.6	12.2	11.4	13.8	10.2	5.4	4.2	5.9	2.6
Da 2 a 5 milioni di lire	3.0	4.6	1.4	2.8	5.9	6.5	4.1	10.6	5.5	6.3	4.1	7.9				
Oltre 5 milioni di lire	.1		.2		.3		.9		.2		.6					
Totale che spendono (spenders)	93.7	93.9	93.4	91.4	95.5	95.1	96.5	91.8	95.8	95.3	96.8	94.4	91.1	89.7	91.6	89.8
Spesa media in '000 lire (popolazione)	570	640	500	460	830	810	850	850	740	740	740	730	370	350	380	320
Spesa media in '000 lire (spenders)	610	680	540	510	860	850	880	920	770	780	760	770	410	390	410	360
2 - AUTO																
Nulla o quasi	61.2	41.9	79.6	75.9	34.3	24.5	59.3	35.7	41.9	30.6	64.8	51.5	84.0	74.6	87.6	88.9
Fino a 100.000 lire	3.4	2.9	3.8	2.7	4.7	4.4	5.6	4.5	5.1	3.9	7.6	6.8	1.3		1.8	.6
Da 100.000 a 500.000 lire	5.2	5.1	5.3	5.1	6.3	7.1	4.2	3.6	5.7	6.9	3.4	4.5	4.6		6.3	5.4
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	10.6	14.9	6.5	5.4	18.3	18.8	17.2	23.0	15.5	17.2	11.9	14.2	4.9	8.3	3.6	.8
Da 1 a 2 milioni di lire	11.0	18.5	3.9	8.0	17.6	20.5	10.2	20.2	17.5	21.4	9.8	14.7	3.3	10.3	.7	4.4
Da 2 a 5 milioni di lire	6.9	13.1	.9	2.1	14.4	18.7	3.6	9.4	11.1	15.3	2.6	6.1	1.9	6.9		
Oltre 5 milioni di lire	1.7	3.5		.8	4.3	6.0		3.5	3.1	4.7		2.3				
Totale che spendono (spenders)	38.8	58.1	20.4	24.1	65.7	75.5	40.7	64.3	58.1	69.4	35.2	48.5	16.0	25.4	12.4	11.1
Spesa media in '000 lire (popolazione)	620	1110	160	300	1220	1540	450	1100	1000	1330	350	700	170	460	60	90
Spesa media in '000 lire (spenders)	1590	1900	790	1240	1850	2040	1080	1700	1730	1920	980	1460	1040	1820	460	800
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	57.1	55.3	58.9	51.8	47.9	48.0	47.8	37.4	49.9	51.5	46.7	37.5	65.7	66.3	65.4	59.5
Fino a 100.000 lire	5.1	4.2	6.0	4.8	7.4	6.0	10.9	5.9	6.2	5.4	7.8	6.4	3.8	.8	5.0	4.0
Da 100.000 a 500.000 lire	14.7	15.2	14.3	18.0	17.5	16.5	20.2	24.7	17.4	16.9	18.5	23.6	11.5	10.1	12.0	15.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	8.6	7.9	9.4	10.8	7.9	7.4	9.4	9.8	9.2	6.8	13.9	14.2	8.0	10.9	6.9	8.9
Da 1 a 2 milioni di lire	5.3	6.9	3.9	6.5	6.5	7.7	3.5	6.8	6.1	6.6	5.2	7.5	4.4	7.7	3.1	5.9
Da 2 a 5 milioni di lire	4.3	5.2	3.4	4.4	5.0	6.8	.3	4.7	4.5	6.5	.6	2.7	3.9	1.3	4.9	5.3
Oltre 5 milioni di lire	4.8	5.4	4.3	3.7	7.7	7.6	7.9	10.8	6.7	6.3	7.3	8.0	2.7	2.9	2.6	1.4
Totale che spendono (spenders)	42.9	44.7	41.1	48.2	52.1	52.0	52.2	62.6	50.1	48.5	53.3	62.5	34.3	33.7	34.6	40.5
Spesa media in '000 lire (popolazione)	680	770	590	660	910	1000	760	1100	850	870	760	960	490	480	500	490
Spesa media in '000 lire (spenders)	1590	1730	1430	1370	1760	1920	1460	1800	1690	1800	1430	1540	1440	1410	1450	1220

Sicilia

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3834**	**1877**	**1957**	**1528**	**1084**	**769**	**314**	**226**	**1870**	**1205**	**665**	**471**	**1964**	**672**	**1292**	**1057**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	6.5	6.4	6.7	8.3	3.6	3.8	3.0	3.3	4.0	4.2	3.5	3.9	9.2	10.8	8.5	10.6
Fino a 100.000 lire	18.0	14.0	21.7	24.1	10.5	11.0	9.4	9.8	10.6	9.8	11.9	10.9	25.9	22.8	27.5	31.1
Da 100.000 a 500.000 lire	44.8	47.2	42.4	43.1	39.2	42.6	31.3	34.6	42.9	47.4	34.8	39.1	46.8	46.8	46.8	45.3
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	21.3	21.8	20.8	17.7	30.6	27.4	38.0	37.2	28.3	25.2	33.7	32.6	13.9	14.9	13.4	9.8
Da 1 a 2 milioni di lire	7.4	8.4	6.4	6.0	12.1	11.1	14.2	13.0	11.1	10.5	12.1	11.2	3.4	4.0	3.2	3.2
Da 2 a 5 milioni di lire	2.0	2.0	1.9	.8	3.9	3.8	4.1	2.0	3.2	2.7	4.0	2.2	.7	.7	.7	
Oltre 5 milioni di lire	.1	.1			.2	.3			.1	.2						
Totale che spendono (spenders)	93.5	93.6	93.3	91.7	96.4	96.2	97.0	96.7	96.0	95.8	96.5	96.1	90.8	89.2	91.5	89.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	490	520	460	400	690	650	740	660	630	600	680	620	340	350	330	280
Spesa media in '000 lire (spenders)	530	550	500	430	710	680	760	690	660	630	710	640	380	390	360	310
2 - AUTO																
Nulla o quasi	58.9	33.2	83.2	81.4	33.2	20.3	63.2	54.1	41.7	25.9	69.5	61.8	77.3	48.6	91.2	91.8
Fino a 100.000 lire	1.9	.9	2.8	2.5	1.9	.6	4.9	5.0	2.4	.7	5.2	5.5	1.3	1.2	1.4	.9
Da 100.000 a 500.000 lire	8.2	11.3	5.2	5.6	8.4	9.4	6.1	7.4	8.5	9.3	7.1	8.5	7.9	15.5	4.2	4.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	13.2	22.6	4.3	4.6	22.8	27.3	12.2	12.9	18.7	25.4	6.9	7.8	7.3	16.7	2.7	2.8
Da 1 a 2 milioni di lire	12.3	21.6	3.4	5.0	21.7	26.4	10.7	15.9	19.1	24.9	8.9	13.6	5.0	14.7	.3	.5
Da 2 a 5 milioni di lire	5.1	9.4	1.0	.8	10.7	14.0	2.8	3.6	8.7	12.3	2.4	2.3	1.3	3.3	.3	
Oltre 5 milioni di lire	.5	.9		.2	1.3	1.9		1.1	.9	1.4		.6				
Totale che spendono (spenders)	41.1	66.8	16.8	18.6	66.8	79.7	36.8	45.9	58.3	74.1	30.5	38.2	22.7	51.4	8.8	8.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	520	930	140	170	990	1260	370	590	820	1120	290	420	200	510	50	40
Spesa media in '000 lire (spenders)	1270	1390	820	930	1480	1580	1010	1270	1410	1510	940	1090	880	990	560	490
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	61.5	61.0	61.9	57.1	54.3	54.3	54.5	45.6	55.6	57.1	52.9	46.1	67.8	69.2	67.1	63.0
Fino a 100.000 lire	10.1	7.9	12.2	12.6	8.9	7.8	11.3	9.4	9.3	7.7	12.2	9.9	11.0	8.4	12.2	14.1
Da 100.000 a 500.000 lire	9.2	10.2	8.2	8.6	8.0	8.3	7.2	7.8	9.1	9.3	8.7	9.6	9.4	12.2	8.0	8.1
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	6.2	6.2	6.2	6.9	8.2	7.2	10.6	13.5	8.3	7.1	10.3	12.1	3.9	4.2	3.8	4.2
Da 1 a 2 milioni di lire	5.6	6.2	4.9	6.5	7.7	8.6	5.7	8.7	6.9	7.9	5.2	7.6	4.1	2.7	4.8	5.9
Da 2 a 5 milioni di lire	3.8	4.7	2.9	4.1	7.2	7.8	5.9	9.8	5.3	6.0	4.1	6.6	2.1	1.8	2.2	2.7
Oltre 5 milioni di lire	3.7	3.7	3.7	4.2	5.7	6.0	4.8	5.2	5.5	4.8	6.6	8.2	1.8	1.4	2.0	2.2
Totale che spendono (spenders)	38.5	39.0	38.1	42.9	45.7	45.7	45.5	54.4	44.4	42.9	47.1	53.9	32.2	30.8	32.9	37.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	560	600	510	620	860	920	720	960	770	760	800	1040	330	270	350	400
Spesa media in '000 lire (spenders)	1440	1540	1340	1450	1880	2000	1570	1760	1730	1760	1700	1930	1010	870	1050	1090

Sardegna

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1232**	**611**	**621**	**459**	**774**	**438**	**336**	**253**	**1016**	**552**	**464**	**339**	**216**	**59**	**157**	**120**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	6.2	7.3	5.3	4.5	1.9	3.1	.5	.6	3.7	3.9	3.4	2.8	17.4	32.2	10.9	8.8
Fino a 100.000 lire	13.9	10.5	17.2	17.8	8.7	5.6	12.5	8.8	9.7	6.6	13.1	11.5	32.3	38.8	29.4	34.8
Da 100.000 a 500.000 lire	47.3	49.6	45.2	43.5	49.3	52.0	46.1	47.6	49.8	52.9	46.5	48.0	36.5	25.7	41.3	31.6
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	18.0	19.4	16.6	20.7	19.5	22.2	16.1	20.0	19.3	21.6	16.8	20.2	12.1	3.3	16.0	21.9
Da 1 a 2 milioni di lire	10.0	10.3	9.6	11.3	14.4	13.8	15.1	19.0	11.9	11.7	12.1	14.5	1.6		2.4	2.9
Da 2 a 5 milioni di lire	4.2	2.9	5.3	2.2	5.6	3.4	8.2	4.1	5.1	3.3	7.1	3.0				
Oltre 5 milioni di lire	.4		.7		.6		1.4		.5		1.0					
Totale che spendono (spenders)	93.8	92.7	94.7	95.5	98.1	96.9	99.5	99.4	96.3	96.1	96.6	97.2	82.6	67.8	89.1	91.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	610	560	650	540	750	660	870	720	690	620	770	620	250	130	300	330
Spesa media in '000 lire (spenders)	650	610	680	570	760	680	880	730	720	650	790	640	300	180	340	360
2 - AUTO																
Nulla o quasi	61.4	39.0	82.2	80.2	51.9	31.3	77.0	75.9	55.2	34.4	78.1	75.2	88.1	73.4	94.7	93.3
Fino a 100.000 lire	1.5	2.0	1.2	2.3	.9	.8	1.0	1.4	1.3	1.8	.7	2.0	2.6	3.0	2.5	3.1
Da 100.000 a 500.000 lire	5.7	7.9	3.6	4.3	6.8	8.4	4.9	5.8	7.0	9.0	4.7	5.9				
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	9.5	14.9	4.4	3.6	10.7	15.3	5.1	3.5	10.3	14.4	5.8	4.9	5.8	18.8		
Da 1 a 2 milioni di lire	13.1	19.2	7.4	9.7	17.8	23.7	10.5	13.5	15.7	21.8	9.0	11.9	2.0		2.9	3.6
Da 2 a 5 milioni di lire	7.7	14.6	1.3		10.7	18.2	1.5		9.5	16.5	1.7					
Oltre 5 milioni di lire	1.1	2.4			1.3	2.3			1.1	2.0			1.5	4.9		
Totale che spendono (spenders)	38.6	61.0	17.8	19.8	48.1	68.7	23.0	24.1	44.8	65.6	21.9	24.8	11.9	26.6	5.3	6.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	630	1100	200	190	830	1310	250	250	730	1180	250	230	190	540	40	50
Spesa media in '000 lire (spenders)	1640	1810	1120	950	1740	1890	1110	1020	1640	1790	1140	960	1600	1930	790	790
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	65.0	68.7	61.5	55.3	57.9	62.5	52.3	40.7	61.9	64.9	58.6	47.1	78.5	97.0	70.3	77.1
Fino a 100.000 lire	4.5	4.0	4.9	1.8	5.0	5.0	5.0	2.6	4.5	4.6	4.4	2.5	4.4		6.3	
Da 100.000 a 500.000 lire	9.6	5.2	13.7	18.3	10.9	5.5	17.4	22.8	10.4	5.5	15.8	21.8	5.9	3.0	7.2	9.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	6.5	7.1	6.1	7.4	8.4	10.2	6.1	10.1	6.7	8.0	5.2	8.5	6.0		8.7	4.4
Da 1 a 2 milioni di lire	6.5	7.1	6.0	7.4	9.1	8.1	10.5	12.6	7.9	8.1	7.7	9.7	.7		1.0	1.2
Da 2 a 5 milioni di lire	4.0	3.6	4.3	5.9	3.0	2.5	3.7	5.0	3.9	4.1	3.6	5.0	4.6		6.6	8.2
Oltre 5 milioni di lire	3.9	4.3	3.5	3.9	5.7	6.3	5.0	6.2	4.8	4.8	4.7	5.3				
Totale che spendono (spenders)	35.0	31.3	38.5	44.7	42.1	37.5	47.7	59.3	38.1	35.1	41.4	52.9	21.5	3.0	29.7	22.9
Spesa media in '000 lire (popolazione)	590	610	580	700	740	750	720	960	670	690	660	830	230	10	330	360
Spesa media in '000 lire (spenders)	1700	1960	1500	1570	1760	2000	1530	1620	1770	1980	1600	1570	1070	300	1100	1540

Totale Italia - Adulti

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**19108**	**2551**	**10869**	**5688**	**11681**	**1406**	**6002**	**4274**	**5947**	**201**	**2304**	**3442**	**9119**	**185**	**2413**	**6521**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	2.5	1.5	2.0	3.8	9.6	5.8	7.7	13.6	5.5	1.6	4.4	6.5	21.2	14.2	13.5	24.0
Fino a 100.000 lire	6.7	2.2	5.0	11.9	15.5	5.0	14.9	20.4	14.9	3.2	11.1	18.1	30.0	23.1	25.8	31.7
Da 100.000 a 500.000 lire	41.1	27.3	40.8	47.9	48.5	33.2	51.1	51.1	50.6	32.0	47.3	54.0	39.5	38.1	47.8	36.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	29.9	33.5	31.1	26.2	18.2	30.7	19.3	12.0	20.5	28.1	25.8	16.6	7.4	8.6	10.3	6.4
Da 1 a 2 milioni di lire	15.0	25.5	15.9	8.6	6.3	17.9	5.8	2.4	6.7	23.1	8.9	4.2	1.6	13.2	2.2	1.0
Da 2 a 5 milioni di lire	4.5	9.2	4.9	1.6	1.7	7.1	1.2	.4	1.5	10.1	2.2	.5	.2	2.9	.5	
Oltre 5 milioni di lire	.3	.8	.3	.1	.2	.5	.1	.1	.2	1.9	.3	.1				
Totale che spendono (spenders)	97.5	98.5	98.0	96.2	90.4	94.2	92.3	86.4	94.5	98.4	95.6	93.5	78.8	85.8	86.5	76.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	760	1100	790	540	460	880	450	320	490	1140	570	380	230	490	290	200
Spesa media in '000 lire (spenders)	780	1110	810	560	510	940	480	360	510	1160	600	410	290	570	340	260
2 - AUTO																
Nulla o quasi	37.5	29.8	36.1	43.5	51.8	31.4	48.3	64.5	63.9	51.6	54.7	70.6	83.9	64.6	74.7	87.7
Fino a 100.000 lire	3.5	3.0	3.9	2.9	1.4	1.6	1.6	1.0	3.0	4.6	4.1	2.2	.7		1.1	.7
Da 100.000 a 500.000 lire	8.4	8.7	8.6	7.8	6.7	7.9	7.2	5.5	10.0	12.2	12.6	8.1	3.7	6.3	5.9	2.9
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	15.4	16.8	15.1	15.2	14.0	15.3	14.7	12.5	9.8	10.0	12.9	7.9	5.5	13.4	7.6	4.6
Da 1 a 2 milioni di lire	22.1	22.4	23.2	20.1	17.0	22.2	19.0	12.4	10.0	10.6	12.7	8.3	4.6	2.9	9.1	3.2
Da 2 a 5 milioni di lire	11.9	16.2	12.0	9.6	8.1	17.4	8.5	4.0	3.1	6.7	2.9	3.0	1.4	12.8	1.4	1.0
Oltre 5 milioni di lire	1.4	3.0	1.3	.9	1.0	4.2	.8	.1	.2	4.3			.1		.2	
Totale che spendono (spenders)	62.5	70.2	63.9	56.5	48.2	68.6	51.7	35.5	36.1	48.4	45.3	29.4	16.1	35.4	25.3	12.3
Spesa media in '000 lire (popolazione)	990	1270	1000	840	740	1380	770	440	380	830	430	310	170	620	280	130
Spesa media in '000 lire (spenders)	1580	1810	1560	1480	1530	2010	1480	1250	1040	1700	950	1060	1080	1760	1090	1020
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	53.8	48.3	50.8	61.9	49.1	36.3	47.7	56.0	64.2	59.8	58.2	68.3	69.8	59.2	61.4	73.0
Fino a 100.000 lire	8.8	8.0	9.1	8.7	7.8	5.5	7.4	9.2	8.3	10.5	10.2	6.9	7.9	10.2	8.5	7.7
Da 100.000 a 500.000 lire	11.5	11.2	12.0	10.5	13.7	15.9	13.7	12.9	9.6	11.1	10.3	9.0	9.3	8.2	11.0	8.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	6.8	8.1	7.4	5.1	9.9	11.4	10.5	8.6	6.1	7.6	4.8	6.8	5.3	7.5	6.7	4.7
Da 1 a 2 milioni di lire	6.7	8.0	6.8	5.7	8.3	10.0	9.3	6.5	4.9	4.6	5.9	4.2	3.0	5.8	5.4	2.0
Da 2 a 5 milioni di lire	5.6	7.6	5.9	4.0	6.4	8.8	7.2	4.3	3.7	3.1	6.0	2.3	2.7	7.4	3.7	2.2
Oltre 5 milioni di lire	6.9	8.8	8.0	4.1	4.8	12.0	4.3	2.6	3.2	3.2	4.6	2.4	2.0	1.6	3.2	1.6
Totale che spendono (spenders)	46.2	51.7	49.2	38.1	50.9	63.7	52.3	44.0	35.8	40.2	41.8	31.7	30.2	40.8	38.6	27.0
Spesa media in '000 lire (popolazione)	870	1100	970	590	800	1430	820	540	510	520	700	390	350	550	520	290
Spesa media in '000 lire (spenders)	1880	2130	1960	1540	1580	2260	1560	1220	1430	1310	1660	1240	1160	1340	1360	1060

Totale Italia - Uomini

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**11034**	**1446**	**6052**	**3536**	**6488**	**779**	**3203**	**2507**	**1589**	**48**	**554**	**987**	**2979**	**49**	**713**	**2217**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	2.8	1.8	2.0	4.5	9.0	4.0	7.2	13.2	6.7	6.2	7.3	6.3	21.6	18.7	12.0	24.6
Fino a 100.000 lire	6.0	1.7	3.8	11.3	15.1	5.1	14.7	19.2	16.3	6.0	14.2	18.2	25.0	6.8	20.6	26.8
Da 100.000 a 500.000 lire	42.9	31.3	42.6	48.3	49.1	34.3	51.8	51.3	50.4	42.9	43.1	55.3	42.7	39.9	52.8	39.7
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	30.9	36.0	32.3	26.6	19.4	33.8	20.2	13.1	18.7	25.3	25.5	14.2	8.6	8.6	13.1	7.2
Da 1 a 2 milioni di lire	13.2	21.0	14.6	7.8	5.9	16.9	5.1	2.8	5.7	11.9	7.5	4.1	2.2	26.0	1.5	1.7
Da 2 a 5 milioni di lire	3.9	7.4	4.6	1.3	1.4	5.5	1.0	.4	2.1	7.8	2.4	1.6				
Oltre 5 milioni di lire	.2	.9	.1	.1	.1	.4			.2			.3				
Totale che spendono (spenders)	97.2	98.2	98.0	95.5	91.0	96.0	92.8	86.8	93.3	93.8	92.7	93.7	78.4	81.3	88.0	75.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	720	1000	760	520	450	830	430	320	470	730	530	420	240	570	290	220
Spesa media in '000 lire (spenders)	740	1020	780	550	490	870	460	370	510	790	570	450	310	700	330	290
2 - AUTO																
Nulla o quasi	24.1	20.5	21.8	29.4	28.7	8.9	22.4	43.8	32.9	43.0	30.0	34.0	59.8	19.2	36.4	68.1
Fino a 100.000 lire	2.1	2.2	2.0	2.5	1.4	1.3	1.7	1.2	1.7		2.9	1.1	1.0		1.8	.8
Da 100.000 a 500.000 lire	7.6	9.1	7.1	7.8	7.8	4.7	8.6	8.0	14.4	6.2	16.0	14.1	8.4	3.1	13.8	6.9
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	16.5	15.1	15.9	18.0	19.7	16.4	20.9	19.5	20.3	5.8	18.9	22.0	14.0	26.5	19.3	12.1
Da 1 a 2 milioni di lire	29.2	23.3	32.0	27.2	26.8	32.8	30.1	20.5	21.1	8.5	23.6	20.4	12.4	10.7	23.3	9.1
Da 2 a 5 milioni di lire	18.2	24.6	19.0	14.0	13.8	28.7	14.9	6.9	9.1	22.8	8.6	8.4	4.1	40.4	4.8	3.0
Oltre 5 milioni di lire	2.3	5.2	2.3	1.1	1.7	7.2	1.4	.2	.5	13.8			.2		.7	
Totale che spendono (spenders)	75.9	79.5	78.2	70.6	71.3	91.1	77.6	56.2	67.1	57.0	70.0	66.0	40.2	80.8	63.6	31.9
Spesa media in '000 lire (popolazione)	1380	1710	1450	1140	1180	2130	1260	730	870	1990	850	810	470	1800	750	350
Spesa media in '000 lire (spenders)	1820	2160	1850	1610	1660	2340	1620	1300	1290	3390	1210	1220	1170	2210	1180	1100
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	55.0	52.2	51.9	61.1	47.6	32.5	45.7	55.6	71.0	65.7	69.2	72.5	70.1	44.1	53.5	75.9
Fino a 100.000 lire	7.8	7.6	7.5	8.4	6.5	3.8	6.8	7.0	5.7		5.6	6.1	6.3	6.8	10.4	5.1
Da 100.000 a 500.000 lire	11.2	9.1	11.7	11.5	13.6	12.3	13.9	13.6	8.0		8.4	8.3	10.6	15.8	16.5	8.7
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	5.8	6.7	6.3	4.6	10.4	13.6	10.8	8.7	5.1	5.8	5.0	5.0	4.3	13.3	5.3	3.8
Da 1 a 2 milioni di lire	6.5	8.4	6.7	5.4	9.1	11.8	9.8	7.2	3.8	13.3	4.4	2.9	2.5	8.1	3.7	2.1
Da 2 a 5 milioni di lire	6.3	6.9	6.9	5.0	7.2	10.7	8.2	4.8	3.4	7.5	5.7	1.8	3.1	11.9	5.6	2.2
Oltre 5 milioni di lire	7.4	9.1	9.0	4.1	5.6	15.3	4.8	3.1	3.0	7.8	1.8	3.3	2.9		5.1	2.3
Totale che spendono (spenders)	45.0	47.8	48.1	38.9	52.4	67.5	54.3	44.4	29.0	34.3	30.8	27.5	29.9	55.9	46.5	24.1
Spesa media in '000 lire (popolazione)	920	1090	1060	610	910	1770	900	600	450	980	460	410	420	660	710	320
Spesa media in '000 lire (spenders)	2040	2270	2210	1570	1730	2620	1650	1350	1560	2850	1500	1490	1400	1190	1520	1330

Totale Italia - Donne

Spesa annua per abbigliamento, auto e arredamento

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**8074**	**1106**	**4817**	**2151**	**5193**	**627**	**2799**	**1767**	**4358**	**153**	**1750**	**2455**	**6140**	**136**	**1700**	**4304**
	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**
1 - ABBIGLIAMENTO																
Nulla o quasi	2.0	1.0	2.0	2.5	10.3	8.0	8.3	14.1	5.2		3.5	6.6	21.0	12.7	14.1	23.8
Fino a 100.000 lire	7.7	2.9	6.5	12.9	16.1	4.9	15.2	22.1	14.5	2.2	10.1	18.1	32.4	28.2	28.0	34.1
Da 100.000 a 500.000 lire	38.5	21.8	38.6	47.1	47.8	31.7	50.2	50.7	50.7	28.0	48.7	53.5	38.0	37.5	45.6	35.4
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	28.5	30.2	29.5	25.5	16.7	26.7	18.1	10.5	21.1	29.1	25.9	17.4	6.9	8.6	9.1	6.1
Da 1 a 2 milioni di lire	17.5	31.7	17.5	9.9	6.7	19.2	6.7	1.8	7.0	27.2	9.3	4.2	1.3	9.0	2.4	.7
Da 2 a 5 milioni di lire	5.4	11.7	5.4	2.1	2.1	9.0	1.4	.5	1.3	11.0	2.1	.1	.3	3.9	.7	
Oltre 5 milioni di lire	.4	.7	.5		.3	.5	.3	.2	.3	2.5	.4					
Totale che spendono (spenders)	98.0	99.0	98.0	97.5	89.7	92.0	91.7	85.9	94.8	100.0	96.5	93.4	79.0	87.3	85.9	76.2
Spesa media in '000 lire (popolazione)	810	1230	830	560	480	940	470	310	490	1280	580	370	220	460	290	190
Spesa media in '000 lire (spenders)	830	1240	840	580	530	1020	510	360	510	1280	610	400	280	530	340	240
2 - AUTO																
Nulla o quasi	56.0	42.6	53.9	67.7	81.0	59.7	78.8	92.8	74.4	54.7	62.6	83.5	95.2	79.2	91.0	97.3
Fino a 100.000 lire	5.3	4.1	6.3	3.7	1.3	1.9	1.6	.7	3.4	6.2	4.5	2.5	.6		.8	.6
Da 100.000 a 500.000 lire	9.4	8.2	10.4	8.0	5.3	12.0	5.6	2.1	8.5	14.4	11.6	6.0	1.5	7.3	2.6	1.0
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	13.8	19.1	14.1	10.5	6.7	13.9	7.3	3.0	6.3	11.6	11.0	2.9	1.5	9.1	2.6	.9
Da 1 a 2 milioni di lire	12.3	21.2	12.1	7.8	4.7	8.9	5.8	1.4	6.3	11.3	9.3	4.0	1.0	.4	3.1	.3
Da 2 a 5 milioni di lire	3.1	4.8	3.2	1.9	.9	3.2	.8		1.1	.8	1.1	1.1	.1	3.9		
Oltre 5 milioni di lire	.1	.1		.5	.1	.5			*	.8						
Totale che spendono (spenders)	44.0	57.4	46.1	32.3	19.0	40.3	21.2	7.2	25.6	45.3	37.4	16.5	4.8	20.8	9.0	2.7
Spesa media in '000 lire (popolazione)	440	670	440	320	170	430	190	50	210	430	300	140	40	220	70	10
Spesa media in '000 lire (spenders)	990	1160	940	990	920	1060	890	700	820	940	800	840	740	1080	820	540
3 - ARREDAMENTO																
Nulla o quasi	52.2	43.0	49.3	63.2	51.1	41.2	50.1	56.4	61.9	57.8	54.7	66.9	69.7	64.0	64.8	71.6
Fino a 100.000 lire	10.3	8.6	11.1	9.3	9.4	7.6	8.0	12.2	9.2	14.3	11.6	7.2	8.7	11.3	7.7	8.9
Da 100.000 a 500.000 lire	11.8	14.1	12.5	8.9	13.8	20.4	13.4	11.9	10.1	15.1	10.9	9.3	8.7	5.8	8.7	8.8
Da 500.000 a 1.000.000 di lire	8.1	9.9	8.6	6.0	9.3	8.7	10.1	8.6	6.4	8.2	4.7	7.5	5.7	5.6	7.3	5.1
Da 1 a 2 milioni di lire	6.8	7.5	7.0	6.1	7.4	7.7	8.6	5.5	5.2	1.5	6.4	4.6	3.2	5.1	6.2	2.0
Da 2 a 5 milioni di lire	4.6	8.5	4.6	2.4	5.3	6.5	6.1	3.6	3.8	1.6	6.1	2.4	2.5	6.0	2.9	2.2
Oltre 5 milioni di lire	6.3	8.3	6.8	4.1	3.7	7.9	3.7	1.9	3.3	1.6	5.5	2.0	1.6	2.2	2.4	1.2
Totale che spendono (spenders)	47.8	57.0	50.7	36.8	48.9	58.8	49.9	43.6	38.1	42.2	45.3	33.1	30.3	36.0	35.2	28.4
Spesa media in '000 lire (popolazione)	810	1120	850	540	670	1030	730	460	530	270	770	390	320	510	450	270
Spesa media in '000 lire (spenders)	1680	1960	1680	1470	1370	1750	1450	1050	1390	660	1700	1160	1050	1400	1270	940

Parte III

Consumo di 15 bevande

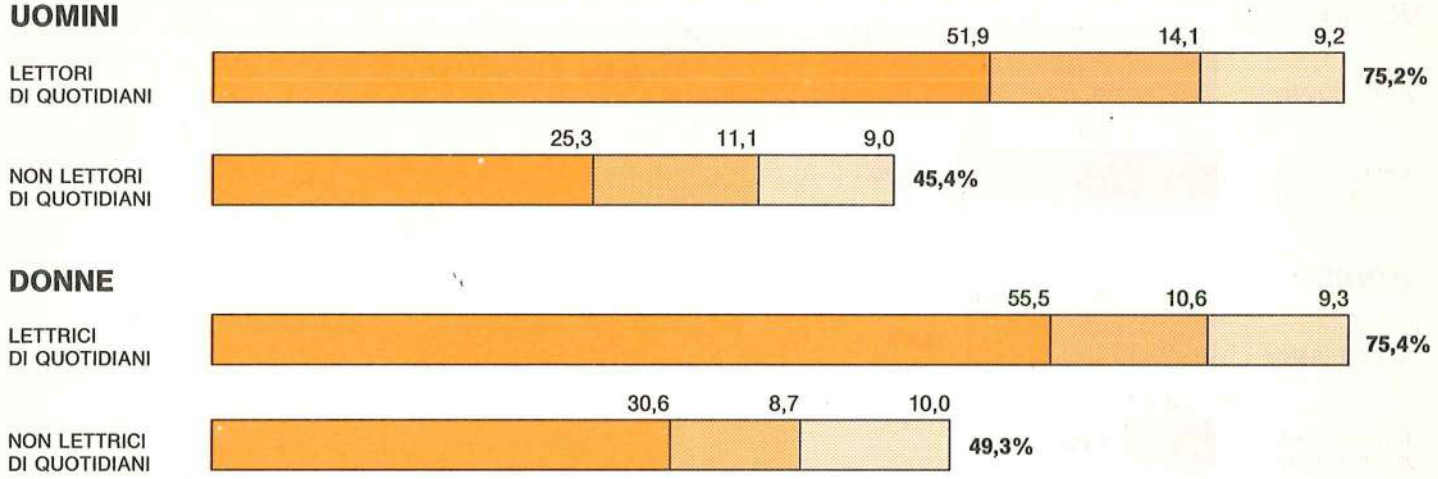
secondo lettori e non lettori di quotidiani

Consumo di 15 bevande

TOTALE ITALIA

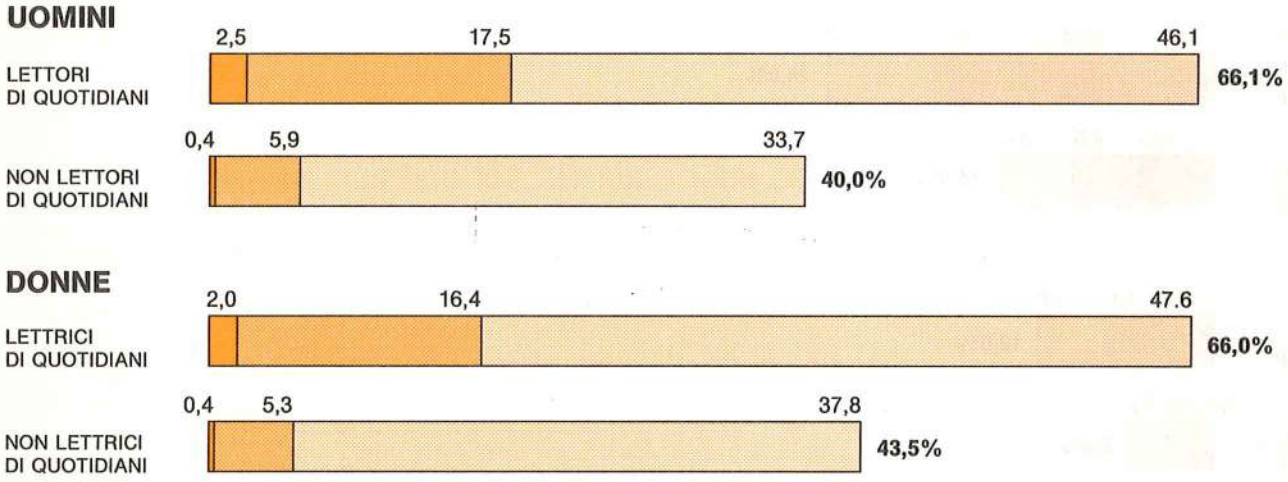
1. ACQUA MINERALE

UOMINI



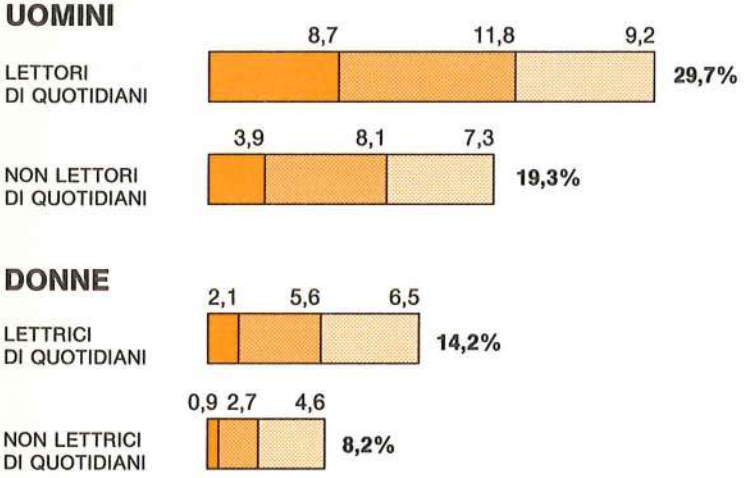
2. SPUMANTE ITALIANO

UOMINI



3. BRANDY ITALIANO

UOMINI



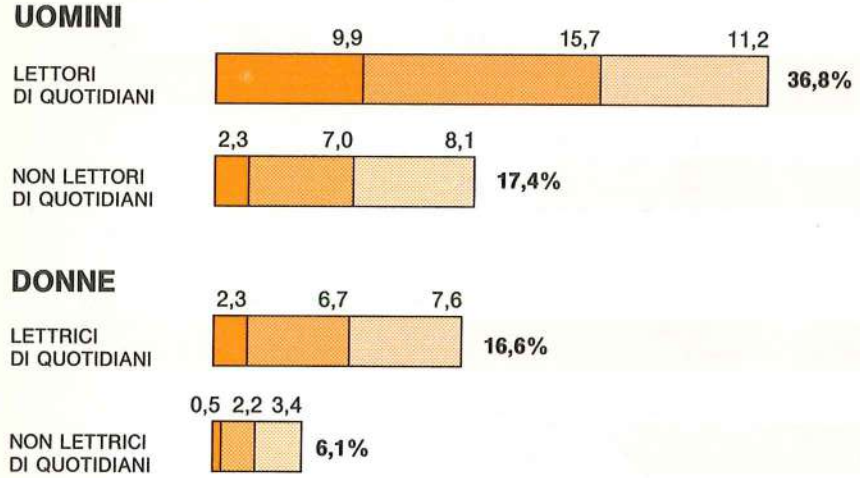
FORTI CONSUMATORI — MEDI CONSUMATORI — DEBOLI CONSUMATORI

Consumo di 15 bevande

TOTALE ITALIA

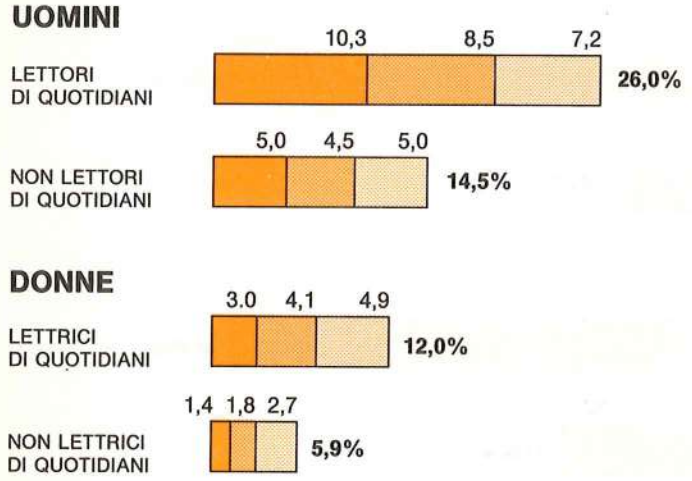
4. WHISKY

UOMINI



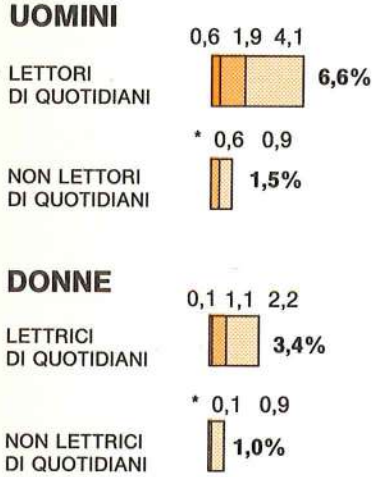
5. GRAPPA

UOMINI



6. WODKA

UOMINI



FORTI CONSUMATORI

MEDI CONSUMATORI

DEBOLI CONSUMATORI

7. AMARETTO

UOMINI

LETTORI DI QUOTIDIANI: 2,1 — 7,3 — 8,5 — **17,9%**

NON LETTORI DI QUOTIDIANI: 1,8 — 7,9 — 8,7 — **18,4%**

DONNE

LETTRICI DI QUOTIDIANI: 1,3 — 6,8 — 8,8 — **16,9%**

NON LETTRICI DI QUOTIDIANI: 1,1 — 5,4 — 11,3 — **17,8%**

8. SAMBUCA

UOMINI

LETTORI DI QUOTIDIANI: 1,9 — 4,3 — 4,3 — **10,5%**

NON LETTORI DI QUOTIDIANI: 1,6 — 4,2 — 4,9 — **10,7%**

DONNE

LETTRICI DI QUOTIDIANI: 0,9 — 2,4 — 4,1 — **7,4%**

NON LETTRICI DI QUOTIDIANI: 0,6 — 2,6 — 5,8 — **9,0%**

9. LIQUORE AL CAFFÈ

UOMINI

LETTORI DI QUOTIDIANI: 1,4 — 4,3 — 5,1 — **10,8%**

NON LETTORI DI QUOTIDIANI: 0,6 — 3,9 — 4,1 — **8,6%**

DONNE

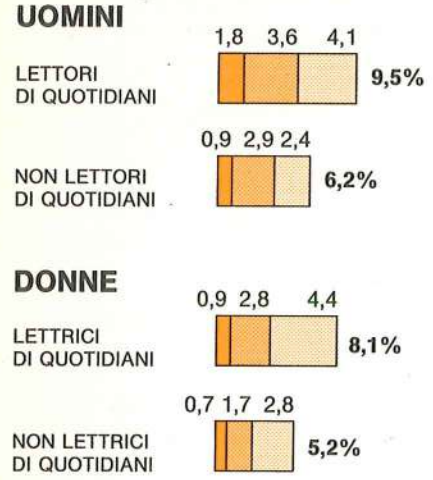
LETTRICI DI QUOTIDIANI: 0,9 — 4,3 — 6,4 — **11,6%**

NON LETTRICI DI QUOTIDIANI: 0,7 — 3,1 — 6,5 — **10,3%**

FORTI CONSUMATORI — MEDI CONSUMATORI — DEBOLI CONSUMATORI

10. CHINA

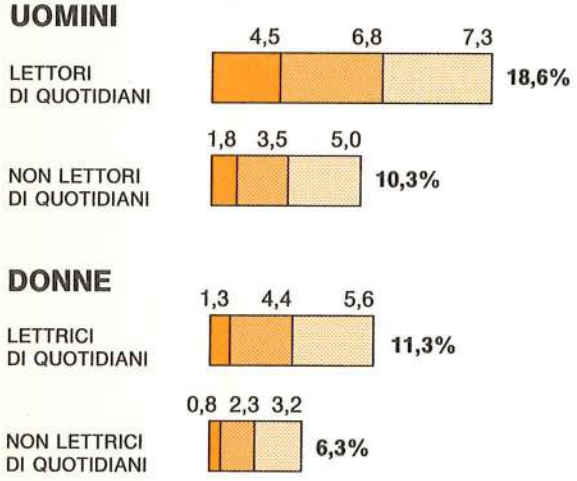
UOMINI



DONNE

11. FERNET

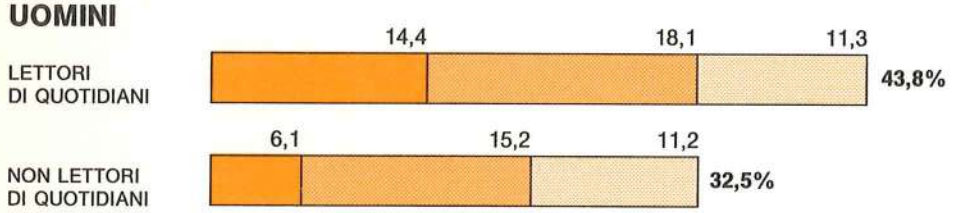
UOMINI



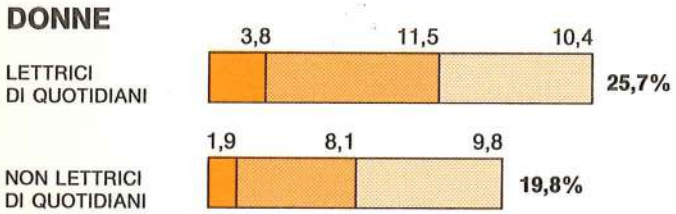
DONNE

12. AMARO

UOMINI



DONNE



Consumo di 15 bevande

TOTALE
ITALIA

13. VERMOUTH

UOMINI

LETTORI DI QUOTIDIANI: 4,2 | 8,7 | 7,3 — **20,2%**

NON LETTORI DI QUOTIDIANI: 2,8 | 8,0 | 6,4 — **17,2%**

DONNE

LETTRICI DI QUOTIDIANI: 2,3 | 9,3 | 7,3 — **18,9%**

NON LETTRICI DI QUOTIDIANI: 1,3 | 7,7 | 9,5 — **18,5%**

14. APERITIVO ALCOOLICO

UOMINI

LETTORI DI QUOTIDIANI: 6,8 | 10,4 | 5,4 — **22,6%**

NON LETTORI DI QUOTIDIANI: 1,9 | 3,0 | 4,2 — **9,1%**

DONNE

LETTRICI DI QUOTIDIANI: 1,9 | 6,3 | 4,8 — **13,0%**

NON LETTRICI DI QUOTIDIANI: 0,3 | 1,7 | 2,9 — **4,9%**

15. APERITIVO ANALCOOLICO

UOMINI

LETTORI DI QUOTIDIANI: 14,3 | 20,1 | 11,5 — **45,9%**

NON LETTORI DI QUOTIDIANI: 3,7 | 9,3 | 6,0 — **19,0%**

DONNE

LETTRICI DI QUOTIDIANI: 5,2 | 15,2 | 13,4 — **33,8%**

NON LETTRICI DI QUOTIDIANI: 1,0 | 4,9 | 7,1 — **13,0%**

FORTI CONSUMATORI | MEDI CONSUMATORI | DEBOLI CONSUMATORI

Totale Italia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**45855**	**22091**	**23764**	**18537**	**20203**	**12385**	**7818**	**6102**	**30789**	**17522**	**13266**	**10099**	**15066**	**4569**	**10498**	**8439**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	64.2	66.2	62.3	61.5	75.3	75.2	75.3	75.4	72.2	72.0	72.5	72.4	48.1	45.5	49.3	48.7
Non consumatori	35.8	33.8	37.7	38.5	24.7	24.8	24.7	24.6	27.8	28.0	27.5	27.6	51.9	54.5	50.7	51.3
Consumatori forti	43.0	43.5	42.5	43.2	53.3	51.9	55.5	57.6	50.1	48.6	52.0	53.8	29.0	25.3	30.6	30.7
Consumatori medi	11.5	13.3	9.8	9.1	12.7	14.1	10.6	9.3	12.5	13.9	10.6	9.7	9.4	11.1	8.7	8.5
Consumatori deboli	9.7	9.4	10.0	9.2	9.2	9.2	9.3	8.5	9.7	9.5	9.9	9.0	9.7	9.0	10.0	9.5
Solo o più spesso a casa	48.8	45.5	51.9	52.7	54.5	50.5	60.6	62.2	53.2	48.9	58.7	60.4	40.1	33.4	43.2	43.6
A casa o al bar	5.7	7.4	4.1	3.6	8.0	9.1	6.2	5.6	7.3	8.4	5.9	5.1	2.5	3.7	1.9	1.7
Solo o più spesso al bar	9.7	13.3	6.3	5.3	12.8	15.6	8.5	7.5	11.8	14.7	7.9	6.9	5.6	8.4	4.3	3.3
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	57.1	58.9	55.4	53.4	66.1	66.1	66.1	65.0	64.4	64.2	64.7	63.7	42.4	40.0	43.5	41.1
Non consumatori	42.9	41.1	44.6	46.6	33.9	33.9	33.9	35.0	35.6	35.8	35.3	36.3	57.6	60.0	56.5	58.9
Consumatori forti	1.5	1.9	1.1	1.2	2.3	2.5	2.0	2.1	2.0	2.3	1.6	1.7	.4	.4	.4	.6
Consumatori medi	12.1	13.7	10.6	10.4	17.1	17.5	16.4	16.7	15.4	15.8	14.7	14.8	5.5	5.9	5.3	5.3
Consumatori deboli	43.5	43.3	43.7	41.7	46.7	46.1	47.6	46.2	47.0	46.0	48.4	47.2	36.5	33.7	37.8	35.2
Solo o più spesso a casa	45.3	44.1	46.4	45.8	49.1	47.1	52.3	53.4	49.3	46.8	52.5	53.4	37.3	34.5	38.5	36.7
A casa o al bar	6.0	7.3	4.8	4.0	8.6	9.6	7.0	5.7	7.6	8.5	6.4	5.2	2.9	2.9	2.9	2.6
Solo o più spesso al bar	5.8	7.5	4.2	3.6	8.3	9.4	6.7	5.9	7.6	8.9	5.8	5.2	2.3	2.7	2.1	1.7
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	19.0	27.2	11.4	13.8	23.6	29.7	14.2	17.9	22.7	29.5	14.0	17.6	11.7	19.3	8.2	9.2
Non consumatori	81.0	72.8	88.6	86.2	76.4	70.3	85.8	82.1	77.3	70.5	86.0	82.4	88.3	80.7	91.8	90.8
Consumatori forti	4.3	7.4	1.5	2.3	6.1	8.7	2.1	3.5	5.6	8.4	2.0	3.2	1.9	3.9	.9	1.4
Consumatori medi	7.3	10.8	4.0	4.9	9.4	11.8	5.6	6.9	8.7	11.6	5.1	6.4	4.4	8.1	2.7	3.2
Consumatori deboli	7.4	9.0	5.9	6.5	8.1	9.2	6.5	7.4	8.4	9.5	6.9	8.1	5.5	7.3	4.6	4.7
Solo o più spesso a casa	13.5	17.2	10.0	11.9	16.0	18.8	11.8	14.7	15.7	18.6	11.8	15.0	9.1	12.3	7.6	8.3
A casa o al bar	2.3	4.1	.7	.8	3.2	4.5	1.1	1.5	3.0	4.6	1.0	1.2	1.0	2.4	.3	.3
Solo o più spesso al bar	3.2	5.9	.8	1.0	4.4	6.4	1.3	1.7	4.0	6.3	1.1	1.3	1.7	4.5	.3	.6
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	20.8	30.8	11.5	13.7	28.8	36.8	16.6	20.7	26.3	34.5	15.7	19.3	9.7	17.5	6.2	7.1
Non consumatori	79.2	69.2	88.5	86.3	71.2	63.2	83.4	79.3	73.7	65.5	84.3	80.7	90.3	82.5	93.8	92.9
Consumatori forti	4.4	7.5	1.5	2.4	6.9	9.9	2.3	4.0	6.0	8.9	2.3	3.8	1.1	2.3	.5	.8
Consumatori medi	8.4	12.8	4.4	5.3	12.2	15.7	6.7	8.7	10.8	14.4	6.0	7.6	3.7	7.0	2.2	2.7
Consumatori deboli	8.0	10.6	5.6	6.0	9.8	11.2	7.6	8.1	9.5	11.3	7.3	8.0	4.9	8.1	3.4	3.7
Solo o più spesso a casa	13.8	18.8	9.2	11.3	18.9	22.9	12.7	16.5	17.2	21.1	12.1	15.7	7.1	10.7	5.5	6.2
A casa o al bar	2.8	4.9	.9	1.1	4.1	5.8	1.6	2.0	3.7	5.5	1.4	1.8	1.1	2.9	.3	.3
Solo o più spesso al bar	4.1	7.1	1.4	1.3	5.9	8.1	2.3	2.2	5.4	7.9	2.2	1.8	1.5	4.0	.4	.6
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	15.5	22.9	8.7	11.3	20.5	26.0	12.0	16.8	19.0	25.2	10.9	15.2	8.5	14.5	5.8	6.6
Non consumatori	84.5	77.1	91.3	88.7	79.5	74.0	88.0	83.2	81.0	74.8	89.1	84.8	91.5	85.5	94.2	93.4
Consumatori forti	5.5	8.9	2.2	3.4	7.4	10.3	3.0	5.3	6.9	10.0	2.9	4.9	2.5	5.0	1.4	1.8
Consumatori medi	5.0	7.4	2.8	3.8	6.8	8.5	4.1	6.1	6.2	8.2	3.6	5.3	2.6	4.5	1.8	2.0
Consumatori deboli	5.0	6.5	3.6	4.0	6.3	7.2	4.9	5.4	5.8	6.9	4.4	5.0	3.4	5.0	2.7	2.8
Solo o più spesso a casa	11.6	15.9	7.6	9.6	14.6	17.6	10.0	13.5	13.8	17.2	9.4	12.6	7.1	11.0	5.3	6.0
A casa o al bar	1.6	3.0	.4	.8	2.4	3.5	.8	1.5	2.2	3.4	.6	1.2	.6	1.5	.1	.2
Solo o più spesso al bar	2.3	4.0	.7	.9	3.4	4.9	1.2	1.7	3.0	4.6	.9	1.4	.9	2.0	.4	.4
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.5	4.9	2.2	2.2	5.4	6.6	3.5	3.7	4.6	5.8	3.0	3.2	1.2	1.5	1.1	1.1
Non consumatori	96.5	95.1	97.8	97.8	94.6	93.4	96.5	96.3	95.4	94.2	97.0	96.8	98.8	98.5	98.9	98.9
Consumatori forti	.2	.4	.1	.2	.4	.6	.1	.4	.3	.5	.1	.3	*	*	*	*
Consumatori medi	1.0	1.4	.6	.5	1.6	1.9	1.1	1.0	1.3	1.7	.9	.8	.3	.6	.1	.1
Consumatori deboli	2.2	3.0	1.5	1.5	3.4	4.1	2.2	2.3	2.9	3.6	2.0	2.1	.9	.9	.9	.9
Solo o più spesso a casa	1.9	2.4	1.4	1.5	2.8	3.2	2.3	2.6	2.4	2.9	1.9	2.2	.7	.6	.8	.7
A casa o al bar	.4	.6	.3	.2	.7	.8	.4	.2	.5	.7	.4	.2	.1	.3	.1	.1
Solo o più spesso al bar	1.2	1.9	.5	.5	1.9	2.6	.8	.9	1.6	2.2	.8	.8	.4	.7	.2	.2
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	18.2	18.6	17.8	18.1	17.6	17.9	17.0	17.4	18.3	18.7	17.9	18.5	17.9	18.3	17.7	17.5
Non consumatori	81.8	81.4	82.2	81.9	82.4	82.1	83.0	82.6	81.7	81.3	82.1	81.5	82.1	81.7	82.3	82.5
Consumatori forti	1.7	2.2	1.3	1.3	1.8	2.1	1.3	1.6	1.9	2.3	1.4	1.6	1.3	1.8	1.1	1.0
Consumatori medi	6.9	7.7	6.2	6.7	7.1	7.3	6.8	7.4	7.3	7.6	6.9	7.5	6.2	7.9	5.4	5.8
Consumatori deboli	9.6	8.8	10.3	10.0	8.7	8.5	8.8	8.4	9.2	8.9	9.6	9.5	10.5	8.7	11.3	10.7
Solo o più spesso a casa	14.1	12.8	15.3	16.0	12.9	12.1	14.0	14.7	13.6	12.6	14.9	16.0	15.0	13.3	15.8	15.9
A casa o al bar	1.6	2.3	1.1	.9	1.7	2.1	1.1	.8	1.8	2.2	1.2	.9	1.4	2.7	.8	.8
Solo o più spesso al bar	2.5	3.6	1.4	1.2	3.0	3.8	1.9	1.9	3.0	3.9	1.7	1.6	1.5	2.3	1.1	.8
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.6	11.1	8.2	8.9	9.3	10.5	7.4	8.3	9.7	11.3	7.7	8.7	9.5	10.7	9.0	9.1
Non consumatori	90.4	88.9	91.8	91.1	90.7	89.5	92.6	91.7	90.3	88.7	92.3	91.3	90.5	89.3	91.0	90.9
Consumatori forti	1.3	1.9	.7	1.0	1.5	1.9	.9	1.4	1.5	2.0	.9	1.3	.9	1.6	.6	.7
Consumatori medi	3.5	4.5	2.6	2.8	3.5	4.3	2.4	2.8	3.7	4.5	2.6	2.9	3.1	4.2	2.6	2.6
Consumatori deboli	4.8	4.7	4.9	5.1	4.2	4.3	4.1	4.1	4.5	4.7	4.2	4.5	5.5	4.9	5.8	5.8
Solo o più spesso a casa	7.1	7.0	7.2	7.8	6.0	6.1	5.9	6.6	6.6	6.9	6.3	7.2	8.1	7.6	8.4	8.4
A casa o al bar	.8	1.3	.4	.5	.9	1.2	.5	.5	.9	1.3	.5	.5	.7	1.4	.3	.4
Solo o più spesso al bar	1.7	2.8	.6	.7	2.3	3.2	1.1	1.1	2.1	3.1	.8	1.0	.7	1.8	.3	.3

Totale Italia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**45855**	**22091**	**23764**	**18537**	**20203**	**12385**	**7818**	**6102**	**30789**	**17522**	**13266**	**10099**	**15066**	**4569**	**10498**	**8439**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	11.1	11.0	11.1	10.7	11.2	10.9	11.7	10.9	11.7	11.7	11.8	11.1	9.8	8.6	10.3	10.1
Non consumatori	88.9	89.0	88.9	89.3	88.8	89.1	88.3	89.1	88.3	88.3	88.2	88.9	90.2	91.4	89.7	89.9
Consumatori forti	1.1	1.3	.9	.8	1.2	1.4	.9	.9	1.3	1.5	.9	.9	.7	.6	.7	.8
Consumatori medi	4.1	4.4	3.9	3.9	4.3	4.3	4.3	4.2	4.5	4.5	4.6	4.6	3.3	3.9	3.1	3.1
Consumatori deboli	5.9	5.3	6.4	5.9	5.6	5.1	6.4	5.7	5.9	5.6	6.3	5.6	5.7	4.1	6.5	6.2
Solo o più spesso a casa	8.5	7.3	9.5	9.5	8.0	7.1	9.5	9.1	8.6	7.6	9.7	9.5	8.3	6.2	9.3	9.4
A casa o al bar	.8	1.2	.5	.5	.9	1.0	.7	.7	.9	1.2	.6	.6	.7	1.3	.4	.4
Solo o più spesso al bar	1.8	2.5	1.1	.7	2.3	2.8	1.6	1.0	2.3	2.9	1.5	1.0	.8	1.1	.6	.3
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.6	8.5	6.7	7.2	8.9	9.5	8.1	8.9	8.6	9.2	7.8	8.4	5.6	6.2	5.3	5.8
Non consumatori	92.4	91.5	93.3	92.8	91.1	90.5	91.9	91.1	91.4	90.8	92.2	91.6	94.4	93.8	94.7	94.2
Consumatori forti	1.2	1.6	.8	.9	1.4	1.8	.9	1.3	1.3	1.8	.8	1.1	.8	.9	.7	.7
Consumatori medi	2.8	3.4	2.2	2.5	3.3	3.6	2.8	3.4	3.1	3.5	2.6	3.1	2.1	2.9	1.7	1.8
Consumatori deboli	3.7	3.6	3.7	3.8	4.2	4.1	4.4	4.3	4.1	3.9	4.4	4.2	2.7	2.4	2.8	3.3
Solo o più spesso a casa	5.2	4.9	5.5	6.1	5.7	5.5	6.2	6.9	5.7	5.4	6.1	6.9	4.3	3.2	4.8	5.2
A casa o al bar	.8	1.2	.4	.5	1.1	1.4	.5	.7	.9	1.3	.5	.6	.5	1.0	.3	.4
Solo o più spesso al bar	1.6	2.4	.8	.7	2.1	2.6	1.4	1.3	2.0	2.5	1.2	1.0	.8	2.0	.2	.3
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	12.6	16.4	9.0	10.9	15.7	18.6	11.3	14.7	15.1	18.1	11.2	14.3	7.6	10.4	6.3	6.9
Non consumatori	87.4	83.6	91.0	89.1	84.3	81.4	88.7	85.3	84.9	81.9	88.8	85.7	92.4	89.6	93.7	93.1
Consumatori forti	2.3	3.7	1.1	1.7	3.2	4.5	1.3	2.4	2.9	4.2	1.3	2.3	1.1	1.8	.8	1.1
Consumatori medi	4.7	6.1	3.3	3.9	5.8	6.8	4.4	5.6	5.7	6.8	4.2	5.3	2.7	3.5	2.3	2.4
Consumatori deboli	5.6	6.6	4.6	5.2	6.7	7.3	5.6	6.7	6.5	7.1	5.8	6.8	3.7	5.0	3.2	3.4
Solo o più spesso a casa	8.9	9.9	8.0	9.4	10.3	11.0	9.4	11.8	10.2	10.8	9.5	12.0	6.2	6.6	6.0	6.4
A casa o al bar	1.2	2.0	.4	.6	1.8	2.4	.8	1.1	1.6	2.2	.7	.9	.5	1.3	.1	.2
Solo o più spesso al bar	2.5	4.5	.6	.9	3.6	5.2	1.1	1.7	3.3	5.1	1.0	1.3	.9	2.6	.2	.3
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	31.8	40.9	23.4	25.7	36.7	43.9	25.8	29.7	35.8	43.2	26.2	29.8	23.8	32.5	19.8	21.0
Non consumatori	68.2	59.1	76.6	74.3	63.3	56.1	74.2	70.3	64.2	56.8	73.8	70.2	76.2	67.5	80.2	79.0
Consumatori forti	7.3	12.1	2.9	3.8	10.2	14.4	3.8	5.9	9.4	13.8	3.8	5.4	3.2	6.1	1.9	1.9
Consumatori medi	13.7	17.6	10.1	11.1	15.5	18.1	11.5	13.0	15.4	18.3	11.6	13.1	10.3	15.2	8.1	8.7
Consumatori deboli	10.7	11.1	10.4	10.9	11.0	11.3	10.4	10.8	11.0	11.1	10.8	11.3	10.2	11.2	9.8	10.3
Solo o più spesso a casa	20.1	21.7	18.7	20.7	20.7	22.1	18.7	20.9	20.9	22.0	19.5	22.2	18.6	20.6	17.6	18.9
A casa o al bar	4.7	7.5	2.0	2.3	6.5	8.7	3.0	3.6	5.9	8.4	2.6	3.1	2.2	4.4	1.2	1.3
Solo o più spesso al bar	7.0	11.7	2.7	2.8	9.5	13.1	4.1	5.2	9.0	12.8	4.1	4.5	3.0	7.4	.9	.7
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	19.4	19.8	19.1	18.4	19.7	20.1	19.0	18.5	20.1	20.6	19.5	19.2	18.1	17.2	18.4	17.4
Non consumatori	80.6	80.2	80.9	81.6	80.3	79.9	81.0	81.5	79.9	79.4	80.5	80.8	81.9	82.8	81.6	82.6
Consumatori forti	2.8	3.8	1.9	2.2	3.4	4.2	2.3	2.8	3.3	4.0	2.4	2.8	1.8	2.9	1.3	1.4
Consumatori medi	8.7	8.8	8.5	8.2	8.9	8.7	9.3	8.7	9.1	9.1	9.2	8.9	7.8	8.0	7.7	7.3
Consumatori deboli	8.0	7.3	8.6	8.0	7.3	7.3	7.3	7.0	7.7	7.5	8.0	7.5	8.5	6.4	9.5	8.7
Solo o più spesso a casa	14.5	12.9	15.9	15.9	13.2	12.3	14.7	14.9	14.0	12.9	15.5	15.8	15.4	13.1	16.5	16.0
A casa o al bar	2.2	2.9	1.6	1.3	2.9	3.2	2.3	1.6	2.8	3.2	2.2	1.7	1.2	1.8	.9	.7
Solo o più spesso al bar	2.7	4.0	1.5	1.2	3.6	4.6	2.0	2.0	3.4	4.5	1.9	1.7	1.4	2.4	1.0	.7
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	13.5	18.4	8.9	8.4	18.8	22.6	13.0	12.4	17.1	21.0	12.1	11.4	6.2	9.0	4.9	4.9
Non consumatori	86.5	81.6	91.1	91.6	81.2	77.4	87.0	87.6	82.9	79.0	87.9	88.6	93.8	91.0	95.1	95.1
Consumatori forti	3.0	5.1	1.0	1.1	4.8	6.8	1.9	2.1	4.1	6.0	1.6	1.8	.8	1.9	.3	.4
Consumatori medi	6.0	8.3	3.9	3.8	8.8	10.4	6.3	6.2	8.0	9.8	5.5	5.5	2.1	3.0	1.7	1.8
Consumatori deboli	4.5	5.0	4.1	3.5	5.2	5.4	4.8	4.1	5.1	5.2	5.0	4.1	3.3	4.2	2.9	2.7
Solo o più spesso a casa	4.4	4.3	4.4	4.5	4.9	4.7	5.2	5.5	4.9	4.6	5.3	5.6	3.3	3.3	3.3	3.2
A casa o al bar	2.2	3.0	1.6	1.3	3.2	3.6	2.5	1.7	2.9	3.4	2.2	1.6	1.0	1.4	.8	.9
Solo o più spesso al bar	6.9	11.1	2.9	2.6	10.8	14.3	5.3	5.2	9.3	13.0	4.6	4.2	1.9	4.3	.8	.7
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	30.9	38.5	23.9	20.7	41.2	46.0	33.8	30.2	39.0	43.9	32.6	28.5	14.8	18.9	13.0	11.5
Non consumatori	69.1	61.5	76.1	79.3	58.8	54.0	66.2	69.8	61.0	56.1	67.4	71.5	85.2	81.1	87.0	88.5
Consumatori forti	6.8	10.9	3.0	2.9	10.7	14.3	5.2	5.6	9.3	12.9	4.6	4.6	1.8	3.7	1.0	.8
Consumatori medi	13.7	17.3	10.4	8.6	18.2	20.1	15.2	12.9	17.4	19.5	14.7	12.4	6.3	9.3	4.9	4.0
Consumatori deboli	10.4	10.3	10.6	9.3	12.3	11.5	13.4	11.7	12.3	11.5	13.4	11.5	6.7	6.0	7.1	6.7
Solo o più spesso a casa	7.5	6.3	8.6	8.6	7.9	6.6	9.8	10.4	8.2	6.6	10.4	10.7	6.0	5.2	6.3	6.2
A casa o al bar	5.2	6.1	4.3	3.4	7.1	7.5	6.5	5.0	6.6	7.0	5.9	4.5	2.5	2.8	2.3	2.1
Solo o più spesso al bar	18.3	26.1	11.0	8.7	26.2	31.8	17.5	14.9	24.2	30.3	16.2	13.3	6.4	10.9	4.4	3.2

Piemonte - Val d'Aosta

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3843**	**1849**	**1994**	**1691**	**1796**	**1026**	**770**	**678**	**2780**	**1487**	**1293**	**1083**	**1063**	**362**	**701**	**608**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	69.8	69.6	70.0	68.8	78.0	78.3	77.8	75.4	75.1	74.3	76.0	74.9	57.4	52.9	59.8	58.6
Non consumatori	30.2	30.4	30.0	31.2	22.0	21.7	22.2	24.6	24.9	25.7	24.0	25.1	42.6	47.1	40.2	41.4
Consumatori forti	52.7	50.7	54.5	53.8	59.6	58.3	61.2	59.6	56.8	55.2	58.6	58.5	43.1	35.0	47.5	45.8
Consumatori medi	9.6	10.9	8.4	8.3	10.4	11.8	8.8	8.7	10.1	10.9	9.3	8.9	8.2	10.8	6.9	7.2
Consumatori deboli	7.5	8.0	7.1	6.8	8.0	8.2	7.8	7.1	8.2	8.3	8.0	7.5	6.0	7.1	5.4	5.6
Solo o più spesso a casa	59.4	55.3	63.1	61.5	64.0	60.4	68.5	64.3	62.2	57.3	67.5	65.2	53.0	48.2	55.5	55.2
A casa o al bar	2.7	3.7	1.8	2.0	4.0	4.6	3.4	3.9	3.9	4.8	2.8	3.3				
Solo o più spesso al bar	7.7	10.6	5.1	5.3	9.9	13.3	5.9	7.2	9.1	12.2	5.6	6.4	4.4	4.7	4.3	3.4
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	51.9	49.4	54.2	54.6	60.7	58.0	64.0	66.2	58.6	54.9	62.7	64.7	36.2	30.1	39.5	37.6
Non consumatori	48.1	50.6	45.8	45.4	39.3	42.0	36.0	33.8	41.4	45.1	37.3	35.3	63.8	69.9	60.5	62.4
Consumatori forti	1.3	1.9	.8	1.2	1.5	1.9	.9	2.0	1.5	2.1	.9	1.6	.8	1.3	.6	.7
Consumatori medi	12.1	10.5	13.4	13.1	14.6	11.6	18.3	17.1	13.8	11.3	16.6	16.1	8.0	7.8	8.1	7.9
Consumatori deboli	38.6	37.0	40.0	40.3	44.7	44.6	44.7	47.1	43.3	41.5	45.3	46.9	27.4	21.0	30.9	29.1
Solo o più spesso a casa	41.2	38.6	43.5	45.0	47.3	44.1	51.1	55.0	45.9	42.2	49.9	54.0	30.1	25.8	32.4	30.1
A casa o al bar	5.0	5.4	4.6	4.1	6.6	8.0	4.9	4.4	6.0	6.6	5.4	4.7	2.6	1.5	3.2	3.0
Solo o più spesso al bar	5.8	5.4	6.1	5.5	6.9	5.9	8.0	6.7	6.8	6.2	7.4	6.0	3.6	2.9	3.9	4.6
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	14.7	21.4	8.8	10.9	19.6	26.4	11.5	14.8	17.5	23.7	10.5	13.4	8.3	13.0	5.9	6.8
Non consumatori	85.3	78.6	91.2	89.1	80.4	73.6	88.5	85.2	82.5	76.3	89.5	86.6	91.7	87.0	94.1	93.2
Consumatori forti	3.5	5.8	1.5	2.3	4.5	7.3	1.3	2.8	3.8	6.3	1.1	2.2	2.8	4.2	2.1	2.5
Consumatori medi	6.2	9.7	3.2	4.7	8.2	11.6	4.1	6.9	7.0	10.2	3.5	5.6	4.4	7.6	2.7	3.2
Consumatori deboli	5.0	5.9	4.1	3.9	6.9	7.5	6.2	5.2	6.6	7.3	6.0	5.6	1.1	1.1	1.0	1.2
Solo o più spesso a casa	9.9	13.8	6.4	7.9	13.2	16.9	8.7	10.6	11.3	14.7	7.5	9.4	6.7	10.6	4.6	5.3
A casa o al bar	1.9	2.5	1.5	1.7	2.9	3.7	1.9	2.6	2.5	3.2	1.8	2.1	.6		.9	1.0
Solo o più spesso al bar	2.9	5.1	.9	1.4	3.6	5.8	1.0	1.6	3.7	5.8	1.3	1.9	1.1	2.4	.4	.4
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	16.4	22.9	10.5	12.0	22.6	30.3	13.3	16.6	20.2	26.8	12.8	15.3	7.4	9.1	6.5	6.5
Non consumatori	83.6	77.1	89.5	88.0	77.4	69.7	86.7	83.4	79.8	73.2	87.2	84.7	92.6	90.9	93.5	93.5
Consumatori forti	2.8	4.1	1.5	2.0	4.4	6.3	2.1	3.0	3.5	4.9	2.0	2.7	1.0	1.5	.7	.9
Consumatori medi	7.4	11.3	3.9	5.3	10.3	14.0	5.9	8.3	9.5	13.1	5.6	7.5	2.3	5.0	.9	1.5
Consumatori deboli	6.2	7.5	5.1	4.7	7.9	10.0	5.3	5.3	7.1	8.8	5.2	5.0	4.1	2.7	4.8	4.1
Solo o più spesso a casa	10.3	13.9	7.2	8.7	14.0	18.8	8.2	11.0	12.6	16.4	8.5	10.9	5.0	5.1	4.9	5.0
A casa o al bar	1.0	1.3	.8	.9	1.3	1.2	1.4	1.4	1.2	1.2	1.3	1.5	.6	1.6		
Solo o più spesso al bar	5.0	7.7	2.5	2.4	7.3	10.3	3.6	4.2	6.3	9.2	3.1	3.0	1.9	2.4	1.6	1.5
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	20.8	31.4	11.2	15.7	22.6	32.4	10.8	16.9	22.1	31.8	11.3	17.1	17.6	30.0	11.1	13.5
Non consumatori	79.2	68.6	88.8	84.3	77.4	67.6	89.2	83.1	77.9	68.2	88.7	82.9	82.4	70.0	88.9	86.5
Consumatori forti	6.0	10.5	1.9	3.1	6.7	10.3	2.2	4.2	6.7	10.7	2.4	4.2	4.2	10.1	1.0	1.2
Consumatori medi	8.2	11.5	5.4	7.8	9.1	12.1	5.5	8.6	8.8	11.8	5.4	8.1	7.0	10.2	5.4	7.3
Consumatori deboli	6.5	9.4	4.0	4.8	6.8	9.9	3.1	4.1	6.6	9.4	3.6	4.7	6.4	9.6	4.7	4.9
Solo o più spesso a casa	14.6	20.7	9.2	11.9	14.0	19.1	7.8	11.0	14.4	19.4	8.8	11.9	15.1	25.0	9.8	12.0
A casa o al bar	2.5	3.9	1.2	2.1	4.0	5.3	2.4	3.9	3.2	4.3	2.0	3.1	.8	2.2		.4
Solo o più spesso al bar	3.7	6.9	.8	1.8	4.6	7.9	.7	2.0	4.5	8.1	.5	2.1	1.8	2.8	1.3	1.1
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.0	3.9	2.2	2.0	3.6	4.5	2.6	2.1	3.7	4.6	2.7	2.5	1.3	1.3	1.3	1.2
Non consumatori	97.0	96.1	97.8	98.0	96.4	95.5	97.4	97.9	96.3	95.4	97.3	97.5	98.7	98.7	98.7	98.8
Consumatori forti	.1	.1			.1	.2			.1	.2						
Consumatori medi	.8	1.3	.3		1.0	1.2	.7		1.1	1.7	.5					
Consumatori deboli	2.2	2.4	1.9	2.0	2.6	3.1	2.0	2.1	2.5	2.8	2.2	2.5	1.3	1.3	1.3	1.2
Solo o più spesso a casa	1.5	2.0	1.1	1.1	1.8	2.3	1.2	1.1	2.0	2.5	1.4	1.3	.5		.7	.8
A casa o al bar	.1		.3	.2	.2		.5	.3	.2		.4	.3				
Solo o più spesso al bar	1.3	1.9	.8	.7	1.6	2.2	.9	.7	1.5	2.1	.9	.9	.9	1.3	.6	.4
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	17.7	19.9	15.7	16.4	18.3	20.0	16.3	18.1	18.8	20.3	17.1	18.6	15.1	18.4	13.4	12.8
Non consumatori	82.3	80.1	84.3	83.6	81.7	80.0	83.7	81.9	81.2	79.7	82.9	81.4	84.9	81.6	86.6	87.2
Consumatori forti	.5	.5	.5	.3	.5	.5	.5	.1	.7	.7	.8	.5				
Consumatori medi	7.4	8.6	6.3	7.1	8.4	8.3	8.5	10.2	8.2	8.4	7.9	8.9	5.6	9.4	3.6	4.1
Consumatori deboli	9.8	10.8	8.9	9.0	9.4	11.2	7.3	7.8	9.9	11.3	8.4	9.2	9.5	9.0	9.8	8.7
Solo o più spesso a casa	13.5	14.3	12.7	13.0	14.6	15.2	13.8	15.1	14.1	14.7	13.4	14.6	12.0	12.9	11.6	10.4
A casa o al bar	1.0	1.2	.8	.7	.6	.6	.5	.5	.7	.4	.9	.7	1.7	3.8	.6	.7
Solo o più spesso al bar	3.2	4.4	2.2	2.8	3.2	4.2	2.0	2.6	4.0	5.1	2.8	3.4	1.3	1.6	1.2	1.8
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	5.6	8.1	3.4	4.6	6.6	9.6	3.0	4.6	6.2	8.5	3.7	5.1	4.2	6.7	2.8	3.6
Non consumatori	94.4	91.9	96.6	95.4	93.4	90.4	97.0	95.4	93.8	91.5	96.3	94.9	95.8	93.3	97.2	96.4
Consumatori forti	.6	.5	.7	.6	.4	.6	.3	.2	.6	.6	.6	.5	.5		.8	1.0
Consumatori medi	1.7	3.2	.4	.4	2.2	3.7	.4	.4	2.0	3.4	.4	.4	1.0	2.4	.3	.4
Consumatori deboli	3.3	4.5	2.3	3.5	4.0	5.3	2.4	3.9	3.6	4.5	2.6	4.2	2.6	4.4	1.7	2.3
Solo o più spesso a casa	4.1	5.3	3.1	3.6	4.2	5.4	2.9	3.4	4.2	4.9	3.4	3.9	3.9	6.7	2.4	3.2
A casa o al bar	.1	.1			.1	.2			.1	.1						
Solo o più spesso al bar	1.5	2.7	.3	.9	2.3	4.0	.2	1.1	2.0	3.5	.2	1.2	.2		.4	.4

Piemonte - Val d'Aosta

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3843**	**1849**	**1994**	**1691**	**1796**	**1026**	**770**	**678**	**2780**	**1487**	**1293**	**1083**	**1063**	**362**	**701**	**608**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	9.3	9.3	9.3	9.1	10.2	8.7	11.9	10.6	10.8	9.7	12.1	11.1	5.7	8.0	4.5	5.6
Non consumatori	90.7	90.7	90.7	90.9	89.8	91.3	88.1	89.4	89.2	90.3	87.9	88.9	94.3	92.0	95.5	94.4
Consumatori forti	.9	1.0	.7	.6	.7	.8	.6	.2	1.1	1.3	1.0	.8	.2		.4	.4
Consumatori medi	3.6	3.7	3.5	3.5	3.9	3.4	4.4	4.3	4.2	3.6	4.9	4.7	2.2	4.0	1.3	1.5
Consumatori deboli	4.8	4.6	5.0	4.9	5.6	4.5	6.9	6.1	5.5	4.8	6.2	5.7	3.2	3.9	2.9	3.7
Solo o più spesso a casa	7.6	7.3	7.9	8.0	8.3	6.6	10.4	9.0	8.5	7.1	10.1	9.5	5.5	8.0	4.2	5.6
A casa o al bar	.1		.1	.2	*		.1	.1	.1		.2	.3				
Solo o più spesso al bar	1.6	2.0	1.2	.9	1.9	2.2	1.5	1.6	2.2	2.6	1.7	1.4	.2		.3	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	10.6	12.1	9.4	10.3	11.5	13.4	9.2	11.3	11.9	13.8	9.8	11.5	7.7	5.8	8.7	8.3
Non consumatori	89.4	87.9	90.6	89.7	88.5	86.6	90.8	88.7	88.1	86.2	90.2	88.5	92.3	94.2	91.3	91.7
Consumatori forti	.9	1.6	.4	.4	.9	1.5	.1	.6	1.2	1.8	.6	.6	.3	.8		
Consumatori medi	5.1	6.0	4.3	4.7	5.3	7.0	3.3	4.5	5.3	6.6	3.7	4.9	4.7	3.5	5.3	4.3
Consumatori deboli	4.6	4.5	4.7	5.2	5.3	4.9	5.8	6.2	5.4	5.4	5.5	6.0	2.7	1.5	3.4	4.0
Solo o più spesso a casa	7.9	7.8	8.0	9.2	8.1	8.8	7.1	9.6	8.2	8.8	7.6	9.7	7.2	4.3	8.7	8.3
A casa o al bar	1.0	1.7	.4	.2	1.5	1.9	1.0	.6	1.5	2.2	.6	.4				
Solo o più spesso al bar	1.7	2.5	1.0	.9	2.0	2.7	1.1	1.2	2.3	2.8	1.6	1.5	.5	1.5		
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	17.0	19.0	15.3	16.3	19.2	22.2	15.5	17.9	18.2	21.2	14.9	17.4	14.3	10.8	16.1	14.5
Non consumatori	83.0	81.0	84.7	83.7	80.8	77.8	84.5	82.1	81.8	78.8	85.1	82.6	85.7	89.2	83.9	85.5
Consumatori forti	3.0	4.1	2.0	2.6	3.1	4.7	1.2	2.1	3.2	5.0	1.2	1.9	2.5	.8	3.4	3.9
Consumatori medi	7.8	8.3	7.3	7.5	8.2	8.7	7.6	8.1	7.5	8.2	6.6	7.7	8.6	8.7	8.5	7.1
Consumatori deboli	6.3	6.5	6.0	6.1	7.9	8.8	6.8	7.7	7.5	8.0	7.1	7.8	3.2	1.3	4.3	3.4
Solo o più spesso a casa	13.1	12.6	13.6	14.4	13.0	13.1	12.8	14.2	13.1	13.8	12.3	14.4	13.3	8.5	15.8	14.5
A casa o al bar	1.6	2.2	1.0	1.6	2.5	3.0	1.9	3.2	2.1	2.5	1.6	2.5	.3	1.0		
Solo o più spesso al bar	2.3	4.1	.7	.3	3.7	6.1	.9	.5	3.0	4.9	1.0	.5	.7	1.3	.3	
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	30.5	41.3	20.9	24.2	33.1	42.2	22.2	28.3	33.2	43.1	22.2	26.8	24.3	34.9	18.7	19.8
Non consumatori	69.5	58.7	79.1	75.8	66.9	57.8	77.8	71.7	66.8	56.9	77.8	73.2	75.7	65.1	81.3	80.2
Consumatori forti	6.8	11.7	2.3	2.7	8.7	12.8	3.7	5.1	8.7	13.4	3.6	4.1	2.1	5.7	.2	.2
Consumatori medi	13.3	18.2	9.0	10.7	13.5	16.8	9.7	12.9	13.8	17.6	9.7	12.7	12.1	20.4	7.8	7.4
Consumatori deboli	10.5	11.4	9.7	10.8	10.9	12.6	8.9	10.3	10.6	12.1	9.0	10.0	10.1	8.8	10.8	12.2
Solo o più spesso a casa	18.5	21.5	15.8	18.1	18.0	20.5	15.0	17.1	18.7	21.2	15.8	18.3	18.2	22.6	15.8	17.6
A casa o al bar	3.9	5.7	2.4	2.7	4.8	5.8	3.7	4.4	4.9	6.6	3.0	3.4	1.8	2.4	1.4	1.7
Solo o più spesso al bar	8.1	14.1	2.7	3.4	10.3	15.9	3.5	6.8	9.7	15.3	3.4	5.1	4.4	9.9	1.5	.5
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	15.8	16.3	15.3	16.3	20.9	20.8	21.0	23.1	19.5	19.4	19.6	22.0	7.2	5.6	8.0	6.7
Non consumatori	84.2	83.7	84.7	83.7	79.1	79.2	79.0	76.9	80.5	80.6	80.4	78.0	92.8	94.4	92.0	93.3
Consumatori forti	2.0	2.4	1.7	1.9	3.0	3.2	2.7	2.6	2.7	3.0	2.4	2.7	.3		.5	.6
Consumatori medi	8.2	8.7	7.7	8.5	11.5	11.0	12.0	13.8	10.7	10.3	11.1	12.7	2.3	2.9	1.9	1.5
Consumatori deboli	5.6	5.3	5.9	5.9	6.4	6.6	6.3	6.8	6.0	6.0	6.0	6.6	4.6	2.7	5.6	4.6
Solo o più spesso a casa	11.8	10.4	13.1	13.5	15.3	13.0	18.1	19.3	14.3	12.5	16.2	18.0	6.1	3.1	7.7	5.9
A casa o al bar	1.7	2.0	1.5	1.9	2.3	2.5	2.0	2.6	2.4	2.6	2.2	2.8	.2		.3	.3
Solo o più spesso al bar	2.2	3.9	.7	.9	3.3	5.3	.8	1.2	2.8	4.3	1.1	1.1	.9	2.5	.1	.5
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	16.2	22.8	10.2	10.3	20.5	25.9	14.2	14.1	19.9	25.8	13.5	12.8	7.3	12.3	4.6	6.0
Non consumatori	83.8	77.2	89.8	89.7	79.5	74.1	85.8	85.9	80.1	74.2	86.5	87.2	92.7	87.7	95.4	94.0
Consumatori forti	3.1	5.8	.8	1.1	4.7	7.6	1.2	1.4	4.2	6.9	1.2	1.6	.6	1.7		.2
Consumatori medi	9.1	12.2	6.3	6.6	11.2	12.5	9.6	9.4	11.1	13.8	8.2	8.2	4.3	6.6	3.1	4.0
Consumatori deboli	3.9	4.8	3.1	2.6	4.7	5.8	3.4	3.2	4.6	5.0	4.1	3.1	2.3	3.9	1.5	1.8
Solo o più spesso a casa	5.4	7.1	3.8	4.2	6.4	7.3	5.3	5.5	6.2	7.3	4.9	5.3	3.4	6.3	1.9	2.4
A casa o al bar	2.2	2.2	2.3	2.0	2.2	2.3	2.1	1.5	2.5	2.5	2.5	1.8	1.6	.8	2.0	2.3
Solo o più spesso al bar	8.6	13.6	4.1	4.1	11.9	16.2	6.7	7.1	11.2	15.9	6.1	5.8	2.3	5.1	.7	1.2
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	33.6	42.1	26.0	23.6	42.3	49.1	34.1	33.3	40.5	46.7	33.6	30.9	17.4	25.8	13.0	11.2
Non consumatori	66.4	57.9	74.0	76.4	57.7	50.9	65.9	66.7	59.5	53.3	66.4	69.1	82.6	74.2	87.0	88.8
Consumatori forti	7.2	11.2	3.5	4.2	11.0	15.0	6.2	8.3	9.5	13.6	5.0	6.4	1.7	2.8	1.0	.5
Consumatori medi	16.4	21.2	12.2	10.2	20.8	24.1	16.7	15.3	20.3	23.5	16.8	14.5	7.2	12.8	4.2	2.9
Consumatori deboli	10.0	9.7	10.3	9.2	10.5	10.0	11.1	9.6	10.6	9.6	11.8	10.0	8.6	10.2	7.7	7.8
Solo o più spesso a casa	8.6	8.4	8.8	8.2	9.6	8.6	10.9	10.8	9.6	8.8	10.5	10.4	6.4	7.0	6.1	4.4
A casa o al bar	4.1	5.2	3.1	2.7	5.5	6.7	4.1	3.9	5.2	6.3	4.0	3.3	1.3	1.0	1.4	1.7
Solo o più spesso al bar	20.9	28.6	14.1	12.7	27.1	33.7	19.0	18.6	25.7	31.6	19.1	17.3	9.8	17.8	5.5	5.1

Liguria

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1560**	**737**	**823**	**722**	**809**	**453**	**356**	**320**	**1251**	**637**	**614**	**533**	**309**	**100**	**209**	**188**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	66.7	65.3	68.1	68.3	71.3	69.5	73.5	74.9	70.7	68.3	73.0	73.0	51.4	51.0	51.7	53.8
Non consumatori	33.3	34.7	31.9	31.7	28.7	30.5	26.5	25.1	29.3	31.7	27.0	27.0	48.6	49.0	48.3	46.2
Consumatori forti	48.7	46.7	50.5	52.6	54.3	51.2	57.9	61.0	52.1	49.9	54.3	56.3	35.3	31.6	37.8	41.3
Consumatori medi	10.4	10.0	10.8	8.5	9.4	9.2	9.6	6.5	10.4	9.1	11.5	9.1	10.7	14.1	8.4	6.6
Consumatori deboli	7.6	8.6	6.8	7.2	7.6	9.1	5.9	7.3	8.2	9.3	7.2	7.6	5.5	5.4	5.6	6.0
Solo o più spesso a casa	54.7	50.4	58.6	59.7	58.2	53.9	63.0	65.0	58.0	53.8	61.9	62.7	42.1	34.2	47.5	50.6
A casa o al bar	4.0	4.3	3.7	3.8	3.9	3.5	4.4	4.2	4.2	3.6	4.8	5.0	3.0	7.5		
Solo o più spesso al bar	8.1	10.6	5.8	4.8	9.2	12.0	6.1	5.6	8.5	10.9	6.3	5.3	6.3	9.4	4.2	3.2
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	61.4	61.8	61.0	61.3	66.0	65.8	66.2	67.8	64.9	65.0	64.8	66.3	47.8	47.0	48.4	46.1
Non consumatori	38.6	38.2	39.0	38.7	34.0	34.2	33.8	32.2	35.1	35.0	35.2	33.7	52.2	53.0	51.6	53.9
Consumatori forti	1.8	3.1	.5	.2	2.6	3.9	1.1	.4	2.0	3.3	.7	.3	.9	2.2		
Consumatori medi	18.6	20.3	17.2	17.7	22.6	25.7	19.1	21.2	20.9	22.9	19.0	20.4	9.8	8.4	10.8	9.5
Consumatori deboli	41.0	38.4	43.3	43.3	40.7	36.1	46.0	46.1	42.0	38.8	45.0	45.5	37.1	36.4	37.6	36.6
Solo o più spesso a casa	49.1	44.4	53.2	52.7	51.2	45.7	57.3	57.3	52.0	46.9	56.9	57.3	37.6	32.8	40.8	38.8
A casa o al bar	7.6	8.3	7.0	7.4	9.1	9.8	8.3	9.5	7.9	9.1	6.8	8.0	6.5	4.8	7.6	5.8
Solo o più spesso al bar	4.7	9.1	.9	1.1	5.7	10.3	.6	1.0	5.0	9.0	1.1	1.0	3.8	9.3		1.5
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.8	20.3	11.8	13.1	17.2	21.2	12.7	13.3	17.7	21.5	14.1	15.5	8.3	14.8	3.9	6.0
Non consumatori	84.2	79.7	88.2	86.9	82.8	78.8	87.3	86.7	82.3	78.5	85.9	84.5	91.7	85.2	96.1	94.0
Consumatori forti	3.2	5.7	1.1	1.1	4.6	7.1	1.8	1.3	3.8	6.2	1.4	1.2	1.2	3.0		.8
Consumatori medi	5.4	7.0	3.9	5.5	6.4	7.6	5.0	5.9	5.9	7.1	4.8	6.2	3.1	6.4	.8	3.3
Consumatori deboli	7.2	7.7	6.8	6.6	6.2	6.5	5.9	6.1	8.0	8.2	7.9	8.1	4.0	5.4	3.1	1.9
Solo o più spesso a casa	11.7	13.9	9.8	10.2	12.9	15.3	10.1	10.5	13.1	14.7	11.5	12.0	6.4	10.0	3.9	4.5
A casa o al bar	1.6	1.6	1.6	2.2	2.0	1.6	2.4	2.6	2.0	1.9	2.1	2.9	.2	.5		
Solo o più spesso al bar	2.5	4.8	.4	.8	2.3	4.3	.1	.1	2.7	4.9	.5	.6	1.7	4.3		1.5
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	22.4	30.0	15.5	18.8	25.7	34.6	15.5	18.8	24.7	32.4	17.4	21.0	13.1	19.0	9.1	11.8
Non consumatori	77.6	70.0	84.5	81.2	74.3	65.4	84.5	81.2	75.3	67.6	82.6	79.0	86.9	81.0	90.9	88.2
Consumatori forti	6.1	10.1	2.5	3.8	7.3	11.5	2.4	4.2	6.4	10.5	2.5	3.8	4.7	8.5	2.2	3.8
Consumatori medi	8.0	11.1	5.1	7.0	9.6	12.5	6.4	7.5	9.0	11.8	6.4	8.3	3.8	8.2	.8	3.0
Consumatori deboli	8.3	8.8	7.9	8.0	8.8	10.6	6.7	7.1	9.3	10.1	8.5	8.9	4.6	2.4	6.1	5.1
Solo o più spesso a casa	16.1	20.0	12.5	14.8	18.2	23.8	11.9	14.7	17.7	21.7	13.9	16.5	9.6	12.0	7.9	9.4
A casa o al bar	2.6	3.7	1.5	2.4	3.6	4.4	2.6	3.5	3.0	4.0	2.0	3.2	.9	2.2		
Solo o più spesso al bar	3.7	6.3	1.4	1.5	3.9	6.5	1.0	.6	4.0	6.7	1.5	1.3	2.7	4.8	1.2	2.4
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	17.5	25.6	10.3	13.1	22.1	29.4	13.7	19.4	20.1	28.5	12.1	16.3	7.3	12.2	4.0	3.6
Non consumatori	82.5	74.4	89.7	86.9	77.9	70.6	86.3	80.6	79.9	71.5	87.9	83.7	92.7	87.8	96.0	96.4
Consumatori forti	4.7	7.4	2.3	3.9	6.1	9.2	2.5	6.0	5.9	8.9	2.9	5.2	.2	.5		
Consumatori medi	7.4	11.2	4.1	4.9	9.3	12.8	5.3	6.6	8.3	12.1	4.6	5.5	4.0	6.7	2.2	3.1
Consumatori deboli	5.4	7.0	3.9	4.3	6.7	7.5	5.8	6.8	6.0	7.4	4.6	5.5	3.1	5.1	1.8	.5
Solo o più spesso a casa	12.8	16.4	9.5	11.9	16.4	19.8	12.6	17.5	14.7	18.4	11.2	14.6	5.3	7.1	4.0	3.6
A casa o al bar	1.8	3.3	.4	.9	2.2	3.5	.8	1.2	2.2	3.9	.6	1.2	.2	.5		
Solo o più spesso al bar	2.9	5.9	.3	.4	3.4	6.1	.4	.8	3.2	6.2	.4	.5	1.9	4.6		
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.8	6.9	2.9	3.1	6.8	8.7	4.7	5.1	5.6	7.5	3.8	3.9	1.7	4.3		.8
Non consumatori	95.2	93.1	97.1	96.9	93.2	91.3	95.3	94.9	94.4	92.5	96.2	96.1	98.3	95.7	100.0	99.2
Consumatori forti	.8	.8	.8	.8	1.2	1.0	1.4	1.5	1.0	1.0	1.0	1.1				
Consumatori medi	1.4	2.2	.7	.7	1.9	2.5	1.3	1.4	1.8	2.7	.9	1.0				
Consumatori deboli	2.6	3.9	1.5	1.5	3.7	5.2	2.0	2.2	2.8	3.8	2.0	1.8	1.7	4.3		.8
Solo o più spesso a casa	3.2	4.5	2.1	2.6	4.8	5.9	3.7	4.3	3.9	5.2	2.7	3.2	.5	1.2		.8
A casa o al bar	.1	.3			.3	.5			.2	.3						
Solo o più spesso al bar	1.5	2.1	.9	.5	1.7	2.3	1.1	.8	1.5	1.9	1.1	.6	1.3	3.1		
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	17.2	12.6	21.3	19.6	16.7	12.0	21.9	20.7	17.6	12.6	22.5	20.8	15.7	12.9	17.5	16.1
Non consumatori	82.8	87.4	78.7	80.4	83.3	88.0	78.1	79.3	82.4	87.4	77.5	79.2	84.3	87.1	82.5	83.9
Consumatori forti	1.6	1.3	1.8	1.7	2.3	1.7	2.9	2.5	2.0	1.6	2.3	2.2				
Consumatori medi	5.5	4.6	6.3	6.2	5.5	3.3	7.9	7.8	5.1	3.4	6.7	6.6	7.1	10.5	4.8	5.2
Consumatori deboli	10.2	6.7	13.3	11.7	8.9	7.0	11.1	10.4	10.6	7.6	13.4	12.0	8.5	2.4	12.7	11.0
Solo o più spesso a casa	14.5	9.5	18.9	17.6	14.2	9.4	19.6	19.1	14.8	9.3	20.1	19.3	13.2	10.7	14.8	12.7
A casa o al bar	1.1	1.6	.7	.8	1.5	1.6	1.3	1.4	1.4	1.9	1.0	1.1				
Solo o più spesso al bar	1.6	1.5	1.7	1.2	1.1	1.0	1.1	.3	1.4	1.4	1.4	.4	2.5	2.1	2.7	3.5
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.2	5.9	8.3	8.4	7.4	5.9	9.2	9.1	7.5	6.2	8.8	8.9	5.8	4.5	6.8	6.9
Non consumatori	92.8	94.1	91.7	91.6	92.6	94.1	90.8	90.9	92.5	93.8	91.2	91.1	94.2	95.5	93.2	93.1
Consumatori forti	1.3	1.2	1.3	1.1	2.2	2.1	2.4	2.0	1.6	1.5	1.7	1.5				
Consumatori medi	2.5	2.1	2.8	3.6	2.1	1.1	3.2	3.6	2.0	1.7	2.3	3.0	4.3	4.0	4.5	5.4
Consumatori deboli	3.4	2.6	4.2	3.8	3.1	2.7	3.6	3.6	3.9	3.1	4.8	4.5	1.5	.5	2.2	1.5
Solo o più spesso a casa	5.8	4.0	7.4	7.4	5.9	3.7	8.3	8.3	6.1	4.4	7.8	8.1	4.5	2.3	6.0	5.4
A casa o al bar	.2		.3	.2	.2		.4	.3	.2		.4	.2				
Solo o più spesso al bar	1.2	1.9	.6	.8	1.4	2.2	.5	.5	1.2	1.8	.6	.6	1.3	2.1	.7	1.5

Liguria

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1560**	**737**	**823**	**722**	**809**	**453**	**356**	**320**	**1251**	**637**	**614**	**533**	**309**	**100**	**209**	**188**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	5.1	3.0	7.1	7.0	4.8	3.7	6.0	6.2	5.8	3.0	8.4	8.4	2.6	2.5	2.7	2.8
Non consumatori	94.9	97.0	92.9	93.0	95.2	96.3	94.0	93.8	94.2	97.0	91.6	91.6	97.4	97.5	97.3	97.2
Consumatori forti	.3		.6	.7	.3		.6	.7	.4		.8	.9				
Consumatori medi	2.4	1.1	3.7	3.7	2.3	1.8	2.8	3.1	2.7	1.3	4.0	3.9	1.6		2.7	2.8
Consumatori deboli	2.4	1.9	2.8	2.7	2.2	1.9	2.5	2.5	2.7	1.7	3.6	3.6	1.0	2.5		
Solo o più spesso a casa	4.5	2.0	6.7	7.0	4.2	2.7	5.8	6.2	5.2	2.2	7.9	8.4	1.9	.7	2.7	2.8
A casa o al bar																
Solo o più spesso al bar	.6	1.0	.4		.6	1.0	.2		.6	.8	.5		.7	1.8		
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.6	9.5	9.7	9.6	10.3	10.9	9.7	9.8	10.2	10.7	9.7	9.9	7.3	3.9	9.6	8.6
Non consumatori	90.4	90.5	90.3	90.4	89.7	89.1	90.3	90.2	89.8	89.3	90.3	90.1	92.7	96.1	90.4	91.4
Consumatori forti	.6	.4	.8	.9	.7	.6	.8	.9	.8	.5	1.1	1.2				
Consumatori medi	3.8	4.1	3.6	3.6	4.2	4.8	3.5	3.6	3.7	4.4	3.0	3.4	4.4	2.7	5.5	4.4
Consumatori deboli	5.2	5.0	5.3	5.0	5.4	5.5	5.3	5.3	5.7	5.8	5.7	5.3	2.9	1.3	4.1	4.2
Solo o più spesso a casa	7.2	5.7	8.5	8.8	7.2	6.5	7.9	8.4	7.5	6.7	8.2	8.8	6.0	.8	9.6	8.6
A casa o al bar	.4	.3	.5		.4	.3	.5		.5	.3	.6		.2	.5		
Solo o più spesso al bar	2.0	3.4	.7	.8	2.7	4.0	1.3	1.4	2.2	3.6	1.0	1.1	1.1	2.7		
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	12.7	15.5	10.2	13.5	14.9	17.0	12.5	17.0	14.4	16.3	12.5	16.5	6.3	11.4	2.8	4.3
Non consumatori	87.3	84.5	89.8	86.5	85.1	83.0	87.5	83.0	85.6	83.7	87.5	83.5	93.7	88.6	97.2	95.7
Consumatori forti	2.0	1.1	2.9	3.5	2.0	1.5	2.6	3.4	2.2	1.3	3.1	3.9	1.3		2.2	2.3
Consumatori medi	3.6	5.1	2.3	3.3	4.2	5.3	3.0	4.6	4.1	5.5	2.9	4.2	1.7	3.4	.5	.5
Consumatori deboli	7.0	9.3	5.0	6.7	8.6	10.1	6.9	9.0	8.0	9.6	6.5	8.4	3.2	8.0		1.5
Solo o più spesso a casa	10.4	11.5	9.4	11.7	11.7	12.3	11.1	14.1	11.7	12.0	11.4	14.6	5.4	9.3	2.8	2.8
A casa o al bar	.7	.8	.5	.4	1.0	1.1	.8	.7	.8	1.0	.7	.5				
Solo o più spesso al bar	1.6	3.1	.3	1.4	2.2	3.5	.6	2.2	1.8	3.3	.4	1.4	.9	2.1		1.5
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	25.5	32.2	19.5	23.9	29.4	37.2	20.6	25.4	28.0	35.8	20.5	25.8	15.8	15.4	16.0	18.1
Non consumatori	74.5	67.8	80.5	76.1	70.6	62.8	79.4	74.6	72.0	64.2	79.5	74.2	84.2	84.6	84.0	81.9
Consumatori forti	4.4	7.7	1.4	2.5	5.7	9.3	1.6	3.6	5.0	8.3	1.9	3.3	1.9	4.6		
Consumatori medi	11.9	15.5	8.8	10.8	13.8	18.2	8.7	10.2	13.4	17.9	9.2	11.6	6.0	4.1	7.3	8.6
Consumatori deboli	9.2	9.1	9.3	10.6	9.9	9.7	10.2	11.6	9.5	9.6	9.4	10.9	7.9	6.7	8.8	9.5
Solo o più spesso a casa	15.2	15.0	15.3	17.3	15.4	15.5	15.4	17.3	15.4	15.8	15.0	17.0	14.2	11.5	16.0	18.1
A casa o al bar	3.4	5.3	1.8	2.3	4.7	7.0	2.1	2.3	4.3	6.3	2.3	3.1	.2	.5		
Solo o più spesso al bar	6.9	11.9	2.5	4.3	9.2	14.7	3.1	5.8	8.3	13.6	3.2	5.7	1.4	3.4		
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	19.0	20.0	18.1	18.6	19.6	21.4	17.6	17.2	19.7	20.1	19.4	18.8	16.1	19.3	14.0	18.2
Non consumatori	81.0	80.0	81.9	81.4	80.4	78.6	82.4	82.8	80.3	79.9	80.6	81.2	83.9	80.7	86.0	81.8
Consumatori forti	3.2	3.1	3.2	2.8	3.8	4.4	3.2	3.1	3.7	3.7	3.7	3.3	.9		1.5	1.5
Consumatori medi	8.1	9.0	7.3	7.6	8.9	10.3	7.4	7.0	8.6	9.5	7.7	7.6	6.3	6.6	6.0	7.7
Consumatori deboli	7.8	7.9	7.6	8.2	6.8	6.8	6.9	7.1	7.4	6.9	8.0	8.0	9.0	12.7	6.5	8.9
Solo o più spesso a casa	12.2	9.4	14.7	16.1	11.5	9.5	13.9	14.7	12.7	9.7	15.5	17.1	10.5	8.3	12.0	13.0
A casa o al bar	2.6	3.5	1.8	1.2	3.6	5.2	1.8	1.2	2.9	4.2	1.7	.9	1.2		2.1	2.1
Solo o più spesso al bar	4.2	7.0	1.7	1.4	4.5	6.7	1.9	1.3	4.1	6.2	2.1	.9	4.5	11.0		3.0
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	12.7	17.5	8.4	6.5	15.1	18.9	10.8	7.7	14.0	18.4	9.9	7.5	7.4	13.1	3.5	3.6
Non consumatori	87.3	82.5	91.6	93.5	84.9	81.1	89.2	92.3	86.0	81.6	90.1	92.5	92.6	86.9	96.5	96.4
Consumatori forti	2.6	4.4	.9	1.1	2.4	3.7	1.0	1.3	2.4	3.6	1.2	1.4	3.3	8.3		
Consumatori medi	5.8	8.0	3.9	2.5	7.4	10.1	4.4	1.9	6.4	8.7	4.1	2.3	3.7	4.9	3.0	3.0
Consumatori deboli	4.3	5.0	3.6	3.0	5.3	5.1	5.5	4.4	5.3	6.1	4.5	3.8	.3		.5	.5
Solo o più spesso a casa	3.3	3.0	3.6	3.7	3.6	3.2	4.1	3.7	3.4	3.1	3.7	3.7	3.1	2.5	3.5	3.6
A casa o al bar	2.6	2.4	2.8	1.6	3.4	3.4	3.5	1.9	3.2	2.9	3.6	2.1				
Solo o più spesso al bar	6.8	12.2	2.0	1.2	8.1	12.3	3.2	2.0	7.4	12.5	2.6	1.6	4.3	10.6		
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	30.2	32.9	27.8	25.3	35.0	38.1	31.5	28.1	33.8	36.2	31.5	28.6	16.4	17.2	15.8	15.4
Non consumatori	69.8	67.1	72.2	74.7	65.0	61.9	68.5	71.9	66.2	63.8	68.5	71.4	83.6	82.8	84.2	84.6
Consumatori forti	5.3	7.9	2.9	3.8	6.5	9.3	3.4	4.7	5.7	8.3	3.2	4.5	3.4	5.6	2.0	2.0
Consumatori medi	13.6	14.5	12.8	10.6	15.5	17.1	13.7	10.7	15.6	16.2	15.1	12.5	5.7	6.7	5.0	5.1
Consumatori deboli	11.4	10.5	12.1	10.9	13.0	11.7	14.5	12.7	12.4	11.7	13.1	11.7	7.2	4.9	8.8	8.2
Solo o più spesso a casa	6.1	4.2	7.8	7.9	6.1	5.1	7.3	6.7	5.9	4.3	7.5	7.5	6.8	3.8	8.9	9.1
A casa o al bar	5.4	5.5	5.3	4.0	6.6	7.9	5.1	3.2	6.3	6.5	6.0	4.3	2.1	.8	3.0	3.0
Solo o più spesso al bar	18.7	23.2	14.7	13.5	22.3	25.0	19.1	18.2	21.6	25.4	17.9	16.8	7.4	12.6	3.9	3.3

Lombardia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**7371**	**3493**	**3878**	**3084**	**3979**	**2319**	**1660**	**1318**	**5781**	**3118**	**2663**	**2079**	**1590**	**374**	**1216**	**1005**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	79.5	80.2	78.8	78.3	83.9	83.8	83.9	85.0	82.7	82.5	82.9	83.5	68.3	62.3	70.2	67.9
Non consumatori	20.5	19.8	21.2	21.7	16.1	16.2	16.1	15.0	17.3	17.5	17.1	16.5	31.7	37.7	29.8	32.1
Consumatori forti	66.4	65.7	67.0	67.3	70.5	68.7	73.0	75.5	69.1	67.4	71.1	72.8	57.0	52.7	58.4	56.0
Consumatori medi	7.9	9.4	6.6	6.1	8.9	10.7	6.5	5.1	8.5	10.0	6.7	5.8	6.1	4.7	6.6	6.7
Consumatori deboli	5.2	5.1	5.2	4.9	4.4	4.5	4.3	4.4	5.1	5.2	5.1	4.8	5.2	4.9	5.3	5.1
Solo o più spesso a casa	70.2	68.0	72.1	72.8	72.1	70.2	74.7	77.8	72.0	70.1	74.1	76.7	64.0	51.8	67.9	65.1
A casa o al bar	4.6	5.8	3.6	3.2	5.7	6.2	5.1	4.4	5.3	5.6	5.0	4.3	2.4	7.8	.7	1.1
Solo o più spesso al bar	4.6	6.3	3.1	2.3	6.0	7.4	4.1	2.8	5.4	6.8	3.8	2.6	1.9	2.7	1.7	1.6
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	60.8	64.7	57.2	56.0	69.0	71.2	66.0	65.3	66.2	68.4	63.6	63.7	42.0	36.1	43.9	40.3
Non consumatori	39.2	35.3	42.8	44.0	31.0	28.8	34.0	34.7	33.8	31.6	36.4	36.3	58.0	63.9	56.1	59.7
Consumatori forti	1.7	1.9	1.6	1.8	2.3	2.1	2.6	2.4	2.1	2.0	2.1	2.3	.6	.9	.5	.8
Consumatori medi	16.2	19.8	13.0	14.1	20.6	22.5	17.9	19.2	18.7	21.3	15.8	17.6	7.4	8.2	7.1	7.1
Consumatori deboli	42.8	43.1	42.6	40.1	46.1	46.6	45.5	43.7	45.4	45.2	45.6	43.8	34.0	27.0	36.2	32.4
Solo o più spesso a casa	48.8	47.7	49.8	49.3	52.9	51.6	54.8	55.6	52.2	50.3	54.5	55.5	37.2	27.9	40.1	36.7
A casa o al bar	6.1	8.8	3.7	3.5	8.2	10.1	5.6	4.8	7.0	9.1	4.5	3.9	3.0	5.9	2.1	2.5
Solo o più spesso al bar	5.8	8.2	3.6	3.2	7.9	9.5	5.6	4.8	7.0	9.0	4.6	4.3	1.8	2.3	1.7	1.2
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	18.0	25.2	11.6	14.8	21.3	27.0	13.4	16.7	20.7	27.1	13.2	17.2	8.8	10.6	8.2	9.9
Non consumatori	82.0	74.8	88.4	85.2	78.7	73.0	86.6	83.3	79.3	72.9	86.8	82.8	91.2	89.4	91.8	90.1
Consumatori forti	5.0	9.0	1.4	2.6	6.5	9.9	1.7	3.4	6.1	9.8	1.8	3.4	1.1	2.4	.6	1.0
Consumatori medi	6.7	9.5	4.2	5.0	8.5	10.4	5.9	6.5	7.7	10.0	5.1	6.1	3.2	6.1	2.3	2.8
Consumatori deboli	6.3	6.7	6.0	7.2	6.3	6.7	5.8	6.7	6.8	7.3	6.3	7.7	4.5	2.0	5.3	6.2
Solo o più spesso a casa	13.3	16.7	10.2	13.4	14.4	17.2	10.7	14.1	14.7	17.6	11.2	15.3	8.5	9.7	8.2	9.7
A casa o al bar	2.0	3.8	.4	.4	2.9	4.5	.6	.7	2.5	4.2	.5	.5	.1	.2	.1	
Solo o più spesso al bar	2.7	4.7	1.0	1.0	4.0	5.4	2.1	1.8	3.5	5.3	1.4	1.3	.2	.6		.3
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	22.1	32.6	12.7	15.5	28.1	36.1	17.2	20.7	25.9	34.6	15.8	19.3	8.9	16.9	6.4	7.8
Non consumatori	77.9	67.4	87.3	84.5	71.9	63.9	82.8	79.3	74.1	65.4	84.2	80.7	91.1	83.1	93.6	92.2
Consumatori forti	4.5	8.0	1.4	2.9	6.1	9.0	2.1	4.4	5.6	8.8	2.0	4.0	.5	1.8	*	.7
Consumatori medi	9.8	14.5	5.7	6.4	13.0	16.5	8.3	9.2	11.5	15.4	7.0	8.2	4.1	7.5	3.0	2.6
Consumatori deboli	7.8	10.2	5.7	6.2	9.0	10.6	6.8	7.2	8.8	10.5	6.8	7.1	4.3	7.6	3.3	4.5
Solo o più spesso a casa	15.6	21.2	10.6	13.6	19.2	23.4	13.3	18.1	18.2	22.7	12.9	17.0	6.7	9.5	5.8	6.8
A casa o al bar	2.9	5.8	.3	.7	3.9	6.3	.6	1.2	3.5	6.1	.5	1.1	1.0	4.1		
Solo o più spesso al bar	3.6	5.6	1.8	1.2	5.0	6.3	3.3	1.4	4.3	5.9	2.4	1.2	1.2	3.4	.6	1.0
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	24.4	36.8	13.4	17.7	27.9	37.0	15.3	20.8	27.0	37.1	15.1	20.8	15.5	34.1	9.7	11.6
Non consumatori	75.6	63.2	86.6	82.3	72.1	63.0	84.7	79.2	73.0	62.9	84.9	79.2	84.5	65.9	90.3	88.4
Consumatori forti	11.7	18.8	5.3	7.8	13.3	18.7	5.9	9.7	13.2	19.2	6.2	9.6	6.3	15.5	3.4	4.3
Consumatori medi	7.7	11.5	4.3	5.7	9.1	11.4	6.0	7.3	8.8	11.6	5.5	7.5	3.8	10.2	1.7	2.1
Consumatori deboli	5.1	6.5	3.8	4.1	5.5	6.9	3.4	3.7	5.0	6.3	3.5	3.6	5.5	8.4	4.6	5.1
Solo o più spesso a casa	19.7	27.8	12.4	15.8	21.5	27.3	13.6	17.7	21.3	27.8	13.7	18.1	14.2	28.5	9.7	11.3
A casa o al bar	2.2	4.4	.3	.9	2.9	4.6	.5	1.1	2.7	4.7	.5	1.2	.6	2.5		.3
Solo o più spesso al bar	2.5	4.6	.7	1.0	3.5	5.1	1.3	2.0	3.0	4.7	1.0	1.5	.8	3.2		
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.3	5.5	1.3	1.6	4.9	7.1	2.0	2.3	3.9	6.0	1.4	1.7	1.3	1.7	1.2	1.4
Non consumatori	96.7	94.5	98.7	98.4	95.1	92.9	98.0	97.7	96.1	94.0	98.6	98.3	98.7	98.3	98.8	98.6
Consumatori forti	.3	.5	*	.1	.4	.7	*	.2	.3	.6	*	.2				
Consumatori medi	1.1	2.0	.3	.3	1.7	2.5	.7	.5	1.3	2.1	.5	.5	.4	1.7		
Consumatori deboli	1.9	3.0	1.0	1.2	2.8	3.9	1.2	1.5	2.2	3.3	.9	1.1	.9		1.2	1.4
Solo o più spesso a casa	1.9	3.1	.7	1.0	2.9	4.0	1.3	1.8	2.2	3.3	.9	1.3	.6	1.7	.2	.3
A casa o al bar	.4	.5	.2	.2	.4	.6	.2	.2	.4	.6	.2	.2	.3		.3	.4
Solo o più spesso al bar	1.1	1.9	.4	.4	1.6	2.5	.4	.3	1.3	2.1	.3	.3	.4		.6	.7
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	12.5	12.9	12.1	12.8	12.6	13.5	11.4	11.5	12.6	13.1	11.9	12.7	12.2	11.3	12.5	13.0
Non consumatori	87.5	87.1	87.9	87.2	87.4	86.5	88.6	88.5	87.4	86.9	88.1	87.3	87.8	88.7	87.5	87.0
Consumatori forti	1.1	1.1	1.0	1.3	1.1	1.2	.9	1.3	1.1	1.2	.9	1.2	1.1	.7	1.2	1.5
Consumatori medi	5.2	5.8	4.6	5.0	5.5	6.1	4.6	4.6	5.4	5.9	4.8	5.0	4.4	5.2	4.2	4.9
Consumatori deboli	6.3	6.0	6.5	6.5	6.1	6.2	5.9	5.6	6.2	6.1	6.2	6.4	6.7	5.3	7.2	6.6
Solo o più spesso a casa	10.5	9.5	11.3	12.0	9.9	9.7	10.2	10.6	10.2	9.4	11.1	11.9	11.4	9.7	11.9	12.2
A casa o al bar	.5	.8	.2	.3	.5	.8	.2	.3	.6	.9	.2	.3	.2		.3	.3
Solo o più spesso al bar	1.6	2.7	.6	.4	2.1	3.0	.9	.6	1.8	2.8	.7	.5	.7	1.5	.4	.4
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.6	5.5	3.9	4.7	5.2	5.9	4.2	4.8	5.3	5.9	4.6	5.4	2.3	2.3	2.3	3.3
Non consumatori	95.4	94.5	96.1	95.3	94.8	94.1	95.8	95.2	94.7	94.1	95.4	94.6	97.7	97.7	97.7	96.7
Consumatori forti	.7	.8	.6	.8	.9	1.0	.7	1.0	.8	.9	.8	1.1	.2		.2	.3
Consumatori medi	1.8	2.7	1.0	1.1	2.2	3.2	.7	1.0	2.2	3.1	1.2	1.3	.5		.7	.8
Consumatori deboli	2.1	1.9	2.3	2.8	2.1	1.7	2.8	2.7	2.3	1.9	2.7	3.0	1.6	2.3	1.4	2.2
Solo o più spesso a casa	3.4	3.9	2.9	3.7	3.5	3.8	3.0	3.7	3.9	4.1	3.7	4.4	1.6	2.3	1.4	2.2
A casa o al bar	.3	.2	.4	.6	.2	.2	.3	.6	.2	.2	.3	.5	.5		.6	.7
Solo o più spesso al bar	1.0	1.4	.6	.4	1.4	1.8	.9	.4	1.2	1.6	.7	.5	.2		.3	.4

Lombardia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**7371**	**3493**	**3878**	**3084**	**3979**	**2319**	**1660**	**1318**	**5781**	**3118**	**2663**	**2079**	**1590**	**374**	**1216**	**1005**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	5.4	5.4	5.5	5.4	5.6	5.7	5.5	5.6	5.8	5.5	6.1	5.6	4.1	3.8	4.2	5.1
Non consumatori	94.6	94.6	94.5	94.6	94.4	94.3	94.5	94.4	94.2	94.5	93.9	94.4	95.9	96.2	95.8	94.9
Consumatori forti	.2	.3	.1	.1	.3	.5	.1	.3	.3	.4	.2	.2				
Consumatori medi	1.9	2.1	1.8	2.0	1.9	2.0	1.8	2.0	2.1	1.9	2.3	2.5	1.4	3.8	.7	.8
Consumatori deboli	3.3	2.9	3.6	3.3	3.4	3.3	3.6	3.3	3.4	3.3	3.6	2.9	2.7		3.5	4.3
Solo o più spesso a casa	4.4	4.0	4.7	4.7	4.2	3.9	4.7	4.8	4.6	4.0	5.3	4.9	3.6	3.8	3.5	4.3
A casa o al bar	.2	.3	.1	.2	.2	.4		.1	.2	.4		.1	.2		.3	.3
Solo o più spesso al bar	.9	1.0	.7	.6	1.1	1.4	.7	.7	1.0	1.1	.8	.6	.3		.4	.5
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.2	7.0	5.4	5.9	6.9	8.2	5.1	5.3	6.7	7.6	5.7	5.8	4.4	2.8	4.9	6.3
Non consumatori	93.8	93.0	94.6	94.1	93.1	91.8	94.9	94.7	93.3	92.4	94.3	94.2	95.6	97.2	95.1	93.7
Consumatori forti	.9	1.1	.8	1.3	1.0	1.3	.5	1.3	1.1	1.2	1.0	1.6	.4	.6	.4	.7
Consumatori medi	2.3	2.8	1.7	1.9	2.7	3.2	2.0	1.7	2.6	3.2	2.0	2.1	.9		1.2	1.5
Consumatori deboli	3.0	3.1	2.9	2.7	3.2	3.6	2.7	2.4	3.0	3.2	2.7	2.1	3.0	2.2	3.3	4.1
Solo o più spesso a casa	4.4	4.3	4.5	4.9	4.4	4.6	4.2	4.1	4.6	4.6	4.6	4.7	3.8	2.2	4.3	5.3
A casa o al bar	.6	.9	.4	.6	.8	1.1	.4	.5	.6	.9	.3	.4	.6	.6	.6	1.0
Solo o più spesso al bar	1.2	1.8	.6	.5	1.7	2.5	.5	.7	1.5	2.1	.8	.7				
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	14.0	17.7	10.8	14.2	16.1	19.0	12.1	15.8	15.4	18.7	11.5	15.4	9.4	9.6	9.3	11.8
Non consumatori	86.0	82.3	89.2	85.8	83.9	81.0	87.9	84.2	84.6	81.3	88.5	84.6	90.6	90.4	90.7	88.2
Consumatori forti	2.5	3.9	1.2	2.4	3.1	4.8	.8	2.2	2.9	4.3	1.2	2.8	1.1	1.0	1.1	1.6
Consumatori medi	5.7	7.8	3.8	4.6	6.7	8.3	4.5	5.6	6.7	8.5	4.6	5.7	2.3	2.4	2.3	2.4
Consumatori deboli	5.8	6.0	5.7	7.2	6.3	6.0	6.8	8.0	5.8	5.9	5.7	7.0	6.0	6.3	5.9	7.8
Solo o più spesso a casa	11.5	13.1	10.1	13.1	12.6	13.9	10.8	13.8	12.2	13.7	10.4	13.9	9.1	8.2	9.3	11.6
A casa o al bar	.8	1.3	.3	.2	1.1	1.5	.6	.4	1.0	1.4	.5	.4				
Solo o più spesso al bar	1.8	3.3	.4	.9	2.4	3.6	.8	1.5	2.2	3.5	.6	1.2	.4	1.5		.2
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	29.8	40.2	20.4	23.9	35.0	44.9	21.4	24.9	33.7	43.0	22.8	26.3	16.1	18.4	15.4	19.0
Non consumatori	70.2	59.8	79.6	76.1	65.0	55.1	78.6	75.1	66.3	57.0	77.2	73.7	83.9	81.6	84.6	81.0
Consumatori forti	8.1	13.2	3.6	4.6	10.4	15.2	3.8	5.9	9.7	14.2	4.4	6.0	2.7	5.2	1.9	1.9
Consumatori medi	13.3	18.5	8.8	10.5	15.6	19.9	9.7	9.8	14.9	19.6	9.4	10.6	8.0	9.8	7.5	10.2
Consumatori deboli	8.3	8.6	8.1	8.7	9.1	9.9	8.0	9.2	9.2	9.2	9.1	9.7	5.4	3.3	6.0	6.9
Solo o più spesso a casa	18.6	20.5	16.8	20.1	18.8	21.0	15.7	18.6	19.6	21.2	17.8	21.0	15.1	15.6	14.9	18.4
A casa o al bar	3.6	6.0	1.5	1.4	5.2	7.1	2.5	2.1	4.6	6.7	2.0	1.9	.2		.3	.4
Solo o più spesso al bar	7.6	13.7	2.1	2.4	11.1	16.7	3.3	4.2	9.6	15.1	3.0	3.4	.8	2.8	.2	.2
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	11.9	14.0	10.0	11.6	13.2	14.1	11.9	12.8	12.7	14.5	10.6	11.7	9.2	10.7	8.7	11.3
Non consumatori	88.1	86.0	90.0	88.4	86.8	85.9	88.1	87.2	87.3	85.5	89.4	88.3	90.8	89.3	91.3	88.7
Consumatori forti	2.0	3.4	.8	1.5	2.7	4.0	1.0	2.1	2.4	3.7	.9	1.9	.7	.9	.6	.7
Consumatori medi	5.8	6.3	5.5	5.8	6.5	6.2	6.8	6.4	6.0	6.2	5.8	5.7	5.3	6.9	4.8	6.2
Consumatori deboli	4.0	4.4	3.7	4.2	4.0	3.8	4.1	4.2	4.3	4.6	3.9	4.2	3.2	2.8	3.4	4.3
Solo o più spesso a casa	8.6	9.4	7.9	9.5	8.9	9.0	8.6	10.1	9.0	9.7	8.3	9.6	7.2	7.2	7.2	9.4
A casa o al bar	1.6	1.9	1.3	1.1	2.3	2.2	2.4	1.5	1.9	2.0	1.8	1.3	.6	1.6	.3	.7
Solo o più spesso al bar	1.7	2.7	.8	.9	2.0	2.9	.9	1.2	1.8	2.8	.6	.8	1.4	1.9	1.2	1.2
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	17.6	25.1	10.9	10.6	22.9	29.7	13.5	12.2	20.2	26.8	12.6	11.4	8.6	12.2	7.4	9.1
Non consumatori	82.4	74.9	89.1	89.4	77.1	70.3	86.5	87.8	79.8	73.2	87.4	88.6	91.4	87.8	92.6	90.9
Consumatori forti	4.3	7.8	1.1	1.8	6.6	9.6	2.4	3.3	5.3	8.4	1.7	2.5	.8	3.5		.5
Consumatori medi	8.5	11.7	5.5	4.7	11.1	13.6	7.7	6.2	9.9	12.4	7.0	5.7	3.3	6.3	2.4	2.6
Consumatori deboli	4.9	5.5	4.3	4.1	5.2	6.5	3.4	2.8	5.0	5.9	3.9	3.2	4.4	2.5	5.0	5.9
Solo o più spesso a casa	5.7	5.6	5.9	5.8	6.1	6.2	5.9	6.0	5.9	5.7	6.2	6.0	5.1	4.9	5.2	5.3
A casa o al bar	2.5	3.3	1.7	1.9	3.0	3.5	2.4	1.6	2.6	3.3	1.8	1.3	2.2	3.9	1.7	2.9
Solo o più spesso al bar	9.4	16.2	3.3	3.0	13.8	19.9	5.2	4.7	11.7	17.8	4.6	4.0	1.2	3.5	.5	.8
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	38.4	46.8	30.9	26.3	46.7	51.9	39.4	34.7	44.4	49.4	38.7	33.0	17.5	26.4	14.7	12.7
Non consumatori	61.6	53.2	69.1	73.7	53.3	48.1	60.6	65.3	55.6	50.6	61.3	67.0	82.5	73.6	85.3	87.3
Consumatori forti	8.1	12.2	4.5	4.1	11.5	14.6	7.1	7.2	9.9	13.1	6.2	5.7	1.9	5.1	.9	.8
Consumatori medi	18.3	24.0	13.2	11.2	22.2	25.5	17.6	14.8	21.2	24.9	16.9	14.4	8.1	16.6	5.5	4.6
Consumatori deboli	12.0	10.6	13.2	11.1	13.0	11.8	14.6	12.7	13.3	11.4	15.5	12.9	7.4	4.6	8.3	7.3
Solo o più spesso a casa	11.4	10.2	12.5	11.2	11.1	10.0	12.6	12.5	12.2	10.3	14.4	12.9	8.9	10.1	8.6	7.8
A casa o al bar	5.3	6.4	4.3	3.4	6.8	6.7	6.9	4.8	6.1	6.4	5.9	4.4	2.4	6.8	1.0	1.5
Solo o più spesso al bar	21.6	30.1	14.1	11.7	28.8	35.2	19.9	17.4	26.1	32.7	18.4	15.8	6.1	9.5	5.1	3.4

Trentino Alto Adige

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**700**	**340**	**360**	**281**	**314**	**182**	**131**	**102**	**490**	**264**	**226**	**173**	**210**	**76**	**134**	**108**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	66.8	71.7	62.3	63.5	74.6	75.3	73.7	76.3	72.8	73.7	71.7	72.2	54.8	66.3	47.6	49.4
Non consumatori	33.2	28.3	37.7	36.5	25.4	24.7	26.3	23.7	27.2	26.3	28.3	27.8	45.2	33.7	52.4	50.6
Consumatori forti	31.4	34.0	28.9	31.6	38.1	36.2	40.5	47.0	36.1	37.0	35.1	38.7	21.8	25.9	19.3	20.0
Consumatori medi	19.9	20.1	19.6	16.3	20.7	20.0	21.5	16.8	20.2	18.1	22.5	19.3	19.2	25.8	15.1	11.4
Consumatori deboli	15.6	17.6	13.8	15.6	15.7	19.1	11.7	12.5	16.5	18.7	14.1	14.2	13.8	14.6	13.2	18.0
Solo o più spesso a casa	43.1	40.4	45.6	48.2	46.5	43.4	50.1	50.8	45.3	40.8	50.4	51.2	38.5	39.2	38.1	43.4
A casa o al bar	9.3	11.1	7.6	8.4	12.3	12.8	11.7	17.0	10.2	11.0	9.3	11.2	7.5	11.3	5.0	3.8
Solo o più spesso al bar	14.5	20.3	9.1	6.9	15.8	19.1	11.9	8.4	17.3	22.0	12.0	9.8	8.8	15.8	4.5	2.2
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	47.5	48.0	46.9	45.3	57.5	56.7	58.6	56.7	54.7	52.6	57.1	54.1	32.8	35.4	31.1	30.9
Non consumatori	52.5	52.0	53.1	54.7	42.5	43.3	41.4	43.3	45.3	47.4	42.9	45.9	67.2	64.6	68.9	69.1
Consumatori forti	.7	.8	.6	.8	1.4	1.5	1.3	1.7	1.0	1.0	.9	1.2				
Consumatori medi	10.9	13.1	8.9	9.6	18.2	20.2	15.8	15.8	15.6	16.5	14.6	15.4	1.4	3.8		
Consumatori deboli	35.9	34.1	37.5	34.9	37.9	34.9	41.5	39.2	38.1	35.0	41.5	37.4	31.3	31.7	31.1	30.9
Solo o più spesso a casa	28.6	24.0	32.9	31.8	35.8	29.9	42.6	37.4	33.1	26.1	41.0	36.1	19.5	18.4	20.2	24.7
A casa o al bar	8.1	11.3	5.1	6.2	9.8	10.2	9.3	13.7	9.8	12.1	7.2	10.0	4.5	8.9	1.8	
Solo o più spesso al bar	10.8	12.7	9.0	7.3	12.0	16.6	6.6	5.6	11.8	14.4	8.9	7.9	8.8	8.2	9.1	6.2
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	19.7	26.1	13.9	16.0	23.2	29.5	15.9	19.4	22.6	28.2	16.4	19.1	13.9	20.3	10.0	11.0
Non consumatori	80.3	73.9	86.1	84.0	76.8	70.5	84.1	80.6	77.4	71.8	83.6	80.9	86.1	79.7	90.0	89.0
Consumatori forti	5.8	9.6	2.2	2.9	8.7	12.7	4.1	5.4	8.2	12.3	3.6	4.7	.8	2.1		
Consumatori medi	7.3	9.8	5.1	6.4	8.6	10.5	6.3	8.6	8.5	10.8	5.9	7.8	5.0	6.8	3.9	4.1
Consumatori deboli	6.6	6.7	6.6	6.7	5.9	6.3	5.5	5.4	5.9	5.1	6.9	6.6	8.1	11.4	6.0	6.9
Solo o più spesso a casa	11.9	12.3	11.5	12.7	15.5	17.4	13.3	13.7	13.2	13.8	12.5	13.7	9.3	8.2	10.0	11.0
A casa o al bar	3.1	5.3	1.1	2.6	5.0	7.9	1.6	5.2	4.2	6.3	1.8	4.3	1.0	2.7		
Solo o più spesso al bar	4.7	8.5	1.3	.7	2.7	4.2	.9	.5	5.3	8.1	2.1	1.1	3.7	9.5		
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	11.4	13.1	9.9	10.1	15.5	16.1	14.8	14.7	13.7	13.9	13.4	13.7	6.9	10.7	4.5	4.2
Non consumatori	88.6	86.9	90.1	89.9	84.5	83.9	85.2	85.3	86.3	86.1	86.6	86.3	93.1	89.3	95.5	95.8
Consumatori forti	2.3	4.2	.5	.7	4.1	6.5	1.3	1.7	3.4	5.7	.8	1.1				
Consumatori medi	4.8	4.1	5.5	5.4	6.9	4.2	10.1	9.6	6.4	4.1	9.0	8.8	1.7	4.3		
Consumatori deboli	4.4	4.8	4.0	4.0	4.5	5.4	3.4	3.4	3.9	4.2	3.6	3.9	5.2	6.4	4.5	4.2
Solo o più spesso a casa	7.0	7.1	6.8	6.8	10.7	9.9	11.7	10.6	9.5	8.9	10.2	9.7	1.8	2.2	1.5	2.1
A casa o al bar	1.7	2.1	1.3	1.7	1.3	.9	1.9	2.5	1.3	.6	2.2	2.8	2.4	6.4		
Solo o più spesso al bar	2.8	3.8	1.7	1.6	3.4	5.3	1.3	1.7	2.8	4.5	.9	1.2	2.6	2.1	3.0	2.2
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	35.9	43.7	28.6	31.2	35.2	41.1	28.2	31.2	35.9	42.8	28.2	32.2	35.8	46.5	29.1	29.4
Non consumatori	64.1	56.3	71.4	68.8	64.8	58.9	71.8	68.8	64.1	57.2	71.8	67.8	64.2	53.5	70.9	70.6
Consumatori forti	12.6	20.0	5.8	9.0	14.0	21.1	5.7	9.4	13.3	20.9	4.8	8.5	11.3	17.5	7.4	10.0
Consumatori medi	13.5	16.2	11.0	13.2	13.3	14.0	12.4	13.8	14.2	15.5	12.8	15.3	12.0	18.1	8.2	9.8
Consumatori deboli	9.8	7.6	11.8	8.9	7.9	6.1	10.1	8.0	8.4	6.4	10.6	8.4	12.6	10.9	13.6	9.6
Solo o più spesso a casa	24.3	28.4	20.5	24.0	25.7	27.1	24.0	25.6	24.3	25.7	22.7	24.4	24.5	36.0	17.2	23.4
A casa o al bar	4.9	8.2	1.8	1.9	5.7	9.9	.7	2.8	6.3	10.6	1.5	3.1	2.1	1.8	2.3	
Solo o più spesso al bar	6.6	7.1	6.2	5.2	3.8	4.0	3.6	2.8	5.3	6.5	4.0	4.7	9.3	8.7	9.6	6.1
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.5	3.7	1.5	.8	3.4	5.2	1.3	1.7	2.4	3.7	.9	1.2	2.9	3.9	2.3	
Non consumatori	97.5	96.3	98.5	99.2	96.6	94.8	98.7	98.3	97.6	96.3	99.1	98.8	97.1	96.1	97.7	100.0
Consumatori forti																
Consumatori medi	.6	1.3			.8	1.5			.5	1.0			.8	2.1		
Consumatori deboli	1.9	2.4	1.5	.8	2.6	3.7	1.3	1.7	1.8	2.6	.9	1.2	2.1	1.8	2.3	
Solo o più spesso a casa	.5	.4	.6	.8	1.1	.9	1.3	1.7	.8	.6	.9	1.2				
A casa o al bar	.4	.7			.8	1.5			.5	1.0						
Solo o più spesso al bar	1.7	2.5	.9		1.5	2.8			1.1	2.0			2.9	3.9	2.3	
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	9.4	8.7	10.0	8.7	10.9	12.3	9.2	8.1	9.9	8.9	11.1	8.6	8.3	8.3	8.3	8.8
Non consumatori	90.6	91.3	90.0	91.3	89.1	87.7	90.8	91.9	90.1	91.1	88.9	91.4	91.7	91.7	91.7	91.2
Consumatori forti	1.3	.7	1.8	1.8	.9	1.4	.2	.3	1.0	1.0	1.1	1.4	1.7		2.8	2.5
Consumatori medi	4.2	5.5	3.1	3.6	5.1	5.9	4.2	5.5	4.5	4.5	4.4	5.8	3.7	8.3	.9	
Consumatori deboli	3.9	2.5	5.2	3.3	4.9	4.9	4.8	2.3	4.4	3.4	5.6	1.4	2.9		4.6	6.3
Solo o più spesso a casa	5.2	4.4	6.0	7.0	6.1	7.6	4.2	4.4	5.2	5.3	5.1	5.9	5.3	1.9	7.4	8.8
A casa o al bar	1.3	2.2	.6		.9	1.5	.2		1.2	1.4	1.0		1.6	4.2		
Solo o più spesso al bar	2.8	2.2	3.4	1.6	3.9	3.1	4.8	3.6	3.5	2.2	5.0	2.6	1.4	2.1	1.0	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.6	1.8	3.2	3.8	4.5	2.9	6.4	7.2	3.3	2.5	4.1	4.5	1.1		1.9	2.5
Non consumatori	97.4	98.2	96.8	96.2	95.5	97.1	93.6	92.8	96.7	97.5	95.9	95.5	98.9	100.0	98.1	97.5
Consumatori forti																
Consumatori medi	1.3	1.5	1.1	1.5	2.9	2.8	2.9	3.9	1.9	2.0	1.9	2.4				
Consumatori deboli	1.3	.4	2.1	2.3	1.6	.1	3.4	3.3	1.3	.5	2.2	2.1	1.1		1.9	2.5
Solo o più spesso a casa	1.1	.4	1.7	2.3	1.2	.1	2.6	3.4	1.1	.5	1.7	2.1	1.1		1.9	2.5
A casa o al bar	.6	.6	.6	.8	1.3	1.1	1.6	2.1	.9	.8	1.0	1.3				
Solo o più spesso al bar	.9	.9	.9	.7	1.9	1.7	2.2	1.7	1.3	1.2	1.4	1.1				

Trentino Alto Adige

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**700**	**340**	**360**	**281**	**314**	**182**	**131**	**102**	**490**	**264**	**226**	**173**	**210**	**76**	**134**	**108**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	5.3	4.3	6.2	6.4	7.7	6.9	8.7	8.3	5.7	5.1	6.4	6.2	4.4	2.1	5.9	6.8
Non consumatori	94.7	95.7	93.8	93.6	92.3	93.1	91.3	91.7	94.3	94.9	93.6	93.8	95.6	97.9	94.1	93.2
Consumatori forti	.5		.9	1.2	1.0		2.3	3.0	.7		1.5	1.9				
Consumatori medi	.8		1.6	1.6	.6		1.3	1.7	.4		.8	1.1	1.7		2.7	2.5
Consumatori deboli	4.0	4.3	3.7	3.7	6.1	6.9	5.2	3.7	4.6	5.1	4.1	3.3	2.7	2.1	3.1	4.2
Solo o più spesso a casa	3.4	2.9	3.9	4.4	5.9	5.1	6.9	7.2	4.5	3.9	5.2	5.5	1.1		1.9	2.5
A casa o al bar	.2		.3										.5		.9	
Solo o più spesso al bar	1.7	1.5	1.9	2.1	1.8	1.8	1.8	1.2	1.2	1.2	1.1	.7	2.7	2.1	3.1	4.2
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.6	4.2	5.0	5.5	5.4	4.5	6.5	7.4	5.2	4.2	6.3	6.3	3.5	4.2	3.0	4.1
Non consumatori	95.4	95.8	95.0	94.5	94.6	95.5	93.5	92.6	94.8	95.8	93.7	93.7	96.5	95.8	97.0	95.9
Consumatori forti	1.1	1.6	.6	.8	1.2	.9	1.5	2.0	.8	.7	.9	1.2	1.6	4.2		
Consumatori medi	2.4	2.6	2.3	3.0	3.4	3.6	3.1	4.1	3.3	3.5	3.0	3.9	.7		1.2	1.6
Consumatori deboli	1.1		2.2	1.7	.9		1.9	1.4	1.1		2.4	1.2	1.1		1.9	2.5
Solo o più spesso a casa	2.9	3.1	2.7	3.1	3.3	4.5	1.8	2.3	3.4	4.2	2.5	2.5	1.9		3.0	4.1
A casa o al bar	.3		.6	.8	.7		1.6	2.1	.5		1.0	1.3				
Solo o più spesso al bar	1.4	1.1	1.7	1.5	1.4		3.1	3.0	1.3		2.7	2.4	1.6	4.2		
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	11.5	15.2	8.1	8.1	14.0	16.5	11.2	11.7	13.4	16.6	9.8	10.5	7.7	11.4	5.4	4.3
Non consumatori	88.5	84.8	91.9	91.9	86.0	83.5	88.8	88.3	86.6	83.4	90.2	89.5	92.3	88.6	94.6	95.7
Consumatori forti	.4	.6	.3	.4	.7	.6	.7	1.0	.7	.8	.6	.7				
Consumatori medi	5.4	5.8	5.0	4.5	7.9	7.6	8.2	6.0	6.9	6.9	7.0	5.7	2.2	2.7	1.9	2.5
Consumatori deboli	5.7	8.9	2.8	3.2	5.5	8.2	2.2	4.7	5.8	8.9	2.3	4.0	5.6	8.8	3.6	1.8
Solo o più spesso a casa	6.0	7.0	5.1	6.0	8.1	8.8	7.4	8.3	7.5	7.9	7.1	8.2	2.8	4.3	1.9	2.5
A casa o al bar	1.7	3.0	.5		1.4	1.8	1.0		1.6	2.4	.8		1.9	5.0		
Solo o più spesso al bar	3.8	5.2	2.6	2.1	4.5	5.9	2.8	3.4	4.2	6.3	1.9	2.3	3.0	2.1	3.6	1.8
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	23.8	27.9	20.0	23.4	27.7	31.8	22.9	27.2	28.5	32.2	24.4	28.8	14.1	15.9	13.0	14.6
Non consumatori	76.2	72.1	80.0	76.6	72.3	68.2	77.1	72.8	71.5	67.8	75.6	71.2	85.9	84.1	87.0	85.4
Consumatori forti	4.6	8.6	.9	1.2	5.4	8.1	2.1	2.8	6.1	10.2	1.5	1.9	1.6	4.2		
Consumatori medi	12.5	13.8	11.3	13.8	16.4	17.2	15.5	18.5	17.0	17.3	16.7	19.9	3.2	4.0	2.7	3.7
Consumatori deboli	6.7	5.5	7.8	8.4	5.9	6.5	5.2	5.9	5.4	4.7	6.2	6.9	9.3	7.6	10.3	10.9
Solo o più spesso a casa	11.4	11.5	11.3	13.4	14.6	15.1	14.0	15.3	14.0	13.5	14.6	16.5	6.1	6.1	6.1	8.2
A casa o al bar	2.6	3.5	1.7	2.6	4.5	6.9	1.7	4.9	3.8	4.8	2.8	4.3				
Solo o più spesso al bar	9.8	12.8	7.0	7.4	8.6	9.8	7.3	6.9	10.6	13.9	7.0	8.0	8.1	9.8	7.0	6.4
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	11.0	12.3	9.8	10.1	12.9	13.6	12.1	14.8	11.6	10.7	12.6	11.7	9.9	16.9	5.6	7.5
Non consumatori	89.0	87.7	90.2	89.9	87.1	86.4	87.9	85.2	88.4	89.3	87.4	88.3	90.1	83.1	94.4	92.5
Consumatori forti	.7	.5	.9	1.1	1.1	.9	1.3	1.7	1.0	.7	1.4	1.8				
Consumatori medi	6.9	10.2	3.8	5.4	8.8	11.7	5.4	9.9	7.4	9.1	5.5	7.7	5.9	13.2	1.3	1.8
Consumatori deboli	3.4	1.6	5.1	3.5	3.0	1.0	5.4	3.2	3.1	.8	5.7	2.2	4.1	3.8	4.3	5.8
Solo o più spesso a casa	6.4	7.4	5.5	6.8	8.2	9.1	7.2	8.5	7.1	7.6	6.5	7.8	5.0	6.8	3.8	5.2
A casa o al bar	1.5	1.7	1.2	2.0	2.7	3.4	1.8	5.2	2.2	2.3	2.0	3.2				
Solo o più spesso al bar	3.2	3.2	3.1	1.3	2.0	1.0	3.1	1.2	2.3	.7	4.1	.7	4.9	10.1	1.7	2.3
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	10.2	12.2	8.2	7.4	10.7	12.2	9.0	8.4	9.5	10.3	8.7	8.4	11.4	17.6	7.5	5.8
Non consumatori	89.8	87.8	91.8	92.6	89.3	87.8	91.0	91.6	90.5	89.7	91.3	91.6	88.6	82.4	92.5	94.2
Consumatori forti	1.1	1.3	.9	.7	1.6	2.7	.4	.5	1.4	1.8	.9	1.1	.6		1.0	
Consumatori medi	3.9	4.5	3.4	4.5	5.4	6.7	3.8	5.0	4.2	5.4	2.8	3.7	3.4	2.1	4.3	5.8
Consumatori deboli	5.1	6.4	3.9	2.2	3.7	2.7	4.9	2.9	4.0	3.1	5.0	3.6	7.4	15.5	2.3	
Solo o più spesso a casa	2.1	2.5	1.6	2.2	2.6	2.6	2.5	3.3	2.2	1.8	2.7	3.5	1.7	4.5		
A casa o al bar	1.8	2.1	1.5	.8	1.5	1.6	1.5	2.0	1.9	2.8	.9	1.2	1.4		2.3	
Solo o più spesso al bar	6.3	7.7	5.1	4.5	6.6	7.9	5.0	3.1	5.4	5.7	5.0	3.7	8.3	13.1	5.2	5.8
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	29.5	30.5	28.5	27.1	35.5	37.2	33.4	31.2	33.3	33.4	33.1	27.8	21.8	22.4	21.4	25.9
Non consumatori	70.5	69.5	71.5	72.9	64.5	62.8	66.6	68.8	66.7	66.6	66.9	72.2	78.2	77.6	78.6	74.1
Consumatori forti	8.5	10.1	6.9	8.2	7.6	7.8	7.4	5.7	7.3	8.3	6.0	6.4	10.9	15.0	8.3	11.2
Consumatori medi	13.6	13.5	13.7	11.2	20.2	22.5	17.4	17.6	18.0	16.4	19.8	15.3	4.7	5.5	4.2	4.5
Consumatori deboli	7.4	6.9	7.9	7.7	7.7	6.9	8.6	7.9	8.1	8.7	7.3	6.1	6.2	1.8	8.9	10.2
Solo o più spesso a casa	7.1	4.9	9.1	10.5	7.9	7.8	8.0	7.7	6.5	5.5	7.6	7.4	8.4	3.5	11.5	15.6
A casa o al bar	5.1	4.2	5.9	5.1	7.5	4.9	10.5	9.8	6.5	4.4	8.9	7.1	2.2	3.7	1.3	1.8
Solo o più spesso al bar	17.3	21.4	13.5	11.5	20.1	24.5	14.9	13.8	20.3	23.6	16.7	13.3	11.1	15.3	8.6	8.5

Veneto

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3527**	**1700**	**1827**	**1367**	**1814**	**1102**	**712**	**535**	**2664**	**1485**	**1179**	**866**	**863**	**215**	**648**	**501**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	69.8	71.7	67.9	66.9	77.2	77.1	77.5	76.5	75.8	75.3	76.3	76.1	51.9	44.8	54.0	52.8
Non consumatori	30.2	28.3	32.1	33.1	22.8	22.9	22.5	23.5	24.2	24.7	23.7	23.9	48.1	55.2	46.0	47.2
Consumatori forti	52.4	53.6	51.3	50.1	59.0	59.1	58.7	61.6	57.4	56.9	57.9	59.6	37.6	28.9	40.2	35.6
Consumatori medi	10.8	12.3	9.4	10.1	12.1	12.0	12.2	11.6	12.1	12.3	11.9	12.2	6.8	12.1	5.2	6.9
Consumatori deboli	6.6	5.9	7.3	6.7	6.2	6.0	6.5	3.2	6.3	6.1	6.5	4.3	7.5	3.9	8.6	10.4
Solo o più spesso a casa	55.4	52.0	58.7	60.0	59.6	55.3	66.6	68.7	59.0	53.6	66.2	68.3	44.5	39.5	46.0	47.2
A casa o al bar	5.7	8.1	3.4	2.5	7.5	9.4	4.4	3.5	6.9	9.0	4.2	3.2	1.9	1.2	2.1	1.5
Solo o più spesso al bar	8.7	11.7	5.9	4.4	10.1	12.4	6.4	4.3	9.8	12.7	5.9	4.6	5.5	4.1	5.9	4.1
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	50.2	53.0	47.5	46.6	58.4	56.9	60.7	58.7	56.6	55.9	57.7	56.6	31.0	32.1	30.6	31.4
Non consumatori	49.8	47.0	52.5	53.4	41.6	43.1	39.3	41.3	43.4	44.1	42.3	43.4	69.0	67.9	69.4	68.6
Consumatori forti	2.8	4.2	1.4	1.6	4.3	5.2	2.9	2.5	3.6	4.6	2.2	2.4	.4	1.5		.6
Consumatori medi	11.3	13.3	9.4	10.4	14.6	15.4	13.3	15.0	13.6	14.5	12.4	13.7	4.4	4.6	4.3	5.3
Consumatori deboli	36.1	35.5	36.7	34.6	39.5	36.3	44.6	41.3	39.4	36.8	43.0	40.5	26.3	26.0	26.3	25.5
Solo o più spesso a casa	33.9	32.9	34.9	35.2	36.0	33.7	39.7	40.3	36.6	34.2	39.7	40.4	26.0	22.7	27.0	27.2
A casa o al bar	7.1	7.2	7.1	6.5	9.4	8.1	11.4	8.5	8.6	7.6	9.8	8.4	2.9	4.0	2.5	3.6
Solo o più spesso al bar	9.2	13.0	5.5	4.9	13.0	15.0	9.6	10.0	11.5	14.0	8.1	7.8	2.1	5.4	1.1	.6
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	16.7	25.7	8.3	10.1	21.4	27.0	12.3	15.4	19.8	26.5	10.8	13.9	7.7	19.5	4.1	4.2
Non consumatori	83.3	74.3	91.7	89.9	78.6	73.0	87.7	84.6	80.2	73.5	89.2	86.1	92.3	80.5	95.9	95.8
Consumatori forti	3.6	6.9	.4	.9	5.3	8.0	.9	1.7	4.5	7.4	.5	1.0	.9	2.9	.3	.8
Consumatori medi	7.4	10.8	4.3	4.6	9.7	11.8	6.5	6.4	8.7	11.1	5.6	5.9	3.5	8.3	2.1	2.6
Consumatori deboli	5.7	8.0	3.6	4.5	6.4	7.2	5.0	7.3	6.6	8.0	4.7	6.9	3.3	8.2	1.8	.9
Solo o più spesso a casa	10.7	14.8	6.8	8.3	13.4	15.8	9.5	12.2	12.5	15.2	8.9	11.9	5.3	11.6	3.5	2.9
A casa o al bar	1.4	2.5	.4	.6	2.2	2.9	1.2	1.5	1.9	2.8	.7	.9				
Solo o più spesso al bar	4.6	8.4	1.0	1.1	5.8	8.4	1.7	1.7	5.4	8.5	1.2	1.0	2.4	7.9	.7	1.3
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	20.2	28.9	12.0	12.8	27.0	32.8	17.5	18.8	24.5	30.5	16.4	16.8	7.5	17.1	4.6	6.6
Non consumatori	79.8	71.1	88.0	87.2	73.0	67.2	82.5	81.2	75.5	69.5	83.6	83.2	92.5	82.9	95.4	93.4
Consumatori forti	4.9	7.4	2.5	2.6	7.8	10.0	4.3	5.1	6.2	8.2	3.5	3.4	.9	1.2	.7	1.4
Consumatori medi	7.8	11.2	4.6	4.8	10.1	12.8	5.7	5.6	9.4	11.9	6.1	6.2	2.9	5.6	2.0	2.5
Consumatori deboli	7.6	10.4	4.9	5.4	9.1	10.0	7.5	8.1	8.9	10.4	6.8	7.2	3.8	10.3	1.8	2.7
Solo o più spesso a casa	12.8	17.9	8.0	9.5	17.3	20.7	11.6	13.4	15.2	19.0	10.0	11.9	5.7	9.3	4.6	5.7
A casa o al bar	2.4	3.4	1.5	1.9	3.6	4.5	2.0	3.1	3.2	3.7	2.4	2.9	.3	1.2		.5
Solo o più spesso al bar	5.0	7.6	2.5	1.4	6.1	7.5	3.9	2.4	6.1	7.8	4.0	2.0	1.5	6.5		.5
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	30.4	41.2	20.1	25.7	34.9	42.1	23.3	29.4	33.5	42.8	21.0	28.1	21.1	29.4	18.6	22.0
Non consumatori	69.6	58.8	79.9	74.3	65.1	57.9	76.7	70.6	66.5	57.2	79.0	71.9	78.9	70.6	81.4	78.0
Consumatori forti	15.6	25.1	6.5	10.1	18.0	25.4	6.0	9.5	17.3	25.8	6.0	10.1	10.2	19.8	7.4	10.0
Consumatori medi	7.7	9.8	5.7	7.0	8.9	10.1	7.1	9.3	8.5	10.1	6.4	8.4	5.1	6.9	4.5	4.9
Consumatori deboli	7.1	6.3	7.9	8.6	8.0	6.6	10.2	10.5	7.6	6.8	8.6	9.6	5.8	2.7	6.7	7.1
Solo o più spesso a casa	23.6	29.2	18.3	22.8	25.3	28.5	20.0	24.6	25.1	29.7	18.9	24.4	19.2	25.9	17.3	20.3
A casa o al bar	3.7	6.5	1.0	1.8	5.5	7.6	2.0	3.6	4.7	7.3	1.3	2.6	.5	.9	.4	.5
Solo o più spesso al bar	3.1	5.5	.8	1.1	4.2	6.0	1.3	1.2	3.7	5.8	.8	1.1	1.3	2.7	.9	1.1
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.9	4.0	1.8	2.1	3.8	4.6	2.5	3.9	3.6	4.3	2.6	3.1	.7	1.3	.5	.6
Non consumatori	97.1	96.0	98.2	97.9	96.2	95.4	97.5	96.1	96.4	95.7	97.4	96.9	99.3	98.7	99.5	99.4
Consumatori forti	.4	.9			.7	1.1			.6	1.0						
Consumatori medi	.6	.3	.8	.7	.6	.3	1.1	1.3	.7	.4	1.0	.8	.4		.5	.6
Consumatori deboli	1.8	2.8	1.0	1.3	2.5	3.2	1.4	2.6	2.4	3.0	1.6	2.2	.3	1.3		
Solo o più spesso a casa	1.7	2.5	1.1	1.6	2.3	2.6	1.8	2.7	2.2	2.8	1.4	2.3	.4		.5	.6
A casa o al bar	.3	.6			.5	.9			.4	.7						
Solo o più spesso al bar	.8	.9	.7	.5	.9	1.1	.7	1.2	1.0	.8	1.2	.8	.3	1.3		
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.0	14.8	15.2	16.4	14.8	14.0	16.1	15.9	15.5	14.9	16.2	17.4	13.7	14.3	13.5	15.0
Non consumatori	85.0	85.2	84.8	83.6	85.2	86.0	83.9	84.1	84.5	85.1	83.8	82.6	86.3	85.7	86.5	85.0
Consumatori forti	1.7	2.3	1.0	1.9	2.2	2.4	1.9	2.9	2.2	2.7	1.7	3.1				
Consumatori medi	5.5	4.6	6.2	7.1	4.3	3.7	5.2	6.0	5.1	4.7	5.6	6.7	6.6	4.2	7.3	7.7
Consumatori deboli	7.9	7.9	7.9	7.5	8.4	8.0	9.0	7.0	8.2	7.6	8.9	7.5	7.1	10.0	6.2	7.4
Solo o più spesso a casa	9.7	8.7	10.7	12.8	8.9	7.4	11.4	12.4	10.3	9.0	11.9	14.2	8.1	6.3	8.6	10.6
A casa o al bar	1.9	2.1	1.7	1.3	1.6	1.9	1.1	.4	1.8	2.0	1.5	.8	2.2	2.9	1.9	2.0
Solo o più spesso al bar	3.4	4.1	2.8	2.3	4.3	4.7	3.6	3.1	3.4	3.9	2.8	2.3	3.4	5.0	3.0	2.4
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.7	6.6	2.8	3.7	5.2	5.9	4.1	4.5	5.4	6.9	3.4	4.7	2.4	4.6	1.8	2.2
Non consumatori	95.3	93.4	97.2	96.3	94.8	94.1	95.9	95.5	94.6	93.1	96.6	95.3	97.6	95.4	98.2	97.8
Consumatori forti	.3	.5	.1	.1	.4	.6	.2	.3	.4	.5	.1	.2				
Consumatori medi	2.1	3.4	.8	.8	2.1	2.7	1.1	.8	2.2	3.2	.8	.7	1.7	4.6	.8	1.0
Consumatori deboli	2.3	2.8	1.9	2.8	2.7	2.7	2.7	3.4	2.8	3.1	2.5	3.8	.8		1.0	1.3
Solo o più spesso a casa	3.0	4.1	2.0	2.5	2.8	3.1	2.3	2.8	3.2	4.1	2.1	2.8	2.4	4.6	1.8	2.2
A casa o al bar	.4	.3	.5	.4	.7	.4	1.2	.9	.6	.4	.9	.7				
Solo o più spesso al bar	1.2	2.1	.3	.7	1.7	2.4	.5	.8	1.6	2.4	.4	1.2				

Veneto

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3527**	**1700**	**1827**	**1367**	**1814**	**1102**	**712**	**535**	**2664**	**1485**	**1179**	**866**	**863**	**215**	**648**	**501**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	6.2	6.3	6.0	6.1	6.3	5.4	7.7	7.7	6.7	6.7	6.8	6.7	4.4	3.8	4.6	5.2
Non consumatori	93.8	93.7	94.0	93.9	93.7	94.6	92.3	92.3	93.3	93.3	93.2	93.3	95.6	96.2	95.4	94.8
Consumatori forti	.5	.8	.2	.3	.9	1.1	.6	.8	.7	.9	.4	.5				
Consumatori medi	2.1	1.8	2.4	2.4	2.2	1.7	3.0	2.5	2.1	2.0	2.2	2.0	2.2		2.8	3.0
Consumatori deboli	3.5	3.8	3.3	3.4	3.2	2.6	4.1	4.3	4.0	3.8	4.2	4.2	2.2	3.8	1.8	2.2
Solo o più spesso a casa	3.9	4.1	3.8	4.5	3.4	3.3	3.7	4.7	4.0	4.1	3.8	4.5	3.7	3.8	3.7	4.6
A casa o al bar	1.1	.9	1.2	1.3	1.2	.6	2.2	2.3	1.3	1.0	1.7	1.8	.3		.4	.5
Solo o più spesso al bar	1.1	1.4	1.0	.2	1.6	1.4	1.8	.7	1.4	1.5	1.3	.4	.3		.4	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.3	9.7	9.0	9.7	10.4	10.6	10.0	9.8	9.6	9.7	9.4	9.7	8.5	9.6	8.1	9.7
Non consumatori	90.7	90.3	91.0	90.3	89.6	89.4	90.0	90.2	90.4	90.3	90.6	90.3	91.5	90.4	91.9	90.3
Consumatori forti	1.8	2.6	1.1	1.8	2.2	2.3	2.0	2.9	1.9	2.2	1.5	2.4	1.7	5.8	.4	1.0
Consumatori medi	3.1	3.6	2.6	3.4	3.4	4.5	1.6	2.1	3.1	4.0	2.0	2.7	3.1	1.2	3.6	4.5
Consumatori deboli	4.4	3.5	5.2	4.5	4.7	3.7	6.4	4.8	4.6	3.6	5.9	4.6	3.7	2.7	4.1	4.2
Solo o più spesso a casa	6.6	5.0	8.0	8.9	6.6	5.3	8.6	9.3	6.3	4.7	8.3	9.1	7.5	7.1	7.6	8.6
A casa o al bar	.6	.8	.4	.2	.9	1.0	.7	.2	.7	.9	.6	.3				
Solo o più spesso al bar	2.2	3.9	.6	.6	2.9	4.2	.7	.3	2.6	4.1	.6	.3	1.0	2.5	.5	1.1
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	16.9	22.0	12.1	16.3	19.7	23.8	12.9	18.0	19.2	23.4	13.5	18.5	10.1	11.2	9.7	12.9
Non consumatori	83.1	78.0	87.9	83.7	80.3	76.2	87.1	82.0	80.8	76.6	86.5	81.5	89.9	88.8	90.3	87.1
Consumatori forti	4.2	7.0	1.5	3.1	6.4	9.4	1.6	4.6	5.0	7.6	1.5	4.0	1.7	2.3	1.5	1.8
Consumatori medi	6.0	7.0	5.2	7.3	6.0	5.9	6.2	8.8	6.5	7.3	5.4	8.0	4.6	4.1	4.8	6.3
Consumatori deboli	6.7	8.0	5.4	5.8	7.2	8.4	5.1	4.6	7.7	8.5	6.6	6.6	3.8	4.9	3.5	4.7
Solo o più spesso a casa	10.3	9.8	10.7	13.3	9.8	9.7	10.0	11.2	10.6	10.1	11.3	13.8	9.2	7.3	9.7	12.4
A casa o al bar	2.2	3.4	1.2	1.2	3.1	3.6	2.4	2.0	2.8	3.5	1.9	1.7	.6	2.8		.5
Solo o più spesso al bar	4.4	8.8	.2	1.8	6.7	10.6	.5	4.9	5.7	9.8	.3	3.0	.3	1.1		
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	29.8	36.0	23.9	26.2	32.7	36.7	26.2	27.5	31.9	36.8	25.5	27.3	23.4	30.1	21.3	24.6
Non consumatori	70.2	64.0	76.1	73.8	67.3	63.3	73.8	72.5	68.1	63.2	74.5	72.7	76.6	69.9	78.7	75.4
Consumatori forti	8.6	13.2	4.2	4.4	12.2	16.3	5.6	5.7	10.2	14.4	4.6	4.9	3.8	4.6	3.5	3.6
Consumatori medi	13.1	15.0	11.3	14.5	12.9	13.5	12.0	16.1	13.7	15.0	11.8	15.8	11.4	14.9	10.4	12.5
Consumatori deboli	8.1	7.7	8.4	7.4	7.6	7.0	8.6	5.7	8.1	7.4	9.0	6.7	8.2	10.6	7.4	8.5
Solo o più spesso a casa	16.9	17.4	16.3	18.7	16.3	16.6	15.8	16.0	16.7	17.3	16.0	18.2	17.3	18.3	17.0	19.5
A casa o al bar	4.9	7.0	3.0	3.3	6.6	7.9	4.5	5.3	6.0	7.8	3.6	4.2	1.8	1.2	1.9	2.0
Solo o più spesso al bar	8.0	11.6	4.6	4.2	9.9	12.3	5.9	6.2	9.2	11.7	5.9	5.0	4.3	10.6	2.4	3.0
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	13.8	16.8	11.1	10.4	15.7	17.7	12.5	11.6	15.2	17.9	11.6	11.8	9.7	8.1	10.2	8.2
Non consumatori	86.2	83.2	88.9	89.6	84.3	82.3	87.5	88.4	84.8	82.1	88.4	88.2	90.3	91.9	89.8	91.8
Consumatori forti	1.3	1.9	.8	1.1	1.6	2.0	.9	1.4	1.3	1.7	.8	1.2	1.4	3.2	.8	1.0
Consumatori medi	6.1	8.0	4.2	3.7	6.9	8.1	5.0	3.9	6.6	8.6	4.0	3.8	4.4	3.7	4.6	3.6
Consumatori deboli	6.4	6.8	6.0	5.6	7.2	7.6	6.6	6.3	7.3	7.6	6.8	6.9	3.9	1.1	4.7	3.6
Solo o più spesso a casa	8.4	9.2	7.6	7.6	8.5	8.8	8.1	6.9	8.7	9.5	7.7	8.1	7.3	7.0	7.5	6.9
A casa o al bar	1.4	1.9	.9	.7	2.0	2.5	1.3	1.3	1.8	2.1	1.5	1.2				
Solo o più spesso al bar	4.1	5.7	2.5	2.1	5.2	6.5	3.0	3.4	4.6	6.3	2.4	2.5	2.4	1.1	2.7	1.4
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.8	20.1	11.8	9.5	21.1	23.5	17.1	13.8	19.2	21.9	15.6	12.4	5.7	6.4	5.5	5.1
Non consumatori	84.2	79.9	88.2	90.5	78.9	76.5	82.9	86.2	80.8	78.1	84.4	87.6	94.3	93.6	94.5	94.9
Consumatori forti	4.0	6.4	1.8	.8	6.3	8.6	2.6	.9	5.2	7.2	2.4	.6	.7		.9	1.1
Consumatori medi	7.0	9.9	4.3	4.1	9.3	11.2	6.2	6.0	8.6	10.6	5.9	5.7	2.3	4.1	1.7	1.5
Consumatori deboli	4.8	3.9	5.6	4.7	5.4	3.7	8.3	7.0	5.4	4.1	7.2	6.1	2.8	2.2	3.0	2.5
Solo o più spesso a casa	4.6	4.4	4.8	5.3	4.5	4.6	4.3	4.9	4.7	4.8	4.6	5.5	4.1	1.0	5.1	5.1
A casa o al bar	3.3	3.8	2.8	1.3	4.6	4.3	5.0	2.9	4.2	3.9	4.5	2.1	.6	2.5		
Solo o più spesso al bar	8.0	11.9	4.2	3.0	12.0	14.6	7.7	6.1	10.3	13.2	6.5	4.9	1.0	2.8	.4	
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	33.3	39.7	27.3	22.2	41.8	44.5	37.5	33.6	40.3	43.2	36.4	30.8	12.4	13.3	12.1	8.9
Non consumatori	66.7	60.3	72.7	77.8	58.2	55.5	62.5	66.4	59.7	56.8	63.6	69.2	87.6	86.7	87.9	91.1
Consumatori forti	7.9	10.7	5.3	3.5	11.4	13.8	7.5	6.7	9.7	11.9	6.7	5.0	2.7	1.5	3.1	1.4
Consumatori medi	14.7	18.7	10.9	9.7	18.7	20.8	15.3	14.5	18.1	20.5	14.8	14.6	4.7	5.5	4.5	2.3
Consumatori deboli	10.6	10.2	11.0	8.9	11.7	9.8	14.7	12.3	12.5	10.8	14.9	11.3	5.0	6.3	4.5	5.3
Solo o più spesso a casa	7.6	6.0	9.2	9.8	8.1	7.0	10.0	11.9	8.4	6.4	11.1	12.1	5.4	3.4	5.9	6.2
A casa o al bar	5.9	6.4	5.3	3.5	7.5	7.0	8.3	6.7	7.0	6.8	7.2	5.7	2.5	3.7	2.1	.3
Solo o più spesso al bar	19.8	27.2	12.8	8.9	26.2	30.5	19.3	15.0	24.9	30.0	18.1	13.1	4.6	6.2	4.1	2.4

Friuli - Venezia Giulia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1043**	**484**	**559**	**448**	**606**	**334**	**272**	**218**	**853**	**433**	**420**	**332**	**190**	**52**	**139**	**116**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	66.8	66.0	67.5	62.0	76.4	74.5	79.1	75.8	70.3	67.9	73.0	68.8	49.8	44.8	51.3	42.6
Non consumatori	33.2	34.0	32.5	38.0	23.6	25.5	20.9	24.2	29.7	32.1	27.0	31.2	50.2	55.2	48.7	57.4
Consumatori forti	45.1	44.9	45.2	41.9	51.2	51.7	50.6	50.8	47.0	46.9	47.0	45.7	35.9	21.8	39.9	30.6
Consumatori medi	12.1	14.4	10.0	8.6	15.8	16.8	14.4	12.1	13.7	15.2	12.0	10.4	4.5	5.3	4.3	3.3
Consumatori deboli	9.6	6.7	12.2	11.6	9.4	6.0	14.1	12.9	9.6	5.8	14.0	12.6	9.5	17.6	7.2	8.6
Solo o più spesso a casa	50.5	48.7	52.2	48.8	56.4	54.3	59.4	58.4	52.7	50.2	55.6	54.5	40.0	31.8	42.3	32.2
A casa o al bar	6.5	6.7	6.4	5.1	8.1	8.7	7.5	6.6	7.3	7.3	7.3	5.6	2.8		3.6	3.6
Solo o più spesso al bar	9.8	10.6	8.9	8.2	11.9	11.5	12.3	10.8	10.3	10.4	10.2	8.7	7.0	13.0	5.3	6.8
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	50.9	50.9	50.8	49.0	58.1	54.9	62.6	59.2	54.1	52.3	56.0	54.0	35.4	34.7	35.6	34.5
Non consumatori	49.1	49.1	49.2	51.0	41.9	45.1	37.4	40.8	45.9	47.7	44.0	46.0	64.6	65.3	64.4	65.5
Consumatori forti	.7	1.2	.2	.7	1.2	1.7	.5	1.5	.9	1.3	.3	1.0				
Consumatori medi	6.4	6.1	6.6	4.0	8.9	7.4	11.0	5.3	7.0	6.7	7.4	3.6	3.2		4.1	5.3
Consumatori deboli	43.8	43.6	44.0	44.2	48.1	45.9	51.1	52.4	46.2	44.4	48.3	49.4	32.2	34.7	31.5	29.2
Solo o più spesso a casa	33.8	30.4	36.9	36.5	34.5	31.2	39.0	38.7	33.6	30.0	37.6	37.7	34.7	34.7	34.6	33.2
A casa o al bar	5.8	7.5	4.2	2.7	8.9	9.3	8.3	5.4	7.0	8.2	5.7	3.6				
Solo o più spesso al bar	11.3	13.0	9.7	9.8	14.8	14.5	15.3	15.1	13.5	14.1	12.7	12.7	.7		1.0	1.2
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	22.9	30.3	16.1	21.0	30.1	35.9	22.2	29.9	25.9	32.4	18.7	25.4	8.1	5.9	8.7	8.1
Non consumatori	77.1	69.7	83.9	79.0	69.9	64.1	77.8	70.1	74.1	67.6	81.3	74.6	91.9	94.1	91.3	91.9
Consumatori forti	4.4	7.3	1.8	2.2	6.2	9.6	1.6	1.7	5.0	7.9	1.7	2.0	1.6		2.0	2.6
Consumatori medi	9.1	14.6	4.1	5.3	11.1	17.1	3.0	5.2	10.2	15.8	4.0	6.2	3.6		4.6	2.9
Consumatori deboli	9.3	8.4	10.2	13.5	12.8	9.3	17.6	23.0	10.7	8.6	13.0	17.2	2.9	5.9	2.0	2.6
Solo o più spesso a casa	15.7	17.8	13.8	17.4	19.1	20.2	17.5	23.4	17.2	18.8	15.5	20.6	8.1	5.9	8.7	8.1
A casa o al bar	1.5	2.5	.5	.7	2.2	2.9	1.1	1.4	1.8	2.7	.7	.9				
Solo o più spesso al bar	5.7	10.0	1.8	2.9	8.9	12.8	3.6	5.2	6.9	10.9	2.5	3.9				
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	23.9	34.6	14.0	17.6	31.4	39.5	20.4	24.2	27.4	36.2	17.5	22.0	6.7	16.6	3.8	4.9
Non consumatori	76.1	65.4	86.0	82.4	68.6	60.5	79.6	75.8	72.6	63.8	82.5	78.0	93.3	83.4	96.2	95.1
Consumatori forti	3.9	6.1	1.9	3.3	5.1	6.6	2.9	4.1	4.2	6.2	1.9	3.5	2.9	5.9	2.0	2.6
Consumatori medi	10.6	16.3	5.4	6.6	13.5	18.7	6.4	7.9	12.3	17.4	6.6	8.0	2.1	3.0	1.8	2.3
Consumatori deboli	9.3	12.3	6.7	7.8	12.9	14.2	11.1	12.2	10.9	12.7	9.0	10.4	1.7	7.7		
Solo o più spesso a casa	15.6	21.1	10.7	14.3	18.8	22.1	14.4	18.0	17.5	21.5	13.0	17.5	6.7	16.6	3.8	4.9
A casa o al bar	2.2	3.5	.9	.6	3.6	4.8	2.0	1.2	2.6	3.8	1.3	.8				
Solo o più spesso al bar	6.0	10.1	2.4	2.7	9.0	12.6	4.0	5.0	7.3	10.9	3.2	3.7				
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	34.8	46.4	24.1	32.1	35.5	42.5	25.9	35.4	36.5	45.3	26.6	35.7	26.3	59.4	16.9	21.6
Non consumatori	65.2	53.6	75.9	67.9	64.5	57.5	74.1	64.6	63.5	54.7	73.4	64.3	73.7	40.6	83.1	78.4
Consumatori forti	16.5	24.4	9.4	12.7	15.7	21.4	8.0	13.1	16.0	22.1	9.0	12.5	19.3	50.8	10.4	13.3
Consumatori medi	7.8	9.6	6.1	8.3	8.9	9.9	7.4	10.7	8.7	10.2	7.0	9.6	3.3	3.0	3.4	4.4
Consumatori deboli	10.5	12.4	8.7	11.1	10.9	11.2	10.6	11.5	11.9	13.0	10.6	13.6	3.6	5.6	3.1	3.9
Solo o più spesso a casa	30.0	37.3	23.4	30.9	30.1	33.8	25.0	34.3	31.0	35.9	25.6	34.1	24.9	53.3	16.9	21.6
A casa o al bar	2.2	4.2	.4	1.2	2.6	4.3	.2	1.1	2.5	4.2	.5	1.7	.7	3.3		
Solo o più spesso al bar	2.6	5.0	.4		2.9	4.5	.7		3.0	5.2	.6		.6	2.8		
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.3	4.4	2.3	.8	4.6	5.5	3.4	1.7	4.0	4.7	3.1	1.1				
Non consumatori	96.7	95.6	97.7	99.2	95.4	94.5	96.6	98.3	96.0	95.3	96.9	98.9	100.0	100.0	100.0	100.0
Consumatori forti	.4	.7		.4	.6	1.0		.9	.4	.8		.6				
Consumatori medi	.6	.2	1.0		.4	.2	.8		.8	.2	1.4					
Consumatori deboli	2.3	3.4	1.2	.4	3.6	4.3	2.6	.8	2.8	3.7	1.7	.5				
Solo o più spesso a casa	1.5	1.7	1.2	.4	2.3	2.1	2.6	.8	1.8	1.9	1.7	.5				
A casa o al bar																
Solo o più spesso al bar	1.8	2.6	1.0	.4	2.3	3.4	.8	.9	2.2	2.9	1.4	.6				
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	9.7	11.7	7.9	6.5	10.8	12.4	8.5	7.8	10.9	12.7	8.9	7.2	3.9		5.0	4.4
Non consumatori	90.3	88.3	92.1	93.5	89.2	87.6	91.5	92.2	89.1	87.3	91.1	92.8	96.1	100.0	95.0	95.6
Consumatori forti	1.0	.4	1.5	.6	1.0	.5	1.6	1.0	1.2	.4	2.1	.8				
Consumatori medi	4.5	4.8	4.2	4.4	5.0	5.5	4.3	4.3	4.6	5.2	3.9	4.4	3.9		5.0	4.4
Consumatori deboli	4.3	6.5	2.2	1.5	4.8	6.4	2.5	2.5	5.2	7.1	2.9	2.0				
Solo o più spesso a casa	5.2	4.2	6.0	5.2	4.7	3.9	5.8	5.9	5.7	4.5	6.9	5.4	2.7		3.4	4.4
A casa o al bar	2.0	2.9	1.2	1.3	3.0	3.6	2.1	1.9	2.4	3.2	1.6	1.8				
Solo o più spesso al bar	2.5	4.6	.7		3.1	4.9	.6		2.8	5.0	.4		1.3		1.6	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.7	6.4	3.3	3.7	7.1	7.9	6.0	6.6	5.7	6.9	4.4	5.0				
Non consumatori	95.3	93.6	96.7	96.3	92.9	92.1	94.0	93.4	94.3	93.1	95.6	95.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Consumatori forti	.3	.7			.5	.9			.4	.7						
Consumatori medi	1.4	1.8	1.0	1.3	2.2	2.4	1.8	2.3	1.7	1.9	1.4	1.8				
Consumatori deboli	3.0	3.9	2.2	2.4	4.4	4.6	4.2	4.3	3.7	4.3	3.0	3.2				
Solo o più spesso a casa	1.8	1.7	1.9	1.9	2.6	2.2	3.2	3.1	2.1	1.8	2.5	2.6				
A casa o al bar	.4	.7			.6	1.0			.4	.8						
Solo o più spesso al bar	2.6	3.9	1.4	1.8	3.9	4.7	2.8	3.5	3.1	4.3	1.9	2.4				

Friuli - Venezia Giulia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1043**	**484**	**559**	**448**	**606**	**334**	**272**	**218**	**853**	**433**	**420**	**332**	**190**	**52**	**139**	**116**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	8.8	9.2	8.4	7.6	10.8	10.3	11.7	10.9	9.7	10.0	9.4	8.6	4.2		5.4	4.9
Non consumatori	91.2	90.8	91.6	92.4	89.2	89.7	88.3	89.1	90.3	90.0	90.6	91.4	95.8	100.0	94.6	95.1
Consumatori forti	.4	.6	.2		.5	.9			.4	.7			.7		.9	
Consumatori medi	3.2	2.6	3.6	2.9	4.0	2.8	5.8	4.2	3.8	2.9	4.9	3.9				
Consumatori deboli	5.2	5.9	4.6	4.7	6.3	6.6	5.9	6.7	5.6	6.4	4.6	4.7	3.5		4.5	4.9
Solo o più spesso a casa	6.8	6.2	7.4	6.4	8.8	7.1	11.1	10.3	7.8	6.7	9.0	8.0	2.1		2.7	1.4
A casa o al bar	.3	.6			.5	.9			.4	.7						
Solo o più spesso al bar	1.6	2.4	1.0	1.3	1.5	2.3	.5	.7	1.6	2.6	.4	.5	2.1		2.7	3.5
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.4	8.8	6.2	7.4	9.8	9.5	10.3	12.0	8.2	8.9	7.4	8.7	3.9	7.3	2.9	3.7
Non consumatori	92.6	91.2	93.8	92.6	90.2	90.5	89.7	88.0	91.8	91.1	92.6	91.3	96.1	92.7	97.1	96.3
Consumatori forti	1.5	1.7	1.4	.7	2.0	1.5	2.6	1.3	1.5	1.2	1.9	.9	1.6	7.3		
Consumatori medi	1.9	1.8	2.0	2.9	3.1	2.3	4.2	5.9	2.3	1.9	2.8	3.9				
Consumatori deboli	4.0	5.3	2.8	3.8	4.7	5.7	3.5	4.8	4.3	5.8	2.7	3.9	2.3		2.9	3.7
Solo o più spesso a casa	4.4	3.4	5.3	5.0	5.3	3.0	8.3	7.4	4.5	3.1	6.1	5.5	3.9	7.3	2.9	3.7
A casa o al bar	.6	1.3		.8	1.0	1.7		1.4	.7	1.4		1.1				
Solo o più spesso al bar	2.4	4.1	.9	1.6	3.6	4.8	2.0	3.2	3.0	4.5	1.3	2.1				
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	10.8	14.5	7.5	10.1	13.3	15.1	10.8	14.2	12.0	14.8	8.7	13.3	5.4	10.5	3.9	.8
Non consumatori	89.2	85.5	92.5	89.9	86.7	84.9	89.2	85.8	88.0	85.2	91.3	86.7	94.6	89.5	96.1	99.2
Consumatori forti	2.4	4.1	.8	1.8	2.6	3.9	.9	1.4	2.7	4.4	.9	2.1	.5		.6	.8
Consumatori medi	2.6	2.1	3.1	3.8	2.8	2.0	3.8	6.0	2.4	1.6	3.3	5.1	3.5	7.7	2.4	
Consumatori deboli	5.9	8.4	3.6	4.5	7.9	9.2	6.0	6.8	6.8	8.8	4.6	6.1	1.3	2.8	.9	
Solo o più spesso a casa	6.5	7.0	6.1	7.1	7.3	6.7	8.2	9.8	6.9	7.0	6.9	9.2	4.7	7.7	3.9	.8
A casa o al bar	1.1	2.4		.3	1.7	3.0		.6	1.4	2.6		.4				
Solo o più spesso al bar	3.1	5.1	1.4	2.8	4.2	5.4	2.6	3.9	3.7	5.3	1.9	3.7	.6	2.8		
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	28.5	38.6	19.3	20.9	36.5	44.4	25.6	28.1	32.0	40.6	22.3	23.8	11.9	16.6	10.6	12.4
Non consumatori	71.5	61.4	80.7	79.1	63.5	55.6	74.4	71.9	68.0	59.4	77.7	76.2	88.1	83.4	89.4	87.6
Consumatori forti	6.0	11.3	1.2	2.9	8.7	14.7	.5	2.7	6.6	12.3	.3	2.3	2.8		3.6	4.6
Consumatori medi	10.9	14.5	7.6	6.4	14.6	16.0	12.6	9.8	12.5	14.7	9.9	8.6	3.4	12.2	.9	
Consumatori deboli	11.6	12.8	10.5	11.6	13.2	13.7	12.5	15.6	12.8	13.6	12.0	13.0	5.7	4.4	6.1	7.8
Solo o più spesso a casa	13.6	14.6	12.6	14.8	15.0	14.6	15.5	17.8	13.9	14.4	13.3	15.7	11.9	16.6	10.6	12.4
A casa o al bar	4.4	8.0	1.2	1.8	6.7	10.2	1.8	3.3	5.4	8.7	1.6	2.4				
Solo o più spesso al bar	10.5	16.0	5.5	4.3	14.8	19.5	8.4	6.9	12.7	17.4	7.4	5.8				
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	10.4	10.1	10.7	9.9	12.8	10.9	15.5	13.7	11.8	10.6	13.2	12.0	3.8	4.4	3.7	3.9
Non consumatori	89.6	89.9	89.3	90.1	87.2	89.1	84.5	86.3	88.2	89.4	86.8	88.0	96.2	95.6	96.3	96.1
Consumatori forti	1.2	1.5	.9	1.6	1.4	1.8	.9	2.0	1.5	1.6	1.3	2.2				
Consumatori medi	4.5	4.4	4.6	2.0	6.1	4.8	7.8	3.0	5.1	4.4	5.9	2.3	1.7	4.4	.9	1.2
Consumatori deboli	4.7	4.2	5.2	6.2	5.3	4.2	6.8	8.7	5.2	4.5	6.0	7.5	2.1		2.8	2.7
Solo o più spesso a casa	4.4	2.5	6.1	6.3	4.8	2.2	8.3	7.8	4.5	2.4	7.0	7.1	3.8	4.4	3.7	3.9
A casa o al bar	1.4	.2	2.4		1.9	.3	4.2		1.6	.2	3.2					
Solo o più spesso al bar	4.6	7.3	2.2	3.6	6.1	8.3	3.1	5.9	5.6	8.0	2.9	4.9				
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.1	18.7	11.7	9.0	18.8	20.7	16.3	15.2	17.7	19.7	15.4	12.1	2.3	7.4	.9	
Non consumatori	84.9	81.3	88.3	91.0	81.2	79.3	83.7	84.8	82.3	80.3	84.6	87.9	97.7	92.6	99.1	100.0
Consumatori forti	3.2	5.2	1.4	1.1	4.7	6.5	2.4	1.7	3.7	5.3	1.8	1.5	1.0	4.4		
Consumatori medi	5.1	6.1	4.1	2.8	6.2	6.8	5.4	5.0	5.8	6.4	5.2	3.8	1.4	3.0	.9	
Consumatori deboli	6.8	7.4	6.2	5.0	7.9	7.4	8.6	8.5	8.2	8.0	8.4	6.8				
Solo o più spesso a casa	2.4	2.5	2.4	2.1	2.6	2.3	3.1	3.3	2.8	2.8	2.9	2.8	.7		.9	
A casa o al bar	2.3	3.7	1.0	1.3	3.0	4.4	1.1	1.3	2.6	3.8	1.4	1.7	.7	3.0		
Solo o più spesso al bar	10.3	12.5	8.3	5.7	13.2	14.0	12.1	10.6	12.3	13.2	11.2	7.6	1.0	4.4		
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	34.3	37.9	31.0	26.1	42.1	42.0	42.2	35.1	38.2	38.7	37.5	30.6	15.7	29.1	11.9	13.1
Non consumatori	65.7	62.1	69.0	73.9	57.9	58.0	57.8	64.9	61.8	61.3	62.5	69.4	84.3	70.9	88.1	86.9
Consumatori forti	7.4	9.1	5.9	6.9	10.2	10.8	9.4	10.3	8.8	9.5	7.9	9.2	1.0	4.4		
Consumatori medi	16.2	17.9	14.7	8.9	19.2	19.1	19.4	10.2	17.6	17.8	17.4	9.6	9.6	18.8	7.0	6.9
Consumatori deboli	10.6	11.0	10.3	10.3	12.7	12.2	13.5	14.5	11.8	11.4	12.2	11.8	5.1	5.9	4.8	6.2
Solo o più spesso a casa	7.6	5.7	9.2	9.8	7.6	4.2	12.3	13.4	7.6	4.4	11.2	11.7	7.5	21.7	3.5	4.4
A casa o al bar	5.9	6.8	5.0	3.8	7.6	7.8	7.3	5.6	6.7	6.7	6.8	5.1	1.6	7.4		
Solo o più spesso al bar	20.9	25.4	16.7	12.5	26.9	30.1	22.7	16.1	23.8	27.6	19.5	13.8	6.6		8.4	8.7

Emilia Romagna

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3370**	**1627**	**1743**	**1393**	**1913**	**1104**	**809**	**642**	**2682**	**1425**	**1257**	**990**	**688**	**202**	**486**	**402**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	73.1	73.4	72.7	71.4	78.9	78.8	79.0	78.8	75.9	76.0	75.9	75.5	62.0	57.3	64.1	61.1
Non consumatori	26.9	26.6	27.3	28.6	21.1	21.2	21.0	21.2	24.1	24.0	24.1	24.5	38.0	42.7	35.9	38.9
Consumatori forti	58.7	58.5	58.9	57.2	65.0	63.6	66.8	65.6	62.4	61.1	63.8	62.9	44.4	42.5	45.3	43.3
Consumatori medi	7.9	9.4	6.6	6.8	8.2	9.6	6.5	7.0	7.9	9.5	6.3	6.1	7.8	8.7	7.4	8.5
Consumatori deboli	6.4	5.5	7.2	7.4	5.7	5.6	5.8	6.2	5.5	5.3	5.7	6.6	9.8	6.2	11.4	9.4
Solo o più spesso a casa	56.9	53.9	59.5	60.5	58.6	56.1	61.6	63.9	56.9	54.5	59.5	61.2	56.6	50.1	59.6	58.8
A casa o al bar	8.8	10.5	7.2	5.5	11.5	12.3	10.5	8.2	10.6	11.5	9.7	7.8	1.5	4.2	.3	
Solo o più spesso al bar	7.4	9.0	6.0	5.3	8.8	10.4	6.9	6.7	8.4	10.0	6.7	6.6	3.8	3.0	4.2	2.4
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	51.7	55.0	48.8	46.9	58.2	59.2	57.0	57.4	56.3	57.5	55.1	54.9	33.9	39.4	31.4	27.4
Non consumatori	48.3	45.0	51.2	53.1	41.8	40.8	43.0	42.6	43.7	42.5	44.9	45.1	66.1	60.6	68.6	72.6
Consumatori forti	1.0	.9	1.2	.9	1.1	.8	1.6	.7	1.3	1.0	1.6	1.2				
Consumatori medi	11.2	14.9	7.9	7.9	14.9	16.3	13.1	13.7	12.9	15.4	10.2	10.8	4.6	11.4	1.5	.7
Consumatori deboli	39.5	39.3	39.7	38.2	42.2	42.1	42.3	43.1	42.1	41.1	43.3	42.9	29.3	28.0	29.9	26.7
Solo o più spesso a casa	36.8	36.2	37.4	38.0	38.6	37.8	39.5	42.9	38.5	36.8	40.3	43.0	30.3	32.1	29.5	25.9
A casa o al bar	7.2	8.4	6.2	4.3	10.2	10.7	9.5	6.9	8.9	9.7	8.0	5.7	1.0	.5	1.2	.6
Solo o più spesso al bar	7.7	10.4	5.2	4.7	9.5	10.7	8.0	7.5	9.0	11.0	6.9	6.2	2.7	6.8	.7	.8
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.1	21.1	9.8	11.3	17.1	22.8	10.0	11.9	16.4	21.6	10.9	12.5	10.4	18.0	6.8	8.1
Non consumatori	84.9	78.9	90.2	88.7	82.9	77.2	90.0	88.1	83.6	78.4	89.1	87.5	89.6	82.0	93.2	91.9
Consumatori forti	3.7	6.7	1.2	1.8	4.2	6.6	1.2	2.1	4.0	6.6	1.4	2.2	2.6	7.1	.6	.7
Consumatori medi	5.9	8.0	4.1	4.0	6.9	8.7	4.8	4.7	6.3	8.2	4.3	4.0	4.5	6.7	3.4	3.9
Consumatori deboli	5.5	6.4	4.6	5.5	6.0	7.5	4.1	5.1	6.0	6.8	5.3	6.3	3.3	4.2	2.8	3.6
Solo o più spesso a casa	10.6	12.8	8.6	9.8	11.5	13.7	8.8	10.0	11.4	13.3	9.5	11.0	7.2	9.6	6.1	6.9
A casa o al bar	1.3	1.9	.7	.5	1.5	2.0	1.0	.9	1.3	1.7	1.0	.8	1.0	3.3		
Solo o più spesso al bar	3.3	6.4	.5	.9	4.0	7.1	.2	1.0	3.6	6.6	.4	.7	2.1	5.1	.7	1.2
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	18.8	27.0	11.5	13.8	23.2	31.1	13.6	18.2	21.5	29.3	13.4	17.6	8.3	12.9	6.1	4.6
Non consumatori	81.2	73.0	88.5	86.2	76.8	68.9	86.4	81.8	78.5	70.7	86.6	82.4	91.7	87.1	93.9	95.4
Consumatori forti	4.5	8.3	1.1	1.0	6.1	10.0	1.3	1.3	5.4	9.2	1.5	1.5	.9	2.9		
Consumatori medi	6.3	7.5	5.3	6.0	8.2	8.6	7.9	9.5	7.2	8.3	6.1	7.5	2.9	2.4	3.1	2.2
Consumatori deboli	8.0	11.2	5.1	6.8	8.9	12.5	4.4	7.5	8.9	11.8	5.9	8.6	4.5	7.6	3.0	2.4
Solo o più spesso a casa	11.9	16.4	8.0	9.8	15.0	19.6	9.3	12.6	13.7	18.0	9.1	12.3	5.3	6.4	4.7	3.7
A casa o al bar	3.0	4.6	1.5	2.1	3.5	4.4	2.4	4.0	3.2	4.5	1.8	3.0	2.1	5.3	.7	
Solo o più spesso al bar	3.9	6.0	2.0	1.9	4.7	7.1	1.8	1.7	4.7	6.8	2.5	2.3	.9	1.2	.7	.8
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	15.4	23.9	7.8	9.1	18.6	25.5	10.1	12.5	17.0	24.7	8.9	10.8	9.2	19.0	4.7	4.8
Non consumatori	84.6	76.1	92.2	90.9	81.4	74.5	89.9	87.5	83.0	75.3	91.1	89.2	90.8	81.0	95.3	95.2
Consumatori forti	4.1	7.1	1.5	2.4	4.9	7.3	1.8	3.4	4.5	7.4	1.4	2.6	2.6	4.7	1.7	1.9
Consumatori medi	5.9	9.6	2.6	3.7	7.8	11.2	3.7	5.3	6.7	10.3	3.0	4.4	2.7	5.3	1.6	2.2
Consumatori deboli	5.4	7.2	3.7	2.9	5.9	7.0	4.6	3.8	5.7	7.0	4.5	3.8	3.9	9.1	1.5	.7
Solo o più spesso a casa	10.3	15.0	6.2	7.5	12.2	15.9	7.6	9.3	11.2	15.3	6.9	8.6	6.9	13.2	4.1	4.8
A casa o al bar	1.3	2.1	.5	.3	1.1	1.5	.5	.6	1.1	1.6	.5	.4	2.1	5.3	.7	
Solo o più spesso al bar	3.8	6.7	1.1	1.3	5.4	8.2	1.9	2.6	4.7	7.7	1.5	1.9	.2	.5		
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.1	8.4	4.1	3.4	8.0	10.1	5.4	5.2	7.4	9.4	5.4	4.8	1.2	2.4	.7	
Non consumatori	93.9	91.6	95.9	96.6	92.0	89.9	94.6	94.8	92.6	90.6	94.6	95.2	98.8	97.6	99.3	100.0
Consumatori forti	.3	.7		.4	.5	1.0		.8	.4	.8		.5				
Consumatori medi	2.1	3.1	1.3	1.0	3.0	3.8	2.1	1.5	2.5	3.2	1.8	1.4	.7	2.4		
Consumatori deboli	3.7	4.6	2.8	2.0	4.4	5.3	3.3	2.9	4.5	5.3	3.6	2.8	.5		.7	
Solo o più spesso a casa	2.0	2.6	1.4	1.6	2.6	2.7	2.4	2.7	2.5	3.0	1.9	2.2				
A casa o al bar	1.1	1.5	.7	.6	1.4	2.2	.4	.4	1.4	1.7	1.0	.8				
Solo o più spesso al bar	3.1	4.3	2.0	1.3	4.0	5.1	2.6	2.1	3.6	4.6	2.5	1.8	1.2	2.4	.7	
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	9.2	7.5	10.7	11.6	8.2	7.4	9.2	10.2	8.5	7.2	9.8	11.2	12.0	9.2	13.3	12.7
Non consumatori	90.8	92.5	89.3	88.4	91.8	92.6	90.8	89.8	91.5	92.8	90.2	88.8	88.0	90.8	86.7	87.3
Consumatori forti	.4	.3	.6	.2	.3	.4	.2	.3	.3	.4	.2	.3	1.0		1.5	
Consumatori medi	3.4	3.2	3.5	3.9	3.6	3.4	3.9	4.3	3.6	3.1	4.1	4.5	2.6	3.8	2.0	2.3
Consumatori deboli	5.4	4.0	6.6	7.6	4.3	3.6	5.1	5.6	4.6	3.8	5.5	6.5	8.4	5.4	9.8	10.4
Solo o più spesso a casa	7.1	5.6	8.5	9.9	6.3	5.9	6.7	7.9	6.6	5.6	7.7	9.0	9.0	5.4	10.6	12.1
A casa o al bar	1.0	.8	1.2	1.0	.5	.2	.7	.9	.7	.4	1.1	1.3	2.2	3.8	1.5	
Solo o più spesso al bar	1.1	1.1	1.1	.8	1.5	1.2	1.7	1.3	1.2	1.3	1.1	.9	.8		1.2	.6
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.4	5.0	3.9	4.0	4.6	4.3	4.9	4.9	4.6	4.6	4.6	5.1	3.8	7.7	2.1	1.5
Non consumatori	95.6	95.0	96.1	96.0	95.4	95.7	95.1	95.1	95.4	95.4	95.4	94.9	96.2	92.3	97.9	98.5
Consumatori forti	.1		.2	.2					.1		.2	.3				
Consumatori medi	1.8	2.2	1.4	1.1	2.4	2.4	2.3	1.6	2.2	2.6	1.9	1.6				
Consumatori deboli	2.6	2.8	2.4	2.7	2.2	1.9	2.6	3.3	2.2	2.0	2.5	3.2	3.8	7.7	2.1	1.5
Solo o più spesso a casa	2.5	2.7	2.4	2.8	2.4	2.4	2.4	3.2	2.6	2.7	2.6	3.4	2.2	2.6	2.1	1.5
A casa o al bar	.2	.4			.1	.2			.2	.4						
Solo o più spesso al bar	1.7	2.0	1.5	1.2	2.0	1.6	2.4	1.7	1.8	1.5	2.0	1.7	1.6	5.1		

Emilia Romagna

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3370**	**1627**	**1743**	**1393**	**1913**	**1104**	**809**	**642**	**2682**	**1425**	**1257**	**990**	**688**	**202**	**486**	**402**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	10.5	8.9	12.0	11.1	11.2	9.1	13.7	12.1	11.7	9.5	13.9	12.6	6.2	5.3	6.7	7.6
Non consumatori	89.5	91.1	88.0	88.9	88.8	90.9	86.3	87.9	88.3	90.5	86.1	87.4	93.8	94.7	93.3	92.4
Consumatori forti	1.0	1.1	.9	.8	.9	1.0	.8	.6	1.1	1.3	.9	.8	.5		.7	.8
Consumatori medi	4.7	3.2	6.1	5.7	5.6	3.8	7.9	6.9	5.5	3.7	7.4	6.9	1.6		2.4	2.7
Consumatori deboli	4.8	4.6	5.0	4.6	4.6	4.3	5.1	4.7	5.0	4.5	5.6	4.8	4.1	5.3	3.5	4.0
Solo o più spesso a casa	7.2	5.3	8.9	8.4	6.9	5.0	9.1	8.3	7.5	5.3	9.8	8.8	6.2	5.3	6.7	7.6
A casa o al bar	.6	.6	.7	.9	.8	.5	1.0	1.3	.8	.7	1.0	1.2				
Solo o più spesso al bar	2.7	3.1	2.3	1.8	3.6	3.6	3.6	2.6	3.4	3.5	3.2	2.6				
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.0	2.9	4.9	5.1	4.2	3.6	4.9	6.5	4.5	3.4	5.7	5.9	1.9		2.8	3.2
Non consumatori	96.0	97.1	95.1	94.9	95.8	96.4	95.1	93.5	95.5	96.6	94.3	94.1	98.1	100.0	97.2	96.8
Consumatori forti	.6	1.0	.3	.8	.6	.9	.3	1.0	.7	1.1	.2	.8	.6		.8	.9
Consumatori medi	1.0	.4	1.6	1.4	.9	.6	1.3	.9	1.0	.5	1.5	1.1	1.4		2.0	2.3
Consumatori deboli	2.3	1.5	2.9	2.9	2.7	2.1	3.4	4.6	2.9	1.8	4.0	4.0				
Solo o più spesso a casa	2.6	1.5	3.5	3.8	2.2	1.5	3.0	3.6	2.7	1.7	3.8	4.0	1.9		2.8	3.2
A casa o al bar	.5	.9	.1	.7	.8	1.4	*	1.5	.6	1.1	.1	1.0				
Solo o più spesso al bar	.9	.5	1.3	.6	1.2	.7	1.9	1.3	1.2	.6	1.8	.9				
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	8.9	10.9	7.1	8.6	10.4	12.2	8.1	9.6	9.7	11.4	7.8	9.6	5.7	7.5	4.9	6.0
Non consumatori	91.1	89.1	92.9	91.4	89.6	87.8	91.9	90.4	90.3	88.6	92.2	90.4	94.3	92.5	95.1	94.0
Consumatori forti	1.1	1.9	.4	1.2	1.2	2.2		1.5	1.1	2.2		1.0	1.1		1.6	1.8
Consumatori medi	4.1	6.2	2.2	2.0	5.4	7.2	3.3	2.6	4.5	6.5	2.4	2.1	2.4	4.1	1.7	1.9
Consumatori deboli	3.6	2.8	4.4	5.3	3.7	2.9	4.8	5.5	4.0	2.7	5.4	6.5	2.2	3.4	1.7	2.3
Solo o più spesso a casa	6.0	6.1	5.8	7.8	6.7	7.0	6.2	9.0	6.5	6.4	6.6	9.1	4.0	4.4	3.9	4.4
A casa o al bar	.3	.4	.3	.4	.3	.6			.2	.5			.7		1.1	1.2
Solo o più spesso al bar	2.5	4.3	.9	.4	3.4	4.6	1.9	.6	2.9	4.5	1.3	.5	1.0	3.1		.4
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	24.6	31.4	18.5	19.4	26.9	31.3	21.4	22.4	26.8	31.5	21.9	23.0	15.9	30.6	9.1	10.4
Non consumatori	75.4	68.6	81.5	80.6	73.1	68.7	78.6	77.6	73.2	68.5	78.1	77.0	84.1	69.4	90.9	89.6
Consumatori forti	5.6	10.1	1.6	2.0	6.4	10.2	1.7	2.7	6.3	10.4	2.0	2.2	2.9	7.9	.5	1.5
Consumatori medi	11.6	13.4	10.1	11.0	12.8	13.5	11.9	13.4	12.7	13.4	11.9	13.2	7.6	13.3	4.9	5.6
Consumatori deboli	7.4	7.9	6.9	6.4	7.7	7.7	7.8	6.3	7.9	7.7	8.0	7.7	5.5	9.4	3.7	3.3
Solo o più spesso a casa	13.2	13.6	12.9	14.3	13.5	13.7	13.2	14.5	14.2	13.7	14.6	16.2	9.7	12.6	8.4	9.6
A casa o al bar	4.6	6.6	2.8	2.8	5.5	6.5	4.2	4.0	4.8	5.9	3.8	4.0	3.5	11.0		
Solo o più spesso al bar	6.8	11.2	2.8	2.3	8.0	11.1	4.0	3.9	7.8	11.9	3.6	2.9	2.7	7.0	.7	.8
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	6.0	5.1	6.8	6.3	5.9	5.0	7.0	5.8	6.1	5.0	7.3	6.5	5.4	5.4	5.4	5.7
Non consumatori	94.0	94.9	93.2	93.7	94.1	95.0	93.0	94.2	93.9	95.0	92.7	93.5	94.6	94.6	94.6	94.3
Consumatori forti	1.1	1.2	.9	1.3	.9	1.2	.6	.7	1.0	1.2	.8	1.1	1.1	1.2	1.1	1.9
Consumatori medi	2.2	1.8	2.5	2.0	2.1	1.9	2.2	1.4	2.3	2.1	2.5	2.1	1.7		2.5	1.8
Consumatori deboli	2.7	2.0	3.3	2.9	2.9	1.9	4.2	3.7	2.8	1.7	3.9	3.3	2.6	4.2	1.8	2.0
Solo o più spesso a casa	4.5	2.6	6.2	6.3	4.4	2.9	6.2	5.8	4.6	2.5	6.7	6.5	4.2	3.0	4.7	5.7
A casa o al bar	.6	.7	.6		.5	.3	.8		.7	.8	.5		.5		.7	
Solo o più spesso al bar	.9	1.8			1.0	1.8			.9	1.7			.8	2.4		
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	10.8	17.1	5.3	4.7	14.5	20.0	7.6	6.0	12.6	18.6	6.4	5.9	4.0	7.6	2.3	1.9
Non consumatori	89.2	82.9	94.7	95.3	85.5	80.0	92.4	94.0	87.4	81.4	93.6	94.1	96.0	92.4	97.7	98.1
Consumatori forti	2.3	4.8	.1	.4	3.1	5.4	.2	.6	2.6	5.0	.1	.6	1.0	3.0		
Consumatori medi	5.0	7.3	3.0	3.3	7.0	9.1	4.4	4.5	6.2	8.4	3.9	4.3	.4		.7	.7
Consumatori deboli	3.5	5.1	2.2	1.1	4.4	5.5	3.1	.9	3.8	5.1	2.4	1.0	2.6	4.6	1.7	1.2
Solo o più spesso a casa	1.8	2.3	1.4	2.0	2.0	2.6	1.3	1.7	2.2	2.5	1.8	2.6	.6	1.2	.3	.3
A casa o al bar	.7	1.5	.1		.7	1.2	.1		.9	1.7	.1					
Solo o più spesso al bar	8.3	13.3	3.8	2.8	11.8	16.2	6.3	4.3	9.5	14.3	4.5	3.3	3.4	6.5	2.0	1.6
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	23.1	30.8	16.3	15.2	29.3	35.8	21.2	21.3	26.5	32.6	20.1	19.7	10.0	19.4	5.7	4.1
Non consumatori	76.9	69.2	83.7	84.8	70.7	64.2	78.8	78.7	73.5	67.4	79.9	80.3	90.0	80.6	94.3	95.9
Consumatori forti	4.2	7.4	1.4	2.2	5.6	8.7	1.7	3.5	4.8	7.8	1.8	2.9	1.8	5.1	.3	.2
Consumatori medi	11.1	15.2	7.4	6.7	14.7	17.5	11.2	10.3	12.8	15.9	9.6	9.0	4.2	10.4	1.4	1.2
Consumatori deboli	7.9	8.2	7.5	6.3	9.0	9.6	8.3	7.5	8.8	8.9	8.8	7.8	4.0	3.9	4.0	2.6
Solo o più spesso a casa	3.4	2.4	4.2	4.6	3.0	2.3	3.8	4.1	3.7	2.5	4.9	5.5	2.2	2.1	2.2	2.5
A casa o al bar	2.6	2.6	2.5	2.3	3.5	3.6	3.4	3.5	2.9	2.8	3.1	3.3	1.1	1.3	1.0	
Solo o più spesso al bar	17.2	25.8	9.6	8.2	22.8	29.9	14.0	13.7	19.9	27.3	12.2	10.9	6.7	16.1	2.4	1.6

Toscana

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3037**	**1457**	**1580**	**1226**	**1525**	**925**	**600**	**459**	**2257**	**1261**	**997**	**746**	**780**	**196**	**583**	**480**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	69.2	72.6	66.1	66.0	75.7	77.3	73.3	74.2	72.3	73.5	70.8	71.5	60.1	66.8	57.9	57.4
Non consumatori	30.8	27.4	33.9	34.0	24.3	22.7	26.7	25.8	27.7	26.5	29.2	28.5	39.9	33.2	42.1	42.6
Consumatori forti	48.0	49.8	46.2	45.8	54.5	52.7	57.4	57.3	51.1	50.3	52.1	51.3	38.6	46.7	36.1	37.3
Consumatori medi	13.5	15.7	11.4	11.1	14.8	17.7	10.1	10.8	14.3	16.6	11.3	12.4	10.9	9.4	11.4	9.1
Consumatori deboli	7.8	7.1	8.5	9.0	6.5	6.9	5.8	6.0	6.9	6.5	7.4	7.8	10.5	10.8	10.5	11.0
Solo o più spesso a casa	52.3	48.7	55.7	56.5	53.0	47.8	61.4	62.3	53.3	48.5	59.4	60.8	49.4	50.0	49.3	49.8
A casa o al bar	7.5	10.5	4.8	4.6	10.6	13.5	5.9	5.6	8.7	10.9	5.8	5.2	4.2	7.4	3.2	3.6
Solo o più spesso al bar	9.4	13.5	5.6	5.0	12.1	15.9	6.0	6.3	10.4	14.1	5.6	5.6	6.4	9.4	5.5	4.0
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	69.9	71.2	68.7	67.2	77.5	78.6	75.7	74.6	75.1	74.4	76.1	74.8	54.2	48.6	55.9	55.4
Non consumatori	30.1	28.8	31.3	32.8	22.5	21.4	24.3	25.4	24.9	25.6	23.9	25.2	45.8	51.4	44.1	44.6
Consumatori forti	3.7	5.3	2.3	3.2	4.9	5.9	3.4	5.5	4.3	6.0	2.1	3.3	2.0		2.7	3.0
Consumatori medi	22.3	25.9	18.9	17.9	29.3	30.7	27.1	25.5	26.3	27.5	24.7	23.8	10.4	14.6	9.0	8.6
Consumatori deboli	43.8	40.0	47.4	46.2	43.3	42.1	45.2	43.6	44.5	40.8	49.3	47.7	41.8	34.0	44.2	43.7
Solo o più spesso a casa	55.0	50.7	59.0	59.5	58.0	54.3	64.0	66.6	58.0	52.7	64.7	67.1	46.3	36.7	49.3	47.7
A casa o al bar	7.7	10.9	4.8	3.7	11.1	14.5	5.7	4.1	9.1	11.7	5.8	3.8	3.5	4.9	3.1	3.6
Solo o più spesso al bar	7.1	9.6	4.9	4.0	8.4	9.8	6.1	3.9	8.0	9.9	5.6	3.9	4.4	7.0	3.5	4.2
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	22.2	31.9	13.1	17.2	26.0	32.5	15.7	18.9	24.5	32.5	14.3	18.6	15.1	28.2	11.0	15.1
Non consumatori	77.8	68.1	86.9	82.8	74.0	67.5	84.3	81.1	75.5	67.5	85.7	81.4	84.9	71.8	89.0	84.9
Consumatori forti	4.9	7.6	2.4	3.8	5.8	8.2	2.0	4.3	5.2	7.7	1.9	3.6	4.1	7.1	3.2	4.0
Consumatori medi	7.4	11.3	3.8	5.2	8.8	11.4	4.7	4.0	7.6	10.8	3.5	3.4	6.8	14.5	4.3	7.9
Consumatori deboli	9.8	13.0	6.8	8.3	11.4	12.9	9.0	10.7	11.7	13.9	8.8	11.6	4.2	6.6	3.5	3.2
Solo o più spesso a casa	17.5	24.1	11.3	15.4	19.8	23.9	13.3	17.0	19.5	24.6	12.8	17.4	11.5	20.3	8.7	12.3
A casa o al bar	1.4	2.5	.4	.7	1.7	2.7		.4	1.4	2.5		.3	1.5	2.6	1.1	1.4
Solo o più spesso al bar	3.3	5.3	1.3	1.1	4.5	5.9	2.3	1.5	3.6	5.3	1.5	.9	2.2	5.4	1.1	1.4
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	22.0	34.1	10.7	14.3	30.3	40.8	13.5	20.0	25.6	36.3	12.0	17.6	10.9	18.6	8.5	9.1
Non consumatori	78.0	65.9	89.3	85.7	69.7	59.2	86.5	80.0	74.4	63.7	88.0	82.4	89.1	81.4	91.5	90.9
Consumatori forti	3.2	6.1	.5	1.2	5.2	8.4	.1	1.3	4.1	6.9	.6	1.6	.3		.4	.5
Consumatori medi	10.3	17.0	4.0	8.1	13.8	19.5	4.7	11.9	11.6	17.4	4.2	9.8	6.2	14.3	3.7	5.4
Consumatori deboli	8.5	11.0	6.1	5.1	11.3	12.9	8.7	6.8	9.9	11.9	7.2	6.3	4.4	4.3	4.4	3.2
Solo o più spesso a casa	16.0	23.9	8.7	11.2	21.8	28.2	11.5	15.3	18.9	25.4	10.5	14.8	7.5	13.2	5.7	5.6
A casa o al bar	2.3	3.9	.8	.5	3.3	4.7	1.0		2.8	4.4	.6		.9		1.1	1.4
Solo o più spesso al bar	3.6	6.3	1.2	2.6	5.3	7.9	1.0	4.6	4.0	6.4	.9	2.9	2.5	5.4	1.7	2.1
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	13.6	22.7	5.1	7.1	17.8	25.2	6.0	11.8	15.0	23.2	4.4	8.3	9.2	18.9	6.2	5.3
Non consumatori	86.4	77.3	94.9	92.9	82.2	74.8	94.0	88.2	85.0	76.8	95.6	91.7	90.8	81.1	93.8	94.7
Consumatori forti	2.7	5.2	.3	1.0	3.8	6.2	.1	1.9	3.3	5.5	.5	1.7	.7	3.0		
Consumatori medi	4.9	7.7	2.3	3.5	5.1	7.6	1.1	5.7	4.5	7.5	.8	4.0	5.8	9.2	4.8	2.8
Consumatori deboli	6.0	9.8	2.5	2.6	8.9	11.4	4.8	4.3	7.2	10.2	3.2	2.6	2.7	6.8	1.4	2.5
Solo o più spesso a casa	11.3	18.1	5.0	6.8	14.1	19.4	5.7	11.0	12.2	18.3	4.3	7.7	8.6	16.4	6.2	5.3
A casa o al bar	1.3	2.7		.2	1.9	3.1		.4	1.5	2.7		.3	.6	2.6		
Solo o più spesso al bar	1.0	2.0	.1	.2	1.7	2.6	.3	.4	1.3	2.2	.2	.3				
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.4	4.3	.7	.4	4.7	6.5	1.8	1.2	3.3	5.0	1.1	.7				
Non consumatori	97.6	95.7	99.3	99.6	95.3	93.5	98.2	98.8	96.7	95.0	98.9	99.3	100.0	100.0	100.0	100.0
Consumatori forti	.2	.3			.3	.5			.2	.4						
Consumatori medi	.8	1.3	.4		1.6	1.9	1.0		1.1	1.5	.6					
Consumatori deboli	1.5	2.7	.3	.4	2.8	4.1	.8	1.2	2.0	3.1	.5	.7				
Solo o più spesso a casa	1.3	2.4	.3	.4	2.5	3.6	.8	1.2	1.7	2.7	.5	.7				
A casa o al bar	.4	.3	.4		.7	.5	1.0		.5	.4	.6					
Solo o più spesso al bar	.8	1.7			1.5	2.4			1.1	1.9						
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	13.4	13.8	12.9	12.8	13.3	14.6	11.2	12.7	12.5	13.2	11.5	12.1	16.1	18.3	15.4	14.0
Non consumatori	86.6	86.2	87.1	87.2	86.7	85.4	88.8	87.3	87.5	86.8	88.5	87.9	83.9	81.7	84.6	86.0
Consumatori forti	1.8	1.2	2.3	2.0	1.2	1.2	1.3	1.8	1.3	1.3	1.3	1.8	3.1		4.0	2.3
Consumatori medi	5.8	7.9	3.9	4.5	6.5	7.8	4.4	5.4	5.4	7.0	3.3	4.1	7.1	13.9	4.9	5.0
Consumatori deboli	5.8	4.8	6.8	6.4	5.6	5.7	5.5	5.5	5.8	4.8	7.0	6.2	6.0	4.4	6.5	6.7
Solo o più spesso a casa	11.3	10.4	12.1	12.4	11.0	11.6	10.0	12.3	10.1	10.1	10.2	11.8	14.7	12.5	15.4	13.3
A casa o al bar	.6	1.1	.1	.3	.6	.8	.1		.7	1.0	.2		.4	1.6		.6
Solo o più spesso al bar	1.5	2.3	.7	.2	1.8	2.2	1.0	.4	1.7	2.1	1.1	.3	1.0	4.2		
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	8.2	9.2	7.4	8.1	8.5	10.7	4.9	7.3	7.5	9.3	5.3	6.1	10.4	8.6	10.9	11.1
Non consumatori	91.8	90.8	92.6	91.9	91.5	89.3	95.1	92.7	92.5	90.7	94.7	93.9	89.6	91.4	89.1	88.9
Consumatori forti	1.5	2.7	.4	.8	2.2	3.6		1.5	1.6	2.8		.9	1.3	1.6	1.2	.6
Consumatori medi	3.2	3.7	2.7	2.9	3.9	4.4	3.1	4.1	3.5	4.2	2.7	2.7	2.0		2.6	3.3
Consumatori deboli	3.6	2.8	4.3	4.3	2.4	2.7	1.8	1.7	2.4	2.3	2.6	2.5	7.1	6.9	7.1	7.2
Solo o più spesso a casa	6.5	5.9	7.0	7.3	5.9	6.9	4.3	5.3	5.5	6.1	4.7	4.9	9.4	4.5	10.9	11.1
A casa o al bar	.6	1.2			.6	.9			.5	.9			.7	2.9		
Solo o più spesso al bar	1.2	2.1	.4	.7	2.0	2.9	.6	1.9	1.5	2.2	.7	1.2	.3	1.2		

Toscana

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3037**	**1457**	**1580**	**1226**	**1525**	**925**	**600**	**459**	**2257**	**1261**	**997**	**746**	**780**	**196**	**583**	**480**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	8.0	9.3	6.8	6.7	9.5	10.9	7.2	7.8	8.1	9.4	6.3	6.7	7.8	8.1	7.7	6.8
Non consumatori	92.0	90.7	93.2	93.3	90.5	89.1	92.8	92.2	91.9	90.6	93.7	93.3	92.2	91.9	92.3	93.2
Consumatori forti	1.2	1.9	.5	.7	1.9	2.8	.4	.6	1.5	2.2	.6	.8	.3		.4	.5
Consumatori medi	2.8	3.7	1.9	1.4	2.9	3.5	2.1	2.8	2.5	3.1	1.7	2.3	3.6	8.1	2.2	
Consumatori deboli	4.0	3.6	4.4	4.6	4.7	4.7	4.7	4.4	4.1	4.1	4.0	3.6	3.8		5.1	6.3
Solo o più spesso a casa	6.2	6.6	5.9	6.7	7.1	8.0	5.6	7.8	5.9	6.7	4.9	6.7	7.1	5.3	7.7	6.8
A casa o al bar	.4	.8			.5	.9			.5	.9						
Solo o più spesso al bar	1.3	1.9	.8		1.9	2.1	1.6		1.6	1.8	1.3		.7	2.8		
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.8	11.0	8.7	7.3	11.8	12.9	10.0	7.1	10.2	11.9	8.0	6.9	8.7	5.2	9.8	7.9
Non consumatori	90.2	89.0	91.3	92.7	88.2	87.1	90.0	92.9	89.8	88.1	92.0	93.1	91.3	94.8	90.2	92.1
Consumatori forti	2.4	2.9	2.0	.7	2.6	3.7	.8	.9	2.1	3.3	.5	.8	3.6		4.7	.5
Consumatori medi	3.0	3.3	2.7	2.8	3.3	3.2	3.3	2.4	3.0	3.4	2.4	2.1	2.9	2.3	3.1	3.8
Consumatori deboli	4.4	4.9	4.0	3.9	5.9	5.9	5.9	3.9	5.1	5.2	5.1	4.0	2.2	2.8	2.0	3.7
Solo o più spesso a casa	6.7	6.9	6.6	5.3	7.8	8.2	7.3	5.3	6.8	7.4	5.9	5.3	6.5	2.8	7.7	5.3
A casa o al bar	.9	1.4	.4	.6	.9	1.5			.7	1.3			1.5	2.3	1.2	1.5
Solo o più spesso al bar	2.2	2.7	1.6	1.4	3.0	3.2	2.6	1.8	2.7	3.1	2.1	1.6	.7		.9	1.1
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	10.8	16.3	5.8	4.6	12.4	16.9	5.3	5.3	12.5	17.3	6.3	5.0	5.8	8.7	4.9	4.0
Non consumatori	89.2	83.7	94.2	95.4	87.6	83.1	94.7	94.7	87.5	82.7	93.7	95.0	94.2	91.3	95.1	96.0
Consumatori forti	2.0	3.2	.8	.8	2.5	3.1	1.6	1.0	2.4	3.4	.9	.6	.9	1.6	.7	1.2
Consumatori medi	3.5	5.7	1.4	1.7	4.7	6.9	1.3	1.5	4.0	6.5	.9	1.0	1.7		2.2	2.8
Consumatori deboli	5.4	7.4	3.5	2.1	5.2	6.9	2.5	2.8	6.1	7.4	4.4	3.4	3.2	7.0	2.0	
Solo o più spesso a casa	6.9	8.9	5.0	3.7	7.7	9.3	5.2	5.0	8.3	10.2	5.8	4.9	2.8		3.7	1.8
A casa o al bar	1.2	2.4		.4	1.5	2.4		.3	1.2	2.1		.2	1.1	4.5		.6
Solo o più spesso al bar	2.8	5.0	.7	.6	3.2	5.2	.1		3.1	5.1	.5		1.9	4.2	1.2	1.5
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	26.5	35.1	18.5	19.7	31.3	39.6	18.1	20.9	28.5	35.8	19.1	20.4	20.5	30.1	17.5	18.6
Non consumatori	73.5	64.9	81.5	80.3	68.7	60.4	81.9	79.1	71.5	64.2	80.9	79.6	79.5	69.9	82.5	81.4
Consumatori forti	6.6	12.2	1.5	2.1	8.4	13.6	.3	3.2	7.4	12.5	.7	3.0	4.4	9.4	2.8	.7
Consumatori medi	9.2	11.8	6.8	6.4	10.3	12.9	6.1	5.5	9.6	11.5	7.1	5.4	8.1	14.0	6.3	7.8
Consumatori deboli	10.7	11.1	10.2	11.2	12.5	13.1	11.7	12.2	11.6	11.8	11.3	11.9	8.0	6.7	8.4	10.0
Solo o più spesso a casa	16.4	19.4	13.5	15.0	18.1	21.9	12.1	13.8	16.6	19.8	12.4	14.4	15.8	16.9	15.4	16.0
A casa o al bar	3.6	6.2	1.1	1.6	4.2	6.3	.8	.7	3.8	6.4	.5	.9	2.9	5.4	2.1	2.6
Solo o più spesso al bar	6.6	9.4	3.9	3.1	9.0	11.4	5.2	6.4	8.1	9.7	6.2	5.1	1.8	7.7		
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	20.5	19.2	21.8	17.8	22.7	20.6	26.0	21.3	22.1	19.8	25.1	21.0	15.9	14.9	16.2	12.8
Non consumatori	79.5	80.8	78.2	82.2	77.3	79.4	74.0	78.7	77.9	80.2	74.9	79.0	84.1	85.1	83.8	87.2
Consumatori forti	3.4	3.7	3.2	2.8	5.4	4.8	6.3	4.9	4.2	4.0	4.4	3.9	1.1	1.5	1.0	1.2
Consumatori medi	9.0	8.1	9.8	8.6	7.8	7.4	8.5	7.3	8.3	7.7	9.0	8.6	11.0	10.6	11.1	8.5
Consumatori deboli	8.1	7.4	8.9	6.5	9.4	8.4	11.1	9.1	9.6	8.0	11.6	8.6	3.8	2.8	4.1	3.2
Solo o più spesso a casa	15.8	14.1	17.5	15.9	15.8	14.5	18.0	17.8	16.2	14.5	18.2	17.8	14.9	11.0	16.2	12.8
A casa o al bar	2.3	3.3	1.4	.5	3.5	3.8	3.0	1.2	2.9	3.4	2.3	.8	.6	2.3		
Solo o più spesso al bar	2.4	1.8	2.9	1.5	3.4	2.4	5.0	2.3	3.0	1.9	4.6	2.5	.4	1.6		
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	13.3	16.1	10.6	10.2	17.3	20.0	13.0	14.0	14.8	17.0	11.9	11.5	8.7	9.5	8.4	8.3
Non consumatori	86.7	83.9	89.4	89.8	82.7	80.0	87.0	86.0	85.2	83.0	88.1	88.5	91.3	90.5	91.6	91.7
Consumatori forti	2.7	3.8	1.7	.8	4.0	4.5	3.1	1.1	3.0	3.6	2.1	.6	1.9	5.3	.9	1.1
Consumatori medi	5.1	7.9	2.6	4.2	7.7	9.8	4.5	7.1	5.9	8.4	2.7	4.9	2.8	4.2	2.4	3.0
Consumatori deboli	5.4	4.4	6.3	5.2	5.6	5.7	5.5	5.8	5.9	5.0	7.1	5.9	3.9		5.1	4.2
Solo o più spesso a casa	4.5	3.9	5.2	5.6	5.0	5.0	5.0	5.2	4.8	4.4	5.3	6.0	3.7		4.9	5.0
A casa o al bar	2.5	2.5	2.4	1.8	3.7	3.4	4.1	2.0	2.7	2.9	2.5	1.3	1.7		2.2	2.7
Solo o più spesso al bar	6.3	9.7	3.1	2.8	8.6	11.6	3.8	6.8	7.2	9.7	4.1	4.2	3.3	9.5	1.4	.6
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	25.4	32.3	19.0	16.7	33.6	39.0	25.1	21.5	30.2	35.3	23.7	21.3	11.1	11.5	11.0	9.3
Non consumatori	74.6	67.7	81.0	83.3	66.4	61.0	74.9	78.5	69.8	64.7	76.3	78.7	88.9	88.5	89.0	90.7
Consumatori forti	4.9	8.6	1.4	.4	8.0	10.9	3.4	.8	6.1	9.1	2.2	.6	1.3	5.3		
Consumatori medi	11.0	14.2	7.9	7.6	14.0	16.5	9.9	9.6	12.8	15.4	9.5	8.3	5.4	6.2	5.2	6.4
Consumatori deboli	9.6	9.4	9.8	8.7	11.7	11.7	11.8	11.1	11.3	10.8	12.0	12.5	4.4		5.8	2.9
Solo o più spesso a casa	5.1	4.0	6.0	7.0	5.5	5.6	5.5	7.1	5.3	4.2	6.8	7.7	4.2	2.7	4.7	5.9
A casa o al bar	4.3	5.0	3.6	1.9	5.4	5.3	5.6	2.6	4.9	5.4	4.2	1.8	2.4	2.3	2.4	2.0
Solo o più spesso al bar	16.1	23.3	9.5	7.8	22.7	28.2	14.1	11.8	20.0	25.7	12.7	11.8	4.5	6.5	3.9	1.4

Marche

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1181**	**573**	**608**	**450**	**475**	**306**	**169**	**119**	**725**	**435**	**290**	**211**	**456**	**138**	**318**	**239**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	63.4	61.7	64.9	67.7	74.9	74.6	75.6	69.9	71.7	69.4	75.4	70.1	50.0	36.2	55.8	65.7
Non consumatori	36.6	38.3	35.1	32.3	25.1	25.4	24.4	30.1	28.3	30.6	24.6	29.9	50.0	63.8	44.2	34.3
Consumatori forti	43.9	42.8	45.0	45.7	51.8	51.5	52.3	47.3	49.5	47.4	52.7	47.8	35.1	27.5	38.3	43.7
Consumatori medi	9.6	10.3	8.9	10.1	13.6	14.2	12.4	13.5	11.2	11.6	10.6	10.5	6.9	5.8	7.4	9.7
Consumatori deboli	9.9	8.6	11.0	12.0	9.5	8.9	10.8	9.0	11.0	10.4	12.1	11.7	8.0	2.9	10.1	12.2
Solo o più spesso a casa	47.6	42.1	52.9	58.0	50.5	49.0	53.6	49.7	48.2	45.3	52.8	51.7	46.7	31.5	53.1	63.4
A casa o al bar	5.9	7.7	4.3	2.7	9.0	10.3	6.3	7.4	9.2	10.0	8.1	5.8	.7		1.0	
Solo o più spesso al bar	9.8	12.0	7.7	7.1	15.4	15.3	15.7	12.7	14.3	14.2	14.6	12.6	2.6	4.7	1.7	2.2
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	59.6	68.5	51.0	52.0	65.7	68.7	59.6	53.5	66.8	67.9	65.2	58.0	48.1	70.6	38.7	46.8
Non consumatori	40.4	31.5	49.0	48.0	34.3	31.3	40.4	46.5	33.2	32.1	34.8	42.0	51.9	29.4	61.3	53.2
Consumatori forti	2.9	3.2	2.6	2.8	4.2	3.8	5.2	4.7	3.4	3.5	3.0	2.8	2.2	2.2	2.2	2.9
Consumatori medi	23.8	27.3	20.3	20.1	28.5	31.5	22.7	16.3	27.1	28.3	25.2	19.9	18.5	24.0	16.1	20.2
Consumatori deboli	32.9	37.9	28.1	29.1	32.9	33.4	31.8	32.5	36.4	36.0	37.0	35.3	27.4	44.3	20.4	23.7
Solo o più spesso a casa	42.7	46.7	38.9	38.0	42.3	42.3	42.4	37.9	45.3	44.1	47.2	40.0	38.5	55.3	31.5	36.2
A casa o al bar	9.7	11.2	8.3	8.1	14.2	16.6	9.4	4.6	13.2	14.1	11.8	9.5	4.1	1.5	5.2	6.9
Solo o più spesso al bar	7.2	10.5	3.9	5.9	9.2	9.9	7.8	10.9	8.3	9.6	6.2	8.4	5.4	13.8	1.9	3.7
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	20.4	30.8	10.4	13.9	26.8	33.7	13.2	19.5	26.5	33.2	15.8	21.2	10.8	23.1	5.7	7.5
Non consumatori	79.6	69.2	89.6	86.1	73.2	66.3	86.8	80.5	73.5	66.8	84.2	78.8	89.2	76.9	94.3	92.5
Consumatori forti	7.3	12.1	2.7	5.3	7.9	9.9	4.0	9.2	8.7	10.6	5.8	11.3	5.1	17.2		
Consumatori medi	8.2	13.6	3.0	4.0	13.3	18.2	3.6	4.6	12.0	17.7	2.9	3.8	2.2		3.1	4.1
Consumatori deboli	4.9	5.1	4.7	4.7	5.6	5.5	5.7	5.6	5.7	4.9	7.1	6.1	3.5	5.9	2.6	3.4
Solo o più spesso a casa	14.3	20.3	8.6	10.7	17.0	21.3	8.4	12.1	18.0	21.9	11.9	15.7	8.5	15.2	5.7	6.4
A casa o al bar	3.9	6.9	.9	1.8	7.0	9.3	2.5	3.2	5.9	8.4	2.0	2.6	.6	1.9		1.1
Solo o più spesso al bar	2.2	3.6	.9	1.3	2.8	3.1	2.3	4.2	2.6	3.0	1.9	2.9	1.7	5.9		
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	21.8	34.2	9.9	11.1	32.2	39.4	18.3	18.9	30.2	37.8	18.0	18.4	8.5	22.2	2.7	4.7
Non consumatori	78.2	65.8	90.1	88.9	67.8	60.6	81.7	81.1	69.8	62.2	82.0	81.6	91.5	77.8	97.3	95.3
Consumatori forti	6.5	13.2		1.7	11.5	17.3		2.9	9.6	15.7		3.7	1.5	5.2		
Consumatori medi	9.0	12.5	5.6	4.9	14.5	16.5	10.5	7.6	13.0	15.0	9.8	6.4	2.6	4.2	2.0	3.7
Consumatori deboli	6.3	8.5	4.2	4.4	6.2	5.5	7.7	8.4	7.6	7.2	8.2	8.3	4.3	12.8	.8	1.0
Solo o più spesso a casa	13.4	18.4	8.5	9.1	18.4	20.3	14.7	13.4	17.7	19.3	15.1	14.2	6.5	15.6	2.7	4.7
A casa o al bar	3.8	6.9	.9	1.2	7.6	10.2	2.5	3.2	6.3	8.9	2.0	2.6				
Solo o più spesso al bar	4.6	8.9	.4	.7	6.3	8.9	1.1	2.3	6.3	9.6	.9	1.6	1.9	6.6		
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	10.9	18.3	3.8	6.3	17.1	20.5	10.3	14.8	15.5	20.2	8.1	12.2	3.5	11.8		1.1
Non consumatori	89.1	81.7	96.2	93.7	82.9	79.5	89.7	85.2	84.5	79.8	91.9	87.8	96.5	88.2	100.0	98.9
Consumatori forti	2.1	3.3	.9	.6	3.1	3.4	2.7		3.0	3.8	1.9		.6	1.9		1.1
Consumatori medi	5.2	10.7		1.2	9.0	13.6		2.6	7.6	12.3		2.5	1.5	5.1		
Consumatori deboli	3.6	4.3	2.9	4.6	4.9	3.5	7.5	12.1	4.9	4.1	6.2	9.8	1.4	4.8		
Solo o più spesso a casa	6.1	10.6	1.9	3.6	8.1	10.1	4.2	5.7	8.3	11.1	4.0	6.4	2.7	9.0		1.1
A casa o al bar	2.0	3.1	1.0	1.3	3.3	3.1	3.8	4.9	2.8	3.1	2.2	2.9	.8	2.8		
Solo o più spesso al bar	2.7	4.6	.9	1.4	5.6	7.3	2.3	4.3	4.4	6.0	1.9	2.9				
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.4	3.6	1.3	1.2	4.5	6.0	1.6	2.3	3.2	4.6	.9	1.6	1.1		1.5	1.0
Non consumatori	97.6	96.4	98.7	98.8	95.5	94.0	98.4	97.7	96.8	95.4	99.1	98.4	98.9	100.0	98.5	99.0
Consumatori forti																
Consumatori medi	1.2	1.9	.4		2.1	3.1			1.5	2.5			.6		.8	
Consumatori deboli	1.2	1.6	.8	1.2	2.4	2.8	1.6	2.3	1.7	2.1	.9	1.6	.5		.7	1.0
Solo o più spesso a casa	.9	1.1	.8	.5	1.3	1.9			.9	1.4			1.1		1.5	1.0
A casa o al bar	.7	1.4			1.5	2.3			1.2	1.9						
Solo o più spesso al bar	.7	1.0	.4	.7	1.7	1.7	1.6	2.3	1.2	1.4	.9	1.6				
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.8	17.1	14.5	13.4	18.2	19.2	16.4	16.6	18.7	18.4	19.3	18.9	11.0	12.9	10.3	8.5
Non consumatori	84.2	82.9	85.5	86.6	81.8	80.8	83.6	83.4	81.3	81.6	80.7	81.1	89.0	87.1	89.7	91.5
Consumatori forti	2.9	3.8	2.0	2.8	4.7	6.4	1.4	3.8	4.4	5.0	3.4	4.8	.5		.8	1.0
Consumatori medi	8.8	8.5	9.0	6.1	8.1	7.3	9.7	5.3	9.6	8.9	10.6	8.4	7.5	7.1	7.6	4.0
Consumatori deboli	4.1	4.8	3.5	4.6	5.4	5.5	5.3	7.5	4.8	4.5	5.3	5.7	3.0	5.8	1.9	3.5
Solo o più spesso a casa	11.1	10.2	12.0	8.9	11.6	10.7	13.5	9.1	12.3	10.5	15.3	12.1	9.2	9.3	9.2	6.0
A casa o al bar	2.0	2.1	1.8	1.7	2.4	2.2	2.9	2.6	2.9	2.3	4.0	3.7	.5	1.6		
Solo o più spesso al bar	2.7	4.8	.6	2.8	4.2	6.4		4.9	3.5	5.7		3.1	1.3	1.9	1.1	2.5
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	8.2	10.1	6.3	8.5	8.9	10.3	6.2	7.4	7.3	8.3	5.7	6.8	9.6	16.3	6.8	10.1
Non consumatori	91.8	89.9	93.7	91.5	91.1	89.7	93.8	92.6	92.7	91.7	94.3	93.2	90.4	83.7	93.2	89.9
Consumatori forti	.8	1.7			1.2	1.8			.8	1.3			.9	2.9		
Consumatori medi	4.6	6.1	3.1	4.1	6.0	7.2	3.7	4.8	5.1	5.8	3.8	5.0	3.9	7.1	2.5	3.3
Consumatori deboli	2.7	2.3	3.2	4.4	1.7	1.4	2.4	2.5	1.4	1.1	1.8	1.7	4.9	6.3	4.3	6.7
Solo o più spesso a casa	4.2	4.1	4.2	5.6	2.7	2.8	2.6	3.4	2.3	2.4	2.3	2.9	7.2	10.0	6.0	7.8
A casa o al bar	2.0	2.5	1.6	1.8	2.9	2.6	3.5	4.0	2.5	1.9	3.4	3.8	1.3	4.3		
Solo o più spesso al bar	2.0	3.6	.5	1.2	3.3	5.0			2.5	4.0			1.2	1.9	.9	2.2

Marche

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1181**	**573**	**608**	**450**	**475**	**306**	**169**	**119**	**725**	**435**	**290**	**211**	**456**	**138**	**318**	**239**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	22.3	26.8	18.0	18.5	26.6	29.0	21.7	22.6	27.3	28.1	25.9	23.0	14.4	22.5	11.0	14.5
Non consumatori	77.7	73.2	82.0	81.5	73.4	71.0	78.3	77.4	72.7	71.9	74.1	77.0	85.6	77.5	89.0	85.5
Consumatori forti	4.8	7.2	2.4	3.0	6.3	8.1	2.7	5.5	7.1	8.8	4.3	5.2	1.2	2.0	.8	1.1
Consumatori medi	11.3	14.8	8.0	7.9	13.2	16.4	6.9	7.1	13.4	14.8	11.2	10.4	8.0	14.8	5.2	5.8
Consumatori deboli	6.2	4.8	7.5	7.5	7.0	4.5	12.1	10.1	6.8	4.6	10.4	7.4	5.2	5.6	5.0	7.7
Solo o più spesso a casa	15.0	13.7	16.2	14.1	15.9	13.9	19.9	15.4	17.5	13.4	24.0	17.4	10.9	14.5	9.4	11.3
A casa o al bar	3.0	4.2	1.8	3.0	4.3	5.6	1.8	4.6	4.1	5.5	1.9	4.0	1.2		1.6	2.2
Solo o più spesso al bar	4.4	8.9		1.3	6.3	9.5		2.6	5.6	9.2		1.5	2.3	8.0		1.1
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.7	8.6	4.9	4.5	8.8	9.3	7.7	4.8	8.2	9.1	6.9	6.0	4.4	7.1	3.2	3.2
Non consumatori	93.3	91.4	95.1	95.5	91.2	90.7	92.3	95.2	91.8	90.9	93.1	94.0	95.6	92.9	96.8	96.8
Consumatori forti	.3	.3	.4	.5	.6	.5	.6	.7	.5	.4	.8	1.0				
Consumatori medi	2.9	3.6	2.2	2.3	3.2	3.4	2.9	3.7	2.6	2.5	2.8	3.6	3.3	7.1	1.7	1.2
Consumatori deboli	3.5	4.7	2.4	1.7	5.0	5.4	4.2	.3	5.1	6.2	3.3	1.3	1.1		1.5	2.0
Solo o più spesso a casa	4.8	6.7	3.0	3.3	5.7	7.6	1.9	2.4	5.1	6.6	2.7	3.5	4.4	7.1	3.2	3.2
A casa o al bar	.6	.3	.9	1.2	1.0	.5	1.8	2.4	1.0	.4	1.9	2.5				
Solo o più spesso al bar	1.4	1.7	1.1		2.1	1.2	4.0		2.2	2.2	2.3					
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	15.0	21.9	8.4	11.6	22.8	27.6	13.4	19.9	21.4	25.8	14.6	19.0	4.8	9.2	3.0	5.0
Non consumatori	85.0	78.1	91.6	88.4	77.2	72.4	86.6	80.1	78.6	74.2	85.4	81.0	95.2	90.8	97.0	95.0
Consumatori forti	3.1	5.8	.4	1.3	6.8	9.5	1.6	4.6	5.0	7.6	.9	2.8				
Consumatori medi	8.5	11.5	5.6	6.6	10.8	12.9	6.7	8.7	12.3	13.6	10.1	11.6	2.4	4.2	1.7	2.2
Consumatori deboli	3.5	4.6	2.4	3.7	5.1	5.2	5.0	6.5	4.2	4.6	3.5	4.6	2.4	4.9	1.3	2.8
Solo o più spesso a casa	12.2	17.1	7.5	9.1	18.4	21.9	11.5	14.9	17.4	20.4	12.7	15.0	3.9	5.9	3.0	3.9
A casa o al bar	.8	.8	.9	1.2	1.1	.8	1.8	2.4	1.4	1.0	1.9	2.5				
Solo o più spesso al bar	2.0	4.1		1.3	3.3	5.0		2.6	2.7	4.3		1.5	1.0	3.2		1.1
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	32.2	41.7	23.1	28.2	40.7	45.7	30.9	38.1	40.4	45.7	32.1	38.8	19.2	28.7	15.2	18.9
Non consumatori	67.8	58.3	76.9	71.8	59.3	54.3	69.1	61.9	59.6	54.3	67.9	61.2	80.8	71.3	84.8	81.1
Consumatori forti	6.8	11.5	2.3	4.1	11.5	15.1	4.6	9.6	9.1	12.3	4.0	7.5	3.2	8.8	.8	1.1
Consumatori medi	15.8	21.6	10.2	12.5	20.9	23.2	16.2	16.6	20.5	23.3	16.1	18.2	8.3	16.2	5.0	7.6
Consumatori deboli	9.6	8.6	10.6	11.6	8.3	7.5	10.0	11.9	10.8	10.1	12.0	13.1	7.8	3.7	9.5	10.3
Solo o più spesso a casa	21.2	23.9	18.6	21.3	23.4	24.2	21.8	21.6	24.8	25.3	24.0	26.0	15.5	19.2	13.9	17.3
A casa o al bar	4.4	7.6	1.2	1.7	6.3	8.1	2.9	4.1	6.2	8.5	2.7	3.7	1.4	4.8		
Solo o più spesso al bar	6.7	10.2	3.2	5.1	11.0	13.5	6.2	12.5	9.4	11.9	5.4	9.1	2.3	4.6	1.3	1.6
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	18.2	23.2	13.4	15.5	19.1	20.2	16.9	17.4	19.4	21.9	15.5	16.8	16.2	27.3	11.6	14.2
Non consumatori	81.8	76.8	86.6	84.5	80.9	79.8	83.1	82.6	80.6	78.1	84.5	83.2	83.8	72.7	88.4	85.8
Consumatori forti	2.8	4.7	1.0	2.1	4.7	5.2	3.8	7.5	3.9	5.0	2.2	4.5	1.1	3.7		
Consumatori medi	8.4	11.4	5.5	4.9	11.0	10.3	12.3	8.9	10.5	10.6	10.2	8.3	5.1	14.1	1.3	1.8
Consumatori deboli	7.0	7.0	6.9	8.5	3.4	4.8	.8	1.0	5.0	6.3	3.1	4.1	10.0	9.5	10.2	12.4
Solo o più spesso a casa	12.6	14.9	10.3	11.6	11.7	12.7	10.0	9.2	12.4	14.6	8.9	9.9	12.8	15.9	11.6	13.2
A casa o al bar	1.9	3.5	.4	.6	1.9	2.8	.2	.3	2.3	3.2	.9	1.2	1.3	4.5		
Solo o più spesso al bar	3.7	4.8	2.7	3.3	5.4	4.8	6.7	7.8	4.7	4.1	5.7	5.8	2.1	7.0		1.1
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	11.0	14.1	8.1	9.9	15.4	16.5	13.1	21.8	15.7	15.6	15.7	19.0	3.6	8.9	1.4	2.0
Non consumatori	89.0	85.9	91.9	90.1	84.6	83.5	86.9	78.2	84.3	84.4	84.3	81.0	96.4	91.1	98.6	98.0
Consumatori forti	2.8	4.2	1.5	3.4	5.5	6.2	4.0	10.3	4.5	5.4	3.1	7.2				
Consumatori medi	4.7	6.5	3.0	2.5	6.2	7.7	3.1	3.3	7.0	7.9	5.7	4.4	1.1	2.0	.7	.9
Consumatori deboli	3.5	3.4	3.6	4.0	3.8	2.6	6.0	8.2	4.1	2.3	6.9	7.4	2.6	6.9	.8	1.1
Solo o più spesso a casa	3.3	3.2	3.3	3.4	3.3	3.3	3.2	4.9	3.9	2.9	5.5	5.0	2.2	4.1	1.4	2.0
A casa o al bar	3.3	3.3	3.2	2.5	4.3	4.2	4.5	4.5	5.3	4.3	6.9	5.3				
Solo o più spesso al bar	4.5	7.6	1.5	4.0	7.7	9.0	5.3	12.4	6.4	8.4	3.3	8.6	1.4	4.8		
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	32.4	37.5	27.5	24.2	42.4	42.2	42.8	28.6	41.4	41.9	40.7	30.7	17.9	22.7	15.9	18.5
Non consumatori	67.6	62.5	72.5	75.8	57.6	57.8	57.2	71.4	58.6	58.1	59.3	69.3	82.1	77.3	84.1	81.5
Consumatori forti	9.1	14.5	3.9	6.0	14.5	19.2	5.3	9.6	12.8	17.8	4.9	8.2	3.2	3.5	3.0	4.0
Consumatori medi	14.6	14.9	14.4	10.1	20.5	17.2	27.1	11.7	19.7	17.7	22.8	12.4	6.6	5.9	7.0	8.0
Consumatori deboli	8.6	8.0	9.2	8.2	7.4	5.8	10.5	7.4	9.0	6.4	13.0	10.1	8.1	13.3	5.9	6.5
Solo o più spesso a casa	10.4	8.7	12.1	14.8	9.4	6.9	14.2	16.5	10.2	8.0	13.7	16.7	10.8	11.0	10.7	13.1
A casa o al bar	6.1	6.1	6.0	4.1	9.2	8.8	9.9	3.5	8.8	7.9	10.2	5.2	1.7		2.4	3.1
Solo o più spesso al bar	15.9	22.7	9.3	5.3	23.8	26.4	18.6	8.7	22.5	26.0	16.8	8.8	5.4	11.7	2.8	2.2

Umbria

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**680**	**328**	**352**	**264**	**279**	**176**	**103**	**80**	**446**	**253**	**193**	**143**	**234**	**76**	**158**	**121**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	75.7	79.4	72.1	70.6	87.3	86.7	88.3	87.7	85.4	85.9	84.6	82.0	55.5	53.7	56.4	55.3
Non consumatori	24.3	20.6	27.9	29.4	12.7	13.3	11.7	12.3	14.6	14.1	15.4	18.0	44.5	46.3	43.6	44.7
Consumatori forti	53.7	54.4	53.1	55.5	64.6	61.4	70.6	74.9	62.0	60.2	64.6	66.2	36.5	31.7	38.6	41.1
Consumatori medi	10.7	14.0	7.5	6.1	13.6	15.3	10.5	8.3	13.3	15.0	11.0	8.6	5.2	10.0	3.1	2.7
Consumatori deboli	11.3	11.0	11.5	9.0	9.1	10.1	7.1	4.6	10.0	10.7	9.0	7.2	13.9	12.1	14.6	11.5
Solo o più spesso a casa	60.4	57.9	62.8	65.4	69.5	63.1	81.6	82.9	67.4	62.3	74.6	75.2	45.7	40.6	48.0	52.2
A casa o al bar	4.8	6.1	3.6	1.6	4.5	5.7	2.3	.4	5.8	7.2	3.8	.5	2.9	1.8	3.3	3.1
Solo o più spesso al bar	10.5	15.4	5.7	3.6	13.2	17.9	4.5	4.5	12.2	16.5	6.3	6.3	7.0	11.3	5.0	
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	79.9	83.0	76.9	73.6	86.7	90.0	80.5	81.8	82.7	86.6	77.3	77.1	74.0	68.9	76.3	68.9
Non consumatori	20.1	17.0	23.1	26.4	13.3	10.0	19.5	18.2	17.3	13.4	22.7	22.9	26.0	31.1	23.7	31.1
Consumatori forti	2.0	2.4	1.5	1.7	3.5	3.9	2.9	3.5	2.9	3.0	2.7	2.9				
Consumatori medi	16.6	18.9	14.3	13.0	19.5	20.8	17.0	15.0	18.8	20.1	17.0	14.9	12.1	14.5	11.0	10.5
Consumatori deboli	61.3	61.7	61.0	58.9	63.6	65.3	60.6	63.4	61.1	63.6	57.6	59.3	61.9	54.4	65.3	58.4
Solo o più spesso a casa	69.2	70.9	67.6	66.9	72.6	75.5	67.0	69.2	70.6	74.0	65.8	67.7	66.4	58.8	69.7	65.8
A casa o al bar	6.4	7.0	5.7	3.8	7.1	6.9	7.4	7.2	6.1	6.2	5.8	4.2	7.0	10.1	5.6	3.1
Solo o più spesso al bar	4.3	5.1	3.6	3.0	7.0	7.5	6.1	5.4	6.1	6.4	5.7	5.2	.7		1.0	
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	22.0	31.9	12.3	11.9	25.4	29.9	17.0	19.3	24.7	31.6	15.0	15.6	16.4	33.0	9.0	6.9
Non consumatori	78.0	68.1	87.7	88.1	74.6	70.1	83.0	80.7	75.3	68.4	85.0	84.4	83.6	67.0	91.0	93.1
Consumatori forti	4.6	8.3	.9	2.2	4.1	6.2		.8	5.0	8.5		.7	3.8	7.5	2.1	4.1
Consumatori medi	8.0	11.9	4.2	3.8	11.6	13.8	7.5	8.5	10.1	12.6	6.6	5.4	3.6	9.2	1.1	1.6
Consumatori deboli	9.4	11.6	7.3	5.9	9.8	9.9	9.5	10.0	9.6	10.5	8.4	9.4	9.0	16.2	5.8	1.2
Solo o più spesso a casa	17.7	25.0	10.6	11.0	22.2	25.4	16.1	18.5	20.3	25.7	12.7	14.1	12.5	22.6	8.0	6.9
A casa o al bar	2.6	4.2	1.1		1.9	2.8	.3		2.7	3.7	1.2		2.5	5.8	1.0	
Solo o più spesso al bar	1.6	2.7	.6	.9	1.3	1.7	.6	.8	1.7	2.2	1.1	1.5	1.4	4.6		
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	23.7	36.9	10.8	10.1	32.5	41.1	16.4	17.3	28.1	36.8	15.8	13.3	14.6	37.1	4.6	5.9
Non consumatori	76.3	63.1	89.2	89.9	67.5	58.9	83.6	82.7	71.9	63.2	84.2	86.7	85.4	62.9	95.4	94.1
Consumatori forti	3.8	6.5	1.1	1.6	5.7	7.7	2.1	2.8	4.9	7.6	1.1	1.5	1.5	2.3	1.1	1.6
Consumatori medi	7.8	13.7	2.0	.8	11.0	15.5	2.7	2.1	9.4	13.6	3.6	1.4	4.4	14.2		
Consumatori deboli	12.1	16.7	7.7	7.8	15.8	18.0	11.6	12.4	13.8	15.7	11.2	10.4	8.7	20.7	3.4	4.3
Solo o più spesso a casa	16.9	25.6	8.3	9.4	22.6	28.2	12.0	14.8	19.5	24.8	12.2	12.0	11.2	28.8	3.4	5.9
A casa o al bar	1.9	2.8	1.0		3.2	4.0	1.8		2.8	3.5	1.8					
Solo o più spesso al bar	5.0	8.5	1.6	.8	6.7	9.0	2.6	2.4	5.8	8.5	1.9	1.3	3.4	8.3	1.2	
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	8.6	15.1	2.3	1.8	12.5	17.7	2.8	1.0	10.9	15.8	4.1	2.4	3.9	12.5		1.1
Non consumatori	91.4	84.9	97.7	98.2	87.5	82.3	97.2	99.0	89.1	84.2	95.9	97.6	96.1	87.5	100.0	98.9
Consumatori forti	2.6	5.2			4.9	7.5			3.8	6.6						
Consumatori medi	2.7	4.7	.8	.5	2.5	3.5	.7		2.5	3.3	1.3		3.2	10.3		1.1
Consumatori deboli	3.3	5.2	1.5	1.4	5.1	6.8	2.1	1.0	4.6	6.0	2.7	2.4	.7	2.2		
Solo o più spesso a casa	6.5	11.4	1.7	.5	9.1	12.8	2.2	.2	8.3	12.2	3.0	.9	2.6	8.5		
A casa o al bar	1.3	2.6		.5	2.0	3.0			1.3	2.2			1.2	4.0		1.1
Solo o più spesso al bar	.9	1.1	.6	.9	1.5	1.9	.6	.8	1.3	1.4	1.1	1.5				
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.0	3.9	2.1	1.1	3.8	4.1	3.2	1.9	2.9	3.7	1.8	1.2	3.1	4.5	2.4	1.1
Non consumatori	97.0	96.1	97.9	98.9	96.2	95.9	96.8	98.1	97.1	96.3	98.2	98.8	96.9	95.5	97.6	98.9
Consumatori forti																
Consumatori medi	.2		.5	.7	.5		1.4	1.9	.4		.9	1.2				
Consumatori deboli	2.7	3.9	1.6	.5	3.3	4.1	1.8		2.6	3.7	1.0		3.1	4.5	2.4	1.1
Solo o più spesso a casa	2.3	2.4	2.1	.7	3.5	3.7	3.2	1.9	2.6	3.1	1.8	1.2	1.7		2.4	
A casa o al bar																
Solo o più spesso al bar	.7	1.5		.5	.3	.4			.4	.7			1.4	4.5		1.1
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	24.5	27.1	21.9	21.7	22.4	24.7	17.9	19.6	21.5	24.0	18.1	20.2	30.7	39.6	26.7	23.7
Non consumatori	75.5	72.9	78.1	78.3	77.6	75.3	82.1	80.4	78.5	76.0	81.9	79.8	69.3	60.4	73.3	76.3
Consumatori forti	2.0	3.0	1.1	1.6	2.6	3.7	.5	.6	3.0	3.7	2.1	2.8				
Consumatori medi	9.2	12.4	6.2	5.5	8.3	10.6	4.1	4.1	7.2	10.3	2.8	2.4	13.5	20.4	10.5	9.6
Consumatori deboli	13.2	11.8	14.6	14.6	11.4	10.4	13.3	14.9	11.3	9.9	13.3	15.1	17.1	19.2	16.2	14.1
Solo o più spesso a casa	20.0	20.1	19.8	19.6	17.6	19.0	15.0	17.1	17.9	19.2	16.2	18.9	24.2	23.6	24.5	20.5
A casa o al bar	2.6	4.2	1.0	1.3	2.2	3.3			1.8	3.1			4.2	8.7	2.2	3.1
Solo o più spesso al bar	2.0	2.9	1.1	.8	2.5	2.4	2.9	2.4	1.8	1.7	1.9	1.3	2.3	7.3		
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.8	10.0	3.8	4.0	7.7	11.6	.4	.6	7.0	9.9	2.8	4.5	6.6	10.3	4.9	3.3
Non consumatori	93.2	90.0	96.2	96.0	92.3	88.4	99.6	99.4	93.0	90.1	97.2	95.5	93.4	89.7	95.1	96.7
Consumatori forti	1.1	1.5	.7	.9	1.6	2.4			1.6	1.9	1.2	1.6				
Consumatori medi	2.4	4.1	.8		3.6	5.6			2.6	4.5			2.1	2.8	1.7	
Consumatori deboli	3.3	4.4	2.3	3.1	2.6	3.7	.4	.6	2.8	3.6	1.7	2.9	4.5	7.5	3.2	3.3
Solo o più spesso a casa	5.2	6.7	3.8	4.0	5.8	8.6	.4	.6	5.4	7.3	2.8	4.5	4.8	4.6	4.9	3.3
A casa o al bar	.6	1.1			.8	1.3			.6	1.1			.4	1.2		
Solo o più spesso al bar	1.1	2.1			1.1	1.7			.9	1.5			1.4	4.5		

Umbria

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**680**	**328**	**352**	**264**	**279**	**176**	**103**	**80**	**446**	**253**	**193**	**143**	**234**	**76**	**158**	**121**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	18.4	20.1	16.7	16.5	17.0	18.7	13.7	14.3	18.3	20.3	15.4	16.5	18.5	19.1	18.3	16.6
Non consumatori	81.6	79.9	83.3	83.5	83.0	81.3	86.3	85.7	81.7	79.7	84.6	83.5	81.5	80.9	81.7	83.4
Consumatori forti	2.9	4.8	1.0	.7	3.5	5.1	.5	.6	3.5	5.4	.9	1.2	1.7	2.8	1.2	
Consumatori medi	5.1	7.3	2.9	2.4	5.4	7.6	1.3		5.3	7.5	2.1		4.8	6.7	3.9	5.6
Consumatori deboli	10.3	7.9	12.7	13.5	8.1	6.1	11.9	13.7	9.5	7.4	12.4	15.3	12.1	9.7	13.1	11.0
Solo o più spesso a casa	14.5	13.0	15.9	15.9	13.3	14.0	12.1	12.4	13.7	13.5	14.0	15.3	16.1	11.4	18.3	16.6
A casa o al bar	1.0	2.0			1.1	1.7			1.4	2.5						
Solo o più spesso al bar	2.9	5.1	.8	.7	2.6	3.1	1.7	1.8	3.1	4.4	1.4	1.2	2.4	7.8		
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.7	9.2	6.3	5.1	9.1	8.2	10.8	10.3	8.0	7.8	8.4	8.9	7.0	14.6	3.6	
Non consumatori	92.3	90.8	93.7	94.9	90.9	91.8	89.2	89.7	92.0	92.2	91.6	91.1	93.0	85.4	96.4	100.0
Consumatori forti	.2	.4			.4	.5			.3	.5						
Consumatori medi	2.8	3.6	1.9	.9	3.5	2.6	5.4	2.4	3.4	3.4	3.4	1.5	1.4	4.6		
Consumatori deboli	4.7	5.1	4.4	4.2	5.2	5.1	5.4	8.0	4.3	3.9	5.0	7.4	5.6	10.0	3.6	
Solo o più spesso a casa	5.2	5.7	4.7	3.6	5.2	3.5	8.5	7.2	5.0	3.9	6.5	6.4	5.7	12.9	2.4	
A casa o al bar	1.3	2.6			2.4	3.7			1.9	3.2						
Solo o più spesso al bar	1.2	.9	1.6	1.4	1.5	1.0	2.3	3.1	1.2	.7	1.9	2.5	1.3	1.7	1.2	
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	16.7	22.0	11.6	11.0	19.5	22.5	13.9	15.6	17.6	21.9	11.6	12.4	15.0	22.3	11.7	9.1
Non consumatori	83.3	78.0	88.4	89.0	80.5	77.5	86.1	84.4	82.4	78.1	88.4	87.6	85.0	77.7	88.3	90.9
Consumatori forti	3.0	6.0			3.9	5.9			3.2	5.5			2.5	8.2		
Consumatori medi	6.7	8.0	5.3	3.7	6.4	7.7	3.8	3.6	6.4	8.7	3.2	2.4	7.2	5.5	7.9	5.4
Consumatori deboli	7.1	7.9	6.3	7.3	9.3	8.8	10.1	12.1	8.0	7.8	8.3	10.0	5.3	8.5	3.8	3.8
Solo o più spesso a casa	10.7	13.6	8.0	7.3	12.4	15.0	7.4	7.2	10.0	13.0	5.9	6.0	12.2	15.9	10.5	9.1
A casa o al bar	2.0	2.5	1.5	.8	2.3	2.3	2.3	2.4	2.1	2.4	1.8	1.3	1.8	3.2	1.2	
Solo o più spesso al bar	4.0	5.9	2.1	2.9	4.8	5.1	4.3	6.0	5.4	6.6	3.8	5.1	1.0	3.3		
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	36.1	43.5	29.0	28.4	38.6	43.6	29.0	30.5	37.3	45.2	26.1	26.8	33.8	36.7	32.5	30.5
Non consumatori	63.9	56.5	71.0	71.6	61.4	56.4	71.0	69.5	62.7	54.8	73.9	73.2	66.2	63.3	67.5	69.5
Consumatori forti	8.2	13.8	2.7	1.2	11.4	15.7	3.4	2.9	9.5	14.9	2.0	2.1	5.4	9.4	3.7	
Consumatori medi	14.2	17.6	10.9	9.8	13.2	13.4	12.6	10.9	14.9	16.6	12.5	10.5	12.8	21.6	8.8	8.8
Consumatori deboli	13.8	12.1	15.4	17.5	14.0	14.5	13.0	16.7	12.8	13.7	11.7	14.3	15.7	5.8	20.1	21.7
Solo o più spesso a casa	24.2	23.8	24.6	23.7	23.7	24.0	23.2	23.7	23.0	24.5	20.9	20.9	26.6	20.9	29.2	27.4
A casa o al bar	5.2	9.1	1.4	1.6	6.3	9.4	.4	.4	5.8	9.4	.8	.5	3.9	7.9	2.2	3.1
Solo o più spesso al bar	6.7	10.6	3.0	3.1	8.6	10.3	5.4	6.3	8.4	11.3	4.4	5.5	3.3	8.0	1.2	
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	27.0	25.4	28.6	26.2	26.4	27.8	23.9	20.7	26.8	26.5	27.2	24.5	27.3	20.6	30.3	28.4
Non consumatori	73.0	74.6	71.4	73.8	73.6	72.2	76.1	79.3	73.2	73.5	72.8	75.5	72.7	79.4	69.7	71.6
Consumatori forti	3.0	2.7	3.2	3.7	3.9	2.5	6.5	5.7	4.0	3.4	4.8	5.3	.8		1.1	1.6
Consumatori medi	13.5	12.1	14.9	11.3	12.4	13.6	10.3	8.4	13.6	13.0	14.5	11.5	13.3	8.6	15.4	11.1
Consumatori deboli	10.5	10.5	10.5	11.1	10.1	11.7	7.1	6.6	9.2	10.2	7.8	7.7	13.3	12.0	13.8	15.7
Solo o più spesso a casa	21.6	17.7	25.4	22.9	19.3	18.0	21.8	18.2	20.3	17.6	24.0	21.1	24.4	18.4	27.1	25.3
A casa o al bar	2.9	3.7	2.2	2.6	3.2	4.5	.7	.6	3.6	4.6	2.2	2.3	1.5		2.2	3.1
Solo o più spesso al bar	2.4	3.9	.9	.7	3.9	5.3	1.4	1.8	2.9	4.4	.9	1.2	1.4	2.2	1.0	
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	12.0	16.4	7.8	6.6	15.4	17.2	12.1	11.3	14.3	16.6	11.1	10.0	7.3	15.4	3.8	1.9
Non consumatori	88.0	83.6	92.2	93.4	84.6	82.8	87.9	88.7	85.7	83.4	88.9	90.0	92.7	84.6	96.2	98.1
Consumatori forti	1.5	1.9	1.0	1.1	2.2	1.6	3.4	2.2	2.2	2.4	1.8	1.8				
Consumatori medi	5.0	8.1	2.0	1.4	6.7	8.2	3.8	3.1	5.7	7.2	3.6	2.5	3.6	11.7		
Consumatori deboli	5.6	6.3	4.8	4.1	6.5	7.3	4.9	6.1	6.4	7.0	5.6	5.7	3.7	3.7	3.8	1.9
Solo o più spesso a casa	2.9	2.3	3.5	3.7	2.4	2.2	2.8	3.7	2.7	2.3	3.3	5.0	3.3	2.4	3.8	1.9
A casa o al bar	1.8	2.7	.9	.7	2.0	1.9	2.1	2.2	2.1	2.5	1.7	1.2	1.2	3.8		
Solo o più spesso al bar	7.3	11.3	3.4	2.2	11.0	13.1	7.2	5.5	9.5	11.9	6.1	3.8	2.9	9.2		
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	40.3	48.9	31.8	25.1	50.6	53.5	45.2	36.6	48.2	52.5	42.1	32.4	23.8	34.7	18.9	15.3
Non consumatori	59.7	51.1	68.2	74.9	49.4	46.5	54.8	63.4	51.8	47.5	57.9	67.6	76.2	65.3	81.1	84.7
Consumatori forti	6.2	10.0	2.5	1.4	10.6	13.5	5.0	4.3	8.8	12.5	3.6	2.5	.8		1.2	
Consumatori medi	18.3	21.5	15.1	10.0	21.4	22.4	19.5	11.9	19.8	20.5	18.8	11.1	15.2	25.7	10.5	8.6
Consumatori deboli	15.7	17.3	14.2	13.6	18.7	17.6	20.7	20.4	19.6	19.4	19.7	18.8	7.8	9.0	7.3	6.7
Solo o più spesso a casa	11.5	9.6	13.4	12.5	11.3	8.9	15.8	15.7	11.6	9.9	13.9	14.2	11.4	8.5	12.7	10.2
A casa o al bar	2.5	2.2	2.8	3.3	3.2	3.6	2.5	2.7	3.0	2.7	3.3	3.4	1.5		2.2	3.1
Solo o più spesso al bar	26.2	37.0	15.6	9.3	36.1	41.0	27.0	18.2	33.6	39.8	24.9	14.9	10.9	26.2	4.0	1.9

Lazio

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4046**	**1942**	**2104**	**1626**	**1859**	**1118**	**741**	**554**	**2827**	**1575**	**1252**	**928**	**1219**	**367**	**852**	**698**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	63.8	66.5	61.4	57.3	71.6	72.5	70.2	65.3	68.5	70.1	66.5	61.6	52.5	50.4	53.4	51.2
Non consumatori	36.2	33.5	38.6	42.7	28.4	27.5	29.8	34.7	31.5	29.9	33.5	38.4	47.5	49.6	46.6	48.8
Consumatori forti	32.0	33.2	31.0	32.0	37.7	38.2	37.1	37.7	34.8	35.7	33.7	35.2	25.2	21.8	26.7	27.5
Consumatori medi	15.5	17.9	13.4	12.0	16.0	16.8	14.8	11.2	16.7	17.9	15.3	12.4	12.6	17.7	10.5	11.5
Consumatori deboli	16.3	15.4	17.0	13.2	17.8	17.4	18.3	16.4	16.9	16.4	17.5	14.0	14.6	10.9	16.2	12.2
Solo o più spesso a casa	36.6	33.0	39.8	40.3	36.9	33.2	42.2	40.8	36.4	32.9	40.7	39.8	36.9	33.6	38.3	40.9
A casa o al bar	8.3	9.4	7.4	5.5	10.2	10.0	10.4	8.3	10.3	10.2	10.3	7.4	3.6	5.4	2.9	2.9
Solo o più spesso al bar	18.9	24.1	14.2	11.5	24.5	29.2	17.7	16.2	21.8	27.0	15.5	14.3	12.0	11.4	12.2	7.5
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	61.6	63.4	59.9	56.2	72.6	72.2	73.2	70.0	70.6	70.1	71.2	67.5	39.6	33.4	42.2	40.2
Non consumatori	38.4	36.6	40.1	43.8	27.4	27.8	26.8	30.0	29.4	29.9	28.8	32.5	60.4	66.6	57.8	59.8
Consumatori forti	1.4	1.4	1.4	1.2	1.8	1.6	2.0	1.9	1.8	1.7	2.0	1.7	.3		.5	.6
Consumatori medi	12.4	13.3	11.6	10.3	16.1	16.2	15.8	15.3	15.3	14.9	15.9	13.9	5.3	6.0	5.0	5.1
Consumatori deboli	47.8	48.8	46.8	44.7	54.8	54.4	55.3	52.8	53.5	53.6	53.3	51.9	33.9	27.3	36.7	34.5
Solo o più spesso a casa	47.2	47.0	47.4	46.2	53.0	50.6	56.4	56.1	52.6	51.2	54.4	53.3	34.2	28.4	36.6	36.2
A casa o al bar	8.5	10.0	7.2	4.8	11.2	13.2	8.3	5.7	10.5	11.4	9.5	6.5	3.7	3.8	3.6	2.4
Solo o più spesso al bar	5.8	6.3	5.3	5.2	8.4	8.4	8.5	8.2	7.4	7.5	7.4	7.7	1.8	1.1	2.0	1.5
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	23.8	32.1	16.3	20.0	27.4	34.5	17.1	24.1	27.0	33.8	18.7	24.9	16.0	24.5	12.5	12.9
Non consumatori	76.2	67.9	83.7	80.0	72.6	65.5	82.9	75.9	73.0	66.2	81.3	75.1	84.0	75.5	87.5	87.1
Consumatori forti	5.1	6.6	3.7	4.1	5.9	7.4	3.9	4.1	6.2	7.5	4.5	4.6	2.4	2.2	2.5	3.3
Consumatori medi	9.6	13.7	5.9	8.4	11.6	14.9	6.9	11.7	11.4	14.8	7.4	11.6	5.0	8.4	3.5	3.9
Consumatori deboli	9.1	11.9	6.7	7.5	9.8	12.2	6.4	8.3	9.3	11.4	6.8	8.7	8.7	13.9	6.5	5.7
Solo o più spesso a casa	18.9	23.4	14.9	17.9	19.7	23.3	14.4	20.1	20.6	23.8	16.8	21.7	14.8	21.6	11.9	12.5
A casa o al bar	2.5	4.1	1.1	1.2	3.8	5.2	1.9	2.1	3.2	4.7	1.5	2.0	.7	1.1	.6	
Solo o più spesso al bar	2.4	4.6	.3	.9	3.9	6.0	.8	1.9	3.1	5.3	.5	1.2	.5	1.8		.4
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	27.5	40.0	16.3	19.8	36.3	46.9	20.9	27.2	33.7	44.0	21.2	26.2	12.6	21.8	8.7	10.8
Non consumatori	72.5	60.0	83.7	80.2	63.7	53.1	79.1	72.8	66.3	56.0	78.8	73.8	87.4	78.2	91.3	89.2
Consumatori forti	7.1	10.6	4.0	5.6	9.9	13.4	4.7	7.6	9.3	12.3	5.7	8.4	1.7	2.7	1.3	1.5
Consumatori medi	9.9	15.6	4.8	6.5	12.9	18.0	5.6	9.3	11.8	16.6	6.0	7.9	5.2	10.9	2.9	4.6
Consumatori deboli	10.5	13.8	7.6	7.8	13.5	15.4	10.6	10.3	12.6	15.1	9.5	9.9	5.6	8.2	4.6	4.7
Solo o più spesso a casa	20.3	27.1	14.1	17.1	25.7	31.2	17.7	22.6	24.0	28.8	18.2	22.5	11.2	19.4	7.8	9.6
A casa o al bar	3.6	6.0	1.4	1.6	5.1	7.3	2.0	2.4	4.7	7.2	1.7	2.1	.9	.8	.9	.8
Solo o più spesso al bar	3.7	6.9	.8	1.1	5.4	8.3	1.2	2.3	5.0	8.0	1.3	1.6	.4	1.5		.4
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	12.9	17.5	8.9	11.5	17.0	20.3	12.1	17.2	15.9	20.3	10.6	14.6	5.7	4.6	6.1	7.2
Non consumatori	87.1	82.5	91.1	88.5	83.0	79.7	87.9	82.8	84.1	79.7	89.4	85.4	94.3	95.4	93.9	92.8
Consumatori forti	2.1	3.2	1.1	1.7	2.9	3.8	1.7	2.6	2.7	3.7	1.5	2.5	.7	1.1	.5	.6
Consumatori medi	4.2	6.0	2.5	3.5	5.4	7.2	2.9	5.4	5.0	7.1	2.5	3.8	2.1	.9	2.6	3.0
Consumatori deboli	6.6	8.2	5.2	6.3	8.6	9.3	7.6	9.2	8.2	9.4	6.6	8.3	2.9	2.6	3.1	3.6
Solo o più spesso a casa	9.1	10.9	7.5	9.6	11.6	13.0	9.7	13.6	10.8	12.6	8.7	11.6	5.0	3.5	5.7	6.7
A casa o al bar	1.6	3.0	.3	.6	2.1	3.3	.4	.8	2.1	3.7	.2	.6	.4	.2	.5	.5
Solo o più spesso al bar	2.2	3.5	1.0	1.4	3.3	4.1	2.1	2.8	3.0	4.0	1.7	2.4	.3	.9		
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	5.0	7.6	2.6	3.4	7.8	10.0	4.7	6.4	6.7	9.2	3.8	5.4	.6	.2	.8	.5
Non consumatori	95.0	92.4	97.4	96.6	92.2	90.0	95.3	93.6	93.3	90.8	96.2	94.6	99.4	99.8	99.2	99.5
Consumatori forti	.2	.4		.4	.3	.5		.7	.3	.5		.6				
Consumatori medi	.7	1.0	.5	.5	1.2	1.4	1.0	1.3	1.0	1.2	.8	.9	.1	.2		
Consumatori deboli	4.0	6.1	2.1	2.5	6.3	8.1	3.7	4.4	5.5	7.5	3.0	3.9	.6		.8	.5
Solo o più spesso a casa	2.7	4.3	1.3	2.2	4.5	5.9	2.6	4.4	3.9	5.3	2.2	3.8				
A casa o al bar	.6	.9	.4		1.1	1.1	1.0		.9	1.1	.6		.1	.2		
Solo o più spesso al bar	1.6	2.3	.9	1.2	2.3	3.0	1.2	2.0	2.0	2.9	1.0	1.6	.6		.8	.5
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	23.6	23.4	23.8	25.4	22.6	22.1	23.4	25.3	23.6	22.3	25.1	27.3	23.7	28.2	21.8	22.8
Non consumatori	76.4	76.6	76.2	74.6	77.4	77.9	76.6	74.7	76.4	77.7	74.9	72.7	76.3	71.8	78.2	77.2
Consumatori forti	2.3	3.2	1.6	1.5	2.2	3.0	1.0	1.9	2.3	3.1	1.4	1.3	2.4	3.8	1.8	1.8
Consumatori medi	9.1	9.5	8.8	9.7	9.2	8.6	10.0	11.1	9.5	8.8	10.4	11.6	8.2	12.6	6.3	7.1
Consumatori deboli	12.1	10.6	13.5	14.2	11.3	10.4	12.5	12.4	11.7	10.4	13.3	14.4	13.1	11.7	13.7	13.9
Solo o più spesso a casa	19.3	18.3	20.3	21.8	18.1	17.9	18.5	20.0	19.1	17.5	20.9	22.7	20.0	21.6	19.4	20.6
A casa o al bar	2.2	2.8	1.6	1.7	2.1	2.3	1.8	1.6	2.0	2.5	1.4	1.3	2.6	4.1	1.9	2.2
Solo o più spesso al bar	2.1	2.3	1.9	1.9	2.4	1.9	3.1	3.8	2.5	2.3	2.8	3.2	1.1	2.4	.5	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	16.5	19.7	13.5	14.5	16.0	17.5	13.8	14.8	17.3	20.5	13.4	14.0	14.4	16.4	13.6	15.2
Non consumatori	83.5	80.3	86.5	85.5	84.0	82.5	86.2	85.2	82.7	79.5	86.6	86.0	85.6	83.6	86.4	84.8
Consumatori forti	3.8	5.1	2.6	3.8	4.2	4.6	3.7	5.5	3.9	4.3	3.5	4.3	3.5	8.5	1.4	3.0
Consumatori medi	5.1	6.5	3.9	3.9	4.6	5.4	3.5	4.2	5.2	6.4	3.7	3.8	4.9	6.7	4.2	3.9
Consumatori deboli	7.5	8.2	6.9	6.9	7.2	7.5	6.6	5.2	8.1	9.7	6.2	5.9	6.0	1.1	8.0	8.2
Solo o più spesso a casa	12.6	13.6	11.6	13.2	10.8	10.5	11.3	13.2	12.2	13.2	11.0	12.5	13.5	15.6	12.6	14.2
A casa o al bar	1.5	2.4	.8	.6	1.9	3.0	.4	.1	1.9	2.7	1.0	.3	.6	.8	.5	1.0
Solo o più spesso al bar	2.3	3.7	1.1	.7	3.2	4.0	2.2	1.5	3.2	4.5	1.5	1.2	.3		.5	

Lazio

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4046**	**1942**	**2104**	**1626**	**1859**	**1118**	**741**	**554**	**2827**	**1575**	**1252**	**928**	**1219**	**367**	**852**	**698**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	11.1	11.1	11.2	11.0	12.3	11.5	13.5	12.8	12.9	12.2	13.8	13.3	6.9	6.2	7.1	7.6
Non consumatori	88.9	88.9	88.8	89.0	87.7	88.5	86.5	87.2	87.1	87.8	86.2	86.7	93.1	93.8	92.9	92.4
Consumatori forti	1.4	1.8	1.0	.8	1.4	1.5	1.3	1.1	1.8	2.0	1.6	1.1	.2	.8		.4
Consumatori medi	3.8	3.5	4.0	4.9	4.0	4.2	3.6	4.7	4.5	3.8	5.3	6.4	2.1	2.1	2.1	2.8
Consumatori deboli	6.0	5.7	6.2	5.3	6.9	5.8	8.6	7.0	6.6	6.3	7.0	5.9	4.5	3.3	5.1	4.4
Solo o più spesso a casa	8.0	7.2	8.7	9.5	8.5	7.5	10.0	11.2	9.3	8.1	10.7	11.7	4.8	2.8	5.6	6.4
A casa o al bar	.9	1.2	.6	.4	.7	.3	1.3	.7	.9	.8	1.0	.4	1.0	3.3		.4
Solo o più spesso al bar	2.3	2.7	1.9	1.0	3.1	3.7	2.2	.8	2.8	3.2	2.2	1.1	1.1		1.6	.8
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	8.3	8.4	8.3	10.3	9.2	8.8	9.7	14.8	9.7	8.6	11.0	13.8	5.1	7.4	4.1	5.3
Non consumatori	91.7	91.6	91.7	89.7	90.8	91.2	90.3	85.2	90.3	91.4	89.0	86.2	94.9	92.6	95.9	94.7
Consumatori forti	.7	.8	.6	.9	1.1	.9	1.4	1.9	.8	.8	.8	1.1	.4	.8	.3	.7
Consumatori medi	3.6	3.9	3.4	4.4	4.6	4.8	4.2	7.4	4.5	4.1	4.9	6.5	1.4	2.7	.9	1.4
Consumatori deboli	4.0	3.7	4.3	4.9	3.5	3.1	4.1	5.6	4.4	3.7	5.2	6.2	3.3	3.9	3.0	3.2
Solo o più spesso a casa	6.5	5.9	6.9	8.2	6.7	6.1	7.5	10.6	7.3	6.1	8.8	10.7	4.3	4.9	4.1	4.6
A casa o al bar	1.0	1.4	.6	.9	1.2	1.6	.7	1.4	1.1	1.3	1.0	1.3	.6	1.9		.4
Solo o più spesso al bar	.9	1.1	.7	1.1	1.3	1.1	1.4	2.8	1.2	1.2	1.2	1.7	.2	.6		.3
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	15.4	19.3	11.8	13.1	17.1	20.8	11.9	16.8	17.4	20.1	14.3	17.6	10.3	15.7	8.0	6.8
Non consumatori	84.6	80.7	88.2	86.9	82.9	79.2	88.1	83.2	82.6	79.9	85.7	82.4	89.7	84.3	92.0	93.2
Consumatori forti	3.2	5.2	1.3	1.6	4.1	6.1	1.3	2.3	3.7	5.3	1.6	1.9	1.9	4.5	.9	1.2
Consumatori medi	4.1	5.4	3.0	3.8	4.6	5.4	3.5	5.0	5.0	5.8	4.1	5.3	1.9	3.4	1.3	1.6
Consumatori deboli	8.1	8.7	7.5	7.7	8.4	9.2	7.1	9.5	8.7	8.9	8.6	10.3	6.4	7.8	5.8	4.1
Solo o più spesso a casa	11.0	11.9	10.2	11.2	11.0	12.2	9.3	13.3	12.0	12.0	11.9	14.6	8.6	11.3	7.5	6.4
A casa o al bar	1.5	2.4	.6	1.1	2.2	2.9	1.1	1.8	2.0	2.8	1.0	1.6	.2	.8		.4
Solo o più spesso al bar	2.9	4.9	1.0	.8	3.9	5.6	1.4	1.7	3.5	5.2	1.3	1.3	1.4	3.6	.5	
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	31.0	37.5	25.2	27.3	36.2	41.0	29.3	35.2	35.2	39.5	30.0	34.4	21.0	28.5	17.8	17.2
Non consumatori	69.0	62.5	74.8	72.7	63.8	59.0	70.7	64.8	64.8	60.5	70.0	65.6	79.0	71.5	82.2	82.8
Consumatori forti	6.2	10.3	2.4	3.7	8.8	11.6	4.7	7.2	8.3	11.9	4.0	5.8	.9	3.1		.8
Consumatori medi	13.8	17.0	10.9	11.7	15.9	20.0	10.0	12.7	15.5	17.9	12.4	14.5	9.6	12.5	8.4	7.8
Consumatori deboli	11.1	10.2	11.9	11.8	11.5	9.5	14.5	15.3	11.4	9.6	13.6	14.1	10.4	12.8	9.4	8.6
Solo o più spesso a casa	19.4	19.8	19.2	20.3	21.7	22.1	21.2	23.8	21.0	20.4	21.9	24.1	15.6	17.1	14.9	15.0
A casa o al bar	5.2	8.1	2.6	3.7	7.1	9.7	3.2	5.1	6.4	9.1	3.2	4.7	2.2	3.8	1.5	2.2
Solo o più spesso al bar	6.4	9.6	3.5	3.3	7.4	9.2	4.9	6.3	7.7	10.0	4.9	5.6	3.2	7.6	1.3	
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	20.0	21.0	19.2	21.1	21.0	22.6	18.7	21.7	21.5	21.8	21.2	23.8	16.3	17.3	15.9	17.4
Non consumatori	80.0	79.0	80.8	78.9	79.0	77.4	81.3	78.3	78.5	78.2	78.8	76.2	83.7	82.7	84.1	82.6
Consumatori forti	3.3	4.0	2.7	3.0	4.0	4.4	3.5	4.7	4.0	4.2	3.8	4.2	1.5	3.1	.9	1.4
Consumatori medi	8.5	8.8	8.2	8.3	9.4	10.1	8.3	8.6	9.7	10.0	9.3	9.9	5.5	3.1	6.5	6.0
Consumatori deboli	8.3	8.2	8.3	9.8	7.6	8.1	6.9	8.4	7.8	7.6	8.1	9.7	9.3	11.1	8.5	9.9
Solo o più spesso a casa	14.4	13.8	15.0	17.4	13.9	13.7	14.3	17.1	14.4	13.1	16.0	18.4	14.5	17.1	13.4	15.8
A casa o al bar	2.5	3.1	2.0	2.0	2.9	4.2	1.1	1.1	3.2	3.8	2.4	2.7	.9	.2	1.2	1.0
Solo o più spesso al bar	3.1	4.0	2.2	1.8	4.2	4.8	3.3	3.4	4.0	4.9	2.8	2.7	.9		1.3	.5
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.9	20.0	12.2	12.1	20.7	24.4	15.3	17.2	19.6	23.1	15.3	16.5	6.8	5.7	7.2	5.9
Non consumatori	84.1	80.0	87.8	87.9	79.3	75.6	84.7	82.8	80.4	76.9	84.7	83.5	93.2	94.3	92.8	94.1
Consumatori forti	3.1	5.1	1.3	1.5	4.2	5.5	2.3	3.1	3.7	5.3	1.8	2.2	1.5	3.9	.5	.5
Consumatori medi	6.9	9.1	4.9	5.6	10.0	11.8	7.4	9.2	9.1	11.1	6.8	8.3	1.5	.2	2.1	1.9
Consumatori deboli	5.9	5.8	6.0	5.0	6.5	7.1	5.6	4.8	6.7	6.7	6.8	6.1	3.8	1.6	4.7	3.5
Solo o più spesso a casa	5.5	4.2	6.7	6.6	6.1	4.4	8.5	8.8	6.5	5.0	8.4	8.4	3.0	.7	3.9	4.1
A casa o al bar	2.5	3.7	1.5	1.0	3.3	4.2	2.0	1.1	3.0	3.9	1.8	1.4	1.5	2.7	1.0	.6
Solo o più spesso al bar	7.8	12.1	4.0	4.5	11.3	15.8	4.8	7.3	10.1	14.2	5.1	6.7	2.3	2.3	2.3	1.2
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	37.7	47.3	29.0	24.8	43.8	50.7	33.9	28.1	43.9	52.3	33.8	28.0	22.5	24.7	21.6	20.4
Non consumatori	62.3	52.7	71.0	75.2	56.2	49.3	66.1	71.9	56.1	47.7	66.2	72.0	77.5	75.3	78.4	79.6
Consumatori forti	7.4	13.0	2.2	2.2	11.4	16.5	4.0	3.9	9.9	15.1	3.7	3.4	1.1	3.8		.4
Consumatori medi	15.5	17.4	13.7	11.3	16.5	16.6	16.2	15.2	18.2	19.2	17.0	14.7	8.7	9.4	8.5	6.4
Consumatori deboli	14.9	16.9	13.1	11.4	16.0	17.6	13.7	8.9	15.8	18.0	13.0	9.9	12.7	11.6	13.1	13.5
Solo o più spesso a casa	8.1	7.6	8.5	8.7	7.4	7.1	7.7	8.8	7.8	7.2	8.5	9.3	8.9	9.6	8.6	7.8
A casa o al bar	8.0	8.9	7.2	6.7	9.0	9.4	8.3	5.6	8.9	9.9	7.6	6.1	5.9	4.2	6.7	7.5
Solo o più spesso al bar	21.6	30.8	13.3	9.4	27.5	34.2	17.9	13.7	27.3	35.2	17.7	12.6	7.7	10.9	6.4	5.0

Abruzzi - Molise

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1259**	**615**	**644**	**498**	**323**	**221**	**102**	**68**	**604**	**390**	**213**	**137**	**655**	**224**	**431**	**361**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	52.8	54.2	51.4	49.0	61.7	66.7	53.1	56.7	62.3	66.5	55.3	60.2	45.6	38.7	49.7	45.5
Non consumatori	47.2	45.8	48.6	51.0	38.3	33.3	46.9	43.3	37.7	33.5	44.7	39.8	54.4	61.3	50.3	54.5
Consumatori forti	24.3	22.6	26.0	27.4	28.9	32.1	23.3	32.1	28.2	29.9	25.5	32.2	21.4	13.4	26.2	25.8
Consumatori medi	16.8	17.3	16.3	14.7	19.6	19.6	19.6	12.5	18.4	18.1	18.9	17.5	15.6	16.3	15.1	13.8
Consumatori deboli	11.6	14.3	9.1	7.0	13.2	15.0	10.2	12.1	15.6	18.5	10.8	10.4	8.6	9.0	8.4	5.9
Solo o più spesso a casa	34.1	27.9	39.9	39.2	28.8	29.9	26.9	29.6	31.8	31.3	32.6	39.6	35.8	23.6	43.2	39.0
A casa o al bar	6.9	10.2	3.8	5.4	11.8	15.7	5.1	10.4	9.7	12.2	5.7	12.0	4.8	7.8	3.0	3.4
Solo o più spesso al bar	11.7	16.0	7.7	4.4	21.1	21.2	21.0	16.7	20.7	23.0	16.9	8.5	4.9	7.3	3.5	3.1
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	53.5	54.0	53.0	49.2	64.7	66.9	60.9	54.5	64.8	66.5	62.0	57.7	44.8	38.2	48.9	46.6
Non consumatori	46.5	46.0	47.0	50.8	35.3	33.1	39.1	45.5	35.2	33.5	38.0	42.3	55.2	61.8	51.1	53.4
Consumatori forti	.5	.4	.5	.1	.8	1.0	.6	.3	1.1	.8	1.6	.6				
Consumatori medi	7.2	9.6	5.0	5.4	16.5	22.0	7.0	8.6	12.0	16.5	4.5	6.2	3.6	.9	5.2	5.1
Consumatori deboli	45.8	44.0	47.5	43.7	47.4	43.9	53.3	45.5	51.7	49.3	55.8	50.9	41.3	37.3	43.7	41.5
Solo o più spesso a casa	43.7	43.7	43.6	44.3	47.6	47.7	47.4	48.2	50.6	50.0	51.6	54.5	38.4	35.8	40.0	41.2
A casa o al bar	5.8	6.1	5.5	4.5	11.4	11.9	10.5	6.3	8.0	9.6	5.2	3.2	4.2	1.8	5.7	5.0
Solo o più spesso al bar	4.0	4.2	3.8	.4	5.7	7.3	3.0		6.3	6.9	5.2		2.2	.6	3.2	.5
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	17.6	25.3	10.3	15.3	25.9	31.1	17.0	37.8	23.8	27.6	17.5	36.0	12.8	22.4	7.0	8.9
Non consumatori	82.4	74.7	89.7	84.7	74.1	68.9	83.0	62.2	76.2	72.4	82.5	64.0	87.2	77.6	93.0	91.1
Consumatori forti	3.1	6.2	.2	1.9	3.0	4.6	.2	6.3	2.9	4.2	.7	4.3	3.3	8.7		1.2
Consumatori medi	8.6	12.9	4.5	6.4	16.2	18.2	12.9	24.5	14.2	17.5	8.6	17.5	4.3	7.2	2.5	3.0
Consumatori deboli	5.9	6.1	5.6	7.0	6.7	8.3	3.8	7.1	6.7	5.9	8.1	14.2	5.2	6.5	4.5	4.8
Solo o più spesso a casa	11.3	13.1	9.6	12.5	16.9	17.6	15.8	28.4	15.7	15.9	15.4	27.9	8.0	9.7	7.0	7.7
A casa o al bar	3.6	6.7	.7	1.3	4.8	6.9	1.2	3.3	4.5	6.0	2.1	4.3	2.9	7.6		.3
Solo o più spesso al bar	2.6	5.5		1.5	4.2	6.6		6.1	3.6	5.7		3.8	1.9	5.1		.8
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	20.9	32.8	9.7	13.4	37.4	47.5	20.3	36.3	33.4	42.4	18.4	32.8	11.4	20.9	5.6	7.3
Non consumatori	79.1	67.2	90.3	86.6	62.6	52.5	79.7	63.7	66.6	57.6	81.6	67.2	88.6	79.1	94.4	92.7
Consumatori forti	5.3	10.1	.7	1.3	10.8	15.4	2.9	6.2	9.5	13.8	2.3	4.6	2.0	5.4		.3
Consumatori medi	9.0	14.5	3.9	5.8	20.6	24.8	13.4	23.4	15.6	19.1	9.7	17.1	4.0	8.7	1.2	2.3
Consumatori deboli	6.6	8.3	5.1	6.2	6.1	7.3	4.0	6.7	8.3	9.4	6.5	11.1	5.3	6.8	4.4	4.7
Solo o più spesso a casa	13.7	19.5	8.3	10.6	27.7	34.1	16.7	28.9	23.0	28.3	14.2	24.9	6.7	8.4	5.6	6.2
A casa o al bar	4.4	8.0	1.1	1.8	5.5	7.6	2.0	4.6	6.2	7.8	3.4	6.6	3.1	8.3		.3
Solo o più spesso al bar	2.7	5.3	.3	1.0	4.2	5.7	1.6	2.7	4.2	6.2	.8	1.4	1.6	4.2		.8
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.0	13.1	1.2	1.8	13.1	19.0	3.1	5.2	9.6	14.4	1.5	2.7	5.0	11.5	1.0	1.5
Non consumatori	93.0	86.9	98.8	98.2	86.9	81.0	96.9	94.8	90.4	85.6	98.5	97.3	95.0	88.5	99.0	98.5
Consumatori forti	1.8	3.5	.3	.3	4.6	6.4	1.6	2.7	2.9	4.2	.8	1.4	1.0	2.7		
Consumatori medi	1.8	3.6	.2	.2	4.3	6.8			3.4	5.4			.6	1.3	.3	.3
Consumatori deboli	3.3	6.0	.7	1.2	4.2	5.8	1.5	2.5	3.3	4.9	.7	1.3	3.3	7.5	.7	1.2
Solo o più spesso a casa	4.3	7.9	.9	.8	8.2	12.1	1.5	2.5	6.5	9.9	.7	1.3	2.7	5.5	1.0	.7
A casa o al bar	1.3	2.6			2.1	3.3			1.5	2.5			1.0	2.7		
Solo o più spesso al bar	1.4	2.6	.3	1.0	2.8	3.6	1.6	2.7	1.6	2.1	.8	1.4	1.3	3.3		.8
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.4	3.3	1.6	1.3	4.6	5.9	2.4	.4	4.2	4.8	3.2	1.3	1.1	1.4	.9	1.3
Non consumatori	97.6	96.7	98.4	98.7	95.4	94.1	97.6	99.6	95.8	95.2	96.8	98.7	98.9	98.6	99.1	98.7
Consumatori forti	.1	.2		.2									.2	.5		.3
Consumatori medi	.2		.4	.5									.3		.5	.6
Consumatori deboli	2.1	3.1	1.3	.6	4.6	5.9	2.4	.4	4.2	4.8	3.2	1.3	.6	.9	.3	.4
Solo o più spesso a casa	1.5	1.5	1.6	1.1	2.0	1.7	2.4	.4	2.4	1.9	3.2	1.3	.9	.9	.9	1.0
A casa o al bar	.7	1.4		.2	2.1	3.4			1.4	2.2			.2	.5		.3
Solo o più spesso al bar	.2	.4			.5	.8			.4	.7						
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	18.0	18.1	17.8	18.3	17.9	11.5	28.8	20.7	16.9	14.0	21.8	19.1	18.8	23.4	16.0	18.0
Non consumatori	82.0	81.9	82.2	81.7	82.1	88.5	71.2	79.3	83.1	86.0	78.2	80.9	81.2	76.6	84.0	82.0
Consumatori forti	2.1	3.2	1.0	1.4	2.5	1.2	4.6	8.3	2.3	2.3	2.3	4.3	1.9	4.3	.4	.5
Consumatori medi	4.5	5.0	4.1	4.4	5.4	5.2	5.8	6.5	4.6	5.1	3.8	3.9	4.5	4.9	4.3	4.5
Consumatori deboli	11.4	10.0	12.7	12.5	10.0	5.1	18.5	5.8	10.0	6.6	15.6	10.9	12.4	14.2	11.3	13.0
Solo o più spesso a casa	13.7	12.7	14.6	16.2	13.1	9.1	19.9	18.7	11.9	9.2	16.4	16.5	15.0	17.1	13.8	16.1
A casa o al bar	2.0	1.2	2.7	1.1	3.3		8.9	1.3	2.0		5.4	2.3	2.0	2.8	1.5	.8
Solo o più spesso al bar	2.3	4.2	.5	.9	1.5	2.4		.7	2.9	4.7		.3	1.8	3.5	.7	1.1
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	13.3	13.7	13.0	14.3	14.1	13.2	15.6	23.8	12.7	9.6	17.9	21.8	13.8	18.8	10.8	12.0
Non consumatori	86.7	86.3	87.0	85.7	85.9	86.8	84.4	76.2	87.3	90.4	82.1	78.2	86.2	81.2	89.2	88.0
Consumatori forti	1.7	2.6	.9	1.3	4.3	4.6	3.9	7.8	2.6	2.4	2.8	5.4	1.0	2.8		
Consumatori medi	4.4	3.9	4.9	4.6	7.4	6.0	9.8	13.8	5.8	4.9	7.3	8.5	3.3	2.6	3.7	3.4
Consumatori deboli	7.2	7.2	7.3	8.4	2.4	2.7	2.0	2.2	4.3	2.2	7.8	7.9	9.5	13.5	7.0	8.6
Solo o più spesso a casa	9.9	7.9	11.7	13.3	10.4	7.7	14.9	22.3	9.2	5.4	15.6	20.3	10.4	11.1	9.9	11.1
A casa o al bar	1.7	2.9	.6	.2	2.1	3.4		1.3	1.4	2.2		.7	1.9	3.7	.9	
Solo o più spesso al bar	1.8	2.9	.7	.8	1.6	2.1	.7	.2	2.1	2.0	2.3	.8	1.5	4.0		.8

Abruzzi - Molise

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1259**	**615**	**644**	**498**	**323**	**221**	**102**	**68**	**604**	**390**	**213**	**137**	**655**	**224**	**431**	**361**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	13.2	13.7	12.8	10.7	22.1	18.2	28.6	19.6	17.1	15.0	20.5	12.7	10.3	11.9	9.2	10.1
Non consumatori	86.8	86.3	87.2	89.3	77.9	81.8	71.4	80.4	82.9	85.0	79.5	87.3	89.7	88.1	90.8	89.9
Consumatori forti	1.7	2.1	1.5	2.4	2.5	1.1	4.8	7.7	2.1	1.7	2.7	3.9	1.5	2.5	.9	1.9
Consumatori medi	4.2	5.8	2.7	1.6	7.1	8.1	5.5	6.5	6.2	7.1	4.9	3.4	2.7	4.2	1.8	1.1
Consumatori deboli	7.3	5.8	8.6	6.7	12.5	9.1	18.3	5.4	8.8	6.3	12.9	5.4	6.1	5.3	6.6	7.1
Solo o più spesso a casa	8.6	7.7	9.4	9.1	14.4	11.4	19.7	17.0	10.7	9.2	13.2	9.7	6.9	5.8	7.7	9.0
A casa o al bar	1.9	2.9	1.0	.7	3.7	5.5	.8	2.6	2.8	3.7	1.3	3.0	1.3	2.0	.9	
Solo o più spesso al bar	2.7	3.0	2.4	.9	3.9	1.4	8.2		3.6	2.1	6.0		2.0	4.2	.7	1.1
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	8.0	9.2	6.9	6.5	12.1	10.9	14.4	14.0	9.6	10.0	9.0	9.5	6.7	8.1	5.9	5.5
Non consumatori	92.0	90.8	93.1	93.5	87.9	89.1	85.6	86.0	90.4	90.0	91.0	90.5	93.3	91.9	94.1	94.5
Consumatori forti	1.9	2.7	1.1	1.4	4.1	2.8	6.3	10.6	3.5	3.4	3.5	6.0	.6	1.7		
Consumatori medi	2.7	3.3	2.2	1.2	1.9	3.0			2.4	3.8			3.0	2.6	3.2	1.5
Consumatori deboli	3.4	3.2	3.6	3.9	6.1	5.1	8.0	3.4	3.8	2.8	5.5	3.5	3.1	3.7	2.7	4.0
Solo o più spesso a casa	5.1	5.9	4.3	4.6	7.6	7.7	7.6	12.7	5.4	6.2	4.2	7.2	4.8	5.6	4.3	3.8
A casa o al bar	1.3	1.6	1.0	.5	1.4	1.8	.8	1.3	1.8	2.0	1.3	2.3	1.0	1.2	.9	
Solo o più spesso al bar	1.6	1.6	1.6	1.3	3.1	1.4	6.0		2.5	1.9	3.5		.9	1.3	.7	1.7
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	15.3	22.9	8.2	12.2	22.8	32.0	7.2	15.9	21.1	27.2	11.0	22.9	10.9	17.5	7.0	8.8
Non consumatori	84.7	77.1	91.8	87.8	77.2	68.0	92.8	84.1	78.9	72.8	89.0	77.1	89.1	82.5	93.0	91.2
Consumatori forti	5.8	9.2	2.6	4.8	8.8	12.7	2.1	7.1	8.9	11.2	5.1	11.3	3.4	6.6	1.4	2.8
Consumatori medi	5.0	8.1	2.0	2.1	7.5	10.6	2.2	2.2	6.3	9.0	1.7	2.1	4.0	6.9	2.2	2.1
Consumatori deboli	4.6	5.6	3.6	5.3	6.5	8.7	2.9	6.6	5.9	7.0	4.3	9.5	3.6	4.0	3.4	3.9
Solo o più spesso a casa	9.8	13.0	6.8	10.0	14.7	19.5	6.5	13.3	13.1	16.0	8.4	17.6	7.3	9.2	6.1	7.7
A casa o al bar	1.9	3.3	.6	.4	2.6	4.1		1.3	2.6	4.2		.7	1.4	2.2	.9	.3
Solo o più spesso al bar	3.6	6.6	.8	1.7	5.5	8.3	.8	1.3	5.4	7.0	2.7	4.6	2.3	6.0		.8
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	36.5	47.3	26.4	29.0	47.6	52.3	39.6	42.9	44.4	47.8	38.6	44.1	30.5	46.6	20.8	24.2
Non consumatori	63.5	52.7	73.6	71.0	52.4	47.7	60.4	57.1	55.6	52.2	61.4	55.9	69.5	53.4	79.2	75.8
Consumatori forti	7.9	13.3	2.9	5.2	16.0	19.0	10.8	19.7	12.8	16.7	6.4	12.6	4.2	9.0	1.3	2.9
Consumatori medi	17.7	24.1	11.8	11.7	21.0	22.1	19.2	16.1	20.6	22.2	18.0	13.3	15.5	26.4	8.9	11.3
Consumatori deboli	10.8	10.0	11.7	12.0	10.6	11.2	9.6	7.2	10.9	9.0	14.2	18.2	10.8	11.2	10.5	10.0
Solo o più spesso a casa	23.8	28.4	19.5	23.3	29.2	30.6	26.9	37.0	25.1	27.0	22.0	29.1	22.8	30.1	18.4	21.5
A casa o al bar	5.2	8.2	2.3	2.1	5.8	8.5	1.3	2.6	5.2	7.0	2.2	3.0	5.1	9.7	2.3	1.9
Solo o più spesso al bar	7.5	10.7	4.5	3.5	12.5	13.2	11.4	3.4	14.1	13.8	14.4	12.0	2.6	6.8		.8
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	24.2	26.7	22.0	18.5	31.1	25.6	40.5	40.5	30.7	24.9	40.3	36.7	19.3	28.8	13.6	12.8
Non consumatori	75.8	73.3	78.0	81.5	68.9	74.4	59.5	59.5	69.3	75.1	59.7	63.3	80.7	71.2	86.4	87.2
Consumatori forti	5.0	9.2	1.2	2.5	7.2	9.8	2.6	9.9	6.8	9.2	2.9	7.4	3.7	9.2	.3	.9
Consumatori medi	11.3	13.0	9.7	8.5	15.0	11.9	20.4	16.9	14.7	10.8	21.1	15.1	8.7	15.7	4.5	6.4
Consumatori deboli	7.9	4.5	11.1	7.5	8.9	3.9	17.5	13.7	9.2	5.0	16.2	14.2	6.9	3.9	8.8	5.5
Solo o più spesso a casa	17.7	19.2	16.2	14.7	17.9	12.3	27.4	30.4	18.2	12.8	27.3	25.4	17.2	27.1	11.2	11.3
A casa o al bar	3.2	2.7	3.7	2.8	6.8	4.7	10.5	3.5	6.1	4.1	9.4	7.9	1.0	1.0	1.1	1.3
Solo o più spesso al bar	3.4	4.8	2.0	1.0	6.4	8.7	2.6	6.6	6.3	8.0	3.6	3.4	1.1	.7	1.4	.3
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	12.2	19.2	5.7	4.7	24.2	31.7	11.4	14.4	18.4	23.4	10.1	7.5	7.5	13.9	3.7	3.9
Non consumatori	87.8	80.8	94.3	95.3	75.8	68.3	88.6	85.6	81.6	76.6	89.9	92.5	92.5	86.1	96.3	96.1
Consumatori forti	4.8	8.9	1.0	1.0	15.0	22.5	2.2	5.9	9.9	14.3	2.5	3.0	1.0	2.1	.3	.4
Consumatori medi	3.3	5.0	1.7	1.4	5.8	5.6	6.1	7.0	5.0	5.6	4.0	3.6	2.0	4.3	.6	.7
Consumatori deboli	4.1	5.3	3.0	2.3	3.5	3.6	3.1	1.5	3.5	3.5	3.6	.9	4.6	7.5	2.8	2.8
Solo o più spesso a casa	2.8	3.5	2.1	2.2	3.5	2.9	4.5	7.2	2.7	2.8	2.6	3.8	2.8	4.5	1.8	1.7
A casa o al bar	3.5	5.3	1.9	1.6	7.2	10.2	2.2	1.3	5.8	7.7	2.5	.7	1.9	2.2	1.6	1.9
Solo o più spesso al bar	5.9	10.4	1.7	.9	13.5	18.6	4.7	5.9	9.9	12.9	5.0	3.0	2.8	7.1	.2	.3
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	37.2	43.5	31.4	19.1	58.9	57.2	61.9	30.2	55.2	53.3	58.4	31.5	23.6	31.0	19.0	15.2
Non consumatori	62.8	56.5	68.6	80.9	41.1	42.8	38.1	69.8	44.8	46.7	41.6	68.5	76.4	69.0	81.0	84.8
Consumatori forti	12.3	18.2	6.7	3.2	24.8	31.6	13.2	6.7	22.8	26.2	17.0	9.4	4.3	8.2	2.0	1.3
Consumatori medi	14.1	17.3	11.1	6.8	22.7	16.4	33.6	19.1	19.7	17.8	22.9	13.6	9.8	16.7	5.7	4.6
Consumatori deboli	10.9	7.9	13.6	9.1	11.4	9.2	15.1	4.3	12.7	9.3	18.4	8.5	9.4	6.2	11.4	9.3
Solo o più spesso a casa	7.7	8.4	7.1	5.1	5.6	3.9	8.5	7.1	8.1	7.8	8.6	4.5	7.5	9.2	6.4	5.3
A casa o al bar	9.9	10.2	9.6	5.5	22.4	18.5	29.1	14.4	18.3	16.2	21.7	15.4	3.5	2.6	4.1	2.4
Solo o più spesso al bar	19.6	24.8	14.6	8.6	30.9	34.8	24.3	8.6	28.8	29.3	28.0	11.6	12.5	19.2	8.5	7.6

Campania

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4149**	**2014**	**2135**	**1559**	**1251**	**897**	**354**	**260**	**2142**	**1403**	**738**	**505**	**2007**	**611**	**1397**	**1054**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	53.1	59.2	47.2	47.0	70.9	71.3	69.9	73.7	65.9	67.4	63.3	66.7	39.7	42.6	38.3	37.1
Non consumatori	46.9	40.8	52.8	53.0	29.1	28.7	30.1	26.3	34.1	32.6	36.7	33.3	60.3	57.4	61.7	62.9
Consumatori forti	21.9	26.1	17.9	20.0	33.8	34.2	32.9	36.0	29.5	30.2	28.2	30.7	13.9	17.7	12.1	14.6
Consumatori medi	16.1	18.8	13.5	12.6	20.1	21.7	16.3	15.9	18.6	21.0	14.2	15.3	13.5	14.3	13.1	11.2
Consumatori deboli	15.1	14.3	15.8	14.4	17.0	15.4	20.7	21.8	17.8	16.1	20.9	20.6	12.2	10.7	13.0	11.3
Solo o più spesso a casa	35.4	33.6	37.1	37.7	39.8	34.7	52.2	55.6	39.5	34.1	49.2	53.6	31.2	32.8	30.5	29.6
A casa o al bar	6.3	8.8	3.8	3.6	10.1	12.3	4.7	3.6	9.6	12.4	4.5	3.4	2.9	1.6	3.5	3.8
Solo o più spesso al bar	11.3	16.8	6.2	5.7	21.0	24.3	13.0	14.5	16.9	20.9	9.7	9.7	5.6	8.3	4.3	3.7
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	55.2	56.5	54.0	50.1	68.7	66.4	74.2	71.0	66.2	64.5	69.3	67.3	43.8	40.4	45.5	41.4
Non consumatori	44.8	43.5	46.0	49.9	31.3	33.6	25.8	29.0	33.8	35.5	30.7	32.7	56.2	59.6	54.5	58.6
Consumatori forti	.8	1.2	.4	.5	1.9	1.7	2.4	3.2	1.4	1.5	1.1	1.6	.2	.6		
Consumatori medi	6.8	7.2	6.3	7.0	11.4	10.0	14.7	19.2	9.5	8.2	11.9	12.6	4.0	5.4	3.3	4.2
Consumatori deboli	47.6	48.1	47.2	42.5	55.4	54.7	57.1	48.6	55.3	54.8	56.2	53.1	39.7	34.4	42.3	37.2
Solo o più spesso a casa	47.3	45.6	48.8	46.7	55.3	51.0	65.7	65.9	53.9	49.3	62.0	62.7	40.4	38.2	41.5	38.7
A casa o al bar	4.0	5.1	2.8	1.6	5.7	6.6	3.5	1.2	5.9	6.6	4.6	2.3	2.0	2.1	1.9	1.3
Solo o più spesso al bar	4.0	5.7	2.3	1.7	7.7	8.9	5.0	3.9	6.4	8.6	2.6	2.3	1.5		2.2	1.4
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	20.3	30.8	10.2	10.6	27.8	33.2	14.7	14.3	28.6	35.2	16.8	17.4	11.6	22.0	6.5	7.2
Non consumatori	79.7	69.2	89.8	89.4	72.2	66.8	85.3	85.7	71.4	64.8	83.2	82.6	88.4	78.0	93.5	92.8
Consumatori forti	3.7	5.9	1.5	1.7	6.8	7.6	4.9	5.5	6.3	7.9	3.6	4.1	1.0	2.1	.4	.5
Consumatori medi	9.3	14.2	4.7	5.0	11.9	14.4	5.8	5.6	11.7	14.7	6.4	7.2	6.8	13.1	3.7	4.0
Consumatori deboli	7.3	10.7	4.0	3.8	9.0	11.1	4.0	3.2	10.6	12.6	6.8	6.0	3.8	6.8	2.4	2.7
Solo o più spesso a casa	14.7	20.7	9.0	10.4	21.9	25.5	13.4	14.3	20.8	24.6	14.1	16.8	8.4	12.9	6.2	7.2
A casa o al bar	3.5	6.2	1.0	.2	4.4	6.0	.5		5.2	6.9	2.2	.5	1.9	5.0	.3	
Solo o più spesso al bar	2.0	3.9	.2		1.5	1.7	.8		2.6	3.7	.6		1.4	4.1		
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	19.8	31.3	8.9	10.8	33.2	39.7	17.3	24.9	28.4	36.1	14.5	19.7	11.0	21.5	5.8	6.3
Non consumatori	80.2	68.7	91.1	89.2	66.8	60.3	82.7	75.1	71.6	63.9	85.5	80.3	89.0	78.5	94.2	93.7
Consumatori forti	3.9	6.0	1.8	2.1	7.8	9.5	3.5	3.7	6.5	8.1	3.7	4.3	1.2	2.0	.8	1.0
Consumatori medi	9.4	15.5	3.5	4.4	16.2	20.0	7.2	12.4	13.1	17.7	5.0	7.2	5.5	11.2	2.7	2.9
Consumatori deboli	6.6	9.7	3.6	4.3	9.2	10.2	6.6	8.8	8.8	10.4	5.9	8.2	4.3	8.4	2.3	2.4
Solo o più spesso a casa	14.5	21.3	8.0	10.4	24.3	27.8	15.9	24.9	20.1	24.2	12.8	19.7	8.7	15.5	5.4	5.8
A casa o al bar	2.3	4.2	.4	.4	4.4	6.1	.2		3.4	5.0	.5		1.1	2.5	.4	.5
Solo o più spesso al bar	3.0	5.7	.4		4.5	5.8	1.3		4.8	6.8	1.2		1.2	3.5		
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	5.2	8.1	2.5	2.8	7.4	8.9	3.8	4.0	6.6	8.5	3.2	3.6	3.8	7.2	2.1	2.4
Non consumatori	94.8	91.9	97.5	97.2	92.6	91.1	96.2	96.0	93.4	91.5	96.8	96.4	96.2	92.8	97.9	97.6
Consumatori forti	1.0	1.4	.5	.7	1.7	1.8	1.6	2.1	1.4	1.4	1.5	2.1	.5	1.6		
Consumatori medi	2.2	3.8	.7	.6	3.4	4.1	1.6	1.2	2.9	3.8	1.2	.8	1.5	3.8	.4	.5
Consumatori deboli	2.0	2.8	1.3	1.4	2.3	3.0	.6	.8	2.3	3.3	.5	.7	1.8	1.9	1.7	1.8
Solo o più spesso a casa	3.7	5.5	2.0	2.4	4.2	4.7	3.0	4.0	3.9	4.6	2.6	3.6	3.5	7.2	1.7	1.8
A casa o al bar	.4	.7			.8	1.1			.7	1.1						
Solo o più spesso al bar	1.1	1.8	.5	.4	2.4	3.1	.8		2.0	2.8	.6		.3		.4	.5
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.3	4.6	2.1	2.2	5.6	6.5	3.7	3.9	5.2	5.6	4.6	4.8	1.3	2.5	.7	.9
Non consumatori	96.7	95.4	97.9	97.8	94.4	93.5	96.3	96.1	94.8	94.4	95.4	95.2	98.7	97.5	99.3	99.1
Consumatori forti	.2	.5			.6	.9			.5	.7						
Consumatori medi	.8	1.1	.5	.5	1.3	.9	2.3	2.9	1.1	.8	1.5	1.4	.5	1.6		
Consumatori deboli	2.2	3.0	1.5	1.7	3.7	4.7	1.3	1.0	3.7	4.1	3.0	3.3	.7	.8	.7	.9
Solo o più spesso a casa	2.0	2.5	1.6	1.8	3.7	3.7	3.5	3.9	3.3	2.9	4.0	4.8	.7	1.6	.3	.4
A casa o al bar	.6	.7	.4	.3	.4	.6	.2		.6	.6	.5		.5	.8	.4	.5
Solo o più spesso al bar	.7	1.4			1.5	2.1			1.3	2.1						
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	21.2	20.6	21.7	21.6	24.7	21.7	31.9	36.9	25.1	23.5	27.9	31.6	17.1	14.6	18.4	16.5
Non consumatori	78.8	79.4	78.3	78.4	75.3	78.3	68.1	63.1	74.9	76.5	72.1	68.4	82.9	85.4	81.6	83.5
Consumatori forti	2.4	2.8	2.1	2.2	2.5	1.9	4.0	4.1	2.4	2.2	2.9	2.3	2.5	4.1	1.7	2.2
Consumatori medi	7.5	8.3	6.8	8.2	9.6	8.6	11.9	18.5	9.5	8.8	10.7	15.8	5.5	7.3	4.6	4.4
Consumatori deboli	11.2	9.5	12.8	11.1	12.6	11.2	16.0	14.3	13.2	12.6	14.2	13.5	9.2	3.2	12.1	10.0
Solo o più spesso a casa	17.4	14.8	19.8	20.4	18.7	14.7	28.5	33.6	18.8	15.6	24.6	28.8	15.9	13.2	17.2	16.1
A casa o al bar	1.8	2.5	1.1	.9	3.4	3.9	2.2	1.7	3.4	3.8	2.7	2.0	.2		.3	.3
Solo o più spesso al bar	2.0	3.2	.8	.3	2.6	3.2	1.2	1.6	2.8	4.1	.6	.8	1.1	1.4	1.0	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	13.9	14.5	13.3	14.1	14.2	13.4	16.1	20.8	15.5	15.7	15.1	20.3	12.3	12.1	12.3	11.0
Non consumatori	86.1	85.5	86.7	85.9	85.8	86.6	83.9	79.2	84.5	84.3	84.9	79.7	87.7	87.9	87.7	89.0
Consumatori forti	1.5	2.1	1.0	1.7	2.5	2.4	2.6	4.3	2.3	2.8	1.3	3.4	.8	.6	.9	.8
Consumatori medi	5.9	6.7	5.2	6.1	6.1	5.2	8.2	9.7	6.8	6.3	7.7	9.4	5.0	7.4	3.8	4.4
Consumatori deboli	6.5	5.8	7.1	6.4	5.6	5.8	5.2	6.7	6.4	6.6	6.1	7.6	6.5	4.2	7.6	5.8
Solo o più spesso a casa	11.6	10.7	12.5	13.0	11.8	10.7	14.4	18.6	12.5	12.0	13.4	18.0	10.6	8.0	11.9	10.5
A casa o al bar	1.2	1.6	.9	1.2	1.6	1.6	1.7	2.2	1.8	1.8	1.7	2.4	.7	1.2	.4	.5
Solo o più spesso al bar	1.1	2.2			.8	1.1			1.2	1.9			1.0	3.0		

Campania

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**4149**	**2014**	**2135**	**1559**	**1251**	**897**	**354**	**260**	**2142**	**1403**	**738**	**505**	**2007**	**611**	**1397**	**1054**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	15.5	17.8	13.3	12.7	18.1	18.7	16.6	16.2	18.8	20.4	16.1	16.7	12.0	12.6	11.8	10.6
Non consumatori	84.5	82.2	86.7	87.3	81.9	81.3	83.4	83.8	81.2	79.6	83.9	83.3	88.0	87.4	88.2	89.4
Consumatori forti	1.2	1.6	.8	1.0	2.3	2.8	1.3	1.7	1.6	2.1	.6	.8	.7	.4	.9	1.1
Consumatori medi	6.4	7.8	5.2	5.8	7.6	7.7	7.3	7.7	8.0	8.3	7.5	8.9	4.8	6.8	3.9	4.2
Consumatori deboli	7.9	8.4	7.4	5.8	8.2	8.3	8.0	6.9	9.2	10.0	8.0	6.9	6.5	5.4	7.0	5.3
Solo o più spesso a casa	12.4	12.8	12.0	11.4	13.6	13.1	14.9	13.9	14.2	13.9	14.7	14.8	10.6	10.6	10.6	9.7
A casa o al bar	1.3	1.9	.8	1.0	1.9	2.4	.5	.7	1.6	2.1	.8	1.1	1.0	1.5	.7	.9
Solo o più spesso al bar	1.8	3.1	.5	.3	2.6	3.2	1.2	1.6	3.0	4.3	.6	.8	.5	.4	.5	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.9	10.1	5.8	7.2	9.5	9.2	10.2	12.3	9.5	10.3	8.0	8.9	6.2	9.5	4.6	6.4
Non consumatori	92.1	89.9	94.2	92.8	90.5	90.8	89.8	87.7	90.5	89.7	92.0	91.1	93.8	90.5	95.4	93.6
Consumatori forti	1.3	1.5	1.2	1.3	1.7	2.3	.2		1.6	2.3	.5		1.0		1.5	2.0
Consumatori medi	2.5	3.3	1.6	2.2	3.3	1.9	6.5	8.7	2.7	2.4	3.2	4.5	2.2	5.1	.8	1.0
Consumatori deboli	4.1	5.2	3.0	3.7	4.5	4.9	3.5	3.7	5.1	5.6	4.3	4.4	3.0	4.4	2.3	3.4
Solo o più spesso a casa	5.5	6.5	4.7	5.9	7.4	7.3	7.5	8.9	7.3	7.9	6.2	7.1	3.7	3.6	3.8	5.3
A casa o al bar	1.3	1.6	1.0	1.0	1.5	1.6	1.5	1.8	1.5	1.6	1.2	1.0	1.1	1.7	.8	1.0
Solo o più spesso al bar	1.1	2.0	.2	.3	.6	.3	1.2	1.6	.7	.8	.6	.8	1.4	4.3		
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	10.4	13.1	7.9	9.3	17.8	17.3	19.0	23.3	14.7	15.0	14.2	17.5	6.0	9.3	4.4	5.2
Non consumatori	89.6	86.9	92.1	90.7	82.2	82.7	81.0	76.7	85.3	85.0	85.8	82.5	94.0	90.7	95.6	94.8
Consumatori forti	1.4	1.9	.8	.6	3.4	2.8	4.7	3.4	2.4	2.5	2.3	1.8	.3	.8		
Consumatori medi	4.8	5.5	4.1	5.1	6.4	6.4	6.4	11.0	6.0	5.8	6.3	8.9	3.6	5.0	2.9	3.2
Consumatori deboli	4.3	5.7	3.0	3.6	8.0	8.1	7.9	8.8	6.4	6.8	5.7	6.8	2.2	3.5	1.5	2.0
Solo o più spesso a casa	8.2	9.2	7.2	9.0	13.3	11.9	16.8	21.5	11.1	10.3	12.4	16.7	5.3	7.0	4.4	5.2
A casa o al bar	.5	1.0			1.0	1.5			.7	1.1			.2	.6		
Solo o più spesso al bar	1.7	2.9	.7	.3	3.5	4.0	2.3	1.7	2.9	3.5	1.9	.9	.5	1.6		
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	38.6	49.6	28.1	26.8	51.3	54.1	44.5	46.9	49.6	55.2	39.6	41.9	27.2	38.3	21.8	19.2
Non consumatori	61.4	50.4	71.9	73.2	48.7	45.9	55.5	53.1	50.4	44.8	60.4	58.1	72.8	61.7	78.2	80.8
Consumatori forti	7.1	10.9	3.5	3.2	11.8	13.8	6.8	7.6	10.0	12.6	5.5	5.2	4.1	7.5	2.5	2.1
Consumatori medi	18.5	24.1	13.2	12.4	24.7	25.7	22.1	26.1	24.4	27.0	19.8	22.8	12.4	18.1	9.6	7.2
Consumatori deboli	12.9	14.6	11.4	11.3	14.8	14.5	15.5	13.2	15.1	15.5	14.4	13.9	10.7	12.7	9.7	9.9
Solo o più spesso a casa	28.5	32.0	25.2	24.1	35.9	34.4	39.6	39.5	33.9	33.5	34.5	36.0	23.0	28.9	20.1	18.1
A casa o al bar	4.7	8.1	1.4	1.8	9.6	12.2	3.3	5.5	8.0	11.0	2.7	3.4	1.3	2.3	.7	1.0
Solo o più spesso al bar	5.4	9.5	1.5	1.0	5.8	7.6	1.6	1.9	7.7	10.6	2.4	2.5	3.0	7.0	1.0	.2
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	31.9	28.6	35.1	30.8	35.7	33.4	41.3	36.3	34.4	31.0	40.5	36.2	29.3	23.5	32.1	28.1
Non consumatori	68.1	71.4	64.9	69.2	64.3	66.6	58.7	63.7	65.6	69.0	59.5	63.8	70.7	76.5	67.9	71.9
Consumatori forti	4.2	5.7	2.8	2.6	6.3	8.0	2.1	1.1	5.6	6.7	3.8	3.5	2.7	3.7	2.2	2.2
Consumatori medi	15.0	12.5	17.3	16.1	16.5	13.1	24.8	24.1	15.7	12.4	21.6	21.1	14.2	12.5	15.0	13.6
Consumatori deboli	12.7	10.4	15.0	12.1	12.9	12.4	14.4	11.1	13.1	11.9	15.1	11.6	12.4	7.3	14.9	12.4
Solo o più spesso a casa	26.2	20.1	32.0	29.4	26.5	21.8	37.7	33.6	25.9	20.0	36.4	33.4	26.6	20.4	29.6	27.3
A casa o al bar	3.0	4.1	2.0	.9	4.9	5.5	3.3	2.5	4.4	5.1	3.0	1.9	1.7	2.1	1.5	.4
Solo o più spesso al bar	2.6	4.3	1.1	.5	4.4	6.1	.3	.2	4.2	5.9	1.1	.8	1.0	1.0	1.0	.4
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	9.6	14.0	5.4	5.1	15.5	18.0	9.5	9.6	13.8	17.3	7.4	8.3	5.3	7.4	4.3	3.5
Non consumatori	90.4	86.0	94.6	94.9	84.5	82.0	90.5	90.4	86.2	82.7	92.6	91.7	94.7	92.6	95.7	96.5
Consumatori forti	1.3	2.1	.5	.7	2.7	3.5	.9	1.2	2.1	2.8	.9	1.2	.4	.5	.3	.4
Consumatori medi	4.6	7.3	1.9	2.1	8.3	9.7	4.9	5.1	7.3	9.4	3.5	4.2	1.8	3.2	1.1	1.1
Consumatori deboli	3.8	4.6	3.0	2.3	4.5	4.8	3.7	3.3	4.4	5.1	3.1	2.9	3.1	3.6	2.9	2.0
Solo o più spesso a casa	3.9	4.0	3.8	4.0	4.5	3.8	6.2	7.5	4.5	4.1	5.1	6.4	3.3	3.8	3.0	2.8
A casa o al bar	1.7	2.6	.9	.6	3.6	4.4	1.5	.6	2.7	3.4	1.2	1.0	.7	.9	.6	.4
Solo o più spesso al bar	4.0	7.4	.8	.5	7.4	9.8	1.8	1.5	6.7	9.7	1.1	.9	1.3	2.7	.6	.3
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	22.5	31.2	14.3	13.1	37.0	41.5	26.2	28.5	35.1	41.1	24.3	23.9	9.5	11.1	8.7	7.7
Non consumatori	77.5	68.8	85.7	86.9	63.0	58.5	73.8	71.5	64.9	58.9	75.7	76.1	90.5	88.9	91.3	92.3
Consumatori forti	4.6	8.5	.8	1.9	8.9	12.4	.5	6.9	8.3	12.2	1.3	4.9	.7	1.1	.6	.4
Consumatori medi	9.4	13.5	5.6	4.1	15.2	17.3	10.1	7.8	14.7	18.0	8.7	6.8	4.0	4.3	3.9	2.7
Consumatori deboli	8.5	9.2	7.8	7.1	12.9	11.7	15.6	13.8	12.1	10.9	14.3	12.2	4.7	5.7	4.3	4.6
Solo o più spesso a casa	5.8	4.8	6.8	7.3	7.1	5.8	10.3	13.8	7.8	5.5	11.9	14.2	3.7	3.2	4.0	3.8
A casa o al bar	5.9	7.7	4.3	3.4	10.0	11.1	7.4	8.4	8.5	9.9	5.9	4.4	3.3	3.2	3.4	2.8
Solo o più spesso al bar	10.8	18.7	3.2	2.5	19.9	24.6	8.6	6.2	18.8	25.6	6.5	5.2	2.4	4.7	1.4	1.1

Puglia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**2965**	**1427**	**1538**	**1141**	**837**	**600**	**237**	**160**	**1443**	**946**	**497**	**331**	**1522**	**481**	**1041**	**810**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	57.1	59.8	54.7	52.8	73.4	73.2	74.1	72.2	68.2	67.5	69.4	67.4	45.6	43.8	46.4	45.6
Non consumatori	42.9	40.2	45.3	47.2	26.6	26.8	25.9	27.8	31.8	32.5	30.6	32.6	54.4	56.2	53.6	54.4
Consumatori forti	36.0	37.6	34.6	35.7	47.4	48.7	44.5	53.1	45.2	43.9	47.3	52.3	26.6	24.6	27.5	27.5
Consumatori medi	11.0	14.1	8.2	6.1	14.9	15.4	14.0	8.4	13.4	15.2	10.2	6.0	8.6	11.7	7.1	6.2
Consumatori deboli	10.1	8.0	11.9	11.0	11.1	9.1	15.5	10.7	9.6	8.3	12.0	9.2	10.5	7.5	11.8	11.9
Solo o più spesso a casa	45.6	42.0	48.9	48.4	52.1	47.3	62.9	64.9	50.7	45.2	60.0	59.6	40.3	35.2	42.6	42.9
A casa o al bar	3.3	4.0	2.6	2.1	5.7	7.1	2.8	3.3	4.4	5.6	2.3	3.1	2.1	.8	2.7	1.5
Solo o più spesso al bar	8.3	13.8	3.2	2.3	15.6	18.8	8.4	4.0	13.1	16.7	7.1	4.7	3.2	7.8	1.1	1.1
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	62.4	65.9	59.3	57.6	72.5	72.1	73.3	76.3	70.9	71.3	70.3	71.8	53.6	54.8	53.0	50.6
Non consumatori	37.6	34.1	40.7	42.4	27.5	27.9	26.7	23.7	29.1	28.7	29.7	28.2	46.4	45.2	47.0	49.4
Consumatori forti	.8	1.2	.4	.5	2.1	2.4	1.6	2.2	1.5	1.7	1.2	1.7				
Consumatori medi	8.2	9.3	7.3	7.5	15.0	13.7	17.7	21.1	13.1	13.3	12.9	14.4	3.1	1.0	4.1	4.1
Consumatori deboli	53.4	55.4	51.6	49.6	55.3	56.0	54.0	53.1	56.2	56.3	56.2	55.7	50.5	53.8	48.9	46.5
Solo o più spesso a casa	56.3	57.9	54.9	53.6	61.0	57.8	68.2	71.5	62.3	60.5	65.4	66.3	50.1	52.6	48.9	47.4
A casa o al bar	3.6	4.9	2.4	2.6	6.6	8.1	3.1	4.1	4.9	6.2	2.9	3.8	2.1	2.2	2.1	2.0
Solo o più spesso al bar	2.5	3.1	2.0	1.4	4.9	6.1	2.0	.7	3.7	4.6	2.1	1.7	1.4		2.0	1.3
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	21.5	32.2	11.8	14.2	36.3	43.1	21.5	33.1	30.4	39.0	15.8	22.6	12.3	18.2	9.6	10.0
Non consumatori	78.5	67.8	88.2	85.8	63.7	56.9	78.5	66.9	69.6	61.0	84.2	77.4	87.7	81.8	90.4	90.0
Consumatori forti	4.4	7.6	1.5	3.0	10.6	12.5	6.2	13.0	8.0	10.8	3.4	7.0	.6	1.0	.4	1.0
Consumatori medi	6.3	10.1	2.9	3.9	10.8	12.4	7.2	12.2	9.8	12.4	5.2	8.2	2.7	5.2	1.5	1.8
Consumatori deboli	10.9	14.6	7.5	7.3	15.0	18.1	8.0	7.8	12.6	15.8	7.2	7.5	9.0	12.0	7.6	7.2
Solo o più spesso a casa	16.2	22.2	10.7	11.7	26.7	29.3	21.1	26.8	23.2	27.7	15.5	19.3	8.9	10.7	8.0	7.9
A casa o al bar	2.0	3.8	.4	.5	3.3	4.6	.4	.1	2.5	3.8	.3	.2	1.5	3.7	.5	.6
Solo o più spesso al bar	3.3	6.2	.7	2.0	6.3	9.2		6.2	4.7	7.4		3.2	1.9	3.8	1.0	1.4
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	20.1	31.1	10.0	10.5	35.6	42.4	20.8	22.2	30.7	39.0	16.5	16.7	9.0	14.8	6.3	7.4
Non consumatori	79.9	68.9	90.0	89.5	64.4	57.6	79.2	77.8	69.3	61.0	83.5	83.3	91.0	85.2	93.7	92.6
Consumatori forti	3.1	5.9	.5	.8	7.8	11.0	.6	1.8	5.8	8.8	.7	1.6	.3		.4	.5
Consumatori medi	6.9	11.2	3.0	3.6	14.5	17.8	7.3	8.2	10.8	14.2	4.9	5.4	2.8	4.9	1.9	2.8
Consumatori deboli	10.1	14.0	6.5	6.0	13.4	13.6	12.8	12.2	14.1	16.0	10.9	9.7	5.9	9.9	4.1	4.2
Solo o più spesso a casa	13.2	17.6	9.2	9.9	21.6	23.2	18.1	20.7	19.4	22.3	14.4	15.5	6.9	8.0	6.3	7.2
A casa o al bar	3.2	6.3	.4	.1	7.6	10.5	1.4	.1	5.7	8.3	1.2	.2	.6	2.0		
Solo o più spesso al bar	3.6	7.2	.3	.5	6.4	8.7	1.3	1.5	5.7	8.4	1.0	1.0	1.5	4.8		.2
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	5.7	9.4	2.3	3.4	9.0	11.9	2.6	8.4	7.8	11.0	2.3	5.7	3.5	6.1	2.3	2.3
Non consumatori	94.3	90.6	97.7	96.6	91.0	88.1	97.4	91.6	92.2	89.0	97.7	94.3	96.5	93.9	97.7	97.7
Consumatori forti	1.0	1.7	.3	.7	1.2	1.8		2.1	1.3	2.0		1.2	.6	1.2	.4	.5
Consumatori medi	1.3	2.6	.2	.5	2.2	3.0	.6	.8	2.1	3.1	.3	.4	.6	1.4	.2	.5
Consumatori deboli	3.4	5.1	1.8	2.2	5.5	7.1	2.0	5.5	4.4	5.9	2.0	4.1	2.3	3.6	1.7	1.3
Solo o più spesso a casa	4.4	6.8	2.2	2.9	5.9	7.5	2.6	5.6	5.7	7.8	2.1	4.2	3.0	4.8	2.2	2.3
A casa o al bar	.2	.5			.5	.8			.5	.7						
Solo o più spesso al bar	1.0	2.1	.1	.5	2.5	3.7	*	2.9	1.6	2.4	.1	1.5	.5	1.4	.1	
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.3	5.3	3.3	3.3	10.1	10.0	10.2	9.5	7.1	7.5	6.6	6.4	1.3	1.0	1.5	1.8
Non consumatori	95.7	94.7	96.7	96.7	89.9	90.0	89.8	90.5	92.9	92.5	93.4	93.6	98.7	99.0	98.5	98.2
Consumatori forti	.2	.1	.2	.2	.4	.1	1.2	1.5	.3	.2	.6	.7				
Consumatori medi	1.5	2.3	.7	.9	3.8	4.4	2.5	3.5	2.8	3.4	1.9	2.8				
Consumatori deboli	2.7	2.9	2.4	2.1	5.9	5.6	6.6	4.4	4.0	3.9	4.1	2.9	1.3	1.0	1.5	1.8
Solo o più spesso a casa	2.7	2.2	3.2	3.1	5.6	3.6	10.0	9.4	4.2	3.0	6.2	6.3	1.2	.6	1.5	1.5
A casa o al bar	.3	.5			.8	1.1			.5	.8						
Solo o più spesso al bar	1.3	2.6	.1	.2	3.7	5.3	.2	.1	2.4	3.7	.3	.2	.1	.4		.2
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	30.4	32.0	28.8	29.5	32.6	31.6	34.8	30.8	33.5	34.1	32.5	31.2	27.1	27.8	26.7	28.7
Non consumatori	69.6	68.0	71.2	70.5	67.4	68.4	65.2	69.2	66.5	65.9	67.5	68.8	72.9	72.2	73.3	71.3
Consumatori forti	3.0	5.5	.8	.9	4.3	5.2	2.3	1.4	4.7	6.6	1.4	1.6	1.4	3.4	.4	.5
Consumatori medi	11.0	10.7	11.2	12.4	12.2	10.8	15.4	14.9	13.2	12.4	14.6	15.5	8.7	7.2	9.3	10.9
Consumatori deboli	16.3	15.8	16.8	16.3	16.1	15.6	17.1	14.4	15.6	15.1	16.5	14.1	17.0	17.2	17.0	17.3
Solo o più spesso a casa	24.6	23.3	25.8	26.4	25.0	22.7	29.9	27.2	26.4	24.8	29.1	28.8	22.7	20.1	24.0	25.3
A casa o al bar	1.9	3.3	.6	1.2	2.0	3.0			1.7	2.8			2.1	4.6	1.0	1.8
Solo o più spesso al bar	3.8	5.4	2.4	1.9	5.6	5.9	4.9	3.6	5.4	6.5	3.4	2.4	2.2	3.2	1.8	1.6
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	16.5	18.9	14.2	16.4	15.5	18.1	9.8	15.7	18.2	21.0	13.4	18.1	14.7	14.6	14.7	15.6
Non consumatori	83.5	81.1	85.8	83.6	84.5	81.9	90.2	84.3	81.8	79.0	86.6	81.9	85.3	85.4	85.3	84.4
Consumatori forti	1.9	2.5	1.4	2.0	1.7	2.0	.9	1.8	2.4	3.5	.7	1.9	1.4	.5	1.8	2.0
Consumatori medi	6.2	7.4	5.2	6.1	6.0	6.8	4.3	9.0	7.5	8.3	6.1	9.8	4.9	5.4	4.7	4.3
Consumatori deboli	8.3	9.0	7.6	8.3	7.8	9.3	4.5	4.8	8.3	9.2	6.6	6.4	8.3	8.7	8.2	9.3
Solo o più spesso a casa	12.4	11.3	13.4	15.3	9.0	9.2	8.6	12.3	12.5	12.5	12.6	16.5	12.4	9.0	13.9	14.6
A casa o al bar	1.5	2.8	.4	.5	1.3	1.9			1.7	2.7			1.3	2.8	.6	.7
Solo o più spesso al bar	2.5	4.8	.4	.7	5.2	7.0	1.2	3.3	4.0	5.8	.8	1.6	1.0	2.8	.2	.2

Puglia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**2965**	**1427**	**1538**	**1141**	**837**	**600**	**237**	**160**	**1443**	**946**	**497**	**331**	**1522**	**481**	**1041**	**810**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	24.1	21.9	26.0	25.4	27.2	25.5	30.9	26.3	27.9	27.6	28.5	25.5	20.0	10.1	24.6	25.4
Non consumatori	75.9	78.1	74.0	74.6	72.8	74.5	69.1	73.7	72.1	72.4	71.5	74.5	80.0	89.9	75.4	74.6
Consumatori forti	1.9	1.7	2.0	1.8	2.7	2.4	3.6	2.6	2.8	2.5	3.1	2.3	1.0	.1	1.3	1.6
Consumatori medi	9.1	8.7	9.4	9.8	11.9	11.4	13.0	14.5	11.6	11.8	11.2	12.4	6.5	2.2	8.5	8.5
Consumatori deboli	13.1	11.5	14.6	13.8	12.5	11.7	14.4	9.2	13.6	13.3	14.2	10.7	12.6	7.8	14.8	15.3
Solo o più spesso a casa	20.5	16.2	24.4	24.3	21.5	18.1	28.9	25.3	22.3	20.5	25.3	23.0	18.6	7.3	23.9	25.0
A casa o al bar	1.1	2.0	.2	.2	1.6	2.2	*	.1	1.5	2.1	.4	.2	.7	1.9	.2	.2
Solo o più spesso al bar	2.4	3.7	1.3	.9	4.2	5.1	2.0	1.0	4.2	5.0	2.8	2.3	.7	.9	.5	.2
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	10.2	12.9	7.6	8.7	13.2	14.8	9.7	9.8	11.2	12.8	8.5	9.1	9.1	13.2	7.2	8.6
Non consumatori	89.8	87.1	92.4	91.3	86.8	85.2	90.3	90.2	88.8	87.2	91.5	90.9	90.9	86.8	92.8	91.4
Consumatori forti	1.6	2.8	.5	.9	1.9	2.8	*	.1	1.9	2.9	.1	.2	1.3	2.5	.8	1.2
Consumatori medi	3.1	5.3	1.2	1.5	5.0	5.8	3.1	3.9	3.9	4.8	2.4	2.8	2.3	6.2	.5	.8
Consumatori deboli	5.4	4.9	5.9	6.4	6.4	6.3	6.6	5.9	5.4	5.1	5.9	6.1	5.5	4.5	5.9	6.6
Solo o più spesso a casa	6.1	5.0	7.1	8.2	7.5	7.1	8.4	9.8	6.5	6.0	7.5	8.9	5.6	3.1	6.8	7.9
A casa o al bar	.8	1.6	*	.1	1.0	1.4	*	.1	.7	1.1	.1	.2	.8	2.6		
Solo o più spesso al bar	3.3	6.3	.5	.5	4.8	6.4	1.2		3.9	5.8	.8		2.6	7.5	.3	.7
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	7.7	10.8	4.8	5.8	10.6	11.5	8.5	10.8	10.3	12.1	7.2	9.0	4.9	8.0	3.5	4.3
Non consumatori	92.3	89.2	95.2	94.2	89.4	88.5	91.5	89.2	89.7	87.9	92.8	91.0	95.1	92.0	96.5	95.7
Consumatori forti	1.1	1.6	.7	.8	1.9	1.8	2.3	3.0	2.0	2.3	1.4	1.8	.3	.1	.3	.4
Consumatori medi	2.0	2.8	1.3	1.5	3.7	3.7	3.8	4.7	3.3	3.7	2.7	3.1	.7	.9	.5	.7
Consumatori deboli	4.5	6.4	2.8	3.5	4.9	6.0	2.4	3.2	5.0	6.1	3.1	4.1	4.0	7.0	2.6	3.2
Solo o più spesso a casa	5.8	7.2	4.6	5.6	7.6	7.5	7.6	9.7	7.4	7.9	6.6	8.3	4.2	5.9	3.4	4.3
A casa o al bar	.6	1.4			.9	1.3			1.0	1.6			.3	.8		
Solo o più spesso al bar	1.2	2.2	.3	.2	2.1	2.7	.9	1.1	1.9	2.6	.6	.8	.5	1.3	.1	
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	42.3	52.6	33.0	36.4	55.7	61.0	43.9	53.2	52.3	58.9	40.9	48.8	32.0	39.4	28.6	30.3
Non consumatori	57.7	47.4	67.0	63.6	44.3	39.0	56.1	46.8	47.7	41.1	59.1	51.2	68.0	60.6	71.4	69.7
Consumatori forti	11.2	17.9	5.1	7.0	20.1	25.7	7.8	16.9	17.5	23.3	7.7	13.3	4.6	6.7	3.7	4.0
Consumatori medi	15.2	18.2	12.5	13.2	19.1	19.0	19.4	17.7	18.4	19.8	16.0	17.1	11.9	14.8	10.6	11.2
Consumatori deboli	15.9	16.5	15.4	16.1	16.4	16.2	16.7	18.6	16.3	15.8	17.2	18.4	15.5	17.9	14.3	15.1
Solo o più spesso a casa	30.9	31.8	30.1	32.2	36.9	36.9	37.1	41.6	34.9	34.4	35.8	41.1	26.7	26.3	26.9	27.8
A casa o al bar	5.1	8.9	1.7	1.9	8.3	10.2	4.0	3.7	7.6	10.7	2.5	2.7	2.5	5.3	1.2	1.4
Solo o più spesso al bar	6.3	11.9	1.2	2.3	10.5	13.9	2.8	7.9	9.7	13.8	2.5	4.9	2.8	7.8	.4	1.0
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	34.5	38.4	31.0	30.5	34.6	35.0	33.5	34.7	36.5	38.7	32.7	33.5	32.4	37.6	30.0	29.1
Non consumatori	65.5	61.6	69.0	69.5	65.4	65.0	66.5	65.3	63.5	61.3	67.3	66.5	67.6	62.4	70.0	70.9
Consumatori forti	5.5	7.9	3.3	3.5	7.1	8.0	5.1	7.7	6.6	7.6	4.8	6.1	4.4	8.5	2.5	2.3
Consumatori medi	14.7	14.9	14.4	14.7	14.0	11.4	19.8	17.9	16.0	14.8	18.0	18.1	13.3	15.1	12.5	13.1
Consumatori deboli	14.3	15.5	13.2	12.2	13.4	15.6	8.6	9.1	13.9	16.3	10.0	9.3	14.7	14.0	15.1	13.7
Solo o più spesso a casa	28.2	28.6	27.9	27.6	28.8	28.6	29.1	30.2	29.9	30.4	29.1	30.2	26.5	24.9	27.2	26.3
A casa o al bar	3.2	4.1	2.3	1.3	2.5	1.7	4.1	1.5	3.1	3.2	2.9	1.1	3.3	6.1	2.0	1.4
Solo o più spesso al bar	3.1	5.6	.8	1.6	3.3	4.7	.3	3.0	3.5	5.1	.8	2.1	2.7	6.7	.8	1.3
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	11.6	14.9	8.5	8.9	18.2	19.9	14.6	18.3	16.9	20.0	11.6	13.9	6.0	4.5	6.7	6.4
Non consumatori	88.4	85.1	91.5	91.1	81.8	80.1	85.4	81.7	83.1	80.0	88.4	86.1	94.0	95.5	93.3	93.6
Consumatori forti	1.8	2.6	1.1	.9	2.4	2.6	2.1	3.5	3.2	3.9	2.0	2.6	.4	.1	.6	.1
Consumatori medi	4.7	6.2	3.3	3.8	9.5	10.0	8.2	9.9	8.0	9.2	6.0	7.3	1.3		1.8	2.1
Consumatori deboli	5.0	6.1	4.0	4.1	6.3	7.3	4.3	4.9	5.7	6.9	3.6	4.1	4.3	4.3	4.3	4.2
Solo o più spesso a casa	6.3	5.9	6.7	7.2	7.9	6.7	10.8	14.9	8.0	7.6	8.6	11.0	4.7	2.5	5.7	5.3
A casa o al bar	1.4	1.8	1.0	1.4	2.3	2.2	2.5	2.5	2.1	2.3	1.8	2.0	.6	.8	.6	1.1
Solo o più spesso al bar	3.8	7.2	.8	.3	8.0	11.1	1.3	.9	6.9	10.1	1.3	1.0	.7	1.2	.5	
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	28.3	36.2	21.2	19.2	45.2	48.6	37.8	35.8	40.5	44.7	33.3	30.7	15.7	18.5	14.4	13.5
Non consumatori	71.7	63.8	78.8	80.8	54.8	51.4	62.2	64.2	59.5	55.3	66.7	69.3	84.3	81.5	85.6	86.5
Consumatori forti	5.3	9.4	1.5	1.6	10.7	14.2	3.0	4.1	9.3	12.9	3.1	3.0	1.1	2.1	.6	.9
Consumatori medi	12.4	16.1	9.1	7.9	20.9	21.3	19.9	15.8	18.6	19.0	18.1	15.1	6.0	10.1	4.0	4.4
Consumatori deboli	10.6	10.7	10.6	9.7	13.6	13.0	14.9	15.9	12.6	12.9	12.0	12.6	8.7	6.3	9.7	8.2
Solo o più spesso a casa	8.0	5.5	10.3	11.1	9.6	7.9	13.2	17.1	8.6	5.9	13.0	16.3	7.4	4.5	8.7	8.5
A casa o al bar	4.1	5.6	2.7	2.1	7.3	7.2	7.7	6.5	7.0	6.7	7.5	5.5	1.1	3.3	.1	.4
Solo o più spesso al bar	16.3	25.1	8.2	6.0	28.3	33.5	16.9	12.2	25.0	32.1	12.8	8.9	7.2	10.6	5.6	4.6

Basilicata

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**475**	**237**	**238**	**187**	**81**	**68**	**13**	**8**	**143**	**110**	**33**	**20**	**332**	**127**	**205**	**167**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	54.0	55.0	52.9	47.6	91.8	92.4	89.9	90.0	80.1	80.6	78.6	66.9	42.1	34.6	47.4	44.3
Non consumatori	46.0	45.0	47.1	52.4	8.2	7.6	10.1	10.0	19.9	19.4	21.4	33.1	57.9	65.4	52.6	55.7
Consumatori forti	33.4	26.9	40.1	35.1	61.5	57.9	73.2	73.5	51.2	48.5	58.3	52.2	25.2	9.6	36.2	32.2
Consumatori medi	12.1	15.7	8.4	7.0	12.3	14.2	5.9	3.9	15.1	17.2	9.8	4.3	10.8	14.6	8.1	7.4
Consumatori deboli	8.5	12.5	4.4	5.5	18.0	20.2	10.8	12.6	13.7	15.0	10.6	10.4	6.1	10.5	3.1	4.7
Solo o più spesso a casa	44.0	40.6	47.4	42.6	60.1	63.7	48.6	39.6	55.8	58.9	47.5	32.0	38.6	26.1	47.4	44.3
A casa o al bar	5.1	8.4	1.7		17.5	20.1	8.8		12.1	13.1	9.7		1.9	4.7		
Solo o più spesso al bar	4.9	6.0	3.8	5.0	14.2	8.6	32.5	50.4	12.2	8.6	21.4	34.9	1.6	3.9		
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	46.5	50.1	42.8	37.3	71.2	71.7	69.6	71.9	72.6	72.3	73.6	79.1	34.6	32.3	36.2	30.3
Non consumatori	53.5	49.9	57.2	62.7	28.8	28.3	30.4	28.1	27.4	27.7	26.4	20.9	65.4	67.7	63.8	69.7
Consumatori forti	1.5		3.0	3.5									2.2		3.7	4.0
Consumatori medi	3.5	2.0	5.0	4.4	5.4	3.7	10.8		5.2	2.2	13.0		2.7	1.9	3.3	5.1
Consumatori deboli	41.5	48.0	34.8	29.4	65.8	68.0	58.8	71.9	67.4	70.1	60.5	79.1	29.7	30.5	29.2	21.2
Solo o più spesso a casa	45.0	48.4	41.5	35.8	68.0	68.2	67.4	68.7	69.1	70.2	66.2	68.6	34.0	30.9	36.2	30.3
A casa o al bar	1.0	.8	1.3	1.5	.5		2.2	3.2	2.0		7.3	10.5	.6	1.4		
Solo o più spesso al bar	.5	.9			2.6	3.5			1.5	2.1						
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	21.2	33.7	8.3	12.6	35.4	38.3	25.7	40.1	38.7	45.4	21.4	41.7	13.3	24.4	5.4	7.8
Non consumatori	78.8	66.3	91.7	87.4	64.6	61.7	74.3	59.9	61.3	54.6	78.6	58.3	86.7	75.6	94.6	92.2
Consumatori forti	3.2	6.3		1.5	7.7	10.0			4.8	6.6			2.5	6.0		1.8
Consumatori medi	13.7	23.0	4.1	6.3	18.6	22.2	6.6	12.9	26.7	34.2	7.3	21.6	7.8	14.0	3.4	3.8
Consumatori deboli	4.3	4.5	4.1	4.8	9.1	6.1	19.0	27.2	7.2	4.6	14.0	20.1	3.0	4.4	2.0	2.2
Solo o più spesso a casa	11.6	14.8	8.3	11.1	18.3	16.0	25.7	40.1	23.4	24.2	21.4	41.7	6.2	7.2	5.4	6.0
A casa o al bar	6.2	12.2			14.4	18.8			13.8	19.1			2.7	6.6		
Solo o più spesso al bar	3.4	6.8		1.5	2.6	3.5			1.5	2.1			4.3	10.5		1.8
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	18.0	30.5	5.0	8.8	38.4	48.7	4.4	10.7	38.3	48.8	11.3	26.9	8.7	15.9	3.6	5.8
Non consumatori	82.0	69.5	95.0	91.2	61.6	51.3	95.6	89.3	61.7	51.3	88.7	73.1	91.3	84.1	96.4	94.2
Consumatori forti	3.4	6.7		1.6	11.2	14.7		3.4	9.5	13.2		11.1	.6	1.4		
Consumatori medi	5.9	10.3	1.3	1.5	19.3	25.1			16.8	23.3			1.0		1.6	1.8
Consumatori deboli	8.7	13.5	3.7	5.7	7.9	8.9	4.4	7.4	12.0	12.2	11.3	15.8	7.2	14.5	2.0	4.0
Solo o più spesso a casa	9.6	14.1	5.0	7.3	16.0	19.5	4.4	10.7	19.3	22.4	11.3	26.9	5.2	7.5	3.6	4.0
A casa o al bar	6.7	13.2		1.5	18.3	23.9			13.9	19.3			3.5	8.4		1.8
Solo o più spesso al bar	1.6	3.1			4.1	5.4			5.1	7.1						
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.5	12.3	.6	2.8	18.5	24.2		3.9	12.5	17.3		4.3	3.8	8.3	.7	2.6
Non consumatori	93.5	87.7	99.4	97.2	81.5	75.8	100.0	96.1	87.5	82.7	100.0	95.7	96.2	91.7	99.3	97.4
Consumatori forti	2.9	5.7		1.5	11.9	15.6			7.2	9.9			1.0	2.3		1.8
Consumatori medi	1.5	2.9			2.7	3.6			1.5	2.1			1.5	3.6		
Consumatori deboli	2.2	3.7	.6	1.3	3.8	5.0		3.9	3.8	5.3		4.3	1.4	2.4	.7	.8
Solo o più spesso a casa	4.7	8.6	.6	.7	12.5	16.3			8.6	12.0			2.9	6.0	.7	.8
A casa o al bar	.9	1.8		2.1	.6	.8		3.9	.8	1.2		4.3	1.0	2.3		1.8
Solo o più spesso al bar	.9	1.9			5.4	7.0			3.0	4.2						
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	.5	.9			2.7	3.6			1.5	2.1						
Non consumatori	99.5	99.1	100.0	100.0	97.3	96.4	100.0	100.0	98.5	97.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Consumatori forti	.5	.9			2.7	3.6			1.5	2.1						
Consumatori medi																
Consumatori deboli																
Solo o più spesso a casa																
A casa o al bar	.5	.9			2.7	3.6			1.5	2.1						
Solo o più spesso al bar																
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	22.4	23.3	21.4	20.6	26.0	28.5	17.9	29.5	32.0	35.6	22.6	36.7	18.0	13.4	21.2	17.9
Non consumatori	77.6	76.7	78.6	79.4	74.0	71.5	82.1	70.5	68.0	64.4	77.4	63.3	82.0	86.6	78.8	82.1
Consumatori forti																
Consumatori medi	11.3	13.3	9.3	9.0	11.4	10.2	15.4	22.1	15.7	16.1	14.6	20.9	9.4	11.1	8.1	7.0
Consumatori deboli	11.0	9.9	12.2	11.6	14.6	18.3	2.4	7.4	16.3	19.5	8.0	15.8	8.6	2.3	13.1	10.8
Solo o più spesso a casa	17.9	16.1	19.7	19.0	23.0	24.5	17.9	29.5	29.6	32.3	22.6	36.7	12.5	3.2	19.1	16.1
A casa o al bar	3.3	6.4		1.5	3.1	4.0			2.4	3.3			3.7	8.8		1.8
Solo o più spesso al bar	1.2	.8	1.7										1.8	1.4	2.1	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	14.7	22.1	7.1	9.1	29.1	30.9	23.2	18.2	27.6	28.9	24.2	21.2	8.9	16.6	3.5	7.0
Non consumatori	85.3	77.9	92.9	90.9	70.9	69.1	76.8	81.8	72.4	71.1	75.8	78.8	91.1	83.4	96.5	93.0
Consumatori forti	3.7	7.3		1.2	7.2	9.5			5.7	7.9			2.8	6.8		1.5
Consumatori medi	5.9	10.3	1.4	1.6	10.0	13.1			10.1	14.0			4.0	7.4	1.7	1.8
Consumatori deboli	5.1	4.4	5.8	6.3	11.8	8.3	23.2	18.2	11.8	7.1	24.2	21.2	2.0	2.3	1.8	3.8
Solo o più spesso a casa	12.1	16.8	7.1	9.1	18.6	17.2	23.2	18.2	20.3	18.8	24.2	21.2	8.3	15.2	3.5	7.0
A casa o al bar	1.3	2.5			4.8	6.3			4.1	5.7						
Solo o più spesso al bar	1.4	2.7			5.7	7.4			3.2	4.4			.6	1.4		

Basilicata

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**475**	**237**	**238**	**187**	**81**	**68**	**13**	**8**	**143**	**110**	**33**	**20**	**332**	**127**	**205**	**167**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	12.0	16.2	7.7	5.3	12.0	11.1	14.7	18.2	13.7	11.9	18.1	21.2	11.3	19.5	5.5	2.6
Non consumatori	88.0	83.8	92.3	94.7	88.0	88.9	85.3	81.8	86.3	88.1	81.9	78.8	88.7	80.5	94.5	97.4
Consumatori forti																
Consumatori medi	4.3	7.2	1.3	.9	3.5	4.0	2.0		2.6	2.4	3.3		5.1	11.0	.9	1.0
Consumatori deboli	7.7	9.0	6.4	4.4	8.4	7.2	12.7	18.2	11.0	9.6	14.8	21.2	6.2	8.5	4.6	1.6
Solo o più spesso a casa	7.7	10.1	5.2	5.3	8.9	7.2	14.7	18.2	11.9	9.6	18.1	21.2	5.7	10.5	2.4	2.6
A casa o al bar	2.7	4.6	.8										4.0	8.3	1.0	
Solo o più spesso al bar	1.6	1.5	1.7		3.1	4.0			1.7	2.4			1.5	.8	2.1	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.8	3.5	2.1		9.8	12.1	2.0		6.6	7.9	3.3		1.1		1.8	
Non consumatori	97.2	96.5	97.9	100.0	90.2	87.9	98.0	100.0	93.4	92.1	96.7	100.0	98.9	100.0	98.2	100.0
Consumatori forti	.5	.9			2.6	3.5			1.5	2.1						
Consumatori medi	1.8	2.0	1.5		5.5	6.6	2.0		4.2	4.6	3.3		.7		1.1	
Consumatori deboli	.6	.6	.6		1.6	2.1			.9	1.3			.4		.7	
Solo o più spesso a casa	1.3	.6	2.1		2.1	2.1	2.0		1.8	1.3	3.3		1.1		1.8	
A casa o al bar																
Solo o più spesso al bar	1.5	2.9			7.7	10.0			4.8	6.6						
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	8.1	15.9		2.8	23.2	30.3			20.2	27.9			2.6	6.3		3.2
Non consumatori	91.9	84.1	100.0	97.2	76.8	69.7	100.0	100.0	79.8	72.1	100.0	100.0	97.4	93.7	100.0	96.8
Consumatori forti	.7	1.3			2.6	3.5			1.5	2.1			.3	.8		
Consumatori medi	3.8	7.4			13.7	17.9			10.9	15.1			.6	1.4		
Consumatori deboli	3.6	7.1		2.8	6.9	9.0			7.8	10.8			1.7	4.2		3.2
Solo o più spesso a casa	2.7	5.3			12.8	16.7			8.6	11.9						
A casa o al bar	.7	1.3		1.5									1.0	2.3		1.8
Solo o più spesso al bar	4.8	9.3		1.2	10.4	13.5			11.5	16.0			1.7	4.0		1.5
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	45.0	56.7	32.8	35.2	59.8	64.1	45.7	60.1	59.2	65.6	42.6	62.5	38.5	49.7	30.7	30.7
Non consumatori	55.0	43.3	67.2	64.8	40.2	35.9	54.3	39.9	40.8	34.4	57.4	37.5	61.5	50.3	69.3	69.3
Consumatori forti	8.0	15.6		2.8	13.2	17.2			11.8	16.3			6.2	15.0		3.2
Consumatori medi	25.7	29.5	21.7	17.8	38.8	39.9	35.5	42.0	39.2	40.4	35.8	41.7	19.5	20.8	18.6	13.9
Consumatori deboli	11.4	11.6	11.2	14.6	7.8	7.0	10.2	18.0	8.3	8.9	6.8	20.8	12.8	13.8	12.1	13.6
Solo o più spesso a casa	33.6	36.9	30.3	32.4	35.2	34.6	36.9	60.1	40.7	43.8	32.9	62.5	30.4	31.3	29.7	27.4
A casa o al bar	9.9	16.9	2.6	2.8	22.0	26.0	8.8		17.0	19.8	9.7		6.6	14.7	1.0	3.2
Solo o più spesso al bar	1.5	2.9			2.6	3.5			1.5	2.1			1.5	3.7		
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	16.8	17.7	16.0	14.7	17.3	16.1	21.1	34.6	24.9	25.0	24.7	46.1	13.2	11.8	14.1	9.4
Non consumatori	83.2	82.3	84.0	85.3	82.7	83.9	78.9	65.4	75.1	75.0	75.3	53.9	86.8	88.2	85.9	90.6
Consumatori forti	1.1	1.5	.6		.5		2.0		.9		3.3		1.1	2.7		
Consumatori medi	8.1	11.0	5.1	7.5	8.8	6.4	16.9	27.5	13.6	13.4	14.1	31.3	5.7	9.1	3.2	3.5
Consumatori deboli	7.6	5.1	10.3	7.2	7.9	9.7	2.2	7.1	10.4	11.5	7.3	14.8	6.4		10.9	5.9
Solo o più spesso a casa	13.5	13.4	13.7	13.1	16.5	15.1	21.1	34.6	22.0	20.9	24.7	46.1	9.7	7.4	11.3	7.6
A casa o al bar	1.0	2.1		1.5									1.5	3.7		1.8
Solo o più spesso al bar	2.3	2.2	2.3		.8	1.0			2.9	4.1			2.0	.8	2.8	
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	7.8	12.3	3.1	5.6	10.9	13.7	2.0		9.5	11.9	3.3		7.0	12.6	3.0	6.5
Non consumatori	92.2	87.7	96.9	94.4	89.1	86.3	98.0	100.0	90.5	88.1	96.7	100.0	93.0	87.4	97.0	93.5
Consumatori forti	1.0	2.0		1.2	2.6	3.5			1.5	2.1			.8	1.9		1.5
Consumatori medi	1.4	2.7		1.5	4.3	5.6			2.4	3.3			1.0	2.3		1.8
Consumatori deboli	5.4	7.6	3.1	2.8	4.1	4.7	2.0		5.7	6.6	3.3		5.2	8.4	3.0	3.3
Solo o più spesso a casa	3.8	4.5	3.1	2.8	2.1	2.1	2.0		1.8	1.3	3.3		4.7	7.0	3.0	3.3
A casa o al bar																
Solo o più spesso al bar	4.0	7.8		2.8	8.8	11.6			7.7	10.7			2.3	5.6		3.2
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	21.2	26.4	15.8	14.5	44.5	45.8	39.9	37.0	40.6	38.0	47.5	45.7	12.4	17.1	9.0	9.3
Non consumatori	78.8	73.6	84.2	85.5	55.5	54.2	60.1	63.0	59.4	62.0	52.5	54.3	87.6	82.9	91.0	90.7
Consumatori forti	2.7	5.3		1.2	8.4	11.0			4.7	6.5			1.8	4.3		1.5
Consumatori medi	11.0	14.1	7.8	6.1	28.5	30.8	20.8	18.4	26.7	25.1	30.9	31.7	3.8	5.3	2.8	1.8
Consumatori deboli	7.5	7.0	8.1	7.2	7.6	4.0	19.1	18.6	9.2	6.4	16.5	14.0	6.8	7.5	6.2	6.1
Solo o più spesso a casa	4.1	3.1	5.2	3.8	9.8	7.8	16.2	15.6	9.4	7.0	15.6	14.0	1.7		2.9	2.1
A casa o al bar	.7	1.3											1.0	2.4		
Solo o più spesso al bar	16.4	22.0	10.7	10.7	34.7	38.0	23.7	21.3	31.3	31.0	31.9	31.7	9.7	14.8	6.1	7.2

Calabria

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1583**	**780**	**803**	**613**	**484**	**346**	**138**	**104**	**815**	**542**	**273**	**210**	**768**	**237**	**530**	**403**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	42.0	42.8	41.1	41.9	61.4	58.0	69.3	75.1	55.9	52.6	62.2	65.9	28.4	24.5	30.4	29.6
Non consumatori	58.0	57.2	58.9	58.1	38.6	42.0	30.7	24.9	44.1	47.4	37.8	34.1	71.6	75.5	69.6	70.4
Consumatori forti	13.5	13.0	14.0	15.1	22.1	18.0	31.8	34.5	19.0	16.3	24.1	27.2	8.2	6.7	9.0	8.9
Consumatori medi	12.0	12.8	11.3	13.9	17.4	16.7	19.3	29.6	16.2	15.2	18.3	24.6	7.9	8.3	7.7	8.4
Consumatori deboli	16.4	17.1	15.8	12.9	21.9	23.4	18.2	10.9	20.7	21.1	19.9	14.1	12.3	9.6	13.7	12.3
Solo o più spesso a casa	25.1	19.2	30.9	32.7	29.4	22.8	45.2	52.0	29.7	23.3	41.9	46.8	20.7	11.7	25.3	25.4
A casa o al bar	2.1	1.2	3.1	2.4	4.2	2.8	7.6	6.9	3.4	1.9	6.4	7.0	.9		1.4	
Solo o più spesso al bar	14.7	22.4	7.1	6.9	27.7	32.5	16.5	16.1	22.8	27.5	13.9	12.1	6.8	12.8	3.7	4.2
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	50.5	49.4	51.5	47.6	59.3	54.4	71.1	65.2	56.7	52.2	65.3	60.9	44.4	44.1	44.5	40.8
Non consumatori	49.5	50.6	48.5	52.4	40.7	45.6	28.9	34.8	43.3	47.8	34.7	39.1	55.6	55.9	55.5	59.2
Consumatori forti																
Consumatori medi	6.8	6.7	7.0	4.8	10.3	8.1	15.4	14.8	8.9	7.2	12.2	10.3	4.9	5.9	4.3	1.9
Consumatori deboli	43.6	42.7	44.6	42.9	49.0	46.2	55.7	50.4	47.9	45.1	53.2	50.6	39.5	38.2	40.2	38.9
Solo o più spesso a casa	40.2	34.9	45.3	43.9	41.5	34.6	57.9	52.5	41.5	33.0	57.9	53.1	38.8	38.6	38.9	39.2
A casa o al bar	6.7	9.0	4.4	1.8	9.8	10.3	8.6	3.5	8.8	11.1	4.5	2.1	4.6	5.1	4.4	1.6
Solo o più spesso al bar	3.6	5.5	1.8	1.9	8.0	9.5	4.6	9.2	6.4	8.2	2.9	5.7	1.0	.5	1.2	
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	27.5	40.0	15.1	18.4	39.8	46.2	24.6	31.8	35.2	44.3	17.8	23.6	20.0	32.1	13.7	15.7
Non consumatori	72.5	60.0	84.9	81.6	60.2	53.8	75.4	68.2	64.8	55.7	82.2	76.4	80.0	67.9	86.3	84.3
Consumatori forti	7.1	13.2	1.0	1.9	12.0	16.5	1.3	4.1	11.5	17.1	.8	2.3	2.8	6.0	1.2	1.7
Consumatori medi	7.3	12.3	2.3	2.4	9.3	11.1	5.2	5.1	8.7	11.7	2.8	2.8	6.0	13.5	2.1	2.2
Consumatori deboli	13.1	14.5	11.8	14.1	18.5	18.6	18.1	22.6	15.1	15.5	14.3	18.5	11.2	12.7	10.5	11.8
Solo o più spesso a casa	17.9	21.4	14.4	17.4	23.1	23.5	21.9	26.4	18.6	20.2	15.6	20.8	17.1	23.6	13.7	15.7
A casa o al bar	4.6	8.9	.4	.5	6.5	8.2	2.3	3.0	8.1	11.8	1.1	1.6	1.2	3.4		
Solo o più spesso al bar	5.0	9.8	.4	.4	10.3	14.5	.3	2.4	8.5	12.3	1.1	1.2	1.7	5.1		
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	21.2	34.7	7.9	12.7	36.1	43.5	18.3	31.2	31.9	41.7	13.2	22.6	10.8	21.4	5.3	7.6
Non consumatori	78.8	65.3	92.1	87.3	63.9	56.5	81.7	68.8	68.1	58.3	86.8	77.4	89.2	78.6	94.7	92.4
Consumatori forti	3.9	7.2	.7	2.3	7.2	10.2		7.5	6.7	9.2	2.0	6.6	1.1	3.4		
Consumatori medi	6.5	11.3	1.8	2.2	10.9	13.8	3.9	6.3	10.1	14.1	2.5	4.1	3.1	6.2	1.4	1.2
Consumatori deboli	10.8	16.1	5.5	8.3	18.0	19.5	14.5	17.3	15.1	18.4	8.8	11.9	6.6	11.8	3.9	6.4
Solo o più spesso a casa	10.9	14.6	7.2	9.7	16.9	17.2	16.1	20.6	13.7	14.8	11.6	16.5	8.1	14.1	5.0	6.3
A casa o al bar	4.1	7.7	.5	1.7	7.0	9.0	2.3	5.1	6.9	9.7	1.6	3.3	1.4	4.1		1.0
Solo o più spesso al bar	6.2	12.3	.2	1.2	12.2	17.3		5.4	11.3	17.2		2.8	1.3	3.2	.3	.4
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.0	10.2	3.8	4.9	8.2	8.1	8.5	8.2	9.6	10.6	7.6	8.9	4.4	9.5	1.8	2.8
Non consumatori	93.0	89.8	96.2	95.1	91.8	91.9	91.5	91.8	90.4	89.4	92.4	91.1	95.6	90.5	98.2	97.2
Consumatori forti	.8	1.3	.3	.4	1.0	.8	1.6	2.1	1.6	2.0	.9	1.3				
Consumatori medi	.8	1.6			.4	.5			1.1	1.7			.4	1.2		
Consumatori deboli	5.4	7.3	3.5	4.5	6.8	6.8	6.9	6.1	6.8	6.9	6.7	7.6	4.0	8.3	1.8	2.8
Solo o più spesso a casa	3.9	4.1	3.6	4.3	4.5	3.3	7.5	8.2	5.7	5.0	7.1	8.9	2.1	2.6	1.8	1.9
A casa o al bar	1.5	2.9		.6	.9	1.3			1.6	2.5			1.3	3.8		1.0
Solo o più spesso al bar	1.6	3.1	.2		2.8	3.6	1.0		2.2	3.1	.5		1.1	3.1		
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.9	4.1	3.7	3.4	6.6	4.9	10.6	13.7	4.9	4.5	5.8	7.6	2.8	3.3	2.6	1.2
Non consumatori	96.1	95.9	96.3	96.6	93.4	95.1	89.4	86.3	95.1	95.5	94.2	92.4	97.2	96.7	97.4	98.8
Consumatori forti	.2		.4										.4		.7	
Consumatori medi	.6	.7	.5	.7	1.7	1.6	2.1	2.7	1.2	1.1	1.4	2.0				
Consumatori deboli	3.0	3.3	2.7	2.7	4.9	3.3	8.5	11.0	3.7	3.3	4.4	5.7	2.4	3.3	1.9	1.2
Solo o più spesso a casa	2.1	.5	3.7	2.8	3.6	.7	10.6	10.5	2.5	.7	5.8	6.0	1.7		2.6	1.2
A casa o al bar	.3	.7											.7	1.9		
Solo o più spesso al bar	1.4	2.9		.6	3.0	4.2		3.2	2.5	3.8		1.6	.5	1.3		
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	33.7	31.8	35.5	38.1	33.5	33.4	33.6	42.0	34.9	33.2	38.1	43.8	32.5	29.2	34.1	35.2
Non consumatori	66.3	68.2	64.5	61.9	66.5	66.6	66.4	58.0	65.1	66.8	61.9	56.2	67.5	70.8	65.9	64.8
Consumatori forti	2.7	3.2	2.2	2.4	4.3	4.5	3.6	4.7	3.3	4.0	2.2	3.0	2.0	1.7	2.2	2.1
Consumatori medi	10.8	13.5	8.3	9.8	10.4	11.9	7.0	7.2	12.9	13.5	11.7	10.6	8.8	13.4	6.5	9.4
Consumatori deboli	20.1	15.2	25.0	25.9	18.8	17.0	23.0	30.0	18.7	15.8	24.2	30.2	21.6	14.1	25.4	23.6
Solo o più spesso a casa	25.5	18.9	32.1	34.0	20.2	16.7	28.6	32.5	22.8	16.9	34.2	37.7	28.1	22.4	31.1	32.1
A casa o al bar	2.6	4.4	.9	.6	3.6	4.4	1.6	.9	3.4	4.2	1.9	1.6	1.9	4.6	.4	
Solo o più spesso al bar	5.5	8.6	2.4	3.5	9.7	12.3	3.4	8.6	8.6	12.1	2.0	4.4	2.5	2.2	2.6	3.0
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	19.4	23.3	15.5	14.0	19.4	22.4	12.2	18.6	20.4	25.1	11.5	15.1	18.4	20.0	17.5	13.4
Non consumatori	80.6	76.7	84.5	86.0	80.6	77.6	87.8	81.4	79.6	74.9	88.5	84.9	81.6	80.0	82.5	86.6
Consumatori forti	3.3	6.5	.2	.3	3.6	5.1			5.4	8.3			1.3	3.2	.3	.5
Consumatori medi	5.0	7.5	2.5	2.5	5.5	7.1	1.5	6.4	5.0	7.3	.8	4.1	4.9	8.0	3.3	1.7
Consumatori deboli	11.1	9.3	12.8	11.1	10.3	10.2	10.7	12.1	9.9	9.5	10.7	11.0	12.2	8.8	13.9	11.2
Solo o più spesso a casa	13.3	12.8	13.7	11.4	10.6	10.0	11.9	12.1	10.1	10.0	10.4	10.6	16.3	18.1	15.4	11.9
A casa o al bar	2.1	3.8	.4	.6	2.4	3.3	.3	.9	3.5	4.7	1.1	1.6	.7	1.9		
Solo o più spesso al bar	4.1	6.7	1.4	2.0	6.4	9.2		5.6	6.8	10.3		2.9	1.4		2.1	1.5

Calabria

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1583**	**780**	**803**	**613**	**484**	**346**	**138**	**104**	**815**	**542**	**273**	**210**	**768**	**237**	**530**	**403**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	18.5	14.3	22.7	20.1	17.5	13.9	26.0	27.8	19.0	16.6	23.5	27.6	18.1	10.0	22.2	16.2
Non consumatori	81.5	85.7	77.3	79.9	82.5	86.1	74.0	72.2	81.0	83.4	76.5	72.4	81.9	90.0	77.8	83.8
Consumatori forti	3.2	3.1	3.2	1.8	2.4	2.5	2.1	2.7	2.8	3.5	1.4	2.0	3.5	2.3	4.1	1.7
Consumatori medi	4.3	4.9	3.7	3.8	3.5	3.3	4.1	5.0	4.1	4.7	3.0	4.5	4.5	5.2	4.1	3.4
Consumatori deboli	11.1	6.4	15.7	14.5	11.6	8.1	19.9	20.1	12.1	8.4	19.2	21.1	10.1	2.5	14.0	11.2
Solo o più spesso a casa	15.4	9.3	21.5	19.3	12.7	7.1	26.0	27.8	14.3	9.5	23.5	27.6	16.5	8.9	20.4	15.0
A casa o al bar	.8	1.0	.6	.8	1.2	1.7			1.0	1.5			.6		.9	1.2
Solo o più spesso al bar	2.3	4.0	.6		3.6	5.1			3.7	5.6			1.0	1.1	1.0	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	8.4	8.5	8.2	8.0	12.1	10.8	15.2	13.1	10.6	10.1	11.4	11.1	6.3	5.5	6.6	6.4
Non consumatori	91.6	91.5	91.8	92.0	87.9	89.2	84.8	86.9	89.4	89.9	88.6	88.9	93.7	94.5	93.4	93.6
Consumatori forti	1.2	1.9	.6	.9	2.5	2.6	2.3	3.0	2.3	2.9	1.1	1.6	.2		.3	.5
Consumatori medi	2.1	2.4	1.9	1.7	1.9	2.6			1.2	1.8			3.0	3.4	2.8	2.5
Consumatori deboli	5.0	4.3	5.7	5.5	7.7	5.6	12.9	10.1	7.1	5.5	10.2	9.6	3.0	2.1	3.5	3.4
Solo o più spesso a casa	5.8	4.3	7.2	8.0	8.3	6.3	13.1	13.1	7.1	5.4	10.3	11.1	4.5	2.3	5.6	6.4
A casa o al bar	.9	1.8			1.4	2.0			1.4	2.1			.4	1.2		
Solo o più spesso al bar	1.7	2.4	1.1		2.4	2.5	2.2		2.1	2.6	1.1		1.4	2.0	1.1	
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	14.7	19.5	9.9	13.4	16.7	19.4	10.2	19.2	17.4	20.3	11.8	19.3	12.0	17.8	8.9	10.3
Non consumatori	85.3	80.5	90.1	86.6	83.3	80.6	89.8	80.8	82.6	79.7	88.2	80.7	88.0	82.2	91.1	89.7
Consumatori forti	2.4	4.5	.2	.8	2.1	2.9			2.7	4.1			2.0	5.3	.3	1.3
Consumatori medi	3.6	6.0	1.2	2.1	5.3	5.9	3.8	7.7	5.8	6.9	3.5	6.2	1.5	4.3		
Consumatori deboli	8.7	8.9	8.5	10.4	9.4	10.7	6.4	11.5	9.0	9.3	8.3	13.1	8.5	8.2	8.6	9.0
Solo o più spesso a casa	8.9	8.3	9.5	11.3	7.9	7.1	9.9	13.0	8.4	7.2	10.7	14.9	9.5	10.5	8.9	9.5
A casa o al bar	2.0	3.7	.4	.6	2.0	2.8	.3	.9	2.0	2.4	1.1	1.6	2.1	6.2		
Solo o più spesso al bar	3.7	7.4		1.5	6.7	9.6		5.3	7.1	10.8		2.8	.4	1.1		.8
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	43.6	56.4	31.0	38.0	55.7	60.3	44.5	58.1	52.8	60.7	37.8	50.8	34.7	48.6	27.6	31.3
Non consumatori	56.4	43.6	69.0	62.0	44.3	39.7	55.5	41.9	47.2	39.3	62.2	49.2	65.3	51.4	72.4	68.7
Consumatori forti	8.2	12.4	4.0	5.3	12.9	15.1	7.7	11.7	14.3	17.8	7.6	12.4	2.2	2.3	2.2	1.7
Consumatori medi	16.0	24.5	7.7	10.5	20.4	23.8	12.2	23.0	19.5	24.9	9.2	16.4	12.6	23.7	6.9	7.4
Consumatori deboli	19.5	19.6	19.3	22.2	22.4	21.5	24.6	23.4	19.0	18.0	21.0	22.0	19.8	22.6	18.4	22.3
Solo o più spesso a casa	29.4	31.4	27.5	32.8	32.0	29.9	37.0	46.6	31.4	30.7	32.7	41.7	27.5	32.8	24.8	28.2
A casa o al bar	5.4	9.6	1.3	1.6	10.3	12.3	5.4	5.0	7.5	10.0	2.7	3.0	3.4	8.9	.6	.8
Solo o più spesso al bar	8.8	15.4	2.2	3.6	13.4	18.1	2.2	6.5	14.0	20.0	2.4	6.1	3.8	6.9	2.1	2.3
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	37.4	31.2	43.5	40.4	38.7	35.3	46.7	37.8	40.1	37.2	45.5	42.9	34.8	20.0	42.4	39.0
Non consumatori	62.6	68.8	56.5	59.6	61.3	64.7	53.3	62.2	59.9	62.8	54.5	57.1	65.2	80.0	57.6	61.0
Consumatori forti	3.9	5.1	2.8	2.5	5.0	6.9	.3		5.5	6.8	2.9	2.7	2.4	1.8	2.7	2.4
Consumatori medi	16.2	14.3	18.2	15.9	17.7	15.4	23.0	16.0	18.3	16.4	21.8	18.5	14.2	10.2	16.3	14.6
Consumatori deboli	17.2	11.9	22.5	21.9	16.1	12.9	23.5	21.8	16.3	13.9	20.8	21.7	18.1	8.0	23.3	22.0
Solo o più spesso a casa	29.4	21.8	37.0	36.2	26.1	21.9	36.3	32.4	28.7	23.9	37.8	36.5	30.2	17.7	36.7	36.0
A casa o al bar	2.8	3.1	2.5	1.1	4.3	4.4	4.1	.9	3.4	4.1	2.0	1.6	2.2	1.1	2.8	.8
Solo o più spesso al bar	5.1	6.4	3.9	3.1	8.2	9.0	6.3	4.4	8.0	9.2	5.8	4.8	2.4	1.2	3.0	2.2
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	11.4	17.9	5.0	4.5	19.5	23.0	11.2	18.0	17.6	22.6	8.1	11.0	5.4	9.2	3.4	1.1
Non consumatori	88.6	82.1	95.0	95.5	80.5	77.0	88.8	82.0	82.4	77.4	91.9	89.0	94.6	90.8	96.6	98.9
Consumatori forti	2.7	5.1	.4	.8	5.8	7.3	2.2	4.5	5.2	7.3	1.1	2.3	.3	.8		
Consumatori medi	4.2	6.2	2.2	1.9	5.5	7.0	2.1	5.7	5.3	7.4	1.4	3.5	3.0	3.8	2.6	1.1
Consumatori deboli	4.5	6.7	2.4	1.8	8.2	8.7	7.0	7.7	7.1	7.9	5.6	5.2	2.0	4.5	.8	
Solo o più spesso a casa	3.5	3.3	3.7	2.6	4.9	4.2	6.7	7.4	5.3	5.0	5.9	5.5	1.7		2.6	1.1
A casa o al bar	1.7	3.1	.4	.5	2.4	2.6	2.2	3.0	2.0	2.5	1.1	1.6	1.4	4.1		
Solo o più spesso al bar	6.2	11.6	.9	1.3	12.1	16.2	2.3	7.6	10.3	15.1	1.1	3.9	2.2	5.0	.8	
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	29.3	36.8	21.9	22.0	47.0	47.9	45.0	46.7	43.7	46.4	38.7	40.0	15.3	18.9	13.5	12.7
Non consumatori	70.7	63.2	78.1	78.0	53.0	52.1	55.0	53.3	56.3	53.6	61.3	60.0	84.7	81.1	86.5	87.3
Consumatori forti	8.0	13.2	2.9	1.9	14.5	15.9	11.3	5.5	14.6	18.0	7.9	4.8	1.6	4.1	.3	.5
Consumatori medi	11.2	14.0	8.4	8.2	14.2	17.7	6.0	9.5	13.8	17.0	7.8	8.7	8.7	8.4	8.8	8.0
Consumatori deboli	10.1	9.6	10.6	11.8	18.3	14.3	27.7	31.7	15.4	11.4	23.1	26.5	5.0	6.3	4.3	4.3
Solo o più spesso a casa	5.8	3.7	7.8	9.7	6.1	2.8	14.0	15.3	6.4	3.6	11.7	12.8	5.2	4.0	5.8	8.2
A casa o al bar	4.3	4.0	4.6	3.8	5.1	4.2	7.4	5.8	5.3	3.9	8.0	6.8	3.3	4.1	2.8	2.2
Solo o più spesso al bar	19.3	29.1	9.6	8.5	35.8	40.9	23.5	25.6	32.1	38.9	19.0	20.4	6.9	10.8	4.9	2.3

Sicilia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3834**	**1877**	**1957**	**1528**	**1084**	**769**	**314**	**226**	**1870**	**1205**	**665**	**471**	**1964**	**672**	**1292**	**1057**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	46.0	52.0	40.1	40.4	65.6	65.2	66.5	63.9	61.1	62.2	59.0	58.4	32.8	35.5	31.2	33.4
Non consumatori	54.0	48.0	59.9	59.6	34.4	34.8	33.5	36.1	38.9	37.8	41.0	41.6	67.2	64.5	68.8	66.6
Consumatori forti	22.0	25.3	18.8	19.1	34.3	34.5	33.8	31.6	30.7	31.4	29.3	30.3	14.4	15.4	13.8	14.8
Consumatori medi	11.5	14.0	9.1	8.7	16.6	17.6	14.1	11.7	15.9	18.2	11.6	9.7	7.6	7.2	7.9	8.3
Consumatori deboli	12.5	12.7	12.3	12.6	14.6	13.0	18.6	20.7	14.4	12.6	18.0	18.4	10.8	12.9	9.6	10.3
Solo o più spesso a casa	27.8	26.3	29.3	30.8	35.1	32.6	41.4	37.5	34.1	31.9	38.3	38.4	22.3	17.4	25.1	27.8
A casa o al bar	5.5	8.6	2.5	2.8	10.7	12.3	6.5	9.7	9.1	11.4	4.8	6.9	2.3	3.9	1.4	1.2
Solo o più spesso al bar	12.7	17.1	8.3	6.8	19.8	20.2	18.6	16.7	17.8	18.9	15.8	13.1	8.2	14.2	4.8	4.3
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	54.6	56.1	53.0	50.1	72.5	69.8	79.5	80.8	72.6	69.5	78.5	78.3	38.7	34.6	41.0	39.0
Non consumatori	45.4	43.9	47.0	49.9	27.5	30.2	20.5	19.2	27.4	30.5	21.5	21.7	61.3	65.4	59.0	61.0
Consumatori forti	.8	1.2	.4	.5	1.8	2.2	.9	1.2	1.8	2.0	1.4	1.9				
Consumatori medi	5.3	6.3	4.4	3.9	10.8	10.7	11.3	12.4	9.1	9.0	9.2	8.6	2.0	1.9	2.1	2.0
Consumatori deboli	48.4	48.6	48.2	45.7	59.9	57.0	67.3	67.2	61.8	58.5	67.9	67.8	36.7	32.7	39.0	37.0
Solo o più spesso a casa	45.6	46.6	44.5	43.5	59.3	57.4	64.2	71.0	59.1	56.6	63.8	69.5	33.7	30.5	35.4	33.4
A casa o al bar	4.1	3.5	4.6	4.1	5.6	5.3	6.4	6.8	5.7	5.0	6.9	5.3	2.6	1.1	3.5	3.7
Solo o più spesso al bar	5.0	6.1	3.9	2.4	7.6	7.1	9.0	3.0	7.9	8.0	7.8	3.5	2.4	3.0	2.1	2.0
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	17.1	23.6	10.8	10.9	23.0	26.0	15.3	16.5	24.1	29.1	14.6	16.1	11.0	14.8	8.9	8.9
Non consumatori	82.9	76.4	89.2	89.1	77.0	74.0	84.7	83.5	75.9	70.9	85.4	83.9	89.0	85.2	91.1	91.1
Consumatori forti	2.8	5.3	.4	.6	5.5	7.5	.5	.9	4.6	6.9	.3	.9	1.2	2.7	.4	.4
Consumatori medi	5.6	8.3	3.0	3.1	9.3	10.4	6.6	8.0	8.6	10.3	5.4	6.6	3.0	5.1	1.8	1.7
Consumatori deboli	8.7	10.0	7.4	7.2	8.1	8.1	8.2	7.6	10.8	11.9	8.8	8.6	6.8	7.0	6.7	6.7
Solo o più spesso a casa	10.2	11.2	9.2	9.7	12.7	12.5	13.3	16.1	12.8	13.3	12.0	14.7	7.9	7.9	7.9	7.8
A casa o al bar	2.1	4.1	.2	.5	4.2	5.9			4.2	6.5		.7	.3	.2	.4	.4
Solo o più spesso al bar	4.8	8.3	1.3	.7	6.0	7.6	2.1	.4	7.0	9.3	2.6	.7	2.8	6.7	.6	.7
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	18.6	26.5	10.7	11.3	31.1	34.9	21.3	26.0	28.7	33.6	19.4	24.3	9.7	15.2	6.6	6.2
Non consumatori	81.4	73.5	89.3	88.7	68.9	65.1	78.7	74.0	71.3	66.4	80.6	75.7	90.3	84.8	93.4	93.8
Consumatori forti	4.0	6.7	1.4	2.1	7.8	9.2	4.3	6.8	6.9	9.0	2.9	5.7	1.4	2.8	.6	.7
Consumatori medi	7.4	11.1	3.8	3.7	14.4	17.5	6.3	6.5	12.3	14.9	7.3	7.9	3.2	4.9	2.2	2.0
Consumatori deboli	7.2	8.8	5.5	5.5	8.9	8.2	10.7	12.6	9.5	9.6	9.2	10.7	5.1	7.6	3.8	3.5
Solo o più spesso a casa	10.0	11.8	8.3	9.6	16.4	17.0	14.7	21.8	14.3	15.2	12.5	18.4	6.3	6.4	6.3	6.2
A casa o al bar	2.8	4.6	1.0	.7	4.4	5.4	1.8	2.0	4.8	6.1	2.4	2.5	1.0	2.3	.4	
Solo o più spesso al bar	5.7	10.1	1.4	1.0	10.3	12.5	4.7	2.2	9.6	12.3	4.4	3.4	2.4	6.6		
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	4.6	6.6	2.6	2.6	6.6	7.8	3.6	3.6	6.2	7.7	3.4	4.4	3.2	5.0	2.2	1.9
Non consumatori	95.4	93.4	97.4	97.4	93.4	92.2	96.4	96.4	93.8	92.3	96.6	95.6	96.8	95.0	97.8	98.1
Consumatori forti	.9	1.8			1.7	2.3			1.3	1.9			.6	1.6		
Consumatori medi	1.6	2.0	1.2	1.2	2.9	3.3	2.1	2.9	2.7	3.0	2.3	3.1	.6	.4	.6	.4
Consumatori deboli	2.1	2.8	1.4	1.4	2.0	2.2	1.5	.7	2.2	2.7	1.1	1.2	2.1	3.0	1.6	1.5
Solo o più spesso a casa	2.7	3.4	1.9	1.8	4.4	5.3	2.1	2.9	3.8	4.6	2.3	3.1	1.7	1.6	1.8	1.3
A casa o al bar	.2	.3			.1	.1			.2	.4			.1	.2		
Solo o più spesso al bar	1.8	2.9	.7	.7	2.2	2.5	1.5	.7	2.2	2.7	1.1	1.2	1.4	3.1	.5	.5
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	2.4	2.8	2.1	2.5	3.6	3.9	3.0	2.3	3.5	3.9	2.6	3.7	1.5	1.0	1.8	2.1
Non consumatori	97.6	97.2	97.9	97.5	96.4	96.1	97.0	97.7	96.5	96.1	97.4	96.3	98.5	99.0	98.2	97.9
Consumatori forti	.2	.4		.3	.2	.3		.7	.5	.7		1.2				
Consumatori medi	1.3	1.7	.8	.9	2.7	3.2	1.5	1.4	2.2	2.5	1.5	1.8	.5	.5	.5	.6
Consumatori deboli	.9	.6	1.2	1.3	.7	.4	1.5	.2	.8	.6	1.1	.7	1.0	.5	1.3	1.5
Solo o più spesso a casa	1.7	1.4	1.9	2.0	2.0	1.8	2.6	1.1	2.0	2.0	2.1	1.7	1.3	.5	1.8	2.1
A casa o al bar	.1	.2			.4	.5			.2	.3						
Solo o più spesso al bar	.7	1.1	.2	.5	1.2	1.6	.3	1.2	1.2	1.6	.5	2.0	.2	.5		
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	21.0	24.0	18.1	17.3	25.2	27.1	20.3	20.8	26.4	28.9	21.7	22.1	16.3	16.0	16.4	15.5
Non consumatori	79.0	76.0	81.9	82.7	74.8	72.9	79.7	79.2	73.6	71.1	78.3	77.9	83.7	84.0	83.6	84.5
Consumatori forti	1.8	2.5	1.1	1.1	2.4	2.6	1.9	2.4	3.1	3.5	2.3	2.3	.6	.8	.5	.6
Consumatori medi	6.8	8.8	4.7	5.1	9.5	11.2	5.1	4.9	8.9	10.7	5.4	5.3	4.9	5.7	4.4	5.1
Consumatori deboli	12.5	12.7	12.3	11.1	13.3	13.3	13.2	13.5	14.4	14.7	14.0	14.4	10.8	9.5	11.5	9.8
Solo o più spesso a casa	15.0	14.8	15.2	16.2	15.2	14.7	16.6	19.3	16.7	16.7	16.8	19.3	13.4	11.6	14.5	15.0
A casa o al bar	2.5	3.4	1.6	.6	3.2	3.9	1.5	.7	3.4	4.2	1.9	.7	1.6	2.1	1.4	.5
Solo o più spesso al bar	3.6	5.8	1.3	.6	6.7	8.5	2.2	.9	6.3	7.9	3.0	2.1	1.2	2.4	.5	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	13.9	14.2	13.6	12.9	16.2	15.9	16.9	14.8	16.6	17.4	15.2	14.9	11.5	9.2	12.8	12.1
Non consumatori	86.1	85.8	86.4	87.1	83.8	84.1	83.1	85.2	83.4	82.6	84.8	85.1	88.5	90.8	87.2	87.9
Consumatori forti	1.1	2.1	.2	.3	2.0	2.3	1.3	1.2	2.0	2.7	.6	1.0	.4	1.1		
Consumatori medi	4.5	5.1	4.0	4.3	4.6	5.0	3.6	4.9	5.5	5.7	5.0	6.9	3.7	4.1	3.5	3.3
Consumatori deboli	8.3	7.1	9.4	8.3	9.6	8.7	12.0	8.7	9.2	9.0	9.6	7.1	7.4	4.0	9.3	8.8
Solo o più spesso a casa	10.5	8.4	12.5	12.2	11.6	10.5	14.6	14.5	11.7	10.8	13.5	14.0	9.4	4.6	12.1	11.5
A casa o al bar	1.3	1.9	.7	.5	1.1	1.2	.8	.1	1.5	2.0	.6	.3	1.1	1.9	.7	.6
Solo o più spesso al bar	2.1	3.9	.4	.2	3.5	4.3	1.5	.2	3.4	4.6	1.1	.7	1.0	2.7		

Sicilia

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**3834**	**1877**	**1957**	**1528**	**1084**	**769**	**314**	**226**	**1870**	**1205**	**665**	**471**	**1964**	**672**	**1292**	**1057**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	12.2	11.0	13.4	12.9	13.7	12.3	17.4	19.3	14.4	14.2	14.7	15.9	10.4	5.9	12.9	11.7
Non consumatori	87.8	89.0	86.6	87.1	86.3	87.7	82.6	80.7	85.6	85.8	85.3	84.1	89.6	94.1	87.1	88.3
Consumatori forti	.9	.7	1.2	1.4	.7	.1	2.2	3.1	1.1	.9	1.6	2.2	.8	.5	1.0	1.1
Consumatori medi	4.4	4.7	4.1	3.6	6.0	5.8	6.4	4.1	6.2	6.3	5.8	4.0	2.8	2.0	3.3	3.4
Consumatori deboli	6.9	5.6	8.2	7.9	7.0	6.3	8.8	12.2	7.1	7.0	7.2	9.7	6.8	3.5	8.6	7.2
Solo o più spesso a casa	9.0	6.0	12.0	12.0	9.2	6.5	16.2	17.5	9.4	7.8	12.5	12.8	8.7	3.1	11.7	11.7
A casa o al bar	1.4	2.4	.4		1.6	2.2			1.8	2.7			1.0	1.9	.6	
Solo o più spesso al bar	1.8	2.6	1.1	.9	2.9	3.6	1.2	1.8	3.2	3.6	2.2	3.2	.7	.9	.6	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.3	4.2	2.4	2.5	4.4	4.9	3.0	2.4	4.7	5.4	3.2	2.9	2.1	2.3	2.0	2.3
Non consumatori	96.7	95.8	97.6	97.5	95.6	95.1	97.0	97.6	95.3	94.6	96.8	97.1	97.9	97.7	98.0	97.7
Consumatori forti	.3	.5	.2	.2	.9	1.3			.5	.8			.2		.2	.3
Consumatori medi	1.5	2.5	.5	.7	1.0	1.3	.3	.4	2.1	2.8	.9	1.2	.9	1.9	.4	.4
Consumatori deboli	1.5	1.3	1.7	1.6	2.4	2.3	2.7	2.1	2.0	1.8	2.4	1.7	1.0	.3	1.4	1.6
Solo o più spesso a casa	2.4	2.5	2.3	2.5	3.1	3.2	2.8	2.4	3.0	3.2	2.7	2.9	1.8	1.4	2.0	2.3
A casa o al bar	.3	.5			.2	.3			.2	.3			.3	.9		
Solo o più spesso al bar	.7	1.2	.2		1.1	1.5	.1		1.4	1.9	.5					
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	7.8	11.8	4.0	4.3	13.6	14.8	10.4	11.1	13.4	15.2	9.9	11.9	2.9	6.2	1.1	1.3
Non consumatori	92.2	88.2	96.0	95.7	86.4	85.2	89.6	88.9	86.6	84.8	90.1	88.1	97.1	93.8	98.9	98.7
Consumatori forti	1.4	2.7	.2	.8	2.7	3.5	.5	2.7	2.5	3.5	.6	3.0	.5	1.5		
Consumatori medi	2.1	2.9	1.4	1.4	3.9	3.9	3.8	4.1	3.9	4.1	3.4	3.8	.6	1.0	.4	.4
Consumatori deboli	4.3	6.1	2.4	2.0	7.0	7.4	6.1	4.3	7.0	7.6	5.9	5.1	1.8	3.7	.8	.9
Solo o più spesso a casa	4.2	5.4	3.0	3.5	7.4	7.2	7.8	9.8	7.2	7.4	7.0	9.0	1.6	2.3	1.1	1.3
A casa o al bar	1.0	1.8	.3	.3	2.3	3.0	.3	.4	2.2	3.0	.9	1.2				
Solo o più spesso al bar	2.6	4.5	.7	.5	3.9	4.5	2.4	.9	3.9	4.9	2.1	1.7	1.4	3.9		
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	31.1	39.3	23.1	24.8	45.4	50.1	33.5	41.1	43.1	48.0	33.9	40.4	20.6	25.2	18.0	18.6
Non consumatori	68.9	60.7	76.9	75.2	54.6	49.9	66.5	58.9	56.9	52.0	66.1	59.6	79.4	74.8	82.0	81.4
Consumatori forti	6.8	10.5	3.1	4.4	12.8	15.7	5.3	9.0	11.5	14.7	5.4	9.7	2.6	3.8	2.0	2.3
Consumatori medi	11.8	14.4	9.3	9.9	16.5	17.3	14.3	17.7	16.1	17.3	13.7	15.6	8.1	9.7	7.2	7.7
Consumatori deboli	12.5	14.3	10.8	10.5	16.2	17.0	13.9	14.4	15.6	16.0	14.8	15.2	9.9	11.7	8.9	8.7
Solo o più spesso a casa	18.6	18.4	18.7	21.1	25.5	24.6	27.9	35.1	24.2	23.0	26.4	32.9	13.6	11.0	15.1	16.5
A casa o al bar	5.9	9.0	2.9	2.2	9.8	12.1	4.0	4.0	9.4	12.3	3.9	3.7	2.9	3.7	2.4	1.6
Solo o più spesso al bar	6.6	11.9	1.5	1.4	10.1	13.4	1.6	2.0	9.6	12.7	3.6	3.8	4.1	10.5	.5	.5
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	22.4	21.3	23.4	22.1	28.8	27.9	31.1	28.9	29.6	28.4	31.9	30.4	16.0	10.0	19.3	18.8
Non consumatori	77.6	78.7	76.6	77.9	71.2	72.1	68.9	71.1	70.4	71.6	68.1	69.6	84.0	90.0	80.7	81.2
Consumatori forti	3.0	4.1	1.8	2.2	4.8	5.7	2.4	2.4	4.6	6.0	1.9	2.8	1.5	1.1	1.8	2.0
Consumatori medi	7.8	7.4	8.2	7.9	10.2	8.9	13.5	13.9	11.0	10.0	12.8	13.0	5.1	3.2	6.1	5.9
Consumatori deboli	11.6	9.8	13.3	11.9	13.8	13.2	15.2	12.6	14.1	12.4	17.2	14.5	9.4	5.7	11.5	10.9
Solo o più spesso a casa	16.5	12.1	20.8	20.2	17.6	14.2	26.3	25.6	19.3	15.3	27.0	26.4	14.0	7.1	17.8	17.8
A casa o al bar	2.9	4.5	1.4	1.5	4.4	5.4	1.8	2.0	4.8	6.0	2.5	2.7	1.2	1.9	.9	1.1
Solo o più spesso al bar	3.0	4.8	1.2	.4	6.8	8.3	3.0	1.3	5.4	7.0	2.3	1.3	.8	1.1	.6	
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	9.6	13.3	6.0	6.2	15.4	17.0	11.5	12.0	15.2	16.5	12.7	14.4	4.7	8.0	2.9	3.0
Non consumatori	90.4	86.7	94.0	93.8	84.6	83.0	88.5	88.0	84.8	83.5	87.3	85.6	95.3	92.0	97.1	97.0
Consumatori forti	2.6	4.6	.6	1.1	5.6	7.3	1.3	2.4	5.0	6.6	2.0	3.8	.5	1.3		
Consumatori medi	3.8	5.0	2.6	2.0	6.3	7.3	3.6	2.3	6.6	7.4	5.2	4.0	1.3	1.2	1.4	1.3
Consumatori deboli	3.2	3.7	2.8	3.1	3.6	2.3	6.7	7.3	3.6	2.6	5.5	6.6	2.9	5.5	1.5	1.7
Solo o più spesso a casa	3.7	3.8	3.5	3.7	4.5	3.8	6.4	7.5	4.4	3.3	6.5	8.0	3.0	4.7	2.1	2.1
A casa o al bar	1.7	2.8	.6	.8	3.9	4.6	2.0	3.0	3.5	4.5	1.7	3.0				
Solo o più spesso al bar	4.3	6.7	1.9	1.6	7.0	8.5	3.2	1.5	7.2	8.7	4.4	3.5	1.7	3.4	.8	.9
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	23.5	31.6	15.5	12.8	44.0	47.9	34.1	29.6	38.1	43.2	28.3	25.0	10.7	13.0	9.4	8.1
Non consumatori	76.5	68.4	84.5	87.2	56.0	52.1	65.9	70.4	61.9	56.8	71.7	75.0	89.3	87.0	90.6	91.9
Consumatori forti	5.8	10.5	1.1	.5	14.9	19.3	3.7	.4	10.6	15.0	2.3	.7	1.6	3.3	.6	.4
Consumatori medi	8.8	12.3	5.4	4.2	15.7	17.4	11.3	9.5	14.1	15.6	11.1	9.8	4.2	6.9	2.6	2.0
Consumatori deboli	8.9	8.8	8.9	8.1	13.5	11.2	19.2	19.7	13.4	12.6	14.9	14.5	4.9	2.8	6.1	5.7
Solo o più spesso a casa	4.6	3.1	6.2	5.5	5.3	3.1	10.7	7.2	5.7	3.6	9.7	7.9	3.7	2.3	4.5	4.5
A casa o al bar	3.6	4.9	2.4	2.1	7.8	8.4	6.2	4.9	6.1	7.1	4.0	2.8	1.5	1.2	1.7	1.9
Solo o più spesso al bar	15.2	23.7	6.9	5.2	31.0	36.4	17.2	17.6	26.3	32.5	14.6	14.3	5.5	9.5	3.2	1.7

Sardegna

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1232**	**611**	**621**	**459**	**774**	**438**	**336**	**253**	**1016**	**552**	**464**	**339**	**216**	**59**	**157**	**120**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	45.9	50.6	41.4	48.1	53.0	55.6	49.8	57.0	50.3	52.2	48.0	55.7	23.1	29.4	21.3	24.1
Non consumatori	54.1	49.4	58.6	51.9	47.0	44.4	50.2	43.0	49.7	47.8	52.0	44.3	76.9	70.6	78.7	75.9
Consumatori forti	32.3	36.7	28.1	36.7	37.8	39.9	35.1	44.0	35.8	38.0	33.1	43.3	14.2	19.7	12.7	15.8
Consumatori medi	8.8	10.2	7.4	5.0	9.9	11.3	8.1	7.0	9.6	10.4	8.6	6.0	4.5	6.7	3.9	1.9
Consumatori deboli	4.8	3.8	5.9	6.4	5.3	4.4	6.5	6.1	4.9	3.8	6.2	6.3	4.3	2.9	4.7	6.5
Solo o più spesso a casa	33.0	31.5	34.5	42.8	37.6	35.2	40.6	49.7	35.7	33.2	38.8	48.7	18.7	9.7	21.3	24.1
A casa o al bar	6.8	9.6	4.1	3.5	8.3	9.9	6.1	5.3	7.3	8.8	5.5	4.7	4.3	19.7		
Solo o più spesso al bar	6.1	9.5	2.8	1.8	7.2	10.5	3.0	2.0	7.3	10.2	3.7	2.3				
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	46.6	45.0	48.1	41.8	49.0	47.6	50.9	44.9	49.4	47.1	52.1	47.0	32.0	17.1	36.2	25.4
Non consumatori	53.4	55.0	51.9	58.2	51.0	52.4	49.1	55.1	50.6	52.9	47.9	53.0	68.0	82.9	63.8	74.6
Consumatori forti	1.0	1.1	.9		1.5	1.4	1.5		1.2	1.2	1.2					
Consumatori medi	11.6	12.8	10.5	7.2	11.5	13.5	8.9	7.7	12.2	13.1	11.1	8.5	8.5	8.2	8.5	3.0
Consumatori deboli	34.0	31.1	36.8	34.7	36.1	32.7	40.5	37.2	36.0	32.8	39.8	38.6	23.5	8.9	27.6	22.3
Solo o più spesso a casa	39.8	37.5	42.0	36.6	41.1	40.0	42.4	38.2	41.5	39.4	43.9	40.1	30.8	11.8	36.2	25.4
A casa o al bar	2.9	2.9	2.8	2.8	4.2	3.7	4.8	4.5	3.4	3.1	3.8	3.7				
Solo o più spesso al bar	3.9	4.6	3.3	2.4	3.8	3.8	3.7	2.2	4.5	4.5	4.4	3.2	1.2	5.3		
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.6	21.7	9.5	11.9	18.6	24.2	11.4	13.5	17.7	23.4	10.7	13.1	4.6		5.9	8.1
Non consumatori	84.4	78.3	90.5	88.1	81.4	75.8	88.6	86.5	82.3	76.6	89.3	86.9	95.4	100.0	94.1	91.9
Consumatori forti	5.5	9.5	1.5	3.1	6.9	10.2	2.7	5.1	6.5	10.3	2.0	4.1				
Consumatori medi	6.0	7.1	4.9	4.6	7.2	8.5	5.6	4.5	6.5	7.7	5.2	4.2	3.2		4.1	5.7
Consumatori deboli	4.1	5.1	3.1	4.2	4.5	5.6	3.1	3.9	4.6	5.5	3.5	4.7	1.4		1.8	2.5
Solo o più spesso a casa	8.2	8.1	8.4	9.3	9.1	8.8	9.6	9.7	8.9	8.7	9.2	9.7	4.6		5.9	8.1
A casa o al bar	4.1	7.5	.7	2.1	5.0	8.0	1.1	3.2	4.9	8.1	1.0	2.8				
Solo o più spesso al bar	3.2	6.1	.4	.4	4.5	7.4	.7	.7	3.9	6.6	.6	.5				
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	19.1	28.5	9.8	12.2	22.1	29.4	12.8	16.8	21.6	29.2	12.4	15.2	5.7	19.0	1.9	2.6
Non consumatori	80.9	71.5	90.2	87.8	77.9	70.6	87.2	83.2	78.4	70.8	87.6	84.8	94.3	81.0	98.1	97.4
Consumatori forti	5.1	9.7	.5	2.9	7.0	11.8	1.0	4.7	6.0	10.4	.7	3.8				
Consumatori medi	7.9	12.1	3.9	3.9	9.4	13.3	4.5	5.1	8.9	12.5	4.5	4.3	3.0	7.0	1.9	2.6
Consumatori deboli	6.1	6.7	5.4	5.4	5.7	4.3	7.4	7.0	6.7	6.3	7.2	7.1	2.6	12.0		
Solo o più spesso a casa	10.3	14.3	6.4	9.6	12.1	14.2	9.4	12.9	11.5	14.5	7.9	11.8	4.1	12.0	1.9	2.6
A casa o al bar	5.6	8.6	2.6	2.1	6.1	8.4	3.2	3.2	6.3	8.7	3.4	2.8	1.5	7.0		
Solo o più spesso al bar	3.2	5.5	.9	.4	3.9	6.7	.2	.7	3.8	5.9	1.1	.5				
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.7	16.6	2.9	4.7	11.1	16.5	4.1	7.7	11.2	17.4	3.8	6.2	1.5	7.0		
Non consumatori	90.3	83.4	97.1	95.3	88.9	83.5	95.9	92.3	88.8	82.6	96.2	93.8	98.5	93.0	100.0	100.0
Consumatori forti	2.4	4.8		.4	2.2	3.9		.7	2.8	5.2		.5				
Consumatori medi	2.4	4.5	.3	1.5	2.5	4.0	.6	2.5	2.5	4.3	.4	2.0	1.5	7.0		
Consumatori deboli	4.9	7.4	2.5	2.8	6.4	8.6	3.6	4.5	5.9	7.9	3.4	3.7				
Solo o più spesso a casa	6.0	10.9	1.1	1.5	6.7	10.5	2.0	2.6	7.1	11.7	1.5	2.0				
A casa o al bar	2.3	3.5	1.2	2.0	2.4	3.3	1.2	3.2	2.5	3.2	1.6	2.7	1.5	7.0		
Solo o più spesso al bar	1.4	2.3	.5	1.1	1.9	2.7	1.0	1.9	1.7	2.5	.7	1.5				
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	1.9	1.4	2.5	2.7	2.6	1.5	4.1	4.3	2.3	1.5	3.3	3.6				
Non consumatori	98.1	98.6	97.5	97.3	97.4	98.5	95.9	95.7	97.7	98.5	96.7	96.4	100.0	100.0	100.0	100.0
Consumatori forti																
Consumatori medi	.7	.6	.8	.4	1.0	.8	1.3	.7	.8	.7	1.0	.6				
Consumatori deboli	1.2	.7	1.7	2.3	1.6	.7	2.8	3.6	1.5	.8	2.3	3.0				
Solo o più spesso a casa	.3		.6	.9	.4		1.0	1.3	.4		.9	1.1				
A casa o al bar	.8	.3	1.3	1.2	1.2	.3	2.3	2.0	1.0	.3	1.7	1.5				
Solo o più spesso al bar	.8	1.1	.5	.7	1.0	1.1	.8	1.0	.9	1.1	.7	.9				
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	24.7	25.9	23.5	20.7	25.0	25.5	24.4	20.7	26.0	27.0	24.7	20.8	18.0	11.8	19.8	20.3
Non consumatori	75.3	74.1	76.5	79.3	75.0	74.5	75.6	79.3	74.0	73.0	75.3	79.2	82.0	88.2	80.2	79.7
Consumatori forti	2.9	4.8	1.1	.8	2.9	4.3	1.2	1.4	3.2	4.7	1.4	1.1	1.3	6.0		
Consumatori medi	11.5	13.2	9.8	8.1	13.0	14.2	11.5	9.6	13.1	14.2	11.9	9.2	2.7		3.5	4.8
Consumatori deboli	10.3	8.0	12.6	11.7	9.1	7.0	11.7	9.7	9.6	8.2	11.4	10.5	14.0	5.8	16.3	15.6
Solo o più spesso a casa	15.8	13.0	18.5	17.6	16.1	13.1	19.8	16.3	16.0	13.6	18.9	16.7	14.7	5.8	17.2	20.3
A casa o al bar	6.0	8.7	3.3	1.7	5.8	8.3	2.7	2.0	6.9	8.9	4.4	2.2	1.3	6.0		
Solo o più spesso al bar	2.9	4.2	1.7	1.4	3.1	4.1	1.8	2.3	3.1	4.5	1.4	1.8	2.0		2.5	
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	13.6	14.2	13.0	11.2	15.6	16.5	14.4	11.0	14.3	15.3	13.1	11.8	9.9		12.6	9.5
Non consumatori	86.4	85.8	87.0	88.8	84.4	83.5	85.6	89.0	85.7	84.7	86.9	88.2	90.1	100.0	87.4	90.5
Consumatori forti	1.5	2.6	.4		1.8	2.7	.8		1.8	2.8	.6					
Consumatori medi	5.0	6.4	3.6	3.3	6.4	8.2	4.1	2.8	5.7	6.9	4.1	3.5	1.5		1.9	2.6
Consumatori deboli	7.1	5.1	9.0	8.0	7.3	5.6	9.5	8.2	6.8	5.5	8.4	8.3	8.4		10.7	6.9
Solo o più spesso a casa	9.6	7.2	12.0	10.5	9.9	7.8	12.7	9.7	9.6	7.8	11.8	10.8	9.9		12.6	9.5
A casa o al bar	1.7	2.8	.5	.7	2.5	3.8	1.0	1.2	2.0	3.1	.7	1.0				
Solo o più spesso al bar	2.3	4.1	.4		3.1	4.9	.8		2.7	4.4	.6					

Sardegna

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso

(percentuali di penetrazione)

	TOTALE POPOLAZIONE				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS GIORNO MEDIO				LETTORI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI				NON LETTORI QUOT. ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI			
	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti	Adulti	Uomini	Donne	Respon-sabili acquisti
TOTALE POPOLAZIONE	**1232**	**611**	**621**	**459**	**774**	**438**	**336**	**253**	**1016**	**552**	**464**	**339**	**216**	**59**	**157**	**120**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	9.7	8.9	10.5	8.8	11.0	9.0	13.7	10.4	11.2	9.4	13.3	10.8	2.0	2.9	1.8	2.5
Non consumatori	90.3	91.1	89.5	91.2	89.0	91.0	86.3	89.6	88.8	90.6	86.7	89.2	98.0	97.1	98.2	97.5
Consumatori forti	.4	.4	.4		.3	.5	.1		.5	.4	.6					
Consumatori medi	4.4	4.6	4.3	2.8	5.1	4.5	5.9	3.7	5.0	4.9	5.1	2.9	1.4		1.8	2.5
Consumatori deboli	4.9	4.0	5.7	6.0	5.6	4.0	7.7	6.7	5.7	4.1	7.6	7.9	.6	2.9		
Solo o più spesso a casa	6.5	5.3	7.7	6.8	7.3	5.6	9.5	7.1	7.3	5.5	9.6	8.2	2.0	2.9	1.8	2.5
A casa o al bar	1.5	.6	2.4	2.0	1.8	.4	3.4	3.3	1.8	.6	3.1	2.6				
Solo o più spesso al bar	1.7	3.1	.4		2.0	3.0	.7		2.1	3.3	.6					
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.8	13.0	6.6	8.9	11.9	14.1	9.1	12.0	11.6	14.0	8.8	11.8				
Non consumatori	90.2	87.0	93.4	91.1	88.1	85.9	90.9	88.0	88.4	86.0	91.2	88.2	100.0	100.0	100.0	100.0
Consumatori forti	2.8	5.1	.6	1.2	3.2	4.9	1.0	.9	3.4	5.5	.8	1.6				
Consumatori medi	4.3	5.2	3.4	5.0	5.4	6.0	4.8	7.0	5.1	5.6	4.5	6.6				
Consumatori deboli	2.7	2.7	2.6	2.7	3.2	3.2	3.3	4.1	3.2	2.9	3.5	3.6				
Solo o più spesso a casa	4.4	3.2	5.6	7.0	5.0	3.3	7.2	8.7	5.3	3.5	7.4	9.3				
A casa o al bar	2.3	4.7		.5	3.2	5.7		.8	2.7	5.0		.6				
Solo o più spesso al bar	3.1	5.1	1.1	1.4	3.7	5.2	1.9	2.4	3.6	5.5	1.4	1.9				
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	10.0	14.7	5.4	6.4	12.0	16.7	6.0	9.1	11.6	15.3	7.2	8.4	1.3	5.8		
Non consumatori	90.0	85.3	94.6	93.6	88.0	83.3	94.0	90.9	88.4	84.7	92.8	91.6	98.7	94.2	100.0	100.0
Consumatori forti	1.9	2.4	1.3	1.7	2.0	2.3	1.5	2.0	2.0	2.2	1.7	2.3	1.3	5.8		
Consumatori medi	4.1	5.5	2.8	3.6	4.6	5.8	3.0	5.4	4.9	5.9	3.7	4.8				
Consumatori deboli	4.0	6.8	1.3	1.0	5.4	8.5	1.4	1.7	4.8	7.3	1.8	1.3				
Solo o più spesso a casa	4.7	4.9	4.5	4.2	4.9	5.2	4.5	5.4	5.4	4.8	6.0	5.5	1.3	5.8		
A casa o al bar	3.9	7.6	.3	1.5	5.4	9.1	.6	2.5	4.7	8.2	.4	2.0				
Solo o più spesso al bar	1.3	2.2	.5	.7	1.7	2.4	.9	1.2	1.6	2.4	.7	.9				
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	30.6	40.4	21.1	24.9	34.7	44.9	21.6	28.0	32.6	41.9	21.4	25.5	20.3	21.2	20.1	23.1
Non consumatori	69.4	59.6	78.9	75.1	65.3	55.1	78.4	72.0	67.4	58.1	78.6	74.5	79.7	78.8	79.9	76.9
Consumatori forti	9.1	14.8	3.6	4.6	10.7	16.0	3.9	7.1	10.3	14.9	4.8	6.1	2.8	12.8		
Consumatori medi	13.4	16.8	9.9	10.1	15.1	18.3	11.0	10.9	14.4	17.5	10.6	9.9	7.9	8.4	7.8	10.7
Consumatori deboli	8.2	8.8	7.5	10.3	8.9	10.6	6.7	10.0	7.9	9.5	6.0	9.6	9.6		12.3	12.4
Solo o più spesso a casa	17.3	16.8	17.7	20.5	18.5	18.8	18.0	21.3	17.4	17.0	17.8	19.7	16.8	14.2	17.6	23.1
A casa o al bar	8.1	14.4	2.0	3.7	10.1	16.2	2.3	5.5	9.4	14.9	2.6	4.9	1.5	7.0		
Solo o più spesso al bar	5.3	9.2	1.4	.7	6.1	9.9	1.3	1.2	5.9	9.9	1.0	1.0	2.0		2.5	
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	19.6	17.2	22.0	21.5	21.0	18.1	24.7	25.0	21.3	18.6	24.6	24.1	11.0		14.1	13.2
Non consumatori	80.4	82.8	78.0	78.5	79.0	81.9	75.3	75.0	78.7	81.4	75.4	75.9	89.0	100.0	85.9	86.8
Consumatori forti	2.4	2.2	2.5	2.8	2.4	1.9	3.0	3.4	2.8	2.4	3.4	3.6				
Consumatori medi	10.0	10.7	9.2	9.7	11.6	11.3	12.0	11.7	11.2	11.6	10.7	10.7	3.6		4.6	6.3
Consumatori deboli	7.3	4.3	10.2	9.1	7.0	4.9	9.7	9.8	7.3	4.6	10.5	9.7	7.4		9.5	6.9
Solo o più spesso a casa	12.1	7.8	16.3	16.2	12.0	8.4	16.5	16.5	12.3	8.4	17.1	17.2	11.0		14.1	13.2
A casa o al bar	5.4	7.2	3.7	3.8	6.9	7.6	6.0	5.9	6.5	7.8	4.9	5.0				
Solo o più spesso al bar	2.1	2.2	2.0	1.5	2.1	2.1	2.2	2.5	2.5	2.4	2.6	2.0				
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	14.2	17.6	10.9	6.5	17.8	19.9	15.0	7.2	16.7	18.5	14.4	8.6	1.3	6.0		
Non consumatori	85.8	82.4	89.1	93.5	82.2	80.1	85.0	92.8	83.3	81.5	85.6	91.4	98.7	94.0	100.0	100.0
Consumatori forti	4.6	8.2	1.0		5.7	8.9	1.7		5.2	8.4	1.3		1.3	6.0		
Consumatori medi	6.6	7.6	5.6	3.8	8.3	8.7	7.8	4.8	7.9	8.2	7.5	5.0				
Consumatori deboli	3.0	1.8	4.3	2.7	3.7	2.4	5.5	2.4	3.6	1.9	5.7	3.6				
Solo o più spesso a casa	3.5	2.6	4.3	2.3	4.4	3.4	5.5	1.7	4.1	2.8	5.8	3.1				
A casa o al bar	5.2	7.5	3.0	2.1	6.2	8.0	4.0	2.6	6.0	7.6	4.0	2.8	1.3	6.0		
Solo o più spesso al bar	5.5	7.6	3.5	2.1	7.2	8.5	5.5	3.0	6.6	8.1	4.7	2.7				
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	33.1	43.0	23.4	18.9	38.9	49.3	25.5	24.1	38.2	46.1	28.5	24.7	6.6	2.9	7.6	.8
Non consumatori	66.9	57.0	76.6	81.1	61.1	50.7	74.5	75.9	61.8	53.9	71.5	75.3	93.4	97.1	92.4	99.2
Consumatori forti	11.3	18.0	4.7	4.2	14.6	22.4	4.6	5.8	13.4	19.4	6.3	5.5				
Consumatori medi	14.1	17.4	10.9	8.6	15.1	18.8	10.4	9.7	15.7	18.6	12.2	11.4	6.1	2.9	7.0	
Consumatori deboli	7.7	7.6	7.7	6.1	9.1	8.1	10.5	8.6	9.0	8.2	10.1	7.8	.4		.6	.8
Solo o più spesso a casa	8.4	7.7	9.1	10.5	9.1	6.9	11.9	11.7	9.8	8.1	11.9	13.5	1.1	2.9	.6	.8
A casa o al bar	9.1	13.3	5.1	4.3	10.3	15.4	3.7	6.1	10.2	14.3	5.3	5.6	3.5		4.5	
Solo o più spesso al bar	15.5	22.0	9.2	4.2	19.6	27.1	9.9	6.4	18.1	23.7	11.4	5.5	2.0		2.5	

Totale Italia - Adulti

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**19108**	**2551**	**10869**	**5688**	**11681**	**1406**	**6002**	**4274**	**5947**	**201**	**2304**	**3442**	**9119**	**185**	**2413**	**6521**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	74.6	84.0	76.2	67.2	68.3	82.0	71.2	60.2	53.3	75.8	64.3	44.4	44.8	74.4	53.6	40.5
Non consumatori	25.4	16.0	23.8	32.8	31.7	18.0	28.8	39.8	46.7	24.2	35.7	55.6	55.2	25.6	46.4	59.5
Consumatori forti	49.2	62.1	51.4	39.1	51.5	62.1	53.2	45.9	28.9	60.6	38.1	20.8	29.0	53.0	36.5	25.4
Consumatori medi	14.5	14.1	14.5	14.9	9.1	9.6	9.5	8.5	11.8	4.8	14.4	10.4	7.9	9.4	8.2	7.7
Consumatori deboli	10.9	7.8	10.4	13.3	7.8	10.4	8.6	5.8	12.5	10.4	11.7	13.2	7.9	12.1	8.8	7.4
Solo o più spesso a casa	50.2	59.7	52.8	40.8	57.9	63.6	60.8	52.1	40.3	57.9	50.0	32.6	40.0	63.5	46.9	36.7
A casa o al bar	9.1	13.2	8.8	8.0	4.4	8.9	4.2	3.3	3.7	7.8	3.9	3.4	1.6	4.3	2.7	1.1
Solo o più spesso al bar	15.3	11.0	14.7	18.5	6.1	9.5	6.2	4.9	9.2	10.1	10.4	8.4	3.2	6.6	4.0	2.7
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	70.6	78.3	71.6	65.1	54.5	67.8	59.3	43.6	57.6	65.3	63.1	53.5	32.6	50.3	42.1	28.3
Non consumatori	29.4	21.7	28.4	34.9	45.5	32.2	40.7	56.4	42.4	34.7	36.9	46.5	67.4	49.7	57.9	71.7
Consumatori forti	2.5	4.4	2.5	1.7	1.2	2.8	1.2	.9	.3		.4	.3	.5	4.6	.5	.4
Consumatori medi	17.5	25.6	18.5	11.8	12.0	22.6	13.9	6.1	7.4	16.4	8.9	6.0	4.2	12.4	7.7	2.5
Consumatori deboli	50.6	48.3	50.6	51.5	41.3	42.4	44.3	36.6	49.9	48.9	53.8	47.2	27.9	33.3	33.8	25.4
Solo o più spesso a casa	49.9	52.6	50.5	47.7	48.2	59.4	52.4	39.0	48.7	49.5	50.1	47.6	29.9	40.5	38.9	26.0
A casa o al bar	10.2	13.0	10.4	8.6	3.3	5.7	3.9	1.7	5.3	10.6	7.2	3.6	1.3	3.8	1.4	1.2
Solo o più spesso al bar	10.4	12.8	10.7	8.7	3.0	2.7	3.0	3.0	3.7	5.2	5.7	2.3	1.3	6.0	1.8	1.0
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	22.4	20.1	21.9	24.3	23.3	26.2	24.3	20.9	13.5	6.1	12.2	14.7	10.5	20.6	13.1	9.2
Non consumatori	77.6	79.9	78.1	75.7	76.7	73.8	75.7	79.1	86.5	93.9	87.8	85.3	89.5	79.4	86.9	90.8
Consumatori forti	5.1	4.4	4.5	6.7	6.3	6.3	7.2	5.0	1.6		1.6	1.6	2.0		2.6	1.9
Consumatori medi	9.1	7.0	9.5	9.4	8.1	10.7	7.6	8.1	4.9	3.0	4.7	5.2	4.0	8.5	5.4	3.4
Consumatori deboli	8.1	8.8	7.9	8.2	8.9	9.2	9.5	7.9	7.0	3.1	5.9	7.9	4.5	12.1	5.2	4.0
Solo o più spesso a casa	13.5	15.1	13.1	13.8	19.1	23.3	20.0	16.6	9.3	6.1	9.8	9.1	8.9	17.6	11.5	7.6
A casa o al bar	3.6	2.3	3.6	4.2	2.1	2.4	2.4	1.4	1.5		.9	2.0	.7		.5	.7
Solo o più spesso al bar	5.3	2.8	5.2	6.4	2.1	.5	1.8	2.9	2.7		1.5	3.7	1.0	2.9	1.1	.9
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	28.7	36.3	28.1	26.5	22.6	36.6	24.6	15.5	12.8	8.3	14.7	11.8	7.7	22.8	10.1	6.4
Non consumatori	71.3	63.7	71.9	73.5	77.4	63.4	75.4	84.5	87.2	91.7	85.3	88.2	92.3	77.2	89.9	93.6
Consumatori forti	6.2	9.0	6.3	4.7	5.7	10.7	6.5	3.3	1.4	.8	1.1	1.6	.9	2.5	1.4	.7
Consumatori medi	12.4	15.4	12.5	11.1	8.1	16.9	8.4	5.1	5.3	3.0	6.8	4.4	2.7	3.8	4.7	1.9
Consumatori deboli	10.0	11.9	9.4	10.6	8.8	9.1	9.8	7.1	6.2	4.5	6.8	5.8	4.1	16.4	3.9	3.9
Solo o più spesso a casa	16.4	23.5	16.9	12.3	18.4	32.4	19.5	12.9	8.1	5.9	9.2	7.4	6.5	21.3	8.2	5.5
A casa o al bar	4.6	6.9	4.2	4.6	2.3	3.3	2.8	1.3	2.0	.8	2.8	1.5	.5	1.5	1.0	.3
Solo o più spesso al bar	7.6	5.9	7.1	9.5	1.8	.9	2.4	1.3	2.8	1.5	2.7	2.9	.7		.9	.6
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	17.4	21.9	17.4	15.2	21.6	20.0	21.3	22.5	8.4	5.0	10.6	7.0	8.6	7.0	10.9	7.7
Non consumatori	82.6	78.1	82.6	84.8	78.4	80.0	78.7	77.5	91.6	95.0	89.4	93.0	91.4	93.0	89.1	92.3
Consumatori forti	5.9	4.8	6.1	6.0	8.6	5.8	7.9	10.4	1.7		2.2	1.4	3.0	3.0	3.2	2.9
Consumatori medi	5.8	8.5	5.9	4.4	6.9	6.5	7.1	6.7	2.2	.5	3.4	1.4	2.9	.9	5.0	2.1
Consumatori deboli	5.6	8.6	5.4	4.7	6.2	7.7	6.3	5.4	4.5	4.5	5.1	4.2	2.7	3.2	2.7	2.7
Solo o più spesso a casa	11.1	13.7	11.2	9.8	18.1	17.0	18.2	18.3	6.2	2.0	6.9	5.9	7.6	3.9	9.5	7.0
A casa o al bar	2.5	3.8	2.4	2.2	1.7	.7	1.6	2.1	.8	3.0	1.0	.5	.4	1.0	.9	.2
Solo o più spesso al bar	3.7	4.5	3.8	3.2	1.8	2.3	1.5	2.1	1.4		2.6	.6	.6	2.1	.5	.6
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	5.7	6.9	5.4	5.8	2.8	6.2	3.2	1.3	2.3	4.7	2.7	1.9	.5	6.0	.8	.3
Non consumatori	94.3	93.1	94.6	94.2	97.2	93.8	96.8	98.7	97.7	95.3	97.3	98.1	99.5	94.0	99.2	99.7
Consumatori forti	.4	.7	.4	.5	.2		.2	.1	.1		.1		*		*	
Consumatori medi	1.6	2.0	1.5	1.7	.9	1.7	1.2	.3	.7		.6	.8	*		.1	
Consumatori deboli	3.6	4.2	3.5	3.6	1.7	4.5	1.8	.9	1.5	4.7	2.0	1.1	.5	6.0	.7	.3
Solo o più spesso a casa	2.6	3.9	2.2	2.7	2.3	4.8	2.5	1.2	1.3		1.6	1.2	.3	6.0	.5	.1
A casa o al bar	.8	1.2	.6	.9	.2	1.1	.2		.3	3.0	.2	.2	.1		*	.1
Solo o più spesso al bar	2.4	1.8	2.6	2.2	.4	.3	.6	.2	.7	1.7	.9	.5	.1		.3	.1
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	18.6	10.8	17.0	25.5	17.9	13.7	17.6	19.4	23.1	14.7	21.7	24.4	14.6	21.9	19.3	12.5
Non consumatori	81.4	89.2	83.0	74.5	82.1	86.3	82.4	80.6	76.9	85.3	78.3	75.6	85.4	78.1	80.7	87.5
Consumatori forti	1.9	1.3	1.7	2.8	1.8	.9	1.6	2.3	1.4		1.5	1.4	1.2		1.9	1.0
Consumatori medi	7.4	4.9	6.5	10.3	7.0	6.5	6.6	7.9	8.0	4.9	6.7	9.1	5.0	3.2	7.2	4.1
Consumatori deboli	9.3	4.6	8.8	12.4	9.0	6.3	9.4	9.3	13.6	9.7	13.4	14.0	8.4	18.7	10.2	7.4
Solo o più spesso a casa	12.7	7.3	12.3	15.9	15.1	12.7	15.3	15.5	18.2	8.6	16.9	19.6	12.9	17.9	17.5	10.9
A casa o al bar	2.1	1.8	1.7	3.2	1.1	.5	1.1	1.4	2.0	4.9	1.5	2.2	1.1		1.1	1.0
Solo o più spesso al bar	3.8	1.7	2.9	6.4	1.6	.5	1.3	2.5	2.9	1.2	3.3	2.7	.6	4.1	.7	.5
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.2	4.7	8.2	13.3	10.4	11.2	10.1	10.6	11.7	11.7	8.0	14.3	8.1	9.7	10.7	7.0
Non consumatori	90.8	95.3	91.8	86.7	89.6	88.8	89.9	89.4	88.3	88.3	92.0	85.7	91.9	90.3	89.3	93.0
Consumatori forti	1.3	.6	1.3	1.8	1.8	1.7	1.8	1.9	1.0		.4	1.4	.8		.9	.8
Consumatori medi	3.6	2.2	2.9	5.7	3.8	5.2	3.2	4.3	3.6	6.4	1.6	4.8	2.8		3.6	2.5
Consumatori deboli	4.3	2.0	4.1	5.8	4.8	4.2	5.2	4.5	7.2	5.3	6.0	8.1	4.5	9.7	6.3	3.6
Solo o più spesso a casa	5.7	2.8	5.1	8.2	8.1	7.7	8.4	7.9	9.6	6.5	6.9	11.7	7.1	6.3	8.8	6.5
A casa o al bar	.9	.7	.8	1.2	1.0	2.0	.9	.9	.9	4.5	.2	1.1	.5	1.4	1.2	.2
Solo o più spesso al bar	2.6	1.1	2.4	3.8	1.3	1.4	.9	1.8	1.2	.8	.8	1.6	.4	1.9	.7	.3

Totale Italia - Adulti

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**11034**	**1446**	**6052**	**3536**	**6488**	**779**	**3203**	**2507**	**1589**	**48**	**554**	**987**	**2979**	**49**	**713**	**2217**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	13.0	10.5	12.8	14.5	9.7	8.8	11.1	7.9	13.8	11.5	11.9	15.2	7.2	8.0	11.8	5.3
Non consumatori	87.0	89.5	87.2	85.5	90.3	91.2	88.9	92.1	86.2	88.5	88.1	84.8	92.8	92.0	88.2	94.7
Consumatori forti	1.4	.8	1.5	1.3	1.2	1.1	1.4	.8	1.2		1.1	1.3	.4		.3	.4
Consumatori medi	5.1	4.2	5.1	5.6	3.6	2.0	4.1	3.4	4.5	1.2	3.3	5.4	2.6		5.6	1.5
Consumatori deboli	6.5	5.5	6.2	7.5	5.0	5.7	5.6	3.8	8.2	10.2	7.5	8.5	4.2	8.0	5.8	3.4
Solo o più spesso a casa	8.6	6.7	8.7	9.4	8.4	7.5	9.8	6.6	11.3	8.5	9.6	12.7	6.4	5.4	10.7	4.7
A casa o al bar	1.2	1.4	1.0	1.5	.4	.6	.3	.5	.9		.5	1.3	.5		.5	.5
Solo o più spesso al bar	3.1	2.4	3.0	3.6	.9	.7	1.0	.8	1.5	3.0	1.9	1.2	.3	2.6	.5	.2
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.1	7.7	7.0	7.1	11.0	16.0	10.6	10.1	5.0	1.1	5.4	5.0	5.9	7.5	7.3	5.3
Non consumatori	92.9	92.3	93.0	92.9	89.0	84.0	89.4	89.9	95.0	98.9	94.6	95.0	94.1	92.5	92.7	94.7
Consumatori forti	1.1	1.5	1.0	1.2	1.7	3.1	1.2	2.1	.5		.5	.5	1.0		1.2	.9
Consumatori medi	2.5	2.7	2.6	2.3	4.1	6.7	3.8	3.7	1.8		1.7	2.0	2.3	4.4	2.3	2.2
Consumatori deboli	3.5	3.5	3.5	3.6	5.2	6.2	5.6	4.2	2.7	1.1	3.2	2.5	2.7	3.2	3.8	2.2
Solo o più spesso a casa	4.1	3.9	4.3	3.9	8.2	10.7	8.0	7.9	3.2	1.1	3.5	3.1	5.0	7.5	6.1	4.5
A casa o al bar	.8	1.7	.5	1.2	1.1	2.4	1.2	.6	.5		.6	.4	.5		.9	.4
Solo o più spesso al bar	2.1	2.2	2.2	2.0	1.7	2.9	1.5	1.6	1.3		1.3	1.5	.4		.3	.4
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	12.9	11.9	12.4	14.2	18.6	21.6	18.2	18.5	6.9	5.0	5.3	8.0	8.0	8.3	10.6	6.9
Non consumatori	87.1	88.1	87.6	85.8	81.4	78.4	81.8	81.5	93.1	95.0	94.7	92.0	92.0	91.7	89.4	93.1
Consumatori forti	2.4	2.5	2.3	2.6	3.8	4.8	3.3	4.2	.9		.6	1.2	1.3	2.1	1.9	1.0
Consumatori medi	4.7	3.4	4.6	5.6	7.1	8.2	6.9	7.2	2.1	5.0	.8	2.9	3.1	2.1	3.7	2.8
Consumatori deboli	5.7	6.1	5.6	6.0	7.7	8.6	8.0	7.1	3.9		3.9	4.0	3.7	4.1	5.0	3.1
Solo o più spesso a casa	7.4	7.9	7.2	7.7	14.7	17.4	14.5	14.3	5.3	.8	4.3	6.2	6.7	7.8	8.9	5.8
A casa o al bar	1.6	1.2	1.7	1.6	1.5	1.9	1.7	1.1	.5	3.0	.1	.6	.5		.9	.3
Solo o più spesso al bar	3.8	2.9	3.5	4.9	2.4	2.3	1.9	3.0	1.1	1.2	.9	1.2	.8	.5	.8	.8
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	38.9	35.7	38.4	41.2	31.0	33.1	32.8	27.6	30.2	18.8	28.2	32.2	19.6	29.2	25.1	17.2
Non consumatori	61.1	64.3	61.6	58.8	69.0	66.9	67.2	72.4	69.8	81.2	71.8	67.8	80.4	70.8	74.9	82.8
Consumatori forti	10.9	8.5	10.6	12.4	7.1	8.7	7.8	5.7	4.0		3.7	4.5	2.6	1.8	3.8	2.2
Consumatori medi	16.8	15.5	16.4	18.3	13.1	12.9	13.5	12.6	13.3	7.9	11.3	15.0	8.4	6.0	11.1	7.4
Consumatori deboli	11.2	11.7	11.4	10.5	10.7	11.5	11.5	9.3	12.9	10.9	13.2	12.7	8.5	21.4	10.2	7.6
Solo o più spesso a casa	19.9	18.7	20.0	20.2	22.4	26.0	23.7	19.5	21.9	6.0	21.7	22.8	16.5	24.7	21.1	14.4
A casa o al bar	7.2	7.6	6.9	7.6	3.8	3.8	4.4	3.0	3.5	9.3	2.9	3.6	1.4	2.1	2.1	1.1
Solo o più spesso al bar	11.8	9.4	11.5	13.3	4.7	3.3	4.7	5.1	4.8	3.4	3.6	5.7	1.8	2.4	2.0	1.7
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	21.4	19.1	21.1	22.9	18.1	21.8	19.6	14.9	25.9	21.1	22.4	28.7	13.0	12.7	15.7	11.8
Non consumatori	78.6	80.9	78.9	77.1	81.9	78.2	80.4	85.1	74.1	78.9	77.6	71.3	87.0	87.3	84.3	88.2
Consumatori forti	3.5	4.2	3.4	3.4	3.0	3.5	3.7	1.9	2.1	1.1	1.6	2.4	1.6		2.2	1.4
Consumatori medi	9.6	8.5	10.0	9.4	8.3	10.1	8.7	7.3	11.1	11.8	10.1	11.8	5.6	3.0	6.7	5.2
Consumatori deboli	8.3	6.4	7.8	10.2	6.7	8.2	7.1	5.7	12.7	8.2	10.7	14.4	5.8	9.7	6.8	5.3
Solo o più spesso a casa	13.3	10.7	13.1	14.8	15.1	19.3	16.5	11.9	21.3	17.2	17.2	24.4	11.6	11.2	14.1	10.6
A casa o al bar	3.6	4.4	3.3	3.8	1.4	1.3	1.5	1.4	2.1	3.9	2.9	1.4	.6		1.1	.4
Solo o più spesso al bar	4.5	4.0	4.7	4.4	1.6	1.2	1.6	1.6	2.5		2.3	2.8	.7	1.5	.6	.8
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	21.2	24.9	21.5	19.0	10.6	16.4	11.7	7.2	10.5	12.1	11.4	9.8	3.4	7.7	5.5	2.5
Non consumatori	78.8	75.1	78.5	81.0	89.4	83.6	88.3	92.8	89.5	87.9	88.6	90.2	96.6	92.3	94.5	97.5
Consumatori forti	5.2	6.8	5.2	4.4	2.3	3.2	2.5	1.7	1.4		1.6	1.4	.3	.5	.7	.2
Consumatori medi	9.8	11.5	10.0	8.8	4.9	8.3	4.7	4.4	3.7	4.5	4.1	3.3	1.1	2.1	2.2	.7
Consumatori deboli	6.2	6.6	6.3	5.8	3.4	4.9	4.6	1.2	5.4	7.7	5.7	5.1	2.0	5.0	2.5	1.7
Solo o più spesso a casa	5.1	5.9	5.0	5.0	4.5	5.3	5.3	3.2	4.8	8.1	4.9	4.5	2.4	7.2	4.1	1.5
A casa o al bar	3.7	4.6	3.7	3.4	1.5	2.9	1.6	1.0	1.8	3.0	2.2	1.6	.4		.5	.4
Solo o più spesso al bar	12.4	14.4	12.8	10.6	4.5	8.2	4.8	3.1	3.9	1.0	4.3	3.8	.6	.5	.8	.6
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	48.9	52.9	49.6	45.8	23.0	27.1	27.1	15.8	25.0	41.9	30.4	20.3	8.2	22.6	13.4	5.8
Non consumatori	51.1	47.1	50.4	54.2	77.0	72.9	72.9	84.2	75.0	58.1	69.6	79.7	91.8	77.4	86.6	94.2
Consumatori forti	12.3	14.0	12.3	11.7	4.4	4.0	5.7	2.5	3.4	5.7	3.7	3.0	.8	2.2	1.3	.6
Consumatori medi	21.7	24.3	22.2	19.7	10.5	12.6	11.8	7.9	10.6	21.2	12.6	8.7	3.5	6.7	4.9	2.8
Consumatori deboli	14.9	14.7	15.2	14.4	8.1	10.5	9.5	5.3	11.0	15.0	14.1	8.6	4.0	13.7	7.2	2.4
Solo o più spesso a casa	8.6	8.1	8.6	8.7	7.8	6.5	9.6	5.3	8.7	7.4	11.4	6.8	4.2	14.3	6.9	2.8
A casa o al bar	8.7	9.7	8.8	8.0	3.2	4.1	3.8	2.0	4.4	14.3	4.4	3.9	1.2	.6	2.2	.8
Solo o più spesso al bar	31.7	35.1	32.3	29.1	12.1	16.5	13.7	8.4	11.9	20.1	14.6	9.6	2.9	7.7	4.4	2.2

Totale Italia - Uomini

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**11034**	**1446**	**6052**	**3536**	**6488**	**779**	**3203**	**2507**	**1589**	**48**	**554**	**987**	**2979**	**49**	**713**	**2217**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	75.5	84.4	77.1	68.9	66.3	80.9	71.3	55.9	54.2	88.1	68.1	45.6	40.8	69.3	45.2	38.6
Non consumatori	24.5	15.6	22.9	31.1	33.7	19.1	28.7	44.1	45.8	11.9	31.9	54.4	59.2	30.7	54.8	61.4
Consumatori forti	48.7	63.4	50.9	38.8	48.5	59.9	53.0	39.7	27.2	57.8	40.1	19.2	24.3	30.7	32.0	21.5
Consumatori medi	16.3	13.8	16.8	16.3	9.9	12.0	9.7	9.6	16.6	15.6	21.5	14.0	8.2	25.5	4.7	9.0
Consumatori deboli	10.5	7.2	9.4	13.8	7.9	8.9	8.6	6.6	10.4	14.7	6.5	12.4	8.3	13.1	8.5	8.1
Solo o più spesso a casa	46.5	57.1	49.1	37.6	52.7	62.1	57.1	44.6	33.4	67.2	44.1	26.5	33.4	52.0	38.2	31.4
A casa o al bar	10.3	14.9	9.7	9.4	5.3	8.8	5.4	4.4	6.9		8.3	6.4	1.9	11.1	2.5	1.5
Solo o più spesso al bar	18.7	12.4	18.3	21.9	8.2	10.0	8.9	6.8	13.9	20.8	15.7	12.7	5.4	6.2	4.5	5.7
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	70.3	78.0	72.0	64.3	54.0	69.7	59.6	42.7	52.9	54.0	57.5	50.3	33.1	52.3	43.5	29.2
Non consumatori	29.7	22.0	28.0	35.7	46.0	30.3	40.4	57.3	47.1	46.0	42.5	49.7	66.9	47.7	56.5	70.8
Consumatori forti	3.0	4.3	3.3	1.9	1.2	2.4	1.0	1.2	.7		.8	.6	.3		.2	.4
Consumatori medi	17.8	26.2	19.2	12.2	12.5	26.3	14.4	6.5	9.7		13.3	8.0	3.8	4.4	7.7	2.5
Consumatori deboli	49.5	47.5	49.5	50.3	40.3	41.0	44.2	35.0	42.5	54.0	43.3	41.7	29.0	47.9	35.5	26.4
Solo o più spesso a casa	46.9	48.6	47.7	44.7	46.6	60.4	51.1	37.2	42.5	48.9	42.5	42.3	30.2	46.7	38.2	27.1
A casa o al bar	11.4	13.8	12.2	9.0	3.8	5.5	4.8	2.0	5.5		5.7	5.6	1.4	5.6	2.3	1.0
Solo o più spesso al bar	12.1	15.5	12.2	10.6	3.6	3.7	3.7	3.4	4.8	5.1	9.4	2.4	1.5		2.9	1.1
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	30.0	27.6	29.3	32.3	28.5	27.5	31.0	25.5	23.1	14.7	17.4	26.4	17.2	19.4	21.5	15.7
Non consumatori	70.0	72.4	70.7	67.7	71.5	72.5	69.0	74.5	76.9	85.3	82.6	73.6	82.8	80.6	78.5	84.3
Consumatori forti	7.8	6.4	6.9	10.0	9.2	8.9	10.8	7.3	3.6		2.2	4.5	4.1		6.2	3.5
Consumatori medi	12.7	9.2	13.3	12.9	9.7	10.3	9.5	9.8	10.5	14.7	8.9	11.2	6.8	10.0	9.1	5.9
Consumatori deboli	9.5	12.0	9.1	9.3	9.5	8.3	10.6	8.4	9.0		6.3	10.7	6.3	9.4	6.2	6.3
Solo o più spesso a casa	16.6	19.7	15.9	16.7	21.9	23.4	24.1	18.6	10.6	14.7	9.8	11.0	13.2	16.4	16.9	11.9
A casa o al bar	5.3	3.3	5.3	6.1	3.3	3.3	4.0	2.4	4.1		2.3	5.3	1.5		1.6	1.5
Solo o più spesso al bar	8.1	4.6	8.0	9.5	3.3	.8	2.9	4.5	8.3		5.4	10.1	2.5	3.0	3.0	2.3
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	38.3	47.5	38.5	34.5	28.3	45.8	31.6	19.5	27.1	20.3	30.5	25.4	12.4	33.9	17.3	10.3
Non consumatori	61.7	52.5	61.5	65.5	71.7	54.2	68.4	80.5	72.9	79.7	69.5	74.6	87.6	66.1	82.7	89.7
Consumatori forti	9.2	13.8	9.7	6.5	8.4	16.0	9.9	4.5	3.9	4.1	1.5	5.1	1.5	7.6	2.5	1.1
Consumatori medi	17.1	18.9	17.8	15.2	9.9	20.7	10.5	6.4	11.4	14.7	13.7	10.1	4.7	11.5	7.4	3.6
Consumatori deboli	12.0	14.8	11.0	12.8	10.0	9.2	11.3	8.5	11.8	1.5	15.4	10.2	6.2	14.9	7.5	5.6
Solo o più spesso a casa	20.5	30.3	21.8	14.3	22.1	39.2	23.8	15.5	13.3	16.2	13.6	13.1	9.2	29.5	11.6	8.0
A casa o al bar	6.7	9.7	6.2	6.6	3.5	4.9	4.3	2.0	5.7	4.1	8.8	4.1	1.4	4.5	3.4	.6
Solo o più spesso al bar	11.1	7.5	10.5	13.6	2.7	1.7	3.5	2.0	8.0		8.2	8.2	1.8		2.3	1.7
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	23.5	28.8	24.3	19.8	28.0	26.5	28.7	27.3	14.4	24.8	21.3	10.4	14.6	12.7	21.0	12.4
Non consumatori	76.5	71.2	75.7	80.2	72.0	73.5	71.3	72.7	85.6	75.2	78.7	89.6	85.4	87.3	79.0	87.6
Consumatori forti	8.8	7.5	9.0	8.9	12.1	7.6	11.9	13.5	3.4		5.3	2.5	5.8	3.2	6.2	5.7
Consumatori medi	7.9	9.9	8.7	5.5	8.8	8.7	9.4	8.1	4.5	2.3	6.9	3.2	4.5		9.8	2.8
Consumatori deboli	6.8	11.5	6.6	5.4	7.0	10.2	7.4	5.7	6.6	22.5	9.0	4.7	4.2	9.5	5.0	3.9
Solo o più spesso a casa	14.0	17.8	14.4	11.7	22.5	21.7	23.8	21.0	9.0	10.1	12.4	7.2	12.1	3.2	16.8	10.7
A casa o al bar	3.8	4.4	3.8	3.4	2.8	1.3	2.7	3.2	2.1	14.7	2.6	1.4	1.2	3.1	3.2	.5
Solo o più spesso al bar	5.7	6.6	6.1	4.7	2.7	3.4	2.2	3.1	3.4		6.3	1.9	1.2	6.4	1.1	1.2
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.0	8.5	7.1	6.3	3.8	8.7	4.2	1.9	3.7	14.7	4.0	3.2	.4		.4	.4
Non consumatori	93.0	91.5	92.9	93.7	96.2	91.3	95.8	98.1	96.3	85.3	96.0	96.8	99.6	100.0	99.6	99.6
Consumatori forti	.7	.9	.7	.8	.2		.3	.2					*		.2	
Consumatori medi	1.9	2.8	1.8	1.8	1.3	3.1	1.7	.4	1.7		2.5	1.4				
Consumatori deboli	4.4	4.8	4.7	3.8	2.2	5.7	2.2	1.3	2.0	14.7	1.5	1.8	.3		.2	.4
Solo o più spesso a casa	2.8	4.2	2.8	2.5	2.9	7.2	3.0	1.7	1.5		2.5	1.0	.1		.2	.1
A casa o al bar	.9	1.9	.7	1.0	.3	1.1	.3		.7	14.7	.1	.5	*		.2	
Solo o più spesso al bar	3.3	2.4	3.6	2.9	.6	.5	.9	.3	1.6		1.4	1.7	.2			.3
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	19.3	9.9	17.3	26.4	17.8	12.7	17.3	19.8	22.9	13.9	17.2	26.4	15.8	6.4	22.6	13.7
Non consumatori	80.7	90.1	82.7	73.6	82.2	87.3	82.7	80.2	77.1	86.1	82.8	73.6	84.2	93.6	77.4	86.3
Consumatori forti	2.4	1.5	2.2	3.2	2.0	.9	1.8	2.7	2.6		.7	3.8	1.3		1.2	1.3
Consumatori medi	7.6	4.4	6.3	11.3	7.6	6.5	7.1	8.5	10.7	13.9	9.2	11.4	6.4		11.2	4.8
Consumatori deboli	9.2	4.0	8.9	11.9	8.2	5.3	8.5	8.7	9.6		7.2	11.2	8.2	6.4	10.2	7.5
Solo o più spesso a casa	11.9	5.9	11.7	14.6	13.8	11.6	14.0	14.0	15.1	7.8	11.3	17.4	12.3		18.9	10.3
A casa o al bar	2.4	2.7	1.9	3.4	1.7	.3	1.7	2.1	3.8		2.5	4.6	2.1		2.4	2.1
Solo o più spesso al bar	4.9	1.3	3.7	8.4	2.4	.9	1.6	3.8	4.0	6.1	3.3	4.3	1.4	6.4	1.2	1.3
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	11.1	5.8	9.6	15.7	11.6	13.9	11.2	11.5	11.6	17.0	3.9	15.6	10.2	4.2	14.9	8.8
Non consumatori	88.9	94.2	90.4	84.3	88.4	86.1	88.8	88.5	88.4	83.0	96.1	84.4	89.8	95.8	85.1	91.2
Consumatori forti	1.8	1.1	1.6	2.5	2.3	1.1	2.3	2.6	1.5			2.4	1.6		1.6	1.7
Consumatori medi	4.7	2.9	3.5	7.5	4.4	7.9	3.3	4.8	4.1	14.7	2.0	4.9	4.3		6.8	3.5
Consumatori deboli	4.6	1.8	4.5	5.7	4.9	4.8	5.6	4.1	6.0	2.3	1.9	8.3	4.3	4.2	6.5	3.6
Solo o più spesso a casa	6.0	3.4	5.3	8.3	8.2	8.4	8.5	7.8	6.0		2.5	8.1	8.4		10.6	7.8
A casa o al bar	1.2	1.1	.9	1.7	1.5	3.2	1.4	1.2	2.2	17.0	1.0	2.4	.9	4.2	2.8	.2
Solo o più spesso al bar	3.8	1.3	3.4	5.7	1.9	2.3	1.4	2.5	3.3		.3	5.1	1.0		1.5	.8

Totale Italia - Uomini

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**11034**	**1446**	**6052**	**3536**	**6488**	**779**	**3203**	**2507**	**1589**	**48**	**554**	**987**	**2979**	**49**	**713**	**2217**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	13.6	11.5	13.5	14.5	8.6	7.6	10.3	6.7	12.2	6.1	11.6	12.7	6.7	4.2	11.8	5.0
Non consumatori	86.4	88.5	86.5	85.5	91.4	92.4	89.7	93.3	87.8	93.9	88.4	87.3	93.3	95.8	88.2	95.0
Consumatori forti	1.7	1.2	1.7	2.0	1.2	1.1	1.6	.7	.7		.9	.6	.5		.9	.4
Consumatori medi	5.3	3.3	5.6	5.5	3.2	1.5	3.8	2.8	5.5	6.1	5.1	5.7	3.1		6.6	2.0
Consumatori deboli	6.5	7.0	6.2	7.0	4.2	4.9	4.8	3.1	6.0		5.5	6.5	3.1	4.2	4.3	2.7
Solo o più spesso a casa	8.1	7.0	8.4	8.1	6.8	6.7	8.0	5.3	8.2		9.5	7.8	5.1	4.2	9.2	3.8
A casa o al bar	1.5	1.5	1.3	2.0	.5	.4	.4	.8	2.0		.8	2.6	.9		1.2	.8
Solo o più spesso al bar	3.9	3.1	3.7	4.4	1.2	.5	1.9	.6	2.0	6.1	1.3	2.3	.7		1.4	.4
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	7.9	8.5	8.1	7.3	11.3	16.7	11.7	9.3	6.4		5.1	7.3	6.2		6.6	6.1
Non consumatori	92.1	91.5	91.9	92.7	88.7	83.3	88.3	90.7	93.6	100.0	94.9	92.7	93.8	100.0	93.4	93.9
Consumatori forti	1.5	2.3	1.2	1.8	2.2	3.7	1.6	2.5	.8		1.2	.5	1.0		.8	1.1
Consumatori medi	3.4	3.0	3.8	2.8	3.6	5.4	3.6	3.2	3.1		1.1	4.3	2.8		1.5	3.3
Consumatori deboli	3.0	3.1	3.1	2.8	5.5	7.5	6.5	3.6	2.5		2.8	2.4	2.4		4.3	1.8
Solo o più spesso a casa	4.1	4.2	4.6	3.3	7.4	10.3	7.7	6.2	1.2		.6	1.6	4.3		4.4	4.4
A casa o al bar	1.2	2.4	.7	1.7	1.4	3.6	1.5	.8	1.5		1.8	1.3	.8		1.1	.7
Solo o più spesso al bar	2.6	1.8	2.9	2.3	2.4	2.8	2.5	2.3	3.7		2.8	4.3	1.0		1.2	1.0
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	16.3	15.2	15.9	17.4	21.0	27.1	20.2	20.5	11.5	25.0	8.1	12.9	9.8	7.7	14.6	8.3
Non consumatori	83.7	84.8	84.1	82.6	79.0	72.9	79.8	79.5	88.5	75.0	91.9	87.1	90.2	92.3	85.4	91.7
Consumatori forti	3.8	3.6	3.7	3.9	4.9	6.4	4.4	5.2	2.5		2.0	2.9	1.5		2.2	1.3
Consumatori medi	6.0	4.3	6.0	6.7	8.0	9.0	7.4	8.5	4.0	25.0	1.0	4.8	3.3	6.2	4.2	3.0
Consumatori deboli	6.4	7.3	6.1	6.7	8.1	11.7	8.4	6.8	5.0		5.1	5.1	5.0	1.5	8.2	4.1
Solo o più spesso a casa	8.2	8.3	8.4	8.0	14.9	19.5	14.6	14.1	6.7	4.1	5.9	7.2	6.5	6.2	10.2	5.3
A casa o al bar	2.2	1.7	2.2	2.4	2.2	3.4	2.5	1.5	1.5	14.7		1.9	1.1		2.6	.7
Solo o più spesso al bar	5.8	5.1	5.3	7.0	3.8	4.2	3.0	4.8	3.3	6.1	2.2	3.8	2.2	1.5	1.9	2.3
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	47.8	45.5	47.6	49.0	35.7	35.1	38.4	32.4	40.1	23.1	34.9	43.5	28.4	13.6	37.4	25.6
Non consumatori	52.2	54.5	52.4	51.0	64.3	64.9	61.6	67.6	59.9	76.9	65.1	56.5	71.6	86.4	62.6	74.4
Consumatori forti	16.3	13.6	16.1	17.7	9.7	7.9	11.5	7.8	7.8		4.6	9.8	5.2		8.4	4.2
Consumatori medi	20.6	19.4	20.2	21.8	14.6	15.1	14.3	14.8	19.9	23.1	16.7	21.6	12.6		17.1	11.4
Consumatori deboli	10.9	12.5	11.4	9.5	11.5	12.1	12.6	9.8	12.4		13.6	12.1	10.6	13.6	11.9	10.1
Solo o più spesso a casa	21.4	22.0	22.2	19.9	22.9	24.6	24.6	20.1	20.1		20.5	20.5	20.9		27.9	19.0
A casa o al bar	10.0	10.7	9.7	10.3	5.8	6.1	6.7	4.5	7.9	14.7	5.1	9.2	2.6	6.4	3.9	2.0
Solo o più spesso al bar	16.4	12.8	15.7	18.9	7.1	4.5	7.1	7.8	12.1	8.5	9.2	13.8	4.9	7.1	5.6	4.6
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	22.1	21.3	22.2	22.3	18.0	17.5	20.4	15.1	20.8	9.3	18.2	22.6	15.3	7.6	19.5	14.1
Non consumatori	77.9	78.7	77.8	77.7	82.0	82.5	79.6	84.9	79.2	90.7	81.8	77.4	84.7	92.4	80.5	85.9
Consumatori forti	4.3	5.9	4.2	3.8	3.6	3.4	4.7	2.2	2.7		.6	3.9	3.0		5.0	2.3
Consumatori medi	9.8	9.4	10.2	9.2	7.9	7.0	8.8	7.0	10.5		11.3	10.4	6.7		6.3	6.9
Consumatori deboli	8.1	6.1	7.9	9.3	6.5	7.1	6.9	5.9	7.7	9.3	6.4	8.3	5.7	7.6	8.2	4.8
Solo o più spesso a casa	12.3	11.0	12.6	12.2	13.8	14.2	16.3	10.6	14.7	9.3	10.8	16.9	12.3	3.1	15.2	11.5
A casa o al bar	3.9	6.0	3.4	4.0	2.0	2.2	1.8	2.1	3.0		4.8	2.2	1.1		2.4	.7
Solo o più spesso al bar	5.9	4.3	6.2	6.0	2.2	1.2	2.3	2.5	3.2		2.7	3.5	1.9	4.5	1.9	1.9
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	25.7	28.2	26.8	22.7	13.4	20.0	15.6	8.8	16.6	29.9	16.9	16.0	5.0	1.5	7.7	4.2
Non consumatori	74.3	71.8	73.2	77.3	86.6	80.0	84.4	91.2	83.4	70.1	83.1	84.0	95.0	98.5	92.3	95.8
Consumatori forti	7.5	8.9	7.7	6.6	3.5	4.5	4.0	2.5	4.0		4.1	4.1	.7	1.5	1.5	.5
Consumatori medi	12.1	11.5	12.9	10.8	6.1	9.4	6.1	5.2	5.9	5.1	7.5	5.0	1.5		2.4	1.2
Consumatori deboli	6.1	7.8	6.1	5.4	3.8	6.1	5.4	1.0	6.7	24.8	5.2	6.9	2.8		3.7	2.5
Solo o più spesso a casa	4.6	5.1	4.4	4.9	4.5	5.4	5.6	2.9	4.7	10.1	3.8	5.1	2.5		4.7	1.8
A casa o al bar	4.2	5.1	4.4	3.6	2.1	3.7	2.4	1.3	2.6	14.7	2.2	2.4	.7		.5	.9
Solo o più spesso al bar	16.9	18.1	18.0	14.2	6.7	10.8	7.5	4.6	9.2	5.1	10.8	8.5	1.7	1.5	2.5	1.5
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	54.3	58.7	55.1	51.0	26.8	32.4	31.7	19.0	31.4	66.4	35.7	27.8	12.2	15.2	18.5	10.0
Non consumatori	45.7	41.3	44.9	49.0	73.2	67.6	68.3	81.0	68.6	33.6	64.3	72.2	87.8	84.8	81.5	90.0
Consumatori forti	17.1	18.2	17.7	15.5	6.1	5.9	7.9	3.7	7.5	9.3	7.6	7.3	1.6		2.7	1.3
Consumatori medi	23.8	26.8	24.1	22.1	12.5	14.0	14.8	9.1	15.1	23.0	16.5	14.0	6.1	11.1	8.3	5.3
Consumatori deboli	13.4	13.6	13.3	13.5	8.3	12.6	9.0	6.2	8.8	34.1	11.6	6.5	4.5	4.2	7.5	3.5
Solo o più spesso a casa	6.7	8.1	6.1	7.2	6.3	6.0	7.9	4.3	6.1	11.7	7.8	5.1	4.7		7.8	3.8
A casa o al bar	9.0	10.2	9.3	8.0	3.8	3.1	4.7	2.8	5.6	14.7	5.8	5.2	1.3		1.9	1.2
Solo o più spesso al bar	38.6	40.4	39.7	35.9	16.7	23.4	19.1	11.8	19.6	40.1	22.2	17.5	6.2	15.2	8.8	5.1

Totale Italia - Donne

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**8074**	**1106**	**4817**	**2151**	**5193**	**627**	**2799**	**1767**	**4358**	**153**	**1750**	**2455**	**6140**	**136**	**1700**	**4304**
	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**
1 - ACQUA MINERALE																
Consumatori ultimi tre mesi	73.5	83.4	75.2	64.6	71.0	83.4	71.1	66.8	52.9	72.7	63.1	43.9	46.8	76.9	57.1	41.5
Non consumatori	26.5	16.6	24.8	35.4	29.0	16.6	28.9	33.2	47.1	27.3	36.9	56.1	53.2	23.1	42.9	58.5
Consumatori forti	49.9	60.4	52.1	39.4	55.2	64.7	53.3	55.4	29.5	61.3	37.5	21.5	31.4	64.1	38.4	27.5
Consumatori medi	12.2	14.5	11.6	12.5	8.2	6.5	9.2	6.9	10.0	2.1	12.2	8.8	7.7	1.3	9.7	7.0
Consumatori deboli	11.4	8.5	11.5	12.6	7.6	12.2	8.6	4.5	13.4	9.3	13.4	13.6	7.7	11.5	9.0	7.0
Solo o più spesso a casa	55.1	62.9	57.3	45.8	64.4	65.6	64.9	63.4	42.9	55.5	51.9	35.2	43.3	69.2	50.5	39.5
A casa o al bar	7.6	11.1	7.7	5.7	3.1	8.9	3.0	1.6	2.5	9.8	2.5	2.1	1.5	.9	2.8	.9
Solo o più spesso al bar	10.8	9.4	10.2	13.1	3.4	8.9	3.3	1.9	7.4	7.3	8.7	6.5	2.0	6.9	3.8	1.1
2 - SPUMANTE ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	70.9	78.7	71.2	66.2	55.1	65.4	59.0	45.0	59.5	68.1	64.8	54.9	32.3	49.3	41.5	27.8
Non consumatori	29.1	21.3	28.8	33.8	44.9	34.6	41.0	55.0	40.5	31.9	35.2	45.1	67.7	50.7	58.5	72.2
Consumatori forti	1.9	4.6	1.5	1.5	1.3	3.3	1.3	.5	.2		.3	.2	.6	6.8	.6	.4
Consumatori medi	17.0	24.8	17.7	11.3	11.2	18.0	13.3	5.6	6.6	20.5	7.5	5.1	4.3	16.5	7.8	2.5
Consumatori deboli	52.0	49.4	52.0	53.5	42.7	44.1	44.5	39.0	52.7	47.6	57.0	49.6	27.4	26.1	33.1	24.8
Solo o più spesso a casa	54.0	57.3	54.0	52.3	50.3	58.1	53.8	41.6	51.0	49.7	52.5	49.9	29.7	37.4	39.1	25.4
A casa o al bar	8.8	12.0	8.3	8.1	2.7	5.9	3.0	1.2	5.2	13.2	7.7	2.7	1.3	2.9	1.0	1.4
Solo o più spesso al bar	8.2	9.4	8.9	5.8	2.2	1.4	2.3	2.3	3.3	5.2	4.5	2.2	1.2	9.1	1.4	1.0
3 - BRANDY ITALIANO																
Consumatori ultimi tre mesi	12.2	11.1	12.7	11.6	16.7	24.5	16.8	13.9	9.8	3.9	10.6	9.5	7.1	21.2	9.6	5.7
Non consumatori	87.8	88.9	87.3	88.4	83.3	75.5	83.2	86.1	90.2	96.1	89.4	90.5	92.9	78.8	90.4	94.3
Consumatori forti	1.6	2.0	1.5	1.5	2.6	3.1	3.3	1.4	.8		1.5	.3	1.0		1.0	1.0
Consumatori medi	4.4	4.2	4.8	3.7	6.0	11.2	5.4	5.4	2.8		3.4	2.5	2.6	7.7	3.8	2.0
Consumatori deboli	6.2	4.8	6.4	6.5	8.0	10.2	8.2	7.0	6.2	3.9	5.8	6.7	3.5	13.5	4.8	2.7
Solo o più spesso a casa	9.4	9.4	9.5	9.1	15.7	23.1	15.6	13.5	8.8	3.9	9.8	8.2	6.7	18.3	9.2	5.3
A casa o al bar	1.3	1.1	1.4	1.2	.5	1.2	.7		.5		.5	.5	.2		.1	.3
Solo o più spesso al bar	1.5	.5	1.8	1.3	.5	.2	.6	.4	.5		.2	.8	.2	2.9	.3	.1
4 - WHISKY																
Consumatori ultimi tre mesi	15.9	22.8	15.3	13.7	15.3	25.2	16.9	9.5	7.4	5.2	9.7	5.7	5.3	17.2	7.1	4.3
Non consumatori	84.1	77.2	84.7	86.3	84.7	74.8	83.1	90.5	92.6	94.8	90.3	94.3	94.7	82.8	92.9	95.7
Consumatori forti	2.3	3.2	2.2	1.9	2.4	4.1	2.7	1.4	.4		.9	.1	.6		1.0	.5
Consumatori medi	6.3	11.3	5.9	4.7	5.7	12.1	6.0	3.0	2.9		4.6	1.8	1.7		3.7	.9
Consumatori deboli	7.4	8.3	7.3	7.1	7.3	9.0	8.2	5.0	4.0	5.2	4.2	3.8	3.0	17.2	2.4	2.9
Solo o più spesso a casa	11.0	15.3	10.8	9.3	13.8	24.0	14.8	8.9	6.1	3.4	7.9	4.8	5.1	17.2	6.8	4.1
A casa o al bar	1.9	3.5	1.7	1.4	.8	1.2	1.1	.2	.5		.9	.3	.1			.1
Solo o più spesso al bar	3.1	4.0	2.9	3.0	.8		1.1	.4	.8	1.9	1.0	.6	.1		.3	*
5 - GRAPPA																
Consumatori ultimi tre mesi	9.3	13.6	8.9	7.8	13.6	12.0	12.9	15.2	6.1		7.3	5.5	5.6	4.2	6.7	5.2
Non consumatori	90.7	86.4	91.1	92.2	86.4	88.0	87.1	84.8	93.9	100.0	92.7	94.5	94.4	95.8	93.3	94.8
Consumatori forti	2.2	1.7	2.5	1.5	4.1	3.6	3.3	5.7	1.0		1.2	.9	1.6	2.9	2.0	1.4
Consumatori medi	3.1	6.9	2.5	2.7	4.4	3.7	4.5	4.4	1.3		2.3	.7	2.1	1.3	3.0	1.7
Consumatori deboli	4.0	5.0	3.9	3.5	5.1	4.7	5.1	5.1	3.8		3.9	3.9	1.9		1.7	2.0
Solo o più spesso a casa	7.3	8.7	7.3	6.7	12.6	11.1	11.9	14.3	5.1		5.3	5.4	5.4	4.2	6.4	4.9
A casa o al bar	.9	3.0	.6	.3	.3		.3	.4	.3		.6	.1				
Solo o più spesso al bar	1.1	1.9	1.0	.8	.7	1.0	.8	.6	.6		1.5	*	.2		.2	.2
6 - VODKA																
Consumatori ultimi tre mesi	3.9	4.9	3.2	5.0	1.7	3.0	2.1	.4	1.7	2.2	2.3	1.2	.6	9.0	1.0	.3
Non consumatori	96.1	95.1	96.8	95.0	98.3	97.0	97.9	99.6	98.3	97.8	97.7	98.8	99.4	91.0	99.0	99.7
Consumatori forti	.1	.5	*		.1		.1		.1		.2					
Consumatori medi	1.2	1.0	1.1	1.6	.5		.7	.2	.3			.5	*		.1	
Consumatori deboli	2.6	3.4	2.0	3.4	1.1	3.0	1.4	.2	1.4	2.2	2.1	.7	.6	9.0	.9	.3
Solo o più spesso a casa	2.2	3.4	1.5	3.2	1.4	1.8	1.9	.4	1.2		1.3	1.2	.4	9.0	.6	.1
A casa o al bar	.5	.5	.4	.8	.1	1.2			.1		.2		.1			.1
Solo o più spesso al bar	1.2	1.0	1.3	1.0	.1		.2		.4	2.2	.8		.1		.4	
7 - AMARETTO																
Consumatori ultimi tre mesi	17.8	11.8	16.5	24.1	17.9	14.9	17.9	18.9	23.1	14.9	23.1	23.6	14.0	29.7	18.0	11.8
Non consumatori	82.2	88.2	83.5	75.9	82.1	85.1	82.1	81.1	76.9	85.1	76.9	76.4	86.0	70.3	82.0	88.2
Consumatori forti	1.3	1.0	1.1	2.2	1.5	.8	1.5	1.8	.9		1.8	.3	1.2		2.2	.7
Consumatori medi	7.2	5.5	6.8	8.7	6.4	6.6	6.0	6.9	7.0	2.7	6.0	8.1	4.3	4.8	5.5	3.7
Consumatori deboli	9.3	5.3	8.6	13.2	10.0	7.5	10.4	10.1	15.2	12.2	15.4	15.2	8.5	24.9	10.2	7.4
Solo o più spesso a casa	13.8	9.0	13.0	18.0	16.8	14.1	16.6	17.8	19.4	8.8	18.7	20.6	13.2	26.8	16.9	11.3
A casa o al bar	1.7	.7	1.5	2.8	.4	.8	.4	.4	1.3	6.1	1.2	1.1	.5		.6	.5
Solo o più spesso al bar	2.3	2.2	2.0	3.2	.7		.9	.7	2.4		3.2	1.9	.2	2.9	.5	.1
8 - SAMBUCA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.9	3.4	6.6	9.3	8.9	7.8	8.9	9.3	11.8	10.4	9.3	13.8	7.0	12.4	9.0	6.0
Non consumatori	93.1	96.6	93.4	90.7	91.1	92.2	91.1	90.7	88.2	89.6	90.7	86.2	93.0	87.6	91.0	94.0
Consumatori forti	.7		.8	.7	1.2	2.5	1.2	.7	.7		.6	.9	.4		.6	.4
Consumatori medi	2.2	1.2	2.2	2.7	3.1	1.9	3.0	3.6	3.4	4.3	1.4	4.8	2.0		2.3	2.0
Consumatori deboli	3.9	2.1	3.5	5.9	4.7	3.4	4.7	5.0	7.7	6.1	7.3	8.1	4.5	12.4	6.1	3.6
Solo o più spesso a casa	5.3	2.1	4.9	8.0	7.9	6.8	8.2	7.9	11.0	8.1	8.3	13.2	6.5	9.5	8.1	5.7
A casa o al bar	.5	.3	.6	.5	.4	.6	.3	.6	.3	1.3		.5	.4		.6	.3
Solo o più spesso al bar	1.0	1.0	1.1	.9	.6	.4	.4	.8	.4	1.0	.9		.2	2.9	.3	

Totale Italia - Donne

Consumo di bevande

secondo: lettori/non lettori di quotidiani
target/sesso per età e per classe sociale

(percentuali di penetrazione)

	LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI								NON LETTORI DI QUOTIDIANI ISEGIPRESS ULTIMI 7 GIORNI							
	FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE				FINO A 44 ANNI				45 ANNI ED OLTRE			
		CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE				CLASSE ECON-SOCIALE		
	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore	Totale	Supe-riore	Media	Infe-riore
TOTALE POPOLAZIONE	**8074**	**1106**	**4817**	**2151**	**5193**	**627**	**2799**	**1767**	**4358**	**153**	**1750**	**2455**	**6140**	**136**	**1700**	**4304**
	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**
9 - LIQUORE AL CAFFÈ																
Consumatori ultimi tre mesi	12.2	9.3	11.9	14.5	11.2	10.4	12.1	9.8	14.4	12.8	12.0	16.3	7.5	9.9	11.8	5.5
Non consumatori	87.8	90.7	88.1	85.5	88.8	89.6	87.9	90.2	85.6	87.2	88.0	83.7	92.5	90.1	88.2	94.5
Consumatori forti	.9	.4	1.2	.3	1.1	1.0	1.2	.8	1.3		1.1	1.6	.3		.1	.4
Consumatori medi	4.9	5.3	4.4	5.8	4.1	2.7	4.4	4.2	4.1		2.7	5.3	2.4		5.2	1.2
Consumatori deboli	6.5	3.6	6.2	8.4	6.0	6.7	6.5	4.7	9.0	12.8	8.1	9.4	4.7	9.9	6.5	3.8
Solo o più spesso a casa	9.3	6.4	9.0	11.5	10.4	8.6	11.7	8.7	12.5	10.6	9.6	14.8	7.1	6.0	11.4	5.2
A casa o al bar	.8	1.3	.7	.8	.3	.8	.3		.6		.4	.7	.3		.3	.3
Solo o più spesso al bar	2.1	1.6	2.2	2.2	.6	1.0	.1	1.2	1.3	2.2	2.1	.7	.1	3.9	.1	
10 - CHINA																
Consumatori ultimi tre mesi	6.0	6.9	5.6	6.7	10.6	15.1	9.5	11.2	4.5	1.3	5.5	4.0	5.8	11.3	7.6	4.9
Non consumatori	94.0	93.1	94.4	93.3	89.4	84.9	90.5	88.8	95.5	98.7	94.5	96.0	94.2	88.7	92.4	95.1
Consumatori forti	.5	.4	.7	.3	1.2	2.2	.8	1.6	.4		.2	.5	1.0		1.3	.8
Consumatori medi	1.3	2.4	1.0	1.6	4.6	8.3	4.0	4.5	1.4		1.9	1.0	2.0	6.5	2.7	1.6
Consumatori deboli	4.1	4.1	3.9	4.8	4.8	4.6	4.6	5.1	2.8	1.3	3.3	2.5	2.8	4.8	3.6	2.4
Solo o più spesso a casa	4.1	3.4	4.0	4.7	9.3	11.3	8.3	10.4	4.0	1.3	4.4	3.8	5.3	11.3	6.8	4.5
A casa o al bar	.4	.8	.3	.3	.6	.9	.8	.2	.1		.2		.4		.8	.3
Solo o più spesso al bar	1.6	2.6	1.3	1.7	.7	3.0	.4	.5	.4		.8	.2	.1			.1
11 - FERNET																
Consumatori ultimi tre mesi	8.4	8.0	8.1	9.2	15.6	14.7	15.9	15.4	5.1		4.5	5.9	7.1	8.5	8.9	6.2
Non consumatori	91.6	92.0	91.9	90.8	84.4	85.3	84.1	84.6	94.9	100.0	95.5	94.1	92.9	91.5	91.1	93.8
Consumatori forti	.6	1.1	.5	.4	2.4	2.7	2.1	2.8	.3		.2	.4	1.2	3.2	1.8	.8
Consumatori medi	3.0	2.2	2.7	3.9	6.0	7.3	6.3	5.1	1.4		.7	2.0	2.9		3.4	2.8
Consumatori deboli	4.8	4.7	4.9	4.8	7.2	4.7	7.5	7.5	3.4		3.6	3.5	3.0	5.3	3.6	2.6
Solo o più spesso a casa	6.4	7.3	5.8	7.3	14.5	14.7	14.3	14.7	4.8		3.8	5.8	6.8	8.5	8.3	6.1
A casa o al bar	.7	.5	.9	.3	.6		.9	.4	*		.1		.1		.2	.1
Solo o più spesso al bar	1.3	.2	1.4	1.5	.5		.7	.3	.3		.5	.1	.1		.4	
12 - AMARO																
Consumatori ultimi tre mesi	27.1	23.8	27.1	28.6	25.0	30.6	26.5	20.5	26.3	17.7	26.1	27.1	15.2	37.0	20.0	12.5
Non consumatori	72.9	76.2	72.9	71.4	75.0	69.4	73.5	79.5	73.7	82.3	73.9	72.9	84.8	63.0	80.0	87.5
Consumatori forti	3.7	2.3	3.9	4.0	3.9	9.6	3.6	2.7	2.6		3.4	2.1	1.4	2.7	1.9	1.1
Consumatori medi	11.9	10.8	11.7	12.7	11.3	10.2	12.6	9.2	10.7	4.1	9.6	12.0	6.3	9.0	8.7	5.2
Consumatori deboli	11.5	10.7	11.5	12.0	9.8	10.8	10.3	8.6	13.0	13.6	13.1	12.9	7.5	25.3	9.4	6.3
Solo o più spesso a casa	17.9	14.8	17.4	20.8	21.9	27.9	22.7	18.7	22.6	7.5	22.1	23.9	14.2	37.0	18.2	11.9
A casa o al bar	3.4	3.9	3.3	3.4	1.4	1.0	1.9	.7	1.8	8.0	2.2	1.1	.8		1.3	.5
Solo o più spesso al bar	5.7	5.1	6.3	4.4	1.7	1.8	2.0	1.1	2.0	2.2	1.8	2.1	.2		.4	.1
13 - VERMOUTH																
Consumatori ultimi tre mesi	20.4	16.4	19.7	24.0	18.2	27.1	18.7	14.6	27.9	24.0	23.7	31.3	11.8	15.3	14.2	10.6
Non consumatori	79.6	83.6	80.3	76.0	81.8	72.9	81.3	85.4	72.1	76.0	76.3	68.7	88.2	84.7	85.8	89.4
Consumatori forti	2.4	2.1	2.3	2.7	2.3	3.6	2.6	1.3	1.8	1.3	1.9	1.8	.9		1.1	.8
Consumatori medi	9.4	7.5	9.7	9.7	8.9	13.9	8.6	7.8	11.4	14.8	9.7	12.4	5.1	4.5	6.9	4.2
Consumatori deboli	8.6	6.8	7.7	11.6	7.0	9.6	7.4	5.5	14.7	7.9	12.1	17.1	5.9	10.8	6.2	5.6
Solo o più spesso a casa	14.6	10.5	13.7	18.9	16.8	25.6	16.8	13.9	23.9	19.2	19.2	27.7	11.3	15.3	13.7	10.2
A casa o al bar	3.1	2.3	3.2	3.3	.7	.3	1.0	.3	1.7	4.9	2.3	1.1	.4		.5	.3
Solo o più spesso al bar	2.7	3.6	2.8	1.8	.7	1.2	.8	.4	2.3		2.2	2.5	.1			.2
14 - APERITIVO ALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	15.3	20.8	15.0	13.1	7.1	12.1	7.4	4.9	8.2	7.7	9.7	7.1	2.6	10.8	4.5	1.6
Non consumatori	84.7	79.2	85.0	86.9	92.9	87.9	92.6	95.1	91.8	92.3	90.3	92.9	97.4	89.2	95.5	98.4
Consumatori forti	2.1	4.3	2.0	1.1	.8	1.7	.8	.5	.5		.8	.2	.1		.4	
Consumatori medi	6.9	11.5	6.4	5.7	3.5	7.0	3.1	3.0	2.8	4.3	3.1	2.6	1.0	3.2	2.1	.4
Consumatori deboli	6.3	5.1	6.6	6.3	2.9	3.4	3.6	1.4	4.9	3.4	5.9	4.3	1.5	7.6	2.0	1.2
Solo o più spesso a casa	5.8	6.9	5.8	5.2	4.5	5.3	4.9	3.6	4.8	7.7	5.3	4.2	2.3	10.8	3.9	1.3
A casa o al bar	3.0	4.0	2.9	3.0	.8	1.8	.8	.6	1.6		2.2	1.2	.2		.5	.1
Solo o più spesso al bar	6.4	10.0	6.2	5.0	1.8	5.0	1.8	.7	1.9		2.3	1.7	.1		.1	.1
15 - APERITIVO ANALCOOLICO																
Consumatori ultimi tre mesi	41.9	46.0	42.8	37.5	18.2	20.5	21.9	11.1	22.5	35.7	28.8	16.9	6.2	26.3	11.3	3.5
Non consumatori	58.1	54.0	57.2	62.5	81.8	79.5	78.1	88.9	77.5	64.3	71.2	83.1	93.8	73.7	88.7	96.5
Consumatori forti	6.0	8.9	5.6	5.6	2.3	1.7	3.3	.8	1.8	4.8	2.5	1.0	.4	3.3	.7	.2
Consumatori medi	19.0	21.1	19.8	16.0	8.0	10.8	8.5	6.2	8.9	20.7	11.4	6.3	2.1	4.5	3.5	1.5
Consumatori deboli	16.8	16.0	17.4	15.9	7.9	8.0	10.1	4.1	11.9	10.2	14.9	9.6	3.7	18.4	7.1	1.9
Solo o più spesso a casa	11.0	8.1	11.6	11.1	9.6	7.2	11.6	6.8	9.7	6.4	12.6	7.6	3.9	21.4	6.5	2.3
A casa o al bar	8.2	9.1	8.2	8.0	2.4	5.4	2.7	.8	3.9	14.2	4.0	3.2	1.1	.9	2.3	.6
Solo o più spesso al bar	22.6	28.8	23.1	18.4	6.3	8.0	7.6	3.4	8.9	15.1	12.2	6.0	1.2	3.9	2.5	.6

Fotocomposizione compulaserizzata® dalla dataflash - Varese
Printed in Italy by reggiani - Varese