

Centro Studi OTIPI

# Indagine nazionale OTIPI sui mezzi pubblicitari **1963**

eseguita dalla **DOXA**  
Istituto per le Ricerche Statistiche  
e l'Analisi dell'Opinione Pubblica





# Centro Studi OTIPI

Organizzazioni di tecnica pubblicitaria

Milano

Piazza Duomo, 19  
tel. 86.52.62 - 89.58.01

## Consiglio direttivo:

Presidente	Arnaldo Cappellini
Vice Presidente	Bruno Ferrarì
Tesoriere	Stanislao Angelo Ponlatosky
Consiglieri	Mario Bellavista
	Gian Luigi Botter
	Anton Gino Domeneghini
	Vittorio Orsini
	Giuseppe Tecchio
	Ray Thompson

## Comitato tecnico:

Presidente	Paul H. Berent - <i>J. Walter Thompson (Italia) S.p.A.</i>
Membri	Orfeo Cechet - <i>Lintas S.r.l.</i>
	Vincenzo Nebuloni - <i>Masius Omnia</i>
	Raffaello Romanelli - <i>C.P.V. Italiana S.p.A.</i>
	Gilberto Valentini - <i>Radar &amp; Benson S.p.A.</i>

Centro Studi OTIP

Via ...  
Tel. ...

...

...

Hanno finanziato l'indagine le seguenti Agenzie:

Ala Pubblicità  
Studio Arces  
A.T.A.  
BBDO - SIRPI  
Studio Benelli  
Dott. Alberto Calabresi  
C.P.V. Italiana  
I.M.A.  
Intam Italiana  
Agenzia Lambert O.P.  
Lintas  
Masius Omnia  
McCann Erickson Italiana  
Agenzia Orsini  
Pubblicità Internazionale  
Radar & Benson  
R.A.M.I. Royds Italiana  
Seller  
Studio Sigla  
Studio Stile  
Studio Armando Testa  
J. Walter Thompson  
Studio Ultra  
Young & Rubicam-Itamco



Questa indagine, indetta e finanziata dalla O.T.I.P.I. (l'Associazione delle Agenzie di Tecnica Pubblicitaria, che con essa ha dato vita al suo Centro Studi), è un'opera attuale e completa e ci auguriamo sia apprezzata come un nuovo ausilio fondamentale per la conoscenza e la valutazione dei mezzi; ma è anche un segno della maturità e dello scrupolo professionale della nostra Associazione.

Il Consiglio Direttivo della O.T.I.P.I. ringrazia vivamente le 24 Agenzie fondatrici del Centro Studi che si sono quotate per il finanziamento dell'indagine, dimostrando fiducia nell'iniziativa e concreta valutazione del loro compito nel campo della tecnica pubblicitaria.

Un vivo ringraziamento va anche al Comitato Tecnico che ha radunato esperti di sicuro valore e di esperienza attiva, svolgendo un lavoro intenso e quanto mai prezioso, a fianco dell'Istituto Doxa, impegnato in uno studio che era stato preordinato con esigenze molteplici e inderogabili.

Con la fondazione del Centro Studi la O.T.I.P.I. si propone di continuare, anche in questo settore, la sua attività a favore di maggiori conoscenze nel settore pubblicitario e soprattutto in appoggio agli utenti.

Questa indagine, quindi, va considerata come la prima iniziativa di un programma che nasce con le premesse più concrete e più impegnative.

IL PRESIDENTE



(Dr. Arnaldo Cappellini)

1870

1870

1870

1870



# Importante

Si richiama l'attenzione degli utilizzatori del presente volume sulla necessità di tener presente il significato dei termini impiegati nelle tavole, e di conseguenza la portata delle diverse stime.

Ecco le principali definizioni.

- *Lettori di giornali* sono coloro che ricordavano (al momento dell'intervista) di aver letto o guardato un quotidiano nel giorno precedente l'intervista.
- *Lettori di settimanali* sono coloro che ricordavano di aver letto o guardato un settimanale (l'ultimo numero uscito o anche un qualunque numero arretrato) nei sette giorni precedenti l'intervista.
- *Lettori di mensili* sono coloro che ricordavano di aver letto o guardato un mensile (l'ultimo numero o anche un numero arretrato) nelle quattro settimane precedenti l'intervista.
- *Spettatori del cinema in una « settimana media »* sono coloro che sono stati al cinema almeno una volta nei sette giorni precedenti l'intervista.
- *Ascoltatori della radio in un determinato intervallo* sono coloro che nel giorno precedente l'intervista hanno ascoltato la radio in tutto l'intervallo o in una frazione anche piccola dell'intervallo, sul programma considerato (Nazionale o Secondo).
- *Ascoltatori della TV in un determinato intervallo* sono coloro che nel giorno precedente

l'intervista hanno guardato la televisione in tutto l'intervallo o in una frazione anche piccola dell'intervallo, sul programma considerato (1° Canale o 2° Canale).

Nei fogli colorati che precedono le singole parti del volume sono ulteriormente precisate le suddette definizioni, e riportate tutte le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

Tutte le cifre contenute nelle tavole sono stime, ricavate da un campione di 16.000 unità (circa 1 per ogni 2.000 adulti); pertanto esse non danno la misura esatta dei vari fenomeni, ma approssimazioni più o meno buone. In genere l'errore « statistico » (cioè dipendente da divergenze accidentali fra le caratteristiche del campione e quelle di tutti gli adulti) è relativamente grande quando la collettività è piccola, e viceversa. Per esempio, i dati riguardanti un singolo giornale sono meno attendibili di quelli riguardanti tutti i giornali; i dati sui telespettatori di una sola zona geografica o di una sola classe sociale sono meno attendibili di quelli che si riferiscono alla totalità degli adulti che guardano la TV.

**Al tempo delle prime indagini campionarie sui « media » molti utenti di pubblicità diffidavano dei risultati, al punto di non accettarli neppure come stime orientative. Oggi, dopo vent'anni di continui progressi nelle tecniche statistiche e di**

applicazioni in ogni campo e in ogni paese, bisogna guardarsi dall'eccesso opposto, cioè quello di considerare i risultati tanto esatti da consentire giudizi comparativi anche quando le differenze fra due cifre sono inferiori all'errore statistico. Per quanto riguarda i confronti tra i risultati di questa indagine, e quelli ottenuti dallo studio U.P.A. del 1958, essi non sono possibili a causa dei differenti metodi di rilevazione adottati.

L'O.TI.PI. e la DOXA saranno grati a tutti coloro che, mettendo a disposizione degli utenti statistiche complete e documentate sui vari fenomeni, consentiranno nuovi controlli delle stime contenute nel presente volume, contribuendo così al futuro perfezionamento delle tecniche d'indagine.

---

COPYRIGHT BY CENTRO STUDI O.TI.PI.  
TUTTI I DIRITTI RISERVATI

La riproduzione o la pubblicazione, anche parziale, del testo e delle tavole è vietata, salvo autorizzazione scritta del Centro Studi O.TI.PI.

Il Proprietario della presente copia si impegna, all'atto del ritiro, a non cedere la copia a terzi, e a non consentire che venga consultata da persone estranee all'Azienda per scopi non strettamente attinenti alla diretta utilizzazione dei dati da parte dell'Azienda stessa e comunque a non consentire che venga consultata fuori della Sede dell'Azienda. Il Proprietario si impegna inoltre a custodire la copia con diligenza in modo da rendere impossibile l'esecuzione abusiva di copie o estratti.

---

REPORTS

# Indice

Obbiettivi dell'indagine  
Esecuzione dell'indagine  
Note per l'interpretazione delle tavole

## Quotidiani

### Sezione Prima

#### Letture di quotidiani

(numero di adulti che leggono o sfogliano in un giorno medio, uno, due o più quotidiani)

Pag. 6	Tavola 1	Composizione dei lettori di quotidiani
		<b>Adulti</b>
» 7	Tavola 1.1.1	secondo zona geografica
» 8	1.1.2	secondo grandezza del comune
» 9	1.1.3	secondo regione
» 10	1.1.3	secondo regione (seguito)
» 11	1.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 12	1.1.5	secondo età
» 13	1.1.6	secondo professione
» 14	1.1.6	secondo professione (seguito)
» 15	1.1.7	secondo grado di istruzione
» 16	1.1.8	secondo utenza di veicoli
		<b>Uomini</b>
» 17	1.2.1	secondo zona geografica
» 18	1.2.2	secondo classe sociale
» 19	1.2.3	secondo età
		<b>Donne</b>
» 20	1.3.1	secondo zona geografica
» 21	1.3.2	secondo classe sociale
» 22	1.3.3	secondo età
		<b>Donne di casa</b>
» 23	1.4.1	secondo zona geografica
» 24	1.4.2	secondo classe sociale
» 25	1.4.3	secondo età
» 26	1.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

### Sezione Seconda

#### Letture dei singoli quotidiani

(adulti che leggono, in un giorno medio, i singoli quotidiani)

Pag. 27	Tavola 2a	Composizione dei lettori dei singoli quotidiani
» 28	2b	Composizione dei lettori dei singoli quotidiani (seguito)
		<b>Adulti</b>
» 29	Tavola 2.1.1	secondo zona geografica
» 30	2.1.2	secondo grandezza del comune
» 31	2.1.3	secondo regione
» 32	2.1.3	secondo regione (seguito)
» 33	2.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 34	2.1.5	secondo età
» 35	2.1.6	secondo luogo di edizione
		<b>Uomini</b>
» 36	2.2.1	secondo zona geografica
» 37	2.2.2	secondo classe sociale
» 38	2.2.3	secondo età
		<b>Donne</b>
» 39	2.3.1	secondo zona geografica
» 40	2.3.2	secondo classe sociale
» 41	2.3.3	secondo età
		<b>Donne di casa</b>
» 42	2.4.1	secondo zona geografica
» 43	2.4.2	secondo classe sociale
» 44	2.4.3	secondo età

## Settimanali

### Sezione Terza

**Letture di settimanali**  
(adulti che leggono, in una settimana media, uno, due, ecc., settimanali di attualità; settimanali per famiglia; femminili; ecc.)

Pag. 46	Tavola 3a	Composizione dei lettori di settimanali in genere
» 47	3b	Composizione dei lettori di settimanali dei diversi tipi

#### Adulti

» 48	Tavola 3.1.1	secondo zona geografica
» 49	3.1.2	secondo grandezza del comune
» 50	3.1.3	secondo regione
» 51	3.1.3	secondo regione (seguito)
» 52	3.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 53	3.1.5	secondo età
» 54	3.1.6	secondo professione
» 55	3.1.6	secondo professione (seguito)
» 56	3.1.7	secondo grado di istruzione
» 57	3.1.8	secondo utenza di veicoli

#### Uomini

» 58	3.2.1	secondo zona geografica
» 59	3.2.2	secondo classe sociale
» 60	3.2.3	secondo età

#### Donne

» 61	3.3.1	secondo zona geografica
» 62	3.3.2	secondo classe sociale
» 63	3.3.3	secondo età

#### Donne di casa

» 64	3.4.1	secondo zona geografica
» 65	3.4.2	secondo classe sociale
» 66	3.4.3	secondo età
» 67	3.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

### Sezione Quarta

**Letture dei singoli settimanali di attualità e per famiglia**  
(adulti che leggono, in una settimana media, i singoli settimanali di attualità e per famiglia)

Pag. 68	Tavola 4a	Composizione dei lettori dei singoli settimanali di attualità
» 69	4b	Composizione dei lettori dei singoli settimanali per famiglia

#### Adulti

» 70	Tavola 4.1.1	secondo zona geografica
» 71	4.1.2	secondo grandezza del comune
» 72	4.1.3	secondo regione
» 73	4.1.3	secondo regione (seguito)
» 74	4.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 75	4.1.5	secondo età
» 76	4.1.6	secondo professione
» 77	4.1.6	secondo professione (seguito)
» 78	4.1.7	secondo grado di istruzione
» 79	4.1.8	secondo utenza di veicoli

#### Uomini

» 80	4.2.1	secondo zona geografica
» 81	4.2.2	secondo classe sociale
» 82	4.2.3	secondo età

#### Donne

» 83	4.3.1	secondo zona geografica
» 84	4.3.2	secondo classe sociale
» 85	4.3.3	secondo età

#### Donne di casa

» 86	4.4.1	secondo zona geografica
» 87	4.4.2	secondo classe sociale
» 88	4.4.3	secondo età
» 89	4.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

## Settimanali

### Sezione Quinta

Letture dei singoli settimanali femminili  
(adulti che leggono, in una settimana media, i singoli settimanali femminili)

Pag. 90	Tavola 5a	Composizione dei lettori dei singoli settimanali femminili
» 91	5b	Composizione dei lettori dei singoli settimanali femminili (seguito)
<b>Adulti</b>		
» 92	Tavola 5.1.1	secondo zona geografica
» 93	5.1.2	secondo grandezza del comune
» 94	5.1.3	secondo regione
» 95	5.1.3	secondo regione (seguito)
» 96	5.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 97	5.1.5	secondo età
» 98	5.1.6	secondo professione
» 99	5.1.6	secondo professione (seguito)
» 100	5.1.7	secondo grado di istruzione
» 101	5.1.8	secondo utenza di veicoli
<b>Uomini</b>		
» 102	5.2.1	secondo zona geografica
» 103	5.2.2	secondo classe sociale
» 104	5.2.3	secondo età
<b>Donne</b>		
» 105	5.3.1	secondo zona geografica
» 106	5.3.2	secondo classe sociale
» 107	5.3.3	secondo età
<b>Donne di casa</b>		
» 108	5.4.1	secondo zona geografica
» 109	5.4.2	secondo classe sociale
» 110	5.4.3	secondo età
» 111	5.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

### Sezione Sesta

Letture dei singoli settimanali di fotoromanzi, programmi Rai-TV e diversi  
(adulti che leggono, in una settimana media, i singoli settimanali di fotoromanzi programmi radio-TV e diversi)

Pag. 112	Tavola 6a	Composizione dei lettori di settimanali di fotoromanzi
» 113	6b	Composizione dei lettori di settimanali di programmi Radio-TV
» 114	6c	Composizione dei lettori di settimanali diversi
<b>Adulti</b>		
» 115	Tavola 6.1.1	secondo zona geografica
» 116	6.1.2	secondo grandezza del comune
» 117	6.1.3	secondo regione
» 118	6.1.3	secondo regione (seguito)
» 119	6.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 120	6.1.5	secondo età
» 121	6.1.6	secondo professione
» 122	6.1.6	secondo professione (seguito)
» 123	6.1.7	secondo grado di istruzione
» 124	6.1.8	secondo utenza di veicoli
<b>Uomini</b>		
» 125	6.2.1	secondo zona geografica
» 126	6.2.2	secondo classe sociale
» 127	6.2.3	secondo età
<b>Donne</b>		
» 128	6.3.1	secondo zona geografica
» 129	6.3.2	secondo classe sociale
» 130	6.3.3	secondo età
<b>Donne di casa</b>		
» 131	6.4.1	secondo zona geografica
» 132	6.4.2	secondo classe sociale
» 133	6.4.3	secondo età
» 134	6.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

# Mensili

Sezione **Settima**

**Lettura dei mensili**  
(adulti che leggono, in un mese medio,  
uno, due o più mensili)  
(adulti che leggono, in un mese medio,  
i singoli mensili)

Pag. 135  
» 136

Tavola 7a  
7b

Composizione dei lettori dei mensili  
Composizione dei lettori dei mensili  
(seguito)

## Adulti

» 137	Tavola 7.1.1	secondo zona geografica
» 138	7.1.2	secondo grandezza del comune
» 139	7.1.3	secondo regione
» 140	7.1.3	secondo regione (seguito)
» 141	7.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 142	7.1.5	secondo età
» 143	7.1.6	secondo professione
» 144	7.1.6	secondo professione (seguito)
» 145	7.1.7	secondo grado di istruzione
» 146	7.1.8	secondo utenza di veicoli

## Uomini

» 147	7.2.1	secondo zona geografica
» 148	7.2.2	secondo classe sociale
» 149	7.2.3	secondo età

## Donne

» 150	7.3.1	secondo zona geografica
» 151	7.3.2	secondo classe sociale
» 152	7.3.3	secondo età

## Donne di casa

» 153	7.4.1	secondo zona geografica
» 154	7.4.2	secondo classe sociale
» 155	7.4.3	secondo età
» 156	7.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

# Cinema

Sezione **Ottava**

## Frequenza al cinema

(adulti che vanno al cinema: una o più volte la settimana; 2-3 volte al mese; ecc.)  
(Spettatori in una settimana media)

Pag. 158

Tavola **8**

Composizione degli spettatori del cinema

### Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
» 159	8.1.1	secondo zona geografica
» 160	8.1.2	secondo grandezza del comune
» 161	8.1.3	secondo regione
» 162	8.1.3	secondo regione (seguito)
» 163	8.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 164	8.1.5	secondo età
» 165	8.1.6	secondo professione
» 166	8.1.6	secondo professione (seguito)
» 167	8.1.7	secondo grado di istruzione
» 168	8.1.8	secondo utenza di veicoli

### Uomini

» 169	8.2.1	secondo zona geografica
» 170	8.2.2	secondo classe sociale
» 171	8.2.3	secondo età

### Donne

» 172	8.3.1	secondo zona geografica
» 173	8.3.2	secondo classe sociale
» 174	8.3.3	secondo età

### Donne di casa

» 175	8.4.1	secondo zona geografica
» 176	8.4.2	secondo classe sociale
» 177	8.4.3	secondo età
» 178	8.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

**8a**

## Frequenza al cinema

### Circuiti delle sale frequentate

(adulti che vanno al cinema, in una settimana media, nelle sale dei diversi circuiti)

### Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
Pag. 179	8a.1	secondo regione
» 179	8a.1	secondo regione (seguito)
» 180	8a.2	secondo zona geografica
» 181	8a.3	secondo sesso
» 182	8a.4	secondo età

**8b**

## Frequenza al cinema

### Categoria delle sale frequentate

(adulti che vanno al cinema, in una settimana media, nelle sale delle diverse categorie)

### Adulti

» 183	8b.1	secondo regione
» 184	8b.1	secondo regione (seguito)
» 185	8b.2	secondo zona geografica
» 186	8b.3	secondo sesso
» 187	8b.4	secondo età

# Radio

Sezione Nona **Frequenza di ascolto della radio**  
(adulti che ascoltano la radio: tutti i giorni o quasi; 2-4 volte la settimana; ecc.)  
(Ascoltatori in un giorno medio)

Pag. 191 Tavola 9 Composizione degli ascoltatori della radio

## Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
» 192	9.1.1	secondo zona geografica
» 193	9.1.2	secondo grandezza del comune
» 194	9.1.3	secondo regione
» 195	9.1.3	secondo regione (seguito)
» 196	9.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 197	9.1.5	secondo età
» 198	9.1.6	secondo professione
» 199	9.1.6	secondo professione (seguito)
» 200	9.1.7	secondo grado di istruzione
» 201	9.1.8	secondo utenza di veicoli

## Uomini

» 202	9.2.1	secondo zona geografica
» 203	9.2.2	secondo classe sociale
» 204	9.2.3	secondo età

## Donne

» 205	9.3.1	secondo zona geografica
» 206	9.3.2	secondo classe sociale
» 207	9.3.3	secondo età

## Donne di casa

» 208	9.4.1	secondo zona geografica
» 209	9.4.2	secondo classe sociale
» 210	9.4.3	secondo età
» 211	9.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

9a **Ascolto della radio in sei periodi della giornata**  
(adulti che ascoltano la radio in determinati periodi della giornata: tutti i giorni o quasi; 2-4 volte la settimana, ecc.)

## Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
Pag. 212	9a.1	secondo zona geografica - prima delle 9 e dalle 9 alle 12
» 213	9a.1	secondo zona geografica - dalle 12 alle 15 e dalle 15 alle 18
» 214	9a.1	secondo zona geografica - dalle 18 alle 21 e oltre le 21
» 215	9a.2	secondo sesso - prima delle 9 e dalle 9 alle 12
» 216	9a.2	secondo sesso - dalle 12 alle 15 e dalle 15 alle 18
» 217	9a.2	secondo sesso - dalle 18 alle 21 e oltre le 21
» 218	9a.3	secondo età - prima delle 9 e dalle 9 alle 12
» 219	9a.3	secondo età - dalle 12 alle 15 e dalle 15 alle 18
» 220	9a.3	secondo età - dalle 18 alle 21 e oltre le 21

9b **Ascolto della radio nei singoli intervalli**  
(adulti che ascoltano la radio, in un giorno medio, sul Programma Nazionale e sul Secondo Programma nei singoli intervalli)

## Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
» 221	9b.1	secondo zona geografica - dalle 7 alle 15 - Programma Nazionale
» 222	9b.1	secondo zona geografica - dalle 7,30 alle 15 - Secondo Programma
» 223	9b.1	secondo zona geografica - dalle 15 alle 23,30 - Programma Nazionale
» 224	9b.1	secondo zona geografica - dalle 15 alle 23 - Secondo Programma
» 225	9b.2	secondo sesso - dalle 7 alle 15 - Programma Nazionale
» 226	9b.2	secondo sesso - dalle 7,30 alle 15 - Secondo Programma
» 227	9b.2	secondo sesso - dalle 15 alle 23,30 - Programma Nazionale
» 228	9b.2	secondo sesso - dalle 15 alle 23 - Secondo Programma
» 229	9b.3	secondo età - dalle 7 alle 15 - Programma Nazionale
» 230	9b.3	secondo età - dalle 7,30 alle 15 - Secondo Programma
» 231	9b.3	secondo età - dalle 15 alle 23,30 - Programma Nazionale
» 232	9b.3	secondo età - dalle 15 alle 23 - Secondo Programma



# Televisione

Sezione Declina

**Frequenza di ascolto della televisione**  
(adulti che guardano la TV: tutti i giorni o quasi; 2-4 volte la settimana; ecc.)  
(Ascoltatori in un giorno medio)

Pag. 235

Tavola 10

Composizione degli ascoltatori della televisione

## Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
» 236	10.1.1	secondo zona geografica
» 237	10.1.2	secondo grandezza del comune
» 238	10.1.3	secondo regione
» 239	10.1.3	secondo regione (seguito)
» 240	10.1.4	secondo sesso e secondo classe sociale
» 241	10.1.5	secondo età
» 242	10.1.6	secondo professione
» 243	10.1.6	secondo professione (seguito)
» 244	10.1.7	secondo grado di istruzione
» 245	10.1.8	secondo utenza di veicoli

## Uomini

» 246	10.2.1	secondo zona geografica
» 247	10.2.2	secondo classe sociale
» 248	10.2.3	secondo età

## Donne

» 249	10.3.1	secondo zona geografica
» 250	10.3.2	secondo classe sociale
» 251	10.3.3	secondo età

## Donne di casa

» 252	10.4.1	secondo zona geografica
» 253	10.4.2	secondo classe sociale
» 254	10.4.3	secondo età
» 255	10.4.4	secondo presenza di bambini nella famiglia

10a

**Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie televisive**  
(adulti che guardano i singoli programmi pubblicitari: tutti i giorni o quasi; 2-4 volte alla settimana, ecc.)

## Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
Pag. 256	10a.1	secondo zona geografica - Carosello
» 257	10a.1	secondo zona geografica - Gong e Tic-Tac
» 258	10a.1	secondo zona geografica - Arcobaleno e Intermezzo
» 259	10a.2	secondo sesso - Carosello
» 260	10a.2	secondo sesso - Gong e Tic-Tac
» 261	10a.2	secondo sesso - Arcobaleno e Intermezzo
» 262	10a.3	secondo età - Carosello
» 263	10a.3	secondo età - Gong e Tic-Tac
» 264	10a.3	secondo età - Arcobaleno e Intermezzo

10b

**Ascolto della TV nei singoli intervalli**  
(adulti che guardano la TV, in un giorno medio, sul Programma Nazionale e sul Secondo Canale, nei singoli intervalli)

## Adulti

Pag.	Tavola	Descrizione
» 265	10b.1	secondo zona geografica - Programma Nazionale
» 266	10b.1	secondo zona geografica - Secondo Programma
» 267	10b.2	secondo sesso - Programma Nazionale
» 268	10b.2	secondo sesso - Secondo Programma
» 269	10b.3	secondo età - Programma Nazionale
» 270	10b.3	secondo età - Secondo Programma

## Sovrapposizioni tra mezzi pubblicitari

### Sezione Undicesima

#### Sovrapposizioni di lettura

(adulti che guardano la pubblicazione A e anche la pubblicazione B; adulti che guardano A e C; e così via; adulti che guardano la pubblicazione A e nessuna altra pubblicazione; ecc.)

Pag. 271	Tavola 11.1.1	Letture di settimanali a due a due (stime)
» 273	11.1.2	Letture di settimanali a due a due (percentuali orizz.)
» 275	11.1.3	Letture di settimanali a due a due (percentuali vert.)
» 277	11.2.1	Letture di mensili a due a due (stime)
» 278	11.2.2	Letture di mensili a due a due (percentuali orizz.)
» 279	11.2.3	Letture di mensili a due a due (percentuali vert.)
» 281	11.3.1	Letture di mensili e di settimanali (stime)
» 283	11.3.2	Letture di mensili e di settimanali (percentuali orizz.)
» 285	11.3.3	Letture di mensili e di settimanali (percentuali vert.)
» 287	11.4.1	Settimanali letti dai lettori di un solo settimanale
» 288	11.4.2	Mensili letti dai lettori di un solo mensile
» 289	11.4.3	Settimanali e mensili letti dai lettori di una sola pubblicazione

### Sezione Dodicesima

#### Sovrapposizioni di ascolto della radio (adulti che ascoltano la radio in uno, due tre o più determinati intervalli pubblicitari)

Pag. 291

Tavola 12

Ascoltatori della radio in uno o più intervalli

**Nota metodologica**  
**Elenco dei comuni di campionamento**  
**Fac-simile del questionario**

# Obbiettivi dell'indagine

Lo scopo di questa indagine era quello di ottenere dati sul pubblico esposto ai principali mezzi pubblicitari.

In particolare, ci si proponeva di rispondere, fra l'altro, alle seguenti domande:

- Quanti sono i lettori dei principali *quotidiani, settimanali e mensili*? E quanti sono, per ciascuna pubblicazione, i lettori di sesso maschile e femminile, gli appartenenti alle diverse classi di età, professioni e categorie sociali, i residenti nelle varie regioni e categorie di comuni?
- Quante delle persone appartenenti a ciascuno dei suddetti gruppi demografici vanno al *cinematografo*, in una settimana media, quante ascoltano la *radio* o guardano la *televisione* alle varie ore di una giornata media?

L'indagine fornisce anche dati sulla « sovrapposizione » fra mezzi pubblicitari (cioè

sulla esposizione delle stesse persone a diversi « media »): perciò le tavole che seguono permettono di valutare con buona approssimazione il numero delle persone raggiungibili con un determinato mezzo o con una certa combinazione di mezzi.

## La collettività considerata e il campione

La collettività (o « universo », secondo la terminologia statistica) a cui si riferiscono i risultati dell'indagine è costituita dalla popolazione adulta italiana (uomini e donne, di 16 anni ed oltre). Questa collettività comprendeva all'epoca della rilevazione (principio del 1963) circa 37 milioni di persone.

Dalla collettività suddetta venne estratto e studiato un « campione rappresentativo », e le persone incluse nel campione furono interrogate nel corso di interviste personali svoltesi in tutte le provincie d'Italia. In media venne intervistato un adulto per ogni 3.200 abitanti.

Il metodo adottato per la selezione degli intervistandi è quello del campione stratificato a tre stadi, con estrazione completamente casuale delle unità di campionamento in ciascuno dei tre stadi. Le unità di campionamento sono:

- nel primo stadio i *comuni*;
- nel secondo stadio le *zone del comune*;
- nel terzo stadio gli *individui*.

Notizie più dettagliate sul campione e sul metodo di campionamento sono contenute nell'« Appendice ».

# Esecuzione dell'indagine

## **Estrazione dei punti di campionamento (comuni di rilevazione)**

Il lavoro di preparazione dell'indagine sui mezzi pubblicitari incominciò nel mese di settembre 1962. L'estrazione casuale dei comuni di rilevazione («punti di campionamento») ebbe luogo il 10 settembre.

## **Estrazione dei nomi e degli indirizzi degli intervistandi**

Nel mese di ottobre 1962 furono visitati 625 comuni (in media 6-7 comuni per ogni provincia) per estrarre i nominativi e gli indirizzi degli intervistandi dagli schedari elettorali dei comuni inclusi nel campione. I membri del Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I. collaborarono allo studio del piano di campionamento ed alla scelta casuale dei «punti di campionamento».

## **Interviste sperimentali (sondaggio pilota)**

Nel mese di ottobre 1962 gli intervistatori della DOXA eseguirono, in 25 comuni, alcune interviste sperimentali, con lo scopo di controllare la chiarezza e la funzionalità del questionario e perfezionare la tecnica dell'intervista.

Il questionario era stato redatto dopo un attento esame, fatto dalla DOXA e dal Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I., delle tecniche più moderne già adottate e collaudate in Italia ed all'estero per le indagini sui mezzi pubblicitari.

Nel mese di novembre, dopo che il Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I. e la Doxa ebbero constatato che le tecniche di rilevazione predisposte potevano consentire di realizzare nel modo più corretto possibile gli obiettivi dell'indagine, vennero approvati il questionario ed i metodi di intervista definitivi.

## **Addestramento degli intervistatori**

Tutti gli intervistatori vennero addestrati personalmente prima dell'inizio delle interviste, nel corso di riunioni indette dai responsabili dell'indagine. A molte delle riunioni di addestramento parteciparono, oltre ai funzionari ed agli intervistatori della DOXA, anche membri del Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I.

Gli intervistatori ricevettero, oltre alle istruzioni verbali, anche un manuale tecnico dedicato in modo specifico all'indagine sui mezzi pubblicitari, con particolare riguardo ai problemi connessi con la scelta casuale degli intervistandi e con la tecnica dell'intervista.

Tutti gli intervistatori parteciparono (prima dell'inizio della rilevazione e durante lo svolgimento della stessa) ad almeno tre riunioni di addestramento. Fra il novembre 1962 ed il febbraio 1963 furono tenute oltre 60 riunioni regionali, per l'addestramento dei 200 intervistatori partecipanti all'indagine. Tutti gli intervistatori utilizzati eseguirono un certo numero di interviste di prova alla presenza dei supervisori. Nessun intervistatore poté cominciare il proprio lavoro prima che un supervisore avesse constatato, nel corso delle interviste di prova, l'effettiva capacità di assolvere l'incarico senza errori.

Inoltre, prima dell'inizio della rilevazione gli intervistatori vennero sottoposti ad una serie di «tests» che consentirono di controllare, anche per questa via, il grado di preparazione raggiunto dal personale dopo le riunioni di addestramento e dopo la prima serie di interviste sperimentali.

## **Esecuzione delle interviste**

Le interviste vennero eseguite nei primi 22 giorni del mese di dicembre 1962 (4.700 interviste), nei mesi di febbraio (4.800 interviste), marzo (5.000 interviste) e nei primi giorni di aprile 1963 (1.000 interviste). Le interviste furono distribuite equamente fra tutti i sette giorni della settimana (e cioè un settimo delle interviste furono eseguite nei lunedì, un settimo nei martedì, e così via).

## **Controllo del lavoro svolto**

Il lavoro di tutti gli intervistatori è stato costantemente controllato nel corso della rilevazione, in collaborazione con il Comitato Tecnico dell'Organizzazione Tecnici Pubblicitari.

Una parte degli adulti intervistati (2.221 su 15.832) è stata nuovamente visitata da supervisori della DOXA e dell'O.T.I.P.I. per verificare la completezza e la precisione delle informazioni raccolte.

# Note per l'interpretazione delle tavole

## Il contenuto della relazione

La presente relazione si compone di tavole statistiche, raggruppate nelle seguenti parti e sezioni:

- QUOTIDIANI (1 - Lettura di quotidiani in genere; 2 - Lettura dei singoli quotidiani).
- SETTIMANALI (3 - Lettura di settimanali in genere; 4 - Lettura dei singoli settimanali di attualità e per famiglia; 5 - Lettura dei singoli settimanali femminili; 6 - Lettura dei singoli settimanali di fotoromanzi, radio-TV e diversi).
- MENSILI (7 - Lettura di mensili in genere e dei singoli mensili).
- CINEMA (8 - Frequenza al cinema - Spettatori in una settimana media - Frequenza nelle sale cinematografiche dei diversi circuiti e categorie).
- RADIO (9 - Frequenza di ascolto della radio - Ascoltatori in un giorno medio - Frequenza di ascolto della radio nei diversi periodi della giornata - Ascolto della radio nei singoli intervalli, sui diversi programmi).
- TELEVISIONE (10 - Frequenza di ascolto della TV - Ascoltatori in un giorno medio - Frequenza di ascolto di Carosello, Gong, Tic-Tac, Arcobaleno, Intermezzo - Ascolto della TV nei singoli intervalli, sui diversi programmi).
- SOVRAPPOSIZIONE TRA MEZZI PUBBLICITARI (11 - Sovrapposizioni di lettura: settimanali a due a due - mensili a due a due - mensili e settimanali - lettori esclusivi; 12 - Sovrapposizioni di ascolto della radio).

## Interpretazione dei dati

Per interpretare correttamente le tavole relative a ciascuno dei suddetti argomenti si leggano le note che precedono le varie parti (quotidiani, settimanali, ecc.) riportate sul cartoncino che precede dette parti. Tali note forniscono alcuni chiarimenti essenziali sul metodo di rilevazione e quindi sul significato da attribuire ai diversi dati.

### Percentuali e stime

I dati sono presentati sotto forma di percentuali e di stime.

Le percentuali sono scritte in rosso. Sono di regola calcolate « su 100 adulti nel complesso » oppure « su 100 adulti appartenenti ad un determinato sottogruppo del campione », e cioè, per esempio: « su 100 uomini », « su 100 donne », « su 100 residenti in Piemonte », ecc.

Le stime sono scritte in nero. Si tratta della valutazione del numero assoluto di adulti, nell'universo. Le stime sono espresse in migliaia di adulti (non sono riportati, per brevità, gli ultimi tre zeri delle cifre).

### Arrotondamenti delle percentuali e delle stime

Le percentuali sono arrotondate a meno di 0,1%.

Le stime sono arrotondate a meno di una decina (di migliaia).

### Corrispondenza tra percentuali e stime

A causa degli arrotondamenti delle percentuali e delle stime, può accadere che, ricalcolando le percentuali in base alle stime corrispondenti, si ottengano percentuali leggermente diverse (più alte o più basse) rispetto a quelle indicate nelle tavole. Per lo stesso motivo può accadere che, ricalcolando le stime in base alle percentuali (moltiplicando cioè queste ultime per la stima relativa al totale del gruppo considerato), si ottengano stime leggermente diverse da quelle indicate nelle tavole.

## Totali delle percentuali e delle stime

Sempre a causa degli arrotondamenti, può accadere che sommando (orizzontalmente o verticalmente) una data serie di percentuali o di stime si ottenga un totale leggermente diverso dal totale indicato nelle tavole.

### Segni convenzionali

Il segno « \* » significa, per le percentuali, « meno di 0,1% » e per le stime: « meno di 15.000 persone ».

Il segno « — » significa « nessun caso rilevato ». Naturalmente ciò non vuol dire che il fenomeno in questione non sussiste ma solo che, data la natura della rilevazione, non si incontrò nel campione o sub-campione considerato alcuna persona che avesse le caratteristiche considerate.

### Definizione di alcuni gruppi o sottogruppi considerati nelle tavole

Ogni parte della relazione comprende quattro grandi gruppi di tavole: quelle relative agli *adulti*, agli *uomini*, alle *donne* ed alle *donne di casa*.

#### Adulti

Le tavole relative agli *adulti* contengono dati riferiti alla collettività (o alle sub-collettività) di tutti gli adulti, e cioè degli uomini e delle donne considerati nel complesso.

#### Uomini e donne

Le tavole relative agli *uomini* (o alle *donne*) contengono dati riferiti alla sola collettività (o alle sub-collettività) degli adulti di sesso maschile (o femminile).

#### Donne di casa

Le tavole relative alle *donne di casa* contengono dati riferiti alla sola collettività (o alle sub-collettività) delle donne che sono *mogli di capifamiglia* (o *capifamiglia* esse stesse). Si tratta quindi di una parte di tutte le donne, e cioè di quelle che possono essere considerate le responsabili dell'andamento della casa. Ecco alcune definizioni di altre sub-collettività considerate nelle tavole.

## Regioni

Vengono considerati, per ciascuna regione, gli adulti *residenti* e *presenti* nella regione.

Le stime relative al numero di adulti (di 16 anni ed oltre) presenti nelle diverse regioni sono basate su valutazioni e calcoli che tengono conto dei più recenti dati disponibili (compresi quelli del censimento del 1961).

I dati non vengono presentati per tutte le singole 19 regioni italiane, ma per 14 regioni o gruppi di regioni.

Infatti, allo scopo di fornire dati aventi un maggior grado di significatività, sono state raggruppate alcune regioni contigue e meno popolose, e cioè:

- Piemonte e Valle d'Aosta = Piemonte.
- Trentino A.A., Veneto e Friuli V.G. = Tre Venezie.
- Marche e Umbria
- Basilicata e Calabria.

### Zone geografiche

Nord-Ovest = Piemonte e Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia.

Nord-Est = Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna.

Centro = Toscana, Marche, Umbria, Lazio

Sud = Campania, Abruzzi-Molise, Puglia, Basilicata, Calabria.

Isole = Sicilia, Sardegna.

#### Classi sociali

Gli intervistati sono stati classificati, direttamente dagli intervistatori, nelle seguenti classi sociali:

- AB — Superiore
- C — Medio-Superiore
- D — Media
- E — Medio-Inferiore
- F — Inferiore

Per fare questa classificazione, gli intervistatori pervenivano ad una valutazione globale tenendo conto di numerosi elementi, e specialmente dei seguenti:

- professione, posizione nella professione e ramo di attività dell'intervistato, del capofamiglia e di altri membri della famiglia;
- classe di reddito probabile dell'intervistato, del capofamiglia e di altri membri della famiglia;
- grado di istruzione dell'intervistato;
- tipo, ampiezza e caratteristiche della abitazione, possesso di beni durevoli, ecc.

L'intervistatore aveva anche, come guida, un elenco di « professioni tipiche ». E cioè per ciascuna « classe sociale », disponeva di un elenco di « professioni del capofamiglia » che aveva lo scopo di fornire un esempio delle tipiche famiglie della classe stessa.

Ecco un estratto di tali elenchi:

#### Gruppo A/B

Famiglie di condizione economico-sociale superiore

- Grandi proprietari terrieri e di immobili - Proprietari e direttori centrali di grandi e medie aziende e banche - Amministratori delegati di grandi e medie industrie - Alti magistrati - Noti professionisti - Ecc.

#### Gruppo C

Famiglie di condizione economico-sociale medio-superiore

- Liberi professionisti affermati e magistrati - Dirigenti di aziende e direttori di filiali di banca - Proprietari di negozi medi (non di negozi piccoli) - Proprietari di aziende agricole (non coltivatori diretti) e di immobili - Proprietari di piccole industrie - Procuratori di banca, impiegati di concetto della industria e del commercio - Ecc.

#### Gruppo D

Famiglie di condizione economico-sociale media

- Maestri elementari - Impiegati d'ordine, dattilografe - Proprietari di piccoli negozi (drogherie, bar, ecc.) - Contadini proprietari di piccole fattorie - Commessi di negozio - Ferrovieri e conducenti di taxi, pullman, camion - Sottufficiali - Vigili urbani e agenti di pubblica sicurezza - Artigiani (sarti, parucchieri, ecc.) - Operai specializzati e qualificati - Ecc.

#### Gruppo E

Famiglie di condizione economico-sociale medio-inferiore

- Contadini mezzadri e fittavoli - Operai non qualificati, manovali - Pescatori - Portabagagli - Venditori ambulanti non poverissimi e proprietari di negozi minimi - Pensionati con pensioni modeste e senza altre fonti di reddito - Ecc.

#### Gruppo F

Famiglie di condizione economico-sociale inferiore

- Pensionati con pensioni minime e senza altri aiuti - Disoccupati - Braccianti agricoli - Venditori ambulanti minori - Scaricatori senza lavoro fisso - Ecc.

#### Utenti di veicoli a motore

Vengono considerati:

- *utenti di automobile*: coloro che possiedono un'autovettura privata e ne sono, nella famiglia, l'utente (conduttore) con carattere di esclusività o prevalenza nei confronti degli altri membri della famiglia (e cioè coloro che alla domanda: « Chi usa più spesso la vostra automobile? » rispondevano: « io stesso »);
- *utenti di motoveicolo*: coloro, tra i non utenti di automobile, che possiedono un motoveicolo (motocicletta, scooter o ciclomotore) e ne sono, nella famiglia, l'unico o il principale utente (conduttore);
- *non utenti di veicoli a motore*: tutti coloro che non sono compresi nelle due categorie precedenti, anche se appartengono a famiglie che possiedono uno o più veicoli a motore.

#### Presenza di bambini nella famiglia

I dati di alcune tavole si riferiscono alle *donne di casa* che vivono in famiglie in cui vi sono bambini.

Per *bambini fino a 6 anni* si intendono quelli in età pre-scolastica (fino a 6 anni non compiuti). I bambini *da 6 a 11 anni* sono quelli che hanno compiuto i 6 anni e che non hanno ancora compiuto i 12 anni.

# Quotidiani

## Sezione 1 Lettura di quotidiani

Adulti	Tavole 1.1...
Uomini	Tavole 1.2...
Donne	Tavole 1.3...
Donne di casa	Tavole 1.4...

## Sezione 2 Lettura dei singoli quotidiani

Adulti	Tavole 2.1...
Uomini	Tavole 2.2...
Donne	Tavole 2.3...
Donne di casa	Tavole 2.4...

In questa parte vengono presentate due serie di dati:

- *Letture di quotidiani in genere.* Adulti che, in un giorno medio, leggono o sfogliano:
  - a) uno o più quotidiani di qualunque tipo;
  - b) uno o più quotidiani del mattino;
  - c) uno o più quotidiani del pomeriggio.
- *Letture di singoli quotidiani.* Adulti che leggono o sfogliano, in un giorno medio, il quotidiano A, il quotidiano B, ecc.

### Forma di presentazione dei dati

Le tavole statistiche contengono due serie di cifre:

- percentuali (calcolate « su 100 adulti italiani nel complesso » oppure « su 100 adulti appartenenti ad un dato sottogruppo della collettività considerata »). Le percentuali sono stampate in rosso.
- stime (valutazioni in migliaia di adulti). Le stime sono stampate in nero.

Si leggano altre spiegazioni sulla presentazione di questi due tipi di dati nella « Introduzione ».

Nelle tavole 1 e 2, che contengono dati sulla « composizione » di alcune collettività di particolare interesse, le percentuali sono calcolate « su 100 lettori di quotidiani » oppure: « su 100 lettori del quotidiano X », ecc., e indicano, per ogni 100 lettori di quotidiani (o per ogni 100 lettori del quotidiano X, ecc.) quanti sono maschi, quanti sono femmine, quanti vivono nel Nord, nei centri con oltre 100.000 abitanti ecc. ecc.

Si leggano a tergo le definizioni e le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

### Lettori di quotidiani

Vennero considerati *lettori di quotidiani* gli intervistati che dichiararono di avere letto o sfogliato (« guardato ») uno o più quotidiani nel *giorno precedente* l'intervista.

Vennero considerati *lettori del quotidiano X* gli intervistati che dichiararono di avere letto o sfogliato (« guardato ») il quotidiano X nel *giorno precedente* l'intervista.

Ecco il testo delle domande dedicate alla lettura dei quotidiani:

- *Ieri* Lei ha guardato un giornale che esce tutti i giorni?  
(Se sì): Quale giornale o quali giornali ha guardato ieri?
- *Ieri* Lei ha guardato forse un giornale che esce tutte le sere o i pomeriggi?  
(Se sì): Quale?
- *Ieri* Lei ha guardato forse un *giornale sportivo* (che esce tutti i giorni) ? (Se sì): Quale?
- *Ieri* Lei ha guardato forse *altri giornali* che escono tutti i giorni? (Se sì): Quali?

L'indicazione dei quotidiani letti era spontanea: non venivano presentati agli intervistati elenchi o riproduzioni di testate di quotidiani.

In conclusione i « *lettori di quotidiani* » cui si riferiscono le tavole statistiche di questa parte del volume possono essere così definiti:

- adulti che leggono o sfogliano uno o più quotidiani (oppure il quotidiano A, il quotidiano B, ecc.) *in un giorno medio*.

Naturalmente, tra gli adulti che leggono o sfogliano il quotidiano A in un giorno medio sono compresi non solo quelli che leggono o sfogliano il numero uscito nella giornata in cui ha luogo la lettura, ma anche quelli che leggono o sfogliano un qualunque numero precedente.

Ed inoltre fra gli adulti che leggono o sfogliano il quotidiano A in un giorno medio sono compresi sia lettori regolari che lettori irregolari o del tutto occasionali.

### Osservazioni sulla definizione di « lettore di quotidiani »

E' opportuno richiamare l'attenzione su alcuni punti:

Nel questionario venne usata la frase « *Ieri* Lei ha guardato un giornale che esce tutti i giorni? ». Dunque sono « *lettori* », ai fini dell'indagine, tanto coloro che leggono tutto il giornale, quanto coloro che ne leggono solo pochi articoli, ed anche quelli che ne guardano rapidamente — anche per pochi istanti — i titoli o le illustrazioni.

La definizione di « *lettore* » va dunque intesa nel senso più lato possibile: essa comprende tutti gli adulti che hanno avuto *in mano* un giornale, e perciò il numero massimo di persone che hanno avuto la possibilità di vedere la pubblicità del giornale. Naturalmente, ciò non significa che tutti i « *lettori* » abbiano visto la pubblicità: in questa indagine si desidera valutare non il numero di coloro che vedono effettivamente la pubblicità, ma il numero di coloro che hanno occasione di vederla. La domanda era « *aperta* », e quindi ogni intervistato indicava il nome del giornale senza che la memoria fosse stimolata dalla presentazione di un elenco di testate. E' stato usato, dunque, il metodo del « *ricordo spontaneo* » che, per i quotidiani, può essere considerato il migliore. Infatti, i lettori ricordano in genere con facilità i nomi dei quotidiani letti, sia perchè pochissimi hanno l'abitudine di leggere più di 1-2 quotidiani diversi, e sia perchè è difficile dimenticare il titolo dei quotidiani letti.

La presentazione agli intervistati di un elenco con le testate di tutti i quotidiani italiani, sarebbe risultata molto lunga e laboriosa, e sotto alcuni aspetti dannosa. Oltre alla domanda principale vennero rivolte anche alcune domande specifiche sulla lettura dei quotidiani della sera e dei quotidiani sportivi, per evitare che alcuni dimenticassero di avere letto quotidiani di tipo diverso da quelli del mattino. La domanda era: « *Ieri* Lei ha guardato un giornale...? » e non « *Lei* ha guardato

il giornale di ieri...? ». Pertanto tra i « *lettori* » sono compresi non solo coloro che leggono o sfogliano un numero uscito nel giorno in cui ha luogo la lettura, ma anche quelli che, nello stesso giorno, guardano, eventualmente, un qualunque numero precedente.

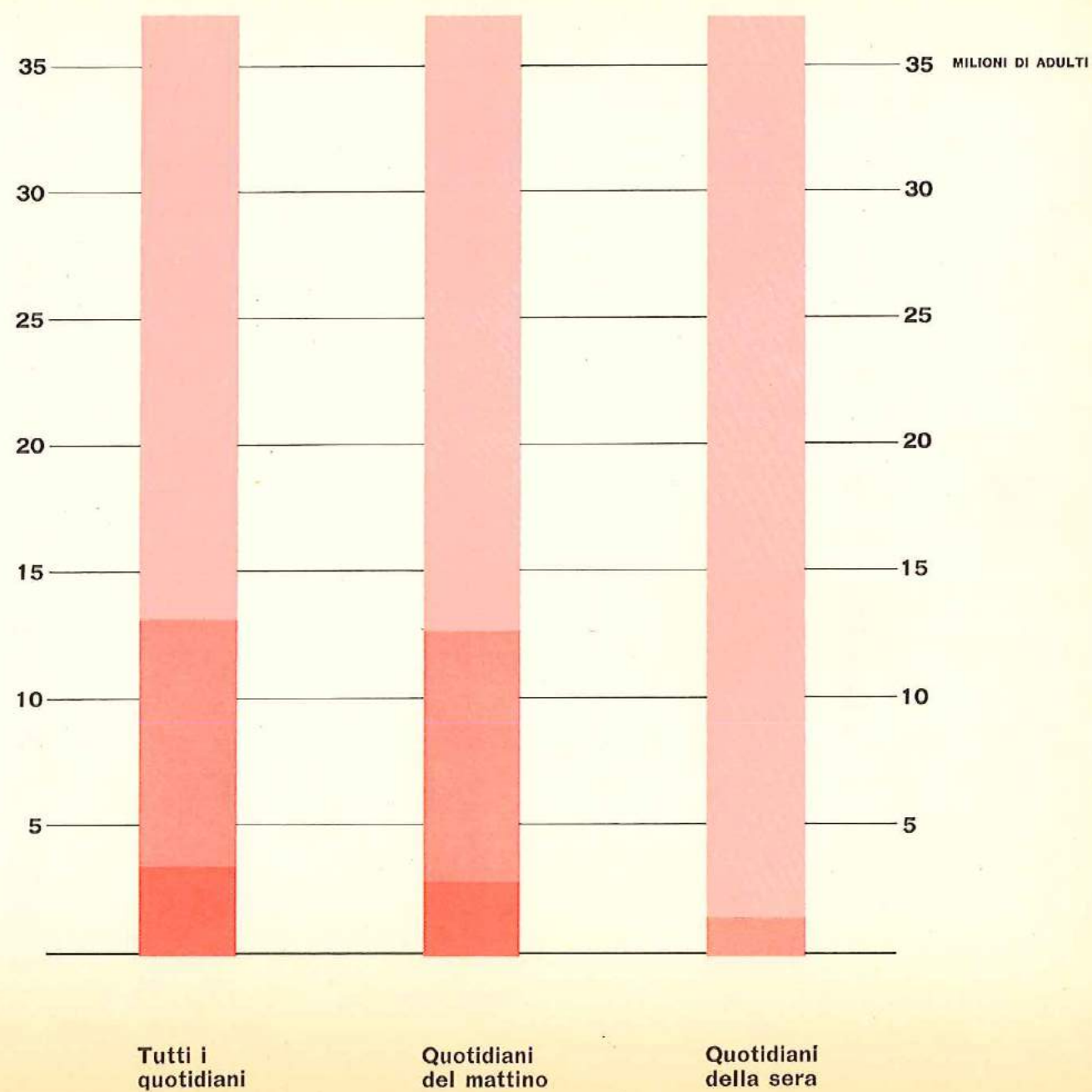
Per la maggioranza dei quotidiani i lettori di numeri arretrati non sono molto numerosi, perchè le notizie dei quotidiani invecchiano rapidamente, ma per alcuni quotidiani (come ad esempio per i quotidiani sportivi), che pubblicano notizie il cui interesse può durare diversi giorni e che vengono letti spesso nei luoghi pubblici (bar, caffè, barbieri, ecc.), il fenomeno della lettura dei numeri arretrati può essere molto più rilevante e comportare un aumento sensibile del numero di « *lettori* in un giorno medio ».

### Quotidiani considerati nelle tavole

Nelle tavole della sezione 2 vengono presentati solo dati relativi a 17 quotidiani che risultarono letti o sfogliati, nel giorno precedente l'intervista, da almeno 0,8% di tutti gli intervistati.



# Lettura dei quotidiani



Lettori di:  
nessun quotidiano  
1 solo quotidiano  
2 o più quotidiani

# 1. Lettura dei quotidiani

## 1. - Composizione dei lettori di quotidiani

	Popolazione adulta	Lettori di		
		tutti i quotidiani	quotidiani del mattino	quotidiani della sera
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>13.120.000</b>	<b>12.610.000</b>	<b>1.410.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28,1	38	37	62
Nord-Est	19,5	21	22	8
Centro	19,1	20	20	23
Sud	21,9	13	13	6
Isole	11,4	8	8	1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Regioni:</b>				
Piemonte	8,8	12	12	18
Liguria	3,9	7	7	2
Lombardia	15,5	20	19	42
Tre Venezie	11,6	12	12	6
Emilia	7,9	9	10	2
Toscana	7,1	7	7	4
Marche e Umbria	4,4	3	3	1
Lazio	7,6	10	9	18
Abruzzi	3,0	1	1	1
Campania	8,3	5	5	4
Puglie	5,9	4	4	—
Calabria e Basilicata	4,6	2	3	1
Sicilia	8,8	5	5	1
Sardegna	2,6	3	3	—
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di		
		tutti i quotidiani	quotidiani del mattino	quotidiani della sera
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>13.120.000</b>	<b>12.610.000</b>	<b>1.410.000</b>
<b>Grandezza del comune:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
fino a 5.000 abitanti	24,2	18	18	9
5.000 - 10.000 ab.	15,7	12	12	7
10.000 - 30.000 ab.	19,3	15	16	11
30.000 - 100.000 ab.	15,8	16	16	12
oltre 100.000 ab.	25,0	39	38	61
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sesso:</b>				
uomini	48,1	64	65	67
donne	51,9	36	35	33
(donne di casa)	(37,1)	(25)	(24)	(23)
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4,9	11	11	13
media	31,9	47	47	53
medio-inferiore	41,9	33	33	27
inferiore	21,3	9	9	7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18,9	21	21	19
25 - 34 anni	17,4	18	18	22
35 - 44 anni	18,5	20	20	20
45 - 54 anni	16,5	16	16	19
55 - 64 anni	14,7	14	14	12
65 anni e oltre	14,0	11	11	3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 1. Lettura dei quotidiani

adulti

## 1.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>3.960</b>		<b>2.921</b>		<b>3.197</b>		<b>3.668</b>		<b>1.851</b>	
Stima della popolazione adulta	<b>37.000.000</b>		<b>10.400.000</b>		<b>7.220.000</b>		<b>7.060.000</b>		<b>8.090.000</b>		<b>4.230.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>												
un quotidiano	26,3	9.730	36,1	3.750	28,4	2.050	26,3	1.860	15,0	1.220	20,0	850
due o più quotidiani	9,2	3.390	12,5	1.300	9,9	720	10,1	710	5,6	450	5,0	210
lettori	35,5	13.120	48,6	5.050	38,3	2.770	36,4	2.570	20,6	1.670	25,0	1.060
non lettori	64,5	23.880	51,4	5.350	61,7	4.450	63,6	4.490	79,4	6.420	75,0	3.170
<b>Quotidiani del mattino</b>												
un quotidiano	26,5	9.820	36,2	3.760	29,1	2.100	27,0	1.910	14,9	1.200	20,1	850
due o più quotidiani	7,6	2.790	9,0	940	9,0	650	8,0	570	5,3	430	4,8	200
lettori	34,1	12.610	45,2	4.700	38,1	2.750	35,0	2.480	20,2	1.630	24,9	1.050
non lettori	65,9	24.390	54,8	5.700	61,9	4.470	65,0	4.580	79,8	6.460	75,1	3.180
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>												
un quotidiano	3,6	1.350	7,9	820	1,6	120	4,4	310	*	80	0,4	20
due o più quotidiani	0,2	60	0,5	50	0,1	*	0,1	*	—	—	—	—
lettori	3,8	1.410	8,4	870	1,7	120	4,5	320	1,0	80	0,4	20
non lettori	96,2	35.590	91,6	9.530	98,3	7.100	95,5	6.740	99,0	8.010	99,6	4.210

# 1. Lettura dei quotidiani

adulti

## 1.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
<b>Numero di Interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>2.334</b>		<b>1.611</b>		<b>3.176</b>		<b>3.388</b>		<b>5.088</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>8.980.000</b>		<b>5.810.000</b>		<b>7.140.000</b>		<b>5.830.000</b>		<b>9.240.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>												
un quotidiano	26,3	9.730	20,5	1.840	20,2	1.170	21,0	1.500	26,3	1.540	39,8	3.680
due o più quotidiani	9,2	3.390	4,9	450	6,9	400	7,2	510	10,0	580	15,7	1.450
<b>lettori</b>	<b>35,5</b>	<b>13.120</b>	<b>25,4</b>	<b>2.290</b>	<b>27,1</b>	<b>1.570</b>	<b>28,2</b>	<b>2.010</b>	<b>36,3</b>	<b>2.120</b>	<b>55,5</b>	<b>5.130</b>
<b>non lettori</b>	<b>64,5</b>	<b>23.880</b>	<b>74,6</b>	<b>6.690</b>	<b>72,9</b>	<b>4.240</b>	<b>71,8</b>	<b>5.130</b>	<b>63,7</b>	<b>3.710</b>	<b>44,5</b>	<b>4.110</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>												
un quotidiano	26,5	9.820	20,1	1.810	20,3	1.180	21,4	1.530	26,4	1.540	40,7	3.760
due o più quotidiani	7,6	2.790	4,5	400	6,4	370	6,2	440	9,0	530	11,4	1.050
<b>lettori</b>	<b>34,1</b>	<b>12.610</b>	<b>24,6</b>	<b>2.210</b>	<b>26,7</b>	<b>1.550</b>	<b>27,6</b>	<b>1.970</b>	<b>35,4</b>	<b>2.070</b>	<b>52,1</b>	<b>4.810</b>
<b>non lettori</b>	<b>65,9</b>	<b>24.390</b>	<b>75,4</b>	<b>6.770</b>	<b>73,3</b>	<b>4.260</b>	<b>72,4</b>	<b>5.170</b>	<b>64,6</b>	<b>3.760</b>	<b>47,9</b>	<b>4.430</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>												
un quotidiano	3,6	1.350	1,5	130	1,6	90	2,0	150	2,7	160	8,9	820
due o più quotidiani	0,2	60	—	—	0,1	*	0,1	*	0,2	*	0,4	40
<b>lettori</b>	<b>3,8</b>	<b>1.410</b>	<b>1,5</b>	<b>130</b>	<b>1,7</b>	<b>100</b>	<b>2,1</b>	<b>150</b>	<b>2,9</b>	<b>170</b>	<b>9,3</b>	<b>860</b>
<b>non lettori</b>	<b>96,2</b>	<b>35.590</b>	<b>98,5</b>	<b>8.850</b>	<b>98,3</b>	<b>5.710</b>	<b>97,9</b>	<b>6.990</b>	<b>97,1</b>	<b>5.660</b>	<b>90,7</b>	<b>8.380</b>

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

## 1.1.3 - Secondo regione

	Totale		Piemonte		Liguria		Lombardia		Tre Venezie		Emilia		Toscana		Marche e Umbria	
Numero di interviste	15.597		1.209		588		2.163		1.732		1.189		1.102		661	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		3.230.000		1.440.000		5.730.000		4.290.000		2.930.000		2.620.000		1.620.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>																
un quotidiano	26,3	9.730	37,2	1.200	45,3	650	33,2	1.900	27,0	1.160	30,6	900	27,6	720	14,5	230
due o più quotidiani	9,2	3.390	10,2	330	14,2	210	13,4	770	9,4	400	10,6	310	7,6	200	7,7	130
lettori	35,5	13.120	47,4	1.530	59,5	860	46,6	2.670	36,4	1.560	41,2	1.210	35,2	920	22,2	360
non lettori	64,5	23.880	52,6	1.700	40,5	580	53,4	3.060	63,6	2.730	58,8	1.720	64,8	1.700	77,8	1.260
<b>Quotidiani del mattino</b>																
un quotidiano	26,5	9.820	38,8	1.260	45,3	650	32,3	1.850	27,9	1.190	30,9	910	28,2	740	14,6	240
due o più quotidiani	7,6	2.790	6,3	200	13,5	200	9,5	540	8,2	360	10,2	290	6,8	180	7,6	120
lettori	34,1	12.610	45,1	1.460	58,8	850	41,8	2.390	36,1	1.550	41,1	1.200	35,0	920	22,2	360
non lettori	65,9	24.390	54,9	1.770	41,2	590	58,2	3.340	63,9	2.740	58,9	1.730	65,0	1.700	77,8	1.260
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>																
un quotidiano	3,6	1.350	7,6	250	1,5	20	9,6	550	2,0	90	1,1	30	2,0	50	0,5	*
due o più quotidiani	0,2	60	0,1	*	—	—	0,9	50	0,1	*	—	*	—	—	0,1	*
lettori	3,8	1.410	7,7	250	1,5	20	10,5	600	2,1	90	1,1	30	2,0	50	0,6	—
non lettori	96,2	35.590	92,3	2.980	98,5	1.420	89,5	5.130	97,9	4.200	98,9	2.900	98,0	2.570	99,4	1.620

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

## 1.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio		Abruzzi		Campania		Puglie		Calabria e Basilicata		Sicilia		Sardegna	
<b>Numero di interviste</b>	<b>1.434</b>		<b>418</b>		<b>1.489</b>		<b>1.105</b>		<b>656</b>		<b>1.502</b>		<b>349</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>2.820.000</b>		<b>1.120.000</b>		<b>3.080.000</b>		<b>2.170.000</b>		<b>1.720.000</b>		<b>3.260.000</b>		<b>970.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>														
un quotidiano	32,0	900	14,2	160	14,9	460	17,3	380	13,2	230	16,3	530	32,3	310
due o più quotidiani	13,7	390	2,7	30	5,0	150	7,1	150	6,6	110	4,4	140	7,1	70
<b>lettori</b>	<b>45,7</b>	<b>1.290</b>	<b>16,9</b>	<b>190</b>	<b>19,9</b>	<b>610</b>	<b>24,4</b>	<b>530</b>	<b>19,8</b>	<b>340</b>	<b>20,7</b>	<b>670</b>	<b>39,4</b>	<b>380</b>
<b>non lettori</b>	<b>54,3</b>	<b>1.530</b>	<b>83,1</b>	<b>930</b>	<b>80,1</b>	<b>2.470</b>	<b>75,6</b>	<b>1.640</b>	<b>80,2</b>	<b>1.380</b>	<b>79,3</b>	<b>2.590</b>	<b>60,6</b>	<b>590</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>														
un quotidiano	32,9	930	13,9	150	14,5	450	17,3	380	13,2	230	16,5	530	32,3	310
due o più quotidiani	9,5	270	2,3	30	4,4	130	7,1	150	6,6	110	4,1	140	7,1	70
<b>lettori</b>	<b>42,4</b>	<b>1.200</b>	<b>16,2</b>	<b>180</b>	<b>18,9</b>	<b>580</b>	<b>24,4</b>	<b>530</b>	<b>19,8</b>	<b>340</b>	<b>20,6</b>	<b>670</b>	<b>39,4</b>	<b>380</b>
<b>non lettori</b>	<b>57,6</b>	<b>1.620</b>	<b>83,8</b>	<b>940</b>	<b>81,1</b>	<b>2.500</b>	<b>75,6</b>	<b>1.640</b>	<b>80,2</b>	<b>1.380</b>	<b>79,4</b>	<b>2.590</b>	<b>60,6</b>	<b>590</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>														
un quotidiano	9,0	250	1,1	*	1,9	60	—	—	0,7	*	0,5	20	—	—
due o più quotidiani	0,1	*	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>lettori</b>	<b>9,1</b>	<b>260</b>	<b>1,1</b>	<b>*</b>	<b>1,9</b>	<b>60</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>0,7</b>	<b>*</b>	<b>0,5</b>	<b>20</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>non lettori</b>	<b>90,9</b>	<b>2.560</b>	<b>98,9</b>	<b>1.120</b>	<b>98,1</b>	<b>3.020</b>	<b>100,0</b>	<b>2.170</b>	<b>99,3</b>	<b>1.710</b>	<b>99,5</b>	<b>3.240</b>	<b>100,0</b>	<b>970</b>

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

## 1.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa	Superiore	Media	Medio-inferiore	Inferiore
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>7.178</b>	<b>8.419</b>	<b>6.082</b>	<b>939</b>	<b>5.258</b>	<b>6.292</b>	<b>3.108</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000	1.830.000	11.810.000	15.500.000	7.860.000
Hanno guardato in un giorno medio:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Tutti i quotidiani</b>								
un quotidiano	26,3 9.730	31,9 5.670	21,1 4.060	20,7 2.850	50,4 920	37,5 4.430	22,6 3.500	11,2 880
due o più quotidiani	9,2 3.390	15,6 2.780	3,2 610	3,3 440	28,4 520	14,8 1.750	5,6 870	3,2 250
<b>lettori</b>	35,5 13.120	47,5 8.450	24,3 4.670	24,0 3.290	78,8 1.440	52,3 6.180	28,2 4.370	14,4 1.130
<b>non lettori</b>	64,5 23.880	52,5 9.350	75,7 14.530	76,0 10.450	21,2 390	47,7 5.630	71,8 11.130	85,6 6.730
<b>Quotidiani del mattino</b>								
un quotidiano	26,5 9.820	32,8 5.840	20,7 3.980	20,3 2.790	52,3 960	38,3 4.530	22,3 3.460	11,1 870
due o più quotidiani	7,6 2.790	13,2 2.350	2,3 440	2,3 310	24,4 440	11,9 1.400	4,8 740	2,6 210
<b>lettori</b>	34,1 12.610	46,0 8.190	23,0 4.420	22,6 3.100	76,7 1.400	50,2 5.930	27,1 4.200	13,7 1.080
<b>non lettori</b>	65,9 24.390	54,0 9.610	77,0 14.780	77,4 10.640	23,3 430	49,8 5.880	72,9 11.300	86,3 6.780
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>								
un quotidiano	3,6 1.350	5,1 910	2,3 440	2,4 330	9,1 170	6,1 720	2,4 370	1,2 90
due o più quotidiani	0,2 60	0,2 40	0,1 20	— —	0,6 *	0,2 20	0,1 20	0,1 *
<b>lettori</b>	3,8 1.410	5,3 950	2,4 460	2,4 330	9,7 180	6,3 740	2,5 390	1,3 100
<b>non lettori</b>	96,2 35.590	94,7 16.850	97,6 18.740	97,6 13.410	90,3 1.650	93,7 11.070	97,5 15.110	98,7 7.760

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

1.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Hanno guardato in un giorno medio:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Tutti i quotidiani</b>							
un quotidiano	26,3 9.730	27,6 1.930	27,3 1.760	27,5 1.890	26,2 1.590	25,7 1.400	22,4 1.160
due o più quotidiani	9,2 3.390	11,6 810	9,9 630	10,8 740	8,8 540	7,5 410	5,0 260
<b>lettori</b>	35,5 13.120	39,2 2.740	37,2 2.390	38,3 2.630	35,0 2.130	33,2 1.810	27,4 1.420
<b>non lettori</b>	64,5 23.880	60,8 4.240	62,8 4.040	61,7 4.230	65,0 3.970	66,8 3.650	72,6 3.750
<b>Quotidiani del mattino</b>							
un quotidiano	26,5 9.820	27,7 1.930	27,5 1.770	28,4 1.950	26,4 1.610	25,6 1.400	22,4 1.160
due o più quotidiani	7,6 2.790	10,0 700	7,9 500	8,8 600	7,0 430	6,4 350	4,1 210
<b>lettori</b>	34,1 12.610	37,7 2.630	35,4 2.270	37,2 2.550	33,4 2.040	32,0 1.750	26,5 1.370
<b>non lettori</b>	65,9 24.390	62,3 4.350	64,6 4.160	62,8 4.310	66,6 4.060	68,0 3.710	73,5 3.800
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>							
un quotidiano	3,6 1.350	3,7 260	4,6 290	4,0 270	4,3 270	2,8 150	2,1 110
due o più quotidiani	0,2 60	0,1 *	0,2 20	0,2 20	0,1 *	0,2 *	0,1 *
<b>lettori</b>	3,8 1.410	3,8 270	4,8 310	4,2 290	4,4 270	3,0 160	2,2 110
<b>non lettori</b>	96,2 35.590	96,2 6.710	95,2 6.120	95,8 6.570	95,6 5.830	97,0 5.300	97,8 5.060



# 1. Lettura di quotidiani

adulti

## 1.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori, professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>453</b>		<b>823</b>		<b>1.107</b>		<b>1.280</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>950.000</b>		<b>2.480.000</b>		<b>2.710.000</b>		<b>2.620.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	26,3	9.730	40,9	390	13,2	330	33,2	900	47,4	1.240
due o più quotidiani	9,2	3.390	37,0	350	2,0	50	13,0	350	26,8	700
<b>lettori</b>	<b>35,5</b>	<b>13.120</b>	<b>77,9</b>	<b>740</b>	<b>15,2</b>	<b>380</b>	<b>46,2</b>	<b>1.250</b>	<b>74,2</b>	<b>1.940</b>
<b>non lettori</b>	<b>64,5</b>	<b>23.880</b>	<b>22,1</b>	<b>210</b>	<b>84,8</b>	<b>2.100</b>	<b>53,8</b>	<b>1.460</b>	<b>25,8</b>	<b>680</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	26,5	9.820	42,4	400	13,2	330	34,4	930	49,3	1.290
due o più quotidiani	7,6	2.790	32,4	310	1,7	40	10,2	280	22,0	580
<b>lettori</b>	<b>34,1</b>	<b>12.610</b>	<b>74,8</b>	<b>710</b>	<b>14,9</b>	<b>370</b>	<b>44,6</b>	<b>1.210</b>	<b>71,3</b>	<b>1.870</b>
<b>non lettori</b>	<b>65,9</b>	<b>24.390</b>	<b>25,2</b>	<b>240</b>	<b>85,1</b>	<b>2.110</b>	<b>55,4</b>	<b>1.500</b>	<b>28,7</b>	<b>750</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	3,6	1.350	12,1	110	0,6	20	5,5	150	9,8	260
due o più quotidiani	0,2	60	1,5	20	—	—	0,1	*	0,4	*
<b>lettori</b>	<b>3,8</b>	<b>1.410</b>	<b>13,6</b>	<b>130</b>	<b>0,6</b>	<b>20</b>	<b>5,6</b>	<b>150</b>	<b>10,2</b>	<b>270</b>
<b>non lettori</b>	<b>96,2</b>	<b>35.590</b>	<b>86,4</b>	<b>820</b>	<b>99,4</b>	<b>2.460</b>	<b>94,4</b>	<b>2.560</b>	<b>89,8</b>	<b>2.350</b>

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

## 1.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	1.448		831		1.439		5.811		2.405	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	3.530.000		2.290.000		3.580.000		13.140.000		5.700.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	34,9	1.230	10,1	230	26,8	960	19,7	2.580	32,6	1.860
due o più quotidiani	15,1	530	2,5	60	9,1	330	2,7	360	11,6	660
<b>lettori</b>	50,0	1.760	12,6	290	35,9	1.290	22,4	2.940	44,2	2.520
<b>non lettori</b>	50,0	1.760	87,4	2.000	64,1	2.290	77,6	10.200	55,8	3.180
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	35,8	1.270	9,8	220	26,8	960	19,2	2.530	33,1	1.890
due o più quotidiani	11,9	420	2,5	60	8,1	290	1,9	260	9,9	570
<b>lettori</b>	47,7	1.690	12,3	280	34,9	1.250	21,1	2.790	43,0	2.460
<b>non lettori</b>	52,3	1.840	87,7	2.010	65,1	2.330	78,9	10.350	57,0	3.240
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	7,0	250	0,5	*	2,2	80	2,1	280	3,5	200
due o più quotidiani	0,2	*	—	—	0,2	*	0,1	*	0,1	*
<b>lettori</b>	7,2	260	0,5	*	2,4	90	2,2	290	3,6	210
<b>non lettori</b>	92,8	3.270	99,5	2.280	97,6	3.490	97,8	12.850	96,4	5.490

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

1.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>11.427</b>		<b>2.193</b>		<b>1.977</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>								
un quotidiano	26,3	9.730	20,8	5.930	41,7	1.960	47,7	1.850
due o più quotidiani	9,2	3.390	4,9	1.390	17,8	840	30,2	1.170
lettori	35,5	13.120	25,7	7.320	59,5	2.800	77,9	3.020
non lettori	64,5	23.880	74,3	21.090	40,5	1.910	22,1	860
<b>Quotidiani del mattino</b>								
un quotidiano	26,5	9.820	20,6	5.860	42,7	2.020	50,2	1.950
due o più quotidiani	7,6	2.790	4,0	1.150	14,2	670	25,3	980
lettori	34,1	12.610	24,6	7.010	56,9	2.690	75,5	2.930
non lettori	65,9	24.390	75,4	21.400	43,1	2.020	24,5	950
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>								
un quotidiano	3,6	1.350	2,2	620	7,8	370	9,3	360
due o più quotidiani	0,2	60	0,1	20	0,4	20	0,6	30
lettori	3,8	1.410	2,3	640	8,2	390	9,9	390
non lettori	96,2	35.590	97,7	27.770	91,8	4.320	90,1	3.490

# 1. Lettura di quotidiani

adulti

1.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		1.132		1.230		13.235	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>								
un quotidiano	26,3	9.730	45,0	1.090	32,2	1.060	24,2	7.560
due o più quotidiani	9,2	3.390	28,8	700	14,4	480	7,1	2.220
lettori	35,5	13.120	73,8	1.790	46,6	1.540	31,3	9.780
non lettori	64,5	23.880	26,2	630	53,4	1.760	68,7	21.500
<b>Quotidiani del mattino</b>								
un quotidiano	26,5	9.820	46,7	1.140	32,4	1.070	24,3	7.600
due o più quotidiani	7,6	2.790	24,6	600	12,6	420	5,7	1.780
lettori	34,1	12.610	71,3	1.740	45,0	1.490	30,0	9.380
non lettori	65,9	24.390	28,7	680	55,0	1.810	70,0	21.900
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>								
un quotidiano	3,6	1.350	9,7	240	4,1	140	3,1	970
due o più quotidiani	0,2	60	0,4	*	0,4	*	0,1	40
lettori	3,8	1.410	10,1	250	4,5	150	3,2	1.010
non lettori	96,2	35.590	89,9	2.170	95,5	3.150	96,8	30.270

# 1. Lettura di quotidiani

uomini

## 1.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	7.178		1.356		1.771		1.469		1.713		869	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	17.800.000		5.000.000		3.480.000		3.400.000		3.890.000		2.030.000	
<b>Hanno guardato in un giorno medio:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>												
un quotidiano	31,9	5.670	39,4	1.970	34,0	1.180	31,6	1.070	22,5	870	28,5	580
due o più quotidiani	15,6	2.780	20,1	1.000	17,7	620	17,4	590	9,7	380	9,1	190
<b>lettori</b>	47,5	8.450	59,5	2.970	51,7	1.800	49,0	1.660	32,2	1.250	37,6	770
<b>non lettori</b>	52,5	9.350	40,5	2.030	48,3	1.680	51,0	1.740	67,8	2.640	62,4	1.260
<b>Quotidiani del mattino</b>												
un quotidiano	32,8	5.840	40,8	2.040	35,2	1.220	33,1	1.130	22,2	860	28,8	590
due o più quotidiani	13,2	2.350	15,4	770	16,3	570	14,1	480	9,2	360	8,7	170
<b>lettori</b>	46,0	8.190	56,2	2.810	51,5	1.790	47,2	1.610	31,4	1.220	37,5	760
<b>non lettori</b>	54,0	9.610	43,8	2.190	48,5	1.690	52,8	1.790	68,6	2.670	62,5	1.270
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>												
un quotidiano	5,1	910	9,7	480	2,7	100	6,9	240	1,9	70	0,8	20
due o più quotidiani	0,2	40	0,7	40	0,1	*	0,1	*	—	—	—	—
<b>lettori</b>	5,3	950	10,4	520	2,8	100	7,0	240	1,9	70	0,8	20
<b>non lettori</b>	94,7	16.850	89,6	4.480	97,2	3.380	93,0	3.160	98,1	3.820	99,2	2.010

# 1. Lettura di quotidiani

uomini

## 1.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>494</b>		<b>2.558</b>		<b>2.862</b>		<b>1.264</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>1.000.000</b>		<b>6.040.000</b>		<b>7.390.000</b>		<b>3.370.000</b>	
<b>Hanno guardato in un giorno medio:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	31,9	5.670	47,0	470	41,5	2.510	28,9	2.140	16,5	550
due o più quotidiani	15,6	2.780	39,2	390	23,7	1.430	10,1	740	6,4	220
<b>lettori</b>	<b>47,5</b>	<b>8.450</b>	<b>86,2</b>	<b>860</b>	<b>65,2</b>	<b>3.940</b>	<b>39,0</b>	<b>2.880</b>	<b>22,9</b>	<b>770</b>
<b>non lettori</b>	<b>52,5</b>	<b>9.350</b>	<b>13,8</b>	<b>140</b>	<b>34,8</b>	<b>2.100</b>	<b>61,0</b>	<b>4.510</b>	<b>77,1</b>	<b>2.600</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	32,8	5.840	49,8	500	43,6	2.630	28,9	2.140	16,8	570
due o più quotidiani	13,2	2.350	34,2	340	19,7	1.190	8,7	640	5,4	180
<b>lettori</b>	<b>46,0</b>	<b>8.190</b>	<b>84,0</b>	<b>840</b>	<b>63,3</b>	<b>3.820</b>	<b>37,6</b>	<b>2.780</b>	<b>22,2</b>	<b>750</b>
<b>non lettori</b>	<b>54,0</b>	<b>9.610</b>	<b>16,0</b>	<b>160</b>	<b>36,7</b>	<b>2.220</b>	<b>62,4</b>	<b>4.610</b>	<b>77,8</b>	<b>2.620</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	5,1	910	11,3	110	7,9	480	3,4	250	1,8	70
due o più quotidiani	0,2	40	0,9	*	0,3	20	0,1	*	0,2	*
<b>lettori</b>	<b>5,3</b>	<b>950</b>	<b>12,2</b>	<b>120</b>	<b>8,2</b>	<b>500</b>	<b>3,5</b>	<b>260</b>	<b>2,0</b>	<b>70</b>
<b>non lettori</b>	<b>94,7</b>	<b>16.850</b>	<b>87,8</b>	<b>880</b>	<b>91,8</b>	<b>5.540</b>	<b>96,5</b>	<b>7.130</b>	<b>98,0</b>	<b>3.300</b>

# 1. Lettura di quotidiani

uomini

## 1.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.266</b>		<b>2.640</b>		<b>2.322</b>		<b>950</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>3.330.000</b>		<b>6.370.000</b>		<b>5.630.000</b>		<b>2.470.000</b>	
<b>Hanno guardato in un giorno medio:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	31,9	5.670	34,7	1.150	33,1	2.110	30,4	1.710	28,2	700
due o più quotidiani	15,6	2.780	20,6	690	17,9	1.140	13,4	750	8,0	200
<b>lettori</b>	<b>47,5</b>	<b>8.450</b>	<b>55,3</b>	<b>1.840</b>	<b>51,0</b>	<b>3.250</b>	<b>43,8</b>	<b>2.460</b>	<b>36,2</b>	<b>900</b>
<b>non lettori</b>	<b>52,5</b>	<b>9.350</b>	<b>44,7</b>	<b>1.490</b>	<b>49,0</b>	<b>3.120</b>	<b>56,2</b>	<b>3.170</b>	<b>63,8</b>	<b>1.570</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	32,8	5.840	35,1	1.170	34,7	2.210	31,1	1.750	28,6	710
due o più quotidiani	13,2	2.350	18,1	600	14,8	940	11,3	640	6,8	170
<b>lettori</b>	<b>46,0</b>	<b>8.190</b>	<b>53,2</b>	<b>1.770</b>	<b>49,5</b>	<b>3.150</b>	<b>42,4</b>	<b>2.390</b>	<b>35,4</b>	<b>880</b>
<b>non lettori</b>	<b>54,0</b>	<b>9.610</b>	<b>46,8</b>	<b>1.560</b>	<b>50,5</b>	<b>3.220</b>	<b>57,6</b>	<b>3.240</b>	<b>64,6</b>	<b>1.590</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	5,1	910	5,5	180	6,0	390	5,0	280	2,3	60
due o più quotidiani	0,2	40	0,2	*	0,4	20	0,2	*	0,1	*
<b>lettori</b>	<b>5,3</b>	<b>950</b>	<b>5,7</b>	<b>190</b>	<b>6,4</b>	<b>410</b>	<b>5,2</b>	<b>290</b>	<b>2,4</b>	<b>60</b>
<b>non lettori</b>	<b>94,7</b>	<b>16.850</b>	<b>94,3</b>	<b>3.140</b>	<b>93,6</b>	<b>5.960</b>	<b>94,8</b>	<b>5.340</b>	<b>97,6</b>	<b>2.410</b>

# 1. Lettura di quotidiani

donne

## 1.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	8.419		1.565		2.189		1.728		1.954		983	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		5.400.000		3.740.000		3.670.000		4.200.000		2.190.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>												
un quotidiano	21,1	4.060	33,0	1.780	23,3	870	21,6	790	8,2	350	12,1	270
due o più quotidiani	3,2	610	5,5	300	2,7	100	3,2	120	1,7	70	1,2	20
lettori	24,3	4.670	38,5	2.080	26,0	970	24,8	910	9,9	420	13,3	290
non lettori	75,7	14.530	61,5	3.320	74,0	2.770	75,2	2.760	90,1	3.780	86,7	1.900
<b>Quotidiani del mattino</b>												
un quotidiano	20,7	3.980	31,9	1.720	23,4	880	21,2	780	8,1	340	12,0	260
due o più quotidiani	2,3	440	3,1	170	2,3	80	2,4	90	1,7	70	1,2	30
lettori	23,0	4.420	35,0	1.890	25,7	960	23,6	870	9,8	410	13,2	290
non lettori	77,0	14.780	65,0	3.510	74,3	2.780	76,4	2.800	90,2	3.790	86,8	1.900
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>												
un quotidiano	2,3	440	6,2	330	0,7	20	2,1	80	0,2	*	0,1	*
due o più quotidiani	0,1	20	0,3	20	—	—	0,1	*	—	—	—	—
lettori	2,4	460	6,5	350	0,7	20	2,2	80	0,2	*	0,1	*
non lettori	97,6	18.740	93,5	5.050	99,3	3.720	97,8	3.590	99,8	4.190	99,9	2.190



# 1. Lettura di quotidiani

donne

## 1.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	8.419		445		2.700		3.430		1.844	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	21,1	4.060	54,4	450	33,3	1.930	16,8	1.360	7,1	320
due o più quotidiani	3,2	610	15,4	130	5,5	310	1,6	130	0,9	40
<b>lettori</b>	<b>24,3</b>	<b>4.670</b>	<b>69,8</b>	<b>580</b>	<b>38,8</b>	<b>2.240</b>	<b>18,4</b>	<b>1.490</b>	<b>8,0</b>	<b>360</b>
<b>non lettori</b>	<b>75,7</b>	<b>14.530</b>	<b>30,2</b>	<b>250</b>	<b>61,2</b>	<b>3.530</b>	<b>81,6</b>	<b>6.620</b>	<b>92,0</b>	<b>4.130</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	20,7	3.980	55,3	460	32,8	1.890	16,3	1.320	6,9	310
due o più quotidiani	2,3	440	12,7	110	3,7	220	1,2	90	0,5	20
<b>lettori</b>	<b>23,0</b>	<b>4.420</b>	<b>68,0</b>	<b>570</b>	<b>36,5</b>	<b>2.110</b>	<b>17,5</b>	<b>1.410</b>	<b>7,4</b>	<b>330</b>
<b>non lettori</b>	<b>77,0</b>	<b>14.780</b>	<b>32,0</b>	<b>260</b>	<b>63,5</b>	<b>3.660</b>	<b>82,5</b>	<b>6.700</b>	<b>92,6</b>	<b>4.160</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	2,3	440	6,5	60	4,1	240	1,4	110	0,8	30
due o più quotidiani	0,1	20	0,2	*	0,1	*	0,1	*	0,1	*
<b>lettori</b>	<b>2,4</b>	<b>460</b>	<b>6,7</b>	<b>60</b>	<b>4,2</b>	<b>240</b>	<b>1,5</b>	<b>120</b>	<b>0,9</b>	<b>40</b>
<b>non lettori</b>	<b>97,6</b>	<b>18.740</b>	<b>93,3</b>	<b>770</b>	<b>95,8</b>	<b>5.530</b>	<b>98,5</b>	<b>7.990</b>	<b>99,1</b>	<b>4.450</b>

# 1. Lettura di quotidiani

donne

## 1.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	21,1	4.060	21,1	780	22,2	1.540	21,7	1.290	17,1	460
due o più quotidiani	3,2	610	3,4	120	3,4	230	3,3	190	2,2	60
<b>lettori</b>	<b>24,3</b>	<b>4.670</b>	<b>24,5</b>	<b>900</b>	<b>25,6</b>	<b>1.770</b>	<b>25,0</b>	<b>1.480</b>	<b>19,3</b>	<b>520</b>
<b>non lettori</b>	<b>75,7</b>	<b>14.530</b>	<b>75,5</b>	<b>2.750</b>	<b>74,4</b>	<b>5.160</b>	<b>75,0</b>	<b>4.440</b>	<b>80,7</b>	<b>2.180</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	20,7	3.980	21,0	760	21,7	1.510	21,2	1.250	16,7	450
due o più quotidiani	2,3	440	2,5	100	2,4	160	2,3	140	1,6	50
<b>lettori</b>	<b>23,0</b>	<b>4.420</b>	<b>23,5</b>	<b>860</b>	<b>24,1</b>	<b>1.670</b>	<b>23,5</b>	<b>1.390</b>	<b>18,3</b>	<b>500</b>
<b>non lettori</b>	<b>77,0</b>	<b>14.780</b>	<b>76,5</b>	<b>2.790</b>	<b>75,9</b>	<b>5.260</b>	<b>76,5</b>	<b>4.530</b>	<b>81,7</b>	<b>2.200</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	2,3	440	2,0	70	2,6	180	2,3	130	1,9	60
due o più quotidiani	0,1	20	0,1	*	0,1	*	0,1	*	0,1	*
<b>lettori</b>	<b>2,4</b>	<b>460</b>	<b>2,1</b>	<b>70</b>	<b>2,7</b>	<b>190</b>	<b>2,4</b>	<b>140</b>	<b>2,0</b>	<b>60</b>
<b>non lettori</b>	<b>97,6</b>	<b>18.740</b>	<b>97,9</b>	<b>3.580</b>	<b>97,3</b>	<b>6.740</b>	<b>97,6</b>	<b>5.780</b>	<b>98,0</b>	<b>2.640</b>

# 1. Lettura di quotidiani

donne di casa

## 1.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>4.010.000</b>		<b>2.570.000</b>		<b>2.540.000</b>		<b>3.070.000</b>		<b>1.550.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>												
un quotidiano	20,7	2.850	33,5	1.340	22,9	590	21,1	540	7,1	220	10,7	160
due o più quotidiani	3,3	440	5,4	220	2,8	70	3,6	90	1,4	40	1,0	20
lettori	24,0	3.290	38,9	1.560	25,7	660	24,7	630	8,5	260	11,7	180
non lettori	76,0	10.450	61,1	2.450	74,3	1.910	75,3	1.910	91,5	2.810	88,3	1.370
<b>Quotidiani del mattino</b>												
un quotidiano	20,3	2.790	31,9	1.280	23,2	590	21,0	530	7,1	220	10,6	170
due o più quotidiani	2,3	310	3,2	130	2,2	60	2,7	70	1,3	40	1,0	*
lettori	22,6	3.100	35,1	1.410	25,4	650	23,7	600	8,4	260	11,6	180
non lettori	77,4	10.640	64,9	2.600	74,6	1.920	76,3	1.940	91,6	2.810	88,4	1.370
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>												
un quotidiano	2,4	330	6,1	250	0,7	20	2,2	60	0,2	*	0,1	*
due o più quotidiani	0,1	*	0,3	*	0,1	*	0,1	*	—	—	—	—
lettori	2,5	340	6,4	260	0,8	20	2,3	60	0,2	—	0,1	*
non lettori	97,5	13.400	93,6	3.750	99,2	2.550	97,7	2.480	99,8	3.070	99,9	1.550

# 1. Lettura di quotidiani

donne di casa

## 1.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	6.082		317		1.855		2.442		1.468	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
<b>Hanno guardato in un giorno medio:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	20,7	2.850	54,4	310	33,5	1.310	17,4	990	6,7	240
due o più quotidiani	3,3	440	17,4	100	5,6	220	1,5	90	0,9	30
<b>lettori</b>	24,0	3.290	71,8	410	39,1	1.530	18,9	1.080	7,6	270
<b>non lettori</b>	76,0	10.450	28,2	170	60,9	2.380	81,1	4.620	92,4	3.280
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	20,3	2.790	57,1	330	32,8	1.280	16,7	950	6,3	230
due o più quotidiani	2,3	310	13,9	80	3,9	150	1,0	60	0,6	20
<b>lettori</b>	22,6	3.100	71,0	410	36,7	1.430	17,7	1.010	6,9	250
<b>non lettori</b>	77,4	10.640	29,0	170	63,3	2.480	82,3	4.690	93,1	3.300
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	2,4	330	6,7	40	4,4	170	1,6	90	0,8	30
due o più quotidiani	0,1	*	0,3	*	—	—	0,1	*	0,1	*
<b>lettori</b>	2,5	340	7,0	40	4,4	170	1,7	100	0,9	30
<b>non lettori</b>	97,5	13.400	93,0	540	95,6	3.740	98,3	5.600	99,1	3.520

# 1. Lettura di quotidiani

donne di casa

## 1.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>246</b>		<b>2.618</b>		<b>2.360</b>		<b>858</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>810.000</b>		<b>5.650.000</b>		<b>5.320.000</b>		<b>1.960.000</b>	
<b>Hanno guardato in un giorno medio:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i quotidiani</b>										
un quotidiano	20,7	2.850	15,8	130	22,0	1.240	21,5	1.140	17,2	340
due o più quotidiani	3,3	440	3,4	30	3,2	180	3,5	190	2,1	40
<b>lettori</b>	<b>24,0</b>	<b>3.290</b>	<b>19,2</b>	<b>160</b>	<b>25,2</b>	<b>1.420</b>	<b>25,0</b>	<b>1.330</b>	<b>19,3</b>	<b>380</b>
<b>non lettori</b>	<b>76,0</b>	<b>10.450</b>	<b>80,8</b>	<b>650</b>	<b>74,8</b>	<b>4.230</b>	<b>75,0</b>	<b>3.990</b>	<b>80,7</b>	<b>1.580</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>										
un quotidiano	20,3	2.790	14,8	120	21,5	1.220	21,1	1.130	16,8	320
due o più quotidiani	2,3	310	2,3	20	2,4	130	2,5	130	1,4	30
<b>lettori</b>	<b>22,6</b>	<b>3.100</b>	<b>17,1</b>	<b>140</b>	<b>23,9</b>	<b>1.350</b>	<b>23,6</b>	<b>1.260</b>	<b>18,2</b>	<b>350</b>
<b>non lettori</b>	<b>77,4</b>	<b>10.640</b>	<b>82,9</b>	<b>670</b>	<b>76,1</b>	<b>4.300</b>	<b>76,4</b>	<b>4.060</b>	<b>81,8</b>	<b>1.610</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>										
un quotidiano	2,4	330	3,6	30	2,4	130	2,4	130	1,8	40
due o più quotidiani	0,1	*	—	—	0,1	*	0,1	*	0,2	*
<b>lettori</b>	<b>2,5</b>	<b>340</b>	<b>3,6</b>	<b>30</b>	<b>2,5</b>	<b>140</b>	<b>2,5</b>	<b>130</b>	<b>2,0</b>	<b>40</b>
<b>non lettori</b>	<b>97,5</b>	<b>13.400</b>	<b>96,4</b>	<b>780</b>	<b>97,5</b>	<b>5.510</b>	<b>97,5</b>	<b>5.190</b>	<b>98,0</b>	<b>1.920</b>

# 1. Lettura di quotidiani

donne di casa

## 1.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
Numero di Interviste	6.082		975		791		673	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i quotidiani</b>								
un quotidiano	20,7	2.850	17,7	400	21,2	370	16,2	250
due o più quotidiani	3,3	440	3,6	80	2,3	40	1,0	20
<b>lettori</b>	<b>24,0</b>	<b>3.290</b>	<b>21,3</b>	<b>480</b>	<b>23,5</b>	<b>410</b>	<b>17,2</b>	<b>270</b>
<b>non lettori</b>	<b>76,0</b>	<b>10.450</b>	<b>78,7</b>	<b>1.770</b>	<b>76,5</b>	<b>1.320</b>	<b>82,8</b>	<b>1.260</b>
<b>Quotidiani del mattino</b>								
un quotidiano	20,3	2.790	17,6	400	20,8	360	15,4	230
due o più quotidiani	2,3	310	2,5	60	1,6	30	0,9	10
<b>lettori</b>	<b>22,6</b>	<b>3.100</b>	<b>20,1</b>	<b>460</b>	<b>22,4</b>	<b>390</b>	<b>16,3</b>	<b>240</b>
<b>non lettori</b>	<b>77,4</b>	<b>10.640</b>	<b>79,9</b>	<b>1.790</b>	<b>77,6</b>	<b>1.340</b>	<b>83,7</b>	<b>1.290</b>
<b>Quotidiani del pomeriggio e della sera</b>								
un quotidiano	2,4	330	2,4	50	1,8	30	1,0	20
due o più quotidiani	0,1	*	0,1	*	0,3	*	—	—
<b>lettori</b>	<b>2,5</b>	<b>340</b>	<b>2,5</b>	<b>50</b>	<b>2,1</b>	<b>30</b>	<b>1,0</b>	<b>20</b>
<b>non lettori</b>	<b>97,5</b>	<b>13.400</b>	<b>97,5</b>	<b>2.200</b>	<b>97,9</b>	<b>1.700</b>	<b>99,0</b>	<b>1.510</b>

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

### 2. - Composizione dei lettori dei singoli quotidiani

	Popolazione adulta	Lettori di			
		La Stampa	Corriere della Sera	Il Giorno	La Nazione Italiana
Stima adulti	37.000.000	1.230.000	1.380.000	800.000	740.000
<b>Zona geografica:</b>	%	%	%	%	%
Nord-Ovest	28.1	95	85	63	7
Nord-Est	19.5	4	11	28	1
Centro	19.1	1	2	6	92
Sud	21.9	—	1	2	—
Isole	11.4	—	1	1	—
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>					
fino a 5.000 ab.	24.2	23	18	14	4
5.000 - 10.000 ab.	15.7	12	10	11	8
10.000 - 30.000 ab.	19.3	12	13	14	24
30.000 - 100.000 ab.	15.8	15	14	22	26
oltre 100.000 ab.	25.0	38	45	39	38
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di			
		La Stampa	Corriere della Sera	Il Giorno	La Nazione Italiana
Stima adulti	37.000.000	1.230.000	1.380.000	800.000	740.000
<b>Sesso:</b>	%	%	%	%	%
uomini	48.1	58	61	67	67
donne	51.9	42	39	33	33
(donne di casa)	(37.1)	(30)	(29)	(26)	(20)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>					
superiore	4.9	10	21	15	12
media	31.9	60	48	53	49
medio-inferiore	41.9	27	22	26	36
inferiore	21.3	3	9	6	3
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>					
16 - 24 anni	18.9	19	17	19	23
25 - 34 anni	17.4	19	14	16	17
35 - 44 anni	18.5	22	18	26	21
45 - 54 anni	16.5	14	19	19	12
55 - 64 anni	14.7	14	17	14	13
65 anni e oltre	14.0	12	15	6	14
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

### 2. - Composizione dei lettori dei singoli quotidiani (seguito)

	Popolazione adulta	Lettori di			
		Il Messaggero	Il Tempo	L'Unità	La Gazzetta dello Sport
Stima adulti	37.000.000	820.000	740.000	790.000	830.000
<b>Zona geografica:</b>	%	%	%	%	%
Nord-Ovest	28.1	—	1	38	53
Nord-Est	19.5	—	—	34	33
Centro	19.1	86	56	21	6
Sud	21.9	13	40	5	6
Isole	11.4	1	3	2	2
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>					
fino a 5.000 ab.	24.2	8	17	14	22
5.000 - 10.000 ab.	15.7	7	10	21	14
10.000 - 30.000 ab.	19.3	12	15	14	16
30.000 - 100.000 ab.	15.8	17	13	15	18
oltre 100.000 ab.	25.0	56	45	36	30
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di			
		Il Messaggero	Il Tempo	L'Unità	La Gazzetta dello Sport
Stima adulti	37.000.000	820.000	740.000	790.000	830.000
<b>Sesso:</b>	%	%	%	%	%
uomini	48.1	61	71	75	92
donne (donne di casa)	51.9 (37.1)	39 (27)	29 (21)	25 (18)	8 (6)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale</b>					
superiore	4.9	15	24	3	7
media	31.9	50	46	34	54
medio-inferiore	41.9	26	25	49	31
inferiore	21.3	9	5	14	8
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>					
16 - 24 anni	18.9	20	17	14	28
25 - 34 anni	17.4	18	13	19	28
35 - 44 anni	18.5	24	21	20	20
45 - 54 anni	16.5	20	22	16	14
55 - 64 anni	14.7	12	15	18	7
65 anni e oltre	14.0	6	12	13	3
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

### 2.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		3.960		2.921		3.197		3.668		1.851	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>La Stampa</b>	3,3	1.230	11,2	1.170	0,6	40	0,2	*	0,1	*	—	—
<b>Il Secolo XIX</b>	1,2	460	4,4	450	—	—	0,1	*	—	—	—	—
<b>Corriere della Sera</b>	3,7	1.380	11,1	1.160	2,2	160	0,4	30	0,2	*	0,4	20
<b>Il Giorno</b>	2,2	800	4,9	510	3,1	220	0,6	40	0,2	20	0,1	*
<b>La Notte</b>	1,0	360	3,4	350	0,2	*	—	—	—	—	—	—
<b>Il Gazzettino</b>	1,6	610	—	—	8,4	610	—	—	—	—	—	—
<b>Il Resto del Carlino</b>	1,9	700	0,1	*	8,0	580	1,6	110	—	—	—	—
<b>La Nazione Italiana</b>	2,0	740	0,5	50	0,1	*	9,6	680	—	—	—	—
<b>Il Messaggero</b>	2,2	820	—	—	—	—	10,0	700	1,3	110	0,2	*
<b>Il Tempo</b>	2,0	740	0,1	*	—	—	5,8	410	3,6	290	0,6	30
<b>Il Mattino</b>	1,2	430	—	—	—	—	0,2	20	5,0	410	—	—
<b>La Gazzetta del Mezzogiorno</b>	1,2	440	—	—	—	—	—	—	5,4	440	0,1	*
<b>L'Unità</b>	2,1	790	2,9	300	3,7	270	2,4	170	0,5	40	0,4	*
<b>Corriere dello Sport</b>	1,6	580	0,2	20	0,1	*	3,8	270	2,8	230	1,3	50
<b>Gazzetta dello Sport</b>	2,2	830	4,3	440	3,8	270	0,7	50	0,6	50	0,5	20
<b>Stadio</b>	0,8	310	0,2	20	2,5	180	1,4	100	0,2	*	—	—
<b>Tuttosport</b>	1,2	450	3,2	340	0,8	60	0,7	50	—	—	—	—

31,4

46,9

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

### 2.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale	fino a 5.000 abitanti	5.000 - 10.000 abitanti	10.000-30.000 abitanti	30.000 - 100.000 abitanti	oltre 100.000 abitanti
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>2.334</b>	<b>1.611</b>	<b>3.176</b>	<b>3.389</b>	<b>5.088</b>
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>	<b>8.980.000</b>	<b>5.810.000</b>	<b>7.140.000</b>	<b>5.830.000</b>	<b>9.240.000</b>
Hanno guardato in un giorno medio:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>La Stampa</b>	3,3 1.230	3,1 280	2,5 150	2,1 150	3,0 180	5,1 470
<b>Il Secolo XIX</b>	1,2 460	0,9 80	0,3 20	0,8 60	0,4 20	3,0 280
<b>Corriere della Sera</b>	3,7 1.380	2,7 250	2,3 130	2,6 190	3,2 190	6,8 620
<b>Il Giorno</b>	2,2 800	1,2 110	1,6 90	1,5 110	3,0 180	3,4 310
<b>La Notte</b>	1,0 360	0,5 40	0,4 20	0,7 50	0,7 40	2,3 210
<b>Il Gazzettino</b>	1,6 610	1,9 170	2,6 150	1,0 80	1,3 70	1,5 140
<b>Il Resto del Carlino</b>	1,9 700	0,6 50	1,2 70	2,0 140	2,4 140	3,2 300
<b>La Nazione Italiana</b>	2,0 740	0,4 30	1,0 60	2,4 170	3,3 200	3,0 280
<b>Il Messaggero</b>	2,2 820	0,7 60	0,9 60	1,4 100	2,4 140	5,0 460
<b>Il Tempo</b>	2,0 740	1,4 130	1,3 80	1,5 100	1,7 100	3,6 330
<b>Il Mattino</b>	1,2 430	0,5 50	1,2 70	1,0 70	1,1 70	1,8 170
<b>La Gazzetta del Mezzogiorno</b>	1,2 440	0,2 20	0,8 40	2,2 150	1,8 100	1,4 130
<b>L'Unità</b>	2,1 790	1,2 110	2,9 170	1,6 110	2,1 120	3,0 280
<b>Corriere dello Sport</b>	1,6 580	0,7 60	1,1 70	1,4 100	1,9 110	2,6 240
<b>Gazzetta dello Sport</b>	2,2 830	2,0 180	2,1 120	1,8 130	2,5 150	2,7 250
<b>Stadio</b>	0,8 310	0,6 50	0,9 50	1,1 80	1,1 60	0,8 70
<b>Tuttosport</b>	1,2 450	1,4 130	0,9 60	0,8 60	1,3 70	1,4 130

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

### 2.1.3 - Secondo regione

	Totale	Piemonte	Liguria	Lombardia	Tre Venezie	Emilia	Toscana	Marche e Umbria
Numero di interviste	15.597	1.209	588	2.163	1.732	1.189	1.102	661
Stima della popolazione adulta	37.000.000	3.230.000	1.440.000	5.730.000	4.290.000	2.930.000	2.620.000	1.620.000
Hanno guardato in un giorno medio:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
La Stampa	3,3 1.230	32,2 1.040	5,0 70	0,9 60	0,7 30	0,4 *	0,1 *	0,4 *
Il Secolo XIX	1,2 460	0,8 30	29,7 430	— —	— —	— —	— —	0,1 *
Corriere della Sera	3,7 1.380	1,0 30	3,4 50	18,9 1.090	2,6 110	1,6 50	0,2 *	0,5 *
Il Giorno	2,2 800	0,7 20	2,2 30	7,9 450	3,8 160	2,0 60	0,8 20	0,8 *
La Notte	1,0 360	0,2 *	— —	6,1 350	0,1 *	0,2 *	— —	0,1 *
Il Gazzettino	1,6 610	— —	— —	0,1 *	14,1 610	— —	— —	— —
Il Resto del Carlino	1,9 700	— —	— —	0,2 *	0,8 30	18,6 550	— —	6,7 110
La Nazione Italiana	2,0 740	— —	3,4 50	— —	— —	0,3 *	23,9 630	2,9 50
Il Messaggero	2,2 820	— —	— —	— —	0,1 *	— —	0,1 *	6,1 100
Il Tempo	2,0 740	— —	0,2 *	0,1 *	— —	— —	0,2 *	3,5 60
Il Mattino	1,2 430	— —	— —	— —	— —	— —	0,2 *	0,3 *
La Gazzetta del Mezzogiorno	1,2 440	— —	— —	— —	— —	— —	0,1 *	— —
L'Unità	2,1 790	2,3 80	2,9 40	3,2 180	1,0 40	7,6 220	3,8 100	0,6 *
Corriere dello Sport	1,6 580	— —	0,5 *	0,2 *	— —	0,1 *	0,3 *	1,4 20
Gazzetta dello Sport	2,2 830	0,5 *	2,5 40	6,9 400	4,6 200	2,6 80	1,3 30	— —
Stadio	0,8 310	— —	0,1 *	0,3 20	0,3 *	5,8 170	1,8 50	3,3 50
Tuttosport	1,2 450	4,6 150	4,9 70	2,0 110	0,6 30	1,2 30	0,9 30	0,9 *

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

### 2.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio		Abruzzi		Campania		Puglie		Calabria e Basilicata		Sicilia		Sardegna	
<b>Numero di interviste</b>	1.434		418		1.489		1.105		656		1.502		349	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000		1.120.000		3.080.000		2.170.000		1.720.000		3.260.000		970.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>La Stampa</b>	0,2	*	—	—	—	—	0,1	*	0,1	*	—	—	—	—
<b>Il Secolo XIX</b>	0,1	*	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Corriere della Sera</b>	0,4	*	0,4	*	0,1	*	0,2	*	—	—	0,4	*	0,3	*
<b>Il Giorno</b>	0,4	*	0,5	*	0,4	*	—	—	0,2	*	—	—	0,5	*
<b>La Notte</b>	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Il Gazzettino</b>	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Il Resto del Carlino</b>	*	*	—	—	—	—	—	—	0,1	*	—	—	—	—
<b>La Nazione Italiana</b>	*	*	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Il Messaggero</b>	21,4	600	6,2	70	—	—	0,3	*	1,5	30	—	—	0,8	*
<b>Il Tempo</b>	12,2	350	7,2	80	1,7	50	3,8	80	4,5	80	0,5	20	0,9	*
<b>Il Mattino</b>	0,2	*	—	—	12,1	370	0,1	*	1,9	40	—	—	—	—
<b>La Gazzetta del Mezzogiorno</b>	—	—	—	—	—	—	19,6	430	0,9	*	0,1	*	—	—
<b>L'Unità</b>	2,1	60	0,5	*	0,5	*	0,3	*	0,8	*	—	—	1,4	20
<b>Corriere dello Sport</b>	8,5	240	2,1	20	1,9	60	3,6	80	4,0	70	1,1	40	2,2	20
<b>Gazzetta dello Sport</b>	0,4	*	0,3	*	0,2	*	1,6	30	0,3	*	0,3	*	1,3	*
<b>Stadio</b>	—	—	1,1	*	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Tuttosport</b>	0,5	20	—	—	—	—	0,1	*	—	—	—	—	—	—

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

### 2.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>7.178</b>		<b>8.419</b>		<b>6.082</b>		<b>939</b>		<b>5.258</b>		<b>6.292</b>		<b>3.108</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>17.800.000</b>		<b>19.200.000</b>		<b>13.740.000</b>		<b>1.830.000</b>		<b>11.810.000</b>		<b>15.500.000</b>		<b>7.860.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>La Stampa</b>	3,3	1.230	4,0	710	2,7	520	2,7	370	6,6	120	6,2	730	2,1	330	0,6	50
<b>Il Secolo XIX</b>	1,2	460	1,4	240	1,1	220	1,2	160	3,6	70	2,3	270	0,7	110	0,2	*
<b>Corriere della Sera</b>	3,7	1.380	4,7	840	2,8	540	2,9	400	15,7	290	5,6	660	2,0	310	1,5	120
<b>Il Giorno</b>	2,2	800	3,0	530	1,4	270	1,5	210	6,4	120	3,6	420	1,3	210	0,7	50
<b>La Notte</b>	1,0	360	1,4	240	0,6	120	0,7	100	1,6	30	1,6	180	0,7	110	0,5	40
<b>Il Gazzettino</b>	1,6	610	2,4	430	0,9	180	0,9	120	2,7	50	2,4	280	1,4	230	0,7	50
<b>Il Resto del Carlino</b>	1,9	700	2,5	450	1,3	250	1,3	180	6,8	120	3,3	390	1,1	160	0,4	30
<b>La Nazione Italiana</b>	2,0	740	2,8	500	1,3	240	1,0	140	5,0	90	3,0	360	1,7	260	0,3	30
<b>Il Messaggero</b>	2,2	820	2,8	500	1,7	320	1,6	230	6,7	120	3,5	410	1,4	210	1,0	80
<b>Il Tempo</b>	2,0	740	2,9	520	1,1	220	1,1	150	9,5	180	2,8	330	1,2	190	0,5	40
<b>Il Mattino</b>	1,2	430	1,8	320	0,6	110	0,6	80	4,0	80	1,7	200	0,8	120	0,4	30
<b>La Gazzetta del Mezzogiorno</b>	1,2	440	1,9	330	0,6	110	0,5	70	3,7	60	1,3	160	1,0	160	0,8	60
<b>L'Unità</b>	2,1	790	3,3	590	1,0	200	1,0	140	1,4	30	2,3	270	2,5	380	1,4	110
<b>Corriere dello Sport</b>	1,6	580	3,0	530	0,3	50	0,2	30	2,0	30	2,3	280	1,3	210	0,8	60
<b>Gazzetta dello Sport</b>	2,2	830	4,3	770	0,3	60	0,4	50	3,3	60	3,8	450	1,7	260	0,8	60
<b>Stadio</b>	0,8	310	1,6	290	0,1	20	0,1	*	1,8	30	1,0	120	0,9	140	0,2	20
<b>Tuttosport</b>	1,2	450	2,1	370	0,4	80	0,4	50	2,8	50	2,1	250	0,7	110	0,5	40

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

2.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Hanno guardato in un giorno medio:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
La Stampa	3,3 1.230	3,3 230	3,6 230	3,9 270	2,9 180	3,1 170	3,0 150
Il Secolo XIX	1,2 460	1,2 90	1,0 70	1,0 70	1,4 80	1,6 90	1,3 60
Corriere della Sera	3,7 1.380	3,4 230	2,9 190	3,6 250	4,2 260	4,4 240	4,0 210
Il Giorno	2,2 800	2,2 150	2,0 130	3,1 210	2,4 150	2,0 110	1,0 50
La Notte	1,0 360	1,0 70	0,9 60	1,3 80	1,2 70	1,0 50	0,5 30
Il Gazzettino	1,6 610	1,6 120	1,9 120	1,9 130	1,7 110	1,1 60	1,4 70
Il Resto del Carlino	1,9 700	1,8 120	1,8 120	2,3 160	1,6 90	2,4 130	1,5 80
La Nazione Italiana	2,0 740	2,4 170	2,0 120	2,3 160	1,4 90	1,8 100	1,9 100
Il Messaggero	2,2 820	2,3 160	2,3 150	2,9 200	2,7 160	1,9 100	1,0 50
Il Tempo	2,0 740	1,8 130	1,5 100	2,2 150	2,6 160	1,9 110	1,8 90
Il Mattino	1,2 430	1,2 80	1,3 90	1,3 90	1,2 80	1,1 60	0,6 30
La Gazzetta del Mezzogiorno	1,2 440	1,5 100	1,3 90	1,5 100	1,0 60	1,0 50	0,8 40
L'Unità	2,1 790	1,6 110	2,4 150	2,2 160	2,1 130	2,6 140	1,9 100
Corriere dello Sport	1,6 580	2,9 210	2,5 160	1,6 100	1,0 60	0,8 40	0,1 *
Gazzetta dello Sport	2,2 830	3,3 230	3,6 230	2,4 160	1,9 120	1,0 60	0,5 30
Stadio	0,8 310	1,6 110	1,2 80	0,8 50	0,8 50	0,3 20	0,1 *
Tuttosport	1,2 450	3,1 220	1,5 100	0,8 60	0,5 30	0,6 30	0,1 *

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

adulti

### 2.1.6 - Secondo comune di edizione e altre zone

	Totale		Comune di edizione		Resto della regione		Resto dell'Italia	
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Corriere dello Sport (Roma)	100,0	580	24,5	140	16,4	100	59,1	340
Gazzetta dello Sport (Mi)	100,0	830	12,2	100	35,1	290	52,7	440
Stadio (Bo)	100,0	320	6,3	20	47,3	150	46,4	150
Tuttosport (To)	100,0	450	11,4	50	22,1	100	66,5	300
Il Secolo XIX (Ge)	100,0	460	60,1	280	33,2	150	6,7	30
La Stampa (To)	100,0	1.220	35,2	430	49,7	610	15,1	180
Corriere della Sera (Mi)	100,0	1.360	36,6	500	42,0	570	21,4	290
Il Giorno (Mi)	100,0	800	24,8	200	31,8	250	43,4	350
La Notte (Mi)	100,0	370	52,3	190	42,3	160	5,4	20
Il Gazzettino (Ve)	100,0	610	13,9	90	64,3	390	21,8	130
Il Resto del Carlino (Bo)	100,0	700	24,5	170	53,1	370	22,4	160
La Nazione Italiana (Fi)	100,0	730	22,5	160	62,8	460	14,7	110
Il Messaggero (Roma)	100,0	820	56,1	460	17,2	140	26,7	220
Il Tempo (Roma)	100,0	730	35,8	260	11,6	90	52,6	380
Il Mattino (Na)	100,0	430	34,7	150	52,7	230	12,6	50
La Gazzetta del Mezzogiorno (Ba)	100,0	440	19,0	80	76,5	340	4,5	20

In queste tavole le % sono calcolate « su 100 lettori di ogni singolo quotidiano ».

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

uomini

### 2.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.356</b>		<b>1.771</b>		<b>1.469</b>		<b>1.713</b>		<b>869</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>5.000.000</b>		<b>3.480.000</b>		<b>3.400.000</b>		<b>3.890.000</b>		<b>2.030.000</b>	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	4,0	710	13,3	670	1,0	30	0,2	*	0,1	*	—	—
Il Secolo XIX	1,4	240	4,7	230	—	—	0,1	*	—	—	—	—
Corriere della Sera	4,7	840	14,0	700	3,0	100	0,6	20	0,2	*	0,3	20
Il Giorno	3,0	530	6,4	320	4,8	170	0,8	30	0,4	*	0,2	*
La Notte	1,4	240	4,8	240	0,2	*	0,1	*	—	—	—	—
Il Gazzettino	2,4	430	—	—	12,4	430	—	—	—	—	—	—
Il Resto del Carlino	2,5	450	0,2	*	10,3	360	2,4	80	—	—	—	—
La Nazione Italiana	2,8	500	0,7	50	0,2	*	13,3	450	—	—	—	—
Il Messaggero	2,8	500	—	—	—	—	12,2	410	2,1	80	0,4	*
Il Tempo	2,9	520	0,1	*	—	—	8,2	280	5,5	210	1,0	20
Il Mattino	1,8	320	—	—	—	—	0,3	30	7,8	300	—	—
La Gazzetta del Mezzogiorno	1,9	330	—	—	—	—	—	—	8,4	330	0,2	*
L'Unità	3,3	590	4,4	220	5,8	200	3,5	120	0,8	30	0,8	*
Corriere dello Sport	3,0	530	0,4	20	0,1	*	7,4	250	5,3	210	2,6	50
Gazzetta dello Sport	4,3	770	8,0	400	7,6	260	1,3	40	1,1	40	0,8	20
Stadio	1,6	290	0,3	20	4,8	170	2,8	90	0,3	*	—	—
Tuttosport	2,1	370	5,8	290	1,0	40	1,3	40	—	—	—	—



## 2. Lettura dei singoli quotidiani

uomini

### 2.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio- Inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	4,0	710	5,8	60	7,5	450	2,4	180	0,6	30
Il Secolo XIX	1,4	240	1,8	20	2,2	130	0,8	60	0,3	—
Corriere della Sera	4,7	840	17,9	180	6,4	390	2,7	200	2,3	80
Il Giorno	3,0	530	7,8	80	4,7	280	1,9	140	1,0	30
La Notte	1,4	240	1,9	20	2,2	130	1,0	70	0,8	30
Il Gazzettino	2,4	430	2,2	20	3,2	190	2,3	170	1,2	50
Il Resto del Carlino	2,5	450	7,1	70	4,1	250	1,6	100	0,7	30
La Nazione Italiana	2,8	500	6,0	60	3,9	240	2,6	190	0,4	20
Il Messaggero	2,8	500	7,7	80	4,0	240	1,8	130	1,5	50
Il Tempo	2,9	520	12,6	130	3,6	220	1,9	140	1,0	30
Il Mattino	1,8	320	4,8	50	2,5	150	1,3	90	0,7	30
La Gazzetta del Mezzogiorno	1,9	330	4,7	50	1,8	110	1,7	110	1,5	60
L'Unità	3,3	590	1,9	20	3,4	210	3,7	270	2,6	70
Corriere dello Sport	3,0	530	2,8	30	4,2	250	2,5	180	1,7	60
Gazzetta dello Sport	4,3	770	5,6	60	7,0	420	3,1	230	1,8	60
Stadio	1,6	290	2,9	30	1,9	110	1,7	130	0,5	20
Tuttosport	2,1	370	4,3	50	3,4	210	1,3	90	0,9	40

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

uomini

### 2.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	7.178		1.266		2.640		2.322		950	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		3.330.000		6.370.000		5.630.000		2.470.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	4,0	710	3,8	130	4,5	280	3,6	210	3,8	90
Il Secolo XIX	1,4	240	1,8	60	1,2	70	1,2	70	1,7	40
Corriere della Sera	4,7	840	4,6	150	3,9	250	5,4	320	5,4	130
Il Giorno	3,0	530	2,9	100	3,5	220	3,1	160	1,7	50
La Notte	1,4	240	1,6	40	1,6	90	1,5	80	0,6	30
Il Gazzettino	2,4	430	2,5	80	2,9	190	2,2	130	1,2	30
Il Resto del Carlino	2,5	450	2,5	80	2,9	190	2,2	120	2,2	60
La Nazione Italiana	2,8	500	3,1	110	3,0	190	2,2	130	2,9	70
Il Messaggero	2,8	500	2,8	90	3,3	220	3,1	170	1,0	20
Il Tempo	2,9	520	2,5	90	2,7	180	3,4	190	2,8	60
Il Mattino	1,8	320	1,9	60	2,0	130	1,7	100	1,0	30
La Gazzetta del Mezzogiorno	1,9	330	2,5	80	2,0	120	1,6	90	1,1	40
L'Unità	3,3	590	2,6	90	3,5	220	3,6	200	3,1	80
Corriere dello Sport	3,0	530	5,8	200	3,8	220	1,7	100	0,2	*
Gazzetta dello Sport	4,3	770	6,5	200	5,9	380	2,7	160	1,1	30
Stadio	1,6	290	3,1	100	2,0	120	1,0	70	0,2	*
Tuttosport	2,1	370	5,8	190	1,9	120	0,9	50	0,2	*

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

donne

### 2.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	8.419	1.565	2.189	1.728	1.954	983
Stima della popolazione adulta	19.200.000	5.400.000	3.740.000	3.670.000	4.200.000	2.190.000

Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	2,7	520	9,3	500	0,3	*	0,1	*	—	—	—	—
Il Secolo XIX	1,1	220	4,0	220	—	—	—	—	—	—	—	—
Corriere della Sera	2,8	540	8,5	480	1,4	60	0,1	*	0,1	*	0,5	*
Il Giorno	1,4	270	3,5	190	1,4	50	0,5	20	0,1	*	0,1	*
La Notte	0,6	120	2,1	110	0,2	*	—	—	—	—	—	—
Il Gazzettino	0,9	180	0,1	*	4,7	180	—	—	—	—	—	—
Il Resto del Carlino	1,3	250	—	—	6,0	220	0,8	30	—	—	—	—
La Nazione Italiana	1,3	230	0,3	*	—	—	6,1	220	—	—	—	—
Il Messaggero	1,7	320	—	—	0,1	*	7,9	290	0,6	30	—	—
Il Tempo	1,1	220	0,1	*	—	—	3,5	140	1,8	80	0,3	*
Il Mattino	0,6	110	0,1	*	—	—	0,2	*	2,5	110	—	—
La Gazzetta del Mezzogiorno	0,6	120	—	—	—	—	—	—	2,7	120	—	—
L'Unità	1,0	200	1,5	80	1,8	70	1,3	50	0,2	*	—	—
Corriere dello Sport	0,3	50	0,1	*	—	—	0,6	20	0,5	30	0,2	*
Gazzetta dello Sport	0,3	60	0,8	40	0,2	20	—	—	0,1	*	0,2	*
Stadio	0,1	20	0,1	*	0,4	*	0,2	*	—	—	—	—
Tuttosport	0,4	80	0,8	50	0,6	20	0,2	*	—	—	—	—

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

donne

### 2.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	8.419		445		2.700		3.340		1.844	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	2,7	520	7,6	60	4,8	290	1,8	150	0,5	20
Il Secolo XIX	1,1	220	3,4	30	2,4	140	0,6	50	0,1	*
Corriere della Sera	2,8	540	13,2	120	4,8	270	1,3	110	0,9	40
Il Giorno	1,4	270	4,8	40	2,4	140	0,9	70	0,4	20
La Notte	0,6	120	1,3	*	1,0	60	0,5	40	0,3	*
Il Gazzettino	0,9	180	3,4	30	1,5	90	0,6	60	0,3	*
Il Resto del Carlino	1,3	250	6,3	50	2,4	140	0,7	60	0,2	*
La Nazione Italiana	1,3	240	3,9	40	2,1	120	0,9	70	0,2	*
Il Messaggero	1,7	320	5,4	40	2,9	170	1,0	80	0,6	30
Il Tempo	1,1	220	5,8	60	2,0	120	0,6	50	0,2	*
Il Mattino	0,6	110	2,9	20	0,8	60	0,4	30	0,2	*
La Gazzetta del Mezzogiorno	0,6	110	2,6	*	0,8	50	0,5	50	0,2	*
L'Unità	1,0	200	0,7	*	1,0	70	1,4	110	0,5	20
Corriere dello Sport	0,3	50	—	—	0,4	20	0,3	30	0,1	*
Gazzetta dello Sport	0,3	60	0,6	*	0,5	30	0,3	30	0,1	*
Stadio	0,1	20	0,6	*	0,1	*	0,2	*	—	—
Tuttosport	0,4	80	0,9	*	0,7	60	0,2	20	0,1	*

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

donne

### 2.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	2,7	520	2,8	100	3,1	220	2,4	140	2,2	60
Il Secolo XIX	1,1	220	0,8	30	0,9	70	1,7	100	0,9	20
Corriere della Sera	2,8	540	2,2	80	2,7	190	3,2	190	2,7	80
Il Giorno	1,4	270	1,4	50	1,7	120	1,5	100	0,5	*
La Notte	0,6	120	0,4	30	0,7	50	0,7	40	0,5	*
Il Gazzettino	0,9	180	0,8	40	1,0	60	0,7	40	1,5	40
Il Resto del Carlino	1,3	250	1,2	40	1,2	90	1,7	100	0,8	20
La Nazione Italiana	1,3	240	1,7	60	1,3	90	1,0	60	1,0	30
Il Messaggero	1,7	320	1,9	70	1,9	130	1,6	90	1,0	30
Il Tempo	1,1	220	1,2	40	1,0	70	1,3	80	1,0	30
Il Mattino	0,6	110	0,5	20	0,7	50	0,6	40	0,3	*
La Gazzetta del Mezzogiorno	0,6	110	0,6	20	0,8	70	0,4	20	0,4	*
L'Unità	1,0	200	0,6	20	1,2	90	1,2	70	0,9	20
Corriere dello Sport	0,3	50	0,4	*	0,4	40	0,1	*	—	—
Gazzetta dello Sport	0,3	60	0,5	30	0,3	*	0,4	20	0,1	*
Stadio	0,1	20	0,3	*	0,1	*	0,2	*	—	—
Tuttosport	0,4	80	0,6	30	0,5	40	0,3	*	0,1	*

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

donne di casa

### 2.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	6.082		1.091		1.638		1.215		1.430		708	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		4.010.000		2.570.000		2.540.000		3.070.000		1.550.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	2,7	370	8,9	370	0,2	*	0,1	*	—	—	—	—
Il Secolo XIX	1,2	170	4,0	170	—	—	—	—	—	—	—	—
Corriere della Sera	2,9	400	8,7	360	1,6	40	0,1	*	—	—	0,3	*
Il Giorno	1,5	210	3,7	160	1,7	50	0,4	*	0,1	*	0,2	*
La Notte	0,7	100	2,2	100	0,2	*	—	—	—	—	—	—
Il Gazzettino	0,9	130	0,1	*	4,5	130	—	—	—	—	—	—
Il Resto del Carlino	1,3	180	—	—	6,0	160	0,8	20	—	—	—	—
La Nazione Italiana	1,0	140	0,3	*	—	—	5,2	140	—	—	—	—
Il Messaggero	1,6	230	—	—	—	—	8,2	210	0,5	20	—	—
Il Tempo	1,1	150	0,1	*	—	—	4,0	100	1,5	50	0,2	*
Il Mattino	0,6	80	0,1	*	—	—	0,1	*	2,5	80	—	—
La Gazzetta del Mezzogiorno	0,5	70	—	—	—	—	—	—	2,2	70	—	—
L'Unità	1,0	140	1,4	60	1,5	40	1,6	40	0,2	*	—	—
Corriere dello Sport	0,2	30	0,1	*	—	—	0,6	20	0,4	*	0,2	*
Gazzetta dello Sport	0,4	50	1,0	30	0,1	*	—	—	—	—	0,3	*
Stadio	0,1	*	0,2	*	0,1	*	0,2	*	—	—	—	—
Tuttosport	0,4	60	0,8	40	0,5	20	0,2	*	—	—	—	—

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

donne di casa

### 2.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	6.082		317		1.855		2.442		1.468	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	2,7	370	7,8	50	5,1	200	1,8	100	0,5	20
Il Secolo XIX	1,2	160	4,0	20	2,5	100	0,6	40	0,1	*
Corriere della Sera	2,9	400	14,0	80	5,2	200	1,4	90	0,9	40
Il Giorno	1,5	210	6,2	*	2,4	100	1,1	60	0,4	*
La Notte	0,7	100	1,9	*	1,0	40	0,6	40	0,3	*
Il Gazzettino	0,9	120	4,0	20	1,5	60	0,6	40	0,1	*
Il Resto del Carlino	1,3	180	6,4	40	2,7	100	0,5	40	0,1	*
La Nazione Italiana	1,0	140	3,2	20	1,9	80	0,8	60	0,1	*
Il Messaggero	1,6	230	5,9	30	2,6	110	1,1	70	0,7	30
Il Tempo	1,1	150	7,0	40	1,9	90	0,5	30	0,2	*
Il Mattino	0,6	80	3,8	20	0,9	40	0,3	20	0,2	*
La Gazzetta del Mezzogiorno	0,5	70	1,9	*	0,7	40	0,3	30	0,2	*
L'Unità	1,0	140	1,1	*	1,1	40	1,3	80	0,6	20
Corriere dello Sport	0,2	30	—	—	0,3	*	0,3	30	0,1	*
Gazzetta dello Sport	0,4	50	0,8	*	0,7	30	0,3	20	0,1	*
Stadio	0,1	*	0,5	*	0,1	*	0,1	*	—	—
Tuttosport	0,4	50	1,1	*	0,7	30	0,2	20	0,1	*

## 2. Lettura dei singoli quotidiani

donne di casa

### 2.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	6.082		246		2.618		2.360		858	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		810.000		5.650.000		5.320.000		1.960.000	
Hanno guardato in un giorno medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
La Stampa	2,7	370	0,3	20	3,2	190	2,3	120	1,9	50
Il Secolo XIX	1,2	160	—	—	0,9	40	1,7	100	0,8	20
Corriere della Sera	2,9	400	0,1	*	2,8	160	3,4	190	2,7	60
Il Giorno	1,5	210	0,2	*	1,8	110	1,6	90	0,5	*
La Notte	0,7	100	—	—	0,8	50	0,7	40	0,6	*
Il Gazzettino	0,9	120	—	—	0,9	60	0,6	30	1,8	40
Il Resto del Carlino	1,3	180	—	—	1,3	80	1,8	100	0,6	*
La Nazione Italiana	1,0	140	0,1	*	1,3	80	0,9	60	0,7	20
Il Messaggero	1,6	230	0,1	*	1,8	120	1,8	90	1,1	30
Il Tempo	1,1	150	0,1	*	0,9	60	1,3	70	1,3	30
Il Mattino	0,6	80	0,1	*	0,6	40	0,7	40	0,2	*
La Gazzetta del Mezzogiorno	0,5	70	—	—	0,6	50	0,4	20	0,4	*
L'Unità	1,0	140	—	—	0,9	50	1,3	70	1,0	20
Corriere dello Sport	0,2	30	0,1	*	0,3	30	0,1	*	—	—
Gazzetta dello Sport	0,4	50	0,1	*	0,3	*	0,5	20	0,1	*
Stadlo	0,1	*	—	—	0,1	*	0,1	*	—	—
Tuttosport	0,4	50	—	—	0,6	40	0,3	*	—	—



# Settimanali

## Sezione 3 **Letture di settimanali**

Adulti	Tavole 3.1...
Uomini	Tavole 3.2...
Donne	Tavole 3.3...
Donne di casa	Tavole 3.4...

## Sezione 4 **Letture dei singoli settimanali di attualità e per famiglia**

Adulti	Tavole 4.1...
Uomini	Tavole 4.2...
Donne	Tavole 4.3...
Donne di casa	Tavole 4.4...

## Sezione 5 **Letture dei singoli settimanali femminili**

Adulti	Tavole 5.1...
Uomini	Tavole 5.2...
Donne	Tavole 5.3...
Donne di casa	Tavole 5.4...

## Sezione 6 **Letture dei singoli settimanali di fotoromanzi; radio-TV e diversi**

Adulti	Tavole 6.1...
Uomini	Tavole 6.2...
Donne	Tavole 6.3...
Donne di casa	Tavole 6.4...

In questa parte vengono presentate due serie di dati:

- **Letture di settimanali in genere.** Adulti che, in una settimana media, leggono o sfogliano, fra i 41 settimanali considerati nell'indagine:
  - a) uno, due tre o più settimanali di qualunque tipo;
  - b) uno o più settimanali di attualità o per famiglia;
  - c) uno o più settimanali femminili o di fotoromanzi.
- **Letture dei singoli settimanali** (di attualità e per famiglia; femminili; di fotoromanzi e radio TV; diversi). Adulti che, in una settimana media, leggono o sfogliano il settimanale A, il settimanale B, ecc.

### Forma di presentazione dei dati

Le tavole statistiche contengono due serie di cifre:

- percentuali (calcolate «su 100 adulti nel complesso» oppure «su 100 adulti appartenenti ad un dato sottogruppo della collettività considerata»). Le percentuali sono stampate in rosso.
- stime (valutazioni, in migliaia di adulti). Le stime sono stampate in nero.

Si leggano altre spiegazioni sulla presentazione di questi due tipi di dati nella «Introduzione».

Nelle tavole 3, 4, 5 e 6, che contengono dati sulla «composizione» di alcune collettività di particolare interesse, le percentuali sono calcolate «su 100 lettori di settimanali» oppure: «su 100 lettori del settimanale X», ecc., e indicano, per ogni 100 lettori di settimanali (o per ogni 100 lettori del settimanale X, ecc.) quanti sono maschi, quanti sono femmine, quanti vivono nel Nord, nei centri con oltre 100 mila abitanti, ecc. ecc.

Si leggano a tergo le definizioni e le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

#### Lettori di settimanali

Vennero considerati lettori del settimanale X gli intervistati che dichiararono di avere letto o sfogliato (« guardato ») il settimanale X negli ultimi 7 giorni. Ecco il testo delle domande dedicate alla lettura dei settimanali:

- Le mostro alcuni cartellini con nomi di giornali e riviste che escono una volta la settimana (leggere e porgere il 1° cartellino): Ha mai guardato ABC? (Se no, passare ad Alba; se sì, chiedere);
- Quando l'ha guardato l'ultima volta? (Se l'intervistato è incerto, dire):... forse più di 4 settimane fa, o non più di 4 settimane ma più di 7 giorni fa, o negli ultimi 7 giorni?

Le testate dei settimanali considerati furono presentate su cartoncini, di cui venne opportunamente ruotato l'ordine di presentazione per non influire sulle risposte degli intervistati.

In conclusione i « lettori di settimanali » cui si riferiscono le tavole statistiche di questa parte del volume, possono essere così definiti:

- adulti che leggono o sfogliano uno o più settimanali (oppure il settimanale A, il settimanale B, ecc.) in una settimana media.

Naturalmente, tra gli adulti che leggono o sfogliano il settimanale A in una settimana media sono compresi non solo quelli che leggono o sfogliano l'ultimo numero pubblicato, ma anche quelli che leggono o sfogliano un qualunque numero precedente. Ed inoltre fra gli adulti che leggono o sfogliano il settimanale A in una settimana media sono compresi sia lettori regolari, che lettori irregolari o del tutto occasionali.

#### Osservazioni sulla definizione di « lettore di settimanali »

E' opportuno richiamare l'attenzione su questi punti:

Nel questionario venivano usate queste frasi: « Ha mai guardato il settimanale X? », « Quando l'ha guardato l'ultima volta? ». Dunque sono « lettori », ai fini dell'indagine, tanto coloro che leggono tutto il settimanale, quanto coloro che ne leggono solo pochi articoli ed anche quelli che ne guardano rapidamente — anche per pochi istanti — solo i titoli o le illustrazioni. La definizione di « lettore » va dunque intesa nel senso più lato possibile: essa comprende tutti gli adulti che hanno avuto in mano il settimanale, e perciò il numero massimo di persone che hanno avuto la possibilità di vedere la pubblicità del settimanale. Naturalmente, ciò non significa che tutti i « lettori » abbiano visto la pubblicità: in questa indagine si desidera valutare non il numero di coloro che vedono effettivamente la pubblicità, ma il numero di coloro che hanno occasione di vederla.

La domanda non era « aperta », e quindi ogni intervistato non indicava a memoria i settimanali letti o sfogliati, ma veniva aiutato dall'intervistatore, che gli mostrava dei cartellini su ciascuno dei quali era scritta la testata di un settimanale (metodo del « ricordo stimolato » o « aided recall », che viene impiegato in tutte le indagini di questo tipo). I cartellini venivano mostrati (o letti), uno per uno, a tutti gli intervistati, compresi quelli che leggevano poco o nulla.

Si è fatto così per evitare che l'intervistato potesse dimenticare di indicare — se lo aveva letto — qualcuno dei settimanali considerati nell'indagine.

E' probabile tuttavia che, per una lacuna della memoria o per ragioni di prestigio, alcuni intervistati abbiano dichiarato di aver visto negli ultimi sette giorni qualche settimanale che in realtà avevano visto per l'ultima volta più di sette giorni prima dell'intervista (per esempio 8-10 giorni prima).

Con il metodo del « ricordo stimolato » si è dunque eliminato il pericolo rappresentato dalle facili dimenticanze degli intervistati (e dalla conseguente sottovalutazione del numero di lettori), anche se ciò poteva comportare il pericolo di qualche sopravvalutazione.

Non dimentichiamo, d'altra parte, che interessa conoscere, oltre e più che il numero massimo di « esposti » alla pubblicità di una pubblicazione, la loro composizione per sesso, età, classe sociale, ecc.

Una delle domande era: « Quando ha guardato l'ultima volta il settimanale X? » e non « Quando ha guardato l'ultimo numero del settimanale X? ». Pertanto tra i « lettori » del settimanale sono compresi non solo coloro che leggono o sfogliano l'ultimo numero uscito del settimanale, ma anche quelli che guardano, eventualmente, in una « settimana media » (« negli ultimi sette giorni »), un qualunque numero precedente.

Specialmente per alcuni settimanali il fenomeno della lettura dei numeri arretrati può comportare un aumento sensibile del numero di « lettori in una settimana media ». Tale fenomeno può essere legato sia alla presenza dei settimanali nei luoghi pubblici (bar, caffè, barbieri, sale d'aspetto, ecc.), sia ad una lunga vita delle copie delle pubblicazioni nelle abitazioni dei lettori regolari e occasionali, e sia infine ai prestiti e regali di copie arretrate (o di intere collezioni) fatti da coloro che acquistano o ricevono in abbonamento le pubblicazioni. Naturalmente, la presenza di certi settimanali nei luoghi pubblici, l'abitudine di prestare o regalare le copie, o di sfogliare i settimanali nelle edicole prima di acquistarli, ecc., sono cause frequenti di un'alta « circolazione » delle copie (e cioè molti « lettori », sia pure spesso affrettati e superficiali, per ogni copia stampata), e quindi di un aumento del numero di « lettori in una settimana media », anche indipendentemente dal fenomeno della lettura dei numeri arretrati.

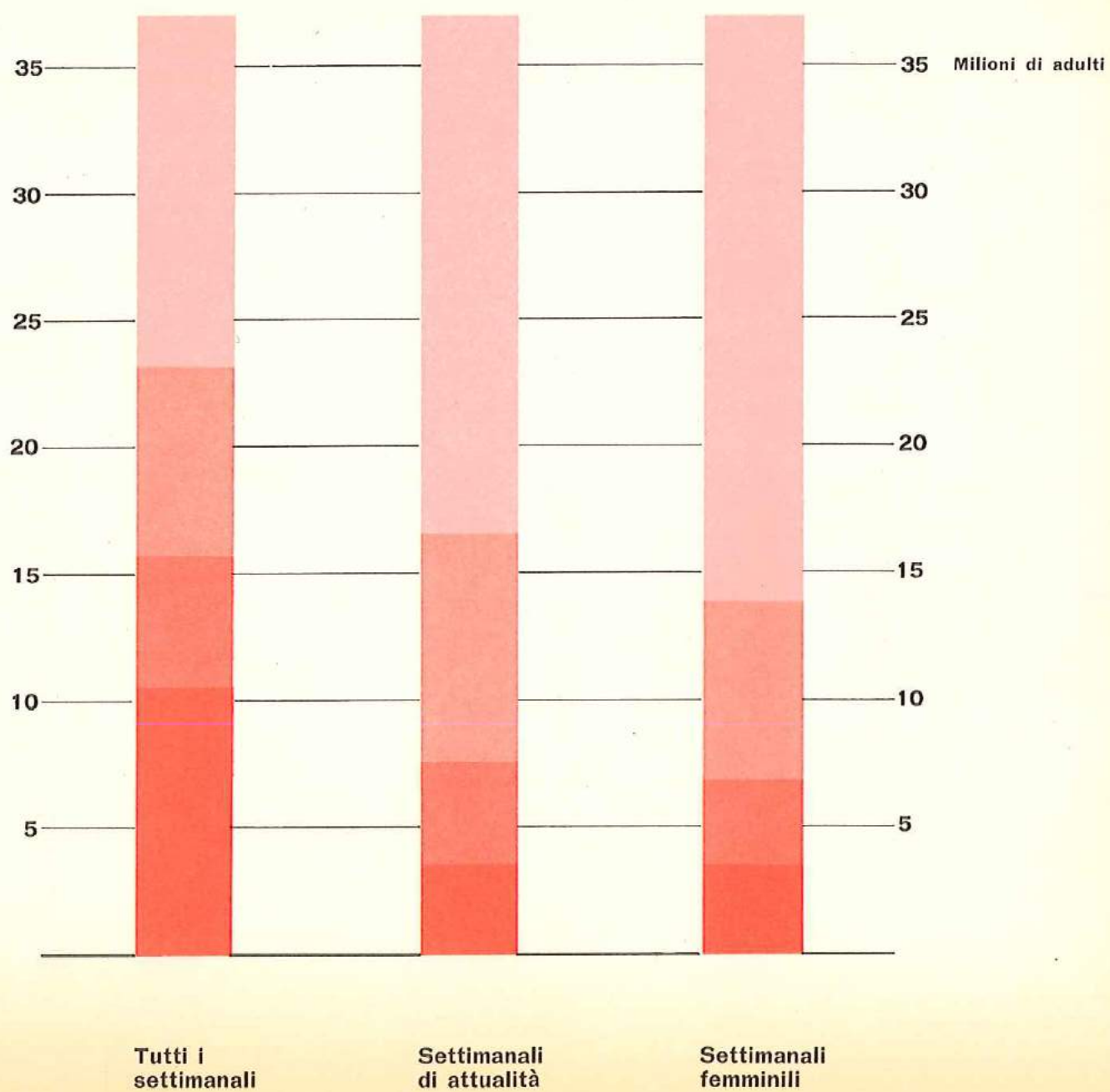
#### Elenco dei 41 settimanali considerati in questa parte

Per suggerimento del Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I. vennero considerati 41 settimanali.

I settimanali sono stati raccolti per esigenze pratiche in 6 gruppi di pubblicazioni aventi caratteristiche affini.

1. *Settimanali di attualità*: ABC, Borghese, Epoca, Espresso, Europeo, Le Ore, Rotosei, Settimana Incom Illustrata, Settimo Giorno, Tempo, Vita.
2. *Settimanali per famiglia*: Domenica del Corriere, Famiglia Cristiana, Gente, Oggi, Tribuna Illustrata.
3. *Settimanali femminili*: Alba, Amica, Annabella, Bella, Confidenze, Così, Eva, Gioia, Grazia, Intimità, Marie Claire, Noi Donne, Novella.
4. *Settimanali di fotoromanzi*: Bolero Film, Confessioni, Grand Hotel, Luna Park, Sogno.
5. *Settimanali di Radio-TV*: Radiocorriere, Settimana Radio-TV, Sorrisi e Canzoni.
6. *Settimanali diversi*: L'Automobile, Orizzonti, Settimana Enigmistica, Vie Nuove.

# Letture dei settimanali



# 3. Lettura di settimanali

## 3a. - Composizione dei lettori di settimanali

	Popolazione adulta	Lettori di			
		tutti i settimanali	1 settimanale	2 settimanali	3 o più settimanali
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>23.060.000</b>	<b>7.380.000</b>	<b>5.190.000</b>	<b>10.490.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	34	33	35	35
Nord-Est	19.5	23	24	22	22
Centro	19.1	19	16	18	21
Sud	21.9	16	17	16	14
Isole	11.4	8	10	9	8
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Regioni:</b>					
Piemonte	8.8	10	11	10	9
Liguria	3.9	5	4	5	5
Lombardia	15.5	19	17	20	20
Tre Venezie	11.6	14	15	13	13
Emilia	7.9	9	9	9	9
Toscana	7.1	7	7	7	7
Marche e Umbria	4.4	3	4	3	4
Lazio	7.6	8	6	8	10
Abruzzi	3.0	2	2	2	2
Campania	8.3	6	6	7	5
Puglie	5.9	4	5	4	4
Calabria e Basilicata	4.6	4	4	3	4
Sicilia	8.8	6	7	6	5
Sardegna	2.6	3	3	3	3
	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di			
		tutti i settimanali	1 settimanale	2 settimanali	3 o più settimanali
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>23.060.000</b>	<b>7.380.000</b>	<b>5.190.000</b>	<b>10.490.000</b>
<b>Grandezza del comune:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
- fino a 5.000 ab.	24.2	22	30	22	16
5.000 - 10.000 ab.	15.7	14	14	16	14
10.000 - 30.000 ab.	19.3	18	18	17	17
30.000 - 100.000 ab.	15.8	16	14	16	18
oltre 100.000 ab.	25.0	30	24	29	35
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sesso:</b>					
uomini	48.1	49	47	50	50
donne (donne di casa)	51.9 (37.1)	51 (34)	53 (39)	50 (34)	50 (29)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>					
superiore	4.9	7	3	6	11
media	31.9	41	34	41	46
medio-inferiore	41.9	40	47	41	34
inferiore	21.3	12	16	12	9
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>					
16 - 24 anni	18.9	24	16	22	30
25 - 34 anni	17.4	19	18	19	20
35 - 44 anni	18.5	20	20	20	20
45 - 54 anni	16.5	16	17	16	14
55 - 64 anni	14.7	12	15	13	10
65 anni e oltre	14.0	9	14	10	6
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### 3. Lettura di settimanali

3b. - Composizione dei lettori di settimanali dei diversi tipi

	Popolazione adulta	Lettori di		
		tutti i settimanali	settimanali di attualità e per famiglia	settimanali femminili e fotoromanzi
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>23.060.000</b>	<b>16.490.000</b>	<b>13.800.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	34	37	33
Nord-Est	19.5	23	24	21
Centro	19.1	19	18	20
Sud	21.9	16	13	17
Isole	11.4	8	8	9
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Regioni:</b>				
Piemonte	8.8	10	10	10
Liguria	3.9	5	5	5
Lombardia	15.5	19	22	18
Tre Venezie	11.6	14	16	11
Emilia	7.9	9	8	10
Toscana	7.1	7	6	8
Marche e Umbria	4.4	3	3	4
Lazio	7.6	8	8	9
Abruzzi	3.0	2	2	2
Campania	8.3	6	4	6
Puglie	5.9	4	4	5
Calabria e Basilicata	4.6	4	4	4
Sicilia	8.8	6	5	6
Sardegna	2.6	3	3	2
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di		
		tutti i settimanali	settimanali di attualità e per famiglia	settimanali femminili e fotoromanzi
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>23.060.000</b>	<b>16.490.000</b>	<b>13.800.000</b>
<b>Grandezza del comune:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
fino a 5.000 ab.	24.2	22	24	17
5.000 - 10.000 ab.	15.7	14	15	15
10.000 - 30.000 ab.	19.3	18	17	18
30.000 - 100.000 ab.	15.8	16	16	18
oltre 100.000 ab.	25.0	30	28	32
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sesso:</b>				
uomini	48.1	49	53	40
donne	51.9	51	47	60
(donne di casa)	(37.1)	(34)	(31)	(38)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4.9	7	9	6
media	31.9	41	43	41
medio-inferiore	41.9	40	36	42
inferiore	21.3	12	12	11
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18.9	24	22	29
25 - 34 anni	17.4	19	18	20
35 - 44 anni	18.5	20	20	20
45 - 54 anni	16.5	16	16	15
55 - 64 anni	14.7	12	13	10
65 anni e oltre	14.0	9	11	6
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>3.960</b>		<b>2.921</b>		<b>3.197</b>		<b>3.668</b>		<b>1.851</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>												
1 settimanale	20,0	7.380	23,1	2.400	24,6	1.780	17,0	1.200	15,7	1.270	17,2	730
2 settimanali	14,0	5.190	17,3	1.800	15,9	1.150	13,1	930	10,3	830	11,5	480
3 settimanali	9,5	3.510	12,0	1.250	10,6	760	10,4	730	6,4	520	5,9	250
4 o più settimanali	18,8	6.980	23,5	2.450	21,2	1.530	21,0	1.480	12,1	980	12,7	540
<b>lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>23.060</b>	<b>75,9</b>	<b>7.900</b>	<b>72,3</b>	<b>5.220</b>	<b>61,5</b>	<b>4.340</b>	<b>44,5</b>	<b>3.600</b>	<b>47,3</b>	<b>2.000</b>
<b>non lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>13.940</b>	<b>24,1</b>	<b>2.500</b>	<b>27,7</b>	<b>2.000</b>	<b>38,5</b>	<b>2.720</b>	<b>55,5</b>	<b>4.490</b>	<b>52,7</b>	<b>2.230</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>												
1 settimanale	24,3	8.990	31,6	3.290	30,2	2.180	21,8	1.540	15,3	1.240	17,4	740
2 o più settimanali	20,3	7.500	26,8	2.780	24,7	1.790	19,4	1.370	12,5	1.010	13,1	550
<b>lettori</b>	<b>44,6</b>	<b>16.490</b>	<b>58,4</b>	<b>6.070</b>	<b>54,9</b>	<b>3.970</b>	<b>41,2</b>	<b>2.910</b>	<b>27,8</b>	<b>2.250</b>	<b>30,5</b>	<b>1.290</b>
<b>non lettori</b>	<b>55,4</b>	<b>20.510</b>	<b>41,6</b>	<b>4.330</b>	<b>45,1</b>	<b>3.250</b>	<b>58,8</b>	<b>4.150</b>	<b>72,2</b>	<b>5.840</b>	<b>69,5</b>	<b>2.940</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>												
1 settimanale	19,0	7.040	21,5	2.230	21,4	1.550	18,7	1.320	15,4	1.250	16,4	690
2 o più settimanali	18,3	6.760	22,3	2.330	18,7	1.350	20,8	1.470	13,1	1.050	13,2	560
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>13.800</b>	<b>43,8</b>	<b>4.560</b>	<b>40,1</b>	<b>2.900</b>	<b>39,5</b>	<b>2.790</b>	<b>28,5</b>	<b>2.300</b>	<b>29,6</b>	<b>1.250</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>23.200</b>	<b>56,2</b>	<b>5.840</b>	<b>59,9</b>	<b>4.320</b>	<b>60,5</b>	<b>4.270</b>	<b>71,5</b>	<b>5.790</b>	<b>70,4</b>	<b>2.980</b>

# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		2.334		1.611		3.176		3.388		5.088	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		8.980.000		5.810.000		7.140.000		5.830.000		9.240.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>												
1 settimanale	20,0	7.380	24,4	2.190	18,2	1.060	18,8	1.340	17,2	1.000	19,4	1.790
2 settimanali	14,0	5.190	12,9	1.160	13,8	810	12,7	900	14,5	840	16,0	1.480
3 settimanali	9,5	3.510	6,6	600	8,5	490	8,6	620	11,0	640	12,6	1.160
4 o più settimanali	18,8	6.980	12,2	1.090	16,6	960	16,9	1.210	21,7	1.270	26,5	2.450
<b>lettori</b>	62,3	23.060	56,1	5.040	57,1	3.320	57,0	4.070	64,4	3.750	74,5	6.880
<b>non lettori</b>	37,7	13.940	43,9	3.940	42,9	2.490	43,0	3.070	35,6	2.080	25,5	2.360
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>												
1 settimanale	24,3	8.990	27,5	2.470	23,2	1.350	21,6	1.540	22,8	1.330	24,9	2.300
2 o più settimanali	20,3	7.500	16,6	1.490	19,8	1.150	17,7	1.270	21,8	1.270	25,1	2.320
<b>lettori</b>	44,6	16.490	44,1	3.960	43,0	2.500	39,3	2.810	44,6	2.600	50,0	4.620
<b>non lettori</b>	55,4	20.510	55,9	5.020	57,0	3.310	60,7	4.330	55,4	3.230	50,0	4.620
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>												
1 settimanale	19,0	7.040	15,6	1.400	18,3	1.060	18,2	1.300	20,7	1.210	22,4	2.070
2 o più settimanali	18,3	6.760	11,0	990	16,7	980	17,2	1.230	20,8	1.210	25,5	2.350
<b>lettori</b>	37,3	13.800	26,6	2.390	35,0	2.040	35,4	2.530	41,5	2.420	47,9	4.420
<b>non lettori</b>	62,7	23.200	73,4	6.590	65,0	3.770	64,6	4.610	58,5	3.410	52,1	4.820

# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.3 - Secondo regione

	Totale		Piemonte		Liguria		Lombardia		Tre Venezie		Emilia		Toscana		Marche e Umbria	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.209</b>		<b>588</b>		<b>2.163</b>		<b>1.732</b>		<b>1.189</b>		<b>1.102</b>		<b>661</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		3.230.000		1.440.000		5.730.000		4.290.000		2.930.000		2.620.000		1.620.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>																
1 settimanale	20,0	7.380	24,2	780	22,8	330	22,5	1.290	25,7	1.100	23,0	680	18,7	490	16,4	270
2 settimanali	14,0	5.190	15,6	510	18,9	270	17,9	1.020	16,1	690	15,8	460	13,6	360	10,1	160
3 settimanali	9,5	3.510	10,6	340	12,9	190	12,5	720	11,4	490	9,3	270	11,4	300	7,5	120
4 o più settimanali	18,8	6.980	20,0	650	26,0	370	24,9	1.430	19,9	850	23,1	680	17,4	450	15,7	260
<b>lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>23.060</b>	<b>70,4</b>	<b>2.280</b>	<b>80,6</b>	<b>1.160</b>	<b>77,8</b>	<b>4.460</b>	<b>73,1</b>	<b>3.130</b>	<b>71,2</b>	<b>2.090</b>	<b>61,1</b>	<b>1.600</b>	<b>49,7</b>	<b>810</b>
<b>non lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>13.940</b>	<b>29,6</b>	<b>950</b>	<b>19,4</b>	<b>280</b>	<b>22,2</b>	<b>1.270</b>	<b>26,9</b>	<b>1.160</b>	<b>28,8</b>	<b>840</b>	<b>38,9</b>	<b>1.020</b>	<b>50,3</b>	<b>810</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>																
1 settimanale	24,3	8.990	30,0	970	31,0	450	32,7	1.880	34,3	1.470	24,1	710	22,4	580	18,5	300
2 o più settimanali	20,3	7.500	21,1	680	28,3	410	29,5	1.690	25,8	1.110	23,1	680	15,5	410	17,2	280
<b>lettori</b>	<b>44,6</b>	<b>16.490</b>	<b>51,1</b>	<b>1.650</b>	<b>59,3</b>	<b>860</b>	<b>62,2</b>	<b>3.570</b>	<b>60,1</b>	<b>2.580</b>	<b>47,2</b>	<b>1.390</b>	<b>37,9</b>	<b>990</b>	<b>35,7</b>	<b>580</b>
<b>non lettori</b>	<b>55,4</b>	<b>20.510</b>	<b>48,9</b>	<b>1.580</b>	<b>40,7</b>	<b>580</b>	<b>37,8</b>	<b>2.160</b>	<b>39,9</b>	<b>1.710</b>	<b>52,8</b>	<b>1.540</b>	<b>62,1</b>	<b>1.630</b>	<b>64,3</b>	<b>1.040</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>																
1 settimanale	19,0	7.040	22,4	720	24,4	350	20,3	1.160	20,2	870	23,1	680	19,5	510	15,8	250
2 o più settimanali	18,3	6.760	20,4	660	23,5	340	23,1	1.330	15,8	680	23,0	670	20,9	550	14,7	240
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>13.800</b>	<b>42,8</b>	<b>1.380</b>	<b>47,9</b>	<b>690</b>	<b>43,4</b>	<b>2.490</b>	<b>36,0</b>	<b>1.550</b>	<b>46,1</b>	<b>1.350</b>	<b>40,4</b>	<b>1.060</b>	<b>30,5</b>	<b>490</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>23.200</b>	<b>57,2</b>	<b>1.850</b>	<b>52,1</b>	<b>750</b>	<b>56,6</b>	<b>3.240</b>	<b>64,0</b>	<b>2.740</b>	<b>53,9</b>	<b>1.580</b>	<b>59,6</b>	<b>1.560</b>	<b>69,5</b>	<b>1.130</b>



# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
<b>Numero di interviste</b>	1.434	418	1.489	1.105	656	1.502	349
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Tutti i settimanali</b>							
1 settimanale	15,8 450	16,2 180	14,9 460	16,8 360	16,0 270	15,4 500	23,2 220
2 settimanali	14,4 410	10,9 120	11,1 340	9,1 200	9,9 170	9,5 310	18,0 170
3 settimanali	11,1 310	6,7 70	5,4 160	7,7 170	6,4 110	5,1 170	8,6 90
4 o più settimanali	27,4 770	10,3 120	10,3 320	12,7 270	15,6 270	11,0 360	18,6 180
<b>lettori</b>	68,7 1.940	44,1 490	41,7 1.280	46,3 1.000	47,9 820	41,0 1.340	68,4 660
<b>non lettori</b>	31,3 880	55,9 630	58,3 1.800	53,7 1.170	52,1 900	59,0 1.920	31,6 310
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>							
1 settimanale	23,2 660	13,6 150	12,3 380	16,1 350	20,9 360	13,3 430	31,3 300
2 o più settimanali	24,3 680	12,7 140	10,1 310	13,0 280	16,1 280	10,0 320	23,4 230
<b>lettori</b>	47,5 1.340	26,3 290	22,4 690	29,1 630	37,0 640	23,3 750	54,7 530
<b>non lettori</b>	52,5 1.480	73,7 830	77,6 2.390	70,9 1.540	63,0 1.080	76,7 2.510	45,3 440
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>							
1 settimanale	19,8 560	16,6 180	13,3 410	16,9 370	16,4 290	15,1 490	20,7 200
2 o più settimanali	24,1 680	11,6 130	13,5 410	13,3 290	13,0 220	12,6 410	15,6 150
<b>lettori</b>	43,9 1.240	28,2 310	26,8 820	30,2 660	29,4 510	27,7 900	36,3 350
<b>non lettori</b>	56,1 1.580	71,8 810	73,2 2.260	69,8 1.510	70,6 1.210	72,3 2.360	63,7 620

### 3. Lettura di settimanali

adulti

#### 3.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa	Superiore	Media	Medio-inferiore	Inferiore
Numero di interviste	15.597	7.178	8.419	6.082	939	5.258	6.292	3.108
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000	1.830.000	11.810.000	15.500.000	7.860.000
Hanno guardato in una settimana media:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Tutti i settimanali</b>								
1 settimanale	20,0 7.380	19,4 3.450	20,5 3.930	20,9 2.880	14,1 260	21,2 2.500	22,3 3.460	14,8 1.160
2 settimanali	14,0 5.190	14,5 2.580	13,6 2.610	13,0 1.790	16,2 290	18,3 2.160	13,7 2.130	7,8 610
3 settimanali	9,5 3.510	9,7 1.730	9,2 1.780	8,0 1.100	17,2 310	13,1 1.550	8,6 1.330	4,0 320
4 o più settimanali	18,8 6.980	19,9 3.550	17,9 3.430	14,5 1.980	43,5 800	27,8 3.290	14,7 2.270	7,9 620
<b>lettori</b>	62,3 23.060	63,5 11.310	61,2 11.750	56,4 7.750	91,0 1.660	80,4 9.500	59,3 9.190	34,5 2.710
<b>non lettori</b>	37,7 13.940	36,5 6.490	38,8 7.450	43,6 5.990	9,0 170	19,6 2.310	40,7 6.310	65,5 5.150
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>								
1 settimanale	24,3 8.990	23,4 4.170	25,1 4.820	24,0 3.300	28,2 520	30,3 3.580	23,4 3.620	16,2 1.270
2 o più settimanali	20,3 7.500	26,0 4.620	15,0 2.880	13,3 1.830	51,1 930	30,1 3.550	15,2 2.360	8,4 660
<b>lettori</b>	44,6 16.490	49,4 8.790	40,1 7.700	37,3 5.130	79,3 1.450	60,4 7.130	38,6 5.980	24,6 1.930
<b>non lettori</b>	55,4 20.510	50,6 9.010	59,9 11.500	62,7 8.610	20,7 380	39,6 4.680	61,4 9.520	75,4 5.930
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>								
1 settimanale	19,0 7.040	18,6 3.310	19,4 3.730	18,6 2.550	22,0 400	23,7 2.810	19,6 3.040	10,1 790
2 o più settimanali	18,3 6.760	12,1 2.150	24,0 4.610	19,1 2.630	25,4 470	24,2 2.850	17,6 2.730	9,0 710
<b>lettori</b>	37,3 13.800	30,7 5.460	43,4 8.340	37,7 5.180	47,4 870	47,9 5.660	37,2 5.770	19,1 1.500
<b>non lettori</b>	62,7 23.200	69,3 12.340	56,6 10.860	62,3 8.560	52,6 960	52,1 6.150	62,8 9.730	80,9 6.360

# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>2.678</b>	<b>2.823</b>	<b>3.024</b>	<b>2.643</b>	<b>2.313</b>	<b>2.116</b>
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>	<b>6.980.000</b>	<b>6.430.000</b>	<b>6.860.000</b>	<b>6.100.000</b>	<b>5.460.000</b>	<b>5.170.000</b>
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>
<b>Tutti i settimanali</b>							
1 settimanale	20,0 7.380	17,2 1.200	20,5 1.320	21,6 1.480	21,3 1.290	19,8 1.080	19,5 1.010
2 settimanali	14,0 5.190	16,2 1.130	15,2 980	15,4 1.050	13,9 850	11,8 650	10,3 530
3 settimanali	9,5 3.510	12,5 870	11,6 740	10,4 720	8,7 530	7,0 380	5,1 270
4 o più settimanali	18,8 6.980	32,8 2.300	21,0 1.350	19,7 1.350	16,0 980	11,7 640	7,0 360
<b>lettori</b>	<b>62,3 23.060</b>	<b>78,7 5.500</b>	<b>68,3 4.390</b>	<b>67,1 4.600</b>	<b>59,9 3.650</b>	<b>50,3 2.750</b>	<b>41,9 2.170</b>
<b>non lettori</b>	<b>37,7 13.940</b>	<b>21,3 1.480</b>	<b>31,7 2.040</b>	<b>32,9 2.260</b>	<b>40,1 2.450</b>	<b>49,7 2.710</b>	<b>58,1 3.000</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>							
1 settimanale	24,3 8.990	24,7 1.730	25,7 1.650	25,8 1.770	24,8 1.510	22,3 1.210	21,5 1.120
2 o più settimanali	20,3 7.500	27,3 1.900	21,6 1.390	21,7 1.490	18,9 1.150	16,3 900	13,1 670
<b>lettori</b>	<b>44,6 16.490</b>	<b>52,0 3.630</b>	<b>47,3 3.040</b>	<b>47,5 3.260</b>	<b>43,7 2.660</b>	<b>38,6 2.110</b>	<b>34,6 1.790</b>
<b>non lettori</b>	<b>55,4 20.510</b>	<b>48,0 3.350</b>	<b>52,7 3.390</b>	<b>52,5 3.600</b>	<b>56,3 3.440</b>	<b>61,4 3.350</b>	<b>65,4 3.380</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>							
1 settimanale	19,0 7.040	23,6 1.650	22,8 1.470	21,8 1.500	19,9 1.210	13,5 740	9,1 470
2 o più settimanali	18,3 6.760	34,2 2.390	21,0 1.360	17,8 1.220	14,6 890	10,7 580	6,3 320
<b>lettori</b>	<b>37,3 13.800</b>	<b>57,8 4.040</b>	<b>43,8 2.830</b>	<b>39,6 2.720</b>	<b>34,5 2.100</b>	<b>24,2 1.320</b>	<b>15,4 790</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7 23.200</b>	<b>42,2 2.940</b>	<b>56,2 3.800</b>	<b>60,4 4.140</b>	<b>65,5 4.000</b>	<b>75,8 4.140</b>	<b>84,6 4.380</b>

# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>453</b>		<b>823</b>		<b>1.107</b>		<b>1.280</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>950.000</b>		<b>2.480.000</b>		<b>2.710.000</b>		<b>2.620.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	20,0	7.380	17,0	160	19,6	490	21,2	570	17,4	460
2 settimanali	14,0	5.190	17,0	160	9,4	230	15,4	420	18,4	480
3 settimanali	9,5	3.510	14,0	130	5,0	120	10,5	290	15,2	400
4 o più settimanali	18,8	6.980	36,8	360	5,3	130	23,0	620	38,6	1.010
<b>lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>23.060</b>	<b>84,8</b>	<b>810</b>	<b>39,3</b>	<b>970</b>	<b>70,1</b>	<b>1.900</b>	<b>89,6</b>	<b>2.350</b>
<b>non lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>13.940</b>	<b>15,2</b>	<b>140</b>	<b>60,7</b>	<b>1.510</b>	<b>29,9</b>	<b>810</b>	<b>10,4</b>	<b>270</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	24,3	8.990	27,0	260	19,9	490	26,3	710	29,6	780
2 o più settimanali	20,3	7.500	48,0	460	10,8	270	25,8	700	45,0	1.180
<b>lettori</b>	<b>44,6</b>	<b>16.490</b>	<b>75,0</b>	<b>720</b>	<b>30,7</b>	<b>760</b>	<b>52,1</b>	<b>1.410</b>	<b>74,6</b>	<b>1.960</b>
<b>non lettori</b>	<b>55,4</b>	<b>20.510</b>	<b>25,0</b>	<b>230</b>	<b>69,3</b>	<b>1.720</b>	<b>47,9</b>	<b>1.300</b>	<b>25,4</b>	<b>660</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	19,0	7.040	19,0	180	10,9	270	20,5	560	25,3	660
2 o più settimanali	18,3	6.760	13,0	120	5,3	130	19,2	520	23,3	610
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>13.800</b>	<b>32,0</b>	<b>300</b>	<b>16,2</b>	<b>400</b>	<b>39,7</b>	<b>1.080</b>	<b>48,6</b>	<b>1.270</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>23.200</b>	<b>68,0</b>	<b>650</b>	<b>83,8</b>	<b>2.080</b>	<b>60,3</b>	<b>1.630</b>	<b>51,4</b>	<b>1.350</b>

### 3. Lettura di settimanali

adulti

#### 3.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	1.448		831		1.439		5.811		2.405	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	3.530.000		2.290.000		3.580.000		13.140.000		5.700.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	21,3	750	15,2	350	20,6	740	21,7	2.850	17,8	1.010
2 settimanali	18,8	660	7,4	170	14,3	510	13,5	1.770	13,8	780
3 settimanali	12,5	440	4,1	90	11,5	410	8,3	1.090	9,4	540
4 o più settimanali	24,8	880	8,1	190	20,6	740	14,1	1.850	21,4	1.220
<b>lettori</b>	77,4	2.730	34,8	800	67,0	2.400	57,6	7.560	62,4	3.550
<b>non lettori</b>	22,6	800	65,2	1.490	33,0	1.180	42,4	5.580	37,6	2.150
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	28,3	1.000	16,2	370	25,6	920	23,8	3.140	23,2	1.320
2 o più settimanali	26,8	950	9,2	210	18,2	650	12,5	1.640	25,4	1.450
<b>lettori</b>	55,1	1.950	25,4	580	43,8	1.570	36,3	4.780	48,6	2.770
<b>non lettori</b>	44,9	1.580	74,6	1.710	56,2	2.010	63,7	8.360	51,4	2.930
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	24,6	870	12,1	280	22,3	800	19,0	2.500	16,2	920
2 o più settimanali	22,0	780	8,6	200	22,9	820	20,1	2.640	16,3	930
<b>lettori</b>	46,6	1.650	20,7	480	45,2	1.620	39,1	5.140	32,5	1.850
<b>non lettori</b>	53,4	1.680	79,3	1.810	54,8	1.960	60,9	8.000	67,5	3.850

### 3. Lettura di settimanali

adulti

#### 3.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>11.427</b>		<b>2.193</b>		<b>1.977</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>								
1 settimanale	20,0	7.380	21,0	5.970	17,7	830	14,9	580
2 settimanali	14,0	5.190	13,1	3.700	17,5	820	17,1	660
3 settimanali	9,5	3.510	7,5	2.140	15,2	720	16,9	660
4 o più settimanali	18,8	6.980	12,7	3.600	36,1	1.700	43,6	1.690
<b>lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>23.060</b>	<b>54,3</b>	<b>15.410</b>	<b>86,5</b>	<b>4.070</b>	<b>92,5</b>	<b>3.590</b>
<b>non lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>13.940</b>	<b>45,7</b>	<b>13.000</b>	<b>13,5</b>	<b>640</b>	<b>7,5</b>	<b>290</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>								
1 settimanale	24,3	8.990	23,0	6.540	30,2	1.420	26,3	1.020
2 o più settimanali	20,3	7.500	13,6	3.860	34,7	1.640	51,7	2.010
<b>lettori</b>	<b>44,6</b>	<b>16.490</b>	<b>36,6</b>	<b>10.400</b>	<b>64,9</b>	<b>3.060</b>	<b>78,0</b>	<b>3.030</b>
<b>non lettori</b>	<b>55,4</b>	<b>20.510</b>	<b>63,4</b>	<b>18.010</b>	<b>35,1</b>	<b>1.650</b>	<b>22,0</b>	<b>850</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>								
1 settimanale	19,0	7.040	17,4	4.940	24,9	1.170	24,2	940
2 o più settimanali	18,3	6.760	15,4	4.380	30,0	1.410	24,7	960
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>13.800</b>	<b>32,8</b>	<b>9.320</b>	<b>54,9</b>	<b>2.580</b>	<b>48,9</b>	<b>1.900</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>23.200</b>	<b>67,2</b>	<b>19.090</b>	<b>45,1</b>	<b>2.130</b>	<b>51,1</b>	<b>1.980</b>

# 3. Lettura di settimanali

adulti

## 3.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>								
1 settimanale	20,0	7.380	16,6	400	20,8	690	20,1	6.300
2 settimanali	14,0	5.190	17,5	420	17,2	570	13,4	4.200
3 settimanali	9,5	3.510	15,9	390	10,3	340	8,9	2.780
4 o più settimanali	18,8	6.980	36,3	880	24,5	810	16,9	5.290
<b>lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>23.060</b>	<b>86,3</b>	<b>2.090</b>	<b>72,8</b>	<b>2.410</b>	<b>59,3</b>	<b>18.570</b>
<b>non lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>13.940</b>	<b>13,7</b>	<b>330</b>	<b>27,2</b>	<b>890</b>	<b>40,7</b>	<b>12.710</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>								
1 settimanale	24,3	8.990	26,4	640	25,8	860	24,0	7.510
2 o più settimanali	20,3	7.500	45,0	1.090	28,3	930	17,5	5.470
<b>lettori</b>	<b>44,6</b>	<b>16.490</b>	<b>71,4</b>	<b>1.730</b>	<b>54,1</b>	<b>1.790</b>	<b>41,5</b>	<b>12.980</b>
<b>non lettori</b>	<b>55,4</b>	<b>20.510</b>	<b>28,6</b>	<b>690</b>	<b>45,9</b>	<b>1.510</b>	<b>58,5</b>	<b>18.300</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>								
1 settimanale	19,0	7.040	23,6	570	23,7	780	18,2	5.690
2 o più settimanali	18,3	6.760	19,4	470	17,0	560	18,3	5.720
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>13.800</b>	<b>43,0</b>	<b>1.040</b>	<b>40,7</b>	<b>1.340</b>	<b>36,5</b>	<b>11.410</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>23.200</b>	<b>57,0</b>	<b>1.380</b>	<b>59,3</b>	<b>1.960</b>	<b>63,5</b>	<b>19.870</b>

# 3. Lettura di settimanali

uomini

## 3.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.356</b>		<b>1.771</b>		<b>1.469</b>		<b>1.713</b>		<b>869</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>5.000.000</b>		<b>3.480.000</b>		<b>3.400.000</b>		<b>3.890.000</b>		<b>2.030.000</b>	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>												
1 settimanale	19,4	3.450	23,2	1.160	22,5	780	16,3	550	15,6	600	17,2	350
2 settimanali	14,5	2.580	17,6	880	16,4	570	12,3	420	11,4	440	13,1	270
3 settimanali	9,7	1.730	12,1	600	10,6	370	11,0	380	6,5	260	6,4	130
4 o più settimanali	19,9	3.550	22,2	1.110	22,9	800	22,8	770	14,5	570	14,8	300
<b>lettori</b>	<b>63,5</b>	<b>11.310</b>	<b>75,1</b>	<b>3.750</b>	<b>72,4</b>	<b>2.520</b>	<b>62,4</b>	<b>2.120</b>	<b>48,0</b>	<b>1.870</b>	<b>51,5</b>	<b>1.050</b>
<b>non lettori</b>	<b>36,5</b>	<b>6.490</b>	<b>24,9</b>	<b>1.250</b>	<b>27,6</b>	<b>960</b>	<b>37,6</b>	<b>1.280</b>	<b>52,0</b>	<b>2.020</b>	<b>48,5</b>	<b>980</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>												
1 settimanale	23,4	4.170	30,1	1.500	27,6	960	20,4	690	17,1	660	17,1	350
2 o più settimanali	26,0	4.620	30,0	1.510	32,4	1.130	26,4	900	18,0	710	18,9	380
<b>lettori</b>	<b>49,4</b>	<b>8.790</b>	<b>60,1</b>	<b>3.010</b>	<b>60,0</b>	<b>2.090</b>	<b>46,8</b>	<b>1.590</b>	<b>35,1</b>	<b>1.370</b>	<b>36,0</b>	<b>730</b>
<b>non lettori</b>	<b>50,6</b>	<b>9.010</b>	<b>39,9</b>	<b>1.990</b>	<b>40,0</b>	<b>1.390</b>	<b>53,2</b>	<b>1.810</b>	<b>64,9</b>	<b>2.520</b>	<b>64,0</b>	<b>1.300</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>												
1 settimanale	18,6	3.310	20,0	1.000	21,0	730	17,6	600	15,8	620	18,0	370
2 o più settimanali	12,1	2.150	14,6	730	10,3	360	14,2	480	9,6	370	9,9	200
<b>lettori</b>	<b>30,7</b>	<b>5.460</b>	<b>34,6</b>	<b>1.730</b>	<b>31,3</b>	<b>1.090</b>	<b>31,8</b>	<b>1.080</b>	<b>25,4</b>	<b>990</b>	<b>27,9</b>	<b>570</b>
<b>non lettori</b>	<b>69,3</b>	<b>12.340</b>	<b>65,4</b>	<b>3.270</b>	<b>68,7</b>	<b>2.390</b>	<b>68,2</b>	<b>2.320</b>	<b>74,6</b>	<b>2.900</b>	<b>72,1</b>	<b>1.460</b>



# 3. Lettura di settimanali

uomini

## 3.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	19,4	3.450	13,8	140	20,7	1.250	22,0	1.620	13,0	440
2 settimanali	14,5	2.580	16,1	160	19,2	1.160	13,3	980	8,2	280
3 settimanali	9,7	1.730	18,7	190	13,1	790	8,1	600	4,6	150
4 o più settimanali	19,9	3.550	40,9	410	27,5	1.660	15,8	1.170	9,3	310
<b>lettori</b>	<b>63,5</b>	<b>11.310</b>	<b>89,5</b>	<b>900</b>	<b>80,5</b>	<b>4.860</b>	<b>59,2</b>	<b>4.370</b>	<b>35,1</b>	<b>1.180</b>
<b>non lettori</b>	<b>36,5</b>	<b>6.490</b>	<b>10,5</b>	<b>100</b>	<b>19,5</b>	<b>1.180</b>	<b>40,8</b>	<b>3.020</b>	<b>64,9</b>	<b>2.190</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	23,4	4.170	24,9	250	29,3	1.770	22,1	1.630	15,2	510
2 o più settimanali	26,0	4.620	57,3	570	36,2	2.180	20,1	1.490	11,1	380
<b>lettori</b>	<b>49,4</b>	<b>8.790</b>	<b>82,2</b>	<b>820</b>	<b>65,5</b>	<b>3.950</b>	<b>42,2</b>	<b>3.120</b>	<b>26,3</b>	<b>890</b>
<b>non lettori</b>	<b>50,6</b>	<b>9.010</b>	<b>17,8</b>	<b>180</b>	<b>34,5</b>	<b>2.090</b>	<b>57,8</b>	<b>4.270</b>	<b>73,7</b>	<b>2.480</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	18,6	3.310	18,4	190	22,0	1.330	19,4	1.430	10,8	360
2 o più settimanali	12,1	2.150	12,1	110	15,0	900	11,8	870	7,4	250
<b>lettori</b>	<b>30,7</b>	<b>5.460</b>	<b>30,5</b>	<b>300</b>	<b>37,0</b>	<b>2.230</b>	<b>31,2</b>	<b>2.300</b>	<b>18,2</b>	<b>610</b>
<b>non lettori</b>	<b>69,3</b>	<b>12.340</b>	<b>69,5</b>	<b>700</b>	<b>63,0</b>	<b>3.810</b>	<b>68,8</b>	<b>5.090</b>	<b>81,8</b>	<b>2.760</b>

# 3. Lettura di settimanali

uomini

## 3.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.266</b>		<b>2.640</b>		<b>2.322</b>		<b>950</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>3.330.000</b>		<b>6.370.000</b>		<b>5.630.000</b>		<b>2.470.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	19,4	3.450	17,7	590	19,8	1.270	20,7	1.170	17,8	440
2 settimanali	14,5	2.580	16,0	530	15,9	1.010	13,5	760	11,1	270
3 settimanali	9,7	1.730	11,9	400	11,5	730	8,5	480	5,0	120
4 o più settimanali	19,9	3.550	32,7	1.090	21,8	1.390	15,5	870	8,0	200
<b>lettori</b>	<b>63,5</b>	<b>11.310</b>	<b>78,3</b>	<b>2.610</b>	<b>69,0</b>	<b>4.400</b>	<b>58,2</b>	<b>3.280</b>	<b>41,9</b>	<b>1.030</b>
<b>non lettori</b>	<b>36,5</b>	<b>6.490</b>	<b>21,7</b>	<b>720</b>	<b>31,0</b>	<b>1.970</b>	<b>41,8</b>	<b>2.350</b>	<b>58,1</b>	<b>1.440</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	23,4	4.170	22,9	770	25,2	1.610	23,4	1.320	19,4	470
2 o più settimanali	26,0	4.620	35,0	1.160	27,7	1.760	22,8	1.290	16,4	410
<b>lettori</b>	<b>49,4</b>	<b>8.790</b>	<b>57,9</b>	<b>1.930</b>	<b>52,9</b>	<b>3.370</b>	<b>46,2</b>	<b>2.610</b>	<b>35,8</b>	<b>880</b>
<b>non lettori</b>	<b>50,6</b>	<b>9.010</b>	<b>42,1</b>	<b>1.400</b>	<b>47,1</b>	<b>3.000</b>	<b>53,8</b>	<b>3.020</b>	<b>64,2</b>	<b>1.590</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	18,6	3.310	24,2	800	21,5	1.370	16,6	940	8,0	200
2 o più settimanali	12,1	2.150	21,2	700	12,8	820	9,2	510	4,6	110
<b>lettori</b>	<b>30,7</b>	<b>5.460</b>	<b>45,4</b>	<b>1.500</b>	<b>34,3</b>	<b>2.190</b>	<b>25,8</b>	<b>1.450</b>	<b>12,6</b>	<b>310</b>
<b>non lettori</b>	<b>69,3</b>	<b>12.340</b>	<b>54,6</b>	<b>1.830</b>	<b>65,7</b>	<b>4.180</b>	<b>74,2</b>	<b>4.180</b>	<b>87,4</b>	<b>2.160</b>

# 3. Lettura di settimanali

donne

## 3.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		1.565		2.189		1.728		1.954		983	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		5.400.000		3.740.000		3.670.000		4.200.000		2.190.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>												
1 settimanale	20,5	3.930	23,0	1.240	26,6	1.000	17,7	650	15,9	670	17,1	370
2 settimanali	13,6	2.610	17,1	920	15,5	580	13,9	510	9,3	390	9,9	220
3 settimanali	9,2	1.780	11,9	650	10,5	390	9,7	360	6,3	260	5,4	120
4 o più settimanali	17,9	3.430	24,7	1.340	19,7	730	19,4	710	9,8	410	10,9	240
<b>lettori</b>	61,2	11.750	76,7	4.150	72,3	2.700	60,7	2.230	41,3	1.730	43,3	950
<b>non lettori</b>	38,8	7.450	23,3	1.250	27,7	1.040	39,3	1.440	58,7	2.470	56,7	1.240
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>												
1 settimanale	25,1	4.820	33,1	1.790	32,6	1.220	23,2	850	13,8	580	17,7	390
2 o più settimanali	15,0	2.880	23,6	1.270	17,6	660	12,8	470	7,3	300	7,5	160
<b>lettori</b>	40,1	7.700	56,7	3.060	50,2	1.880	36,0	1.320	21,1	880	25,2	550
<b>non lettori</b>	59,9	11.500	43,3	2.340	49,8	1.860	64,0	2.350	78,9	3.320	74,8	1.640
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>												
1 settimanale	19,4	3.730	22,9	1.240	21,9	820	19,8	730	15,0	630	14,9	330
2 o più settimanali	24,0	4.610	29,5	1.590	26,4	990	26,8	980	16,3	690	16,3	350
<b>lettori</b>	43,4	8.340	52,4	2.830	48,3	1.810	46,6	1.710	31,3	1.320	31,2	680
<b>non lettori</b>	56,6	10.860	47,6	2.570	51,7	1.930	53,4	1.960	68,7	2.880	68,8	1.510

# 3. Lettura di settimanali

donne

## 3.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		445		2.700		3.430		1.844	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
<b>Hanno guardato in urta settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	20,5	3.930	14,3	120	21,7	1.250	22,7	1.840	16,1	720
2 settimanali	13,6	2.610	16,2	130	17,3	1.000	14,1	1.150	7,5	340
3 settimanali	9,2	1.780	15,3	130	13,1	750	9,0	730	3,7	160
4 o più settimanali	17,9	3.430	46,8	390	28,2	1.630	13,7	1.100	6,8	310
<b>lettori</b>	61,2	11.750	92,6	770	80,3	4.630	59,5	4.820	34,1	1.530
<b>non lettori</b>	38,8	7.450	7,4	60	19,7	1.140	40,5	3.290	65,9	2.960
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	25,1	4.820	32,2	270	31,3	1.800	24,5	1.990	16,9	770
2 o più settimanali	15,0	2.880	43,6	360	23,7	1.370	10,7	870	6,4	280
<b>lettori</b>	40,1	7.700	75,8	630	55,0	3.170	35,2	2.860	23,3	1.050
<b>non lettori</b>	59,9	11.500	24,2	200	45,0	2.600	64,8	5.250	76,7	3.440
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	19,4	3.730	26,3	220	25,6	1.480	19,9	1.610	9,5	430
2 o più settimanali	24,0	4.610	41,5	340	33,8	1.950	22,9	1.860	10,2	450
<b>lettori</b>	43,4	8.340	67,8	560	59,4	3.430	42,8	3.470	19,7	880
<b>non lettori</b>	56,6	10.860	32,2	270	40,6	2.340	57,2	4.640	80,3	3.610

# 3. Lettura di settimanali

donne

## 3.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	20,5	3.930	16,7	610	22,2	1.530	20,5	1.210	21,1	580
2 settimanali	13,6	2.610	16,5	600	14,8	1.020	12,4	730	9,5	260
3 settimanali	9,2	1.780	13,0	470	10,5	730	7,2	430	5,3	140
4 o più settimanali	17,9	3.430	32,9	1.220	19,0	1.310	12,6	750	6,0	160
<b>lettori</b>	61,2	11.750	79,1	2.900	66,5	4.590	52,7	3.120	41,9	1.140
<b>non lettori</b>	38,8	7.450	20,9	750	33,5	2.340	47,3	2.800	58,1	1.560
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	25,1	4.820	26,4	960	26,2	1.820	23,7	1.400	23,5	630
2 o più settimanali	15,0	2.880	20,3	750	16,2	1.110	12,8	760	9,9	270
<b>lettori</b>	40,1	7.700	46,7	1.710	42,4	2.930	36,5	2.160	33,4	900
<b>non lettori</b>	59,9	11.500	53,3	1.940	57,6	4.000	63,5	3.760	66,6	1.800
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	19,4	3.730	23,1	850	23,1	1.600	17,2	1.020	10,1	270
2 o più settimanali	24,0	4.610	46,1	1.680	25,4	1.760	16,1	950	7,8	210
<b>lettori</b>	43,4	8.340	69,2	2.530	48,5	3.360	33,3	1.970	17,9	480
<b>non lettori</b>	56,6	10.860	30,8	1.120	51,5	3.570	66,7	3.950	82,1	2.220

# 3. Lettura di settimanali

donne di casa

## 3.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	6.082		1.091		1.638		1.215		1.430		708	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	13.740.000		4.010.000		2.570.000		2.540.000		3.070.000		1.550.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>												
1 settimanale	20,9	2.880	24,3	970	27,6	710	18,1	460	14,9	460	17,7	270
2 settimanali	13,0	1.790	17,1	680	14,9	380	13,3	340	8,0	250	8,8	140
3 settimanali	8,0	1.100	11,4	460	8,8	230	8,3	210	4,7	140	4,2	60
4 o più settimanali	14,5	1.980	20,7	830	16,7	430	16,8	430	6,4	190	6,4	100
<b>lettori</b>	56,4	7.750	73,5	2.940	68,0	1.750	56,5	1.440	34,0	1.040	37,1	570
<b>non lettori</b>	43,6	5.990	26,5	1.070	32,0	820	43,5	1.100	66,0	2.030	62,9	980
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>												
1 settimanale	24,0	3.300	32,4	1.300	30,8	790	22,9	580	12,4	380	15,9	250
2 o più settimanali	13,3	1.830	21,5	860	16,0	410	11,7	300	5,6	170	5,6	80
<b>lettori</b>	37,3	5.130	56,9	2.160	46,8	1.200	34,6	880	18,0	550	21,5	330
<b>non lettori</b>	62,7	8.610	46,1	1.850	53,2	1.370	65,4	1.660	82,0	2.520	78,5	1.220
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>												
1 settimanale	18,6	2.550	22,6	900	21,4	550	19,3	490	12,8	390	13,8	210
2 o più settimanali	19,1	2.630	24,8	1.000	21,8	560	22,2	560	11,1	340	10,7	170
<b>lettori</b>	37,7	5.180	47,4	1.900	43,2	1.110	41,5	1.050	23,9	730	24,5	380
<b>non lettori</b>	62,3	8.560	52,6	2.110	56,8	1.460	58,5	1.490	76,1	2.340	75,5	1.170

# 3. Lettura di settimanali

donne di casa

## 3.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio- Inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	6.082		317		1.855		2.442		1.468	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	20,9	2.880	14,5	80	22,3	870	24,1	1.370	15,4	550
2 settimanali	13,0	1.790	18,0	100	18,5	720	12,7	730	6,6	230
3 settimanali	8,0	1.100	13,9	80	12,7	500	7,3	420	3,0	110
4 o più settimanali	14,5	1.980	45,8	270	23,5	920	10,6	610	5,5	190
<b>lettori</b>	56,4	7.750	92,2	530	77,0	3.010	54,7	3.130	30,5	1.080
<b>non lettori</b>	43,6	5.990	7,8	50	23,0	900	45,3	2.570	69,5	2.470
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	24,0	3.300	32,7	190	30,3	1.190	23,9	1.360	15,8	560
2 o più settimanali	13,3	1.830	42,9	250	22,0	860	9,4	540	5,2	190
<b>lettori</b>	37,3	5.130	75,6	440	52,3	2.050	33,3	1.900	21,0	750
<b>non lettori</b>	62,7	8.610	24,4	140	47,7	1.860	66,7	3.800	79,0	2.800
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	18,6	2.550	29,2	170	25,6	1.000	18,7	1.070	8,9	320
2 o più settimanali	19,1	2.630	37,3	220	28,7	1.120	17,7	1.010	8,0	280
<b>lettori</b>	37,7	5.180	66,5	390	54,3	2.120	36,4	2.080	16,9	600
<b>non lettori</b>	62,3	8.560	33,5	190	45,7	1.790	63,6	3.620	83,1	2.950

### 3. Lettura di settimanali

donne di casa

#### 3.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>246</b>		<b>2.618</b>		<b>2.360</b>		<b>858</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>810.000</b>		<b>5.650.000</b>		<b>5.320.000</b>		<b>1.960.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i settimanali</b>										
1 settimanale	20,9	2.880	18,3	150	22,6	1.280	20,3	1.080	18,7	360
2 settimanali	13,0	1.790	14,1	110	14,9	840	12,4	660	9,0	180
3 settimanali	8,0	1.100	8,6	70	9,6	550	7,3	390	5,1	100
4 o più settimanali	14,5	1.980	19,6	160	18,3	1.030	12,6	670	6,1	120
<b>lettori</b>	<b>56,4</b>	<b>7.750</b>	<b>60,6</b>	<b>490</b>	<b>65,4</b>	<b>3.700</b>	<b>52,6</b>	<b>2.800</b>	<b>39,9</b>	<b>760</b>
<b>non lettori</b>	<b>43,6</b>	<b>5.990</b>	<b>39,4</b>	<b>320</b>	<b>34,6</b>	<b>1.950</b>	<b>47,4</b>	<b>2.520</b>	<b>61,1</b>	<b>1.200</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>										
1 settimanale	24,0	3.300	19,4	160	26,0	1.470	23,3	1.250	22,1	430
2 o più settimanali	13,3	1.830	12,6	100	15,1	850	12,9	680	9,7	190
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>5.130</b>	<b>32,0</b>	<b>260</b>	<b>41,1</b>	<b>2.320</b>	<b>36,2</b>	<b>1.930</b>	<b>31,8</b>	<b>620</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>8.610</b>	<b>68,0</b>	<b>550</b>	<b>58,9</b>	<b>3.330</b>	<b>63,8</b>	<b>3.390</b>	<b>68,2</b>	<b>1.340</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>										
1 settimanale	18,6	2.550	21,7	180	22,6	1.280	17,4	920	8,8	170
2 o più settimanali	19,1	2.630	29,3	230	24,3	1.370	16,2	860	8,2	160
<b>lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>5.180</b>	<b>51,0</b>	<b>410</b>	<b>46,9</b>	<b>2.650</b>	<b>33,6</b>	<b>1.780</b>	<b>17,0</b>	<b>330</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>8.560</b>	<b>49,0</b>	<b>400</b>	<b>53,1</b>	<b>3.000</b>	<b>66,4</b>	<b>3.540</b>	<b>83,0</b>	<b>1.630</b>



### 3. Lettura di settimanali

donne di casa

#### 3.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>975</b>		<b>791</b>		<b>673</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>2.250.000</b>		<b>1.730.000</b>		<b>1.530.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i settimanali</b>								
1 settimanale	20,9	2.880	22,6	510	19,8	340	24,8	380
2 settimanali	13,0	1.790	13,0	290	15,4	270	12,0	180
3 settimanali	8,0	1.100	8,5	190	10,7	180	6,4	100
4 o più settimanali	14,5	1.980	15,7	360	16,5	290	10,8	170
<b>lettori</b>	<b>56,4</b>	<b>7.750</b>	<b>59,8</b>	<b>1.350</b>	<b>62,4</b>	<b>1.080</b>	<b>54,0</b>	<b>830</b>
<b>non lettori</b>	<b>43,6</b>	<b>5.990</b>	<b>40,2</b>	<b>900</b>	<b>37,6</b>	<b>650</b>	<b>46,0</b>	<b>700</b>
<b>Settimanali di attualità e per famiglia</b>								
1 settimanale	24,0	3.300	24,8	560	24,5	420	21,9	340
2 o più settimanali	13,3	1.830	11,5	260	15,5	270	10,7	160
<b>lettori</b>	<b>37,3</b>	<b>5.130</b>	<b>36,3</b>	<b>820</b>	<b>40,0</b>	<b>690</b>	<b>32,6</b>	<b>500</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,7</b>	<b>8.610</b>	<b>63,7</b>	<b>1.430</b>	<b>60,0</b>	<b>1.040</b>	<b>67,4</b>	<b>1.030</b>
<b>Settimanali femminili e di fotoromanzi</b>								
1 settimanale	18,6	2.550	20,2	460	22,1	380	18,0	280
2 o più settimanali	19,1	2.630	22,8	510	23,3	400	15,0	230
<b>lettori</b>	<b>37,7</b>	<b>5.180</b>	<b>43,0</b>	<b>970</b>	<b>45,4</b>	<b>780</b>	<b>33,0</b>	<b>510</b>
<b>non lettori</b>	<b>62,3</b>	<b>8.560</b>	<b>57,0</b>	<b>1.280</b>	<b>54,6</b>	<b>950</b>	<b>67,0</b>	<b>1.020</b>

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

## 4.a - Composizione dei lettori dei singoli settimanali - Attualità

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Epoca	Europeo	Le Ore	Settimana Incom. Ill.	Tempo
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>2.680.000</b>	<b>1.090.000</b>	<b>670.000</b>	<b>540.000</b>	<b>2.840.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	32	32	33	30	25
Nord-Est	19.5	22	18	19	19	23
Centro	19.1	23	28	32	33	24
Sud	21.9	15	14	12	13	18
Isole	11,4	8	8	4	5	10
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>						
fino a 5.000 ab.	24.2	13	9	11	9	16
5.000 - 10.000 ab.	15.7	10	8	13	12	13
10.000 - 30.000 ab.	19.3	16	13	16	14	17
30.000 - 100.000 ab.	15.8	20	21	19	18	19
oltre 100.000 ab.	25.0	41	49	41	47	35
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Epoca	Europeo	Le Ore	Settimana Incom. Ill.	Tempo
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>2.680.000</b>	<b>1.090.000</b>	<b>670.000</b>	<b>540.000</b>	<b>2.840.000</b>
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	68	66	72	63	67
donne	51.9	32	34	28	37	33
(donne di casa)	(37.1)	(20)	(22)	(16)	(27)	(20)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>						
superiore	4.9	19	23	13	16	15
media	31.9	51	51	51	48	46
medio-inferiore	41.9	26	23	29	28	32
inferiore	21.3	4	3	7	8	7
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>						
16 - 24 anni	18.9	25	20	38	22	25
25 - 34 anni	17.4	20	18	22	25	21
35 - 44 anni	18.5	21	23	17	21	21
45 - 54 anni	16.5	15	18	10	14	17
55 - 64 anni	14.7	12	12	8	12	10
65 anni e oltre	14.0	7	9	5	6	6
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

## 4.b - Composizione dei lettori di singoli settimanali - Per famiglia

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Domenica del Corriere	Famiglia Cristiana	Gente	Oggi	Tribuna Illustrata
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>5.390.000</b>	<b>6.900.000</b>	<b>1.650.000</b>	<b>5.390.000</b>	<b>780.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	41	39	45	39	21
Nord-Est	19.5	21	29	27	27	12
Centro	19.1	13	13	22	17	23
Sud	21.9	18	10	5	11	35
Isole	11.4	7	9	1	6	9
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>						
fino a 5.000 ab.	24.2	20	35	17	21	8
5.000 - 10.000 ab.	15.7	16	20	10	13	16
10.000 - 30.000 ab.	19.3	18	19	13	15	29
30.000 - 100.000 ab.	15.8	17	12	18	19	19
oltre 100.000 ab.	25.0	29	14	42	32	28
	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Domenica del Corriere	Famiglia Cristiana	Gente	Oggi	Tribuna Illustrata
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>5.390.000</b>	<b>6.900.000</b>	<b>1.650.000</b>	<b>5.390.000</b>	<b>780.000</b>
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	67	42	48	55	78
donne	51.9	33	58	52	45	22
(donne di casa)	(37.1)	(24)	(38)	(35)	(29)	(13)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>						
superiore	4.9	8	4	14	12	7
media	31.9	44	38	51	50	41
medio-inferiore	41.9	36	42	28	30	38
inferiore	21.3	12	16	7	8	14
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>						
16 - 24 anni	18.9	23	23	25	23	23
25 - 34 anni	17.4	16	18	15	18	15
35 - 44 anni	18.5	19	20	20	19	20
45 - 54 anni	16.5	16	16	16	17	16
55 - 64 anni	14.7	15	12	12	13	18
65 anni e oltre	14.0	11	11	12	10	8
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Hanno guardato in una settimana media:

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
--	---	------	---	------	---	------	---	------	---	------	---	------

### Settimanali di attualità

ABC	0,5	200	0,7	80	0,7	50	0,4	30	0,3	20	0,4	20
Borghese	1,4	500	0,9	100	1,1	80	2,6	180	1,4	110	0,7	30
Epoca	7,2	2.680	8,3	870	8,0	580	8,9	630	4,8	390	5,2	210
Espresso	1,1	420	1,1	110	1,0	70	1,7	120	0,9	80	0,8	40
Europeo	2,9	1.090	3,4	350	2,8	200	4,3	310	1,8	150	2,1	80
Le Ore	1,8	670	2,1	220	1,8	130	3,0	210	1,0	80	0,7	30
Rotosel	0,4	140	0,4	40	0,2	*	0,8	60	0,2	20	0,1	*
Settimana Incom III.	1,5	540	1,6	160	1,4	100	2,6	180	0,8	70	0,7	30
Settimo Giorno	0,8	310	1,2	120	1,0	70	0,9	60	0,5	40	0,5	20
Tempo	7,7	2.840	6,9	710	9,1	660	9,6	680	6,4	520	6,5	270
Vita	0,6	210	0,6	60	0,5	40	0,9	70	0,4	30	0,4	*

### Settimanali per famiglia

Domenica del Corriere	14,5	5.390	21,0	2.190	15,5	1.120	9,9	700	11,9	960	9,9	420
Famiglia Cristiana	18,6	6.900	25,6	2.660	27,6	2.000	12,8	900	8,3	680	15,7	660
Gente	4,4	1.650	7,1	740	6,2	440	5,0	360	1,0	80	0,6	30
Oggi	14,6	5.390	20,3	2.110	20,0	1.440	13,2	940	7,3	590	7,2	310
Tribuna Illustrata	2,1	780	1,5	160	1,3	100	2,6	180	3,4	270	1,7	70

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		2.334		1.611		3.176		3.388		5.088	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		8.980.000		5.810.000		7.140.000		5.830.000		9.240.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>												
<b>ABC</b>	0,5	200	0,4	40	—	—	0,6	40	0,6	30	1,0	90
<b>Borghese</b>	1,4	500	0,5	40	1,6	90	0,9	60	1,4	80	2,5	230
<b>Epoca</b>	7,2	2.680	3,8	340	4,4	260	6,0	430	9,4	550	11,9	1.100
<b>Espresso</b>	1,1	420	0,4	30	0,7	40	0,6	50	1,5	90	2,2	210
<b>Europeo</b>	2,9	1.090	1,1	100	1,5	90	2,0	140	3,9	220	5,8	540
<b>Le Ore</b>	1,8	670	0,8	70	1,5	90	1,5	100	2,1	130	3,0	280
<b>Rotosei</b>	0,4	140	0,2	20	0,2	*	0,1	—	0,3	20	0,9	80
<b>Settimana Incom III.</b>	1,5	540	0,6	50	1,1	60	1,1	80	1,6	90	2,8	260
<b>Settimo Giorno</b>	0,8	310	0,5	50	0,4	20	0,5	40	1,1	60	1,5	140
<b>Tempo</b>	7,7	2.840	5,2	460	6,4	370	6,9	490	9,2	540	10,6	980
<b>Vita</b>	0,6	210	0,4	40	0,5	30	0,5	30	0,7	40	0,8	70
<b>Settimanali per famiglia</b>												
<b>Domenica del Corriere</b>	14,5	5.390	12,3	1.110	14,7	860	13,7	980	15,4	890	16,7	1.550
<b>Famiglia Cristiana</b>	18,6	6.900	27,0	2.430	24,0	1.400	18,3	1.300	13,4	780	10,7	990
<b>Gente</b>	4,4	1.650	3,2	280	2,8	170	2,9	210	5,2	300	7,4	690
<b>Oggi</b>	14,6	5.390	12,4	1.110	12,0	700	11,7	840	17,8	1.040	18,4	1.700
<b>Tribuna Illustrata</b>	2,1	780	0,7	60	2,2	130	3,2	230	2,5	140	2,3	220

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.3 - Secondo regione

	Totale		Piemonte		Liguria		Lombardia		Tre Venezie		Emilia		Toscana		Marche e Umbria	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.209</b>		<b>588</b>		<b>2.163</b>		<b>1.732</b>		<b>1.189</b>		<b>1.102</b>		<b>661</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>3.230.000</b>		<b>1.440.000</b>		<b>5.730.000</b>		<b>4.290.000</b>		<b>2.930.000</b>		<b>2.620.000</b>		<b>1.620.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>																
<b>ABC</b>	0,5	200	0,5	20	0,6	*	0,9	50	0,9	40	0,5	*	0,6	20	0,2	*
<b>Borghese</b>	1,4	500	0,9	30	0,7	*	1,0	60	1,2	50	0,9	20	1,7	40	1,8	30
<b>Epoca</b>	7,2	2.680	6,6	210	12,0	170	8,3	480	8,2	350	7,7	230	7,1	180	5,3	90
<b>Espresso</b>	1,1	420	0,7	20	1,5	20	1,2	70	1,0	40	1,1	30	1,5	40	1,0	20
<b>Europeo</b>	2,9	1.090	2,2	70	5,8	90	3,4	190	3,1	130	2,4	70	2,6	70	3,4	60
<b>Le Ore</b>	1,8	670	1,6	50	2,8	40	2,2	130	1,6	70	2,1	60	2,5	70	2,4	40
<b>Rotosei</b>	0,4	140	0,3	*	0,3	*	0,5	30	0,1	*	0,3	*	0,2	*	0,9	*
<b>Settimana Incom. Ill.</b>	1,5	540	2,1	70	1,8	30	1,2	70	1,5	60	1,2	30	1,4	40	1,7	30
<b>Settimo Giorno</b>	0,8	310	1,0	30	0,9	*	1,3	80	1,2	50	0,7	20	0,9	20	0,6	*
<b>Tempo</b>	7,7	2.840	5,3	170	8,5	130	7,3	420	10,8	460	6,8	200	8,1	210	8,3	130
<b>Vita</b>	0,6	210	0,6	20	0,3	*	0,6	40	0,4	20	0,6	20	0,6	20	0,8	*
<b>Settimanali per famiglia</b>																
<b>Domenica del Corriere</b>	14,5	5.390	15,6	500	23,1	330	23,6	1.350	16,7	720	13,7	400	8,2	220	10,2	170
<b>Famiglia Cristiana</b>	18,6	6.900	25,5	820	16,5	240	28,0	1.600	33,7	1.450	18,7	550	12,1	320	13,5	220
<b>Gente</b>	4,4	1.650	4,1	130	9,2	130	8,3	470	6,1	260	6,3	190	4,4	120	5,7	90
<b>Oggi</b>	14,6	5.390	15,5	500	21,0	300	22,8	1.310	20,2	870	19,7	580	11,5	300	12,0	190
<b>Tribuna Illustrata</b>	2,1	780	1,3	40	2,9	40	1,3	80	1,5	70	1,0	30	1,4	40	2,6	40

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
<b>Numero di interviste</b>	1.434	418	1.489	1.105	656	1.502	349
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Settimanali di attualità</b>							
ABC	0,4 *	— —	0,4 *	0,2 *	0,4 *	0,4 *	0,5 *
Borghese	3,9 110	0,8 *	1,7 50	1,2 30	1,5 30	0,7 20	1,0 *
Epoca	12,6 360	4,8 50	5,6 170	4,8 100	3,8 70	4,2 140	8,6 80
Espresso	2,3 60	0,4 *	1,0 30	1,4 30	0,6 *	0,8 30	1,0 *
Europeo	6,5 180	1,2 *	2,3 70	1,9 40	1,3 20	1,7 60	3,2 30
Le Ore	3,7 110	1,2 *	0,8 20	1,5 30	0,4 *	0,7 20	0,5 *
Rotosel	1,4 40	— —	0,3 *	0,2 *	0,1 *	0,1 *	0,3 *
Settimana Incom III.	4,1 110	0,7 *	1,1 30	0,7 20	0,6 *	0,6 20	1,0 *
Settimo Giorno	1,0 30	0,8 *	0,5 20	0,5 *	0,2 *	0,7 20	— —
Tempo	11,8 330	8,7 100	5,3 160	7,6 160	5,5 100	5,6 180	9,2 90
Vita	1,3 40	0,4 *	0,6 20	0,3 *	0,1 *	0,4 *	0,5 *
<b>Settimanali per famiglia</b>							
Domenica del Corriere	11,3 320	9,8 110	7,4 230	10,5 230	22,8 390	9,0 290	12,9 130
Famiglia Cristiana	13,0 370	5,4 60	6,7 210	9,9 210	11,3 190	9,0 290	38,2 370
Gente	5,3 150	0,8 *	1,1 40	1,0 20	0,7 20	0,7 20	0,3 *
Oggi	15,6 440	7,4 80	6,7 210	9,2 200	6,0 100	5,1 170	14,1 140
Tribuna Illustrata	3,7 100	5,0 50	1,8 50	2,6 60	6,1 110	1,2 40	3,3 30

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	15.597		7.178		8.419		6.082		939		5.258		6.292		3.108	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000		1.830.000		11.810.000		15.500.000		7.860.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>																
ABC	0,5	200	0,8	150	0,3	50	0,3	40	2,2	40	0,9	100	0,3	50	0,1	*
Borghese	1,4	500	2,2	400	0,6	100	0,5	70	7,4	130	1,9	220	0,8	130	0,3	20
Epoca	7,2	2.680	10,2	1.820	4,5	860	4,0	550	27,6	500	11,5	1.360	4,5	700	1,5	120
Espresso	1,1	420	1,8	320	0,5	100	0,5	60	7,8	140	1,7	200	0,4	60	0,2	20
Europeo	2,9	1.090	4,0	720	1,9	370	1,8	240	13,9	250	4,7	550	1,6	260	0,4	30
Le Ore	1,8	670	2,7	480	1,0	190	0,8	100	4,7	90	2,9	340	1,3	200	0,5	40
Rotosel	0,4	140	0,5	90	0,2	50	0,2	30	0,8	20	0,5	60	0,3	40	0,2	20
Settimana Incom III.	1,5	540	1,9	340	1,0	200	1,1	140	4,7	90	2,2	260	1,0	150	0,5	40
Settimo Glorno	0,8	310	1,1	200	0,6	110	0,6	80	3,1	50	1,4	170	0,5	80	0,1	*
Tempo	7,7	2.840	10,8	1.920	4,8	920	4,2	570	23,1	420	11,2	1.320	5,9	920	2,4	180
Vita	0,6	210	0,7	130	0,4	80	0,3	40	1,4	20	1,0	120	0,3	50	0,3	20
<b>Settimanali per famiglia</b>																
Domenica del Corriere	14,5	5.390	20,2	3.590	9,4	1.800	9,2	1.270	22,7	420	19,9	2.340	12,5	1.930	8,7	700
Famiglia Cristiana	18,6	6.900	16,2	2.900	20,8	4.000	19,2	2.640	15,6	280	22,4	2.650	18,7	2.900	13,7	1.070
Gente	4,4	1.650	4,4	790	4,5	860	4,2	580	12,5	230	7,2	840	2,9	460	1,5	120
Oggi	14,6	5.390	16,5	2.950	12,7	2.440	11,4	1.570	35,8	650	22,6	2.670	10,6	1.640	5,5	430
Tribuna Illustrata	2,1	780	3,4	610	0,9	170	0,8	100	3,0	50	2,7	320	1,9	300	1,4	110



# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Hanno guardato in una settimana media:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Settimanali di attualità</b>							
ABC	0,5 200	1,0 70	0,8 50	0,4 30	0,3 20	0,4 20	0,2 *
Borghese	1,4 500	1,8 130	1,1 70	1,7 120	1,5 90	1,1 60	0,7 30
Epoca	7,2 2.680	9,6 670	8,3 530	8,4 580	6,4 390	5,7 310	3,8 200
Espresso	1,1 420	1,6 110	1,6 100	1,3 90	0,8 50	1,0 50	0,3 20
Europeo	2,9 1.090	3,2 220	3,1 200	3,6 250	3,1 190	2,4 130	1,9 100
Le Ore	1,8 670	3,6 250	2,3 150	1,7 120	1,1 70	1,0 50	0,6 30
Rotosel	0,4 140	0,7 50	0,4 30	0,2 *	0,4 20	0,4 20	0,1 *
Settimana Incom III.	1,5 540	1,7 120	2,1 130	1,7 120	1,3 80	1,1 60	0,6 30
Settimo Giorno	0,8 310	1,1 70	1,1 70	0,9 60	0,9 60	0,8 40	0,3 *
Tempo	7,7 2.840	10,4 720	9,3 590	8,6 590	7,8 470	5,4 300	3,2 170
Vita	0,6 210	1,1 80	0,5 30	0,5 30	0,6 40	0,3 20	0,3 *
<b>Settimanali per famiglia</b>							
Domenica del Corriere	14,5 5.390	17,6 1.230	13,7 880	14,8 1.010	14,6 890	14,6 800	11,1 580
Famiglia Cristiana	18,6 6.900	22,7 1.590	18,9 1.220	20,1 1.380	18,3 1.110	15,0 820	15,2 780
Gente	4,4 1.650	5,9 410	3,9 250	4,8 330	4,3 260	3,6 200	3,8 200
Oggi	14,6 5.390	17,6 1.230	14,9 960	15,2 1.040	14,8 910	12,9 700	10,7 550
Tribuna Illustrata	2,1 780	2,5 180	1,8 110	2,3 160	2,0 120	2,6 150	1,2 60

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori, professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
Numero di interviste	15.597		453		823		1.107		1.280	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		950.000		2.480.000		2.710.000		2.620.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
ABC	0,5	200	1,6	20	0,1	*	0,5	*	1,7	50
Borghese	1,4	500	8,7	80	—	—	1,5	40	5,2	130
Epoca	7,2	2.680	28,3	270	1,9	50	9,4	250	21,7	570
Espresso	1,1	420	8,5	80	0,3	*	1,0	30	5,2	140
Europeo	2,9	1.090	14,5	140	0,7	20	3,0	80	8,6	210
Le Ore	1,8	670	3,8	40	0,2	*	2,7	70	4,7	120
Rotosei	0,4	140	1,3	*	0,1	*	0,5	*	1,3	40
Settimana Incom Illustrata	1,5	540	5,1	50	0,2	*	2,1	60	2,9	70
Settimo giorno	0,8	310	3,1	30	0,4	*	1,3	30	2,1	50
Tempo	7,7	2.840	27,6	260	3,8	90	9,5	260	18,0	470
Vita	0,6	210	1,5	*	0,1	*	0,6	20	2,0	50
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	14,5	5.390	25,0	240	9,5	240	20,9	570	24,4	640
Famiglia Cristiana	18,6	6.900	12,6	120	18,2	450	19,0	520	19,9	520
Gente	4,4	1.650	11,4	110	0,9	20	4,3	120	9,5	250
Oggi	14,6	5.390	33,7	320	7,7	190	17,6	480	29,4	770
Tribuna Illustrata	2,1	780	3,6	40	1,3	30	5,3	140	3,4	90

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	1.448		831		1.439		5.811		2.405	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	3.530.000		2.290.000		3.580.000		13.140.000		5.700.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
ABC	0,5	20	—	—	0,3	*	0,3	30	1,1	60
Borghese	1,1	40	0,1	*	0,5	20	0,4	50	2,5	140
Epoca	9,2	320	1,1	20	5,6	200	3,3	440	9,8	560
Espresso	0,7	20	0,3	*	0,3	*	0,3	40	1,5	80
Europeo	3,0	110	0,7	20	2,2	80	1,7	220	3,7	210
Le Ore	3,3	120	0,7	20	1,5	50	0,6	80	2,7	150
Rotosel	0,5	20	—	—	0,5	20	0,2	20	0,3	20
Settimana Incom Illustrata	1,7	60	0,4	*	1,5	50	0,8	110	2,2	120
Settimo Giorno	1,0	40	0,3	*	0,9	30	0,5	60	0,9	50
Tempo	11,6	410	2,0	40	7,4	260	3,9	510	9,4	540
Vita	0,7	30	0,3	*	0,5	20	0,4	50	0,4	20
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	21,0	740	10,5	240	15,7	560	8,0	1.060	19,4	1.100
Famiglia Cristiana	21,3	750	11,8	270	19,5	700	19,8	2.610	17,0	960
Gente	5,1	180	0,7	20	3,7	130	3,7	480	6,0	340
Oggi	17,5	620	5,5	130	12,7	450	10,9	1.440	17,5	990
Tribuna Illustrata	3,2	110	2,9	70	1,5	60	0,7	90	2,7	150

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

4.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
Numero di interviste	15.597		11.427		2.193		1.977	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>								
ABC	0,5	200	0,3	80	0,5	20	2,6	100
Borghese	1,4	500	0,4	110	2,3	110	7,3	280
Epoca	7,2	2.680	3,4	980	13,9	660	27,1	1.040
Espresso	1,1	420	0,3	80	1,4	70	6,9	270
Europeo	2,9	1.090	1,3	380	5,2	240	12,1	470
Le Ore	1,8	670	0,8	240	4,3	200	5,7	220
Rotosel	0,4	140	0,1	40	0,8	40	1,5	60
Settimana Incom Illustrata	1,5	540	0,8	220	3,0	140	4,5	180
Settimo Giorno	0,8	310	0,4	110	1,9	90	3,0	110
Tempo	7,7	2.840	4,6	1.300	14,2	670	22,7	870
Vita	0,6	210	0,3	90	0,7	40	2,1	80
<b>Settimanali per famiglia</b>								
Domenica del Corriere	14,5	5.390	11,3	3.220	25,2	1.190	25,3	980
Famiglia Cristiana	18,6	6.900	18,4	5.220	21,7	1.020	17,1	660
Gente	4,4	1.650	2,7	760	7,8	370	13,5	520
Oggi	14,6	5.390	9,9	2.820	25,6	1.210	35,0	1.360
Tribuna Illustrata	2,1	780	1,6	460	3,5	160	4,2	160

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

adulti

## 4.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale	Utenti di auto	Utenti di moto	Non utenti di auto o moto
Numero di interviste	15.597	1.132	1.230	13.235
Stima della popolazione adulta	37.000.000	2.420.000	3.300.000	31.280.000

Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>								
ABC	0,5	200	1,8	40	0,5	20	0,5	140
Borghese	1,4	500	5,3	130	1,3	40	1,1	330
Epoca	7,2	2.680	22,5	550	8,6	280	5,9	1.850
Espresso	1,1	420	5,0	120	1,0	30	0,8	270
Europeo	2,9	1.090	10,3	250	3,3	110	2,3	730
Le Ore	1,8	670	5,5	130	2,9	100	1,4	430
Rotosei	0,4	140	1,3	30	0,2	*	0,3	100
Settimana Incom Illustrata	1,5	540	4,0	100	1,8	60	1,2	380
Settimo Giorno	0,8	310	2,9	70	0,9	30	0,7	210
Tempo	7,7	2.840	21,2	520	11,0	360	6,3	1.960
Vita	0,6	210	1,1	30	0,6	20	0,5	160

<b>Settimanali per famiglia</b>								
Domenica del Corriere	14,5	5.390	25,0	610	23,0	760	12,8	4.020
Famiglia Cristiana	18,6	6.900	17,2	420	22,3	740	18,4	5.740
Gente	4,4	1.650	10,7	260	4,0	130	4,0	1.260
Oggi	14,6	5.390	29,6	720	18,4	610	13,0	4.060
Tribuna Illustrata	2,1	780	4,4	110	2,5	80	1,9	590

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

uomini

## 4.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	7.178		1.356		1.771		1.469		1.713		869	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		5.000.000		3.480.000		3.400.000		3.890.000		2.030.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>												
ABC	0,8	150	1,0	50	1,1	40	0,8	30	0,6	20	0,5	*
Borghese	2,2	400	1,3	60	1,7	60	4,2	140	2,7	100	1,4	30
Epoca	10,2	1.820	10,8	540	11,3	400	12,3	420	7,7	300	8,2	170
Espresso	1,8	320	1,4	70	1,8	60	2,7	90	1,5	60	1,7	30
Europeo	4,0	720	3,9	200	4,2	140	6,1	210	2,7	110	3,2	60
Le Ore	2,7	480	2,9	150	2,7	90	4,7	160	1,5	60	1,1	20
Rotosel	0,5	90	0,4	20	0,3	*	1,4	50	0,4	*	—	—
Settimana Incom Illustrata	1,9	340	1,7	80	2,1	70	3,5	120	1,2	50	0,9	20
Settimo Giorno	1,1	200	1,5	80	1,2	40	1,3	40	0,6	20	0,9	20
Tempo	10,8	1.920	8,1	400	13,0	460	13,9	470	9,9	390	9,8	200
Vita	0,7	130	0,5	20	0,8	30	1,3	40	0,6	20	0,5	*
<b>Settimanali per famiglia</b>												
Domenica del Corriere	20,2	3.590	26,0	1.300	22,9	800	14,2	480	17,6	680	16,1	330
Famiglia Cristiana	16,2	2.900	21,6	1.080	26,3	910	10,9	370	6,1	240	14,6	300
Gente	4,4	790	6,5	330	6,7	230	5,1	170	1,0	40	0,8	20
Oggi	16,5	2.950	21,5	1.080	22,7	790	15,4	530	9,6	370	8,9	180
Tribuna Illustrata	3,4	610	2,4	120	2,3	80	3,7	120	5,7	220	3,1	60

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

uomini

## 4.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
ABC	0,8	150	2,9	30	1,4	80	0,4	30	0,3	*
Borghese	2,2	390	9,6	90	3,1	180	1,3	100	0,6	20
Epoca	10,2	1.820	31,4	310	15,4	940	6,7	490	2,3	80
Espresso	1,8	320	9,6	90	2,6	160	0,7	50	0,5	20
Europeo	4,0	720	16,4	160	5,9	360	2,4	180	0,5	20
Le Ore	2,7	470	6,5	60	4,0	240	1,8	130	1,1	40
Rotosel	0,5	90	0,9	*	0,7	40	0,4	30	0,4	*
Settimana Incom Illustrata	1,9	340	4,6	50	2,6	160	1,4	100	1,0	30
Settimo Giorno	1,1	200	3,4	30	1,9	120	0,6	50	0,3	*
Tempo	10,8	1.910	29,3	290	14,6	880	8,4	620	3,7	120
Vita	0,7	130	1,5	20	1,0	60	0,5	30	0,5	20
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	20,2	3.590	25,8	260	25,9	1.570	18,3	1.350	12,2	410
Famiglia Cristiana	16,2	2.900	12,8	130	19,8	1.200	15,9	1.180	11,7	390
Gente	4,4	790	12,4	120	6,1	400	3,2	240	0,8	30
Oggi	16,5	2.940	37,5	370	23,9	1.450	12,5	920	6,0	200
Tribuna Illustrata	3,4	600	3,3	30	4,2	250	3,3	240	2,4	80

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

uomini

## 4.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	7.178		1.266		2.640		2.322		950	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		3.330.000		6.370.000		5.630.000		2.470.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
ABC	0,8	150	1,7	60	0,8	50	0,5	30	0,4	*
Borghese	2,2	400	3,2	110	2,4	140	2,0	110	1,2	30
Epoca	10,2	1.920	14,0	470	11,6	740	8,5	470	5,5	140
Espresso	1,8	320	2,6	90	2,2	140	1,4	80	0,5	*
Europeo	4,0	720	4,2	140	4,6	290	4,1	230	2,5	60
Le Ore	2,7	480	5,7	190	3,1	200	1,4	80	0,5	*
Rotosei	0,5	90	0,9	30	0,5	30	0,5	30	0,1	*
Settimana Incom Illustrata	1,9	340	2,8	90	2,2	140	1,6	90	0,7	20
Settimo Giorno	1,1	200	1,5	50	1,2	80	1,2	70	0,3	*
Tempo	10,8	1.920	13,7	470	13,3	850	8,8	500	4,7	120
Vita	0,7	130	1,4	50	0,6	40	0,6	30	0,4	*
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	20,2	3.590	25,4	850	19,7	1.260	20,0	1.130	14,6	360
Famiglia Cristiana	16,2	2.900	19,4	640	17,4	1.110	15,0	850	11,4	300
Gente	4,4	790	6,6	220	3,8	250	3,8	210	4,4	110
Oggi	16,5	2.950	20,3	660	16,7	1.070	16,0	900	12,1	300
Tribuna Illustrata	3,4	610	4,2	140	3,3	210	3,8	220	1,8	40



# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne

## 4.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>1.565</b>		<b>2.189</b>		<b>1.728</b>		<b>1.954</b>		<b>983</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>5.400.000</b>		<b>3.740.000</b>		<b>3.670.000</b>		<b>4.200.000</b>		<b>2.190.000</b>	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>												
A B C	0,3	50	0,5	30	0,4	*	0,1	*	—	—	0,4	*
Borghese	0,6	100	0,6	30	0,6	20	1,1	40	0,2	*	0,1	*
Epoca	4,5	860	6,0	320	4,9	180	5,7	210	2,2	90	2,4	50
Espresso	0,5	100	0,7	40	0,3	*	0,8	30	0,4	20	—	—
Europeo	1,9	370	2,8	150	1,5	60	2,7	100	0,1	40	1,0	20
Le Ore	1,0	190	1,3	70	0,9	40	1,4	50	0,4	20	0,3	*
Rotosel	0,2	50	0,4	20	0,1	*	0,3	*	0,1	*	0,3	*
Settimana Incom Illustrata	1,0	200	1,4	80	0,7	30	1,7	60	0,5	20	0,5	*
Settimo Giorno	0,6	110	0,9	50	0,8	30	0,5	20	0,3	*	0,1	*
Tempo	4,8	920	5,7	310	5,5	200	5,6	210	3,2	130	3,3	70
Vita	0,4	80	0,7	40	0,2	*	0,5	20	0,1	*	0,4	*
<b>Settimanali per famiglia</b>												
Domenica del Corriere	9,4	1.800	16,5	890	8,6	320	5,9	220	6,6	280	4,1	90
Famiglia Cristiana	20,8	4.000	29,4	1.580	28,9	1.080	14,5	530	10,4	440	16,7	370
Gente	4,5	870	7,7	420	5,6	210	5,0	180	0,9	40	0,4	*
Oggi	12,7	2.440	19,2	1.030	17,5	650	11,2	410	5,2	220	5,7	130
Tribuna Illustrata	0,9	170	0,7	40	0,5	20	1,5	50	1,2	50	0,4	*

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne

## 4.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		445		2.700		3.430		1.844	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
A B C	0,3	50	1,3	*	0,4	20	0,3	20	—	—
Borghese	0,6	100	4,7	40	0,7	40	0,3	30	—	—
Epoca	4,5	860	23,0	190	7,4	430	2,5	200	1,0	40
Espresso	0,5	100	5,6	40	0,7	40	0,1	*	—	—
Europeo	1,9	370	11,0	90	3,4	190	0,9	80	0,2	*
Le Ore	1,0	190	3,6	20	1,7	100	0,7	60	0,1	*
Rotosei	0,2	50	0,7	*	0,4	20	0,2	*	0,1	*
Settimana Incom Illustrata	1,0	200	4,8	40	1,8	100	0,6	50	0,2	*
Settimo Giorno	0,6	110	2,8	20	0,9	50	0,4	30	—	—
Tempo	4,8	920	15,6	130	7,2	430	3,7	300	1,5	60
Vita	0,4	80	1,1	*	1,0	50	0,2	*	0,1	*
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	9,4	1.800	19,0	160	13,5	780	7,2	590	6,1	270
Famiglia Cristiana	20,8	4.000	18,8	160	25,0	1.440	21,2	1.720	15,2	680
Gente	4,5	860	12,6	110	7,7	440	2,7	220	2,0	90
Oggi	12,7	2.440	33,7	280	21,2	1.220	8,8	720	5,0	230
Tribuna Illustrata	0,9	170	2,6	20	1,2	70	0,7	60	0,6	30

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne

## 4.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>1.412</b>		<b>3.206</b>		<b>2.635</b>		<b>1.166</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>3.650.000</b>		<b>6.930.000</b>		<b>5.920.000</b>		<b>2.700.000</b>	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
ABC	0,3	50	0,5	20	0,4	30	0,2	*	—	—
Borghese	0,6	100	0,6	20	0,6	40	0,7	40	0,2	*
Epoca	4,5	860	5,7	210	5,3	370	3,9	230	2,2	60
Espresso	0,5	100	0,6	20	0,7	50	0,3	20	0,1	*
Europeo	1,9	370	2,2	80	2,2	150	1,6	100	1,4	40
Le Ore	1,0	190	1,6	60	0,9	60	0,7	40	0,6	20
Rotosei	0,2	50	0,5	20	0,2	*	0,3	20	0,1	*
Settimana Incom Illustrata	1,0	200	0,7	20	1,5	110	0,9	50	0,6	20
Settimo Giorno	0,6	110	0,6	20	0,8	50	0,5	30	0,2	*
Tempo	4,8	920	7,3	270	4,9	310	4,6	270	1,8	50
Vita	0,4	80	0,8	30	0,4	30	0,4	20	0,1	*
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	9,4	1.800	10,5	380	9,3	640	9,4	560	7,9	210
Famiglia Cristiana	20,8	4.000	25,7	940	21,5	1.490	18,3	1.080	18,2	490
Gente	4,5	860	5,3	190	4,8	340	4,1	240	3,4	90
Oggi	12,7	2.440	15,2	550	13,5	930	11,9	700	9,4	250
Tribuna Illustrata	0,9	170	1,0	40	0,9	60	0,9	50	0,7	20

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne di casa

## 4.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	6.082		1.091		1.638		1.215		1.430		708	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	13.740.000		4.010.000		2.570.000		2.540.000		3.070.000		1.550.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>												
<b>A B C</b>	0,3	40	0,7	30	0,4	*	—	—	—	—	—	—
<b>Borghese</b>	0,5	70	0,4	20	0,6	20	1,1	30	0,3	*	—	—
<b>Epoca</b>	4,0	550	5,6	230	4,7	120	5,0	130	1,7	50	1,3	20
<b>Espresso</b>	0,5	60	0,8	30	0,4	*	0,7	20	0,2	*	—	—
<b>Europeo</b>	1,8	240	2,5	100	1,6	40	2,4	60	0,9	30	0,7	*
<b>Le Ore</b>	0,8	100	1,0	40	0,9	20	1,2	30	0,4	*	0,2	*
<b>Rotosel</b>	0,2	30	0,3	*	0,2	*	0,2	*	—	—	0,4	*
<b>Settimana Incom Illustrata</b>	1,1	140	1,3	50	0,8	20	1,8	40	0,6	20	0,7	*
<b>Settimo Giorno</b>	0,6	80	0,8	30	0,6	20	0,7	20	0,4	*	0,2	*
<b>Tempo</b>	4,2	570	5,0	200	5,3	140	5,2	130	2,3	70	2,2	30
<b>Vita</b>	0,3	40	0,4	20	—	—	0,6	20	0,2	*	—	—
<b>Settimanali per famiglia</b>												
<b>Domenica del Corriere</b>	9,2	1.270	16,3	650	8,4	220	5,6	140	6,0	190	4,6	70
<b>Famiglia Cristiana</b>	19,2	640	27,7	1.110	26,0	670	14,9	380	8,4	260	14,2	220
<b>Gente</b>	4,2	580	7,2	290	5,7	150	4,3	110	0,9	30	0,3	*
<b>Oggi</b>	11,4	1.570	17,8	720	15,8	420	9,9	250	4,2	130	4,5	70
<b>Tribuna Illustrata</b>	0,8	100	0,5	20	0,7	20	1,3	30	1,0	30	0,4	*

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne di casa

## 4.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	6.082		317		1.855		2.442		1.468	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
ABC	0,3	40	1,6	*	0,4	20	0,3	20	—	—
Borghese	0,5	70	5,4	30	0,5	20	0,3	20	—	—
Epoca	4,0	550	23,1	130	6,5	260	2,2	120	1,0	30
Espresso	0,5	60	6,4	40	0,5	20	0,1	*	—	—
Europeo	1,8	240	11,8	70	2,8	110	0,9	50	0,3	10
Le Ore	0,8	100	2,4	*	1,4	60	0,6	30	0,2	*
Rotosel	0,2	30	0,8	*	0,4	*	0,2	*	—	—
Settimana Incom Illustrata	1,1	140	5,9	30	1,7	70	0,7	40	—	—
Settimo Giorno	0,6	80	3,5	20	0,9	40	0,4	20	—	—
Tempo	4,2	570	15,3	90	7,1	280	3,0	170	1,1	40
Vita	0,3	40	1,1	*	0,7	30	0,1	*	—	—
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	9,2	1.270	17,2	100	14,0	550	7,4	420	5,6	200
Famiglia Cristiana	19,2	2.640	17,2	100	24,2	950	19,4	1.110	13,6	480
Gente	4,2	580	11,8	70	7,2	280	2,7	160	2,0	70
Oggi	11,4	1.570	34,6	200	19,8	780	7,2	440	4,3	150
Tribuna Illustrata	0,8	100	2,4	*	1,3	50	0,5	30	0,3	*

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne di casa

## 4.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	6.082		246		2.618		2.360		858	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		810.000		5.650.000		5.320.000		1.960.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>										
A B C	0,3	40	0,2	*	0,5	30	0,3	*	—	—
Borghese	0,5	70	—	—	0,6	30	0,5	30	0,3	*
Epoca	4,0	550	2,1	20	4,9	270	3,9	210	2,3	40
Espresso	0,5	60	1,0	*	0,6	40	0,4	20	0,1	*
Europeo	1,8	240	1,7	*	2,1	120	1,5	80	1,4	30
Le Ore	0,8	100	0,8	*	0,9	50	0,7	40	0,6	*
Rotosei	0,2	30	1,1	*	0,1	*	0,2	*	0,1	*
Settimana Incom Illustrata	1,1	140	0,6	*	1,5	90	0,8	40	0,6	*
Settimo Giorno	0,6	80	0,6	*	0,7	40	0,5	30	0,2	*
Tempo	4,2	570	3,8	30	4,6	260	4,5	240	2,1	40
Vita	0,3	40	—	—	0,4	20	0,3	20	—	—
<b>Settimanali per famiglia</b>										
Domenica del Corriere	9,2	1.270	9,7	80	9,0	510	9,6	510	8,5	170
Famiglia Cristiana	19,2	2.640	18,3	150	21,6	1.220	18,0	960	16,0	310
Gente	4,2	580	2,5	20	4,8	270	4,1	220	3,5	70
Oggi	11,4	1.570	8,0	60	12,3	690	11,9	630	9,2	180
Tribuna Illustrata	0,8	100	0,2	*	0,8	40	1,0	50	0,4	*

# 4. Lettura dei singoli settimanali Attualità e per famiglia

donne di casa

## 4.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
Numero di interviste	6.082		975		791		673	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di attualità</b>								
ABC	0,3	40	0,3	*	0,7	*	0,1	*
Borghese	0,5	70	0,3	*	0,3	*	—	—
Epoca	4,0	550	2,9	60	3,7	60	3,8	60
Espresso	0,5	60	0,6	*	0,5	*	0,3	*
Europeo	1,8	240	1,9	40	1,4	20	1,0	20
Le Ore	0,8	100	0,8	20	1,0	20	0,6	*
Rotosei	0,2	30	0,3	*	0,2	*	—	—
Settimana Incom Illustrata	1,1	140	0,8	20	1,2	20	0,9	*
Settimo Giorno	0,6	80	0,5	*	0,5	*	0,3	*
Tempo	4,2	570	3,8	80	3,7	60	3,2	50
Vita	0,3	40	0,2	*	0,3	*	0,6	*
<b>Settimanali per famiglia</b>								
Domenica del Corriere	9,2	1.270	7,5	170	9,7	170	7,2	110
Famiglia Cristiana	19,2	2.640	17,4	390	23,1	400	20,9	320
Gente	4,2	580	3,4	80	3,8	70	2,3	40
Oggi	11,4	1.570	10,2	230	13,0	220	7,5	110
Tribuna Illustrata	0,8	100	0,5	*	0,6	*	0,6	*

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

## 5. - Composizione dei lettori dei singoli settimanali - Femminili

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Alba	Amica	Annabella	Confidenze	Eva
Stima adulti	37.000.000	850.000	950.000	2.200.000	750.000	720.000
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	52	42	35	39	32
Nord-Est	19.5	24	21	21	19	18
Centro	19.1	12	20	23	23	22
Sud	21.9	8	12	14	11	16
Isole	11.4	4	5	7	8	12
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>						
fino a 5.000 ab.	24.2	21	13	11	13	14
5.000 - 10.000 ab.	15.7	18	13	11	15	12
10.000 - 30.000 ab.	19.3	23	14	14	17	13
30.000 - 100.000 ab.	15.8	18	17	17	18	21
oltre 100.000 ab.	25.0	20	43	47	37	40
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Alba	Amica	Annabella	Confidenze	Eva
Stima adulti	37.000.000	850.000	950.000	2.200.000	750.000	720.000
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	30	27	27	24	24
donne	51.9	70	73	73	76	76
(donne di casa)	(37.1)	(35)	(38)	(42)	(47)	(44)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>						
superiore	4.9	7	19	14	6	11
media	31.9	49	50	50	44	48
medio-inferiore	41.9	38	27	30	43	34
inferiore	21.3	6	4	6	7	7
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>						
16 - 24 anni	18.9	34	37	30	34	27
25 - 34 anni	17.4	18	18	20	16	16
35 - 44 anni	18.5	18	18	20	17	22
45 - 54 anni	16.5	17	13	14	16	16
55 - 64 anni	14.7	8	9	10	10	12
65 anni e oltre	14.0	5	5	6	7	7
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5. - Composizione dei lettori dei singoli settimanali - Femminili (seguito)

	Popolazione adulta	Lettori di			
		Gioia	Grazia	Intimità	Novella
Stima adulti	37.000.000	1.570.000	2.240.000	1.140.000	740.000
<b>Zona geografica:</b>	%	%	%	%	%
Nord-Ovest	28.1	37	39	42	39
Nord-Est	19.5	25	18	27	21
Centro	19.1	19	24	22	26
Sud	21.9	11	11	7	11
Isole	11.4	8	8	2	3
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>					
fino a 5.000 ab.	24.2	18	11	15	13
5.000 - 10.000 ab.	15.7	16	9	13	15
10.000 - 30.000 ab.	19.3	20	14	14	11
30.000 - 100.000 ab.	15.8	18	18	17	15
oltre 100.000 ab.	25.0	28	48	41	46
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di			
		Gioia	Grazia	Intimità	Novella
Stima adulti	37.000.000	1.570.000	2.240.000	1.140.000	740.000
<b>Sesso:</b>	%	%	%	%	%
uomini	48.1	24	24	22	28
donne	51.9	76	76	78	72
(donne di casa)	(37.1)	(37)	(43)	(50)	(44)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>					
superiore	4.9	10	16	4	15
media	31.9	52	50	41	50
medio-inferiore	41.9	32	30	44	26
inferiore	21.3	6	4	11	9
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>					
16 - 24 anni	18.9	37	31	31	26
25 - 34 anni	17.4	21	20	20	17
35 - 44 anni	18.5	16	17	21	19
45 - 54 anni	16.5	13	15	13	18
55 - 64 anni	14.7	8	11	10	13
65 anni e oltre	14.0	5	6	5	7
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5.1.1 - Secondo zone geografiche

adulti

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>3.960</b>		<b>2.921</b>		<b>3.197</b>		<b>3.668</b>		<b>1.851</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>												
Alba	2,3	850	4,2	440	2,9	210	1,4	90	0,8	70	0,8	40
Amica	2,6	950	3,9	400	2,8	200	2,6	190	1,4	110	1,1	50
Annabella	6,0	2.200	7,4	770	6,6	470	7,3	510	3,9	310	3,4	140
Bella	1,3	500	1,7	180	1,6	110	1,4	100	1,0	80	0,8	30
Confidenze	2,0	750	2,8	290	2,0	150	2,4	170	1,0	80	1,4	60
Così	1,1	410	1,3	130	1,1	80	1,2	80	0,7	60	1,3	60
Eva	2,0	720	2,2	230	1,8	130	2,3	160	1,4	120	2,0	80
Gioia	4,2	1.570	5,6	580	5,4	390	4,1	290	2,2	180	3,0	130
Grazia	6,0	2.240	8,4	870	5,7	410	7,6	540	3,0	250	4,1	170
Intimità	3,1	1.140	4,6	480	4,3	310	3,6	250	0,9	70	0,6	30
Marie Claire	0,8	300	0,9	90	0,9	60	1,0	70	0,6	50	0,7	30
Noi Donne	1,2	430	1,3	140	2,3	170	1,5	100	0,1	*	0,2	*
Novella	2,0	740	2,8	290	2,1	150	2,8	200	1,0	80	0,4	20

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

adulti

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000 -30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		2.334		1.611		3.176		3.388		5.088	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		8.980.000		5.810.000		7.140.000		5.830.000		9.240.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>												
Alba	2,3	850	2,0	180	2,6	150	2,7	200	2,6	150	1,8	170
Amlca	2,6	950	1,3	120	2,2	130	1,8	130	2,9	170	4,4	400
Annabella	6,0	2.200	2,7	240	4,0	230	4,3	300	6,6	380	11,4	1.050
Bella	1,3	500	1,4	120	1,0	60	1,1	80	1,8	110	1,4	130
Confidenze	2,0	750	1,1	100	2,0	110	1,8	130	2,3	130	3,0	280
Così	1,1	410	1,2	110	1,2	70	0,8	60	1,1	70	1,0	100
Eva	2,0	720	1,2	100	1,4	80	1,3	90	2,6	160	3,1	290
Giola	4,2	1.570	3,1	280	4,4	250	4,3	310	5,0	290	4,8	440
Grazia	6,0	2.240	2,8	260	3,5	200	4,3	310	6,7	390	11,7	1.080
Intimità	3,1	1.140	2,0	180	2,6	150	2,2	150	3,3	190	5,1	470
Marie Claire	0,8	300	0,4	40	0,3	20	0,8	50	1,2	70	1,3	120
Noi Donne	1,2	430	0,6	50	1,9	110	0,7	50	1,2	80	1,5	140
Novella	2,0	740	1,1	90	2,0	110	1,2	90	1,9	110	3,7	340

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5.1.3 - Secondo regione

adulti

	Totale		Piemonte		Liguria		Lombardia		Tre Venezie		Emilia		Toscana		Marche e Umbria	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		1.209		588		2.163		1.732		1.189		1.102		661	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		3.230.000		1.440.000		5.730.000		4.290.000		2.930.000		2.620.000		1.620.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>																
<b>Alba</b>	2,3	850	2,4	80	1,5	20	6,0	340	3,6	150	1,8	50	1,5	40	1,2	20
<b>Amica</b>	2,6	950	2,1	70	3,3	50	5,0	290	2,0	80	4,0	120	1,9	50	3,3	50
<b>Annabella</b>	6,0	2.200	7,0	230	10,2	140	6,9	390	5,8	250	7,7	220	4,9	130	5,4	90
<b>Bella</b>	1,3	500	2,0	60	0,9	*	1,7	100	1,5	70	1,7	50	0,5	*	2,1	40
<b>Confidenze</b>	2,0	750	2,7	90	3,5	50	2,7	160	1,9	80	2,1	70	3,1	80	1,5	20
<b>Così</b>	1,1	410	0,9	30	0,6	*	1,6	90	1,0	50	1,2	30	0,8	20	1,1	20
<b>Eva</b>	2,0	720	2,4	80	3,4	50	1,8	100	1,5	70	2,3	70	2,1	60	1,3	20
<b>Glola</b>	4,2	1.570	3,7	120	6,1	90	6,5	370	5,7	240	5,1	150	2,8	70	5,1	90
<b>Grazia</b>	6,0	2.240	6,9	220	11,4	160	8,5	480	5,7	240	5,7	170	5,1	130	6,6	110
<b>Intimità</b>	3,1	1.140	4,6	150	4,7	70	4,6	260	3,7	160	5,2	150	2,8	70	2,2	30
<b>Marie Claire</b>	0,8	300	0,7	20	1,5	20	0,8	50	0,8	30	0,9	30	0,9	20	1,1	20
<b>Noi Donne</b>	1,2	430	0,7	20	1,4	20	1,7	100	0,8	30	4,6	140	2,8	70	0,3	*
<b>Novella</b>	2,0	740	2,5	80	4,1	60	2,7	150	1,8	80	2,6	80	1,9	50	1,7	30

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5.1.3 - Secondo regione (seguito)

adulti

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
<b>Numero di interviste</b>	1.434	418	1.489	1.105	656	1.502	349
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Settimanali femminili</b>							
Alba	1,4 40	0,8 *	0,8 30	1,0 20	0,6 *	0,7 20	1,4 20
Amica	2,8 80	1,1 *	1,1 30	2,2 50	1,0 20	1,1 40	1,1 *
Annabella	10,5 300	2,5 30	4,3 130	4,3 90	3,5 60	3,4 110	3,6 30
Bella	1,8 50	2,1 20	1,0 30	0,7 20	0,5 *	0,4 *	2,2 20
Confidenze	2,3 70	1,2 *	1,4 40	0,6 *	0,6 *	1,0 30	2,7 30
Così	1,6 40	— —	0,4 *	1,2 30	1,1 20	1,1 40	1,9 20
Eva	3,0 80	1,8 20	0,9 30	2,1 40	1,3 20	2,2 70	1,1 *
Glola	4,9 140	2,2 30	1,5 50	2,0 40	3,6 60	2,6 80	4,4 40
Grazia	10,5 300	2,5 30	3,3 100	3,9 90	1,9 30	3,2 110	6,8 70
Intimità	5,1 140	1,7 20	0,9 30	0,8 20	0,5 *	0,6 20	0,6 *
Marie Claire	1,0 30	0,1 *	0,6 20	0,7 20	0,9 20	0,7 20	0,5 *
Noi Donne	0,9 30	— —	0,1 *	0,2 *	0,1 *	0,1 *	0,2 *
Novella	4,2 120	1,7 20	1,0 30	1,3 30	0,2 *	0,3 *	0,8 *

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

adulti

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>7.178</b>		<b>8.419</b>		<b>6.082</b>		<b>939</b>		<b>5.258</b>		<b>6.292</b>		<b>3.108</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000		1.830.000		11.810.000		15.500.000		7.860.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>																
<b>Alba</b>	2,3	850	1,4	260	3,1	590	2,1	290	3,3	60	3,5	420	2,0	320	0,7	50
<b>Amlca</b>	2,6	950	1,4	260	3,6	690	2,6	360	10,0	180	4,0	470	1,7	260	0,5	40
<b>Annabella</b>	6,0	2.200	3,4	590	8,4	1.610	6,7	930	17,1	310	9,4	1.100	4,3	660	1,7	130
<b>Bella</b>	1,3	500	0,5	90	2,1	410	1,5	210	1,0	20	1,6	190	1,5	230	0,8	60
<b>Confidenze</b>	2,0	750	1,0	180	3,0	570	2,6	350	2,4	40	2,8	330	2,1	330	0,7	50
<b>Così</b>	1,1	410	0,6	120	1,5	290	1,1	150	1,9	40	1,6	190	0,9	140	0,5	40
<b>Eva</b>	2,0	720	1,0	170	2,9	550	2,3	320	4,2	80	3,0	350	1,6	240	0,7	50
<b>Glola</b>	4,2	1.570	2,1	370	6,2	1.200	4,3	590	8,8	160	6,8	810	3,3	510	1,2	90
<b>Grazia</b>	6,0	2.240	3,0	530	8,9	1.710	6,9	950	20,1	370	9,4	1.110	4,3	670	1,2	90
<b>Intimità</b>	3,1	1.140	1,4	250	4,6	890	4,1	560	2,2	40	3,9	470	3,3	500	1,6	130
<b>Marie Claire</b>	0,8	300	0,3	60	1,2	240	1,0	140	3,1	60	1,2	140	0,7	100	*	*
<b>Noi Donne</b>	1,2	430	1,8	210	1,1	220	1,1	160	1,6	30	1,2	150	1,4	220	0,4	30
<b>Novella</b>	2,0	740	1,2	210	2,8	530	2,4	320	6,0	110	3,1	370	1,3	200	0,8	60

# 5. Lettura dei singoli settimanali - Femminili

5.1.5 - Secondo età

adulti

	Totale		16 - 24 anni		25 - 34 anni		35 - 44 anni		45 - 54 anni		55 - 64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		2.678		2.823		3.024		2.643		2.313		2.116	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		6.980.000		6.430.000		6.860.000		6.100.000		5.460.000		5.170.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>														
Alba	2,3	850	4,1	290	2,4	150	2,2	150	2,4	150	1,3	70	0,8	40
Amica	2,6	950	5,0	350	2,6	170	2,5	170	2,1	130	1,5	80	1,0	50
Annabella	6,0	2.200	9,6	670	6,8	440	6,3	430	5,0	300	4,2	230	2,6	130
Bella	1,3	500	2,9	210	1,3	80	1,3	90	1,1	70	0,8	40	0,2	*
Confidenze	2,0	750	3,6	250	1,9	120	1,9	130	2,0	120	1,4	80	1,0	50
Così	1,1	410	2,7	180	0,7	50	0,8	60	1,2	70	0,5	30	0,3	20
Eva	2,0	720	2,8	200	1,8	120	2,3	160	1,9	110	1,6	80	1,0	50
Gloia	4,2	1.570	8,4	590	5,0	320	3,6	250	3,4	210	2,4	130	1,4	70
Grazia	6,0	2.240	9,7	680	6,8	440	5,7	390	5,6	340	4,5	250	2,7	140
Intimità	3,1	1.140	5,0	350	3,6	230	3,6	250	2,4	140	2,0	110	1,1	60
Marle Claire	0,8	300	1,4	100	0,6	40	1,0	70	0,8	50	0,5	20	0,4	20
Noi Donne	1,2	430	1,0	70	1,2	80	1,5	100	1,4	80	1,1	60	0,7	40
Novella	2,0	740	2,8	200	1,9	120	2,1	140	2,2	130	1,7	100	1,0	50

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

adulti

## 5.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori, professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
Numero di interviste	15.597		453		823		1.107		1.280	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		950.000		2.480.000		2.710.000		2.620.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>										
Alba	2,3	850	2,8	30	1,0	30	3,0	80	4,6	120
Amlca	2,6	950	2,9	30	0,4	*	2,8	80	6,5	170
Annabella	6,0	2.200	7,2	70	0,9	20	5,8	160	11,9	310
Bella	1,3	500	1,3	*	0,7	20	1,4	40	1,1	30
Confidenze	2,0	750	1,5	*	0,5	*	2,0	50	2,9	80
Così	1,1	410	0,8	*	0,1	*	1,3	40	3,0	80
Eva	2,0	720	2,5	20	0,6	20	2,1	60	3,6	90
Giola	4,2	1.570	5,7	50	0,7	20	4,9	130	8,6	230
Grazia	6,0	2.240	10,6	100	0,9	20	6,2	170	12,5	330
Intimità	3,1	1.140	1,0	*	0,4	*	3,1	80	3,0	80
Marie Claire	0,8	300	1,3	*	—	—	0,9	30	1,5	40
Nol donne	1,2	430	0,8	*	0,5	*	1,3	30	1,4	40
Novella	2,0	740	2,9	30	0,8	20	1,5	40	3,9	100



# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

adulti

## 5.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
Numero di interviste	1.448		831		1.439		5.811		2.405	
Stima della popolazione adulta	3.530.000		2.290.000		3.580.000		13.140.000		5.700.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>										
Alba	3,0	110	0,5	*	2,6	90	2,1	270	1,9	110
Amica	2,3	80	0,5	*	1,9	70	2,3	300	3,5	200
Annabella	4,4	150	1,6	40	4,9	170	6,7	880	6,9	400
Bella	1,3	50	0,1	*	1,6	60	1,7	220	1,2	70
Confidenze	2,2	80	0,3	*	2,5	90	2,6	340	1,4	80
Così	1,0	30	0,2	*	1,6	60	0,9	110	1,3	80
Eva	1,9	70	0,1	*	1,7	60	2,3	300	1,8	100
Giola	3,5	120	1,1	30	4,4	160	4,5	590	4,2	240
Grazia	4,2	150	0,5	*	4,0	140	7,0	920	7,1	400
Intimità	3,3	120	1,1	30	4,3	150	4,1	540	2,2	120
Marie Claire	0,3	*	0,1	*	0,6	20	1,0	140	0,9	50
Noi donne	2,3	80	0,8	20	1,6	60	0,9	120	1,0	60
Novella	1,7	60	0,5	*	1,4	50	2,4	320	2,0	110

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

adulti

5.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
Numero di interviste	15.597		11.427		2.193		1.977	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>								
Alba	2,3	850	1,8	520	4,3	200	3,3	130
Amica	2,6	950	1,4	390	5,3	250	7,9	310
Annabella	6,0	2.200	3,7	1.060	12,4	580	14,7	560
Bella	1,3	500	1,2	340	2,5	120	1,0	40
Confidenze	2,0	750	1,7	480	3,8	180	2,4	90
Così	1,1	410	0,7	210	2,2	100	2,6	100
Eva	2,0	720	1,4	400	3,4	160	4,3	160
Gioia	4,2	1.570	2,8	790	9,0	430	9,1	350
Grazia	6,0	2.240	3,5	990	11,7	550	18,0	700
Inimità	3,1	1.140	2,8	810	5,1	240	2,2	90
Marie Claire	0,8	300	0,4	120	1,9	90	2,3	90
Noi donne	1,2	430	1,1	330	1,7	80	0,6	20
Novella	2,0	740	1,3	380	3,9	180	4,7	180

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

adulti

## 5.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Hanno guardato in una settimana media	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>								
Alba	2,3	850	2,7	70	3,1	100	2,2	680
Amica	2,6	950	4,6	110	1,2	40	2,6	800
Annabella	6,0	2.200	10,5	250	3,9	130	5,8	1.820
Bella	1,3	500	0,8	20	0,9	30	1,4	450
Confidenze	2,0	750	1,3	30	1,9	60	2,1	660
Così	1,1	410	1,8	40	0,2	*	1,1	360
Eva	2,0	720	2,9	70	0,9	30	2,0	620
Giola	4,2	1.570	6,0	150	2,2	70	4,3	1.350
Grazia	6,0	2.240	10,9	260	2,3	80	6,1	1.900
Intimità	3,1	1.140	2,0	50	2,7	90	3,2	1.000
Marie Claire	0,8	300	1,7	40	0,4	*	0,8	250
Noi donne	1,2	430	1,3	30	2,6	90	1,0	310
Novella	2,0	740	3,2	80	1,2	40	2,0	620

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

uomini

## 5.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	7.178		1.356		1.771		1.469		1.713		869	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		5.000.000		3.480.000		3.400.000		3.890.000		2.030.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>												
Alba	1,4	260	2,6	130	1,8	60	0,8	30	0,3	*	1,0	20
Amica	1,4	260	2,2	110	1,2	40	1,5	50	0,7	30	1,3	30
Annabella	3,4	590	4,0	200	4,0	140	3,3	110	2,3	90	2,7	50
Bella	0,5	90	0,6	30	0,4	20	0,6	20	0,3	*	0,4	*
Confidenze	1,0	180	1,4	70	1,0	40	1,3	40	0,3	*	0,9	20
Così	0,6	120	0,6	30	0,5	20	1,0	40	0,5	20	0,8	20
Eva	1,0	170	0,9	50	1,3	40	1,0	30	0,8	30	0,8	20
Giola	2,1	370	2,3	110	2,9	100	2,3	80	2,1	40	1,9	40
Grazia	3,0	530	4,3	220	2,6	90	3,8	130	1,3	50	2,2	40
Intimità	1,4	250	1,8	90	2,0	70	2,1	70	0,4	*	0,2	*
Marie Claire	0,3	60	0,3	20	0,4	*	0,5	20	0,2	*	0,5	*
Nol donne	1,8	210	1,5	80	2,2	80	1,5	50	0,1	*	0,2	*
Novella	1,2	210	1,8	90	1,3	50	1,3	40	0,5	20	0,5	*

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

uomini

## 5.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale	Superiore	Media	Medio- inferiore	Inferiore
Numero di interviste	7.178	494	2.558	2.862	1.264
Stima della popolazione adulta	17.800.000	1.000.000	6.040.000	7.390.000	3.370.000

Hanno guardato in una settimana media:

### Settimanali femminili

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Alba	1,4	260	1,4	*	2,0	120	1,5	110	0,3	*
Amica	1,4	260	4,5	50	1,8	110	1,3	100	0,4	*
Annabella	3,4	590	10,4	100	4,9	290	2,3	170	0,9	30
Bella	0,5	90	0,5	*	0,5	30	0,5	40	0,4	*
Confidenze	1,0	180	1,5	20	1,4	90	0,9	70	0,4	*
Così	0,6	120	0,9	*	0,7	40	0,7	50	0,4	*
Eva	1,0	170	1,7	20	1,2	70	1,1	80	0,2	*
Glola	2,1	370	2,3	20	3,2	190	1,9	140	0,5	20
Grazia	3,0	530	9,9	100	4,6	280	1,9	140	0,5	20
Intimità	1,4	250	0,9	*	1,8	110	1,4	100	1,0	30
Marie Claire	0,3	60	0,9	*	0,5	30	0,4	30	—	—
Noi donne	1,8	210	0,8	*	1,1	70	1,6	120	0,4	*
Novella	1,2	210	2,9	30	1,9	120	0,6	40	0,6	20

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

uomini

## 5.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di Interviste	7.178		1.266		2.640		2.322		950	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		3.330.000		6.370.000		5.630.000		2.470.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>										
Alba	1,4	260	1,8	60	1,5	100	1,5	80	0,8	20
Amica	1,4	260	2,6	90	1,2	70	1,2	70	1,2	30
Annabella	3,4	590	4,4	150	3,8	240	3,0	170	1,7	40
Bella	0,5	90	1,2	40	0,4	20	0,5	30	—	—
Confidenze	1,0	180	1,6	60	1,1	70	0,9	50	0,2	*
Così	0,6	120	1,4	50	0,5	30	0,7	40	0,1	*
Eva	1,0	170	1,1	40	1,0	70	0,9	50	0,9	20
Glola	2,1	370	3,4	120	2,1	130	1,8	100	1,0	30
Grazia	3,0	530	3,7	120	3,1	200	2,8	160	2,1	50
Intimità	1,4	250	2,1	70	1,6	100	1,2	60	0,6	20
Marie Claire	0,3	60	0,4	*	0,4	20	0,4	20	0,3	*
Noi donne	1,8	210	0,9	30	1,2	80	1,5	80	0,8	20
Novella	1,2	210	1,4	50	1,1	70	1,4	80	0,6	*

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne

## 5.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	8.419	1.565	2.189	1.728	1.954	983
Stima della popolazione adulta	19.200.000	5.400.000	3.740.000	3.670.000	4.200.000	2.190.000

Hanno guardato in una settimana media:

### Settimanali femminili

	%		'000		%		'000		%		'000		%		'000	
<b>Alba</b>	3,1	590	5,7	310	3,8	140	1,9	70	1,3	50	0,7	20				
<b>Amica</b>	3,6	690	5,3	290	4,3	160	3,7	140	2,0	90	0,9	20				
<b>Annabella</b>	8,4	1.610	10,4	560	9,0	340	10,9	410	5,3	220	4,1	90				
<b>Bella</b>	2,1	410	2,6	140	2,6	100	2,0	70	1,6	60	1,2	30				
<b>Confidenze</b>	3,0	570	4,1	220	3,0	110	3,5	130	1,7	70	1,9	40				
<b>Così</b>	1,5	290	1,9	100	1,6	60	1,3	50	1,0	40	1,8	40				
<b>Eva</b>	2,9	550	3,4	180	2,3	90	3,5	130	2,0	80	3,0	70				
<b>Giola</b>	6,2	1.200	8,7	470	7,8	290	5,9	220	3,2	130	4,0	90				
<b>Grazia</b>	8,9	1.710	12,2	660	8,5	320	11,2	410	4,6	190	5,8	130				
<b>Intimità</b>	4,6	890	7,2	390	6,3	240	4,9	180	1,4	60	1,0	20				
<b>Marie Claire</b>	1,2	240	1,4	70	1,3	50	1,6	60	1,0	40	0,8	20				
<b>Noi donne</b>	1,1	220	1,2	70	2,4	90	1,4	50	0,1	*	0,1	*				
<b>Novella</b>	2,8	530	3,7	200	2,9	110	4,1	150	1,5	60	0,4	*				

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne

## 5.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale	Superiore	Media	Medio- inferiore	Inferiore
Numero di interviste	8.419	445	2.700	3.430	1.844
Stima della popolazione adulta	19.200.000	830.000	5.770.000	8.110.000	4.490.000

Hanno guardato in una settimana media:

### Settimanali femminili

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Alba</b>	3,1	590	5,6	50	5,1	290	2,6	210	1,0	40
<b>Amica</b>	3,6	690	16,6	140	6,3	360	2,0	160	0,6	30
<b>Annabella</b>	8,4	1.610	25,0	210	14,0	810	6,1	500	2,2	100
<b>Bella</b>	2,1	410	1,7	*	2,7	160	2,3	190	1,0	50
<b>Confidenze</b>	3,0	570	3,4	30	4,2	240	3,2	260	1,0	40
<b>Così</b>	1,5	290	3,2	30	2,5	150	1,1	90	0,6	30
<b>Eva</b>	2,9	550	7,1	60	4,8	280	2,1	160	1,0	50
<b>Glola</b>	6,2	1.200	16,6	140	10,7	620	4,5	370	1,6	70
<b>Grazia</b>	8,9	1.710	32,4	270	14,6	830	6,5	530	1,7	70
<b>Intimità</b>	4,6	890	3,7	30	6,2	360	5,0	400	2,1	100
<b>Marie Claire</b>	1,2	240	5,8	50	1,9	110	1,0	80	0,1	*
<b>Noi donne</b>	1,1	220	2,6	20	1,3	80	1,3	100	0,4	20
<b>Novella</b>	2,8	530	9,7	80	4,4	250	1,9	150	1,0	40



# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne

## 5.3.3. - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>1.412</b>		<b>3.206</b>		<b>2.635</b>		<b>1.166</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>3.650.000</b>		<b>6.930.000</b>		<b>5.920.000</b>		<b>2.700.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Settimanali femminili</b>										
<b>Alba</b>	<b>3,1</b>	590	<b>6,1</b>	220	<b>3,1</b>	210	<b>2,3</b>	130	<b>0,8</b>	20
<b>Amica</b>	<b>3,6</b>	690	<b>7,1</b>	260	<b>3,9</b>	270	<b>2,4</b>	140	<b>0,7</b>	20
<b>Annabella</b>	<b>8,4</b>	1.610	<b>4,4</b>	530	<b>9,1</b>	630	<b>6,1</b>	360	<b>3,5</b>	90
<b>Bella</b>	<b>2,1</b>	410	<b>4,5</b>	160	<b>2,1</b>	150	<b>1,4</b>	80	<b>0,5</b>	*
<b>Confidenze</b>	<b>3,0</b>	570	<b>5,5</b>	200	<b>2,6</b>	180	<b>2,4</b>	140	<b>1,8</b>	50
<b>Così</b>	<b>1,5</b>	290	<b>3,8</b>	140	<b>1,1</b>	80	<b>1,1</b>	70	<b>0,5</b>	*
<b>Eva</b>	<b>2,9</b>	550	<b>4,4</b>	160	<b>3,0</b>	210	<b>2,6</b>	150	<b>1,1</b>	30
<b>Glola</b>	<b>6,2</b>	1.200	<b>12,9</b>	470	<b>6,2</b>	440	<b>4,0</b>	230	<b>1,9</b>	50
<b>Grazia</b>	<b>8,9</b>	1.710	<b>15,6</b>	560	<b>9,1</b>	630	<b>7,2</b>	430	<b>3,3</b>	90
<b>Intimità</b>	<b>4,6</b>	890	<b>7,6</b>	280	<b>5,5</b>	380	<b>3,2</b>	190	<b>1,5</b>	40
<b>Marie Claire</b>	<b>1,2</b>	240	<b>2,4</b>	90	<b>1,2</b>	90	<b>0,9</b>	50	<b>0,4</b>	*
<b>Noi donne</b>	<b>1,1</b>	220	<b>1,2</b>	40	<b>1,4</b>	100	<b>1,0</b>	60	<b>0,9</b>	*
<b>Novella</b>	<b>2,8</b>	530	<b>4,1</b>	150	<b>2,8</b>	190	<b>2,5</b>	150	<b>1,5</b>	40

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne di casa

## 5.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>4.010.000</b>		<b>2.570.000</b>		<b>2.540.000</b>		<b>3.070.000</b>		<b>1.550.000</b>	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>												
Alba	2,1	290	4,3	170	2,3	60	1,3	30	0,9	30	0,2	*
Amica	2,6	360	3,8	150	3,1	80	2,8	70	1,5	50	0,6	*
Annabella	6,7	930	8,0	320	8,6	220	9,1	230	3,7	110	2,6	40
Bella	1,5	210	2,0	80	1,9	50	1,8	40	1,0	30	0,5	*
Confidenze	2,6	350	4,0	160	2,4	60	2,7	70	1,5	50	1,0	20
Così	1,1	150	1,3	50	1,4	40	1,1	30	0,8	20	0,5	*
Eva	2,3	320	2,7	110	2,5	60	2,6	70	1,6	50	2,2	30
Giola	4,3	590	5,9	240	5,3	140	4,5	110	2,3	70	1,8	30
Grazia	6,9	950	9,9	400	6,4	160	9,5	240	2,8	90	4,1	60
Intimità	4,1	560	6,7	270	5,7	150	4,4	110	0,9	30	0,5	*
Marie Claire	1,0	140	1,2	50	0,9	20	1,6	40	0,7	20	0,3	*
Nel donne	1,1	160	1,1	40	2,9	80	1,3	30	0,2	*	—	—
Novella	2,4	320	3,4	140	2,6	70	3,6	90	0,8	20	0,3	*

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne di casa

## 5.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio- Inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>317</b>		<b>1.855</b>		<b>2.442</b>		<b>1.468</b>	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>										
Alba	2,1	290	3,2	20	3,9	150	1,6	90	0,8	30
Amica	2,6	360	13,9	80	4,5	180	1,5	80	0,6	20
Annabella	6,7	930	23,6	140	11,8	460	4,6	260	1,8	60
Bella	1,5	210	1,3	*	2,3	90	1,6	90	0,7	20
Confidenze	2,6	350	3,2	20	4,0	160	2,7	150	0,7	20
Così	1,1	150	3,8	20	1,7	70	0,8	40	0,6	20
Eva	2,3	320	6,7	40	4,5	170	1,4	80	0,7	20
Glola	4,3	590	17,4	100	7,6	300	2,6	150	1,0	40
Grazia	6,9	950	29,0	170	11,4	450	5,2	290	1,2	40
Intimità	4,1	560	3,8	20	6,2	240	4,2	240	1,6	60
Marie Claire	1,0	140	4,8	30	1,9	70	0,6	30	—	—
Nel donne	1,1	160	3,0	20	1,2	50	1,4	80	0,4	*
Novella	2,4	320	9,1	50	4,0	160	1,6	100	0,7	20

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne di casa

## 5.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale	16-24 anni	25-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	6.082	246	2.618	2.360	858
Stima della popolazione adulta	13.740.000	810.000	5.650.000	5.320.000	1.960.000

Hanno guardato in una settimana media:

### Settimanali femminili

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Alba</b>	2,1	290	1,1	*	2,5	140	2,3	120	1,0	20
<b>Amica</b>	2,6	360	3,6	30	3,3	190	2,4	130	0,8	20
<b>Annabella</b>	6,7	930	6,3	50	8,5	480	6,1	320	3,7	70
<b>Bella</b>	1,5	210	3,4	30	1,7	100	1,4	70	0,6	*
<b>Confidenze</b>	2,6	350	5,0	40	2,8	160	2,3	120	1,6	30
<b>Così</b>	1,1	150	1,9	20	1,1	60	1,2	60	0,5	*
<b>Eva</b>	2,3	320	1,1	*	2,7	150	2,5	130	1,3	20
<b>Glola</b>	4,3	590	4,0	30	5,6	320	3,9	210	1,5	30
<b>Grazia</b>	6,9	950	5,7	50	8,2	460	7,1	380	3,2	60
<b>Intimità</b>	4,1	560	6,1	50	5,8	320	3,0	160	1,4	30
<b>Marie Claire</b>	1,0	140	0,8	*	1,3	70	0,9	50	0,5	*
<b>Noi donne</b>	1,1	160	0,6	*	1,5	90	1,0	60	0,6	*
<b>Novella</b>	2,4	320	0,2	*	2,8	160	2,5	130	1,7	30

# 5. Lettura dei singoli settimanali Femminili

donne di casa

## 5.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
Numero di Interviste	6.082		975		791		673	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali femminili</b>								
Alba	2,1	290	1,2	30	3,4	60	2,8	40
Amica	2,6	360	2,8	60	3,3	60	1,1	20
Annabella	6,7	930	7,4	170	7,3	130	5,4	80
Bella	1,5	210	2,4	50	1,4	20	0,6	*
Confidenze	2,6	350	3,1	70	2,2	40	1,7	30
Così	1,1	150	1,0	20	0,9	20	0,8	*
Eva	2,3	320	2,1	50	2,2	40	1,8	30
Giola	4,3	590	5,3	120	5,2	90	2,6	40
Grazia	6,9	950	6,3	140	7,9	140	4,4	60
Intimità	4,1	560	4,9	110	5,5	100	3,5	50
Marie Claire	1,0	140	1,2	30	0,6	*	0,5	*
Nol donne	1,1	160	1,2	30	1,7	30	0,3	*
Novella	2,4	320	2,0	40	1,8	30	1,5	20

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.a - Composizione dei lettori dei singoli settimanali - Fotoromanzi

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Bolero Film	Confessioni	Grand Hotel	Luna Park	Sogno
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>2.190.000</b>	<b>630.000</b>	<b>4.580.000</b>	<b>870.000</b>	<b>2.500.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	38	44	32	32	29
Nord-Est	19.5	20	20	19	15	21
Centro	19.1	20	23	23	19	22
Sud	21.9	13	7	18	21	18
Isole	11.4	9	6	8	13	10
	100,0	100	100	100	100	100
<b>Grandezza del comune:</b>						
fino a 5.000 ab.	24.2	19	16	18	12	20
5.000 - 10.000 ab.	15.7	15	15	14	17	16
10.000 - 30.000 ab.	19.3	20	15	20	22	21
30.000 - 100.000 ab.	15.8	18	17	17	21	17
oltre 100.000 ab.	25.0	28	37	31	28	26
	100,0	100	100	100	100	100

	Popolazione adulta	Lettori di				
		Bolero Film	Confessioni	Grand Hotel	Luna Park	Sogno
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>2.190.000</b>	<b>630.000</b>	<b>4.580.000</b>	<b>870.000</b>	<b>2.500.000</b>
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	41	21	42	36	37
donne	51.9	59	79	58	64	63
(donne di casa)	(37.1)	(35)	(42)	(36)	(35)	(34)
Totale	100,0	100	100	100	100	100
<b>Classe sociale:</b>						
superiore	4.9	2	3	1	2	2
media	31.9	36	40	34	34	33
medio-inferiore	41.9	47	45	50	50	52
inferiore	21.3	15	12	15	14	13
Totale	100,0	100	100	100	100	100
<b>Età:</b>						
16 - 24 anni	18.9	34	37	33	40	42
25 - 34 anni	17.4	23	19	20	22	21
35 - 44 anni	18.5	20	19	19	16	17
45 - 54 anni	16.5	12	14	14	12	10
55 - 64 anni	14.7	7	8	9	7	7
65 anni e oltre	14.0	4	3	5	3	3
Totale	100,0	100	100	100	100	100

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.b - Composizione dei lettori dei settimanali - Programmi Radio-TV e canzoni

	Popolazione adulta	Lettori di		
		Radiocorriere	Settimana Radio-TV	Sorrisi e Canzoni
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>4.440.000</b>	<b>1.190.000</b>	<b>4.030.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	33	35	25
Nord-Est	19.5	19	17	15
Centro	19.1	23	27	19
Sud	21.9	18	14	27
Isole	11.4	7	7	14
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>				
fino a 5.000 ab.	24.2	15	14	18
5.000 - 10.000 ab.	15.7	11	13	15
10.000 - 30.000 ab.	19.3	18	17	20
30.000 - 100.000 ab.	15.8	18	19	19
oltre 100.000 ab.	25.0	38	37	28
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di		
		Radiocorriere	Settimana Radio-TV	Sorrisi e Canzoni
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>4.440.000</b>	<b>1.190.000</b>	<b>4.030.000</b>
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	57	56	46
donne	51.9	43	44	54
(donne di casa)	(37.1)	(29)	(28)	(31)
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4.9	11	9	3
media	31.9	49	47	40
medio-inferiore	41.9	31	35	44
inferiore	21.3	9	9	13
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18.9	24	28	38
25 - 34 anni	17.4	19	21	19
35 - 44 anni	18.5	21	19	19
45 - 54 anni	16.5	17	14	14
55 - 64 anni	14.7	12	13	6
65 anni e oltre	14.0	7	5	4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.c - Composizione dei lettori dei singoli settimanali - Diversi

	Popolazione adulta	Lettori di		
		L'Automobile	Settimana Enigmistica	Vie Nuove
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>1.180.000</b>	<b>2.360.000</b>	<b>580.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	37	37	36
Nord-Est	19.5	22	19	28
Centro	19.1	19	25	29
Sud	21.9	10	11	5
Isole	11.4	12	8	2
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>				
fino a 5.000 ab.	24.2	16	12	13
5.000 - 10.000 ab.	15.7	13	11	24
10.000 - 30.000 ab.	19.3	13	16	15
30.000 - 100.000 ab.	15.8	21	18	16
oltre 100.000 ab.	25.0	37	43	32
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di		
		L'Automobile	Settimana Enigmistica	Vie Nuove
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>1.180.000</b>	<b>2.360.000</b>	<b>580.000</b>
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	74	62	69
donne (donne di casa)	51.9 (37.1)	26 (17)	38 (21)	31 (19)
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4.9	24	11	6
media	31.9	53	52	45
medio-inferiore	41.9	20	32	42
inferiore	21.3	3	5	7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18.9	25	38	22
25 - 34 anni	17.4	19	18	20
35 - 44 anni	18.5	24	20	23
45 - 54 anni	16.5	14	12	17
55 - 64 anni	14.7	11	8	14
65 anni e oltre	14.0	7	4	4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.1.1 - Secondo zone geografiche

adulti

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	15.597		3.960		2.921		3.197		3.668		1.851	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>												
Bolero Film	5,9	2.190	7,9	820	6,1	440	6,3	440	3,6	300	4,5	190
Confessioni	1,7	630	2,7	280	1,7	120	2,1	150	0,5	40	0,9	40
Grand Hotel	12,4	4.580	14,1	1.460	11,9	860	14,9	1.050	10,2	820	9,1	390
Luna Park	2,3	870	2,7	280	1,8	130	2,3	160	2,3	190	2,8	110
Sogno	6,8	2.500	7,0	730	7,4	540	7,7	540	5,7	450	5,8	240
<b>Settimanali di programmi Radio TV e canzoni</b>												
Radlocorriere	12,0	4.440	13,9	1.450	11,8	850	14,6	1.030	10,0	810	7,1	300
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	4,0	420	2,8	200	4,5	320	2,0	160	2,1	90
Sorrisi e Canzoni	10,9	4.030	9,6	1.000	8,3	600	10,8	760	13,7	1.110	13,3	560
<b>Altri settimanali</b>												
L'Automobile	3,2	1.180	4,2	440	3,6	260	3,3	230	1,4	110	3,3	140
Orizzonti	0,9	320	0,9	100	1,0	80	1,3	90	0,4	30	0,4	20
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	8,4	870	6,1	440	8,5	600	3,3	270	4,3	180
Vie Nuove	1,6	580	2,0	210	2,2	160	2,4	170	0,4	30	0,2	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

adulti

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
Numero di interviste	15.597		2.334		1.611		3.176		3.388		5.088	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		8.980.000		5.810.000		7.140.000		5.830.000		9.240.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>												
Bolero Film	5,9	2.190	4,6	410	5,8	340	6,2	440	6,6	380	6,7	620
Confessioni	1,7	630	1,1	100	1,7	100	1,3	100	1,8	100	2,5	230
Grand Hotel	12,4	4.580	9,0	810	11,4	660	12,7	900	13,2	770	15,6	1.440
Luna Park	2,3	870	1,2	110	2,6	150	2,6	190	3,1	180	2,6	240
Sogno	6,8	2.500	5,5	490	6,9	400	7,3	520	7,3	430	7,2	660
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>												
Radiocorriere	12,0	4.440	7,5	680	8,7	500	10,9	780	13,9	810	18,1	1.670
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	1,8	160	2,7	160	2,9	210	3,8	220	4,8	440
Sorrisi e Canzoni	10,9	4.030	7,9	710	10,7	620	11,6	830	12,9	750	12,1	1.120
<b>Altri settimanali</b>												
L'Automobile	3,2	1.180	2,1	190	2,6	150	2,1	150	4,2	250	4,7	440
Orizzonti	0,9	320	0,7	70	1,4	80	0,7	50	1,0	60	0,7	60
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	3,2	290	4,6	270	5,3	380	7,1	410	11,0	1.010
Vie Nuove	1,6	580	0,8	70	2,4	140	1,2	90	1,6	90	2,0	190

# 6. Lettura dei singoli settimanali

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

adulti

### 6.1.3 - Secondo regione

	Totale		Piemonte		Liguria		Lombardia		Tre Venezie		Emilia		Toscana		Marche e Umbria	
Numero di interviste	15.597		1.209		588		2.163		1.732		1.189		1.102		661	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		3.230.000		1.440.000		5.730.000		4.290.000		2.930.000		2.620.000		1.620.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>																
Bolero Film	5,9	2.190	6,4	210	7,9	110	8,7	500	5,0	210	7,8	230	9,0	240	3,1	50
Confessioni	1,7	630	2,1	70	2,6	40	3,0	170	1,3	60	2,3	70	2,4	60	0,8	*
Grand Hotel	12,4	4.580	15,8	510	16,5	240	12,5	720	10,6	450	13,8	400	16,7	440	9,5	150
Luna Park	2,3	870	3,1	100	2,5	30	2,5	140	1,2	50	2,6	80	2,8	70	0,9	20
Sogno	6,8	2.500	7,6	250	6,6	90	6,7	380	6,1	260	9,4	270	9,1	240	4,5	80
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>																
Radiocorriere	12,0	4.440	10,9	350	15,8	230	15,2	870	12,4	530	10,9	320	12,6	330	7,6	130
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	3,8	120	5,2	80	3,9	220	2,3	100	3,4	100	3,5	90	4,2	70
Sorrisi e Canzoni	10,9	4.030	12,1	390	8,1	120	8,5	490	6,6	280	10,7	310	10,0	260	9,4	150
<b>Altri settimanali</b>																
L'Automobile	3,2	1.180	5,8	190	4,5	60	3,3	190	3,6	160	3,6	100	2,8	70	2,0	30
Orizzonti	0,9	320	0,8	30	0,7	*	1,1	60	1,4	60	0,4	20	0,6	20	2,0	30
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	7,3	240	12,7	180	7,9	450	5,9	250	6,4	190	6,8	180	5,2	80
Vie Nuove	1,6	580	1,7	60	1,9	30	2,2	130	1,4	60	3,5	100	3,8	100	0,8	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali

adulti

## 6.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio		Abruzzi		Campania		Puglie		Calabria e Basilicata		Sicilia		Sardegna	
<b>Numero di interviste</b>	1.434		418		1.489		1.105		656		1.502		349	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000		1.120.000		3.080.000		2.170.000		1.720.000		3.260.000		970.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>														
<b>Bolero Film</b>	5,6	160	3,9	40	4,4	140	2,9	60	3,0	50	4,9	160	2,9	30
<b>Confessioni</b>	2,6	70	0,1	*	0,6	20	0,9	20	0,3	*	0,6	20	2,1	20
<b>Grand Hotel</b>	16,4	460	10,5	120	8,6	270	9,3	200	13,9	240	9,7	310	7,3	70
<b>Luna Park</b>	2,7	80	2,3	30	2,6	80	1,6	30	2,5	40	3,0	100	2,1	20
<b>Sogno</b>	8,1	230	4,7	50	6,4	200	5,9	130	4,7	80	6,2	200	4,6	40
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>														
<b>Radiocorriere</b>	20,5	580	7,7	90	10,0	300	9,3	200	12,3	210	6,7	220	8,6	80
<b>Settimana Radio-TV</b>	5,7	160	1,9	20	1,6	50	2,9	60	1,7	30	1,9	60	2,5	30
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	12,3	350	12,1	140	13,0	400	14,6	320	14,9	260	12,3	400	16,8	160
<b>Altri settimanali</b>														
<b>L'Automobile</b>	4,4	120	1,5	20	1,0	30	1,4	30	2,1	40	3,0	100	4,1	40
<b>Orizzonti</b>	1,5	40	0,1	*	0,1	*	0,9	20	0,5	*	0,5	20	0,3	*
<b>Settimana Enigmistica</b>	11,9	330	1,9	20	4,0	130	3,3	70	2,9	50	3,6	120	6,7	70
<b>Vie Nuove</b>	2,1	60	—	—	0,4	*	0,6	*	0,3	*	0,1	*	0,6	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali adulti

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>7.178</b>		<b>8.419</b>		<b>6.082</b>		<b>939</b>		<b>5.258</b>		<b>6.292</b>		<b>3.108</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000		1.830.000		11.810.000		15.500.000		7.860.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>																
Bolero Film	5,9	2.190	5,0	890	6,8	1.300	5,6	770	2,3	40	6,8	800	6,6	1.020	4,2	330
Confessioni	1,7	630	0,8	140	2,6	490	1,9	270	1,1	20	2,1	250	1,8	280	1,0	80
Grand Hotel	12,4	4.580	10,9	1.940	13,8	2.640	11,9	1.640	3,0	60	13,2	1.560	14,6	2.260	8,9	700
Luna Park	2,3	870	1,7	310	2,9	560	2,2	300	0,8	*	2,5	300	2,8	440	1,5	120
Sogno	6,8	2.500	5,1	910	8,3	1.590	6,2	850	2,4	40	7,0	820	8,4	1.300	4,2	340
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>																
Radlocorriere	12,0	4.440	14,3	2.560	9,8	1.880	9,4	1.280	26,6	490	18,5	2.180	8,8	1.370	5,2	400
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	3,8	670	2,7	520	2,4	340	5,9	110	4,7	560	2,7	410	1,4	110
Sorrisi e Canzoni	10,9	4.030	10,3	1.840	11,4	2.190	9,1	1.250	6,4	120	13,5	1.600	11,4	1.770	6,8	540
<b>Altri settimanali</b>																
L'Automobile	3,2	1.180	4,9	880	1,6	300	1,4	200	15,6	280	5,3	630	1,5	230	0,5	40
Orizzonti	0,9	320	0,9	160	0,8	160	0,5	70	1,5	30	1,4	160	0,6	100	0,4	30
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	8,3	1.470	4,6	890	3,7	500	14,0	250	10,4	1.230	4,9	760	1,5	120
Vie Nuove	1,6	580	2,2	400	0,9	180	0,8	110	2,0	40	2,2	260	1,6	240	0,5	40

# 6. Lettura dei singoli settimanali

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

adulti

### 6.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>							
<b>Bolero Film</b>	5,9 2.190	10,7 750	7,7 500	6,4 440	4,5 270	2,7 150	1,7 80
<b>Confessioni</b>	1,7 630	3,4 230	1,9 120	1,7 120	1,4 90	0,9 50	0,3 20
<b>Grand Hotel</b>	12,4 4.580	21,5 1.500	14,5 940	12,5 860	10,7 650	7,1 390	4,8 240
<b>Luna Park</b>	2,3 870	5,0 350	2,9 190	2,0 140	1,6 100	1,2 60	0,5 30
<b>Sogno</b>	6,8 2.500	15,2 1.060	8,0 510	6,2 430	4,0 250	3,4 180	1,4 70
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>							
<b>Radiocorriere</b>	12,0 4.440	15,2 1.060	13,2 850	13,8 940	12,1 740	9,6 520	6,4 330
<b>Settimana Radio-TV</b>	3,2 1.190	4,8 330	3,9 250	3,3 220	2,7 170	2,9 160	1,1 60
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	10,9 4.030	22,2 1.550	11,7 750	11,3 770	9,0 550	4,6 260	2,9 150
<b>Altri settimanali</b>							
<b>L'Automobile</b>	3,2 1.180	4,2 290	3,5 230	4,1 280	2,7 170	2,4 130	1,5 80
<b>Orizzonti</b>	0,9 320	1,6 110	0,9 60	0,7 50	0,9 50	0,4 20	0,5 30
<b>Settimana Enigmistica</b>	6,4 2.360	12,9 900	6,6 420	6,9 480	4,6 280	3,4 180	1,8 100
<b>Vie Nuove</b>	1,6 580	1,9 130	1,8 120	1,9 130	1,7 100	1,4 80	0,4 20

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

adulti

## 6.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori, professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Implegati	
Numero di interviste	15.597		453		823		1.107		1.280	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		950.000		2.480.000		2.710.000		2.620.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
Bolero Film	5,9	2.190	2,1	20	2,8	70	7,4	200	3,6	90
Confessioni	1,7	630	0,7	*	0,2	*	2,2	60	1,5	40
Grand Hotel	12,4	4.580	4,6	40	5,6	140	13,6	370	9,4	250
Luna Park	2,3	870	1,1	*	1,0	20	3,1	80	1,6	40
Sogno	6,8	2.500	1,6	20	3,4	80	7,0	190	4,5	120
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
Radiocorriere	12,0	4.440	28,9	270	5,1	130	13,3	360	23,2	610
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	7,0	70	1,3	30	4,1	110	5,2	140
Sorrisi e canzoni	10,9	4.030	6,7	60	5,4	130	12,0	330	13,4	350
<b>Altri settimanali</b>										
L'Automobile	3,2	1.180	15,5	150	0,8	20	5,0	140	8,6	220
Orizzonti	0,9	320	3,9	40	0,5	*	0,4	*	2,8	70
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	10,0	90	0,6	*	6,0	160	17,7	460
Vie nuove	1,6	580	1,6	20	1,5	40	2,3	60	1,6	40

# 6. Lettura dei singoli settimanali adulti

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	<b>1.448</b>		<b>831</b>		<b>1.439</b>		<b>5.811</b>		<b>2.405</b>	
Stima della popolazione adulta	3.530.000		2.290.000		3.580.000		13.140.000		5.700.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
Bolero Film	9,3	330	3,2	70	11,1	400	5,7	760	4,3	250
Confessioni	2,3	80	0,5	*	2,4	90	2,0	270	1,3	70
Grand Hotel	19,0	670	10,1	230	19,8	710	12,5	1.640	9,4	530
Luna Park	3,5	130	0,7	20	4,4	160	2,5	330	1,4	80
Sogno	10,3	360	4,1	90	12,8	460	7,1	940	4,3	240
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
Radlocorriere	15,8	560	4,6	100	12,6	450	9,1	1.190	13,4	770
Settimana Radio-TV	5,0	180	1,1	30	3,7	130	2,3	310	3,4	190
Sorrisi e Canzoni	14,9	530	8,3	190	15,2	540	10,0	1.320	10,1	580
<b>Altri settimanali</b>										
L'Automobile	4,7	170	0,5	*	1,9	70	1,3	180	3,9	220
Orizzonti	0,5	20	0,5	*	1,0	40	0,5	70	0,9	50
Settimana Enigmistica	11,4	410	0,9	20	6,4	230	3,4	450	9,3	530
Vie nuove	3,7	130	1,3	30	1,9	70	0,9	110	0,5	80



# 6. Lettura dei singoli settimanali

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

adulti

6.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
Numero di interviste	15.597		11.427		2.193		1.977	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>								
Bolero Film	5,9	2.190	6,2	1.760	7,6	360	1,8	70
Confessioni	1,7	630	1,6	470	2,5	120	1,1	40
Grand Hotel	12,4	4.580	12,6	3.580	16,5	780	5,8	220
Luna Park	2,3	870	2,4	700	3,0	140	0,8	30
Sogno	6,8	2.500	7,1	2.010	8,1	380	2,8	110
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>								
Radiocorriere	12,0	4.440	8,5	2.420	19,9	940	28,1	1.080
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	2,2	630	7,0	340	5,7	220
Sorrisi e Canzoni	10,9	4.030	9,7	2.760	17,3	810	11,7	460
<b>Altri settimanali</b>								
L'Automobile	3,2	1.180	1,5	420	6,2	290	12,1	470
Orizzonti	0,9	320	0,5	150	1,0	50	3,2	120
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	3,3	940	15,4	720	18,1	700
Vie nuove	1,6	580	1,4	400	2,6	120	1,4	60

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

adulti

6.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>								
Bolero Film	5,9	2.190	5,1	130	9,4	310	5,6	1.750
Confessioni	1,7	630	0,9	20	1,2	40	1,8	570
Grand Hotel	12,4	4.580	8,6	210	15,6	510	12,3	3.860
Luna Park	2,3	870	2,0	50	2,9	100	2,3	720
Sogno	6,8	2.500	5,0	120	8,9	290	6,7	2.090
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>								
Radiocorriere	12,0	4.440	22,7	550	14,5	480	10,9	3.410
Settimana Radio-TV	3,2	1.190	5,9	140	4,0	130	2,9	920
Sorrisi e Canzoni	10,9	4.030	9,7	240	12,6	420	10,8	3.370
<b>Altri settimanali</b>								
L'Automobile	3,2	1.180	19,6	480	3,4	110	1,9	590
Orizzonti	0,9	320	1,8	40	1,0	40	0,8	240
Settimana Enigmistica	6,4	2.360	13,0	320	9,1	300	5,6	1.740
Vie nuove	1,6	580	2,2	50	3,2	100	1,4	430

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, Programmi radio-TV e diversi

uomini

## 6.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.356</b>		<b>1.771</b>		<b>1.469</b>		<b>1.713</b>		<b>869</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>5.000.000</b>		<b>3.480.000</b>		<b>3.400.000</b>		<b>3.890.000</b>		<b>2.030.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>												
<b>Bolero Film</b>	<b>5,0</b>	<b>890</b>	<b>7,1</b>	<b>360</b>	<b>4,8</b>	<b>170</b>	<b>4,6</b>	<b>160</b>	<b>3,2</b>	<b>120</b>	<b>4,2</b>	<b>90</b>
<b>Confessioni</b>	<b>0,8</b>	<b>140</b>	<b>1,3</b>	<b>60</b>	<b>0,6</b>	<b>20</b>	<b>1,0</b>	<b>30</b>	<b>0,2</b>	<b>*</b>	<b>0,3</b>	<b>*</b>
<b>Grand Hotel</b>	<b>10,9</b>	<b>1.940</b>	<b>12,8</b>	<b>640</b>	<b>9,9</b>	<b>340</b>	<b>12,6</b>	<b>430</b>	<b>9,3</b>	<b>360</b>	<b>8,1</b>	<b>160</b>
<b>Luna Park</b>	<b>1,7</b>	<b>310</b>	<b>1,7</b>	<b>90</b>	<b>1,5</b>	<b>50</b>	<b>2,0</b>	<b>70</b>	<b>1,9</b>	<b>80</b>	<b>1,4</b>	<b>30</b>
<b>Sogno</b>	<b>5,1</b>	<b>910</b>	<b>6,3</b>	<b>310</b>	<b>3,8</b>	<b>130</b>	<b>6,3</b>	<b>210</b>	<b>4,4</b>	<b>170</b>	<b>4,3</b>	<b>90</b>
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>												
<b>Radlocorriere</b>	<b>14,3</b>	<b>2.560</b>	<b>16,4</b>	<b>820</b>	<b>13,6</b>	<b>470</b>	<b>16,6</b>	<b>570</b>	<b>12,7</b>	<b>490</b>	<b>9,9</b>	<b>200</b>
<b>Settimana Radio-TV</b>	<b>3,8</b>	<b>670</b>	<b>4,0</b>	<b>200</b>	<b>3,4</b>	<b>120</b>	<b>5,5</b>	<b>190</b>	<b>2,6</b>	<b>100</b>	<b>3,1</b>	<b>60</b>
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	<b>10,3</b>	<b>1.840</b>	<b>8,3</b>	<b>410</b>	<b>7,3</b>	<b>250</b>	<b>10,5</b>	<b>360</b>	<b>13,9</b>	<b>540</b>	<b>13,6</b>	<b>280</b>
<b>Altri settimanali</b>												
<b>L'Automobile</b>	<b>4,9</b>	<b>880</b>	<b>5,9</b>	<b>300</b>	<b>5,9</b>	<b>200</b>	<b>5,3</b>	<b>180</b>	<b>2,3</b>	<b>90</b>	<b>5,2</b>	<b>110</b>
<b>Orizzonti</b>	<b>0,9</b>	<b>160</b>	<b>0,8</b>	<b>40</b>	<b>0,7</b>	<b>20</b>	<b>1,9</b>	<b>60</b>	<b>0,4</b>	<b>20</b>	<b>0,8</b>	<b>20</b>
<b>Settimana Enigmistica</b>	<b>8,3</b>	<b>1.470</b>	<b>9,5</b>	<b>480</b>	<b>7,4</b>	<b>260</b>	<b>12,0</b>	<b>410</b>	<b>5,0</b>	<b>190</b>	<b>6,7</b>	<b>140</b>
<b>Vie Nuove</b>	<b>2,2</b>	<b>400</b>	<b>2,7</b>	<b>140</b>	<b>3,3</b>	<b>110</b>	<b>3,6</b>	<b>120</b>	<b>0,6</b>	<b>20</b>	<b>0,1</b>	<b>*</b>

# 6. Lettura dei singoli settimanali

uomini

## 6.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
Bolero Film	5,0	890	2,6	30	5,3	320	5,4	400	4,3	150
Confessioni	0,8	140	0,2	*	1,0	60	0,7	60	0,5	20
Grand Hotel	10,9	1.940	2,8	30	11,2	680	12,6	930	8,9	300
Luna Park	1,7	310	0,6	*	1,9	110	2,0	140	1,3	40
Sogno	5,1	910	2,0	20	5,2	320	6,4	470	3,2	110
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
Radlocorriere	14,3	2.560	28,2	290	20,6	1.250	11,0	810	6,4	210
Settimana Radio-TV	3,8	670	4,8	50	4,9	290	3,5	260	2,0	70
Sorrisi e Canzoni	10,3	1.840	5,3	50	12,3	740	11,0	810	6,9	230
<b>Altri settimanali</b>										
L'Automobile	4,9	880	19,3	190	8,3	510	2,0	150	1,0	30
Orizzonti	0,9	160	1,2	*	1,5	90	0,5	40	0,5	20
Settimana Enigmistica	8,3	1.470	14,2	140	13,0	790	6,4	480	2,1	70
Vie Nuove	2,2	400	1,5	20	3,1	180	2,4	180	0,6	20

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

uomini

6.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.266</b>		<b>2.640</b>		<b>2.322</b>		<b>950</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>3.330.000</b>		<b>6.370.000</b>		<b>5.630.000</b>		<b>2.470.000</b>	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
<b>Bolero Film</b>	5,0	890	8,0	270	6,1	390	3,8	210	0,8	20
<b>Confessioni</b>	0,8	140	1,4	50	0,8	50	0,8	30	0,1	*
<b>Grand Hotel</b>	10,9	1.940	17,5	580	12,1	770	8,4	470	4,5	110
<b>Luna Park</b>	1,7	310	3,6	120	1,7	110	1,2	70	0,5	*
<b>Sogno</b>	5,1	910	10,6	350	5,7	360	3,0	170	1,1	30
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
<b>Radlocorriere</b>	14,3	2.560	18,9	630	15,5	990	13,4	750	7,2	180
<b>Settimana Radio-TV</b>	3,8	670	5,3	180	4,3	270	3,4	190	1,1	30
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	10,3	1.840	20,1	670	10,9	700	7,3	410	2,6	70
<b>Altri settimanali</b>										
<b>L'Automobile</b>	4,9	880	6,3	210	5,8	370	4,1	230	2,7	70
<b>Orizzonti</b>	0,9	160	1,3	40	0,9	60	0,8	50	0,6	*
<b>Settimana Enigmistica</b>	8,3	1.470	17,4	580	8,6	550	5,1	280	2,3	60
<b>Vie Nuove</b>	2,2	400	2,2	70	2,8	180	2,4	130	0,6	20

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

donne

## 6.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		1.565		2.189		1.728		1.954		983	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		5.400.000		3.740.000		3.670.000		4.200.000		2.190.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>												
Bolero Film	6,8	1.300	8,5	460	7,3	270	7,8	290	4,1	170	4,6	100
Confessioni	2,6	490	3,9	210	2,7	100	3,1	120	0,8	30	1,5	30
Grand Hotel	13,8	2.640	13,5	830	13,7	510	17,0	630	11,0	460	10,0	220
Luna Park	2,9	560	3,6	190	2,0	70	2,5	90	2,6	110	4,1	90
Sogno	8,3	1.590	7,6	410	10,8	400	9,0	330	6,8	290	7,2	160
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>												
Radiocorriere	9,8	1.880	11,7	630	10,2	380	12,6	460	7,5	310	4,5	100
Settimana Radio-TV	2,7	520	4,0	220	2,2	80	3,7	140	1,5	60	1,1	20
Sorrisi e Canzoni	11,4	2.190	10,8	590	9,2	340	11,1	410	13,5	570	13,1	270
<b>Altri settimanali</b>												
L'Automobile	1,6	300	2,6	140	1,5	60	1,3	50	0,6	20	1,4	30
Orizzonti	0,8	160	1,1	60	1,4	50	0,7	20	0,4	20	0,1	*
Settimana Enigmistica	4,6	890	7,3	390	4,9	180	5,2	190	1,7	70	2,1	50
Vie Nuove	0,9	180	1,4	70	1,2	50	1,3	50	0,1	*	0,4	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

donne

## 6.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio- inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>445</b>		<b>2.700</b>		<b>3.430</b>		<b>1.844</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>830.000</b>		<b>5.770.000</b>		<b>8.110.000</b>		<b>4.490.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
<b>Bolero Film</b>	6,8	1.300	1,9	20	8,3	480	7,6	610	4,1	180
<b>Confessioni</b>	2,6	490	2,2	20	3,3	190	2,8	220	1,3	60
<b>Grand Hotel</b>	13,8	2.640	3,4	30	15,3	880	16,5	1.330	8,9	400
<b>Luna Park</b>	2,9	560	0,9	*	3,1	180	3,6	300	1,7	80
<b>Sogno</b>	8,3	1.590	2,8	20	8,8	510	10,2	830	5,0	230
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
<b>Radiocorriere</b>	9,8	1.880	24,8	200	16,2	930	6,9	560	4,3	190
<b>Settimana Radio-TV</b>	2,7	520	7,3	60	4,5	260	1,9	160	0,9	40
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	11,4	2.190	7,8	60	14,8	860	11,8	960	6,8	310
<b>Altri settimanali</b>										
<b>L'Automobile</b>	1,6	300	11,0	90	2,1	120	1,0	80	0,1	*
<b>Orizzonti</b>	0,8	160	1,9	20	1,1	60	0,7	60	0,3	*
<b>Settimana Enigmistica</b>	4,6	890	13,8	110	7,7	440	3,5	280	1,1	50
<b>Vie Nuove</b>	0,9	180	2,6	20	1,4	80	0,8	60	0,4	20

# 6. Lettura dei singoli settimanali donne

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
<b>Bolero Film</b>	6,8	1.300	13,0	480	7,8	540	3,5	210	2,5	70
<b>Confessioni</b>	2,6	490	5,1	190	2,7	180	1,7	100	0,6	20
<b>Grand Hotel</b>	13,8	2.640	25,1	920	14,8	1.030	9,6	570	5,0	130
<b>Luna Park</b>	2,9	560	6,2	230	3,2	220	1,6	100	0,5	*
<b>Sogno</b>	8,3	1.590	19,5	710	8,3	580	4,4	260	1,6	40
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
<b>Radlocorriere</b>	9,8	1.880	11,7	430	11,6	800	8,5	510	5,5	150
<b>Settimana Radio-TV</b>	2,7	520	4,3	160	2,8	200	2,2	130	1,1	30
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	11,4	2.190	24,2	880	12,0	830	6,6	390	3,1	80
<b>Altri settimanali</b>										
<b>L'Automobile</b>	1,6	300	2,2	80	2,0	140	1,2	70	0,3	*
<b>Orizzonti</b>	0,8	160	1,8	70	0,7	50	0,5	30	0,4	*
<b>Settimana Enigmistica</b>	4,6	890	8,7	320	5,1	350	3,0	180	1,4	40
<b>Vie Nuove</b>	0,9	180	1,6	60	1,1	70	0,8	40	0,3	*



# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi donne di casa

## 6.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>4.010.000</b>		<b>2.570.000</b>		<b>2.540.000</b>		<b>3.070.000</b>		<b>1.550.000</b>	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>												
<b>Bolero Film</b>	5,6	770	7,5	300	6,1	160	6,7	170	2,7	80	3,7	60
<b>Confessioni</b>	1,9	270	3,0	120	2,4	60	2,4	60	0,5	*	0,3	*
<b>Grand Hotel</b>	11,9	1.640	14,1	570	11,8	300	15,5	390	8,7	270	7,0	110
<b>Luna Park</b>	2,2	300	3,0	120	1,6	40	1,7	40	1,9	60	2,5	40
<b>Sogno</b>	6,2	850	6,2	250	8,0	200	7,4	190	4,6	140	4,4	70
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>												
<b>Radlocorriere</b>	9,4	1.280	11,6	470	10,4	270	12,3	310	6,1	190	3,6	60
<b>Settimana Radio-TV</b>	2,4	340	3,5	140	2,0	50	3,8	100	1,5	40	0,4	*
<b>Sorrisi e Canzoni</b>	9,1	1.250	9,4	380	7,4	190	8,9	230	9,7	300	10,2	160
<b>Altri settimanali</b>												
<b>L'Automobile</b>	1,4	200	2,3	90	1,4	30	1,5	40	0,6	20	0,8	*
<b>Orizzonti</b>	0,5	70	0,7	30	0,8	20	0,7	20	0,2	*	—	—
<b>Settimana Enigmistica</b>	3,7	500	5,7	230	3,8	100	4,7	120	1,1	30	1,6	20
<b>Vie Nuove</b>	0,8	110	1,1	40	1,4	40	1,2	30	0,2	*	0,1	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali

donne di casa

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

6.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio- Inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	6.082		317		1.855		2.442		1.468	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
Bolero Film	5,6	770	1,3	*	6,9	270	6,4	370	3,4	120
Confessioni	1,9	270	2,4	*	2,6	100	2,0	110	0,9	30
Grand Hotel	11,9	1.640	3,0	20	13,5	530	14,3	810	7,8	280
Luna Park	2,2	300	0,8	*	2,6	100	2,4	140	1,6	60
Sogno	6,2	850	1,9	*	7,0	270	7,6	430	3,8	130
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
Radiocorriere	9,4	1.280	23,9	140	16,0	630	6,9	390	3,6	130
Settimana Radio-TV	2,4	340	8,1	50	4,5	170	1,5	90	0,7	30
Sorrisi e Canzoni	9,1	1.250	6,2	40	12,1	510	9,1	520	5,3	190
<b>Altri settimanali</b>										
L'Automobile	1,4	200	12,6	70	2,2	90	0,6	40	0,1	*
Orizzonti	0,5	70	1,1	*	0,5	20	0,7	40	0,2	*
Settimana Enigmistica	3,7	500	13,9	80	6,5	250	2,6	150	0,6	20
Vie Nuove	0,8	110	3,2	20	1,1	40	0,7	40	0,3	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

donne di casa

## 6.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>246</b>		<b>2.618</b>		<b>2.360</b>		<b>858</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>810.000</b>		<b>5.650.000</b>		<b>5.320.000</b>		<b>1.960.000</b>	
Hanno guardato in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>										
Bolero Film	5,6	770	9,3	80	7,9	450	3,6	190	2,4	50
Confessioni	1,9	270	2,7	20	2,4	130	1,7	90	0,8	20
Grand Hotel	11,9	1.640	22,4	180	15,0	850	9,8	520	4,4	90
Luna Park	2,2	300	4,4	40	3,1	170	1,6	80	0,4	*
Sogno	6,2	850	16,0	130	8,3	470	4,3	230	1,3	20
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>										
Radiocorriere	9,4	1.280	8,2	70	11,8	670	8,5	450	5,3	100
Settimana Radio-TV	2,4	340	4,2	40	2,9	160	2,4	130	0,7	*
Sorrisi e Canzoni	9,1	1.250	17,4	140	12,0	680	7,0	370	3,0	60
<b>Altri settimanali</b>										
L'Automobile	1,4	200	1,7	*	2,2	120	1,0	60	0,2	*
Orizzonti	0,5	70	0,8	*	0,6	30	0,5	30	0,2	*
Settimana Enigmistica	3,7	500	5,3	40	4,7	270	3,2	170	1,2	20
Vie Nuove	0,8	110	1,3	*	1,0	50	0,8	40	0,4	*

# 6. Lettura dei singoli settimanali

## Fotoromanzi, programmi radio-TV e diversi

donne di casa

6.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
<b>Numero di interviste</b>	6.082		975		791		673	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
<b>Hanno guardato in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Settimanali di fotoromanzi</b>								
Bolero Film	5,6	770	7,9	180	7,6	130	6,4	100
Confessioni	1,9	270	1,7	40	2,8	50	1,4	20
Grand Hotel	11,9	1.640	14,3	320	14,2	250	11,5	170
Luna Park	2,2	300	2,5	60	2,5	40	2,3	40
Sogno	6,2	850	9,1	200	8,9	150	5,8	90
<b>Settimanali di programmi Radio-TV e canzoni</b>								
Radiocorriere	9,4	1.280	10,2	230	8,4	150	9,0	140
Settimana Radio-TV	2,4	340	2,9	60	2,5	40	2,3	40
Sorrisi e Canzoni	9,1	1.250	11,2	250	11,7	200	8,0	120
<b>Altri settimanali</b>								
L'Automobile	1,4	200	2,1	50	1,9	30	1,4	20
Orizzonti	0,5	70	0,5	*	0,7	*	0,1	*
Settimana Enigmistica	3,7	500	3,4	80	6,4	110	1,3	20
Vie nuove	0,8	110	1,3	30	1,2	20	0,2	*

# Mensili

## Sezione 7 **Letture dei mensili**

Adulti	Tavole 7.1...
Uomini	Tavole 7.2...
Donne	Tavole 7.3...
Donne di casa	Tavole 7.4...

In questa parte vengono presentate due serie di dati:

- *Letture di mensili in genere.* Adulti che, in un mese medio, leggono o sfogliano uno, due o più mensili fra i 16 mensili considerati nell'indagine.
- *Letture dei singoli mensili.* Adulti che, in un mese medio, leggono o sfogliano il mensile A, il mensile B, ecc.

### **Forma di presentazione dei dati**

Le tavole statistiche contengono due serie di cifre:

- percentuali (calcolate « su 100 adulti italiani nel complesso » oppure « su 100 adulti appartenenti ad un dato sottogruppo della collettività considerata »). Le percentuali sono stampate in rosso.
- stime (valutazioni, in migliaia di adulti). Le stime sono stampate in nero.

Si leggano altre spiegazioni sulla presentazione di questi due tipi di dati nella « Introduzione ».

Nella tavola 7, che contiene dati sulla « composizione » di alcune collettività di particolare interesse, le percentuali sono calcolate « su 100 lettori di mensili » oppure: « su 100 lettori del mensile X », ecc., e indicano, per ogni 100 lettori di mensili (o per ogni 100 lettori del mensile X), quanti sono maschi, quanti sono femmine, quanti vivono nel Nord, nei centri con oltre 100.000 abitanti, ecc. ecc.

Si leggano a tergo le definizioni e le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

### Lettori di mensili

Vennero considerati lettori del mensile X gli intervistati che dichiararono di avere letto o sfogliato («guardato») il mensile X nelle ultime 4 settimane.

Ecco il testo delle domande dedicate alla lettura di 16 mensili.

- Ora Le mostro alcuni cartellini, con i nomi di giornali e riviste che escono una volta al mese. Ecco: Lei ha guardato Arianna negli ultimi 3 mesi? (Se no, passare a Quattroruote).
- (Se sì): Quando ha guardato l'ultima volta Arianna? (Se l'intervistato è incerto, suggerire): ... forse più di 4 settimane fa, o non più di 4 settimane ma più di 7 giorni fa, o negli ultimi 7 giorni?

Le testate dei mensili considerati furono presentate su cartoncini, di cui venne opportunamente ruotato l'ordine di presentazione per non influire sulle risposte degli intervistati.

In conclusione i «lettori di mensili» cui si riferiscono le tavole statistiche di questa parte del volume possono essere così definiti:

- adulti che leggono o sfogliano uno o più mensili, fra i 16 considerati nella indagine (oppure il mensile A, il mensile B, ecc.) in un mese medio.

Naturalmente tra gli adulti che leggono o sfogliano il mensile A in un mese medio sono compresi non solo quelli che leggono o sfogliano l'ultimo numero pubblicato, ma anche quelli che leggono o sfogliano un qualunque numero precedente.

### Osservazioni sulla definizione di «lettore di mensili»

E' opportuno richiamare l'attenzione su questi punti:

Nel questionario venivano usate queste frasi: «Ha guardato il mensile X?» «Quando l'ha guardato l'ultima volta?».

Dunque sono «lettori», ai fini dell'indagine, tanto coloro che leggono tutto il mensile, quanto coloro che ne leggono solo pochi articoli, ed anche quelli che ne guardano rapidamente — anche per pochi istanti — solo i titoli o le illustrazioni.

La definizione di «lettore» va dunque intesa nel senso più lato possibile: essa comprende tutti gli adulti che hanno avuto in mano il mensile, e perciò il numero massimo di persone che hanno avuto la possibilità di vedere la pubblicità del mensile. Naturalmente, ciò non significa che tutti i «lettori» abbiano visto la pubblicità: in questa indagine si desidera valutare non il numero di coloro che vedono effettivamente la pubblicità, ma il numero di coloro che hanno occasione di vederla.

La domanda non era «aperta», e quindi ogni intervistato non indicava a memoria i mensili letti o sfogliati, ma veniva aiutato dall'intervistatore, che gli mostrava dei cartellini su ciascuno dei quali era scritta la testata di un mensile. I cartellini venivano mostrati (o letti), uno per uno, a tutti gli intervistati, compresi quelli che leggevano poco o nulla.

Si è fatto così in modo che l'intervistato non potesse dimenticare di indicare — se l'aveva letto — alcuno dei mensili, fra quelli considerati nell'indagine.

E' probabile tuttavia che, per una lacuna della memoria, o per ragioni di prestigio, alcuni intervistati abbiano dichiarato di aver visto nelle ultime 4 settimane qualche mensile che in realtà avevano visto per l'ultima volta più di un mese prima dell'intervista.

Con il metodo del «ricordo stimolato» si

è dunque eliminato il pericolo rappresentato dalle facili dimenticanze degli intervistati (e dalla conseguente sottovalutazione del numero di lettori), anche se ciò poteva comportare il pericolo di qualche sopravvalutazione. Non dimentichiamo, d'altra parte, che interessa, oltre e più che il numero massimo di «esposti» alla pubblicità di una pubblicazione, la loro composizione per sesso, età, classe sociale, ecc.

Una delle domande era: «Quando ha guardato l'ultima volta il mensile X?» e non «Quando ha guardato l'ultimo numero del mensile X?». Pertanto tra i «lettori» del mensile sono compresi non solo coloro che leggono o sfogliano l'ultimo numero uscito del mensile, ma anche quelli che guardano, eventualmente, in un «mese medio» (nelle ultime quattro settimane), un qualunque numero precedente. Specialmente per i mensili — e per certi mensili in particolare (si pensi a quelli che riportano notizie che non invecchiano o irvecchiano molto lentamente, o a quelli che contengono molte parti destinate più alla consultazione che alla lettura sistematica) — il fenomeno della lettura dei numeri arretrati può comportare un aumento molto sensibile del numero di «lettori in un mese medio».

Tale fenomeno può essere legato specialmente ad una lunga vita media delle copie delle pubblicazioni anche nelle abitudini dei lettori occasionali (per es. di quelli che non comperano tutti i numeri, ma solo quelli cui sono interessati per la presenza di un articolo determinato), nonché ai prestiti e ai regali di singole copie o di intere collezioni.

### Elenco dei 16 mensili considerati

Per suggerimento del Comitato Tecnico del Centro Studi O.T.I.P.I. vennero considerati i seguenti mensili:

Arianna - Quattroruote - Bellezza - Cucina Italiana - La donna - La donna, la casa, il bambino - Quattrosoldi - Fantasia - La Madre - Selezione del Reader's Digest - Mani di fata - Successo - Novità - Rakam - Rossana - Voi.

### Tavole sulla lettura dei mensili in genere

Nelle tavole, i «lettori di uno, due o più mensili» sono gli adulti che leggono (o sfogliano), in un mese medio, uno, due o più mensili fra i 16 mensili considerati nell'indagine.

I «non lettori» di mensili sono quelli che non leggono, in un mese medio, alcuno dei 16 mensili considerati nell'indagine (ma che potrebbero essere lettori di altri mensili).

# 7. Lettura dei mensili

## 7. - Composizione dei lettori dei mensili

	Popolazione adulta	Lettori di			
		tutti i mensili	Quattro-ruote	Quattro-soldi	Selezione dal R.D.
Stima adulti	37.000.000	7.430.000	2.490.000	690.000	2.560.000
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	39	38	43	37
Nord-Est	19.5	21	22	22	20
Centro	19.1	19	22	19	21
Sud	21.9	13	12	9	14
Isole	11.4	8	6	7	8
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>					
fino a 5.000 ab.	24.2	18	17	15	15
5.000 - 10.000 ab.	15.7	12	10	8	11
10.000 - 30.000 ab.	19.3	16	15	13	15
30.000 - 100.000 ab.	15.8	19	21	20	20
oltre 100.000 ab.	25.0	35	37	44	39
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di			
		tutti i mensili	Quattro-ruote	Quattro-soldi	Selezione dal R.D.
Stima adulti	37.000.000	7.430.000	2.490.000	690.000	2.560.000
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	50	78	67	61
donne	51.9	50	22	33	39
(donne di casa)	(37.1)	(32)	(14)	(22)	(23)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>					
superiore	4.9	14	19	21	15
media	31.9	51	53	57	57
medio-inferiore	41.9	30	24	17	24
inferiore	21.3	5	4	5	4
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>					
16 - 24 anni	18.9	29	33	29	31
25 - 34 anni	17.4	20	23	20	19
35 - 44 anni	18.5	21	21	24	21
45 - 54 anni	16.5	14	11	11	13
55 - 64 anni	14.7	10	8	10	9
65 anni e oltre	14.0	6	4	6	7
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 7. Lettura dei mensili

## 7. - Composizione dei lettori dei mensili (seguito)

	Popolazione adulta	Lettori di				
		tutti i mensili	Arianna	La Donna, la Casa, il Bambino	La Madre	Mani di Fata
Stima adulti	37.000.000	7.430.000	1.390.000	640.000	700.000	880.000
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	39	38	35	60	29
Nord-Est	19.5	21	23	21	23	16
Centro	19.1	19	24	20	10	21
Sud	21.9	13	9	15	3	23
Isole	11.4	8	6	9	4	11
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Grandezza del comune:</b>						
fino a 5.000 ab.	24.2	18	10	20	31	24
5.000 - 10.000 ab.	15.7	12	10	16	20	18
10.000 - 30.000 ab.	19.3	16	14	20	18	19
30.000 - 100.000 ab.	15.8	19	19	18	12	17
oltre 100.000 ab.	25.0	35	47	26	19	22
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Lettori di				
		tutti i mensili	Arianna	La Donna, la Casa, il Bambino	La Madre	Mani di Fata
Stima adulti	37.000.000	7.430.000	1.390.000	640.000	700.000	880.000
<b>Sesso:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
uomini	48.1	50	23	16	33	17
donne	51.9	50	77	84	67	83
(donne di casa)	(37.1)	(32)	(44)	(58)	(49)	(49)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>						
superiore	4.9	14	18	6	9	7
media	31.9	51	52	49	44	44
medio-inferiore	41.9	30	27	39	40	42
inferiore	21.3	5	3	6	7	7
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>						
16 - 24 anni	18.9	29	33	23	20	31
25 - 34 anni	17.4	20	22	23	18	23
35 - 44 anni	18.5	21	19	25	21	17
45 - 54 anni	16.5	14	12	13	18	17
55 - 64 anni	14.7	10	10	11	14	8
65 anni e oltre	14.0	6	4	5	9	4
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>3.960</b>		<b>2.921</b>		<b>3.197</b>		<b>3.668</b>		<b>1.851</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>												
1 mensile	12,5	4.610	17,1	1.780	13,9	1.000	12,6	890	7,4	600	8,2	340
2 o più mensili	7,6	2.820	10,5	1.090	7,8	570	8,0	570	4,5	360	5,4	230
<b>lettori</b>	<b>20,1</b>	<b>7.430</b>	<b>27,6</b>	<b>2.870</b>	<b>21,7</b>	<b>1.570</b>	<b>20,6</b>	<b>1.460</b>	<b>11,9</b>	<b>960</b>	<b>13,6</b>	<b>570</b>
<b>non lettori</b>	<b>79,9</b>	<b>29.570</b>	<b>72,4</b>	<b>7.530</b>	<b>78,3</b>	<b>5.650</b>	<b>79,4</b>	<b>5.600</b>	<b>88,1</b>	<b>7.130</b>	<b>86,4</b>	<b>3.660</b>
<b>Singoli mensili</b>												
Arianna	3,8	1.390	5,0	520	4,4	320	4,7	330	1,6	130	2,1	90
Quattoruote	6,7	2.490	9,1	950	7,8	560	7,6	530	3,6	300	3,5	150
Cucina Italiana	0,9	350	1,4	140	1,1	80	1,3	90	0,4	30	0,4	*
La Donna	1,2	430	1,7	170	1,0	70	1,3	90	0,8	70	0,7	30
La Donna, la Casa, il Bambino	1,7	640	2,1	230	1,9	130	1,8	120	1,2	100	1,5	60
Quattrosoldi	1,9	690	2,8	300	2,1	150	1,9	130	0,8	60	1,2	50
La Madre	1,9	700	4,1	420	2,3	160	1,0	70	0,2	20	0,6	30
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	9,2	950	7,2	520	7,6	540	4,4	350	4,7	200
Mani di Fata	2,4	880	2,4	250	2,0	140	2,6	190	2,5	200	2,4	100
Successo	1,2	440	1,6	170	1,0	70	1,0	70	0,6	50	1,8	80
Rakam	0,9	330	1,0	100	0,9	70	1,0	70	0,8	60	0,6	30
Rossana	1,0	360	1,5	160	0,9	60	1,2	90	0,5	40	0,3	*

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>2.334</b>		<b>1.611</b>		<b>3.176</b>		<b>3.388</b>		<b>5.088</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>8.980.000</b>		<b>5.810.000</b>		<b>7.140.000</b>		<b>5.830.000</b>		<b>9.240.000</b>	
<b>Hanno guardato in un mese medio:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i mensili</b>												
1 mensile	12,5	4.610	9,9	890	10,3	600	9,5	680	14,5	840	17,3	1.600
2 o più mensili	7,6	2.820	4,7	420	5,7	330	6,8	490	9,5	560	11,1	1.020
<b>lettori</b>	<b>20,1</b>	<b>7.430</b>	<b>14,6</b>	<b>1.310</b>	<b>16,0</b>	<b>930</b>	<b>16,3</b>	<b>1.170</b>	<b>24,0</b>	<b>1.400</b>	<b>28,4</b>	<b>2.620</b>
<b>non lettori</b>	<b>79,9</b>	<b>29.570</b>	<b>85,4</b>	<b>7.670</b>	<b>84,0</b>	<b>4.880</b>	<b>83,7</b>	<b>5.970</b>	<b>76,0</b>	<b>4.430</b>	<b>71,6</b>	<b>6.620</b>
<b>Singoli mensili</b>												
Arianna	3,8	1.390	1,6	140	2,3	130	2,7	190	4,7	280	7,1	650
Quattroruote	6,7	2.490	4,7	420	4,4	260	5,1	370	8,9	520	10,0	920
Cucina Italiana	0,9	350	0,4	40	0,4	20	1,0	70	1,5	90	1,4	130
La Donna	1,2	430	0,7	70	1,1	60	0,8	60	1,2	70	1,8	170
La Donna, la Casa, il Bambino	1,7	640	1,5	130	1,7	100	1,8	130	1,9	110	1,8	170
Quattrosoldi	1,9	690	1,2	100	1,0	60	1,2	90	2,4	140	3,3	300
La Madre	1,9	700	2,4	220	2,4	140	1,8	130	1,4	80	1,4	130
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	4,2	380	4,9	280	5,4	380	8,7	510	10,9	1.010
Mani di Fata	2,4	880	2,4	210	2,7	160	2,3	160	2,6	150	2,1	200
Successo	1,2	440	0,8	70	0,8	50	1,1	80	1,5	90	1,7	150
Rakam	0,9	330	0,3	30	0,8	50	1,1	70	1,1	60	1,2	120
Rossana	1,0	360	0,5	40	0,8	30	0,9	70	1,1	60	1,7	160

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.3 - Secondo regione

	Totale		Piemonte		Liguria		Lombardia		Tre Venezie		Emilia		Toscana		Marche e Umbria	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		1.209		588		2.163		1.732		1.189		1.102		661	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		3.230.000		1.440.000		5.730.000		4.290.000		2.930.000		2.620.000		1.620.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>																
1 mensile	12,5	4.610	15,5	500	19,4	280	17,4	1.000	15,0	640	12,3	360	12,1	320	9,3	150
2 o più mensili	7,6	2.820	8,7	280	12,1	170	11,1	640	8,5	370	6,8	200	6,0	160	6,7	110
lettori	20,1	7.430	24,2	780	31,5	450	28,5	1.640	23,5	1.010	19,1	560	18,1	480	16,0	260
non lettori	79,9	29.570	75,8	2.450	68,5	990	71,5	4.090	76,5	3.280	80,9	2.370	81,9	2.140	84,0	1.360
<b>Singoli mensili</b>																
Arlanna	3,8	1.390	3,4	110	9,2	130	5,0	280	4,6	200	4,1	120	3,0	80	3,7	60
Quattroruote	6,7	2.490	8,4	270	10,8	160	9,1	520	8,0	340	7,4	220	7,8	200	5,5	90
Cucina Italiana	0,9	350	1,0	30	1,5	20	1,5	80	0,9	40	1,2	40	1,2	30	0,6	*
La Donna	1,2	430	1,3	40	2,1	30	1,7	100	0,9	40	1,1	30	0,8	20	1,1	20
La Donna, la Casa, il Bambino	1,7	640	2,3	80	2,5	30	2,0	110	2,0	90	1,7	50	1,1	30	1,9	30
Quattrosoldi	1,9	690	3,5	110	3,2	50	2,4	130	2,1	90	2,1	60	1,1	30	1,0	*
La Madre	1,9	700	1,8	60	1,4	20	6,0	340	3,3	140	0,7	20	0,9	20	0,9	20
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	8,9	290	11,1	160	8,7	500	8,7	370	5,1	150	5,9	160	5,6	90
Mani di Fata	2,4	880	2,8	90	1,3	20	2,5	140	2,2	100	1,6	50	2,2	60	2,0	30
Successo	1,2	440	1,2	40	1,8	20	1,8	100	1,2	50	0,8	20	0,9	20	0,7	*
Rakam	0,9	330	0,8	30	1,2	20	1,0	60	1,0	40	0,7	20	0,8	20	0,7	*
Rossana	1,0	360	0,7	20	1,3	20	2,0	130	0,9	40	1,0	30	0,8	20	1,2	20

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio		Abruzzi		Campania		Puglie		Calabria e Basilicata		Sicilia		Sardegna	
<b>Numero di interviste</b>	1.434		418		1.489		1.105		656		1.502		349	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000		1.120.000		3.080.000		2.170.000		1.720.000		3.260.000		970.000	
<b>Hanno guardato in un mese medio:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>														
1 mensile	14,8	420	9,5	110	6,3	190	8,4	190	6,7	110	7,9	260	8,9	80
2 o più mensili	10,6	300	4,7	50	4,6	140	5,3	110	3,4	60	4,6	150	8,0	80
<b>lettori</b>	25,4	720	14,2	160	10,9	330	13,7	300	10,1	170	12,5	410	16,9	160
<b>non lettori</b>	74,6	2.100	85,8	960	89,1	2.750	86,3	1.870	89,9	1.550	87,5	2.850	83,1	810
<b>Singoli mensili</b>														
Arianna	6,8	190	2,5	30	1,4	40	2,0	40	1,1	20	1,9	60	2,7	30
Quattroruote	8,6	240	5,1	60	3,4	100	4,0	90	2,6	50	3,3	110	4,3	40
Cucina Italiana	1,7	50	0,3	*	0,4	*	0,4	*	0,3	*	0,2	*	0,8	*
La Donna	1,9	50	0,5	*	0,9	30	1,3	30	0,3	*	0,5	20	1,4	*
La Donna, la Casa, Il Bambino	2,3	70	1,6	20	1,4	40	0,9	20	0,8	*	0,9	30	3,4	30
Quattrosoldi	3,2	90	0,5	*	0,5	20	1,0	20	1,0	20	1,2	40	1,0	*
La Madre	1,0	30	0,3	*	0,2	*	0,1	*	0,5	*	0,7	20	0,3	*
Selezione dal Reader's Digest	10,4	290	5,0	50	4,7	140	4,4	100	3,4	60	4,0	130	6,8	70
Mani di Fata	3,4	90	2,8	30	2,3	70	2,5	50	2,8	50	2,2	70	3,0	30
Successo	1,2	40	0,7	*	0,5	20	1,1	30	0,2	*	2,0	70	1,3	*
Rakam	1,3	40	0,8	*	0,7	20	1,5	30	0,1	*	0,7	20	0,6	*
Rossana	1,6	40	1,0	*	0,3	*	0,6	*	0,3	*	0,2	*	0,5	*

# 7. Lettura dei mensili

adulti

7.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	15.597		7.178		8.419		6.082		939		5.258		6.292		3.108	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000		1.830.000		11.810.000		15.500.000		7.860.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>																
1 mensile	12,5	4.610	13,3	2.370	11,6	2.240	10,8	1.480	28,5	520	19,8	2.340	9,7	1.490	3,3	280
2 o più mensili	7,6	2.820	7,5	1.330	7,8	1.490	6,3	870	28,1	510	12,0	1.420	4,8	750	1,7	140
lettori	20,1	7.430	20,8	3.700	19,4	3.730	17,1	2.350	56,6	1.030	31,8	3.760	14,5	2.240	5,0	400
non lettori	79,9	29.570	79,2	14.100	80,6	15.470	82,9	11.390	43,4	800	68,2	8.050	85,5	13.260	95,0	7.460
<b>Singoli mensili</b>																
Arianna	3,8	1.390	1,8	320	5,6	1.070	4,5	620	13,4	240	6,2	730	2,4	380	0,5	40
Quattroruote	6,7	2.490	10,9	1.950	2,8	540	2,5	350	26,2	480	11,1	1.310	3,8	590	1,4	110
Cucina Italiana	0,9	350	0,7	130	1,1	220	1,1	160	4,5	80	1,4	170	0,6	90	0,1	*
La Donna	1,2	430	0,5	80	1,8	350	1,7	230	3,0	60	1,7	200	0,9	140	0,5	30
La Donna, la Casa, il Bambino	1,7	640	0,6	100	2,8	540	2,7	370	2,3	40	2,6	310	1,6	250	0,5	40
Quattrosoldi	1,9	690	2,6	470	1,2	220	1,1	150	7,9	140	3,3	390	0,7	120	0,5	40
La Madre	1,9	700	1,3	230	2,5	470	2,5	340	3,4	60	2,6	310	1,8	280	0,6	50
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	8,8	1.560	5,2	1.000	4,3	600	21,6	390	12,3	1.460	4,0	610	1,3	100
Mani di Fata	2,4	880	0,8	150	3,8	730	3,2	440	3,3	60	3,3	390	2,4	370	0,8	60
Successo	1,2	440	1,5	270	0,9	170	0,6	80	4,7	90	1,6	190	1,0	150	0,1	*
Rakam	0,9	330	0,4	70	1,4	260	0,9	130	3,0	60	1,5	170	0,5	80	0,3	20
Rossana	1,0	360	0,8	130	1,2	230	1,0	130	3,0	50	1,2	140	1,0	150	0,2	20

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.5 - Secondo età

	Totale		16 - 24 anni		25 - 34 anni		35 - 44 anni		45 - 54 anni		55 - 64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di Interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>2.678</b>		<b>2.823</b>		<b>3.024</b>		<b>2.643</b>		<b>2.313</b>		<b>2.116</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>6.980.000</b>		<b>6.430.000</b>		<b>6.860.000</b>		<b>6.100.000</b>		<b>5.460.000</b>		<b>5.170.000</b>	
<b>Hanno guardato in un mese medio:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>Tutti i mensili</b>														
<b>1 mensile</b>	12,5	4.610	16,6	1.160	14,3	920	14,8	1.020	11,5	700	8,7	470	6,6	340
<b>2 o più mensili</b>	7,6	2.820	13,8	960	9,4	610	8,3	570	5,2	320	4,5	250	2,1	110
<b>lettori</b>	20,1	7.430	30,4	2.120	23,7	1.530	23,1	1.590	16,7	1.020	13,2	720	8,7	450
<b>non lettori</b>	79,9	29.570	69,6	4.860	76,3	4.900	76,9	5.270	83,3	5.080	86,8	4.740	91,3	4.720
<b>Singoli mensili</b>														
<b>Arianna</b>	3,8	1.390	6,6	460	4,8	310	3,9	270	2,7	160	2,4	130	1,1	60
<b>Quattroruote</b>	6,7	2.490	11,9	830	9,0	580	7,5	520	4,6	280	3,5	190	1,7	90
<b>Cucina Italiana</b>	0,9	350	0,9	60	1,0	60	1,5	100	0,9	60	0,9	50	0,3	20
<b>La Donna</b>	1,2	430	1,5	110	1,4	90	1,8	120	0,8	50	0,8	40	0,4	20
<b>La Donna, la Casa,     il Bambino</b>	1,7	640	2,1	150	2,3	150	2,4	160	1,3	80	1,3	70	0,6	30
<b>Quattrosoldi</b>	1,9	690	2,8	200	2,1	140	2,4	160	1,3	80	1,3	70	0,8	40
<b>La Madre</b>	1,9	700	2,0	140	1,9	130	2,1	140	2,1	130	1,8	100	1,2	60
<b>Selezione     dal Reader's Digest</b>	6,9	2.560	11,2	780	7,5	480	7,8	540	5,6	340	4,4	240	3,5	180
<b>Mani di Fata</b>	2,4	880	3,9	270	3,2	200	2,2	150	2,4	140	1,4	80	0,7	40
<b>Successo</b>	1,2	440	2,6	180	1,3	80	1,3	90	0,8	50	0,5	30	0,3	*
<b>Rakam</b>	0,9	330	1,6	110	1,0	70	1,0	70	0,7	40	0,5	30	0,3	*
<b>Rossana</b>	1,0	360	1,9	140	1,1	70	0,9	60	0,6	40	0,7	40	0,2	*

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori, professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
Numero di interviste	15.597		453		823		1.107		1.280	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		950.000		2.480.000		2.710.000		2.620.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	12,5	4.610	26,7	250	6,4	160	15,7	430	27,8	730
2 o più mensili	7,6	2.820	19,8	190	0,8	20	7,9	210	21,0	550
<b>lettori</b>	20,1	7.430	46,5	440	7,2	180	23,6	640	48,8	1.280
<b>non lettori</b>	79,9	29.570	53,5	510	92,8	2.300	76,4	2.070	51,2	1.340
<b>Singoli mensili</b>										
Arianna	3,8	1.390	6,1	60	0,3	*	4,1	110	9,8	260
Quattroruote	6,7	2.490	21,4	220	2,6	60	8,2	220	21,2	550
Cucina Italiana	0,9	350	3,9	40	—	—	1,0	30	1,4	40
La donna	1,2	430	0,7	*	—	—	1,5	40	1,9	50
La donna, la casa, il bambino	1,7	640	1,6	20	0,2	*	2,7	70	2,8	70
Quattrosoldi	1,9	690	7,7	70	0,6	20	1,8	50	6,0	160
La madre	1,9	700	4,6	40	1,3	30	1,3	40	2,9	80
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	19,3	180	2,0	50	6,4	170	21,6	570
Mani di fata	2,4	880	2,6	20	0,6	20	4,3	120	3,0	80
Successo	1,2	440	4,6	40	0,2	*	1,1	30	2,8	70
Rakam	0,9	330	1,3	*	0,1	*	0,5	*	2,3	60
Rossana	1,0	360	2,1	20	—	—	1,1	30	1,9	50

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	<b>1.448</b>		<b>831</b>		<b>1.439</b>		<b>5.811</b>		<b>2.405</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>3.530.000</b>		<b>2.290.000</b>		<b>3.580.000</b>		<b>13.140.000</b>		<b>5.700.000</b>	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	15,3	540	2,8	60	10,3	370	10,4	1.370	12,2	700
2 o più mensili	7,8	280	1,3	30	5,4	190	6,2	810	9,5	540
<b>lettori</b>	<b>23,1</b>	<b>820</b>	<b>4,1</b>	<b>90</b>	<b>15,7</b>	<b>560</b>	<b>16,6</b>	<b>2.180</b>	<b>21,7</b>	<b>1.240</b>
<b>non lettori</b>	<b>76,9</b>	<b>2.710</b>	<b>95,9</b>	<b>2.200</b>	<b>84,3</b>	<b>3.020</b>	<b>83,4</b>	<b>10.960</b>	<b>78,3</b>	<b>4.460</b>
<b>Singoli mensili</b>										
<b>Arianna</b>	<b>2,3</b>	<b>80</b>	<b>0,2</b>	<b>*</b>	<b>2,8</b>	<b>100</b>	<b>4,3</b>	<b>560</b>	<b>3,7</b>	<b>210</b>
<b>Quattroruote</b>	<b>11,3</b>	<b>400</b>	<b>1,2</b>	<b>30</b>	<b>5,4</b>	<b>190</b>	<b>2,2</b>	<b>290</b>	<b>9,3</b>	<b>530</b>
<b>Cucina Italiana</b>	<b>1,3</b>	<b>50</b>	<b>0,2</b>	<b>*</b>	<b>0,8</b>	<b>30</b>	<b>1,0</b>	<b>130</b>	<b>0,8</b>	<b>40</b>
<b>La donna</b>	<b>1,4</b>	<b>50</b>	<b>0,6</b>	<b>*</b>	<b>0,6</b>	<b>20</b>	<b>1,6</b>	<b>220</b>	<b>0,7</b>	<b>40</b>
<b>La donna, la casa, il bambino</b>	<b>1,1</b>	<b>40</b>	<b>0,4</b>	<b>*</b>	<b>1,2</b>	<b>40</b>	<b>2,5</b>	<b>330</b>	<b>1,0</b>	<b>60</b>
<b>Quattrosoldi</b>	<b>1,6</b>	<b>60</b>	<b>0,1</b>	<b>*</b>	<b>0,8</b>	<b>30</b>	<b>1,0</b>	<b>130</b>	<b>3,1</b>	<b>180</b>
<b>La madre</b>	<b>1,7</b>	<b>60</b>	<b>0,5</b>	<b>*</b>	<b>1,9</b>	<b>70</b>	<b>2,3</b>	<b>300</b>	<b>1,2</b>	<b>70</b>
<b>Selezione dal Reader's Digest</b>	<b>7,9</b>	<b>280</b>	<b>1,1</b>	<b>30</b>	<b>4,8</b>	<b>170</b>	<b>4,1</b>	<b>540</b>	<b>10,1</b>	<b>580</b>
<b>Mani di fata</b>	<b>1,5</b>	<b>50</b>	<b>0,5</b>	<b>*</b>	<b>1,4</b>	<b>50</b>	<b>3,5</b>	<b>460</b>	<b>1,3</b>	<b>70</b>
<b>Successo</b>	<b>1,9</b>	<b>70</b>	<b>0,3</b>	<b>*</b>	<b>1,7</b>	<b>60</b>	<b>0,6</b>	<b>80</b>	<b>1,3</b>	<b>70</b>
<b>Rakam</b>	<b>0,6</b>	<b>20</b>	<b>0,2</b>	<b>*</b>	<b>0,6</b>	<b>20</b>	<b>1,2</b>	<b>160</b>	<b>0,7</b>	<b>40</b>
<b>Rossana</b>	<b>1,5</b>	<b>50</b>	<b>0,7</b>	<b>20</b>	<b>1,4</b>	<b>50</b>	<b>0,8</b>	<b>110</b>	<b>0,6</b>	<b>40</b>



# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>11.427</b>		<b>2.193</b>		<b>1.977</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>								
1 mensile	12,5	4.610	8,5	2.410	23,8	1.120	27,9	1.080
2 o più mensili	7,6	2.820	3,7	1.040	15,7	740	26,8	1.040
lettori	20,1	7.430	12,2	3.450	39,5	1.860	54,7	2.120
non lettori	79,9	29.570	87,8	24.960	60,5	2.850	45,3	1.760
<b>Singoli mensili</b>								
Arianna	3,8	1.390	1,9	530	8,9	420	11,6	450
Quattroruote	6,7	2.490	2,9	820	15,5	730	24,1	930
Cucina Italiana	0,9	350	0,5	150	1,7	80	3,1	120
La donna	1,2	430	0,8	240	2,2	100	2,4	90
La donna, la casa, il bambino	1,7	640	1,4	410	2,6	120	2,9	110
Quattrosoldi	1,9	690	0,6	180	4,1	190	8,3	320
La Madre	1,9	700	1,6	450	2,3	110	3,6	140
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	2,9	830	15,6	740	25,8	1.000
Mani di fata	2,4	880	2,0	580	4,2	200	2,9	110
Successo	1,2	440	0,7	200	1,8	80	4,2	160
Rakam	0,9	330	0,5	130	1,9	90	2,8	110
Rossana	1,0	360	0,6	160	2,2	100	2,6	100

# 7. Lettura dei mensili

adulti

## 7.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>								
1 mensile	12,5	4.610	27,0	650	14,3	470	11,0	3.480
2 o più mensili	7,6	2.820	21,0	510	6,7	220	6,6	2.090
<b>lettori</b>	<b>20,1</b>	<b>7.430</b>	<b>48,0</b>	<b>1.160</b>	<b>21,0</b>	<b>690</b>	<b>17,6</b>	<b>5.570</b>
<b>non lettori</b>	<b>79,9</b>	<b>29.570</b>	<b>52,0</b>	<b>1.260</b>	<b>79,0</b>	<b>2.610</b>	<b>82,4</b>	<b>25.710</b>
<b>Singoli mensili</b>								
Arlanna	3,8	1.390	6,9	170	1,2	40	3,8	1.190
Quattroruote	6,7	2.490	29,0	720	12,2	400	4,4	1.370
Cucina Italiana	0,9	350	2,0	50	0,5	20	0,9	280
La donna	1,2	430	1,8	40	0,6	20	1,2	370
La donna, la casa, il bambino	1,7	640	1,1	30	0,7	20	1,9	590
Quattrosoldi	1,9	690	7,4	180	1,9	60	1,4	450
La Madre	1,9	700	2,2	50	1,5	50	1,9	590
Selezione dal Reader's Digest	6,9	2.560	18,2	440	7,6	250	5,9	1.870
Mani di fata	2,4	880	1,9	50	1,3	40	2,5	800
Successo	1,2	440	3,3	80	1,4	50	1,0	310
Rakam	0,9	330	1,7	40	0,2	*	0,9	280
Rossana	1,0	360	1,9	50	0,9	30	0,9	290

# 7. Lettura dei mensili

uomini

## 7.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	7.178		1.356		1.771		1.469		1.713		869	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		5.000.000		3.480.000		3.400.000		3.890.000		2.030.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>												
1 mensile	13,3	2.370	16,7	830	15,9	550	14,3	490	8,3	310	8,6	170
2 o più mensili	7,5	1.330	9,8	490	8,0	280	8,4	290	4,4	170	5,3	110
lettori	20,8	3.700	26,5	1.320	23,9	830	22,7	780	12,7	480	13,9	280
non lettori	79,2	14.100	73,5	3.680	76,1	2.650	77,3	2.620	87,3	3.410	86,1	1.750
<b>Singoli mensili</b>												
Arlanna	1,8	320	2,3	100	2,3	80	2,6	90	0,8	30	0,9	20
Quattroruote	10,9	1.950	13,5	680	13,0	450	13,0	440	6,4	250	6,2	130
Cucina Italiana	0,7	130	1,2	60	0,6	20	1,0	30	0,3	*	0,4	*
La donna	0,5	80	0,5	20	0,3	*	0,4	*	0,5	20	0,8	20
La donna, la casa, il bambino	0,6	100	0,7	40	0,5	20	0,6	20	0,3	*	0,7	*
Quattrosoldi	2,6	470	3,5	180	3,3	110	3,1	100	1,0	40	1,6	30
La Madre	1,3	230	2,3	120	1,8	60	0,9	30	0,2	*	0,4	*
Selezione dal Reader's Digest	8,8	1.560	10,8	560	9,5	330	9,8	330	5,6	220	6,6	130
Mani di fata	0,8	150	0,8	40	0,6	20	1,0	30	0,9	40	1,3	30
Successo	1,5	270	1,9	90	1,1	40	1,2	40	1,1	40	2,4	50
Rakam	0,4	70	0,5	20	0,4	20	0,6	20	—	—	0,2	*
Rossana	0,8	130	0,9	40	0,8	30	1,3	50	0,4	*	0,2	*

# 7. Lettura dei mensili

uomini

## 7.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	13,3	2.370	29,1	290	21,0	1.270	9,6	710	3,2	110
2 o più mensili	7,5	1.330	26,0	260	11,0	660	4,7	350	1,8	60
lettori	20,8	3.700	55,1	550	32,0	1.930	14,3	1.060	5,0	170
non lettori	79,2	14.100	44,9	450	68,0	4.110	85,7	6.330	95,0	3.200
<b>Singoli mensili</b>										
Arianna	1,8	320	6,0	60	2,6	150	1,3	100	0,3	*
Quattroruote	10,9	1.950	35,3	350	16,8	1.020	6,7	490	2,4	80
Cucina Italiana	0,7	130	3,5	40	1,0	60	0,4	30	0,2	*
La donna	0,5	80	0,6	*	0,5	30	0,5	30	0,5	20
La donna, la casa, il bambino	0,6	100	0,3	*	0,9	60	0,5	30	0,3	*
Quattrosoldi	2,6	470	9,6	100	4,2	260	1,3	100	0,6	20
La Madre	1,3	230	0,9	*	1,9	120	1,2	90	0,3	*
Selezione dal Reader's Digest	8,8	1.560	22,4	220	14,6	880	5,3	390	2,0	70
Mani di fata	0,8	150	0,9	*	0,9	60	1,1	80	0,2	*
Successo	1,5	270	6,2	60	1,7	100	1,3	90	0,2	*
Rakam	0,4	70	0,8	*	0,6	40	0,3	20	0,2	*
Rossana	0,8	130	2,2	20	0,8	40	0,7	50	0,4	*

# 7. Lettura dei mensili

uomini

## 7.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.266</b>		<b>2.640</b>		<b>2.322</b>		<b>950</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>3.330.000</b>		<b>6.370.000</b>		<b>5.630.000</b>		<b>2.470.000</b>	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	13,3	2.370	18,0	600	16,3	1.040	9,9	560	7,0	170
2 o più mensili	7,5	1.330	14,4	470	8,7	550	4,5	250	2,4	60
lettori	20,8	3.700	32,4	1.070	25,0	1.590	14,4	810	9,4	230
non lettori	79,2	14.100	67,6	2.260	75,0	4.780	85,6	4.820	90,6	2.240
<b>Singoli mensili</b>										
Arianna	1,8	320	2,8	90	2,1	130	1,3	80	0,9	20
Quattroruote	10,9	1.950	20,0	670	13,6	850	6,1	330	3,0	70
Cucina Italiana	0,7	130	0,7	20	0,9	60	0,8	50	0,2	*
La donna	0,5	80	0,7	20	0,7	50	0,1	*	0,2	*
La donna, la casa, il bambino	0,6	100	0,3	*	0,7	50	0,7	40	0,2	*
Quattrosoldi	2,6	470	4,0	130	3,1	180	1,8	100	1,4	40
La Madre	1,3	230	1,9	60	1,2	80	1,3	80	0,6	20
Selezione dal Reader's Digest	8,8	1.560	14,5	480	10,2	660	5,7	320	4,7	120
Mani di fata	0,8	150	1,1	40	1,2	70	0,7	40	0,2	*
Successo	1,5	270	3,3	110	1,5	80	1,0	60	0,2	*
Rakam	0,4	70	0,5	20	0,4	20	0,3	20	0,3	*
Rossana	0,8	130	1,7	50	0,8	50	0,5	30	0,2	*

# 7. Lettura dei mensili

donne

## 7.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		1.565		2.169		1.728		1.954		983	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		5.400.000		3.740.000		3.670.000		4.200.000		2.190.000	
<b>Hanno guardato in un mese medio:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>												
1 mensile	11,6	2.240	17,4	940	12,0	450	10,8	400	6,6	280	7,8	170
2 o più mensili	7,8	1.490	11,2	610	7,7	290	7,9	290	4,6	190	5,4	120
<b>lettori</b>	19,4	3.730	28,6	1.550	19,7	740	18,7	690	11,2	470	13,2	290
<b>non lettori</b>	80,6	15.470	71,4	3.850	80,3	3.000	81,3	2.980	88,8	3.730	86,8	1.900
<b>Singoli mensili</b>												
Arianna	5,6	1.070	7,8	420	6,4	240	6,6	240	2,4	100	3,2	70
Quattroruote	2,8	540	5,0	270	2,9	110	2,6	90	1,1	50	1,1	20
Cucina Italiana	1,1	220	1,5	80	1,4	60	1,5	50	0,5	20	0,3	*
La donna	1,8	350	2,7	150	1,6	60	2,1	90	1,1	50	0,7	20
La donna, la casa, il bambino	2,8	540	3,5	190	3,1	120	2,9	110	1,9	80	2,2	50
Quattrosoldi	1,2	220	2,2	120	1,0	40	0,8	30	0,6	20	0,8	20
La Madre	2,5	470	5,6	300	2,6	100	1,0	40	0,3	*	0,8	20
Selezione dal Reader's Digest	5,2	1.000	7,3	400	5,2	180	5,7	210	3,3	140	2,9	60
Mani di fata	3,8	730	3,9	210	3,3	110	4,2	150	4,0	170	3,4	80
Successo	0,9	170	1,4	80	0,9	30	0,8	30	0,2	*	1,2	30
Rakam	1,4	260	1,4	90	1,3	50	1,3	50	1,5	50	1,1	*
Rossana	1,2	230	2,1	110	1,0	40	1,2	50	0,6	20	0,3	*

# 7. Lettura dei mensili

donne

## 7.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	8.419		445		2.700		3.430		1.844	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	11,6	2.240	27,8	230	18,5	1.070	9,7	790	3,4	150
2 o più mensili	7,8	1.490	30,5	250	13,2	760	4,8	400	1,6	70
lettori	19,4	3.730	58,3	480	31,7	1.830	14,5	1.190	5,0	220
non lettori	80,6	15.470	41,7	350	68,3	3.940	85,5	6.920	95,0	4.270
<b>Singoli mensili</b>										
Arianna	5,6	1.070	22,2	180	10,0	570	3,4	280	0,7	30
Quattroruote	2,8	540	15,3	130	5,1	290	1,2	100	0,5	20
Cucina Italiana	1,1	220	5,6	50	1,8	100	0,8	60	0,1	*
La donna	1,8	350	6,0	50	3,0	170	1,3	120	0,4	20
La donna, la casa, il bambino	2,8	540	4,7	40	4,5	260	2,6	210	0,7	30
Quattrosoldi	1,2	220	5,8	50	2,4	140	0,3	20	0,4	20
La Madre	2,5	470	6,3	50	3,3	190	2,3	190	0,9	40
Selezione dal Reader's Digest	5,2	1.000	20,5	170	10,0	570	2,7	220	0,8	30
Mani di fata	3,8	730	6,2	50	5,8	340	3,5	290	1,3	60
Successo	0,9	170	3,0	20	1,5	90	0,7	60	0,1	*
Rakam	1,4	260	5,8	50	2,4	140	0,7	60	0,4	20
Rossana	1,2	230	4,1	30	1,6	90	1,2	90	0,1	*

# 7. Lettura dei mensili

donne

## 7.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	11,6	2.240	15,1	550	12,9	900	10,5	620	6,2	170
2 o più mensili	7,8	1.490	13,5	500	9,1	630	5,2	310	1,9	50
lettori	19,4	3.730	28,6	1.050	22,0	1.530	15,7	930	8,1	220
non lettori	80,6	15.470	71,4	2.600	78,0	5.400	84,3	4.990	91,9	2.480
<b>Singoli mensili</b>										
Arianna	5,6	1.070	10,0	370	6,5	440	3,7	220	1,3	30
Quattroruote	2,8	540	4,3	160	3,4	250	2,2	130	0,6	20
Cucina Italiana	1,1	220	1,1	40	1,5	100	1,0	60	0,4	*
La donna	1,8	350	2,3	80	2,4	160	1,5	90	0,6	20
La donna, la casa, il bambino	2,8	540	3,7	140	3,8	260	2,0	120	0,9	20
Quattrosoldi	1,2	220	1,8	70	1,5	110	0,8	50	0,2	*
La Madre	2,5	470	2,1	80	2,8	190	2,6	150	1,7	40
Selezione dal Reader's Digest	5,2	1.000	8,2	300	5,4	370	4,4	250	2,3	60
Mani di fata	3,8	730	6,5	240	4,1	280	3,0	180	1,2	30
Successo	0,9	170	1,9	70	1,2	80	0,3	20	0,3	*
Rakam	1,4	260	2,6	90	1,6	110	0,8	40	0,2	*
Rossana	1,2	230	2,2	80	1,3	90	0,8	50	0,3	*



# 7. Lettura dei mensili

donne di casa

## 7.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>4.010.000</b>		<b>2.570.000</b>		<b>2.540.000</b>		<b>3.070.000</b>		<b>1.550.000</b>	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>												
1 mensile	10,8	1.480	16,4	660	12,3	320	10,5	260	5,1	160	5,6	90
2 o più mensili	6,3	870	9,7	390	5,8	150	7,0	180	3,6	110	2,6	40
lettori	17,1	2.350	26,1	1.050	18,1	470	17,5	440	8,7	270	8,2	130
non lettori	82,9	11.390	73,9	2.960	81,9	2.100	82,5	2.100	91,3	2.800	91,8	1.420
<b>Singoli mensili</b>												
Arianna	4,5	620	6,1	250	5,2	130	6,1	150	1,9	60	1,7	30
Quattroruote	2,5	350	4,5	180	2,5	60	2,7	70	0,9	30	0,7	*
Cucina Italiana	1,1	160	1,5	60	1,7	40	1,5	40	0,3	*	0,1	*
La donna	1,7	230	2,7	110	1,1	30	2,2	60	0,9	30	0,3	*
La donna, la casa, il bambino	2,7	370	3,5	140	3,1	80	3,3	80	1,8	50	1,0	20
Quattrosoldi	1,1	150	2,2	90	0,8	20	0,9	20	0,4	*	0,3	*
La Madre	2,5	340	6,2	250	2,3	60	1,0	30	0,3	*	0,2	*
Selezione dal Reader's Digest	4,3	600	6,5	260	4,2	110	4,4	110	2,6	80	2,6	40
Mani di fata	3,2	440	3,3	130	2,8	70	4,3	110	3,2	100	1,5	20
Successo	0,6	80	0,9	40	0,8	20	0,7	20	0,1	*	0,5	*
Rakam	0,9	130	1,2	50	0,7	20	1,1	30	0,9	30	0,5	*
Rossana	1,0	130	1,7	70	0,9	20	1,1	30	0,4	*	0,1	*

# 7. Lettura dei mensili

donne di casa

## 7.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>317</b>		<b>1.855</b>		<b>2.442</b>		<b>1.468</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>580.000</b>		<b>3.910.000</b>		<b>5.700.000</b>		<b>3.550.000</b>	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	10,8	1.480	28,4	160	18,1	710	8,7	500	3,2	110
2 o più mensili	6,3	870	30,3	180	11,9	460	3,6	200	0,7	20
lettori	17,1	2.350	58,7	340	30,0	1.170	12,3	700	3,9	130
non lettori	82,9	11.390	41,3	240	70,0	2.740	87,7	5.000	96,1	3.420
<b>Singoli mensili</b>										
Arlanna	4,5	620	22,0	130	8,6	320	2,4	140	0,5	20
Quattroruote	2,5	350	15,8	90	5,0	200	1,0	60	0,2	*
Cucina Italiana	1,1	160	5,1	30	2,0	80	0,8	50	0,1	*
La donna	1,7	230	6,4	40	3,2	120	0,9	50	0,4	*
La donna, la casa, il bambino	2,7	370	5,9	30	4,6	180	2,5	140	0,5	20
Quattrosoldi	1,1	150	6,4	40	2,4	90	0,3	20	0,2	*
La Madre	2,5	340	7,2	40	3,8	150	2,1	110	1,0	30
Selezione dal Reader's Digest	4,3	600	20,1	120	8,7	340	2,2	120	0,5	20
Mani di fata	3,2	440	4,8	30	5,7	220	2,7	150	0,9	30
Successo	0,6	80	2,1	*	1,2	50	0,4	20	—	—
Rakam	0,9	130	4,6	30	1,8	70	0,5	30	0,1	*
Rossana	1,0	130	3,8	20	1,4	50	1,0	60	*	*

# 7. Lettura dei mensili

donne di casa

## 7.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	6.082		246		2.618		2.360		858	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		810.000		5.650.000		5.320.000		1.960.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>										
1 mensile	10,8	1.480	13,6	110	12,6	720	10,3	550	5,5	110
2 o più mensili	6,3	870	7,6	60	8,6	490	5,3	280	2,2	40
lettori	17,1	2.350	21,2	170	21,2	1.210	15,6	830	7,7	150
non lettori	82,9	11.390	78,8	640	78,8	4.440	84,4	4.490	92,3	1.810
<b>Singoli mensili</b>										
Arianna	4,5	620	6,5	50	5,9	330	3,8	200	1,6	30
Quattroruote	2,5	350	3,6	30	3,3	190	2,2	110	0,8	20
Cucina Italiana	1,1	160	0,8	*	1,5	90	1,1	60	0,3	*
La donna	1,7	230	0,9	*	2,2	130	1,5	80	0,7	*
La donna, la casa, il bambino	2,7	370	3,8	30	4,1	230	1,9	100	0,6	*
Quattrosoldi	1,1	150	1,3	*	1,6	90	0,8	40	0,3	*
La Madre	2,5	340	2,5	20	2,7	150	2,6	140	1,5	30
Selezione dal Reader's Digest	4,3	600	3,6	30	4,9	270	4,5	230	2,7	50
Mani di fata	3,2	440	4,4	40	4,0	220	2,9	150	1,0	20
Successo	0,6	80	0,8	*	1,0	60	0,3	20	0,1	*
Rakam	0,9	130	1,7	*	1,2	70	0,9	50	0,1	*
Rossana	1,0	130	3,4	30	1,1	60	0,8	40	0,3	*

# 7. Lettura dei mensili

donne di casa

## 7.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
Numero di interviste	6.082		975		791		673	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Hanno guardato in un mese medio:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
<b>Tutti i mensili</b>								
1 mensile	10,8	1.480	12,3	280	12,6	220	8,6	130
2 o più mensili	6,3	870	8,1	180	7,9	140	3,9	60
lettori	17,1	2.350	20,4	460	20,5	360	12,5	190
non lettori	82,9	11.390	79,6	1.790	79,5	1.370	87,5	1.340
<b>Singoli mensili</b>								
Arianna	4,5	620	5,4	120	5,8	100	2,0	30
Quattroruote	2,5	350	3,2	70	2,3	40	1,5	20
Cucina Italiana	1,1	160	1,2	30	2,1	40	0,4	*
La donna	1,7	230	1,3	30	2,4	40	1,2	20
La donna, la casa, il bambino	2,7	370	4,3	100	3,6	60	2,2	30
Quattrosoldi	1,1	150	1,4	30	1,8	30	1,0	20
La Madre	2,5	340	2,4	50	3,7	60	2,5	40
Selezione dal Reader's Digest	4,3	600	3,5	80	3,6	60	3,2	50
Mani di fata	3,2	440	4,9	110	2,5	50	2,8	40
Successo	0,6	80	1,0	20	1,1	20	0,4	*
Rakam	0,9	130	0,8	20	1,4	20	0,2	*
Rossana	1,0	130	1,6	40	1,1	20	0,3	*

# Cinema

Sezione 8	<b>Frequenza al cinema</b> Spettatori in una settimana media
Adulti	Tavole 7.1...
Uomini	Tavole 7.2...
Donne	Tavole 7.3...
Donne di casa	Tavole 7.4...
Sezione 8a	<b>Frequenza al cinema: circuiti delle sale frequentate</b>
Adulti	Tavole 8a. ...
Sezione 8b	<b>Frequenza al cinema: categorie delle sale frequentate</b>
Adulti	Tavole 8b. ...

In questa parte vengono presentate tre serie di dati:

- **Frequenza al cinema.** Adulti che vanno al cinema: una o più volte la settimana; 2-3 volte al mese, ecc.
- **Spettatori in una settimana media.** Adulti che vanno al cinema, in una settimana media (1 o più volte).
- **Frequenza nelle sale cinematografiche dei diversi circuiti e categorie.** Adulti che, in una settimana media, assistono ad uno spettacolo cinematografico nelle sale del circuito SIPRA, del circuito OPUS, ecc.; nelle sale della categoria Extra dei circuiti SIPRA e OPUS, della 1ª categoria SIPRA e OPUS, ecc.

## Forma di presentazione dei dati

Le tavole statistiche contengono due serie di cifre:

- percentuali (calcolate « su 100 adulti italiani nel complesso » oppure « su 100 adulti appartenenti ad un dato sottogruppo della collettività considerata »). Le percentuali sono stampate in rosso.
- stime (valutazioni, in migliaia di adulti). Le stime sono stampate in nero.

Si leggano altre spiegazioni sulla presentazione di questi due tipi di dati nella « Introduzione ».

Nella tavola 8, che contiene dati sulla « composizione » di alcune collettività di particolare interesse, le percentuali sono calcolate « su 100 adulti che vanno al cinema » oppure: « su 100 adulti che vanno al cinema almeno 1 volta alla settimana », ecc., e indicano, per ogni 100 spettatori, quanti sono maschi, quanti sono femmine, quanti vivono nel Nord, nei centri con oltre 100.000 abitanti, ecc. ecc.

Si leggano a tergo le definizioni e le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

### Frequenza al cinema

I dati sulla frequenza al cinema vennero rilevati con le seguenti domande:

- In questi *ultimi 3 mesi*, Lei è andato/a al cinema?
- (Se sì): In questi ultimi 3 mesi, quante volte è andato al cinema? (Suggerire): Meno di 3 volte in 3 mesi, circa 1 volta al mese, circa 2 o 3 volte al mese, circa 1 volta la settimana o più di 1 volta la settimana?

Si tratta di dati riferibili alla frequenza al cinema nell'inverno e nella primavera del 1963.

### Spettatori in una settimana media

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

(A coloro che sono andati al cinema negli ultimi 3 mesi):

- In questi ultimi 7 giorni Lei è andato forse al cinema? (Se sì): Quante volte, negli ultimi 7 giorni?

La definizione di « spettatori in una settimana media » è, dunque:

- adulti che, in una settimana media, vanno al cinema *1 o più volte*.

Pertanto ogni adulto che in una settimana va al cinema più di una volta viene contato una volta sola e non due o più volte.

### Frequenza nelle sale dei diversi circuiti e categorie

I dati vennero rilevati con questa domanda: (A coloro che sono andati al cinema negli ultimi 7 giorni):

- *Quale film* ha visto l'*ultima volta*? Dove ha visto il film? (indicare la sala ed il comune).

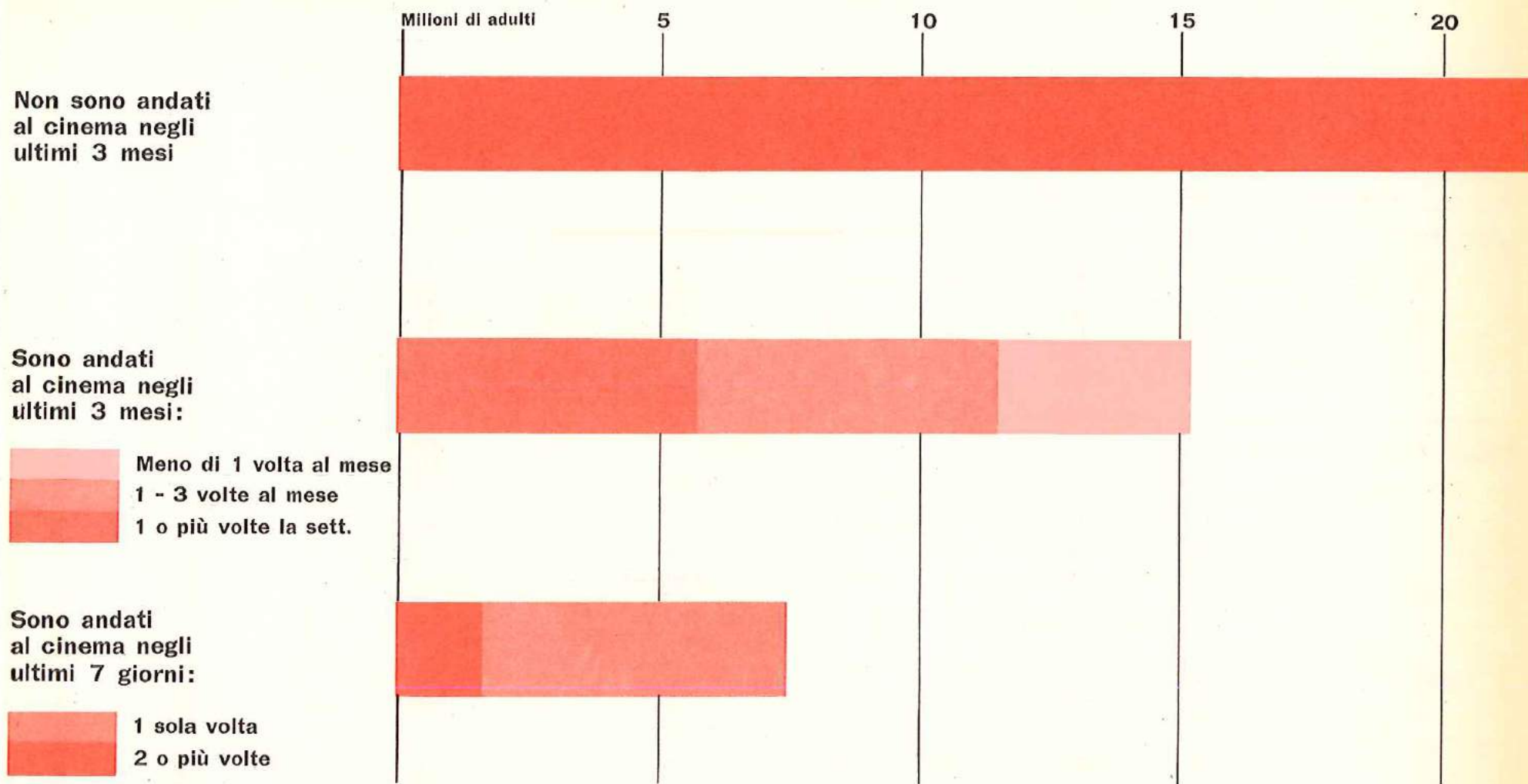
Dalle indicazioni relative al nome del locale e del comune, venne individuato successivamente il circuito di distribuzione e la categoria della sala (in base agli elenchi di sale pubblicati dai tre principali circuiti di distribuzione). Il titolo del film venne rilevato solo a scopo di controllo.

La definizione di « spettatori nelle sale del circuito X (o della categoria Y) » è la seguente:

- Adulti che, in una settimana media, vanno al cinema nelle sale del circuito X (o della categoria Y).

I dati vanno considerati tutti approssimati *per difetto* (di meno di 10%) perchè gli adulti che, in una settimana media, vanno al cinema in sale di due o più circuiti diversi (o di categorie diverse) vengono considerati spettatori di un solo circuito e di una sola categoria e cioè del circuito e della categoria della sala in cui è stato visto l'ultimo spettacolo cinematografico.

# Frequenza al cinema



# 8. Frequenza al cinema

## 8. - Composizione degli spettatori del cinema

	Popolazione adulta	Vanno al cinema		
		1 o più volte in 3 mesi	meno di 1 volta la settimana	1 o più volte la settimana
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>14.900.000</b>	<b>9.170.000</b>	<b>5.730.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	29	27	31
Nord-Est	19.5	21	20	24
Centro	19.1	20	20	19
Sud	21.9	19	21	16
Isole	11.4	11	12	10
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Regioni:</b>				
Piemonte	8.8	9	8	9
Liguria	3.9	5	4	6
Lombardia	15.5	15	15	17
Tre Venezie	11.6	12	12	12
Emilia	7.9	10	8	12
Toscana	7.1	8	8	8
Marche e Umbria	4.4	3	4	3
Lazio	7.6	8	9	8
Abruzzi	3.0	2	2	1
Campania	8.3	8	8	6
Puglie	5.9	6	7	6
Calabria e Basilicata	4.6	3	4	3
Sicilia	8.8	9	9	7
Sardegna	2.6	2	2	2
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Vanno al cinema		
		1 o più volte in 3 mesi	meno di 1 volta la settimana	1 o più volte la settimana
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>14.900.000</b>	<b>9.170.000</b>	<b>5.730.000</b>
<b>Grandezza del comune:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
fino a 5.000 ab.	24.2	18	18	17
5.000 - 10.000 ab.	15.7	14	14	16
10.000 - 30.000 ab.	19.3	20	19	20
30.000 - 100.000 ab.	15.8	17	17	17
oltre 100.000 ab.	25.0	31	32	30
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sesso:</b>				
uomini	48.1	61	53	72
donne	51.9	39	47	28
(donne di casa)	(37.1)	(21)	(27)	(12)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4.9	7	7	8
media	31.9	40	38	41
medio-inferiore	41.9	41	41	41
inferiore	21.3	12	14	10
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18.9	35	28	45
25 - 34 anni	17.4	23	23	24
35 - 44 anni	18.5	19	21	15
45 - 54 anni	16.5	12	14	9
55 - 64 anni	14.7	7	9	5
65 anni e più	14.0	4	5	2
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>3.960</b>		<b>2.921</b>		<b>3.197</b>		<b>3.668</b>		<b>1.851</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:												
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
meno di 3 volte	9,1	3.370	9,3	970	8,5	620	10,5	740	7,9	640	9,3	400
circa 1 volta al mese	6,7	2.480	6,2	640	7,5	540	6,6	460	6,8	550	7,0	290
circa 2-3 volte al mese	9,0	3.320	8,5	880	9,3	670	9,3	660	9,2	750	8,5	360
circa 1 volta la settimana	9,3	3.430	11,6	1.200	11,5	830	8,6	610	6,2	500	7,0	290
più di 1 volta la settimana	6,2	2.300	5,9	620	7,4	530	6,7	470	5,1	410	6,3	270
spettatori in tre mesi												
spettatori in tre mesi	40,3	14.900	41,5	4.310	44,2	3.190	41,7	2.940	35,2	2.850	38,1	1.610
non spettatori	59,7	22.100	58,5	6.090	55,8	4.030	58,3	4.120	64,8	5.240	61,9	2.620
spettatori in una settimana media												
spettatori in una settimana media	20,2	7.470	21,2	2.200	22,9	1.650	21,1	1.490	16,1	1.310	19,3	820
non spettatori	79,8	29.530	78,8	8.200	77,1	5.570	78,9	5.570	83,9	6.780	80,7	3.410

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale	fino a 5.000 abitanti	5.000 - 10.000 abitanti	10.000-30.000 abitanti	30.000 - 100.000 abitanti	oltre 100.000 abitanti
Numero di interviste	15.597	2.334	1.611	3.176	3.388	5.088
Stima della popolazione adulta	37.000.000	8.980.000	5.810.000	7.140.000	5.830.000	9.240.000

Sono andati al cinema, in tre mesi:	% '000		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000	
meno di 3 volte	9,1	3.370	7,0	630	7,4	430	9,7	700	9,6	560	11,4	1.050
circa 1 volta al mese	6,7	2.480	4,9	440	5,9	340	6,3	450	8,1	480	8,3	770
circa 2-3 volte al mese	9,0	3.320	6,3	560	8,2	480	8,6	610	10,0	580	11,8	1.090
circa 1 volta la settimana	9,3	3.430	7,4	660	9,3	540	9,9	700	9,3	540	10,7	990
più di 1 volta la settimana	6,2	2.300	3,5	320	6,3	360	6,4	460	7,6	440	7,8	720
<b>spettatori in tre mesi</b>	<b>40,3</b>	<b>14.900</b>	<b>29,1</b>	<b>2.610</b>	<b>37,1</b>	<b>2.150</b>	<b>40,9</b>	<b>2.920</b>	<b>44,6</b>	<b>2.600</b>	<b>50,0</b>	<b>4.620</b>
<b>non spettatori</b>	<b>59,7</b>	<b>22.100</b>	<b>70,9</b>	<b>6.370</b>	<b>62,9</b>	<b>3.660</b>	<b>59,1</b>	<b>4.220</b>	<b>55,4</b>	<b>3.230</b>	<b>50,0</b>	<b>4.620</b>
<b>spettatori in una settimana media</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>14,2</b>	<b>1.270</b>	<b>18,6</b>	<b>1.080</b>	<b>20,7</b>	<b>1.480</b>	<b>22,3</b>	<b>1.300</b>	<b>25,3</b>	<b>2.340</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>85,8</b>	<b>7.710</b>	<b>81,4</b>	<b>4.730</b>	<b>79,3</b>	<b>5.660</b>	<b>77,7</b>	<b>4.530</b>	<b>74,7</b>	<b>6.900</b>

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.3 - Secondo regione

	Totale	Piemonte	Liguria	Lombardia	Tre Venezie	Emilia	Toscana	Marche e Umbria
<b>Numero di Interviste</b>	15.597	1.209	588	2.163	1.732	1.189	1.102	661
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000	3.230.000	1.440.000	5.730.000	4.290.000	2.930.000	2.620.000	1.620.000
<b>Sono andati al cinema, in tre mesi:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
meno di 3 volte	9,1 3.370	10,7 340	8,3 120	8,8 510	8,9 380	8,1 240	11,5 300	8,1 130
circa 1 volta al mese	6,7 2.480	5,6 180	7,1 100	6,3 360	7,2 310	7,8 230	6,0 160	5,6 90
circa 2-3 volte al mese	9,0 3.320	7,5 250	12,5 180	8,0 460	9,3 400	9,3 270	9,7 250	6,7 110
circa 1 volta la settimana	9,3 3.430	10,8 350	13,2 190	11,5 660	9,9 430	13,8 400	9,5 250	7,5 120
più di 1 volta la settimana	6,2 2.300	5,4 170	8,6 130	5,6 320	5,6 240	9,9 290	8,7 230	2,7 50
<b>spettatori in tre mesi</b>	40,3 14.900	40,0 1.290	49,7 720	40,2 2.310	40,9 1.760	48,9 1.430	45,4 1.190	30,6 500
<b>non spettatori</b>	59,7 22.100	60,0 1.940	50,3 720	59,8 3.420	59,1 2.530	51,1 1.500	54,6 1.430	69,4 1.120
<b>spettatori in una settimana media</b>	20,2 7.470	20,2 650	25,3 360	20,7 1.190	19,4 830	28,1 820	25,0 660	15,2 240
<b>non spettatori</b>	79,8 29.530	79,8 2.580	74,7 1.080	79,3 4.540	80,6 3.460	71,9 2.110	75,0 1.960	84,8 1.380

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
<b>Numero di interviste</b>	1.434	418	1.489	1.105	656	1.502	349
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000
<b>Sono andati al cinema, in tre mesi:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
meno di 3 volte	11,0 310	6,9 80	7,0 210	9,3 200	8,5 150	10,4 340	6,0 60
circa 1 volta al mese	7,7 210	6,9 80	8,0 250	6,3 140	5,0 80	6,9 220	7,0 70
circa 2-3 volte al mese	10,5 300	7,1 80	9,8 300	11,8 250	6,2 110	9,1 300	6,7 60
circa 1 volta la settimana	8,3 230	1,8 20	6,7 210	8,3 180	5,8 100	6,5 210	8,3 80
più di 1 volta la settimana	7,0 200	4,1 40	4,8 150	7,8 170	2,8 50	6,5 210	5,6 50
<b>spettatori in tre mesi</b>	44,5 1.250	26,8 300	36,3 1.120	43,5 940	28,3 490	39,4 1.280	33,6 320
<b>non spettatori</b>	55,5 1.570	73,2 820	63,7 1.960	56,5 1.230	71,7 1.230	60,6 1.980	66,4 650
<b>spettatori in una settimana media</b>	21,0 590	12,2 140	17,4 540	19,6 420	12,1 210	19,8 650	17,5 170
<b>non spettatori</b>	79,0 2.230	87,8 980	82,6 2.540	80,4 1.750	87,9 1.510	80,2 2.610	82,5 800

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa	Superiore	Media	Medio-inferiore	Inferiore
Numero di Interviste	15.597	7.178	8.419	6.082	939	5.258	6.292	3.108
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000	1.830.000	11.810.000	15.500.000	7.860.000
Sono andati al cinema, in tre mesi:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
meno di 3 volte	9,1 3.370	8,7 1.550	9,5 1.820	8,5 1.170	9,6 170	11,0 1.310	9,2 1.430	5,8 460
circa 1 volta al mese	6,7 2.480	7,4 1.310	6,1 1.170	5,1 700	10,9 200	7,8 920	6,5 1.000	4,5 360
circa 2-3 volte al mese	9,0 3.320	11,4 2.030	6,7 1.290	4,7 640	15,8 290	11,0 1.300	8,5 1.320	5,3 410
circa 1 volta la settimana	9,3 3.430	12,4 2.210	6,3 1.220	3,7 510	12,8 230	12,0 1.410	9,1 1.410	4,9 380
più di 1 volta la settimana	6,2 2.300	10,8 1.920	2,0 380	1,3 170	11,3 210	8,1 960	6,1 940	2,4 190
spettatori in tre mesi	40,3 14.900	50,7 9.020	30,6 5.880	23,3 3.190	60,4 1.100	49,9 5.900	39,4 6.100	22,9 1.800
non spettatori	59,7 22.100	49,3 8.780	69,4 13.320	76,7 10.550	39,6 730	50,1 5.910	60,6 9.400	77,1 6.060
spettatori in una settimana media	20,2 7.470	28,8 5.120	12,2 2.350	8,5 1.160	31,4 570	25,7 3.040	19,4 3.010	10,7 850
non spettatori	79,8 29.530	71,2 12.680	87,8 16.850	91,5 12.580	68,6 1.260	74,3 8.770	80,6 12.490	89,3 7.010

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Sono andati al cinema, in tre mesi:							
	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
meno di 3 volte	9,1 3.370	10,2 710	10,8 690	11,0 760	10,2 620	6,9 370	4,1 220
circa 1 volta al mese	6,7 2.480	10,2 710	9,5 610	7,9 540	5,3 330	3,5 190	2,0 100
circa 2-3 volte al mese	9,0 3.320	17,1 1.200	11,9 770	9,1 620	6,3 380	4,6 250	1,9 100
circa 1 volta la settimana	9,3 3.430	22,4 1.560	11,8 760	8,0 550	5,4 330	3,0 170	1,2 60
più di 1 volta la settimana	6,2 2.300	14,8 1.040	9,2 590	4,6 310	3,2 200	1,8 100	1,2 60
spettatori in tre mesi							
spettatori in tre mesi	40,3 14.900	74,7 5.220	53,2 3.420	40,6 2.780	30,4 1.860	19,8 1.080	10,4 540
non spettatori	59,7 22.100	25,3 1.760	46,8 3.010	59,4 4.080	69,6 4.240	80,2 4.380	89,6 4.630
spettatori in una settimana media							
spettatori in una settimana media	20,2 7.470	44,0 3.070	27,1 1.740	18,3 1.260	13,2 800	7,7 420	3,4 180
non spettatori	79,8 29.530	56,0 3.910	72,9 4.690	81,7 5.600	86,8 5.300	92,3 5.040	96,6 4.990

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
Numero di Interviste	15.597		453		823		1.107		1.280	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		950.000		2.480.000		2.710.000		2.620.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	9,1	3.370	11,3	110	6,7	160	9,8	270	12,4	320
circa 1 volta al mese	6,7	2.480	10,5	100	4,3	110	9,5	260	9,8	260
circa 2-3 volte al mese	9,0	3.320	11,8	110	5,3	130	9,9	270	16,8	440
circa 1 volta la settimana	9,3	3.430	11,9	110	5,2	130	11,9	320	15,3	400
più di 1 volta la settimana	6,2	2.300	10,9	110	4,2	100	9,3	250	11,8	310
spettatori in tre mesi	40,3	14.900	56,4	540	25,7	630	50,4	1.370	66,1	1.730
non spettatori	59,7	22.100	43,6	410	74,3	1.850	49,6	1.340	33,9	890
spettatori in una settimana media	20,2	7.470	30,0	280	12,2	310	29,1	790	33,6	880
non spettatori	79,8	29.530	70,0	670	87,8	2.170	70,9	1.920	66,4	1.740

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di Interviste</b>	<b>1.448</b>		<b>831</b>		<b>1.439</b>		<b>5.811</b>		<b>2.405</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>3.530.000</b>		<b>2.290.000</b>		<b>3.580.000</b>		<b>13.140.000</b>		<b>5.700.000</b>	
<b>Sono andati al cinema, in tre mesi:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
1 o 2 volte	11,2	400	8,8	200	9,9	350	9,0	1.180	6,5	370
circa 1 volta al mese	7,7	270	5,8	130	8,5	310	5,7	740	5,5	310
circa 2-3 volte al mese	14,2	500	8,0	180	13,4	480	5,0	660	9,6	550
circa 1 volta la settimana	18,3	650	6,9	160	12,8	460	4,2	560	11,6	660
più di 1 volta la settimana	10,6	370	3,4	80	11,6	410	1,5	190	8,1	470
<b>spettatori in tre mesi</b>	<b>62,0</b>	<b>2.190</b>	<b>32,9</b>	<b>750</b>	<b>56,2</b>	<b>2.010</b>	<b>25,4</b>	<b>3.330</b>	<b>41,3</b>	<b>2.360</b>
<b>non spettatori</b>	<b>38,0</b>	<b>1.340</b>	<b>67,1</b>	<b>1.540</b>	<b>43,8</b>	<b>1.570</b>	<b>74,6</b>	<b>9.810</b>	<b>58,7</b>	<b>3.340</b>
<b>spettatori in una settimana media</b>	<b>34,1</b>	<b>1.200</b>	<b>14,0</b>	<b>320</b>	<b>31,1</b>	<b>1.110</b>	<b>9,3</b>	<b>1.230</b>	<b>24,2</b>	<b>1.370</b>
<b>non spettatori</b>	<b>65,9</b>	<b>2.330</b>	<b>86,0</b>	<b>1.970</b>	<b>68,9</b>	<b>2.470</b>	<b>90,7</b>	<b>11.910</b>	<b>75,8</b>	<b>4.330</b>



# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>11.427</b>		<b>2.193</b>		<b>1.977</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	9,1	3.370	8,5	2.410	11,3	530	11,0	430
circa 1 volta al mese	6,7	2.480	5,8	1.660	9,2	430	10,3	400
circa 2-3 volte al mese	9,0	3.320	7,0	1.980	13,5	640	18,1	700
circa 1 volta la settimana	9,3	3.430	6,7	1.900	18,8	890	17,1	660
più di 1 volta la settimana	6,2	2.300	4,3	1.230	12,8	590	12,0	470
spettatori in tre mesi	40,3	14.900	32,3	9.180	65,6	3.080	68,5	2.660
non spettatori	59,7	22.100	67,7	19.230	34,4	1.630	31,5	1.220
spettatori in una settimana media	20,2	7.470	15,2	4.320	36,6	1.720	36,7	1.430
non spettatori	79,8	29.530	84,8	24.090	63,4	2.990	63,3	2.450

# 8. Frequenza al cinema

adulti

## 8.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	9,1	3.370	9,8	240	9,4	310	9,0	2.820
circa 1 volta al mese	6,7	2.480	11,4	280	8,7	290	6,1	1.910
circa 2-3 volte al mese	9,0	3.320	16,3	390	13,3	440	8,0	2.500
circa 1 volta la settimana	9,3	3.430	16,3	390	17,7	580	7,9	2.470
più di 1 volta la settimana	6,2	2.300	14,5	350	15,8	520	4,6	1.440
spettatori in tre mesi	40,3	14.900	68,3	1.650	64,9	2.140	35,6	11.140
non spettatori	59,7	22.100	31,7	770	35,1	1.160	64,4	20.140
spettatori in una settimana media	20,2	7.470	38,5	930	40,8	1.350	16,6	5.190
non spettatori	79,8	29.530	61,5	1.490	59,2	1.950	83,4	26.090

# 8. Frequenza al cinema

uomini

## 8.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.356</b>		<b>1.771</b>		<b>1.469</b>		<b>1.713</b>		<b>869</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>5.000.000</b>		<b>3.480.000</b>		<b>3.400.000</b>		<b>3.890.000</b>		<b>2.030.000</b>	
<b>Sono andati al cinema, in tre mesi:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
1 o 2 volte	8,7	1.550	8,9	440	7,3	260	10,1	340	8,0	310	9,6	200
circa 1 volta al mese	7,4	1.310	6,8	340	7,5	260	7,2	240	7,8	310	8,2	160
circa 2-3 volte al mese	11,4	2.030	9,9	490	11,8	410	11,6	400	12,7	490	11,9	240
circa 1 volta alla settimana	12,4	2.210	14,3	710	15,2	530	10,9	370	9,8	380	10,9	220
più di 1 volta alla settimana	10,8	1.920	9,8	500	12,3	420	11,1	380	9,5	370	12,0	250
<b>spettatori in tre mesi</b>	<b>50,7</b>	<b>9.020</b>	<b>49,7</b>	<b>2.480</b>	<b>54,1</b>	<b>1.880</b>	<b>50,9</b>	<b>1.730</b>	<b>47,8</b>	<b>1.860</b>	<b>52,6</b>	<b>1.070</b>
<b>non spettatori</b>	<b>49,3</b>	<b>8.780</b>	<b>50,3</b>	<b>2.520</b>	<b>45,9</b>	<b>1.600</b>	<b>49,1</b>	<b>1.670</b>	<b>52,2</b>	<b>2.030</b>	<b>47,4</b>	<b>960</b>
<b>spettatori in una settimana media</b>	<b>28,8</b>	<b>5.120</b>	<b>28,9</b>	<b>1.440</b>	<b>31,1</b>	<b>1.090</b>	<b>29,8</b>	<b>1.010</b>	<b>24,7</b>	<b>960</b>	<b>30,5</b>	<b>620</b>
<b>non spettatori</b>	<b>71,2</b>	<b>12.680</b>	<b>71,1</b>	<b>3.560</b>	<b>68,9</b>	<b>2.390</b>	<b>70,2</b>	<b>2.390</b>	<b>75,3</b>	<b>2.930</b>	<b>69,5</b>	<b>1.410</b>

# 8. Frequenza al cinema

uomini

## 8.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	8,7	1.550	7,3	80	10,6	640	8,5	630	6,0	200
circa 1 volta al mese	7,4	1.310	9,6	90	8,1	490	7,5	560	5,2	170
circa 2-3 volte al mese	11,4	2.030	15,9	160	13,1	790	10,9	810	8,1	270
circa 1 volta alla settimana	12,4	2.210	14,9	150	14,8	890	12,2	900	8,2	270
più di 1 volta alla settimana	10,8	1.920	15,5	150	12,9	780	11,0	810	5,0	180
spettatori in tre mesi	50,7	9.020	63,2	630	59,5	3.590	50,1	3.710	32,5	1.090
non spettatori	49,3	8.780	36,8	370	40,5	2.450	49,9	3.680	67,5	2.280
spettatori in una settimana media	28,8	5.120	36,1	360	34,8	2.100	28,2	2.090	17,0	570
non spettatori	71,2	12.680	63,9	640	65,2	3.940	71,8	5.300	83,0	2.800

# 8. Frequenza al cinema

uomini

## 8.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	7.178		1.266		2.640		2.322		950	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		3.330.000		6.370.000		5.630.000		2.470.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:										
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	8,7	1.550	6,2	210	10,6	670	9,8	550	4,7	120
circa 1 volta al mese	7,4	1.310	8,4	280	10,0	640	5,8	330	2,7	60
circa 2-3 volte al mese	11,4	2.030	18,8	620	14,1	900	7,7	430	3,1	80
circa 1 volta alla settimana	12,4	2.210	27,4	910	14,2	900	6,4	360	1,8	40
più di 1 volta alla settimana	10,8	1.920	25,8	860	11,7	750	4,6	260	1,9	50
spettatori in tre mesi										
spettatori	50,7	9.020	86,6	2.880	60,6	3.860	34,3	1.930	14,2	350
non spettatori	49,3	8.780	13,4	450	39,4	2.510	65,7	3.700	85,8	2.120
spettatori in una settimana media										
spettatori	28,8	5.120	59,9	1.990	33,1	2.110	15,7	890	5,4	130
non spettatori	71,2	12.680	40,1	1.340	66,9	4.260	84,3	4.740	94,6	2.340

# 8. Frequenza al cinema

donne

## 8.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di Interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>1.565</b>		<b>2.189</b>		<b>1.728</b>		<b>1.954</b>		<b>983</b>	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		5.400.000		3.740.000		3.670.000		4.200.000		2.190.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	9,5	1.820	9,7	530	9,7	360	11,0	400	7,8	330	9,2	200
circa 1 volta al mese	6,1	1.170	5,6	300	7,4	280	6,0	220	5,8	240	5,8	130
circa 2-3 volte al mese	6,7	1.290	7,2	390	7,0	260	7,2	260	6,0	260	5,4	120
circa 1 volta alla settimana	6,3	1.220	9,0	490	8,1	300	6,4	240	2,9	120	3,3	70
più di 1 volta alla settimana	2,0	380	2,3	120	2,8	110	2,5	90	1,0	40	0,9	20
spettatori in tre mesi	30,6	5.880	33,8	1.830	35,0	1.310	33,1	1.210	23,5	990	24,6	540
non spettatori	69,4	13.320	66,2	3.570	65,0	2.430	66,9	2.460	76,5	3.210	75,4	1.650
spettatori in una settimana media	12,2	2.350	14,1	760	15,3	570	13,0	480	8,3	350	8,9	190
non spettatori	87,8	16.850	85,9	4.640	84,7	3.170	87,0	3.190	91,7	3.850	91,1	2.000

# 8. Frequenza al cinema

donne

## 8.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	8.419		445		2.700		3.430		1.844	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	9,5	1.820	12,3	100	11,6	670	9,8	790	5,8	260
circa 1 volta al mese	6,1	1.170	12,5	110	7,5	430	5,6	450	4,0	180
circa 2-3 volte al mese	6,7	1.290	15,6	130	8,7	510	6,3	510	3,2	140
circa 1 volta alla settimana	6,3	1.220	10,3	80	9,0	520	6,3	510	2,3	110
più di 1 volta alla settimana	2,0	380	6,3	50	3,2	180	1,6	130	0,4	20
spettatori in tre mesi	30,6	5.880	57,0	470	40,0	2.310	29,6	2.390	15,7	710
non spettatori	69,4	13.320	43,0	360	60,0	3.460	70,4	5.720	84,3	3.780
spettatori in una settimana media	12,2	2.350	25,7	210	16,3	940	11,5	930	6,0	270
non spettatori	87,8	16.850	74,3	620	83,7	4.830	88,5	7.180	94,0	4.220

# 8. Frequenza al cinema

donne

## 8.3.3. - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre		
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>1.412</b>		<b>3.206</b>		<b>2.635</b>		<b>1.166</b>		
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>3.650.000</b>		<b>6.930.000</b>		<b>5.920.000</b>		<b>2.700.000</b>		
Sono andati al cinema, in tre mesi:											
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	
1 o 2 volte	9,5	1.820	13,8	500	11,2	780	7,5	440	3,6	100	
circa 1 volta al mese	6,1	1.170	11,7	430	7,5	520	3,2	190	1,3	30	
circa 2-3 volte al mese	6,7	1.290	15,6	570	7,1	490	3,4	200	0,9	30	
circa 1 volta alla settimana	6,3	1.220	18,0	660	5,9	410	2,3	130	0,6	20	
più di 1 volta alla settimana	2,0	380	4,8	170	2,3	160	0,6	40	0,4	*	
spettatori in tre mesi											
spettatori	30,6	5.880	63,9	2.330	34,0	2.360	17,0	1.000	6,8	190	
non spettatori	69,4	13.320	36,1	1.320	66,0	4.570	83,0	4.920	93,2	2.510	
spettatori in una settimana media											
spettatori	12,2	2.350	29,6	1.080	12,8	890	5,7	330	1,7	50	
non spettatori	87,8	16.850	70,4	2.570	87,2	6.040	94,3	5.590	98,3	2.650	



# 8. Frequenza al cinema

donne di casa

## 8.4.1. - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		4.010.000		2.570.000		2.540.000		3.070.000		1.550.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:												
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	8,5	1.170	9,3	370	8,4	220	10,0	250	7,2	220	6,8	110
circa 1 volta al mese	5,1	700	4,7	190	6,4	170	4,7	120	4,6	140	5,5	80
circa 2-3 volte al mese	4,7	640	5,4	220	4,7	120	5,0	130	3,8	110	3,9	60
circa 1 volta alla settimana	3,7	510	4,6	180	4,6	120	3,7	100	2,3	70	2,7	40
più di 1 volta alla settimana	1,3	170	1,4	60	1,4	20	1,5	40	0,9	30	0,9	20
spettatori in tre mesi												
spettatori	23,3	3.190	25,4	1.020	25,5	650	24,9	640	18,8	570	19,8	310
non spettatori	76,7	10.550	74,6	2.990	74,5	1.920	75,1	1.900	81,2	2.500	80,2	1.240
spettatori in una settimana media												
spettatori	8,5	1.160	9,5	380	9,7	250	8,3	210	6,6	200	7,5	120
non spettatori	91,5	12.580	90,5	3.630	90,3	2.320	91,7	2.330	93,4	2.870	92,5	1.430

# 8. Frequenza al cinema

donne di casa

## 8.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>317</b>		<b>1.855</b>		<b>2.442</b>		<b>1.468</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>580.000</b>		<b>3.910.000</b>		<b>5.700.000</b>		<b>3.550.000</b>	
<b>Sono andati al cinema, in tre mesi:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
<b>1 o 2 volte</b>	<b>8,5</b>	1.170	<b>11,5</b>	70	<b>11,4</b>	440	<b>8,9</b>	510	<b>4,3</b>	150
circa 1 volta al mese	<b>5,1</b>	700	<b>12,1</b>	70	<b>6,6</b>	260	<b>4,5</b>	250	<b>3,3</b>	120
circa 2-3 volte al mese	<b>4,7</b>	640	<b>14,0</b>	80	<b>6,3</b>	250	<b>3,8</b>	220	<b>2,7</b>	90
circa 1 volta alla settimana	<b>3,7</b>	510	<b>9,1</b>	50	<b>4,9</b>	190	<b>3,6</b>	210	<b>1,6</b>	60
più di 1 volta alla settimana	<b>1,3</b>	170	<b>7,2</b>	40	<b>1,8</b>	70	<b>0,9</b>	50	<b>0,3</b>	*
<b>spettatori in tre mesi</b>	<b>23,3</b>	3.190	<b>53,9</b>	310	<b>31,0</b>	1.210	<b>21,7</b>	1.240	<b>12,2</b>	430
<b>non spettatori</b>	<b>76,7</b>	10.550	<b>46,1</b>	270	<b>69,0</b>	2.700	<b>78,3</b>	4.460	<b>87,8</b>	3.120
<b>spettatori in una settimana media</b>	<b>8,5</b>	1.160	<b>24,7</b>	140	<b>10,2</b>	400	<b>8,0</b>	460	<b>4,7</b>	160
<b>non spettatori</b>	<b>91,5</b>	12.580	<b>75,3</b>	440	<b>89,8</b>	3.510	<b>92,0</b>	5.240	<b>95,3</b>	3.390

# 8. Frequenza al cinema

donne di casa

## 8.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di Interviste	6.082		246		2.618		2.360		858	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		810.000		5.650.000		5.320.000		1.960.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	8,5	1.170	12,0	100	10,8	610	7,6	400	3,2	60
circa 1 volta al mese	5,1	700	10,9	90	7,1	400	3,3	180	1,6	30
circa 2-3 volte al mese	4,7	640	8,2	70	6,4	360	3,7	200	0,9	*
circa 1 volta alla settimana	3,7	510	10,9	90	5,0	280	2,3	120	0,8	20
più di 1 volta alla settimana	1,3	170	3,2	20	1,8	110	0,6	30	0,5	*
spettatori in tre mesi	23,3	3.190	45,2	370	31,1	1.760	17,5	930	7,0	130
non spettatori	76,7	10.550	54,8	440	68,9	3.890	82,5	4.390	93,0	1.830
spettatori in una settimana media	8,5	1.160	19,4	160	11,6	650	6,0	320	1,7	30
non spettatori	91,5	12.580	80,6	650	88,4	5.000	94,0	5.000	98,3	1.930

# 8. Frequenza al cinema

donne di casa

## 8.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
Numero di interviste	6.082		975		791		673	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Sono andati al cinema, in tre mesi:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
1 o 2 volte	8,5	1.170	10,5	240	9,2	160	8,9	140
circa 1 volta al mese	5,1	700	7,1	160	5,6	100	6,3	100
circa 2-3 volte al mese	4,7	640	4,8	110	6,0	100	2,7	40
circa 1 volta la settimana	3,7	510	4,5	100	3,2	60	2,4	40
più di 1 volta la settimana	1,3	170	1,6	20	1,5	30	0,6	*
spettatori in tre mesi	23,3	3.190	28,5	630	25,5	450	20,9	330
non spettatori	76,7	10.550	71,5	1.620	74,5	1.280	79,1	1.200
spettatori in una settimana media	8,5	1.160	8,4	190	9,9	170	6,5	100
non spettatori	91,5	12.580	91,6	2.060	90,1	1.560	93,5	1.430

# 8.a Frequenza al cinema

## Circuiti delle sale frequentate

adulti

### 8.a.1. - Secondo regione

	Totale	Piemonte	Liguria	Lombardia	Tre Venezie	Emilia	Toscana	Marche e Umbria								
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>1.209</b>	<b>588</b>	<b>2.163</b>	<b>1.732</b>	<b>1.189</b>	<b>1.102</b>	<b>661</b>								
Stima della popolazione adulta	37.000.000	3.230.000	1.440.000	5.730.000	4.290.000	2.930.000	2.620.000	1.620.000								
Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale dei circuiti:																
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000								
Supra	7,2	2.680	7,2	230	12,2	180	7,3	420	8,1	340	8,2	240	8,8	230	6,9	110
Opus	6,1	2.260	5,4	170	9,8	140	5,9	340	4,4	190	9,4	270	9,5	250	3,6	60
Angelicum	2,1	770	1,6	50	0,5	*	2,0	110	1,9	80	2,6	80	2,5	70	1,0	*
altri circuiti o nessun circuito	4,8	1.760	6,0	200	2,8	40	5,5	310	4,9	220	7,9	230	4,2	110	3,7	60
<b>spettatori</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>20,2</b>	<b>650</b>	<b>25,3</b>	<b>360</b>	<b>20,7</b>	<b>1.180</b>	<b>19,3</b>	<b>830</b>	<b>28,1</b>	<b>820</b>	<b>25,0</b>	<b>660</b>	<b>15,2</b>	<b>240</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>79,8</b>	<b>2.580</b>	<b>74,7</b>	<b>1.080</b>	<b>79,3</b>	<b>4.550</b>	<b>80,7</b>	<b>3.460</b>	<b>71,9</b>	<b>2.110</b>	<b>75,0</b>	<b>1.960</b>	<b>84,8</b>	<b>1.380</b>

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna							
<b>Numero di interviste</b>	<b>1.434</b>	<b>418</b>	<b>1.429</b>	<b>1.105</b>	<b>656</b>	<b>1.502</b>	<b>349</b>							
Stima della popolazione adulta	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000							
Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale dei circuiti:														
	%	'000	%	'000	%	'000	%							
Supra	8,3	240	5,2	60	6,9	210	5,0	110	3,0	50	6,1	200	6,3	60
Opus	7,7	220	2,5	30	5,7	180	6,5	140	2,9	50	6,3	200	2,2	20
Angelicum	0,5	*	3,0	40	1,7	50	3,8	90	2,6	40	2,7	90	3,7	40
altri circuiti o nessun circuito	4,5	120	1,5	*	3,1	100	4,3	90	3,6	60	4,7	160	5,3	50
<b>spettatori</b>	<b>21,0</b>	<b>590</b>	<b>12,2</b>	<b>140</b>	<b>17,4</b>	<b>540</b>	<b>19,6</b>	<b>430</b>	<b>12,1</b>	<b>200</b>	<b>19,8</b>	<b>650</b>	<b>17,5</b>	<b>170</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,0</b>	<b>2.230</b>	<b>87,8</b>	<b>980</b>	<b>82,6</b>	<b>2.540</b>	<b>80,4</b>	<b>1.740</b>	<b>87,9</b>	<b>1.520</b>	<b>80,2</b>	<b>2.610</b>	<b>82,5</b>	<b>800</b>

# 8.a Frequenza al cinema

## Circuiti delle sale frequentate

adulti

8.a.2 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>3.960</b>		<b>2.921</b>		<b>3.197</b>		<b>3.668</b>		<b>1.851</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>10.400.000</b>		<b>7.220.000</b>		<b>7.060.000</b>		<b>8.090.000</b>		<b>4.230.000</b>	
Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale dei circuiti:												
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Sipra	7,2	2.680	7,9	820	8,1	580	8,2	580	5,3	430	6,2	270
Opus	6,1	2.260	6,3	650	6,4	470	7,4	520	4,9	390	5,3	230
Angelicum	2,1	770	1,7	180	2,3	160	1,3	90	2,7	220	2,9	120
altri circuiti o nessun circuito	4,8	1.760	5,3	550	6,1	440	4,2	300	3,3	270	4,9	200
<b>spettatori</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>21,2</b>	<b>2.200</b>	<b>22,9</b>	<b>1.650</b>	<b>21,1</b>	<b>1.490</b>	<b>16,2</b>	<b>1.310</b>	<b>19,3</b>	<b>820</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>78,8</b>	<b>8.200</b>	<b>77,1</b>	<b>5.570</b>	<b>78,9</b>	<b>5.570</b>	<b>83,8</b>	<b>6.780</b>	<b>80,7</b>	<b>3.410</b>

# 8.a Frequenza al cinema

## Circuiti delle sale frequentate

adulti

8.a.3 - Secondo sesso

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>7.178</b>		<b>8.419</b>		<b>6.082</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale dei circuiti:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Supra	7,2	2.680	10,3	1.830	4,4	850	3,2	440
Opus	6,1	2.260	8,6	1.540	3,8	720	2,5	340
Angelicum	2,1	770	3,1	550	1,1	220	0,8	110
altri circuiti o nessun circuito	4,8	1.760	6,8	1.200	2,9	560	2,0	270
spettatori	20,2	7.470	28,8	5.120	12,2	2.350	8,5	1.160
non spettatori	79,8	29.530	71,2	12.680	87,8	16.850	91,5	12.580

# 8.a Frequenza al cinema

## Circuiti delle sale frequentate

adulti

8.a.4 - Secondo età

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>2.678</b>	<b>2.823</b>	<b>3.024</b>	<b>2.643</b>	<b>2.313</b>	<b>2.116</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale dei circuiti:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
Supra	7,2 2.680	15,7 1.090	10,2 660	6,7 460	4,5 270	2,4 130	1,3 70
Opus	6,1 2.260	13,0 910	8,0 520	5,0 340	4,4 270	3,0 160	1,1 60
Angelicum	2,1 770	4,4 310	2,4 150	2,3 160	1,5 100	0,7 40	0,3 *
Altri circuiti o nessun circuito	4,8 1.760	10,9 760	6,4 410	4,3 290	2,8 170	1,6 90	0,8 40
<b>spettatori</b>	<b>20,2 7.470</b>	<b>44,0 3.070</b>	<b>27,0 1.740</b>	<b>18,3 1.250</b>	<b>13,2 810</b>	<b>7,7 420</b>	<b>3,5 180</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8 29.530</b>	<b>56,0 3.910</b>	<b>73,0 4.690</b>	<b>81,7 5.610</b>	<b>86,8 5.290</b>	<b>92,3 5.040</b>	<b>96,5 4.990</b>



# 8.b Frequenza al cinema

## Categorie delle sale frequentate

adulti

### 8.b.1. - Secondo regione

	Totale	Piemonte	Liguria	Lombardia	Tre Venezie	Emilia	Toscana	Marche e Umbria
Numero di interviste	15.597	1.209	588	2.163	1.732	1.189	1.102	661
Stima della popolazione adulta	37.000.000	3.230.000	1.440.000	5.730.000	4.290.000	2.930.000	2.620.000	1.620.000

Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale delle categorie:

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Extra (Sipra e Opus)	1,3	470	1,4	40	2,9	40	1,2	70	1,5	70	1,9	60	1,2	40	0,7	*
1ª (Sipra e Opus)	3,3	1.230	4,7	150	3,6	50	2,9	170	2,7	120	5,2	150	5,9	150	3,6	50
2ª (Sipra e Opus)	4,2	1.560	3,0	100	8,0	120	4,1	230	3,9	170	5,5	160	3,8	100	2,6	40
3ª (Sipra e Opus)	1,1	410	1,0	30	2,7	30	0,9	50	1,3	60	1,2	30	1,5	40	1,2	20
4ª e 5ª (Sipra e Opus)	3,4	1.250	2,7	90	4,4	70	3,8	220	3,1	120	3,6	110	5,8	150	2,4	40
A (Angelicum)	0,8	290	0,4	*	—	—	0,3	20	0,8	30	0,7	20	0,5	20	—	—
B (Angelicum)	0,5	200	0,4	*	0,3	*	0,8	50	0,5	20	0,2	*	1,7	40	0,5	*
C - D (Angelicum)	0,7	250	0,8	30	0,2	*	0,9	50	0,6	30	1,8	50	0,3	*	0,5	*
altri circuiti e sale non classificabili	4,9	1.810	5,8	190	3,2	50	5,8	320	4,9	210	8,0	230	4,3	110	3,7	60
<b>spettatori</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>20,2</b>	<b>650</b>	<b>25,3</b>	<b>360</b>	<b>20,7</b>	<b>1.180</b>	<b>19,3</b>	<b>830</b>	<b>28,1</b>	<b>820</b>	<b>25,0</b>	<b>660</b>	<b>15,2</b>	<b>240</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>79,8</b>	<b>2.580</b>	<b>74,7</b>	<b>1.080</b>	<b>79,3</b>	<b>4.550</b>	<b>80,7</b>	<b>3.460</b>	<b>71,9</b>	<b>2.110</b>	<b>75,0</b>	<b>1.960</b>	<b>84,8</b>	<b>1.380</b>

## 8.b Frequenza al cinema

### Categorie delle sale frequentate

adulti

8.b.1. - Secondo regione (seguito)

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
Numero di interviste	1.434	418	1.429	1.105	656	1.502	349
Stima della popolazione adulta	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000

Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale delle categorie:

	Lazio		Abruzzi		Campania		Puglie		Calabria e Basilicata		Sicilia		Sardegna	
	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Extra (Sipra e Opus)	2,6	70	—	—	1,0	30	0,2	*	0,3	*	0,7	20	1,3	*
1ª (Sipra e Opus)	4,5	130	1,8	20	2,2	70	2,3	50	0,5	*	3,0	100	0,8	*
2ª (Sipra e Opus)	5,4	150	4,0	40	3,7	110	3,8	90	3,1	60	5,2	170	2,9	20
3ª (Sipra e Opus)	1,3	40	0,8	*	0,8	30	0,9	20	0,1	*	1,2	40	0,3	*
4ª e 5ª (Sipra e Opus)	2,2	60	1,1	20	4,7	150	4,3	90	1,9	30	2,3	80	3,4	30
A (Angelicum)	0,2	*	—	—	1,5	50	2,9	60	1,2	20	1,4	50	0,6	*
B (Angelicum)	—	—	1,5	20	0,2	*	0,4	*	0,7	*	0,4	*	0,3	*
C - D (Angelicum)	0,3	*	1,5	*	—	—	0,5	*	0,7	*	0,7	20	0,6	*
altri circuiti e sale non classificabili	4,5	130	1,5	20	3,3	100	4,3	90	3,6	60	4,9	160	7,3	70
<b>spettatori</b>	<b>21,0</b>	<b>590</b>	<b>12,2</b>	<b>140</b>	<b>17,4</b>	<b>540</b>	<b>19,6</b>	<b>430</b>	<b>12,1</b>	<b>200</b>	<b>19,8</b>	<b>650</b>	<b>17,5</b>	<b>170</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,0</b>	<b>2.230</b>	<b>87,8</b>	<b>980</b>	<b>82,6</b>	<b>2.540</b>	<b>80,4</b>	<b>1.740</b>	<b>87,9</b>	<b>1.520</b>	<b>80,2</b>	<b>2.610</b>	<b>82,5</b>	<b>800</b>

# 8.b Frequenza al cinema

## Categorie delle sale frequentate

adulti

### 8.b.2. - Secondo zone geografiche

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>3.960</b>	<b>2.921</b>	<b>3.197</b>	<b>3.668</b>	<b>1.851</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale delle categorie:

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Extra (Sipra e Opus)	1,3	470	1,5	160	1,7	120	1,7	120	0,5	40	0,8	30
1ª (Sipra e Opus)	3,3	1.230	3,6	370	3,7	270	4,8	340	1,8	140	2,5	110
2ª (Sipra e Opus)	4,2	1.560	4,3	450	4,5	320	4,1	290	3,7	300	4,7	200
3ª (Sipra e Opus)	1,1	410	1,1	120	1,2	90	1,4	100	0,7	60	1,0	40
4ª e 5ª (Sipra e Opus)	3,4	1.250	3,6	370	3,3	240	3,6	250	3,5	280	2,5	110
A (Angelicum)	0,8	290	0,3	30	0,8	50	0,3	20	1,6	130	1,3	60
B (Angelicum)	0,5	200	0,6	60	0,4	30	0,7	50	0,6	50	0,4	*
C - D (Angelicum)	0,7	250	0,8	80	1,1	80	0,3	20	0,5	40	0,7	30
altri circuiti e sale non classificabili	4,9	1.810	5,4	560	6,2	450	4,2	300	3,3	270	5,4	230
<b>spettatori</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>21,2</b>	<b>2.200</b>	<b>22,9</b>	<b>1.650</b>	<b>21,1</b>	<b>1.490</b>	<b>16,2</b>	<b>1.310</b>	<b>19,3</b>	<b>820</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>78,8</b>	<b>8.200</b>	<b>77,1</b>	<b>5.570</b>	<b>78,9</b>	<b>5.570</b>	<b>83,8</b>	<b>6.780</b>	<b>80,7</b>	<b>3.410</b>

# 8.b Frequenza al cinema

## Categorie delle sale frequentate

adulti

8.b.3 - Secondo sesso

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>7.178</b>		<b>8.419</b>		<b>6.082</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Sono andati al cinema, in una settimana media, in sale delle categorie:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Extra (Sipra e Opus)	1,3	470	1,8	320	0,8	150	0,6	80
1 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	3,3	1.230	4,6	810	2,2	420	1,5	210
2 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	4,2	1.560	5,9	1.060	2,6	500	1,8	240
3 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	1,1	410	1,5	280	0,7	130	0,6	90
4 <sup>a</sup> e 5 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	3,4	1.250	5,0	890	1,9	360	1,1	150
A (Angelicum)	0,8	290	1,2	200	0,4	90	0,4	50
B (Angelicum)	0,5	200	0,8	140	0,3	60	0,3	30
C - D (Angelicum)	0,7	250	1,0	180	0,4	70	0,2	30
altri circuiti e sale non classificabili	4,9	1.810	7,0	1.240	2,9	570	2,0	280
<b>spettatori</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>28,8</b>	<b>5.120</b>	<b>12,2</b>	<b>2.350</b>	<b>8,5</b>	<b>1.160</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>71,2</b>	<b>12.680</b>	<b>87,8</b>	<b>16.850</b>	<b>91,5</b>	<b>12.580</b>

# 8.b Frequenza al cinema

## Categorie delle sale frequentate

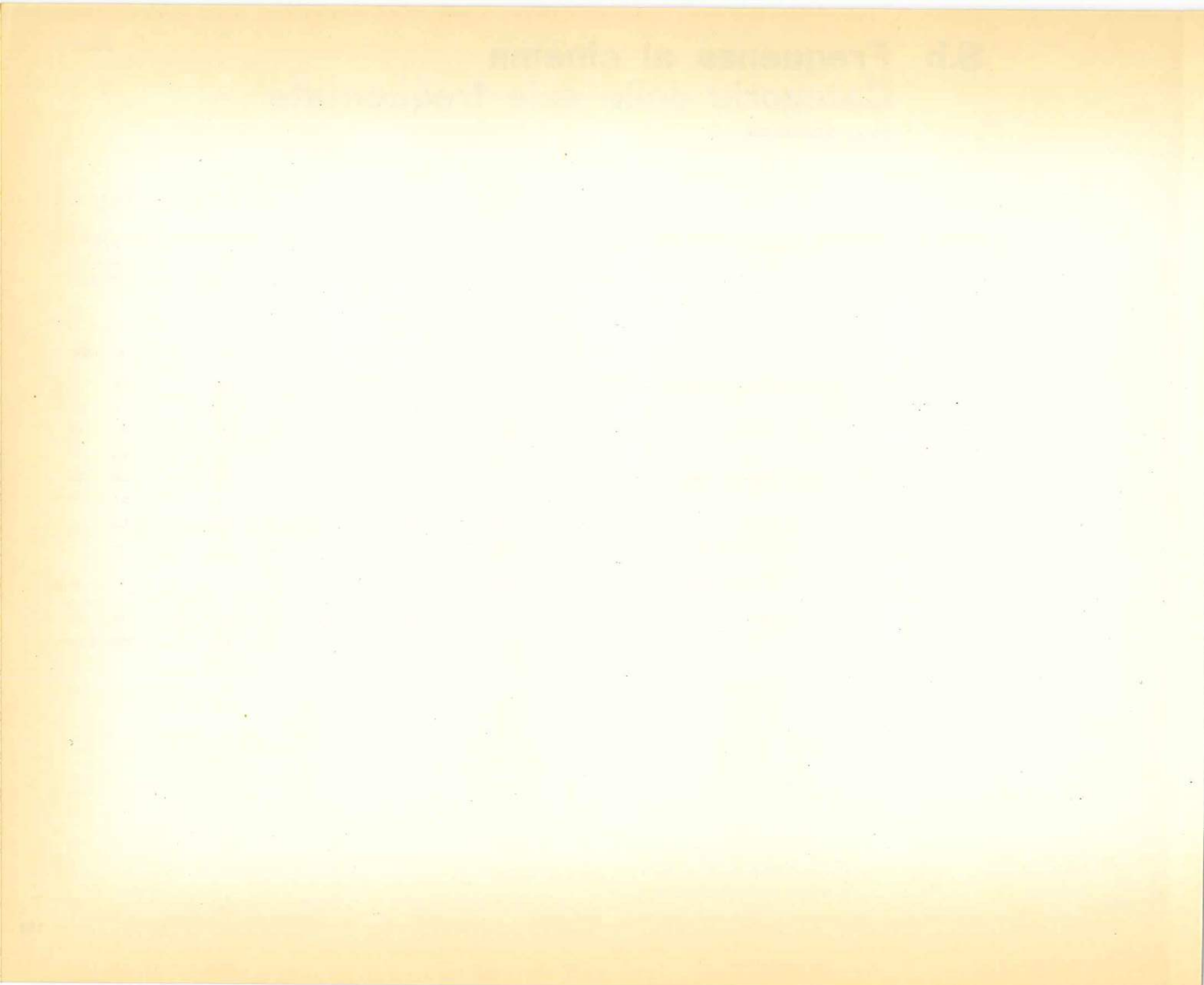
adulti

8.b.4 - Secondo età

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Sono andati al cinema, in  
una settimana media, in  
sale delle categorie:

	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
Extra (Sipra e Opus)	1,3	470	2,3	160	2,0	120	1,4	100	1,0	60	0,4	30	0,1	*
1 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	3,3	1.230	7,1	490	5,0	320	3,3	230	1,5	90	1,2	70	0,5	30
2 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	4,2	1.560	9,2	640	5,6	360	3,7	250	2,9	180	1,7	90	0,7	40
3 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	1,1	410	2,3	170	1,3	80	0,7	50	1,0	60	0,4	20	0,5	30
4 <sup>a</sup> e 5 <sup>a</sup> (Sipra e Opus)	3,4	1.250	7,7	530	4,2	270	2,6	180	2,5	160	1,6	80	0,6	30
A (Angelicum)	0,8	290	1,2	90	0,9	70	1,1	70	0,8	50	0,2	*	0,1	*
B (Angelicum)	0,5	200	1,2	80	0,6	40	0,6	40	0,3	20	0,2	*	0,2	*
C - D (Angelicum)	0,7	250	1,8	130	0,9	60	0,5	30	0,4	20	0,2	*	—	—
altri circuiti e sale non classificabili	4,9	1.810	11,2	780	6,5	420	4,4	300	2,8	170	1,8	100	0,8	40
<b>spettatori</b>	<b>20,2</b>	<b>7.470</b>	<b>44,0</b>	<b>3.070</b>	<b>27,0</b>	<b>1.740</b>	<b>18,3</b>	<b>1.250</b>	<b>13,2</b>	<b>810</b>	<b>7,7</b>	<b>420</b>	<b>3,5</b>	<b>180</b>
<b>non spettatori</b>	<b>79,8</b>	<b>29.530</b>	<b>56,0</b>	<b>3.910</b>	<b>73,0</b>	<b>4.690</b>	<b>81,7</b>	<b>5.610</b>	<b>86,8</b>	<b>5.290</b>	<b>92,3</b>	<b>5.040</b>	<b>96,5</b>	<b>4.990</b>



# Radio

Sezione 9	<b>Frequenza di ascolto della radio</b> Ascoltatori in un giorno medio
Adulti	Tavole 9.1...
Uomini	Tavole 9.2...
Donne	Tavole 9.3...
Donne di casa	Tavole 9.4...
Sezione 9a	<b>Ascolto della radio in sei periodi della giornata</b>
Adulti	Tavole 9a...
Sezione 9b	<b>Ascolto della radio nei singoli intervalli</b>
Adulti	Tavole 9b...

In questa parte vengono presentate quattro serie di dati:

- *Frequenza di ascolto della radio.* Adulti che ascoltano la radio: tutti i giorni o quasi, 2-4 volte la settimana, ecc.
- *Ascoltatori in un giorno medio.* Adulti che, in un giorno medio, ascoltano la radio (una o più volte).
- *Frequenza di ascolto nei diversi periodi della giornata.* Adulti che ascoltano la radio prima delle 9 (o dalle 9 alle 12; ecc.): tutti i giorni o quasi; 2-4 volte la settimana; ecc.
- *Ascolto della radio nei singoli intervalli.* Adulti che, in un giorno medio, ascoltano la radio, sul Programma Nazionale (o sul Secondo Programma): dalle 7.00 alle 7.30, dalle 7.30 alle 8.00, ecc.

## Forma di presentazione dei dati

Le tavole statistiche contengono due serie di cifre:

- percentuali (calcolate «su 100 adulti italiani nel complesso» oppure «su 100 adulti appartenenti ad un dato sottogruppo della collettività considerata»). Le percentuali sono stampate in rosso.
- stime (valutazioni, in migliaia di adulti). Le stime sono stampate in nero.

Si leggano altre spiegazioni sulla presentazione di questi due tipi di dati nella «Introduzione».

Nella tavola 9, che contiene dati sulla «composizione» di alcune collettività di particolare interesse, le percentuali sono calcolate «su 100 adulti che ascoltano la radio almeno 1 volta la settimana» oppure: «su 100 adulti che ascoltano la radio 5 o più giorni la settimana», ecc. e indicano, per ogni 100 ascoltatori, quanti sono maschi, quanti sono femmine, quanti vivono nel Nord, nei centri con oltre 100.000 abitanti, ecc. ecc.

Si leggano a tergo le definizioni e le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

### Frequenza di ascolto della radio

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

- In quanti giorni di una settimana normale, Lei ascolta di solito la radio: tutti i giorni, non tutti i giorni, ma almeno 5 giorni la settimana, da 2 a 4 giorni la settimana o meno di 2 giorni la settimana? (Proporre tutte le alternative senza interruzioni).

Sono stati dunque considerati *ascoltatori della radio con frequenza*, ad esempio, «da 2 a 4 giorni la settimana», gli adulti che ascoltano la radio nel corso di 2-4 giorni su 7, in casa o fuori di casa, indipendentemente dall'ora, dalla rete e dalla durata dell'ascolto.

### Ascoltatori in un giorno medio

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

- *Ieri* Lei ha ascoltato la radio, anche per pochi minuti, in casa o fuori di casa?

Sono stati considerati dunque «*ascoltatori della radio in un giorno medio*»:

- gli adulti che, in un *giorno medio*, ascoltano la radio indipendentemente dall'ora, dalla rete e dalla durata dell'ascolto.

### Frequenza di ascolto nei diversi periodi della giornata

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

(A coloro che ascoltano la radio almeno 2-4 volte la settimana):

- In quanti giorni di una settimana normale, Lei ascolta di solito la radio, *prima delle 9 del mattino*: tutti i giorni, non tutti i giorni ma almeno 5 giorni la settimana, da 2 a 4 giorni la settimana o meno di 2 giorni la settimana?

La domanda veniva ripetuta per 6 periodi della giornata, e cioè:

- a) prima delle 9 del mattino
- b) fra le 9 e le 12
- c) fra le 12 e le 15
- d) fra le 15 e le 18
- e) fra le 18 e le 21
- f) dopo le 21

Sono stati dunque considerati «*ascoltatori della radio, prima delle 9 del mattino*» con frequenza, per esempio, «da 2 a 4 giorni la settimana», gli adulti che ascoltano la radio prima delle 9 con la frequenza indicata, indipendentemente dalla rete e dalla durata dell'ascolto.

Per ragioni tecniche le domande relative ai periodi a), b), d), f) vennero rivolte ad un intervistato ogni 4 e le domande relative ai periodi c) ed e) ad un intervistato ogni 2.

I 3.916 intervistati che risposero alla domanda relativa al periodo a), come pure i 7.779 intervistati che risposero per il periodo c), ecc., costituiscono per se stessi un «campione rappresentativo» di tutti gli italiani adulti, equivalente, a parte la minore ampiezza, all'intero campione dei 15.597 intervistati.

### Ascolto della radio nei singoli intervalli

I dati vennero rilevati con le seguenti domande:

- Lei ha sentito *ieri* la radio, *prima delle 9 del mattino*?

- (Se sì): Lei ha ascoltato forse la radio fra le 7 e le 7,30?: *ieri* a quell'ora veniva trasmesso sul Programma Nazionale... (indicazione della trasmissione) e sul 2° Programma... (indicazione della trasmissione) (Leggere dal Radiocorriere i programmi delle ore considerate). Lei ha ascoltato... (trasmissioni indicate) sul Programma Nazionale? Ha ascoltato... (trasmissioni indicate) sul 2° Programma?

Queste domande vennero ripetute per tutti gli altri periodi della giornata.

In base alle indicazioni dell'intervistato relative alle trasmissioni ascoltate, e con l'ausilio del Radiocorriere, l'intervistatore lo classificava come «ascoltatore» o «non ascoltatore» in ciascuno degli intervalli della giornata, di 1/2 ora, per il Programma Nazionale o per il 2° Programma.

Sono stati considerati ascoltatori della radio, per es., dalle 7 alle 7,30 (intervallo di 30 minuti) sul Programma Nazionale, gli adulti che, *in un giorno medio*, avevano ascoltato la radio, sulla rete considerata, e nell'intervallo indicato, per l'intero intervallo di 30 minuti, o anche per una qualunque frazione dell'intervallo stesso (e cioè anche per pochi minuti).

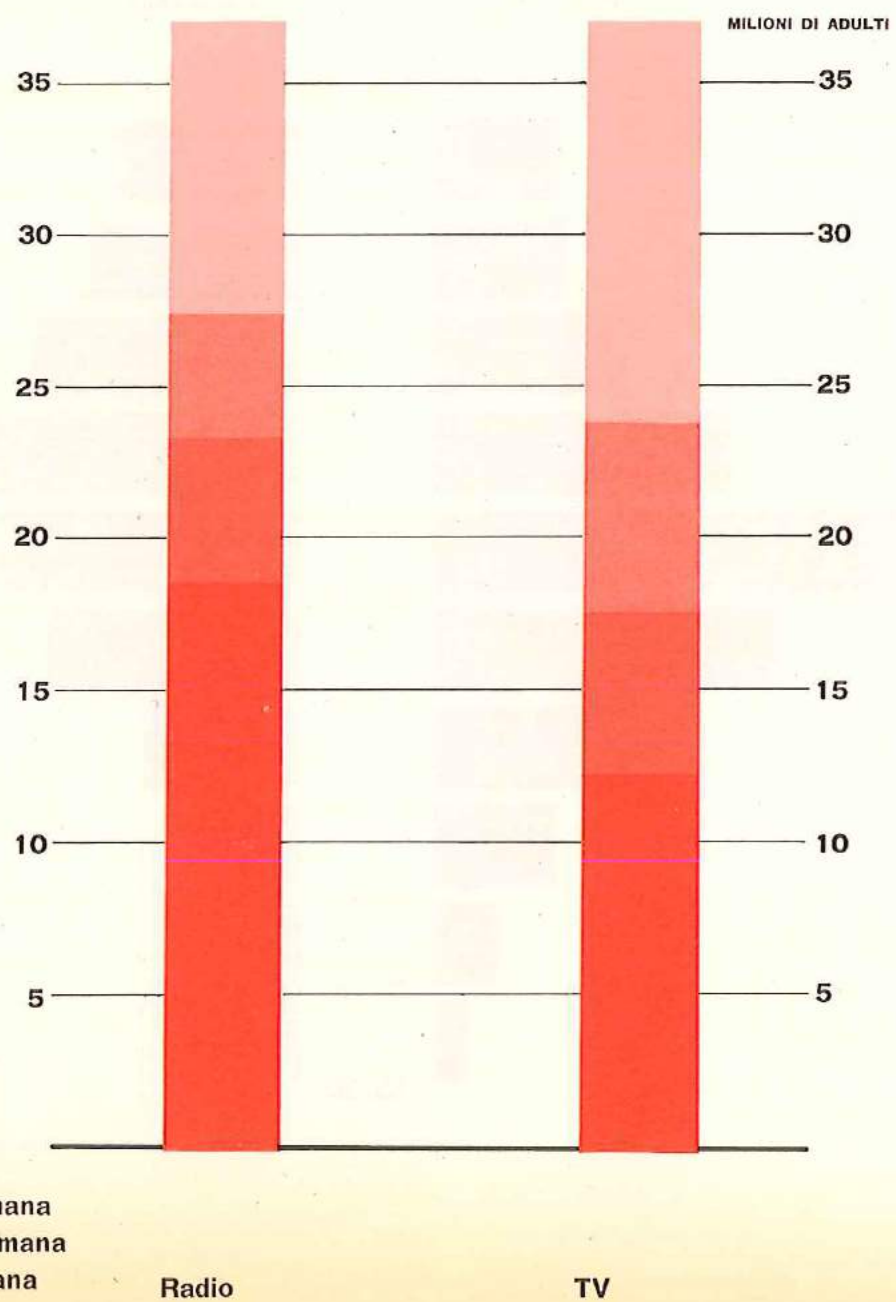
Richiamiamo l'attenzione su quanto segue. Anche per il numero di «ascoltatori» della radio in determinati intervalli e su determinate reti, come per il numero di «lettori» dei periodici, si è cercato di pervenire alla valutazione del numero *massimo* di persone che hanno la possibilità di ascoltare la pubblicità trasmessa ad una determinata ora, in quanto in quell'ora sono in ascolto sulla rete che interessa. In realtà può trattarsi di persone che ascoltano attentamente nel corso di tutto l'intervallo considerato, o anche di persone

che ascoltano solo per pochi minuti dell'intervallo considerato.

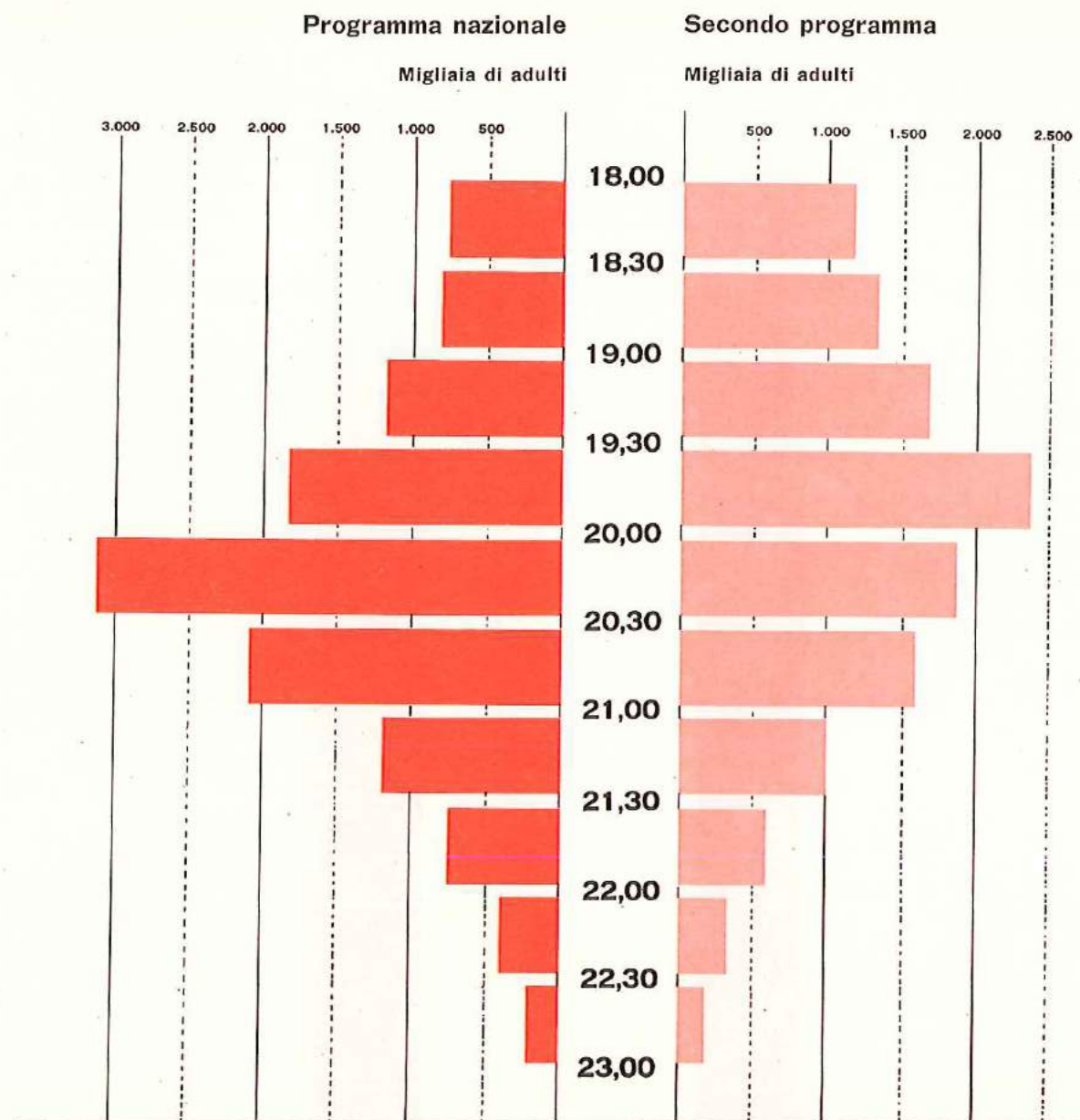
In altre indagini sull'ascolto nei singoli intervalli il criterio di rilevazione è un po' diverso: si stabilisce cioè che non deve essere considerato ascoltatore in un determinato intervallo chi è in ascolto per un tempo inferiore ad una frazione minima di quell'intervallo (per esempio per meno di 10 o di 15 minuti del 30 considerati). Pertanto, se si confrontano i risultati di indagini eseguite con il criterio del tempo minimo di ascolto con i risultati della presente indagine si può trovare che questi ultimi — forse soltanto a causa della differenza di metodo — indicano un numero di ascoltatori più alto, specialmente negli intervalli in cui è più frequente l'ascolto occasionale (per pochi minuti), che sono spesso anche gli intervalli in cui il numero di ascoltatori è più alto («ore di punta»).



# Ascolto dei programmi radiofonici e televisivi



# Ascolto dei programmi radiofonici fra le 18 e le 23



# 9. Frequenza di ascolto della radio

## 9. - Composizione degli ascoltatori della radio

	Popolazione adulta	Ascoltano la radio		
		1 o più giorni la settimana	meno di 5 giorni la settimana	5 o più giorni la settimana
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>27.340.000</b>	<b>8.900.000</b>	<b>18.440.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	30	23	33
Nord-Est	19.5	21	18	23
Centro	19.1	20	19	20
Sud	21.9	18	26	15
Isole	11.4	11	14	9
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Regioni:</b>				
Piemonte	8.8	9	7	10
Liguria	3.9	4	3	5
Lombardia	15.5	16	13	18
Tre Venezia	11.6	13	11	14
Emilia	7.9	9	7	10
Toscana	7.1	7	7	8
Marche e Umbria	4.4	4	4	4
Lazio	7.6	8	8	8
Abruzzi	3.0	3	4	2
Campania	8.3	7	11	4
Puglie	5.9	6	7	5
Calabria e Basilicata	4.6	3	4	3
Sicilia	8.8	8	11	6
Sardegna	2.6	3	3	3
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Ascoltano la radio		
		1 o più giorni la settimana	meno di 5 giorni la settimana	5 o più giorni la settimana
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>27.340.000</b>	<b>8.900.000</b>	<b>18.440.000</b>
<b>Grandezza del comune:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
fino a 5.000 ab.	24.2	23	26	21
5.000 - 10.000 ab.	15.7	15	16	15
10.000 - 30.000 ab.	19.3	19	20	18
30.000 - 100.000 ab.	15.8	16	15	17
oltre 100.000 ab.	25.0	27	23	29
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sesso:</b>				
uomini	48.1	49	54	47
donne	51.9	51	46	53
(donne di casa)	(37.1)	(35)	(33)	(35)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4.9	5	5	5
media	31.9	36	29	39
medio-inferiore	41.9	43	44	43
inferiore	21.3	16	22	13
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18.9	22	18	23
25 - 34 anni	17.4	18	19	18
35 - 44 anni	18.5	19	19	19
45 - 54 anni	16.5	16	16	17
55 - 64 anni	14.7	14	15	13
65 anni e oltre	14.0	11	13	10
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		3.960		2.921		3.197		3.668		1.851	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	39,9	14.770	48,1	5.000	49,9	3.600	41,8	2.950	24,1	1.950	30,0	1.270
almeno 5 giorni la settimana	9,9	3.670	10,7	1.110	9,6	700	10,2	730	9,0	730	9,6	400
2-4 giorni la settimana	12,9	4.780	10,5	1.090	12,6	910	14,0	990	14,8	1.190	14,2	600
1 giorno la settimana	11,2	4.120	9,3	970	9,2	660	10,4	730	13,8	1.120	15,2	640
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	73,9	27.340	78,6	8.170	81,3	5.870	76,4	5.400	61,7	4.990	69,0	2.910
<b>non ascoltatori</b>	26,1	9.660	21,4	2.230	18,7	1.350	23,6	1.660	38,3	3.100	31,0	1.320
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	51,9	19.200	58,8	6.110	59,1	4.270	54,1	3.820	39,8	3.220	42,0	1.780
<b>non ascoltatori</b>	48,1	17.800	41,2	4.290	40,9	2.950	45,9	3.240	60,2	4.870	58,0	2.450

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

9.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.00 abitanti	
Numero di interviste	15.597		2.334		1.611		3.176		3.388		5.088	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		8.980.000		5.810.000		7.140.000		5.830.000		9.240.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	39,9	14.770	32,5	2.920	38,6	2.240	37,4	2.670	43,3	2.530	47,7	4.410
almeno 5 giorni la settimana	9,9	3.670	10,2	910	9,7	570	9,3	670	9,3	540	10,6	980
2-4 giorni la settimana	12,9	4.780	13,4	1.210	13,5	780	13,4	950	11,5	670	12,6	1.170
1 giorno la settimana	11,2	4.120	12,8	1.150	10,5	610	11,9	850	11,0	640	9,5	870
ascoltatori in una settimana media	73,9	27.340	68,9	6.190	72,3	4.200	72,0	5.140	75,1	4.380	80,4	7.430
non ascoltatori	26,1	9.660	31,1	2.790	27,7	1.610	28,0	2.000	24,9	1.450	19,6	1.810
ascoltatori in un giorno medio	51,9	19.200	45,2	4.060	51,9	3.020	49,8	3.560	55,9	3.260	57,4	5.300
non ascoltatori	48,1	17.800	54,8	4.920	48,1	2.790	50,2	3.580	44,1	2.570	42,6	3.940

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.3 - Secondo regione

	Totale	Piemonte	Liguria	Lombardia	Tre Venezie	Emilia	Toscana	Marche e Umbria
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>1.209</b>	<b>588</b>	<b>2.163</b>	<b>1.732</b>	<b>1.189</b>	<b>1.102</b>	<b>661</b>
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>	<b>3.230.000</b>	<b>1.440.000</b>	<b>5.730.000</b>	<b>4.290.000</b>	<b>2.930.000</b>	<b>2.620.000</b>	<b>1.620.000</b>
<b>Ascoltano la radio, in una settimana - media:</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>
tutti i giorni	39,9 14.770	46,0 1.490	54,1 780	47,8 2.730	47,6 2.050	53,2 1.560	43,3 1.130	40,7 660
almeno 5 giorni la settimana	9,9 3.670	11,9 380	9,4 140	10,4 590	10,7 460	8,0 230	10,7 280	10,0 160
2-4 giorni la settimana	12,9 4.780	9,9 320	10,0 140	10,9 630	12,2 520	13,1 390	14,0 370	13,7 230
1 giorno la settimana	11,2 4.120	9,8 320	8,4 120	9,2 530	9,9 420	8,2 240	9,4 250	8,2 130
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>73,9 27.340</b>	<b>77,6 2.510</b>	<b>81,9 1.180</b>	<b>78,3 4.480</b>	<b>80,4 3.450</b>	<b>82,5 2.420</b>	<b>77,4 2.030</b>	<b>72,6 1.180</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>26,1 9.660</b>	<b>22,4 720</b>	<b>18,1 260</b>	<b>21,7 1.250</b>	<b>19,6 840</b>	<b>17,5 510</b>	<b>22,6 590</b>	<b>27,4 440</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>51,9 19.200</b>	<b>56,1 1.810</b>	<b>60,5 870</b>	<b>59,9 3.430</b>	<b>59,8 2.570</b>	<b>58,1 1.700</b>	<b>59,6 1.560</b>	<b>52,8 850</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>48,1 17.800</b>	<b>43,9 1.420</b>	<b>39,5 570</b>	<b>40,1 2.300</b>	<b>40,2 1.720</b>	<b>41,9 1.230</b>	<b>40,4 1.060</b>	<b>47,2 770</b>

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
<b>Numero di interviste</b>	1.434	418	1.489	1.105	656	1.502	349
<b>Stima della popolazione adulta</b>	2.820.000	1.120.000	3.080.000	2.170.000	1.720.000	3.260.000	970.000
<b>Ascoltano la radio in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	41,0 1.160	28,3 310	17,9 550	34,4 740	19,5 340	26,2 850	42,9 420
almeno 5 giorni la settimana	10,0 280	10,3 120	7,2 220	11,3 250	8,6 150	9,6 320	9,4 90
2-4 giorni la settimana	14,3 400	15,4 170	16,7 510	15,3 330	10,1 170	14,4 470	13,4 130
1 giorno la settimana	12,4 350	14,5 160	15,5 480	12,1 260	12,7 220	16,6 540	10,6 100
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	77,7 2.190	68,5 760	57,3 1.760	73,1 1.580	50,9 880	66,8 2.180	76,3 740
<b>non ascoltatori</b>	22,3 630	31,5 360	42,7 1.320	26,9 590	49,1 840	33,2 1.080	23,7 230
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	49,7 1.400	42,0 470	31,0 950	47,1 1.030	45,1 780	38,4 1.250	54,4 530
<b>non ascoltatori</b>	50,3 1.420	58,0 650	69,0 2.130	52,9 1.140	54,9 940	61,6 2.010	45,6 440

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

9.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa	Superiore	Media	Medio-inferiore	Inferiore
Numero di interviste	15.597	7.178	8.419	6.082	939	5.258	6.292	3.108
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000	1.830.000	11.810.000	15.500.000	7.860.000
Ascoltano la radio in una settimana media:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	39,9 14.770	38,8 6.900	41,0 7.870	38,4 5.280	46,8 850	49,6 5.870	40,1 6.210	23,5 1.840
almeno 5 giorni la settimana	9,9 3.670	10,2 1.820	9,6 1.850	9,0 1.230	9,8 180	11,0 1.300	10,6 1.650	6,8 540
2-4 giorni la settimana	12,9 4.780	14,0 2.500	11,9 2.280	12,1 1.670	14,5 270	12,5 1.470	13,5 2.090	12,1 950
1 giorno la settimana	11,2 4.120	13,0 2.310	9,4 1.810	9,4 1.290	10,0 180	9,4 1.110	11,7 1.810	13,0 1.020
ascoltatori in una settimana media	73,9 27.340	76,0 13.530	71,9 13.810	68,9 9.470	81,1 1.480	82,5 9.750	75,9 11.760	55,4 4.350
non ascoltatori	26,1 9.660	24,0 4.270	28,1 5.390	31,1 4.270	18,9 350	17,5 2.060	24,1 3.740	44,6 3.510
ascoltatori in un giorno medio	51,9 19.200	52,1 9.280	51,7 9.920	49,1 6.750	57,6 1.050	60,4 7.140	53,0 8.220	35,4 2.790
non ascoltatori	48,1 17.800	47,9 8.520	48,3 9.280	50,9 6.990	42,4 780	39,6 4.670	47,0 7.280	64,6 5.070



# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
<b>Ascoltano la radio in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	39,9 14.770	48,8 3.410	41,9 2.690	40,6 2.780	39,9 2.430	36,1 1.970	28,7 1.490
almeno 5 giorni la settimana	9,9 3.670	12,1 850	9,7 630	10,2 700	10,2 620	9,0 490	7,4 380
2-4 giorni la settimana	12,9 4.780	13,1 910	13,6 880	13,9 960	12,2 750	13,6 740	10,6 540
1 giorno la settimana	11,2 4.120	9,9 690	12,5 800	11,8 810	11,2 680	10,3 560	11,1 580
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	73,9 27.340	83,9 5.860	77,7 5.000	76,5 5.250	73,5 4.480	69,0 3.760	57,8 2.990
<b>non ascoltatori</b>	26,1 9.660	16,1 1.120	22,3 1.430	23,5 1.610	26,5 1.620	31,0 1.700	42,2 2.180
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	51,9 19.200	62,6 4.370	53,9 3.470	53,7 3.680	50,8 3.100	47,5 2.590	38,4 1.990
<b>non ascoltatori</b>	48,1 17.800	37,4 2.610	46,1 2.960	46,3 3.180	49,2 3.000	52,5 2.870	61,6 3.180

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.6 - Secondo professione

	Totale		Imprenditori, professionisti e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>453</b>		<b>823</b>		<b>1.107</b>		<b>1.280</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>950.000</b>		<b>2.480.000</b>		<b>2.710.000</b>		<b>2.620.000</b>	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	39,9	14.770	45,0	430	26,9	670	43,9	1.190	51,2	1.340
almeno 5 giorni la settimana	9,9	3.670	9,5	90	10,8	270	9,2	250	8,8	230
2-4 giorni la settimana	12,9	4.780	12,5	120	12,7	310	13,2	360	12,9	340
1 giorno la settimana	11,2	4.120	12,3	120	14,3	360	10,6	290	10,7	280
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>73,9</b>	<b>27.340</b>	<b>79,3</b>	<b>760</b>	<b>64,7</b>	<b>1.610</b>	<b>76,9</b>	<b>2.090</b>	<b>83,6</b>	<b>2.190</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>26,1</b>	<b>9.660</b>	<b>20,7</b>	<b>190</b>	<b>35,3</b>	<b>870</b>	<b>23,1</b>	<b>620</b>	<b>16,4</b>	<b>430</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>51,9</b>	<b>19.200</b>	<b>55,8</b>	<b>550</b>	<b>39,5</b>	<b>980</b>	<b>54,2</b>	<b>1.460</b>	<b>63,1</b>	<b>1.650</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>48,1</b>	<b>17.800</b>	<b>44,2</b>	<b>400</b>	<b>60,5</b>	<b>1.500</b>	<b>45,8</b>	<b>1.250</b>	<b>36,9</b>	<b>970</b>

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	1.448		831		1.439		5.811		2.405	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	3.530.000		2.290.000		3.580.000		13.140.000		5.700.000	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	44,3	1.560	27,1	620	40,0	1.430	40,4	5.320	39,1	2.230
almeno 5 giorni la settimana	11,8	420	9,2	210	11,7	420	9,3	1.220	9,9	560
2-4 giorni la settimana	14,6	520	15,8	360	15,7	560	11,6	1.520	12,2	690
1 giorno la settimana	12,8	450	15,4	350	12,4	440	9,5	1.250	10,3	590
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	83,5	2.950	67,5	1.540	79,8	2.850	70,8	9.310	71,5	4.070
non ascoltatori	16,5	580	32,5	750	20,2	730	29,2	3.830	28,5	1.630
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	59,0	2.080	40,1	920	54,0	1.930	50,7	6.680	51,8	2.950
non ascoltatori	41,0	1.450	59,9	1.370	46,0	1.650	49,3	6.460	48,2	2.750

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

## 9.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
Numero di interviste	15.597		11.427		2.193		1.977	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	39,9	14.770	36,1	10.260	54,6	2.570	50,2	1.950
almeno 5 giorni la settimana	9,9	3.670	9,6	2.730	11,2	530	10,6	410
2-4 giorni la settimana	12,9	4.780	13,0	3.690	12,2	580	13,2	510
1 giorno la settimana	11,2	4.120	11,6	3.310	9,4	440	9,5	370
ascoltatori in una settimana media	73,9	27.340	70,3	19.990	87,4	4.120	83,5	3.240
non ascoltatori	26,1	9.660	29,7	8.420	12,6	590	16,5	640
ascoltatori in un giorno medio	51,9	19.200	48,7	13.840	62,0	2.920	63,3	2.450
non ascoltatori	48,1	17.800	51,3	14.570	38,0	1.790	36,7	1.430

# 9. Frequenza di ascolto della radio

adulti

9.1.8 - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	39,9	14.770	50,3	1.220	47,2	1.550	38,3	12.000
almeno 5 giorni la settimana	9,9	3.670	10,5	250	11,0	360	9,7	3.050
2-4 giorni la settimana	12,9	4.780	13,4	320	16,9	560	12,5	3.900
1 giorno la settimana	11,2	4.120	9,0	220	10,5	350	11,4	3.560
ascoltatori in una settimana media	73,9	27.340	83,2	2.010	85,6	2.820	71,9	22.510
non ascoltatori	26,1	9.660	16,8	410	14,4	480	28,1	8.770
ascoltatori in un giorno medio	51,9	19.200	62,0	1.500	59,9	1.970	50,4	15.770
non ascoltatori	48,1	17.800	38,0	920	40,1	1.330	49,6	15.510

# 9. Frequenza di ascolto della radio

uomini

## 9.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	7.178		1.356		1.771		1.469		1.713		869	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		5.000.000		3.480.000		3.400.000		3.890.000		2.030.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	38,8	6.900	47,7	2.380	47,5	1.650	39,8	1.360	23,2	900	30,2	610
almeno 5 giorni la settimana	10,2	1.820	10,9	540	10,2	350	10,1	340	10,2	400	9,2	190
2-4 giorni la settimana	14,0	2.500	10,6	530	14,8	520	15,6	530	15,4	600	15,6	320
1 giorno la settimana	13,0	2.310	10,9	550	9,7	340	11,5	390	16,9	660	18,2	370
ascoltatori in una settimana media	76,0	13.530	80,1	4.000	82,2	2.860	77,0	2.620	65,7	2.560	73,2	1.490
non ascoltatori	24,0	4.270	19,9	1.000	17,8	620	23,0	780	34,3	1.330	26,8	540
ascoltatori in un giorno medio	52,1	9.280	59,2	2.960	57,2	1.990	53,4	1.820	42,1	1.640	42,8	870
non ascoltatori	47,9	8.520	40,8	2.040	42,8	1.490	46,6	1.580	57,9	2.250	57,2	1.160

# 9. Frequenza di ascolto della radio

uomini

## 9.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>494</b>		<b>2.558</b>		<b>2.862</b>		<b>1.264</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>1.000.000</b>		<b>6.040.000</b>		<b>7.390.000</b>		<b>3.370.000</b>	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	38,8	6.900	46,1	460	47,9	2.890	37,7	2.780	22,8	770
almeno 5 giorni la settimana	10,2	1.820	10,1	100	11,3	680	11,0	810	6,6	230
2-4 giorni la settimana	14,0	2.500	13,5	140	13,5	820	14,4	1.070	14,1	470
1 giorno la settimana	13,0	2.310	10,7	110	10,6	640	14,0	1.040	15,6	520
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>76,0</b>	<b>13.530</b>	<b>80,4</b>	<b>810</b>	<b>83,3</b>	<b>5.030</b>	<b>77,1</b>	<b>5.700</b>	<b>59,1</b>	<b>1.990</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>24,0</b>	<b>4.270</b>	<b>19,6</b>	<b>190</b>	<b>16,7</b>	<b>1.010</b>	<b>22,9</b>	<b>1.690</b>	<b>40,9</b>	<b>1.380</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>52,1</b>	<b>9.280</b>	<b>57,3</b>	<b>570</b>	<b>60,7</b>	<b>3.670</b>	<b>52,1</b>	<b>3.850</b>	<b>35,2</b>	<b>1.190</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>47,9</b>	<b>8.520</b>	<b>42,7</b>	<b>430</b>	<b>39,3</b>	<b>2.370</b>	<b>47,9</b>	<b>3.540</b>	<b>64,8</b>	<b>2.180</b>

# 9. Frequenza di ascolto della radio

uomini

## 9.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	7.178		1.266		2.640		2.322		950	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		3.330.000		6.370.000		5.630.000		2.470.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	38,8	6.900	45,7	1.520	38,8	2.470	38,4	2.160	30,3	750
almeno 5 giorni la settimana	10,2	1.820	12,1	410	10,8	680	9,2	520	8,7	210
2-4 giorni la settimana	14,0	2.500	14,8	490	15,4	990	13,9	780	9,6	240
1 giorno la settimana	13,0	2.310	11,0	370	14,5	920	12,8	720	12,1	300
ascoltatori in una settimana media	76,0	13.530	83,6	2.790	79,5	5.060	74,3	4.180	60,7	1.500
non ascoltatori	24,0	4.270	16,4	540	20,5	1.310	25,7	1.450	39,3	970
ascoltatori in un giorno medio	52,1	9.280	62,0	2.070	53,0	3.370	49,9	2.810	41,6	1.030
non ascoltatori	47,9	8.520	38,0	1.260	47,0	3.000	50,1	2.820	58,4	1.440



# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne

## 9.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	8.419		1.565		2.189		1.728		1.954		983	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		5.400.000		3.740.000		3.670.000		4.200.000		2.190.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	41,0	7.870	48,4	2.620	52,2	1.950	43,6	1.600	25,0	1.050	29,8	650
almeno 5 giorni la settimana	9,6	1.850	10,6	570	9,1	340	10,4	380	7,9	340	9,9	220
2-4 giorni la settimana	11,9	2.280	10,4	560	10,5	390	12,6	460	14,2	590	12,9	280
1 giorno la settimana	9,4	1.810	7,8	420	8,6	320	9,2	340	10,9	460	12,4	270
ascoltatori in una settimana media	71,9	13.810	77,2	4.170	80,4	3.000	75,8	2.780	58,0	2.440	65,0	1.420
non ascoltatori	28,1	5.390	22,8	1.230	19,6	740	24,2	890	42,0	1.760	35,0	770
ascoltatori in un giorno medio	51,7	9.920	58,4	3.150	60,8	2.280	54,7	2.010	37,7	1.580	41,3	900
non ascoltatori	48,3	9.280	41,6	2.250	39,2	1.460	45,3	1.660	62,3	2.620	58,7	1.290

# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne

## 9.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	8.419		445		2.700		3.430		1.844	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	19.200.000		830.000		5.770.000		8.110.000		4.490.000	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	41,0	7.870	47,3	390	51,5	2.970	42,3	3.430	24,0	1.080
almeno 5 giorni la settimana	9,6	1.850	9,5	80	10,7	620	10,3	840	6,9	310
2-4 giorni la settimana	11,9	2.280	15,8	130	11,4	660	12,6	1.020	10,6	470
1 giorno la settimana	9,4	1.810	9,3	80	8,1	460	9,5	770	11,1	500
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	71,9	13.810	81,9	680	81,7	4.710	74,7	6.060	52,6	2.360
<b>non ascoltatori</b>	28,1	5.390	18,1	150	18,3	1.060	25,3	2.050	47,4	2.130
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	51,7	9.920	57,7	480	60,2	3.470	53,9	4.370	35,6	1.600
<b>non ascoltatori</b>	48,3	9.280	42,3	350	39,8	2.300	46,1	3.740	64,4	2.890

# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne

## 9.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	41,0	7.870	51,7	1.890	43,4	3.010	37,8	2.240	27,2	730
almeno 5 giorni la settimana	9,6	1.850	12,0	440	9,2	640	10,1	600	6,3	170
2-4 giorni la settimana	11,9	2.280	11,7	420	12,3	850	11,9	700	11,4	310
1 giorno la settimana	9,4	1.810	8,8	320	10,0	690	8,8	520	10,3	280
ascoltatori in una settimana media	71,9	13.810	84,2	3.070	74,9	5.190	68,6	4.060	55,2	1.490
non ascoltatori	28,1	5.390	15,8	580	25,1	1.740	31,4	1.860	44,8	1.210
ascoltatori in un giorno medio	51,7	9.920	63,2	2.310	54,5	3.770	48,6	2.880	35,5	960
non ascoltatori	48,3	9.280	36,8	1.340	45,5	3.160	51,4	3.040	64,5	1.740

# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne di casa

## 9.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>4.010.000</b>		<b>2.570.000</b>		<b>2.540.000</b>		<b>3.070.000</b>		<b>1.550.000</b>	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	38,4	5.280	47,4	1.900	48,0	1.230	40,5	1.030	22,7	690	27,3	430
almeno 5 giorni la settimana	9,0	1.230	9,7	390	8,7	220	10,1	260	6,9	210	9,8	150
2-4 giorni la settimana	12,1	1.670	11,0	440	11,5	300	13,0	330	13,7	420	11,6	180
1 giorno la settimana	9,4	1.290	7,5	300	8,9	230	9,4	240	10,7	330	12,5	190
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>68,9</b>	<b>9.470</b>	<b>75,6</b>	<b>3.030</b>	<b>77,1</b>	<b>1.980</b>	<b>73,0</b>	<b>1.860</b>	<b>54,0</b>	<b>1.650</b>	<b>61,2</b>	<b>950</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>31,1</b>	<b>4.270</b>	<b>24,4</b>	<b>980</b>	<b>22,9</b>	<b>590</b>	<b>27,0</b>	<b>680</b>	<b>46,0</b>	<b>1.420</b>	<b>38,8</b>	<b>600</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>49,1</b>	<b>6.750</b>	<b>57,9</b>	<b>2.320</b>	<b>56,8</b>	<b>1.460</b>	<b>52,6</b>	<b>1.330</b>	<b>33,8</b>	<b>1.040</b>	<b>38,6</b>	<b>600</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>50,9</b>	<b>6.990</b>	<b>42,1</b>	<b>1.690</b>	<b>43,2</b>	<b>1.110</b>	<b>47,4</b>	<b>1.210</b>	<b>66,2</b>	<b>2.030</b>	<b>61,4</b>	<b>950</b>

# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne di casa

## 9.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	6.082		317		1.855		2.442		1.468	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		580.000		3.910.000		5.700.000		3.550.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	38,4	5.280	48,3	280	51,1	2.000	38,6	2.200	22,6	800
almeno 5 giorni la settimana	9,0	1.230	9,4	50	9,6	370	10,3	590	6,0	220
2-4 giorni la settimana	12,1	1.670	12,9	80	12,0	470	13,3	750	10,5	370
1 giorno la settimana	9,4	1.290	9,6	60	8,0	310	10,0	570	9,9	350
ascoltatori in una settimana media	68,9	9.470	80,2	470	80,7	3.150	72,2	4.110	49,0	1.740
non ascoltatori	31,1	4.270	19,8	110	19,3	760	27,8	1.590	51,0	1.810
ascoltatori in un giorno medio	49,1	6.750	58,7	340	59,9	2.340	50,1	2.860	34,1	1.210
non ascoltatori	50,9	6.990	41,3	240	40,1	1.570	49,9	2.840	65,9	2.340

# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne di casa

## 9.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>246</b>		<b>2.618</b>		<b>2.360</b>		<b>858</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>810.000</b>		<b>5.650.000</b>		<b>5.320.000</b>		<b>1.960.000</b>	
<b>Ascoltano la radio, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	38,4	5.280	42,7	350	43,0	2.430	37,8	2.010	25,3	490
almeno 5 giorni la settimana	9,0	1.230	9,7	80	9,1	510	10,3	540	5,0	100
2-4 giorni la settimana	12,1	1.670	13,0	100	12,1	690	12,0	640	12,2	240
1 giorno la settimana	9,4	1.290	8,0	60	10,1	570	8,7	470	9,8	190
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>68,9</b>	<b>9.470</b>	<b>73,4</b>	<b>590</b>	<b>74,3</b>	<b>4.200</b>	<b>68,8</b>	<b>3.660</b>	<b>52,3</b>	<b>1.020</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>31,1</b>	<b>4.270</b>	<b>26,6</b>	<b>220</b>	<b>25,7</b>	<b>1.450</b>	<b>31,2</b>	<b>1.660</b>	<b>47,7</b>	<b>940</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>49,1</b>	<b>6.750</b>	<b>53,3</b>	<b>430</b>	<b>54,1</b>	<b>3.060</b>	<b>48,9</b>	<b>2.600</b>	<b>33,7</b>	<b>660</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>50,9</b>	<b>6.990</b>	<b>46,7</b>	<b>380</b>	<b>45,9</b>	<b>2.590</b>	<b>51,1</b>	<b>2.720</b>	<b>66,3</b>	<b>1.300</b>

# 9. Frequenza di ascolto della radio

donne di casa

## 9.4.4 - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>975</b>		<b>791</b>		<b>673</b>	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Ascoltano la radio, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	38,4	5.280	41,5	940	42,9	740	38,7	590
almeno 5 giorni la settimana	9,0	1.230	10,2	230	10,0	170	9,9	150
2-4 giorni la settimana	12,1	1.670	9,8	220	10,4	180	11,9	180
1 giorno la settimana	9,4	1.290	9,6	210	10,3	180	9,2	140
ascoltatori in una settimana media	68,9	9.470	71,1	1.600	73,6	1.270	69,7	1.060
non ascoltatori	31,1	4.270	28,9	650	26,4	460	30,3	470
ascoltatori in un giorno medio	49,1	6.750	51,5	1.160	54,0	940	49,2	750
non ascoltatori	50,9	6.990	48,5	1.090	46,0	790	50,8	780

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.1. - Secondo zone geografiche  
prima delle 9

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	3.916		1.009		717		806		914		470	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano la radio prima delle 9	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	12,0	4.440	11,5	1.200	14,9	1.070	11,0	780	8,8	710	16,0	680
almeno 5 giorni la settimana	4,3	1.610	4,7	490	4,2	300	4,4	310	3,2	260	6,0	250
2-4 giorni la settimana	7,3	2.680	6,3	650	6,9	500	7,2	510	8,5	690	7,7	330
1 giorno la settimana	7,9	2.910	8,2	860	9,1	650	8,5	600	5,7	460	8,0	340
ascoltatori	31,5	11.640	30,7	3.200	35,1	2.520	31,1	2.200	26,2	2.120	37,7	1.600
non ascoltatori	68,5	25.360	69,3	7.200	64,9	4.700	68,9	4.860	73,8	5.970	62,3	2.630

dalle 9 alle 12

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
Numero di interviste	3.927		981		740		807		933		466	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano la radio dalle 9 alle 12:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	10,7	3.950	10,1	1.050	12,3	890	12,1	860	7,4	600	13,0	550
almeno 5 giorni la settimana	5,4	2.000	6,2	640	5,0	360	7,3	520	3,8	310	4,2	180
2-4 giorni la settimana	8,8	3.240	8,7	900	8,6	620	8,8	620	9,6	780	7,4	310
1 giorno la settimana	8,9	3.310	9,2	960	10,8	780	7,9	560	6,6	530	11,2	470
ascoltatori	33,8	12.500	34,2	3.550	36,7	2.650	36,1	2.560	27,4	2.220	35,8	1.510
non ascoltatori	66,2	24.500	65,8	6.850	63,3	4.570	63,9	4.500	72,6	5.870	64,2	2.720



# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.1. - Secondo zone geografiche  
dalle 12 alle 15

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.779</b>		<b>1.962</b>		<b>1.470</b>		<b>1.596</b>		<b>1.833</b>		<b>918</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>10.400.000</b>		<b>7.220.000</b>		<b>7.060.000</b>		<b>8.090.000</b>		<b>4.230.000</b>	
Ascoltano la radio dalle 12 alle 15:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	24,4	9.010	41,5	3.040	30,9	2.230	25,3	1.790	13,9	1.130	19,4	820
almeno 5 giorni la settimana	8,7	3.240	13,8	1.010	10,3	750	8,5	600	6,1	500	9,1	390
2-4 giorni la settimana	11,7	4.330	13,1	960	12,8	920	13,1	920	12,0	970	12,9	550
1 giorno la settimana	5,5	2.030	8,4	620	5,2	380	5,9	420	4,8	380	5,4	230
<b>ascoltatori</b>	<b>50,3</b>	<b>18.610</b>	<b>76,8</b>	<b>5.630</b>	<b>59,2</b>	<b>4.280</b>	<b>52,8</b>	<b>3.730</b>	<b>36,8</b>	<b>2.980</b>	<b>46,8</b>	<b>1.990</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>49,7</b>	<b>18.390</b>	<b>23,2</b>	<b>4.770</b>	<b>40,8</b>	<b>2.940</b>	<b>47,2</b>	<b>3.330</b>	<b>63,2</b>	<b>5.110</b>	<b>53,2</b>	<b>2.240</b>

dalle 15 alle 18

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.927</b>		<b>981</b>		<b>740</b>		<b>807</b>		<b>933</b>		<b>466</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>10.400.000</b>		<b>7.220.000</b>		<b>7.060.000</b>		<b>8.090.000</b>		<b>4.230.000</b>	
Ascoltano la radio dalle 15 alle 18:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	6,8	2.520	5,6	580	8,5	620	6,5	460	5,5	440	10,5	440
almeno 5 giorni la settimana	4,4	1.640	3,3	350	3,4	250	4,3	300	4,6	370	9,2	390
2-4 giorni la settimana	9,0	3.340	9,1	940	7,8	560	9,8	690	8,3	670	11,7	490
1 giorno la settimana	10,9	4.030	11,7	1.210	12,3	890	10,6	740	8,6	690	12,0	500
<b>ascoltatori</b>	<b>31,1</b>	<b>11.530</b>	<b>29,7</b>	<b>3.080</b>	<b>32,0</b>	<b>2.320</b>	<b>31,2</b>	<b>2.190</b>	<b>27,0</b>	<b>2.170</b>	<b>43,4</b>	<b>1.820</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>68,9</b>	<b>25.470</b>	<b>70,3</b>	<b>7.320</b>	<b>68,0</b>	<b>4.900</b>	<b>68,8</b>	<b>4.870</b>	<b>73,0</b>	<b>5.920</b>	<b>56,6</b>	<b>2.410</b>

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.1 - Secondo zone geografiche  
dalle 18 alle 21

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.754</b>		<b>1.970</b>		<b>1.464</b>		<b>1.584</b>		<b>1.821</b>		<b>915</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano la radio dalle 18 alle 21:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	16,0	5.910	29,2	2.140	22,3	1.610	15,9	1.130	6,7	550	11,3	480
almeno 5 giorni la settimana	7,3	2.700	10,7	780	9,5	680	7,9	550	4,6	380	6,9	290
2-4 giorni la settimana	12,0	4.430	15,8	1.160	13,2	960	10,7	760	12,3	1.000	12,9	550
1 giorno la settimana	7,9	2.910	12,1	880	8,8	630	7,2	510	6,8	550	7,9	340
<b>ascoltatori</b>	<b>43,2</b>	<b>15.950</b>	<b>67,8</b>	<b>4.960</b>	<b>53,8</b>	<b>3.880</b>	<b>41,7</b>	<b>2.950</b>	<b>30,4</b>	<b>2.480</b>	<b>39,0</b>	<b>1.660</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>56,8</b>	<b>21.050</b>	<b>32,2</b>	<b>5.440</b>	<b>46,2</b>	<b>3.340</b>	<b>58,3</b>	<b>4.110</b>	<b>69,6</b>	<b>5.610</b>	<b>61,0</b>	<b>2.570</b>

dopo le 21

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.902</b>		<b>989</b>		<b>734</b>		<b>795</b>		<b>921</b>		<b>463</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano la radio dopo le 21:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	4,7	1.750	6,8	710	4,5	320	4,0	280	2,5	200	5,7	240
almeno 5 giorni la settimana	3,2	1.180	4,1	430	3,3	240	2,3	160	2,9	230	2,9	120
2-4 giorni la settimana	7,5	2.790	7,8	810	8,0	580	8,0	570	5,3	430	9,6	410
1 giorno la settimana	8,4	3.110	9,7	1.000	11,1	800	7,2	500	6,6	530	6,6	280
<b>ascoltatori</b>	<b>23,8</b>	<b>8.830</b>	<b>28,4</b>	<b>2.950</b>	<b>26,9</b>	<b>1.940</b>	<b>21,5</b>	<b>1.510</b>	<b>17,3</b>	<b>1.390</b>	<b>24,8</b>	<b>1.050</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>76,2</b>	<b>28.170</b>	<b>71,6</b>	<b>7.450</b>	<b>73,1</b>	<b>5.280</b>	<b>78,5</b>	<b>5.550</b>	<b>82,7</b>	<b>6.700</b>	<b>75,2</b>	<b>3.180</b>

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.2 - Secondo sesso  
Prima delle 9

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di interviste	3.916		1.793		2.123		1.541	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano la radio prima delle 9:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	12,0	4.440	10,0	1.780	13,8	2.650	13,6	1.870
almeno 5 giorni la settimana	4,3	1.610	3,7	670	4,9	940	4,9	680
2-4 giorni la settimana	7,3	2.680	6,3	1.120	8,2	1.570	8,1	1.110
1 giorno la settimana	7,9	2.910	7,6	1.340	8,2	1.570	7,9	1.090
ascoltatori	31,5	11.640	27,6	4.910	35,1	6.730	34,5	4.750
non ascoltatori	68,5	25.360	72,4	12.890	64,9	12.470	65,5	8.990

dalle 9 alle 12

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di interviste	3.916		1.793		2.123		1.541	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano la radio dalle 9 alle 12:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	10,7	3.950	5,4	970	15,5	2.980	14,9	2.050
almeno 5 giorni la settimana	5,4	2.000	3,5	630	7,2	1.380	6,5	890
2-4 giorni la settimana	8,8	3.240	6,1	1.090	11,2	2.150	11,7	1.600
1 giorno la settimana	8,9	3.310	9,6	1.710	8,3	1.600	8,1	1.120
ascoltatori	33,8	12.500	24,6	4.400	42,2	8.110	41,2	5.660
non ascoltatori	66,2	24.500	75,4	13.400	57,8	11.090	58,8	8.080

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.2 - Secondo sesso  
dalle 12 alle 15

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.779</b>		<b>3.558</b>		<b>4.221</b>		<b>3.048</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano la radio dalle 12 alle 15:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	24,4	9.010	22,6	4.010	26,3	4.990	24,3	3.340
almeno 5 giorni la settimana	8,7	3.240	7,9	1.400	9,6	1.830	9,0	1.240
2-4 giorni la settimana	11,7	4.330	11,4	2.030	12,0	2.300	11,9	1.630
1 giorno la settimana	5,5	2.030	5,8	1.040	5,1	990	5,1	700
ascoltatori	50,3	18.610	47,7	8.480	53,0	10.110	50,3	6.910
non ascoltatori	49,7	18.390	52,3	9.320	47,0	9.090	49,7	6.830

dalle 15 alle 18

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.927</b>		<b>1.811</b>		<b>2.116</b>		<b>1.527</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano la radio dalle 15 alle 18:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	6,8	2.520	4,5	800	9,1	1.750	8,0	1.100
almeno 5 giorni la settimana	4,4	1.640	3,7	660	5,2	990	4,5	620
2-4 giorni la settimana	9,0	3.340	7,2	1.290	10,8	2.070	10,7	1.470
1 giorno la settimana	10,9	4.030	10,3	1.830	11,5	2.220	11,7	1.610
ascoltatori	31,1	11.530	25,7	4.580	36,6	7.030	34,9	4.800
non ascoltatori	68,9	25.470	74,3	13.220	63,4	12.170	65,1	8.940

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.2 - Secondo sesso  
dalle 18 alle 21

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.754</b>		<b>3.574</b>		<b>4.180</b>		<b>3.014</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano la radio dalle 18 alle 21:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	16,0	5.910	17,3	3.080	14,7	2.820	13,8	1.900
almeno 5 giorni la settimana	7,3	2.700	7,6	1.350	7,0	1.340	6,3	860
2-4 giorni la settimana	12,0	4.430	13,2	2.350	10,7	2.060	11,0	1.510
1 giorno la settimana	7,9	2.910	7,4	1.310	8,3	1.600	7,6	1.040
<b>ascoltatori</b>	<b>43,2</b>	<b>15.950</b>	<b>45,5</b>	<b>8.090</b>	<b>40,7</b>	<b>7.820</b>	<b>38,7</b>	<b>5.310</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>56,8</b>	<b>21.050</b>	<b>54,5</b>	<b>9.710</b>	<b>59,3</b>	<b>11.380</b>	<b>61,3</b>	<b>8.430</b>

dopo le 21

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.902</b>		<b>1.827</b>		<b>2.075</b>		<b>1.493</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano la radio dopo le 21:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	4,7	1.750	4,3	760	5,2	1.000	4,7	650
almeno 5 giorni la settimana	3,2	1.180	3,4	600	3,1	590	2,3	310
2-4 giorni la settimana	7,5	2.790	8,5	1.520	6,6	1.280	6,2	860
1 giorno la settimana	8,4	3.110	9,1	1.620	7,8	1.500	7,5	1.040
<b>ascoltatori</b>	<b>23,8</b>	<b>8.830</b>	<b>25,3</b>	<b>4.500</b>	<b>22,7</b>	<b>4.370</b>	<b>20,7</b>	<b>2.860</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>76,2</b>	<b>28.170</b>	<b>74,7</b>	<b>13.300</b>	<b>77,3</b>	<b>14.930</b>	<b>79,3</b>	<b>10.880</b>

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

## 9.a.3 - Secondo età prima delle 9

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.916</b>	<b>684</b>	<b>662</b>	<b>789</b>	<b>636</b>	<b>612</b>	<b>533</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano la radio prima delle 9:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	12,0 4.440	14,2 990	11,5 740	14,6 1.010	11,1 680	11,3 620	7,7 400
almeno 5 giorni la settimana	4,3 1.610	5,4 380	3,8 250	4,3 300	5,2 310	4,0 220	3,1 160
2-4 giorni la settimana	7,3 2.680	7,4 520	9,7 630	7,3 500	6,9 420	6,9 380	4,7 240
1 giorno la settimana	7,9 2.910	8,8 620	8,9 570	8,7 600	8,3 510	6,5 360	5,0 260
<b>ascoltatori</b>	<b>31,5 11.640</b>	<b>35,8 2.510</b>	<b>33,9 2.190</b>	<b>34,9 2.410</b>	<b>31,5 1.920</b>	<b>28,7 1.580</b>	<b>20,5 1.060</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>68,5 25.360</b>	<b>64,2 4.470</b>	<b>66,1 4.240</b>	<b>65,1 4.450</b>	<b>68,5 4.180</b>	<b>71,3 3.880</b>	<b>79,5 4.110</b>

## dalle 9 alle 12

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.916</b>	<b>684</b>	<b>662</b>	<b>789</b>	<b>636</b>	<b>612</b>	<b>533</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano la radio dalle 9 alle 12:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	10,7 3.950	15,2 1.060	13,5 870	11,7 800	8,6 520	7,1 390	5,8 300
almeno 5 giorni la settimana	5,4 2.000	8,3 580	4,6 300	5,2 360	5,4 330	4,7 260	3,6 180
2-4 giorni la settimana	8,8 3.240	8,9 620	9,2 590	10,5 720	7,0 430	8,8 480	7,6 390
1 giorno la settimana	8,9 3.310	10,8 750	9,9 640	8,9 610	8,5 520	7,9 430	6,9 360
<b>ascoltatori</b>	<b>33,8 12.500</b>	<b>43,2 3.010</b>	<b>37,2 2.400</b>	<b>36,3 2.490</b>	<b>29,5 1.800</b>	<b>28,5 1.560</b>	<b>23,9 1.230</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>66,2 24.500</b>	<b>56,8 3.970</b>	<b>62,8 4.030</b>	<b>63,7 4.370</b>	<b>70,5 4.300</b>	<b>71,5 3.900</b>	<b>76,1 3.940</b>

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.3 - Secondo età  
dalle 12 alle 15

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.779</b>	<b>1.314</b>	<b>1.404</b>	<b>1.489</b>	<b>1.349</b>	<b>1.154</b>	<b>1.069</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
<b>Ascoltano la radio dalle 12 alle 15:</b>							
	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	24,4 9.010	28,9 2.020	23,7 1.530	23,6 1.620	25,2 1.540	22,7 1.240	20,5 1.060
almeno 5 giorni la settimana	8,7 3.240	11,2 780	8,9 570	8,8 600	8,2 500	7,6 420	7,0 360
2-4 giorni la settimana	11,7 4.330	13,0 910	11,3 720	12,1 830	12,0 730	12,9 710	8,1 420
1 giorno la settimana	5,5 2.030	5,7 400	5,5 350	6,7 460	6,0 360	4,5 240	4,0 210
<b>ascoltatori</b>	<b>50,3 18.610</b>	<b>58,8 4.110</b>	<b>49,4 3.170</b>	<b>51,2 3.510</b>	<b>51,4 3.130</b>	<b>47,7 2.610</b>	<b>39,6 2.050</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>49,7 18.390</b>	<b>41,2 2.870</b>	<b>50,6 3.260</b>	<b>48,8 3.350</b>	<b>48,6 2.970</b>	<b>52,3 2.850</b>	<b>60,4 3.120</b>

**dalle 15 alle 18**

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.927</b>	<b>670</b>	<b>704</b>	<b>726</b>	<b>674</b>	<b>579</b>	<b>574</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
<b>Ascoltano la radio dalle 15 alle 18:</b>							
	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	6,8 2.520	11,4 780	7,4 470	5,8 400	6,3 380	5,5 300	3,6 180
almeno 5 giorni la settimana	4,4 1.640	7,2 510	3,3 220	2,5 170	5,5 330	4,5 250	3,5 180
2-4 giorni la settimana	9,0 3.340	10,4 730	8,6 550	9,3 640	7,3 440	8,5 460	10,2 530
1 giorno la settimana	10,9 4.030	12,8 890	11,3 730	10,5 720	11,3 680	11,2 610	8,1 420
<b>ascoltatori</b>	<b>31,1 11.530</b>	<b>41,8 2.910</b>	<b>30,6 1.970</b>	<b>28,1 1.930</b>	<b>30,4 1.830</b>	<b>29,7 1.620</b>	<b>25,4 1.310</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>68,9 25.470</b>	<b>58,2 4.070</b>	<b>69,4 4.460</b>	<b>71,9 4.930</b>	<b>69,6 4.270</b>	<b>70,3 3.840</b>	<b>74,6 3.860</b>

# 9.a Ascolto della radio in 6 periodi della giornata

adulti

9.a.3 - Secondo età  
dalle 18 alle 21

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.754</b>	<b>1.324</b>	<b>1.457</b>	<b>1.509</b>	<b>1.333</b>	<b>1.122</b>	<b>1.009</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano la radio dalle 18 alle 21:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	16,0 5.910	18,0 1.260	16,2 1.040	15,5 1.060	16,8 1.020	14,5 790	13,8 720
almeno 5 giorni la settimana	7,3 2.700	9,3 650	7,4 480	6,8 470	6,9 420	8,3 450	4,3 220
2-4 giorni la settimana	12,0 4.430	13,2 920	13,0 840	13,3 910	11,0 670	13,0 710	7,0 360
1 giorno la settimana	7,9 2.910	10,4 720	7,9 510	8,5 580	6,8 420	6,8 370	6,0 310
<b>ascoltatori</b>	<b>43,2 15.950</b>	<b>50,9 3.550</b>	<b>44,5 2.870</b>	<b>44,1 3.020</b>	<b>41,5 2.530</b>	<b>42,6 2.320</b>	<b>31,1 1.610</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>56,8 21.050</b>	<b>49,1 3.430</b>	<b>55,5 3.560</b>	<b>55,9 3.840</b>	<b>58,5 3.570</b>	<b>57,4 3.140</b>	<b>68,9 3.560</b>

dopo le 21

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.902</b>	<b>680</b>	<b>757</b>	<b>746</b>	<b>658</b>	<b>547</b>	<b>514</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano la radio dopo le 21:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	4,7 1.750	5,3 370	5,3 340	4,7 320	4,8 290	4,1 220	4,2 220
almeno 5 giorni la settimana	3,2 1.180	3,8 270	4,8 310	2,5 170	3,3 200	2,6 140	1,8 90
2-4 giorni la settimana	7,5 2.790	8,8 620	7,4 470	9,0 620	7,3 440	7,1 390	4,9 250
1 giorno la settimana	8,4 3.110	8,8 620	8,3 540	11,2 770	8,9 540	6,7 360	5,6 290
<b>ascoltatori</b>	<b>23,8 8.830</b>	<b>26,7 1.880</b>	<b>25,8 1.660</b>	<b>27,4 1.880</b>	<b>24,3 1.470</b>	<b>20,5 1.110</b>	<b>16,5 850</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>76,2 28.170</b>	<b>73,3 5.100</b>	<b>74,2 4.770</b>	<b>72,6 4.980</b>	<b>75,7 4.630</b>	<b>79,5 4.350</b>	<b>83,5 4.320</b>



# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.1 - Secondo zone geografiche (dalle 7.00 alle 15.00 - Programma Nazionale)

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero delle interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Ascoltano, in un giorno medio, il Programma Nazionale:		%		'000		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore																
7.00	7.30	4,3	1.590	4,8	500	5,7	410	3,4	240	3,0	240	4,7	200				
7.30	8.00	4,7	1.720	4,3	450	6,5	470	4,5	310	3,3	270	5,3	220				
8.00	8.30	6,0	2.210	5,7	590	7,1	510	6,4	450	4,8	390	6,3	270				
8.30	9.00	3,8	1.420	3,4	350	3,7	270	4,7	330	3,5	280	4,4	190				
9.00	9.30	3,2	1.180	2,8	290	3,4	250	3,3	230	2,8	230	4,2	180				
9.30	10.00	3,1	1.160	3,2	330	3,2	230	3,0	210	2,8	230	3,7	160				
10.00	10.30	3,3	1.210	3,8	390	3,4	250	2,9	200	2,7	220	3,6	150				
10.30	11.00	3,2	1.200	3,9	400	3,3	240	2,9	200	2,5	210	3,6	150				
11.00	11.30	3,1	1.140	3,5	370	3,2	230	2,6	180	2,4	190	4,1	170				
11.30	12.00	2,8	1.030	3,3	350	2,8	210	2,4	170	2,0	160	3,4	140				
12.00	12.30	6,9	2.540	8,7	910	10,1	730	5,8	410	3,5	280	5,1	210				
12.30	13.00	9,7	3.610	12,2	1.270	14,2	1.030	9,1	650	4,6	380	6,6	280				
13.00	13.30	15,2	5.480	16,7	1.730	21,3	1.540	14,1	990	9,4	760	10,8	460				
13.30	14.00	8,1	3.010	9,2	960	9,1	660	8,2	580	5,9	480	7,8	330				
(*) 14.00	14,30																
(*) 14.30	15.00																

(\*) I dati non sono indicati in quanto non rappresentativi dell'ascolto medio, avendosi in questo intervallo solo trasmissioni regionali.

## 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.1 - Secondo zone geografiche (dalle 7.30 alle 15.00 - Secondo Programma)

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Ascoltano, in un giorno medio, il Secondo Programma:

		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore												
7.30	8.00	0,6	250	0,4	40	1,0	70	0,4	30	0,6	50	1,3	60
8.00	8.30	1,5	550	1,0	100	1,8	130	1,7	120	1,1	90	2,7	110
8.30	9.00	2,6	970	2,2	230	2,2	160	2,9	200	2,6	210	3,9	170
9.00	9.30	4,6	1.710	4,1	430	4,1	300	5,5	390	4,1	330	6,2	260
9.30	10.00	5,1	1.900	4,8	500	4,6	330	6,8	480	4,3	350	5,7	240
10.00	10.30	5,7	2.120	5,4	560	5,3	390	7,7	540	4,7	380	5,8	250
10.30	11.00	6,0	2.210	5,5	570	5,8	420	8,2	580	4,9	400	5,8	240
11.00	11.30	5,6	2.060	5,8	600	5,4	390	7,5	530	4,2	340	4,7	200
11.30	12.00	4,9	1.800	5,3	550	5,2	380	6,2	430	3,7	300	3,4	140
12.00	12.30	5,0	1.870	6,9	720	4,6	330	6,0	430	2,9	230	3,8	160
(*) 12.30	13.00												
13.00	13.30	8,0	2.980	11,7	1.210	6,6	480	8,9	630	5,3	430	5,4	230
13.30	14.00	7,6	2.800	9,8	1.020	6,6	480	8,9	630	5,1	410	6,2	260
14.00	14.30	5,8	2.130	6,4	670	5,6	400	7,1	500	4,2	340	5,2	220
14.30	15.00	4,1	1.510	4,3	440	4,1	290	5,3	370	2,8	230	4,3	180

(\*) I dati non sono indicati in quanto non rappresentativi dell'ascolto medio,avendosi in, questo intervallo solo trasmissioni regionali.

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.1. - Secondo zone geografiche (dalle 15.00 alle 23.30 - Programma Nazionale)

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Ascoltano, in un giorno medio, il Programma Nazionale:

		%		'000		%		'000		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore																				
15.00	15.30	2,2	830	2,8	290	1,8	130	2,2	160	2,1	170	1,9	80								
15.30	16.00	2,6	970	3,4	350	2,3	170	2,6	180	2,2	180	2,2	90								
16.00	16.30	3,0	1.110	4,0	410	3,5	250	2,6	180	2,1	170	2,2	90								
16.30	17.00	2,3	840	2,9	310	2,6	190	1,9	130	1,5	120	2,0	90								
17.00	17.30	2,1	770	2,5	260	2,6	190	1,7	120	1,2	100	2,3	100								
17.30	18.00	1,6	590	1,9	200	2,2	160	1,4	100	0,9	70	1,4	60								
18.00	18.30	2,0	770	2,5	260	2,5	180	2,1	150	1,3	110	1,5	60								
18.30	19.00	2,2	810	2,5	260	2,7	190	2,3	160	1,4	120	2,0	80								
19.00	19.30	3,3	1.210	4,0	410	4,4	320	2,8	200	1,8	140	3,3	140								
19.30	20.00	5,2	1.920	6,5	680	6,6	480	4,7	330	2,4	190	5,6	240								
20.00	20.30	9,0	3.220	10,3	1.070	10,8	780	8,4	600	6,1	490	6,6	280								
20.30	21.00	6,2	2.150	6,9	720	6,7	490	6,0	420	4,5	370	3,5	150								
21.00	21.30	3,3	1.210	4,0	420	4,0	290	3,3	230	2,5	200	1,7	70								
21.30	22.00	2,1	780	2,5	260	3,1	230	2,1	150	1,2	100	0,9	40								
22.00	22.30	1,1	410	1,5	150	1,5	110	1,1	80	0,5	40	0,8	30								
22.30	23.00	0,6	230	0,8	90	0,9	60	0,6	40	0,2	20	0,5	20								
23.00	23.30	0,3	130	0,5	60	0,3	20	0,4	30	0,1	*	0,3	*								

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.1. - Secondo zone geografiche (dalle 15.00 alle 23.00 - Secondo Programma)

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Ascoltano, in un giorno medio, il Secondo Programma:		%		'000		%		'000		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore																				
15.00	15.30	3,1	1.150	3,3	340	3,5	250	3,5	250	2,1	170	3,2	140								
15.30	16.00	2,8	1.020	3,1	330	3,3	240	2,9	200	1,8	150	2,4	100								
16.00	16.30	2,7	990	3,1	330	3,1	230	2,6	180	1,6	130	2,9	120								
16.30	17.00	2,6	980	3,2	330	3,2	230	2,7	190	1,3	100	3,2	130								
17.00	17.30	2,7	1.030	3,3	340	3,5	250	2,9	210	1,4	110	2,7	120								
17.30	18.00	3,0	1.090	3,6	370	3,6	260	3,3	230	1,4	120	2,6	110								
18.00	18.30	3,1	1.150	3,6	370	4,0	290	3,3	230	1,8	150	2,6	110								
18.30	19.00	3,7	1.340	4,0	420	5,1	370	4,0	280	2,0	160	2,6	110								
19.00	19.30	4,8	1.740	5,9	610	6,6	470	4,9	350	2,3	190	2,8	120								
19.30	20.00	6,7	2.450	8,2	850	9,7	700	7,1	500	3,0	250	3,5	150								
20.00	20.30	5,5	1.870	6,9	720	6,3	450	5,0	350	2,6	210	3,4	140								
20.30	21.00	5,4	1.610	6,1	630	5,3	380	4,1	290	2,3	190	2,8	120								
21.00	21.30	2,8	1.040	4,2	430	3,3	240	2,7	190	1,3	110	1,7	70								
21.30	22.00	1,6	590	2,6	270	1,8	130	1,3	90	0,8	60	0,9	40								
22.00	22.30	0,9	340	1,5	160	1,0	70	0,7	50	0,5	40	0,4	20								
22.30	23.00	0,5	180	0,9	100	0,2	20	0,5	30	0,2	20	0,3	*								

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.2 - Secondo sesso (dalle 7.00 alle 15.00 - Programma Nazionale)

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di interviste	15.597		7.178		8.419		6.082	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano, in un giorno medio, il Programma Nazionale:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
dalle ore			dalle ore			dalle ore		
alle ore			alle ore			alle ore		
7.00	4,3	1.590	7.30	4,6	820	7.00	4,4	600
7.30	4,7	1.730	8.00	5,0	890	7.30	4,6	630
8.00	6,0	2.210	8.30	5,8	1.040	8.00	6,6	910
8.30	3,8	1.420	9.00	3,0	530	8.30	4,8	660
9.00	3,2	1.080	9.30	1,8	320	9.00	4,6	630
9.30	3,1	1.160	10.00	1,7	310	9.30	4,7	650
10.00	3,3	1.210	10.30	1,7	300	10.00	5,1	700
10.30	3,2	1.200	11.00	1,6	280	10.30	5,1	710
11.00	3,1	1.140	11.30	1,5	270	11.00	4,6	630
11.30	2,8	1.030	12.00	1,6	280	11.30	4,0	560
12.00	6,9	2.540	12.30	6,3	1.130	12.00	7,0	960
12.30	9,7	3.600	13.00	9,7	1.730	12.30	9,4	1.290
13.00	15,2	5.490	13.30	15,8	2.820	13.00	14,1	1.930
13.30	8,1	3.010	14.00	7,8	1.400	13.30	8,4	1.160
(*) 14.00			14.30			(*) 14.00		
(*) 14.30			15.00			(*) 14.30		

(\*) I dati non sono indicati in quanto non rappresentativi dell'ascolto medio, avendosi in questo intervallo solo trasmissioni regionali.

## 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.2 - Secondo sesso (dalle 7.30 alle 15.00 - Secondo Programma)

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di Interviste	15.597		7.178		8.419		6.082	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano, in un giorno medio, il Secondo Programma:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
dalle ore								
alle ore								
7.30	0,6	240	0,6	110	0,7	130	0,7	90
8.00	1,5	560	1,1	190	1,9	370	1,8	240
8.30	2,6	970	1,4	250	3,7	720	3,2	440
9.00	4,6	1.710	2,5	450	6,6	1.260	5,9	810
9.30	5,1	1.900	2,5	450	7,6	1.450	6,7	920
10.00	5,7	2.120	2,7	480	8,5	1.640	7,5	1.030
10.30	6,0	2.210	2,9	520	8,8	1.690	8,0	1.100
11.00	5,6	2.070	3,1	550	7,9	1.520	7,1	980
11.30	4,9	1.800	2,7	470	6,9	1.330	6,2	860
12.00	5,0	1.870	4,3	760	5,8	1.110	5,6	760
(*) 12.30								
13.00	8,0	2.980	6,4	1.130	9,6	1.850	8,7	1.190
13.30	7,6	2.800	5,9	1.050	9,1	1.750	8,3	1.150
14.00	5,8	2.130	4,4	780	7,0	1.350	6,0	830
14.30	4,1	1.520	3,2	560	5,0	960	4,2	580

(\*) I dati non sono indicati in quanto non rappresentativi dell'ascolto medio, avendosi in questo intervallo solo trasmissioni regionali.

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.2 - Secondo sesso (dalle 15.00 alle 23.30 - Programma Nazionale)

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa		
Numero di interviste	15.597		7.178		8.419		6.082		
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000		
Ascoltano, in un giorno medio, il Programma Nazionale:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	
dalle ore			dalle ore			dalle ore			
alle ore			alle ore			alle ore			
15.00	15.30	2,2	830	2,2	390	2,3	440	2,4	340
15.30	16.00	2,6	960	2,6	450	2,7	510	2,8	390
16.00	16.30	3,0	1.110	2,6	460	3,4	650	3,3	450
16.30	17.00	2,3	830	2,3	400	2,2	430	2,3	320
17.00	17.30	2,1	770	2,1	370	2,1	400	2,1	280
17.30	18.00	1,6	590	1,5	260	1,7	330	1,8	240
18.00	18.30	2,0	760	2,1	370	2,1	390	2,1	280
18.30	19.00	2,2	820	2,2	400	2,2	420	2,2	300
19.00	19.30	3,3	1.210	3,8	670	2,8	540	2,9	390
19.30	20.00	5,2	1.930	6,2	1.090	4,3	820	4,1	560
20.00	20.30	9,0	3.220	10,1	1.800	7,4	1.420	7,8	1.070
20.30	21.00	6,2	2.150	6,3	1.120	5,3	1.030	5,6	770
21.00	21.30	3,3	1.150	3,2	570	3,4	640	3,5	480
21.30	22.00	2,1	770	2,0	360	2,1	410	2,2	300
22.00	22.30	1,1	420	1,1	190	1,2	230	1,2	160
22.30	23.00	0,6	230	0,6	100	0,7	130	0,6	90
23.00	23.30	0,3	120	0,4	70	0,3	50	0,3	40

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.2 - Secondo sesso (dalle 15.00 alle 23.00 - Secondo Programma)

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa
Numero di interviste	15.597	7.178	8.419	6.082
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000

Ascoltano, in un giorno medio, il Secondo Programma:		% '000		% '000		% '000		% '000	
dalle ore	alle ore								
15.00	15.30	3,1	1.150	2,3	410	3,8	740	2,8	390
15.30	16.00	2,8	1.020	2,0	350	3,5	670	2,8	380
16.00	16.30	2,7	990	2,0	360	3,3	630	2,7	370
16.30	17.00	2,6	980	1,9	340	3,3	640	2,7	380
17.00	17.30	2,7	1.020	2,3	400	3,2	620	2,6	360
17.30	18.00	3,0	1.100	2,6	470	3,3	630	2,7	370
18.00	18.30	3,1	1.150	2,6	470	3,5	680	3,2	440
18.30	19.00	3,7	1.340	3,3	600	3,9	740	3,6	490
19.00	19.30	4,8	1.740	4,7	830	4,7	910	4,4	600
19.30	20.00	6,7	2.440	6,9	1.230	6,3	1.210	6,0	820
20.00	20.30	5,5	1.870	4,9	860	5,3	1.010	4,9	680
20.30	21.00	5,4	1.610	4,1	730	4,6	880	4,3	590
21.00	21.30	2,8	1.050	2,5	450	3,1	600	2,9	400
21.30	22.00	1,6	610	1,5	260	1,8	350	1,8	250
22.00	22.30	0,9	340	0,9	160	0,9	180	1,0	130
22.30	23.00	0,5	170	0,5	80	0,5	90	0,5	60



# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.3. - Secondo età (dalle 7.00 alle 15.00 - Programma Nazionale)

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di Interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Ascoltano, in un giorno  
medio, il Programma Na-  
zionale:

		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000			
dalle ore	alle ore														
7.00	7.30	4,3	1.590	3,6	250	3,7	240	5,8	390	5,1	310	4,4	240	3,2	160
7.30	8.00	4,7	1.720	4,7	330	4,1	270	5,7	390	4,8	290	4,5	240	3,9	200
8.00	8.30	6,0	2.200	5,0	350	5,6	360	6,7	460	6,0	370	6,9	370	5,7	290
8.30	9.00	3,8	1.410	3,8	270	4,4	280	3,8	260	3,5	210	4,3	230	3,1	160
9.00	9.30	3,2	1.170	3,2	220	4,5	290	2,9	200	2,8	170	3,0	160	2,5	130
9.30	10.00	3,1	1.170	2,8	200	4,8	310	3,0	210	2,6	160	2,9	160	2,5	130
10.00	10.30	3,3	1.200	3,0	210	5,2	340	3,1	210	2,9	170	2,8	150	2,4	120
10.30	11.00	3,2	1.190	3,0	210	5,1	330	3,4	230	2,7	160	2,7	140	2,3	120
11.00	11.30	3,1	1.160	4,0	280	4,5	290	3,4	240	1,9	120	2,5	140	1,8	90
11.30	12.00	2,8	1.030	3,4	230	3,7	240	3,0	210	1,8	110	2,6	140	1,9	100
12.00	12.30	6,9	2.540	7,5	520	7,5	480	7,3	500	7,1	430	6,8	370	4,6	240
12.30	13.00	9,7	3.610	9,8	690	10,5	680	10,6	720	9,4	580	10,1	550	7,5	390
13.00	13.30	15,2	5.490	12,6	880	14,7	950	15,0	1.030	15,5	940	17,3	950	14,3	740
13.30	14.00	8,1	3.010	7,9	550	8,3	540	8,0	550	7,5	460	9,0	490	8,1	420
(*) 14.00	14.30														
(*) 14.30	15.00														

(\*) I dati non sono indicati in quanto non rappresentativi dell'ascolto medio avendosi in questo intervallo solo trasmissioni regionali.

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.3. - Secondo età (dalle 7.30 alle 15.00 - Secondo Programma)

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Ascoltando, in un giorno medio, il Secondo Pro- gramma:		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000	
dalle ore	alle ore														
7.30	8.00	0,6	250	0,9	60	0,8	50	0,9	60	0,6	40	0,2	*	0,5	30
8.00	8.30	1,5	560	2,4	170	2,0	130	1,5	100	1,1	70	0,9	50	0,7	40
8.30	9.00	2,6	970	4,9	340	3,5	230	2,5	170	1,7	110	1,2	60	1,1	60
9.00	9.30	4,6	1.710	8,3	580	6,2	400	5,0	340	3,2	190	2,1	120	1,6	80
9.30	10.00	5,1	1.900	8,9	620	6,8	430	5,5	370	3,4	210	2,7	150	2,3	120
10.00	10.30	5,7	2.110	9,6	670	7,4	470	6,1	420	4,1	250	3,2	170	2,5	130
10.30	11.00	6,0	2.200	9,9	690	8,0	510	6,3	430	4,1	250	3,4	190	2,6	130
11.00	11.30	5,6	2.060	9,1	630	7,4	470	6,1	420	3,9	240	3,1	170	2,4	130
11.30	12.00	4,9	1.780	7,5	520	6,9	440	5,3	360	3,5	210	2,6	140	2,2	110
12.00	12.30	5,0	1.880	5,8	410	5,6	360	5,7	390	4,9	300	4,7	260	3,0	160
(*) 12.30	13.00														
13.00	13.30	8,0	2.970	12,1	840	7,8	500	8,7	600	7,5	460	6,3	340	4,5	230
13.30	14.00	7,6	2.800	11,2	780	7,3	470	8,2	570	7,0	420	5,8	320	4,7	240
14.00	14.30	5,8	2.130	9,6	670	6,2	400	6,1	420	5,5	330	3,5	190	2,4	120
14.30	15.00	4,1	1.530	6,9	480	4,5	290	4,3	300	4,0	250	2,3	130	1,6	80

(\*) I dati non sono indicati in quanto non rappresentativi dell'ascolto medio, avendosi in questo intervallo solo trasmissioni regionali.

# 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.3. - Secondo età (dalle 15.00 alle 23.30 - Programma Nazionale)

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di Interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Ascoltano, in un giorno  
medio, il Programma Na-  
zionale:

		%		%		%		%		%		%	
		'000	'000	'000	'000	'000	'000	'000	'000	'000	'000	'000	'000
dalle ore	alle ore												
15.00	15.30	2,2	830	2,7	190	2,7	170	2,6	180	2,4	140	1,3	70
15.30	16.00	2,6	970	3,8	270	3,3	210	2,4	170	2,7	160	1,3	70
16.00	16.30	3,0	1.120	4,1	290	3,3	210	3,1	210	3,4	210	1,8	100
16.30	17.00	2,3	840	2,6	190	2,0	130	2,5	170	2,7	160	1,8	100
17.00	17.30	2,1	770	2,3	160	1,9	120	2,3	160	1,9	120	1,8	100
17.30	18.00	1,6	590	1,7	120	1,4	90	2,1	140	1,3	80	1,6	90
18.00	18.30	2,0	750	2,7	190	1,5	100	2,3	160	2,2	130	1,7	90
18.30	19.00	2,2	810	3,2	220	1,4	90	2,6	180	2,0	120	2,2	120
19.00	19.30	3,3	1.220	3,7	260	3,1	200	3,3	230	3,6	220	3,2	180
19.30	20.00	5,2	1.910	5,2	360	5,2	330	4,7	320	5,9	360	5,1	280
20.00	20.30	9,0	3.230	7,3	510	7,1	460	8,2	560	10,7	650	10,0	550
20.30	21.00	6,2	2.130	5,4	370	4,9	310	5,6	380	6,8	410	6,7	370
21.00	21.30	3,3	1.230	3,2	230	3,3	210	3,0	200	3,7	230	3,8	210
21.30	22.00	2,1	760	1,9	130	2,2	140	2,1	140	2,2	130	2,3	120
22.00	22.30	1,1	420	0,9	60	1,4	90	1,0	70	1,3	80	1,3	70
22.30	23.00	0,6	240	0,8	60	0,8	50	0,6	40	0,6	40	0,6	40
23.00	23.30	0,3	100	0,2	*	0,4	20	0,3	20	0,4	20	0,5	20

## 9.b Ascolto della radio nei singoli intervalli

adulti

9.b.3 - Secondo età (dalle 15.00 alle 23.00 - Secondo Programma)

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Ascoltano, in un giorno  
medio, il Secondo Pro-  
gramma:

		%		'000		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore																
15.00	15.30	3,1	1.140	6,2	430	3,5	230	3,1	210	2,2	130	1,8	100	0,8	40		
15.30	16.00	2,8	1.010	5,1	350	3,0	190	2,9	200	2,3	140	1,6	90	0,8	40		
16.00	16.30	2,7	990	5,1	350	3,3	210	2,7	190	2,1	130	1,4	70	0,7	40		
16.30	17.00	2,6	990	4,8	340	3,3	210	2,8	190	2,0	120	1,2	70	1,1	60		
17.00	17.30	2,7	1.020	5,3	370	3,4	220	2,5	170	2,3	140	1,1	60	1,2	60		
17.30	18.00	3,0	1.090	5,7	390	3,5	230	2,5	170	2,4	140	1,4	80	1,5	80		
18.00	18.30	3,1	1.150	5,1	350	3,7	240	3,3	230	2,8	170	2,0	110	1,0	50		
18.30	19.00	3,7	1.350	4,9	350	4,5	290	3,4	240	3,8	230	2,9	160	1,5	80		
19.00	19.30	4,8	1.740	6,1	420	5,2	340	4,4	300	4,9	300	4,0	220	3,1	160		
19.30	20.00	6,7	2.430	7,1	490	7,0	450	6,9	470	7,1	430	6,0	330	5,0	260		
20.00	20.30	5,5	1.870	5,5	380	6,2	400	5,5	380	4,7	290	5,0	270	3,0	150		
20.30	21.00	5,4	1.610	4,9	350	4,9	310	4,9	340	3,9	240	4,5	240	2,6	130		
21.00	21.30	2,8	1.050	3,0	210	2,9	190	3,4	230	2,7	170	2,9	160	1,7	90		
21.30	22.00	1,6	600	1,4	100	1,6	100	2,2	150	2,0	120	1,7	90	0,8	40		
22.00	22.30	0,9	340	0,7	50	1,1	70	1,1	80	1,1	70	1,0	50	0,4	20		
22.30	23.00	0,5	180	0,5	30	0,8	40	0,4	30	0,7	40	0,5	30	0,1	*		

# Televisione

Sezione 10	<b>Frequenza di ascolto della TV</b> Ascoltatori in un giorno medio
Adulti	Tavole 10. 1...
Uomini	Tavole 10. 2...
Donne	Tavole 10. 3...
Donne di casa	Tavole 10. 4...
Sezione 10a	<b>Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie televisive</b>
Adulti	Tavole 10a ...
Sezione 10b	<b>Ascolto della TV nei singoli intervalli</b>
Adulti	Tavole 10b ...

In questa parte vengono presentate quattro serie di dati:

- *Frequenza di ascolto della TV.* Adulti che guardano la TV: tutti i giorni o quasi, 2-4 volte la settimana, ecc.
- *Ascoltatori in un giorno medio.* Adulti che, in un giorno medio, guardano la TV, una o più volte.
- *Frequenza di ascolto delle diverse trasmissioni pubblicitarie televisive.* Adulti che guardano Carosello, Gong, Tic-Tac, Arcobaleno, Intermezzo: tutti i giorni o quasi; 2-4 volte la settimana, ecc.
- *Ascolto della TV nei singoli intervalli.* Adulti che, in un giorno medio, guardano la TV sul Programma Nazionale (o sul Secondo Programma): dalle 18.00 alle 18.30; dalle 18.30 alle 19.00, ecc.

## Forma di presentazione dei dati

Le tavole statistiche contengono due serie di cifre:

- percentuali (calcolate «su 100 adulti italiani nel complesso» oppure «su 100 adulti appartenenti ad un dato sottogruppo della collettività considerata»). Le percentuali sono stampate in rosso.
- stime (valutazioni, in migliaia di adulti). Le stime sono stampate in nero.

Si leggano altre spiegazioni sulla presentazione di questi due tipi di dati nella «Introduzione».

Nella tavola 10, che contiene dati sulla «composizione» di alcune collettività di particolare interesse, le percentuali sono calcolate «su 100 adulti che guardano la TV...» oppure: «su 100 adulti che guardano la TV 5 o più giorni la settimana», ecc. e indicano, per ogni 100 ascoltatori, quanti sono maschi, quanti sono femmine, quanti vivono nel Nord, nei centri con oltre 100.000 abitanti, ecc. ecc.

Si leggano a tergo le definizioni e le avvertenze indispensabili per la corretta interpretazione dei dati.

#### Frequenza di ascolto della TV

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

- In quanti giorni di una settimana normale Lei guarda, di solito, la Televisione: tutti i giorni, non tutti i giorni ma almeno 5 giorni la settimana, da 2 a 4 giorni la settimana, meno di 2 giorni la settimana o non la vede mai o quasi? (Proporre tutte le alternative senza interruzioni).

Sono stati dunque considerati *ascoltatori della TV*, con frequenza, ad esempio: «da 2 a 4 giorni la settimana», gli adulti che guardano la TV nel corso di 2-4 giorni su 7, in casa o fuori di casa, indipendentemente dall'ora, dal Programma e dalla durata dell'ascolto.

#### Ascoltatori in un giorno medio

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

- Lei ha guardato la TV, *ieri*, in casa o fuori di casa, anche per pochi minuti?

Sono stati dunque considerati «*ascoltatori della TV in un giorno medio*»:

- gli adulti che, in un *giorno medio*, guardano la TV indipendentemente dall'ora, dal Programma e dalla durata dell'ascolto.

#### Frequenza di ascolto delle diverse trasmissioni pubblicitarie televisive

I dati vennero rilevati con la seguente domanda:

(A coloro che guardano la TV almeno 2-4 volte la settimana):

- In quante sere di una settimana normale Lei vede, di solito, *Carosello*? Lo vede, solitamente, tutte le sere, non tutte le sere ma almeno 5 sere alla settimana, da 2 a 4 sere alla settimana o meno di 2 sere la settimana?

La domanda veniva ripetuta anche per Gong, Tic-Tac, Arcobaleno e Intermezzo. Sono stati dunque considerati *ascoltatori*, ad esempio, di *Carosello*, con frequenza «da 2 a 4 volte la settimana», gli adulti che guardano *Carosello* con la frequenza indicata (indipendentemente dal fatto che guardino tutta la trasmissione o solo una parte).

Per ragioni tecniche, la domanda relativa a *Carosello* veniva rivolta a tutti gli intervistati e le domande relative agli altri programmi pubblicitari ad un intervistato ogni 4.

I 3.916 intervistati che risposero alla domanda relativa a Gong, come pure i 3.927 intervistati che risposero per Tic-Tac, ecc., costituiscono un «campione rappresentativo» di tutti gli italiani adulti, equivalente, a parte la minore ampiezza, all'intero campione dei 15.597 intervistati.

#### Ascolto della TV nei singoli intervalli

I dati vennero rilevati con le seguenti domande:

- Lei ha guardato, *ieri*, anche per pochi minuti, la TV fra le 18 e le 20.30? (Se no, passare alla domanda seguente) - (Se sì, rivolgere la domanda):
- Ecco le trasmissioni di *ieri*, prima delle 20.30 (Aprire il Radiocorriere) Alle ..... sul 1° canale veniva trasmesso ..... (prima trasmissione dopo le 18). Lei ha guardato questa trasmissione? (Ripetere le domande per tutti gli intervalli).

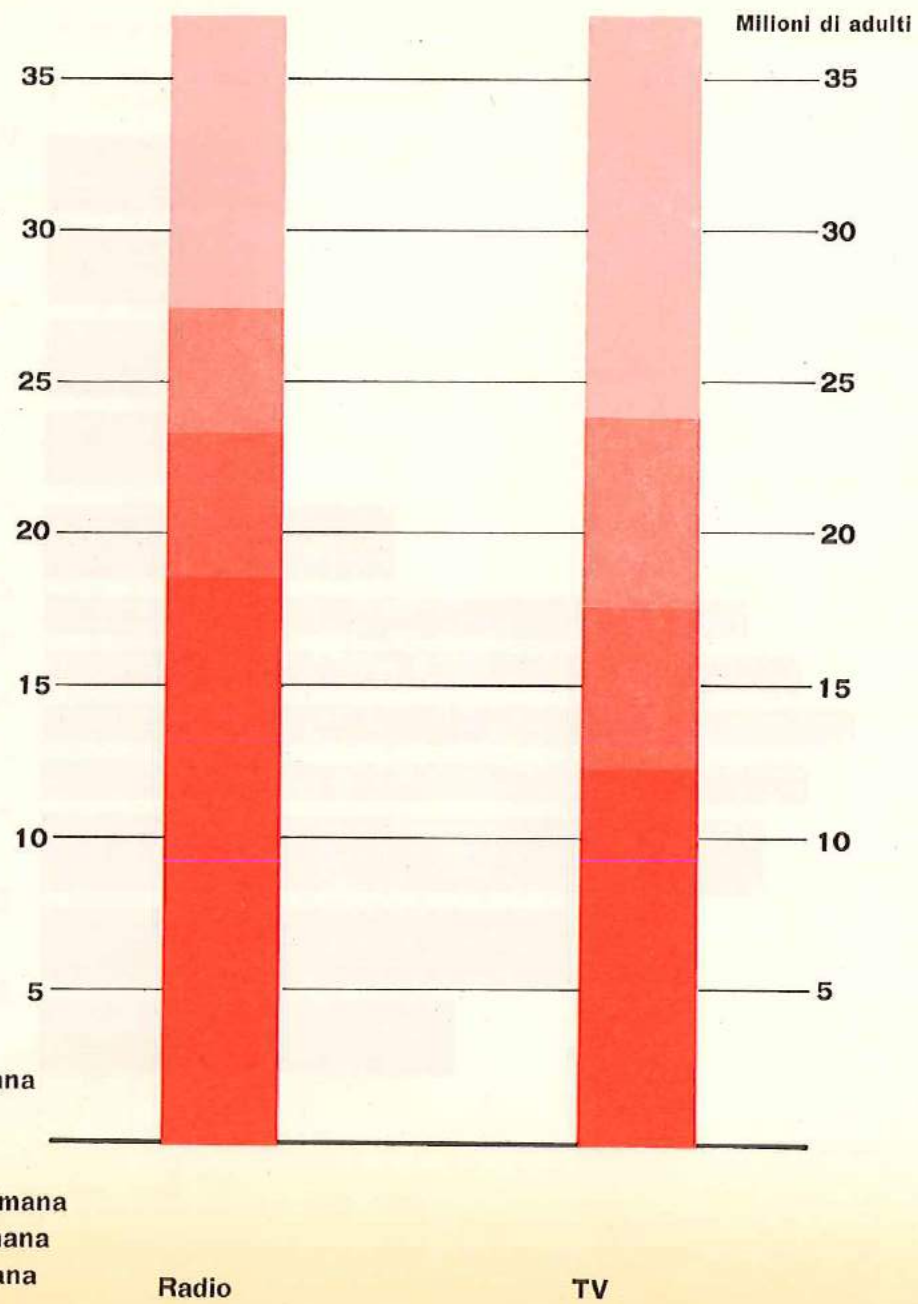
In base alle risposte dell'intervistato relative alle trasmissioni ascoltate, e con l'ausilio del Radiocorriere, l'intervistatore classificava l'intervistato come «*ascoltatore*» o «*non ascoltatore*» in ciascun intervallo (di 1/2 ora o di 1/4 d'ora), per il Programma Nazionale o per il 2° Canale.

Sono stati considerati *ascoltatori della TV*, per es., dalle 18.30 alle 19 (intervallo di 30 minuti) sul Programma Nazionale, gli adulti che, in un giorno medio, guardano la TV sulla rete considerata, e nell'intervallo indicato, per l'intero intervallo di 30 minuti o anche per una qualunque frazione dell'intervallo stesso (e cioè anche per pochi minuti).

Richiamiamo l'attenzione su quanto segue. Anche per il numero di «*ascoltatori*» della TV in determinati intervalli, come per il numero di «*lettori*» dei periodici, si è cercato di pervenire alla valutazione del numero *massimo* di persone che hanno la possibilità di vedere una trasmissione in una determinata ora. In realtà può trattarsi di persone che guardano attentamente la TV nel corso di tutto l'intervallo considerato, o anche di persone che guardano la TV solo per pochi minuti dell'intervallo. In altre indagini sull'ascolto della TV nei singoli intervalli il criterio di rilevazione è un po' diverso: si stabilisce cioè che non deve essere considerato ascoltatore in un

determinato intervallo chi guarda la TV per un tempo inferiore ad una frazione minima di quell'intervallo (per esempio, per meno di 5 o 10 minuti dei 15 considerati). Pertanto, se si confrontano i risultati di indagini eseguite con il criterio del tempo minimo di ascolto con i risultati della presente indagine si può trovare che questi ultimi indicano, forse soltanto a causa della differenza di metodo, un numero di ascoltatori più alto, specialmente negli intervalli in cui è più frequente l'ascolto occasionale (per pochi minuti), che sono spesso anche gli intervalli in cui il numero di ascoltatori è più alto («*ore di punta*»).

# Ascolto dei programmi televisivi e radiofonici



Ascoltano in una settimana media

- Mai o quasi mai
- Meno di 2 giorni la settimana
- Da 2 a 4 giorni la settimana
- Più di 4 giorni la settimana

# Ascolto dei programmi televisivi fra le 18 e le 23





# 10. Frequenza di ascolto della televisione

## 10. - Composizione degli ascoltatori della televisione

	Popolazione adulta	Guardano la TV		
		1 o più giorni la settimana	meno di 5 giorni la settimana	5 o più giorni la settimana
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>23.720.000</b>	<b>11.460.000</b>	<b>12.260.000</b>
<b>Zona geografica:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Nord-Ovest	28.1	30	27	33
Nord-Est	19.5	20	21	19
Centro	19.1	19	17	21
Sud	21.9	20	22	19
Isole	11.4	11	13	8
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Regioni:</b>				
Piemonte	8.8	9	9	9
Liguria	3.9	4	4	4
Lombardia	15.5	17	14	20
Tre Venezie	11.6	11	13	10
Emilia	7.9	9	8	9
Toscana	7.1	7	7	7
Marche e Umbria	4.4	4	4	4
Lazio	7.6	8	6	11
Abruzzi	3.0	2	3	2
Campania	8.3	8	8	8
Puglie	5.9	6	7	5
Calabria e Basilicata	4.6	4	4	3
Sicilia	8.8	8	10	6
Sardegna	2.6	3	3	2
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	Popolazione adulta	Guardano la TV		
		1 o più giorni la settimana	meno di 5 giorni la settimana	5 o più giorni la settimana
<b>Stima adulti</b>	<b>37.000.000</b>	<b>23.720.000</b>	<b>11.460.000</b>	<b>12.260.000</b>
<b>Grandezza del comune:</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
fino a 5.000 ab.	24.2	20	26	16
5.000 - 10.000 ab.	15.7	14	16	11
10.000 - 30.000 ab.	19.3	19	21	17
30.000 - 100.000 ab.	15.8	17	15	18
oltre 100.000 ab.	25.0	30	22	38
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sesso:</b>				
uomini	48.1	54	58	51
donne	51.9	46	42	49
(donne di casa)	(37.1)	(31)	(27)	(35)
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Classe sociale:</b>				
superiore	4.9	7	3	10
media	31.9	39	30	48
medio-inferiore	41.9	40	48	33
inferiore	21.3	14	19	9
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Età:</b>				
16 - 24 anni	18.9	23	26	20
25 - 34 anni	17.4	19	20	19
35 - 44 anni	18.5	20	18	22
45 - 54 anni	16.5	16	16	16
55 - 64 anni	14.7	13	12	13
65 anni e oltre	14.0	9	8	10
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# 10. Frequenza di ascolto della TV

adulti

## 10.1.1 - Secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		3.960		2.921		3.197		3.668		1.851	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,4	9.770	32,2	3.340	24,8	1.790	30,2	2.130	22,0	1.780	17,2	730
almeno 5 giorni la settimana	6,7	2.490	6,9	720	7,0	500	6,8	480	6,4	520	6,4	270
2-4 giorni la settimana	14,4	5.310	15,2	1.580	15,1	1.090	13,0	920	13,7	1.110	14,4	610
1 giorno la settimana	16,6	6.150	14,5	1.520	18,0	1.310	14,8	1.040	17,0	1.370	21,6	910
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	64,1	23.720	68,8	7.160	64,9	4.690	64,8	4.570	59,1	4.780	59,6	2.520
<b>non ascoltatori</b>	35,9	13.280	31,2	3.240	35,1	2.530	35,2	2.490	40,9	3.310	40,4	1.710
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	38,0	14.070	43,2	4.480	38,4	2.770	40,4	2.860	33,5	2.710	29,5	1.250
<b>non ascoltatori</b>	62,0	22.930	56,8	5.920	61,6	4.450	59,6	4.200	66,5	5.380	70,5	2.980

# 10. Frequenza di ascolto della TV

adulti

10.1.2 - Secondo classe di popolazione del comune

	Totale		fino a 5.000 abitanti		5.000 - 10.000 abitanti		10.000-30.000 abitanti		30.000 - 100.000 abitanti		oltre 100.000 abitanti	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		2.334		1.611		3.176		3.388		5.088	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		8.980.000		5.810.000		7.140.000		5.830.000		9.240.000	
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,4	9.770	15,3	1.380	18,8	1.090	22,5	1.610	32,2	1.880	41,3	3.810
almeno 5 giorni la settimana	6,7	2.490	5,1	460	4,8	280	6,7	470	7,5	440	9,1	840
2-4 giorni la settimana	14,4	5.310	13,7	1.220	14,6	850	15,8	1.130	13,4	780	14,4	1.330
1 giorno la settimana	16,6	6.150	18,8	1.690	17,2	1.000	18,2	1.300	16,2	940	13,1	1.220
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	64,1	23.720	52,9	4.750	55,4	3.220	63,2	4.510	69,3	4.040	77,9	7.200
<b>non ascoltatori</b>	35,9	13.280	47,1	4.230	44,6	2.590	36,8	2.630	30,7	1.790	22,1	2.040
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	38,0	14.070	25,9	2.320	30,5	1.770	34,6	2.480	45,0	2.620	52,8	4.880
<b>non ascoltatori</b>	62,0	22.930	74,1	6.660	69,5	4.040	65,4	4.660	55,0	3.210	47,2	4.360

# 10. Frequenza di ascolto della TV

adulti

## 10.1.3 - Secondo regione

	Totale	Piemonte	Liguria	Lombardia	Tre Venezie	Emilia	Toscana	Marche e Umbria
<b>Numero di interviste</b>	15.597	1.209	588	2.163	1.732	1.189	1.102	661
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000	3.230.000	1.440.000	5.730.000	4.290.000	2.930.000	2.620.000	1.620.000
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	26,4 9.770	26,8 860	30,3 440	35,6 2.040	22,9 980	27,5 800	24,7 650	21,9 360
almeno 5 giorni la settimana	6,7 2.490	6,5 210	6,5 90	7,2 420	6,3 270	8,0 230	8,0 210	5,1 80
2-4 giorni la settimana	14,4 5.310	15,0 480	15,2 220	15,4 880	15,0 640	15,2 450	16,3 430	12,2 200
1 giorno la settimana	16,6 6.150	15,9 520	15,7 230	13,5 770	18,3 790	17,7 520	15,8 410	16,7 270
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	64,1 23.720	64,2 2.070	67,7 980	71,7 4.110	62,5 2.680	68,4 2.000	64,8 1.700	55,9 910
<b>non ascoltatori</b>	35,9 13.280	35,8 1.160	32,3 460	28,3 1.620	37,5 1.610	31,6 930	35,2 920	44,1 710
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	38,0 14.070	38,5 1.240	38,5 550	47,0 2.690	35,4 1.520	42,7 1.250	38,9 1.020	31,8 520
<b>non ascoltatori</b>	62,0 22.930	61,5 1.990	61,5 890	53,0 3.040	64,6 2.770	57,3 1.680	61,1 1.600	68,2 1.100

# 10. Frequenza di ascolto della TV

adulti

## 10.1.3 - Secondo regione (seguito)

	Lazio	Abruzzi	Campania	Puglie	Calabria e Basilicata	Sicilia	Sardegna
<b>Numero di interviste</b>	<b>1.434</b>	<b>418</b>	<b>1.489</b>	<b>1.105</b>	<b>656</b>	<b>1.502</b>	<b>349</b>
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>2.820.000</b>	<b>1.120.000</b>	<b>3.080.000</b>	<b>2.170.000</b>	<b>1.720.000</b>	<b>3.260.000</b>	<b>970.000</b>
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>
tutti i giorni	40,1 1.130	16,9 190	25,5 790	22,0 470	18,9 330	16,4 540	19,7 190
almeno 5 giorni la settimana	6,7 190	5,9 70	7,8 240	7,0 150	3,7 60	6,3 210	6,7 60
2-4 giorni la settimana	10,5 290	11,6 130	15,0 460	16,9 370	8,8 150	13,3 430	18,3 180
1 giorno la settimana	12,6 360	17,3 190	15,4 470	18,8 410	17,4 300	22,3 720	19,2 190
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>69,9 1.970</b>	<b>51,7 580</b>	<b>63,7 1.960</b>	<b>64,7 1.400</b>	<b>48,8 840</b>	<b>58,3 1.900</b>	<b>63,9 620</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>30,1 850</b>	<b>48,3 540</b>	<b>36,3 1.120</b>	<b>35,3 770</b>	<b>51,2 880</b>	<b>41,7 1.360</b>	<b>36,1 350</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>46,8 1.320</b>	<b>28,7 300</b>	<b>37,5 1.160</b>	<b>35,8 780</b>	<b>28,1 480</b>	<b>27,7 900</b>	<b>35,1 340</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>53,2 1.500</b>	<b>73,3 820</b>	<b>62,5 1.920</b>	<b>64,2 1.390</b>	<b>71,9 1.240</b>	<b>72,3 2.360</b>	<b>64,9 630</b>

# 10. Frequenza di ascolto della TV

adulti

10.1.4 - Secondo sesso e secondo classe sociale

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa	Superiore	Media	Medio-inferiore	Inferiore
<b>Numero di interviste</b>	<b>15.597</b>	<b>7.178</b>	<b>8.419</b>	<b>6.082</b>	<b>939</b>	<b>5.258</b>	<b>6.292</b>	<b>3.108</b>
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>	<b>17.800.000</b>	<b>19.200.000</b>	<b>13.740.000</b>	<b>1.830.000</b>	<b>11.810.000</b>	<b>15.500.000</b>	<b>7.860.000</b>
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>	<b>% '000</b>
tutti i giorni	26,4 9.770	26,7 4.750	26,2 5.020	26,2 3.610	57,2 1.040	41,0 4.840	20,1 3.110	9,9 780
almeno 5 giorni la settimana	6,7 2.490	8,2 1.450	5,4 1.040	5,1 700	11,8 220	8,8 1.040	5,8 900	4,2 330
2-4 giorni la settimana	14,4 5.310	18,4 3.280	10,5 2.030	9,3 1.270	14,9 270	16,1 1.900	15,7 2.430	9,0 710
1 giorno la settimana	16,6 6.150	18,8 3.350	14,6 2.800	13,4 1.840	6,3 120	13,0 1.530	19,8 3.080	18,1 1.420
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>64,1 23.720</b>	<b>72,1 12.830</b>	<b>56,7 10.890</b>	<b>54,0 7.420</b>	<b>90,2 1.650</b>	<b>78,9 9.310</b>	<b>61,4 9.520</b>	<b>41,2 3.240</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>35,9 13.280</b>	<b>27,9 4.970</b>	<b>43,3 8.310</b>	<b>46,0 6.320</b>	<b>9,8 180</b>	<b>21,1 2.500</b>	<b>38,6 5.980</b>	<b>58,8 4.620</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>38,0 14.070</b>	<b>41,4 7.380</b>	<b>34,9 6.690</b>	<b>34,2 4.700</b>	<b>71,7 1.310</b>	<b>53,3 6.300</b>	<b>32,3 5.000</b>	<b>18,6 1.460</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>62,0 22.930</b>	<b>58,6 10.420</b>	<b>65,1 12.510</b>	<b>65,8 9.040</b>	<b>28,3 520</b>	<b>46,7 5.510</b>	<b>67,7 10.500</b>	<b>81,4 6.400</b>

# 10. Frequenza di ascolto della TV

adulti

10.1.5 - Secondo età

	Totale	16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 44 anni	45 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni	26,4 9.770	27,3 1.900	28,6 1.840	31,6 2.170	25,2 1.540	23,7 1.290	19,9 1.030
almeno 5 giorni la settimana	6,7 2.490	8,3 580	7,1 460	7,5 510	6,4 390	6,2 340	4,1 210
2-4 giorni la settimana	14,4 5.310	22,2 1.550	15,9 1.020	14,4 990	12,7 770	11,0 600	7,3 380
1 giorno la settimana	16,6 6.150	20,5 1.430	18,7 1.200	16,3 1.120	16,5 1.010	14,7 810	11,3 580
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	64,1 23.720	78,3 5.460	70,3 4.520	69,8 4.790	60,8 3.710	55,6 3.040	42,6 2.200
<b>non ascoltatori</b>	35,9 13.280	21,7 1.520	29,7 1.910	30,2 2.070	39,2 2.390	44,4 2.420	57,4 2.970
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	38,0 14.070	43,9 3.060	40,5 2.600	43,6 2.990	35,7 2.180	33,5 1.830	27,2 1.410
<b>non ascoltatori</b>	62,0 22.930	56,1 3.920	59,5 3.830	56,4 3.870	64,3 3.920	66,5 3.630	72,8 3.760

# 10. Frequenza di ascolto della televisione

adulti

## 10.1.6. - Secondo professione

	Totale		Imprenditori e dirigenti		Agricoltori conduttori		Artigiani e commercianti		Impiegati	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		453		823		1.107		1.280	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	37.000.000		950.000		2.480.000		2.710.000		2.620.000	
<b>Guardano la TV in una settimana media:</b>	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,4	9.770	47,0	450	8,8	220	32,8	890	43,8	1.150
almeno 5 giorni la settimana	6,7	2.490	12,6	120	4,4	110	7,5	200	10,3	270
2-4 giorni la settimana	14,4	5.310	16,2	150	13,9	340	20,6	560	19,7	510
1 giorno la settimana	16,6	6.150	9,5	90	21,2	530	18,3	500	11,3	300
<b>ascoltatori in una settimana media</b>										
ascoltatori	64,1	23.720	85,3	810	48,3	1.200	79,2	2.150	85,1	2.230
non ascoltatori	35,9	13.280	14,7	140	51,7	1.280	20,8	560	14,9	390
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>										
ascoltatori	38,0	14.070	62,2	590	18,1	450	48,0	1.290	58,6	1.540
non ascoltatori	62,0	22.930	37,8	360	81,9	2.030	52,0	1.420	41,4	1.080



# 10. Frequenza di ascolto della televisione

adulti

## 10.1.6 - Secondo professione (seguito)

	Operai specializzati		Salariati agricoli		Operai comuni		Casalinghe		Condizioni non professionali	
<b>Numero di interviste</b>	<b>1.448</b>		<b>831</b>		<b>1.439</b>		<b>5.811</b>		<b>2.405</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>3.530.000</b>		<b>2.290.000</b>		<b>3.580.000</b>		<b>13.140.000</b>		<b>5.700.000</b>	
Guardano la TV in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	29,5	1.040	6,4	150	22,1	790	25,9	3.400	29,6	1.690
almeno 5 giorni la settimana	9,8	350	3,8	90	6,7	240	5,3	690	7,4	420
2-4 giorni la settimana	21,2	750	12,4	280	20,1	720	8,9	1.180	14,3	820
1 giorno la settimana	19,3	680	25,4	580	22,5	810	14,1	1.850	14,2	810
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>79,8</b>	<b>2.820</b>	<b>48,0</b>	<b>1.100</b>	<b>71,4</b>	<b>2.560</b>	<b>54,2</b>	<b>7.120</b>	<b>65,5</b>	<b>3.740</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>20,2</b>	<b>710</b>	<b>52,0</b>	<b>1.190</b>	<b>28,6</b>	<b>1.020</b>	<b>45,8</b>	<b>6.020</b>	<b>34,5</b>	<b>1.960</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>46,1</b>	<b>1.630</b>	<b>17,1</b>	<b>390</b>	<b>38,6</b>	<b>1.380</b>	<b>33,4</b>	<b>4.390</b>	<b>42,3</b>	<b>2.410</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>53,9</b>	<b>1.900</b>	<b>82,9</b>	<b>1.900</b>	<b>61,4</b>	<b>2.200</b>	<b>66,6</b>	<b>8.750</b>	<b>57,7</b>	<b>3.290</b>

# 10. Frequenza di ascolto della televisione

adulti

10.1.7 - Secondo grado di istruzione

	Totale		Nessuna scuola o elementare		Media inferiore		Media superiore o università	
Numero delle interviste	15.597		11.427		2.193		1.977	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		28.410.000		4.710.000		3.880.000	
Guardano la TV in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,4	9.770	20,5	5.820	44,5	2.090	48,0	1.860
almeno 5 giorni la settimana	6,7	2.490	5,6	1.600	10,1	480	10,9	420
2-4 giorni la settimana	14,4	5.310	13,1	3.720	19,1	900	17,8	690
1 giorno la settimana	16,6	6.150	17,9	5.100	13,9	660	10,0	390
ascoltatori in una settimana media	64,1	23.720	57,1	16.240	87,6	4.130	86,7	3.360
non ascoltatori	35,9	13.280	42,9	12.170	12,4	580	13,3	520
ascoltatori in un giorno medio	38,0	14.070	31,6	9.000	56,2	2.650	63,0	2.440
non ascoltatori	62,0	22.930	68,4	19.410	43,8	2.060	37,0	1.440

# 10. Frequenza di ascolto della televisione

adulti

10.1.8. - Secondo utenza di veicoli

	Totale		Utenti di auto		Utenti di moto		Non utenti di auto o moto	
<b>Numero delle interviste</b>	<b>15.597</b>		<b>1.132</b>		<b>1.230</b>		<b>13.235</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		2.420.000		3.300.000		31.280.000	
Guardano la TV in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,4	9.770	47,1	1.140	26,0	860	24,8	7.770
almeno 5 giorni la settimana	6,7	2.490	12,9	310	8,3	270	6,1	1.900
2-4 giorni la settimana	14,4	5.310	18,8	460	24,6	810	12,9	4.050
1 giorno la settimana	16,6	6.150	11,1	270	22,1	730	16,4	5.150
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>64,1</b>	<b>23.720</b>	<b>89,9</b>	<b>2.180</b>	<b>81,0</b>	<b>2.670</b>	<b>60,2</b>	<b>18.870</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>35,9</b>	<b>13.280</b>	<b>10,1</b>	<b>240</b>	<b>19,0</b>	<b>630</b>	<b>39,8</b>	<b>12.410</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>38,0</b>	<b>14.070</b>	<b>64,3</b>	<b>1.560</b>	<b>43,5</b>	<b>1.430</b>	<b>35,4</b>	<b>11.090</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>62,0</b>	<b>22.930</b>	<b>35,7</b>	<b>860</b>	<b>56,5</b>	<b>1.870</b>	<b>64,6</b>	<b>20.190</b>

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

uomini

## 10.2.1 - Uomini secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.356</b>		<b>1.771</b>		<b>1.469</b>		<b>1.713</b>		<b>869</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>5.000.000</b>		<b>3.480.000</b>		<b>3.400.000</b>		<b>3.890.000</b>		<b>2.030.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,7	4.750	31,8	1.590	24,8	870	30,2	1.020	22,3	870	19,6	400
almeno 5 giorni la settimana	8,2	1.450	7,4	370	9,6	330	8,2	280	8,0	310	7,8	160
2-4 giorni la settimana	18,4	3.280	19,5	970	20,4	710	16,2	550	17,4	680	18,5	370
1 giorno la settimana	18,8	3.350	16,7	840	21,3	740	17,1	580	19,1	740	21,9	450
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>72,1</b>	<b>12.830</b>	<b>75,4</b>	<b>3.770</b>	<b>76,1</b>	<b>2.650</b>	<b>71,7</b>	<b>2.430</b>	<b>66,8</b>	<b>2.600</b>	<b>67,8</b>	<b>1.380</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>27,9</b>	<b>4.970</b>	<b>24,6</b>	<b>1.230</b>	<b>23,9</b>	<b>830</b>	<b>28,3</b>	<b>970</b>	<b>33,2</b>	<b>1.290</b>	<b>32,2</b>	<b>650</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>41,4</b>	<b>7.380</b>	<b>45,5</b>	<b>2.270</b>	<b>43,4</b>	<b>1.510</b>	<b>42,6</b>	<b>1.450</b>	<b>37,2</b>	<b>1.450</b>	<b>34,3</b>	<b>700</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>58,6</b>	<b>10.420</b>	<b>54,5</b>	<b>2.730</b>	<b>56,6</b>	<b>1.970</b>	<b>57,4</b>	<b>1.950</b>	<b>62,8</b>	<b>2.440</b>	<b>65,7</b>	<b>1.330</b>

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

uomini

## 10.2.2 - Uomini secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio- inferiore		Inferiore	
Numero di interviste	7.178		494		2.558		2.862		1.264	
Stima della popolazione adulta	17.800.000		1.000.000		6.040.000		7.390.000		3.370.000	
Guardano la TV, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,7	4.750	55,0	550	39,0	2.360	20,3	1.500	10,3	340
almeno 5 giorni la settimana	8,2	1.450	11,6	110	10,4	630	7,2	530	5,2	180
2-4 giorni la settimana	18,4	3.280	18,1	180	19,9	1.200	20,3	1.500	11,8	400
1 giorno la settimana	18,8	3.350	7,7	80	14,5	870	22,6	1.670	21,6	730
ascoltatori in una settimana media	72,1	12.830	92,4	920	83,8	5.060	70,4	5.200	48,9	1.650
non ascoltatori	27,9	4.970	7,6	80	16,2	980	29,6	2.190	51,1	1.720
ascoltatori in un giorno medio	41,4	7.380	71,1	710	54,9	3.320	35,9	2.650	20,7	700
non ascoltatori	58,6	10.420	28,9	290	45,1	2.720	64,1	4.740	79,3	2.670

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

uomini

## 10.2.3 - Uomini secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>7.178</b>		<b>1.266</b>		<b>2.640</b>		<b>2.322</b>		<b>950</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>17.800.000</b>		<b>3.330.000</b>		<b>6.370.000</b>		<b>5.630.000</b>		<b>2.470.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,7	4.750	27,7	930	28,5	1.820	26,7	1.500	20,5	500
almeno 5 giorni la settimana	8,2	1.450	11,0	370	9,2	580	6,8	380	4,9	120
2-4 giorni la settimana	18,4	3.280	28,4	940	20,7	1.320	14,4	810	8,6	210
1 giorno la settimana	18,8	3.350	19,3	640	20,3	1.290	18,9	1.070	14,0	350
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>72,1</b>	<b>12.830</b>	<b>86,4</b>	<b>2.880</b>	<b>78,7</b>	<b>5.010</b>	<b>66,8</b>	<b>3.760</b>	<b>48,0</b>	<b>1.180</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>27,9</b>	<b>4.970</b>	<b>13,6</b>	<b>450</b>	<b>21,3</b>	<b>1.360</b>	<b>33,2</b>	<b>1.870</b>	<b>52,0</b>	<b>1.290</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>41,4</b>	<b>7.380</b>	<b>50,2</b>	<b>1.680</b>	<b>44,8</b>	<b>2.850</b>	<b>37,9</b>	<b>2.130</b>	<b>29,2</b>	<b>720</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>58,6</b>	<b>10.420</b>	<b>49,8</b>	<b>1.650</b>	<b>55,2</b>	<b>3.520</b>	<b>62,1</b>	<b>3.500</b>	<b>70,8</b>	<b>1.750</b>

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

donne

## 10.3.1 - Donne secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>1.565</b>		<b>2.189</b>		<b>1.728</b>		<b>1.954</b>		<b>983</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>5.400.000</b>		<b>3.740.000</b>		<b>3.670.000</b>		<b>4.200.000</b>		<b>2.190.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,2	5.020	32,4	1.750	24,7	920	30,2	1.110	21,7	910	14,9	330
almeno 5 giorni la settimana	5,4	1.040	6,4	350	4,6	170	5,5	200	4,9	210	5,1	110
2-4 giorni la settimana	10,5	2.030	11,3	610	10,2	380	10,1	370	10,3	440	10,6	230
1 giorno la settimana	14,6	2.800	12,5	670	15,0	570	12,6	460	15,1	630	21,4	470
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>56,7</b>	<b>10.890</b>	<b>62,6</b>	<b>3.380</b>	<b>54,5</b>	<b>2.040</b>	<b>58,4</b>	<b>2.140</b>	<b>52,0</b>	<b>2.190</b>	<b>52,0</b>	<b>1.140</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>43,3</b>	<b>8.310</b>	<b>37,4</b>	<b>2.020</b>	<b>45,5</b>	<b>1.700</b>	<b>41,6</b>	<b>1.530</b>	<b>48,0</b>	<b>2.010</b>	<b>48,0</b>	<b>1.050</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>34,9</b>	<b>6.690</b>	<b>41,1</b>	<b>2.210</b>	<b>33,7</b>	<b>1.260</b>	<b>38,4</b>	<b>1.410</b>	<b>30,1</b>	<b>1.260</b>	<b>25,0</b>	<b>550</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>65,1</b>	<b>12.510</b>	<b>58,9</b>	<b>3.190</b>	<b>66,3</b>	<b>2.480</b>	<b>61,6</b>	<b>2.260</b>	<b>69,9</b>	<b>2.940</b>	<b>75,0</b>	<b>1.640</b>

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

donne

## 10.3.2 - Donne secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>8.419</b>		<b>445</b>		<b>2.700</b>		<b>3.430</b>		<b>1.844</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>19.200.000</b>		<b>830.000</b>		<b>5.770.000</b>		<b>8.110.000</b>		<b>4.490.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,2	5.020	60,0	500	43,0	2.480	19,9	1.610	9,6	430
almeno 5 giorni la settimana	5,4	1.040	12,1	100	7,2	410	4,6	370	3,5	160
2-4 giorni la settimana	10,5	2.030	11,0	90	12,0	700	11,4	930	6,9	310
1 giorno la settimana	14,6	2.800	4,6	40	11,5	660	17,3	1.410	15,4	690
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>56,7</b>	<b>10.890</b>	<b>87,7</b>	<b>730</b>	<b>73,7</b>	<b>4.250</b>	<b>53,2</b>	<b>4.320</b>	<b>35,4</b>	<b>1.590</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>43,3</b>	<b>8.310</b>	<b>12,3</b>	<b>100</b>	<b>26,3</b>	<b>1.520</b>	<b>46,8</b>	<b>3.790</b>	<b>64,6</b>	<b>2.900</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>34,9</b>	<b>6.690</b>	<b>72,3</b>	<b>600</b>	<b>51,7</b>	<b>2.980</b>	<b>29,0</b>	<b>2.350</b>	<b>17,1</b>	<b>760</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>65,1</b>	<b>12.510</b>	<b>27,7</b>	<b>230</b>	<b>48,3</b>	<b>2.790</b>	<b>71,0</b>	<b>5.760</b>	<b>82,9</b>	<b>3.730</b>



# 10. Frequenza di ascolto alla TV

donne

## 10.3.3 - Donne secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
Numero di interviste	8.419		1.412		3.206		2.635		1.166	
Stima della popolazione adulta	19.200.000		3.650.000		6.930.000		5.920.000		2.700.000	
Guardano la TV, in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,2	5.020	26,8	980	31,6	2.190	22,4	1.330	19,4	520
almeno 5 giorni la settimana	5,4	1.040	5,9	220	5,6	390	5,8	340	3,4	90
2-4 giorni la settimana	10,5	2.030	16,5	600	10,0	700	9,6	570	6,1	160
1 giorno la settimana	14,6	2.800	21,6	790	14,9	1.030	12,6	740	8,7	240
ascoltatori in una settimana media	56,7	10.890	70,8	2.590	62,1	4.310	50,4	2.980	37,6	1.010
non ascoltatori	43,3	8.310	29,2	1.060	37,9	2.620	49,6	2.940	62,4	1.690
ascoltatori in un giorno medio	34,9	6.690	38,2	1.390	39,6	2.740	31,6	1.870	25,4	690
non ascoltatori	65,1	12.510	61,8	2.260	60,4	4.190	68,4	4.050	74,6	2.010

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

donne di casa

## 10.4.1 - Donne di casa secondo zone geografiche

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>1.091</b>		<b>1.638</b>		<b>1.215</b>		<b>1.430</b>		<b>708</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>4.010.000</b>		<b>2.570.000</b>		<b>2.540.000</b>		<b>3.070.000</b>		<b>1.550.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,2	3.610	33,1	1.330	24,8	640	30,8	780	20,8	640	14,3	220
almeno 5 giorni la settimana	5,1	700	5,9	240	4,6	120	5,5	140	4,4	120	5,0	80
2-4 giorni la settimana	9,3	1.270	10,5	420	9,0	230	8,4	220	8,5	260	9,3	140
1 giorno la settimana	13,4	1.840	12,2	490	13,0	330	11,5	290	14,4	450	17,8	280
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>54,0</b>	<b>7.420</b>	<b>61,7</b>	<b>2.480</b>	<b>51,4</b>	<b>1.320</b>	<b>56,2</b>	<b>1.430</b>	<b>48,1</b>	<b>1.470</b>	<b>46,4</b>	<b>720</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>46,0</b>	<b>6.320</b>	<b>38,3</b>	<b>1.530</b>	<b>48,6</b>	<b>1.250</b>	<b>43,8</b>	<b>1.110</b>	<b>51,9</b>	<b>1.600</b>	<b>53,6</b>	<b>830</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>34,2</b>	<b>4.700</b>	<b>40,6</b>	<b>1.630</b>	<b>34,0</b>	<b>870</b>	<b>37,8</b>	<b>960</b>	<b>28,2</b>	<b>860</b>	<b>24,3</b>	<b>380</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>65,8</b>	<b>9.040</b>	<b>59,4</b>	<b>2.380</b>	<b>66,0</b>	<b>1.700</b>	<b>62,2</b>	<b>1.580</b>	<b>71,8</b>	<b>2.210</b>	<b>75,7</b>	<b>1.170</b>

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

donne di casa

## 10.4.2 - Donne di casa secondo classe sociale

	Totale		Superiore		Media		Medio-inferiore		Inferiore	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>317</b>		<b>1.855</b>		<b>2.442</b>		<b>1.468</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>580.000</b>		<b>3.910.000</b>		<b>5.700.000</b>		<b>3.550.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,2	3.610	63,8	370	44,9	1.760	20,1	1.140	9,6	340
almeno 5 giorni la settimana	5,1	700	12,9	70	6,5	250	4,3	250	3,6	130
2-4 giorni la settimana	9,3	1.270	8,3	50	10,6	420	10,0	570	6,7	230
1 giorno la settimana	13,4	1.840	3,2	20	10,7	420	15,8	900	14,0	500
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
ascoltatori	54,0	7.420	88,2	510	72,7	2.850	50,2	2.860	33,9	1.200
non ascoltatori	46,0	6.320	11,8	70	27,3	1.060	49,8	2.840	66,1	2.350
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
ascoltatori	34,2	4.700	74,5	430	52,7	2.060	28,3	1.610	16,9	600
non ascoltatori	65,8	9.040	25,5	150	47,3	1.850	71,7	4.090	83,1	2.950

# 10. Frequenza di ascolto alla TV

donne di casa

## 10.4.3 - Donne di casa secondo età

	Totale		16-24 anni		25-44 anni		45-64 anni		65 anni e oltre	
<b>Numero di interviste</b>	<b>6.082</b>		<b>246</b>		<b>2.618</b>		<b>2.360</b>		<b>858</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>13.740.000</b>		<b>810.000</b>		<b>5.650.000</b>		<b>5.320.000</b>		<b>1.960.000</b>	
<b>Guardano la TV, in una settimana media:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni	26,2	3.610	24,4	200	32,8	1.840	22,6	1.200	18,8	370
almeno 5 giorni la settimana	5,1	700	4,0	30	5,3	300	5,4	290	4,1	80
2-4 giorni la settimana	9,3	1.270	9,9	80	9,9	560	9,7	510	6,2	120
1 giorno la settimana	13,4	1.840	19,4	160	14,4	810	13,0	700	8,8	170
<b>ascoltatori in una settimana media</b>	<b>54,0</b>	<b>7.420</b>	<b>57,7</b>	<b>470</b>	<b>62,2</b>	<b>3.510</b>	<b>50,7</b>	<b>2.700</b>	<b>37,9</b>	<b>740</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>46,0</b>	<b>6.320</b>	<b>42,3</b>	<b>340</b>	<b>37,8</b>	<b>2.140</b>	<b>49,3</b>	<b>2.620</b>	<b>62,1</b>	<b>1.220</b>
<b>ascoltatori in un giorno medio</b>	<b>34,2</b>	<b>4.700</b>	<b>31,0</b>	<b>250</b>	<b>40,2</b>	<b>2.270</b>	<b>31,4</b>	<b>1.680</b>	<b>25,7</b>	<b>500</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>65,8</b>	<b>9.040</b>	<b>69,0</b>	<b>560</b>	<b>59,8</b>	<b>3.380</b>	<b>68,6</b>	<b>3.640</b>	<b>74,3</b>	<b>1.460</b>

# 10. Frequenza di ascolto della televisione

donne di casa

## 10.4.4. - Donne di casa secondo presenza di bambini nella famiglia

	Totale		Solo bambini fino a 6 anni		Solo bambini da 6 a 11 anni		Sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	
Numero delle interviste	6.082		975		791		673	
Stima della popolazione adulta	13.740.000		2.250.000		1.730.000		1.530.000	
Guardano la TV in una settimana media:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni	26,2	3.610	30,4	680	29,6	520	30,5	470
almeno 5 giorni la settimana	5,1	700	4,7	110	5,3	90	2,8	40
2-4 giorni la settimana	9,3	1.270	7,3	170	10,6	180	6,8	100
1 giorno la settimana	13,4	1.840	12,2	270	15,5	270	11,8	180
ascoltatori in una settimana media	54,0	7.420	54,6	1.230	61,0	1.060	51,9	790
non ascoltatori	46,0	6.320	45,4	1.020	39,0	670	48,1	740
ascoltatori in un giorno medio	34,2	4.700	37,4	840	37,5	650	34,8	530
non ascoltatori	65,8	9.040	62,6	1.410	62,5	1.080	65,2	1.000

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.1 - Secondo zone geografiche - Carosello

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	15.597		3.969		2.921		3.197		3.668		1.851	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano Carosello:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	20,7	7.670	25,7	2.670	18,9	1.360	23,0	1.630	18,0	1.450	13,2	560
5-6 giorni la settimana	6,9	2.550	7,0	730	6,9	500	6,8	480	6,9	560	6,5	270
2-4 giorni la settimana	13,5	4.990	13,9	1.450	13,5	970	13,3	940	13,1	1.060	13,5	570
1 giorno la settimana	3,2	1.170	3,4	360	4,4	320	2,9	210	2,0	160	2,8	120
<b>ascoltatori</b>	<b>44,3</b>	<b>16.380</b>	<b>50,0</b>	<b>5.210</b>	<b>43,7</b>	<b>3.150</b>	<b>46,0</b>	<b>3.260</b>	<b>40,0</b>	<b>3.230</b>	<b>36,0</b>	<b>1.520</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>55,7</b>	<b>20.620</b>	<b>50,0</b>	<b>5.190</b>	<b>56,3</b>	<b>4.070</b>	<b>54,0</b>	<b>3.800</b>	<b>60,0</b>	<b>4.860</b>	<b>64,0</b>	<b>2.710</b>

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

## 10.a.1 - Secondo zone geografiche

### Gong

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.916</b>		<b>1.009</b>		<b>717</b>		<b>806</b>		<b>914</b>		<b>470</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>10.400.000</b>		<b>7.220.000</b>		<b>7.060.000</b>		<b>8.090.000</b>		<b>4.230.000</b>	
<b>Ascoltano Gong:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni o quasi	7,8	2.880	8,2	850	7,6	550	8,6	600	8,2	670	5,0	210
5-6 giorni la settimana	3,2	1.180	3,7	380	3,6	260	3,1	220	2,6	210	2,6	110
2-4 giorni la settimana	8,1	3.000	9,0	930	9,0	650	6,0	430	7,4	600	9,2	390
1 giorno la settimana	5,4	2.020	7,1	740	5,9	430	4,8	340	3,5	280	5,5	230
<b>ascoltatori</b>	<b>24,5</b>	<b>9.080</b>	<b>28,0</b>	<b>2.900</b>	<b>26,1</b>	<b>1.890</b>	<b>22,5</b>	<b>1.590</b>	<b>21,7</b>	<b>1.760</b>	<b>22,3</b>	<b>940</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>75,5</b>	<b>27.920</b>	<b>72,0</b>	<b>7.500</b>	<b>73,9</b>	<b>5.330</b>	<b>77,5</b>	<b>5.470</b>	<b>78,3</b>	<b>6.330</b>	<b>77,7</b>	<b>3.290</b>

### Tic-Tac

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.927</b>		<b>981</b>		<b>740</b>		<b>807</b>		<b>933</b>		<b>466</b>	
<b>Stima della popolazione adulta</b>	<b>37.000.000</b>		<b>10.400.000</b>		<b>7.220.000</b>		<b>7.060.000</b>		<b>8.090.000</b>		<b>4.230.000</b>	
<b>Ascoltano Tic-Tac:</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>	<b>%</b>	<b>'000</b>
tutti i giorni o quasi	16,3	6.050	20,8	2.160	14,0	1.010	17,1	1.210	14,6	1.180	12,4	520
5-6 giorni la settimana	5,5	2.040	5,8	600	4,8	350	5,3	380	6,0	490	5,8	250
2-4 giorni la settimana	11,2	4.120	9,9	1.030	12,2	880	12,1	860	11,4	920	10,9	460
1 giorno la settimana	5,7	2.120	4,7	490	7,1	510	6,5	460	4,0	330	8,2	350
<b>ascoltatori</b>	<b>38,7</b>	<b>14.330</b>	<b>41,2</b>	<b>4.280</b>	<b>38,1</b>	<b>2.750</b>	<b>41,0</b>	<b>2.910</b>	<b>36,0</b>	<b>2.920</b>	<b>37,3</b>	<b>1.580</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>61,3</b>	<b>22.670</b>	<b>58,8</b>	<b>6.120</b>	<b>61,9</b>	<b>4.470</b>	<b>59,0</b>	<b>4.150</b>	<b>64,0</b>	<b>5.170</b>	<b>62,7</b>	<b>2.650</b>

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.1 - Secondo zone geografiche  
Arcobaleno

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di Interviste</b>	<b>3.902</b>		<b>989</b>		<b>734</b>		<b>795</b>		<b>921</b>		<b>463</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano Arcobaleno:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	16,7	6.170	21,2	2.210	14,9	1.070	18,0	1.270	14,6	1.180	10,8	460
5-6 giorni la settimana	6,1	2.280	6,2	650	5,8	420	6,9	490	6,3	510	4,7	200
2-4 giorni la settimana	11,8	4.370	12,4	1.290	12,6	910	10,9	770	12,3	990	9,8	410
1 giorno la settimana	4,7	1.720	5,4	560	7,3	520	3,7	260	2,7	220	3,8	160
<b>ascoltatori</b>	<b>39,3</b>	<b>14.520</b>	<b>45,2</b>	<b>4.710</b>	<b>40,6</b>	<b>2.920</b>	<b>39,5</b>	<b>2.790</b>	<b>35,9</b>	<b>2.900</b>	<b>29,1</b>	<b>1.230</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>60,7</b>	<b>22.480</b>	<b>54,8</b>	<b>5.690</b>	<b>59,4</b>	<b>4.300</b>	<b>60,5</b>	<b>4.270</b>	<b>64,1</b>	<b>5.190</b>	<b>70,9</b>	<b>3.000</b>

## Intermezzo

	Totale		Nord-Ovest		Nord-Est		Centro		Sud		Isole	
<b>Numero di Interviste</b>	<b>3.852</b>		<b>981</b>		<b>730</b>		<b>789</b>		<b>900</b>		<b>452</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		10.400.000		7.220.000		7.060.000		8.090.000		4.230.000	
Ascoltano Intermezzo:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	3,1	1.160	3,8	390	1,8	130	3,1	220	3,8	310	2,3	100
5-6 giorni la settimana	2,1	790	2,1	220	2,2	160	2,3	170	2,1	170	1,7	70
2-4 giorni la settimana	8,0	2.940	10,7	1.110	7,4	530	9,1	640	5,5	440	4,4	180
1 giorno la settimana	7,4	2.730	9,3	1.090	9,3	670	6,0	430	4,6	380	3,5	150
<b>ascoltatori</b>	<b>20,6</b>	<b>7.620</b>	<b>25,9</b>	<b>2.810</b>	<b>20,7</b>	<b>1.490</b>	<b>20,5</b>	<b>1.460</b>	<b>16,0</b>	<b>1.300</b>	<b>11,9</b>	<b>500</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>79,4</b>	<b>29.380</b>	<b>74,1</b>	<b>7.590</b>	<b>79,3</b>	<b>5.730</b>	<b>79,5</b>	<b>5.600</b>	<b>84,0</b>	<b>6.790</b>	<b>88,1</b>	<b>3.730</b>



# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.2 - Secondo sesso - Carosello

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di interviste	15.597		7.178		8.419		6.082	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano Carosello:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	20,7	7.670	20,0	3.550	21,4	4.120	21,5	2.960
5-6 giorni la settimana	6,9	2.550	8,3	1.470	5,6	1.070	5,4	740
2-4 giorni la settimana	13,5	4.990	16,6	2.950	10,6	2.040	9,6	1.320
1 giorno la settimana	3,2	1.170	4,4	790	2,0	380	1,6	230
ascoltatori	44,3	16.380	49,3	8.760	39,6	7.610	38,1	5.050
non ascoltatori	55,7	20.620	50,7	9.040	60,4	11.590	61,9	8.720

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.2 - Secondo sesso

Gong

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di interviste	3.916		1.793		2.123		1.541	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano Gong:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	7,8	2.890	6,7	1.190	12,3	1.700	6,4	1.230
5-6 giorni la settimana	3,2	1.180	3,7	670	3,7	510	1,9	370
2-4 giorni la settimana	8,1	2.990	8,0	1.430	11,4	1.560	5,8	1.120
1 giorno la settimana	5,4	2.020	6,4	1.130	6,5	890	3,4	650
<b>ascoltatori</b>	<b>24,5</b>	<b>9.080</b>	<b>24,8</b>	<b>4.420</b>	<b>33,9</b>	<b>4.660</b>	<b>17,5</b>	<b>3.370</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>75,5</b>	<b>27.920</b>	<b>75,2</b>	<b>13.380</b>	<b>66,1</b>	<b>14.540</b>	<b>82,5</b>	<b>10.370</b>

Tic-Tac

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
Numero di interviste	3.927		1.811		2.116		1.527	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano Tic-Tac:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	16,3	6.050	17,5	3.110	21,7	2.980	11,2	2.160
5-6 giorni la settimana	5,5	2.040	6,5	1.170	6,5	890	3,2	620
2-4 giorni la settimana	11,2	4.120	13,3	2.370	13,0	1.780	6,0	1.160
1 giorno la settimana	5,7	2.120	6,7	1.200	6,8	940	3,0	560
<b>ascoltatori</b>	<b>38,7</b>	<b>14.330</b>	<b>44,0</b>	<b>7.850</b>	<b>48,0</b>	<b>6.590</b>	<b>23,4</b>	<b>4.500</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>61,3</b>	<b>22.670</b>	<b>56,0</b>	<b>9.950</b>	<b>52,0</b>	<b>13.210</b>	<b>76,6</b>	<b>9.240</b>

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.2. - Secondo sesso  
Arcobaleno

	Totale		Uomini		Donne		Donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.902</b>		<b>1.827</b>		<b>2.075</b>		<b>1.493</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.200.000		13.740.000	
Ascoltano Arcobaleno:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	16,7	6.170	16,1	2.860	24,2	3.330	12,7	2.430
5-6 giorni la settimana	6,1	2.260	6,3	1.120	8,3	1.140	3,7	710
2-4 giorni la settimana	11,8	4.370	14,3	2.540	13,4	1.840	6,5	1.250
1 giorno la settimana	4,7	1.720	6,1	1.090	4,6	640	2,2	410
<b>ascoltatori</b>	<b>39,3</b>	<b>14.520</b>	<b>42,8</b>	<b>7.610</b>	<b>50,5</b>	<b>6.950</b>	<b>25,1</b>	<b>4.800</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>60,7</b>	<b>22.480</b>	<b>57,2</b>	<b>10.190</b>	<b>49,5</b>	<b>12.250</b>	<b>74,9</b>	<b>8.940</b>

## Intermezzo

	Totale		Uomini		Donne		donne di casa	
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.852</b>		<b>1.747</b>		<b>2.105</b>		<b>1.521</b>	
Stima della popolazione adulta	37.000.000		17.800.000		19.800.000		13.740.000	
Ascoltano Intermezzo:	%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
tutti i giorni o quasi	3,1	1.160	2,9	510	8,2	640	2,5	470
5-6 giorni la settimana	2,1	790	2,2	390	5,1	390	1,5	290
2-4 giorni la settimana	8,0	2.940	8,0	1.400	19,3	1.500	5,2	1.000
1 giorno la settimana	7,4	2.730	8,4	1.500	15,5	1.210	4,0	780
<b>ascoltatori</b>	<b>20,6</b>	<b>7.620</b>	<b>21,5</b>	<b>3.800</b>	<b>48,1</b>	<b>3.740</b>	<b>13,2</b>	<b>2.540</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>79,4</b>	<b>29.380</b>	<b>78,5</b>	<b>14.000</b>	<b>51,9</b>	<b>16.060</b>	<b>86,8</b>	<b>11.200</b>

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.3. - Secondo età - Carosello

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano Carosello:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni o quasi	20,7 7.670	21,3 1.490	21,2 1.370	24,6 1.690	20,2 1.230	18,9 1.030	16,7 860
5-6 giorni la settimana	6,9 2.550	8,5 590	7,4 470	7,6 520	6,5 400	6,4 350	4,2 220
2-4 giorni la settimana	13,5 4.990	19,4 1.350	14,9 960	13,9 950	12,1 740	11,1 600	7,4 380
1 giorno la settimana	3,2 1.170	4,9 340	4,2 270	3,4 230	2,6 160	2,0 110	1,0 50
ascoltatori	44,3 16.380	54,1 3.770	47,8 3.070	49,5 3.390	41,4 2.530	38,4 2.090	29,3 1.510
non ascoltatori	55,7 20.620	45,9 3.210	52,2 3.360	50,5 3.470	58,6 3.570	61,6 3.370	70,7 3.660

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

## 10.a.3 - Secondo età Gong

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.916</b>	<b>684</b>	<b>662</b>	<b>789</b>	<b>636</b>	<b>612</b>	<b>533</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano Gong:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni o quasi	7,8 2.880	7,8 540	7,9 510	9,3 630	7,5 460	7,2 390	6,7 340
5-6 giorni la settimana	3,2 1.180	3,0 210	3,6 230	2,6 180	2,9 180	4,1 220	3,0 150
2-4 giorni la settimana	8,1 3.000	9,3 650	7,6 490	11,9 810	5,8 350	9,2 500	3,8 200
1 giorno la settimana	5,4 2.020	7,3 510	4,4 280	5,7 390	6,7 400	5,4 300	2,6 140
<b>ascoltatori</b>	<b>24,5 9.080</b>	<b>27,4 1.910</b>	<b>23,5 1.510</b>	<b>29,5 2.010</b>	<b>22,9 1.390</b>	<b>25,9 1.410</b>	<b>16,1 830</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>75,5 27.920</b>	<b>72,6 5.070</b>	<b>76,5 4.920</b>	<b>70,5 4.850</b>	<b>77,1 4.710</b>	<b>74,1 4.050</b>	<b>83,9 4.340</b>

## Tic-Tac

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.927</b>	<b>670</b>	<b>704</b>	<b>726</b>	<b>674</b>	<b>579</b>	<b>574</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano Tic Tac:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni o quasi	16,3 6.050	15,6 1.090	17,6 1.130	16,8 1.150	17,6 1.070	17,1 930	13,6 700
2-4 giorni la settimana	5,5 2.040	8,2 570	5,6 360	5,5 370	4,5 270	4,5 240	4,5 230
5-6 giorni la settimana	11,2 4.120	15,8 1.100	11,7 750	11,2 770	10,2 620	9,8 540	7,0 360
1 giorno la settimana	5,7 2.120	8,0 560	7,2 460	5,4 370	4,0 250	4,6 250	4,7 240
<b>ascoltatori</b>	<b>38,7 14.330</b>	<b>47,6 3.320</b>	<b>42,1 2.700</b>	<b>38,9 2.660</b>	<b>36,3 2.210</b>	<b>36,0 1.960</b>	<b>29,8 1.530</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>61,3 22.670</b>	<b>52,4 3.660</b>	<b>57,9 3.730</b>	<b>61,1 4.200</b>	<b>63,7 3.890</b>	<b>64,0 3.500</b>	<b>70,2 3.640</b>

# 10.a Frequenza di ascolto delle trasmissioni pubblicitarie TV

adulti

10.a.3. - Secondo età

Arcobaleno

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.902</b>	<b>680</b>	<b>757</b>	<b>746</b>	<b>658</b>	<b>547</b>	<b>514</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano Arcobaleno:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni o quasi	16,7 6.170	16,6 1.160	19,2 1.230	21,2 1.460	16,0 970	12,5 680	13,4 680
5-6 giorni la settimana	6,1 2.260	8,0 560	6,2 400	6,4 440	6,4 390	5,5 300	3,4 170
2-4 giorni la settimana	11,8 4.370	17,5 1.220	11,7 750	12,6 860	11,3 690	10,9 590	5,1 270
1 giorno la settimana	4,7 1.720	6,6 460	6,6 420	5,0 350	3,5 210	3,1 170	2,1 110
<b>ascoltatori</b>	<b>39,3 14.520</b>	<b>48,7 3.400</b>	<b>43,7 2.800</b>	<b>45,2 3.110</b>	<b>37,2 2.260</b>	<b>32,0 1.740</b>	<b>24,0 1.230</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>60,7 22.480</b>	<b>51,3 3.580</b>	<b>56,3 3.630</b>	<b>54,8 3.750</b>	<b>62,8 3.840</b>	<b>68,0 3.720</b>	<b>76,0 3.940</b>

Intermezzo

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
<b>Numero di interviste</b>	<b>3.852</b>	<b>644</b>	<b>700</b>	<b>763</b>	<b>675</b>	<b>575</b>	<b>495</b>
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000
Ascoltano Intermezzo:	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
tutti i giorni o quasi	3,1 1.160	2,4 170	3,8 250	3,5 240	2,9 180	3,4 180	2,5 130
5-6 giorni la settimana	2,1 790	2,0 140	2,6 170	3,5 240	1,7 100	1,9 100	0,5 30
2-4 giorni la settimana	8,0 2.940	8,7 600	9,9 640	10,1 690	7,7 470	6,0 330	3,6 180
1 giorno la settimana	7,4 2.730	12,5 880	7,7 500	7,9 550	5,8 350	4,4 240	3,9 200
<b>ascoltatori</b>	<b>20,6 7.620</b>	<b>25,6 1.790</b>	<b>24,0 1.560</b>	<b>25,0 1.720</b>	<b>18,1 1.100</b>	<b>15,7 850</b>	<b>10,5 540</b>
<b>non ascoltatori</b>	<b>79,4 29.380</b>	<b>74,4 5.190</b>	<b>76,0 4.870</b>	<b>75,0 5.140</b>	<b>81,9 5.000</b>	<b>84,3 4.610</b>	<b>89,5 4.630</b>

# 10.b Ascolto della TV nei singoli intervalli

adulti

## 10.b.1 - Adulti secondo zone geografiche - Programma Nazionale

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Guardano, in un giorno medio, il Programma Nazionale:

		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore												
18.00	18.30	7,0	2.580	8,6	890	7,6	550	7,5	530	5,3	430	4,2	180
18.30	19.00	5,8	2.170	6,8	700	6,5	470	7,1	500	4,3	350	3,5	150
19.00	19.30	6,5	2.400	8,4	880	7,0	510	7,1	500	4,6	370	3,2	140
19.30	20.00	6,7	2.470	8,9	930	7,2	520	7,6	530	4,3	350	3,4	140
20.00	20.30	10,4	3.850	14,8	1.540	10,9	790	11,2	790	6,1	490	5,7	240
20.30	20.45	20,4	7.560	24,9	2.590	21,0	1.510	21,2	1.500	16,7	1.360	14,1	600
20.45	21.00	22,1	8.170	26,3	2.730	22,0	1.590	23,3	1.650	19,2	1.550	15,2	640
21.00	21.15	23,7	8.790	26,4	2.740	22,4	1.620	26,6	1.880	22,1	1.790	18,1	760
21.15	21.30	22,3	8.240	23,6	2.460	21,1	1.520	24,3	1.720	21,8	1.760	18,4	780
21.30	22.00	21,0	7.780	21,6	2.240	20,1	1.450	22,9	1.620	21,1	1.710	18,0	760
22.00	22.30	18,4	6.800	19,6	2.040	17,3	1.250	20,2	1.430	17,9	1.440	15,2	640
22.30	23.00	12,1	4.450	13,8	1.430	11,3	810	14,2	1.000	10,6	860	8,4	350
23.00	23.30	5,3	1.990	6,9	720	5,1	370	5,9	420	4,2	340	3,2	140
23.30	24.00	1,6	600	2,4	250	1,7	120	1,5	100	1,1	90	1,0	40

# 10.b Ascolto della TV nei singoli intervalli

adulti

10.b.1 - Secondo zone geografiche - Secondo Programma

	Totale	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Numero di interviste	15.597	3.960	2.921	3.197	3.668	1.851
Stima della popolazione adulta	37.000.000	10.400.000	7.220.000	7.060.000	8.090.000	4.230.000

Guardano, in un giorno medio, il Secondo Programma:

		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore												
21.00	21.15	3,1	1.150	4,6	480	2,7	190	3,7	260	1,6	130	2,0	90
21.15	21.30	5,2	1.930	8,0	830	4,7	340	5,8	410	2,7	220	3,0	130
21.30	22.00	5,9	2.190	8,8	920	5,7	410	6,8	480	3,1	250	3,1	130
22.00	22.30	5,3	1.970	8,0	830	5,0	360	6,0	420	3,2	260	2,4	100
22.30	23.00	3,7	1.370	5,4	560	3,8	270	4,5	310	2,1	170	1,5	60
23.00	23.30	2,0	720	3,1	320	1,6	120	2,7	190	0,8	60	0,8	30
23.30	24.00	0,9	320	1,4	140	0,8	60	1,3	90	0,3	20	0,2	*



# 10.b Ascolto della TV nei singoli intervalli

adulti

10.b.2 - Secondo sesso - Programma Nazionale

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa
Numero di interviste	15.597	7.178	8.419	6.082
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000

Guardano, in un giorno medio, il Programma Nazionale:

		%		'000		%		'000		%		'000	
dalle ore	alle ore												
18.00	18.30	7,0	2.580	5,6	1.010	8,2	1.570	8,4	1.150				
18.30	19.00	5,8	2.160	4,9	870	6,7	1.290	7,1	970				
19.00	19.30	6,5	2.390	6,2	1.090	6,8	1.300	7,1	970				
19.30	20.00	6,7	2.470	6,8	1.210	6,6	1.260	6,8	930				
20.00	20.30	10,4	3.860	11,5	2.040	9,5	1.820	9,8	1.340				
20.30	20.45	20,4	7.560	22,1	3.940	18,8	3.620	19,3	2.660				
20.45	21.00	22,1	8.160	23,3	4.140	21,0	4.020	21,3	2.930				
21.00	21.15	23,7	8.790	24,9	4.440	22,7	4.350	22,5	3.100				
21.15	21.30	22,3	8.240	23,6	4.200	21,0	4.040	21,0	2.880				
21.30	22.00	21,0	7.790	22,4	3.990	19,8	3.800	19,6	2.690				
22.00	22.30	18,4	6.800	19,1	3.410	17,7	3.390	17,3	2.380				
22.30	23.00	12,1	4.460	12,3	2.200	11,8	2.260	11,7	1.600				
23.00	23.30	5,3	1.980	5,6	1.010	5,0	970	5,0	690				
23.30	24.00	1,6	610	1,9	350	1,3	260	1,5	200				

# 10.b Ascolto della TV nei singoli intervalli

adulti

10.b.2 - Secondo sesso - Secondo Programma

	Totale	Uomini	Donne	Donne di casa
Numero di interviste	15.597	7.178	8.419	6.082
Stima della popolazione adulta	37.000.000	17.800.000	19.200.000	13.740.000

Guardano, in un giorno medio, il Secondo Programma:

		%	'000	%	'000	%	'000	%	'000
dalle ore	alle ore								
21.00	21.15	3,1	1.150	3,0	540	3,2	610	3,3	460
21.15	21.30	5,2	1.930	5,1	900	5,4	1.030	5,4	740
21.30	22.00	5,9	2.200	5,9	1.050	6,0	1.150	5,9	800
22.00	22.30	5,3	1.970	5,4	970	5,2	1.000	5,0	680
22.30	23.00	3,7	1.380	4,1	740	3,3	640	3,2	440
23.00	23.30	2,0	720	2,4	420	1,6	300	1,5	210
23.30	24.00	0,9	330	1,2	210	0,6	120	0,6	80

# 10.b Ascolto della TV nei singoli intervalli

adulti

10.b.3. - Secondo età - Programma Nazionale

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di Interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Guardano, in un giorno  
medio, il Programma Na-  
zionale:

		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000		% '000	
dalle ore	alle ore												
18.00	18.30	7,0	2.580	7,5	530	6,6	420	8,1	560	6,2	380	6,4	350
18.30	19.00	5,8	2.160	6,2	430	5,7	370	6,9	470	5,4	330	5,3	290
19.00	19.30	6,5	2.390	6,7	470	6,7	430	7,7	530	6,0	360	5,8	310
19.30	20.00	6,7	2.480	7,0	490	7,0	450	7,5	520	6,0	360	6,3	340
20.00	20.30	10,4	3.850	10,2	710	10,9	700	12,3	840	10,0	610	10,3	560
20.30	20.45	20,4	7.550	19,8	1.380	20,6	1.320	24,2	1.660	20,5	1.250	20,9	1.140
20.45	21.00	22,1	8.180	22,0	1.540	22,7	1.460	25,8	1.770	22,0	1.340	21,6	1.180
21.00	21.15	23,7	8.790	25,7	1.790	25,0	1.610	27,4	1.880	23,1	1.410	21,4	1.170
21.15	21.30	22,3	8.240	24,0	1.670	23,7	1.520	25,2	1.730	22,4	1.370	20,3	1.110
21.30	22.00	21,0	7.790	23,2	1.620	23,0	1.480	23,5	1.610	21,2	1.290	18,1	990
22.00	22.30	18,4	6.790	21,3	1.490	20,0	1.280	20,2	1.380	18,6	1.130	15,5	850
22.30	23.00	12,1	4.460	13,6	950	12,6	810	13,6	930	13,0	790	10,0	550
23.00	23.30	5,3	1.970	6,0	420	6,2	400	6,0	410	5,9	360	4,1	220
23.30	24.00	1,6	600	1,7	120	1,8	120	2,2	150	1,7	100	1,1	60

# 10.b Ascolto della TV nei singoli intervalli

adulti

10.b.3 - Secondo età - Secondo Programma

	Totale	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre
Numero di interviste	15.597	2.678	2.823	3.024	2.643	2.313	2.116
Stima della popolazione adulta	37.000.000	6.980.000	6.430.000	6.860.000	6.100.000	5.460.000	5.170.000

Guardano, in un giorno  
medio, il Secondo Pro-  
gramma:

		% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000	% '000
dalle ore	alle ore									
21.00	21.15	3,1 1.150	3,1 210	3,8 250	4,1 280	3,0 190	2,3 130	1,8 90		
21.15	21.30	5,2 1.930	5,5 380	6,2 400	6,5 450	4,8 290	4,5 240	3,3 170		
21.30	22.00	5,9 2.190	6,0 420	6,8 440	7,2 490	5,6 340	5,5 300	3,9 200		
22.00	22.30	5,3 1.960	5,8 400	5,9 380	6,3 430	5,3 320	4,4 240	3,6 190		
22.30	23.00	3,7 1.360	4,2 290	4,4 280	4,3 290	3,4 210	3,2 170	2,4 120		
23.00	23.30	2,0 710	2,4 160	2,1 130	2,2 150	2,1 130	1,9 100	0,7 40		
23.30	24.00	0,9 340	1,1 80	0,9 60	1,1 70	1,0 60	0,7 40	0,5 30		

# Sovrapposizioni tra mezzi pubblicitari

## Sezione 11

### Sovrapposizioni di lettura

Lettura dei settimanali a due a due  
Lettura dei mensili a due a due  
Lettura di settimanali e mensili  
Lettori esclusivi

Tavole 11.1...  
Tavole 11.2...  
Tavole 11.3...  
Tavole 11.4...

## Sezione 12

### Sovrapposizioni di ascolto della radio

Ascoltatori in uno o più intervalli

Tavola 12.

In questa parte vengono presentate tre serie di dati:

- *Sovrapposizioni di lettura.* Adulti che guardano la pubblicazione A ed anche la pubblicazione B; A ed anche C, ecc.; B ed anche C, ecc.
- *Lettori esclusivi.* Adulti che guardano solo la pubblicazione A (ma non altre pubblicazioni oltre ad A), solo la pubblicazione B, ecc.
- *Sovrapposizioni di ascolto della radio.* Adulti che, in un giorno medio, ascoltano la radio nell'intervallo A (dalle 7 alle 8 sul Programma Nazionale), ed anche (o soltanto) nell'intervallo B e/o nell'intervallo C, ecc. (per tutte le 64 combinazioni di 6 intervalli).

#### Sovrapposizioni di lettura

Gli adulti indicati come lettori sia della pubblicazione A che della pubblicazione B sono quelli che leggono o sfogliano la pubblicazione A (in una *settimana media* se A è un settimanale o in un *mese medio* se A è un mensile) ed anche la pubblicazione B.

Infatti la definizione di « lettore » utilizzata per le tavole di questa parte è la stessa delle sezioni 4-5-6 (per i settimanali) e della sezione 7 (per i mensili).

#### Lettori esclusivi

Vengono forniti dati relativi a:

- adulti che guardano (in una settimana media) uno solo dei 41 settimanali considerati nell'indagine, e cioè solo il settimanale A, solo il settimanale B, ecc.;
- adulti che guardano (nel corso di un mese) uno solo dei 16 mensili considerati nell'indagine, e cioè solo il mensile M, solo il mensile N, ecc.;
- adulti che guardano una sola delle 57 pubblicazioni (settimanali e mensili) considerate nell'indagine (e cioè leggono o sfogliano solo uno dei 41 settimanali oppure solo uno dei 16 mensili, e cioè solo il settimanale A, solo il settimanale B, solo il mensile M, solo il mensile N, ecc.).

#### Sovrapposizioni di ascolto della radio

Sono stati scelti i seguenti 6 intervalli radiofonici:

A - dalle 7 alle 8 sul Programma Nazionale

B - dalle 8 alle 8.30 sul 2° Programma

C - dalle 12 alle 13 sul Programma Nazionale

D - dalle 14 alle 14.30 sul 2° Programma

E - dalle 18.30 alle 19.30 sul 2° Programma

F - dalle 19.30 alle 20 sul Programma Nazionale.

Vengono presentate tavole che indicano, per una qualunque combinazione dei 6 intervalli (per l'intervallo A, per gli intervalli A e B, per gli intervalli A, B e C, ecc.), quanti sono gli adulti in ascolto, in un giorno medio, in uno, oppure in due, in tre, ecc. degli intervalli della combinazione.

Per esempio, per la combinazione C-D-E, si trova il dato 7.120.000.

Ciò significa che se venisse trasmesso un comunicato commerciale in ciascuno degli intervalli C, D, ed E, gli adulti che possono ascoltare tale comunicato almeno una volta su tre, sono complessivamente 7.120.000.

Naturalmente una parte di tali adulti potranno sentire il comunicato *una volta sola* (solo nell'intervallo C, o solo nell'intervallo D, o solo nell'intervallo E), altri potranno ascoltarlo *2 volte* (nell'intervallo C ed anche nell'intervallo D, o nell'intervallo C ed anche nell'intervallo E, o nell'intervallo D ed anche nell'intervallo E); i rimanenti potranno invece sentire il comunicato *tre volte* (e cioè nell'intervallo C, nell'intervallo D ed anche nell'intervallo E).

# 11. Sovrapposizioni di lettura

11.2.1 - Lettori di Arianna, Quattroruote ..... Voi che leggono anche Arianna, Quattroruote ..... Voi

Stima

Lettori di...	che sono anche Lettori di... ('000)																Totale lettori
	1. Arianna	2. Quattroruote	3. Bellezza	4. Cucina italiana	5. La Donna	6. La donna, la casa, il bambino	7. Quattrosoldi	8. Fantasia	9. La Madre	10. Selezione dal R. D.	11. Mani di Fata	12. Successo	13. Novità	14. Rakam	15. Rossana	16. Voi	
1. Arianna	—	110	20	30	50	50	40	10	20	110	50	40	20	40	60	20	1.390
2. Quattroruote		—	10	30	30	30	120	10	30	240	40	50	20	30	30	20	2.490
3. Bellezza			—	10	10	10	*	10	—	—	10	10	10	10	10	10	110
4. Cucina italiana				—	10	20	10	*	10	40	20	10	10	20	10	10	350
5. La donna					—	30	10	10	10	30	30	10	10	20	20	10	430
6. La donna, la casa, il bambino						—	10	10	20	30	70	10	20	20	20	30	640
7. Quattrosoldi							—	*	10	70	10	20	10	10	10	10	690
8. Fantasia								—	*	10	10	10	10	—	10	—	70
9. La madre									—	40	20	20	10	10	10	10	700
10. Selezione dal R. D.										—	40	40	10	30	30	20	2.560
11. Mani di fata											—	10	10	30	20	*	880
12. Successo												—	10	*	20	10	440
13. Novità													—	10	10	10	210
14. Rakam														—	10	10	330
15. Rossana															—	10	360
16. Voi																—	310
<b>Totale lettori</b>	<b>1.390</b>	<b>2.490</b>	<b>110</b>	<b>350</b>	<b>430</b>	<b>640</b>	<b>690</b>	<b>70</b>	<b>700</b>	<b>2.560</b>	<b>880</b>	<b>440</b>	<b>210</b>	<b>330</b>	<b>360</b>	<b>310</b>	

# 11. Sovrapposizioni di lettura

11.2.2 - Lettori di Arianna, Quattroruote ..... Voi che leggono anche Arianna, Quattroruote ..... Voi

Percentuali orizzontali

Su 100 lettori di...	sono anche lettori di... (%)																Totale lettori
	1. Arianna	2. Quattroruote	3. Bellezza	4. Cucina italiana	5. La Donna	6. La donna la casa il bambino	7. Quattrosoldi	8. Fantasia	9. La Madre	10. Selezione del R. D.	11. Mani di Fata	12. Successo	13. Novità	14. Rakam	15. Rossana	16. Voi	
4. Arianna	—	7,9	1,4	2,2	3,6	3,6	2,9	0,7	1,4	7,9	3,6	2,9	1,4	2,9	4,3	1,4	1.390
2. Quattroruote	—	—	0,4	1,2	1,2	1,2	4,8	0,4	1,2	9,6	1,6	2,0	0,8	1,2	1,2	0,8	2.490
3. Bellezza	—	—	—	9,1	9,1	9,1	*	9,1	*	*	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	110
4. Cucina italiana	—	—	—	—	2,8	5,7	2,8	*	2,8	11,4	5,7	2,8	2,8	5,7	2,8	2,8	350
5. La donna	—	—	—	—	—	7,0	2,3	2,3	2,3	7,0	7,0	2,3	2,3	4,7	4,7	2,3	430
6. La donna, la casa, il bambino	—	—	—	—	—	—	1,6	1,6	3,1	4,7	10,9	1,6	3,1	3,1	3,1	4,7	640
7. Quattrosoldi	—	—	—	—	—	—	—	*	1,4	10,2	1,4	2,9	1,4	1,4	1,4	1,4	690
8. Fantasia	—	—	—	—	—	—	—	—	*	14,3	14,3	14,3	14,3	*	14,3	*	70
9. La madre	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5,7	2,9	2,9	1,4	1,4	1,4	1,4	700
10. Selezione dal R. D.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1,6	1,6	0,4	1,2	1,2	0,8	2.560
11. Mani di fata	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1,1	1,1	3,4	2,3	*	880
12. Successo	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,3	*	4,5	2,3	440
13. Novità	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4,8	4,8	4,8	210
14. Rakam	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3,0	3,0	330
15. Rossana	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,8	360
16. Voi	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	310



# 11. Sovrapposizioni di lettura

11.2.2 - Lettori di Arianna, Quattroruote ..... Voi che leggono anche Arianna, Quattroruote ..... Voi

Percentuali verticali

Su 100 lettori di ...	sono anche lettori di ... (%)															
	1. Arianna	2. Quattroruote	3. Bellezza	4. Cucina italiana	5. La Donna	6. La donna la casa il bambino	7. Quattrosoldi	8. Fantasia	9. La Madre	10. Selezione del R. D.	11. Mani di Fata	12. Successo	13. Novità	14. Rakam	15. Rossana	16. Voi
1. Arianna	—	4,4	18,2	8,6	11,6	7,8	5,8	14,3	2,9	4,3	5,7	9,1	9,5	12,1	16,7	6,5
2. Quattroruote	—	—	9,1	8,6	7,0	4,7	17,4	14,3	4,3	9,4	4,5	11,4	9,5	9,1	8,3	6,5
3. Bellezza	—	—	—	2,8	2,3	1,6	*	14,3	*	*	1,1	2,3	4,8	3,0	2,8	3,2
4. Cucina italiana	—	—	—	—	2,3	3,1	1,4	*	1,4	1,6	2,3	2,3	4,8	6,1	2,8	3,2
5. La donna	—	—	—	—	—	4,7	1,4	14,3	1,4	1,2	3,4	2,3	4,8	6,1	5,5	3,2
6. La donna, la casa, il bambino	—	—	—	—	—	—	1,4	14,3	2,9	1,2	8,0	2,3	9,5	6,1	5,5	9,7
7. Quattrosoldi	—	—	—	—	—	—	—	*	1,4	2,7	1,1	4,5	4,8	3,0	2,8	3,2
8. Fantasia	—	—	—	—	—	—	—	—	*	0,4	1,1	2,3	4,8	*	2,8	*
9. La madre	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1,6	2,3	4,5	4,8	3,0	2,8	3,2
10. Selezione dal R. D.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4,5	9,1	4,8	9,1	8,3	6,5
11. Mani di fata	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,3	4,8	9,1	5,5	*
12. Successo	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4,8	*	5,5	3,2
13. Novità	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3,0	2,8	3,2
14. Rakam	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,8	3,2
15. Rossana	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3,2
16. Voi	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Totale lettori</b>	1.390	2.490	110	350	430	640	690	70	700	2.560	880	440	210	330	360	310



# 11. Sovrapposizioni di lettura

11.4 - Lettori esclusivi

11.4.1. - Settimanali letti dai lettori di un solo settimanale

Leggono quale unico settimanale:

	%	'000		%	'000		%	'000
ABC	*	*	Europeo	0,1	40	Orizzonti	0,1	20
Alba	0,1	30	Eva	0,1	40	Radiocorriere	1,4	500
Amica	0,1	30	Famiglia Cristiana	5,6	2.060	Rotosei	*	*
Annabella	0,3	110	Gente	0,3	110	Settimana Enigmistica	0,3	110
L'Automobile	0,1	50	Gioia	0,1	50	Settimana Incom Illustrata	0,1	20
Bella	0,1	30	Grand Hotel	1,7	640	Settimana Radio-TV	0,2	80
Bolero Film	0,5	170	Grazia	0,3	130	Settimo Giorno	*	*
Borghese	0,1	40	Intimità	0,2	80	Sogno	0,6	220
Confessioni	0,1	20	Luna Park	0,1	30	Sorrisi e Canzoni	2,0	750
Confidenze	0,1	30	Marie Claire	*	*	Tempo	0,4	170
Così	0,1	20	Noi Donne	0,2	60	Tribuna Illustrata	0,1	40
Domenica del Corriere	1,9	690	Novella	0,1	30	Vie Nuove	0,1	50
Epoca	0,4	160	Oggi	1,5	550	Vita	*	*
Espresso	0,1	20	Le Ore	0,1	20			

# 11. Sovrapposizioni di lettura

11.4. - Lettori esclusivi

11.4.2. - Mensili letti dai lettori di un solo mensile

Leggono quale unico mensile:

	%	'000		%	'000
Arianna	1,3	480	La Madre	1,0	330
Quattroruote	3,1	1.170	Selezione dal Reader's Digest	3,4	1.250
Bellezza	0,1	20	Mani di Fata	1,0	380
Cucina Italiana	0,3	100	Successo	0,3	110
La Donna	0,3	100	Novità	0,1	40
La Donna, la Casa, il Bambino	0,4	170	Rakam	0,1	50
Quattrosoldi	0,5	190	Rossana	0,2	60
Fantasia	*	*	Voi	0,3	100

# 11. Sovrapposizioni di lettura

## 11.4 - Lettori esclusivi

### 11.4.3. - Settimanali e mensili letti dai lettori di una sola pubblicazione (settimanale o mensile)

Leggono quale unica pubblicazione periodica:

	%	'000		%	'000		%	'000		%	'000
ABC	*	10	Europeo	0,1	30	Orizzonti	*	20	Arianna	0,1	20
Alba	0,1	30	Eva	0,1	40	Radiocorriere	1,1	410	Quattroruote	0,2	80
Amica	*	20	Famiglia Cristiana	5,0	1830	Rotosei	*	10	Bellezza	*	*
Annabella	0,2	80	Gente	0,2	80	Settimana Enigmist.	0,2	70	Cucina Italiana	*	*
L'Automobile	0,1	40	Gioia	0,1	40	Settimana Incom III.	0,1	20	La Donna	*	*
Bella	0,1	30	Grand Hotel	1,5	570	Selt. Radio-TV	0,2	70	La Donna, la Casa, il Bambino	*	10
Bolero Film	0,4	160	Grazia	0,3	90	Settimo Giorno	*	*	Quattrosoldi	*	10
Borghese	0,1	30	Intimità	0,2	60	Sogno	0,5	200	Fantasia	*	*
Confessioni	0,1	20	Luna Park	0,1	30	Sorrisi e canzoni	1,8	680	La Madre	0,2	60
Confidenze	0,1	20	Marie Claire	*	*	Tempo	0,4	130	Selezione dal R.D.	0,3	120
Così	*	20	Noi Donne	0,1	50	Tribuna Illustrata	0,1	30	Mani di Fata	0,1	40
Domenica del Corr.	1,5	570	Novella	0,1	30	Vie Nuove	0,1	40	Successo	*	10
Epoca	0,4	130	Oggi	1,3	460	Vita	*	10	Novità	—	—
Espresso	*	20	Le Ore	*	10				Rakam	*	*
									Rossana	0,1	20
									Voi	*	10

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
LIBRARY

## 12. Sovrapposizioni di ascolto

# 12. Sovrapposizioni di ascolto

## 12.2. - Ascoltatori della radio in uno o più intervalli con comunicati commerciali

Ascoltatori della radio raggiungibili con le diverse combinazioni dei seguenti 6 intervalli:

1 intervallo	2 intervalli	3 intervalli	4 intervalli	5 intervalli	6 intervalli
'000	'000	'000	'000	'000	'000
A 2.280	AB 2.800	ABC 6.000	ABCD 7.580	ABCDE 8.730	ABCEF 9.770
				ABCDF 8.660	
			ABCE 7.350	ABCEF 8.430	
			ABCF 7.140		
		ABD 4.560	ABDE 6.000	ABDEF 7.430	
		ABE 4.500	ABDF 6.050		
		ABF 4.360	ABEF 5.990		
	AC 5.540	ACD 7.230	ACDE 8.420	ACDEF 9.470	
			ACDF 8.330		
		ACE 6.960	ACEF 8.060		
		ACF 6.700			
	AD 4.170	ADE 5.650	ADEF 7.100		
		ADF 5.690			
	AE 4.070	AEF 5.590			
	AF 3.870				

Intervallo A - dalle 7 alle 8.— sul Programma Nazionale  
 B - dalle 8 alle 8.30 sul Secondo Programma  
 C - dalle 12 alle 13 sul Programma Nazionale

D - dalle 14.— alle 14.30 sul Secondo Programma  
 E - dalle 18.30 alle 19.30 sul Secondo Programma  
 F - dalle 19,30 alle 20.— sul Programma Nazionale

'000 - Numero di ascoltatori in migliaia

Esempio: A - 2.280, ciò significa che 2.280.000 adulti ascoltano la radio nell'intervallo A.

AB - 2.800, ciò significa che 2.800.000 adulti ascoltano la radio sia nell'intervallo A che nell'intervallo B o solo in uno dei due intervalli. La differenza  $2.800 - 2.280 = 520$  indica che 520.000 adulti che non ascoltano nell'intervallo A ascoltano nell'intervallo B.



# Nota metodologica

## 1. Metodo dell'indagine

### 1.1 Piano di campionamento

La collettività (o « universo », secondo la terminologia statistica) a cui si riferiscono i risultati dell'indagine è costituita dalla popolazione adulta italiana (uomini e donne, di 16 anni ed oltre). Questa collettività comprendeva all'epoca della rilevazione (principio del 1963) circa 37 milioni di persone.

Dalla collettività suddetta venne estratto e studiato un « campione rappresentativo » e le persone incluse nel campione furono intervistate nel corso di interviste personali svoltesi in tutte le provincie d'Italia. In media venne intervistato un adulto per ogni 3.200 abitanti.

Il metodo adottato per la selezione degli intervistandi è quello del campione stratificato a tre stadi, con estrazione completamente casuale delle unità di campionamento in ciascuno dei tre stadi. Le unità di campionamento sono:

nel primo stadio i *comuni*;  
nel secondo stadio le *zone del comune*;  
nel terzo stadio gli *individui*.

#### 1.1.1 Primo stadio: la scelta dei comuni

Vennero inclusi fra i punti di campionamento *tutti* i 185 comuni italiani con più di 30.000 abitanti. Per tali comuni non si presentò quindi il problema di un' estrazione casuale. Furono estratti inoltre 155 dei 654 comuni italiani con più di 10.000 e fino a 30.000 abitanti, e 285 dei 7.194 comuni con meno di 10.000 abitanti.

Ciascun comune sotto i 30.000 abitanti aveva una probabilità di essere estratto proporzionale al numero degli abitanti. Perciò la probabilità di essere incluso fra i « punti di campionamento » era, per un comune di 24.000 abitanti, doppia di quella di un comune di 12.000 abitanti.

L'estrazione dei comuni venne fatta completamente a caso, nell'ambito di 270 « strati ». I 270 « strati » corrispondono ad altrettanti gruppi di comuni relativamente omogenei, perchè appartenenti alla stessa provincia ed alla stessa classe di ampiezza demografica. I comuni di ogni provincia furono, infatti, divisi in tre classi:

- comuni con meno di 10.000 abitanti;
- comuni con più di 10.000 e fino a 30.000 abitanti;
- comuni con oltre 30.000 abitanti.

#### 1.1.2 Secondo stadio: estrazione delle zone del comune.

Nel *secondo stadio* vennero scelte le « zone di rilevazione » dei comuni in cui dovevano essere fatte le interviste. Tali zone corrispondono alle sezioni elettorali.

Nei comuni aventi da 1 a 5 sezioni elettorali furono intervistati adulti appartenenti a tutte le sezioni.

Nei comuni con più di 5 sezioni elettorali fu estratto a caso un numero adeguato di sezioni (almeno una sezione per ogni 5, con un minimo di 5 sezioni). Tutte le sezioni elettorali di un dato comune avevano la stessa probabilità di essere estratte.

Le 16.000 interviste vennero eseguite in oltre 6.000 zone di rilevazione (sezioni) di 625 comuni.

#### 1.1.3 Terzo stadio: scelta casuale degli individui

Nell'ambito di ciascuna zona di rilevazione venne estratto a caso un numero adeguato di nomi di intervistandi *adulti* (elettori di 21 anni ed oltre), coi relativi indirizzi.

Una parte degli indirizzi suddetti venne utilizzata per individuare altre famiglie (diverse da quelle da visitare per le interviste di adulti) in cui vivessero *giovani* di età compresa fra 16 e 20 anni.

Infatti l'estrazione diretta dei nominativi di questi giovani non sarebbe stata possibile, perchè nelle liste elettorali sono inclusi solo individui che hanno compiuto i 21 anni o li compiono nell'anno di revisione delle liste.

Nelle famiglie in cui vivevano 2 o più giovani (di età compresa fra 16 e 20 anni) il giovane da intervistare venne scelto a caso con un metodo prefissato dalla Doxa. *Pertanto in nessuna fase della formazione del campione gli intervistatori potevano influire sulla scelta degli intervistandi.*

Il numero di interviste eseguite in ciascuno dei 625 comuni (*punti di campionamento*) dipende dai diversi « tassi di campionamento » adottati per le zone urbane e per i medi e piccoli centri.

Infatti, per ottenere informazioni più dettagliate per le zone urbane, dove sono relativamente più frequenti la lettura della stampa quotidiana e periodica, la frequenza al cinema e l'ascolto dei programmi radiofonici e televisivi, venne usato un tasso di campionamento diverso (e cioè proporzioni diverse fra adulti residenti ed adulti intervistati) per le varie categorie di comuni. Si è avuto cioè un « supercampionamento » (oversampling) nei centri urbani ed un « sottocampionamento » nei centri minori.

In particolare venne intervistato:

- un adulto per ogni 5.200 abitanti, nei comuni fino a 10.000 abitanti;
- un adulto per ogni 3.200 abitanti, nei comuni da 10 a 30.000 abitanti;
- un adulto per ogni 2.300 abitanti, nei comuni con oltre 30.000 abitanti.

Le proporzioni, che erano state intenzionalmente modificate nella fase di raccolta dei dati, vennero successivamente corrette, in sede di elaborazione dei dati, mediante « ponderazione », in modo da dare ad ogni strato della popolazione (adulti residenti nei comuni fino a 10.000 abitanti, in quelli da 10.000 a 30.000, ecc.) un « peso » corrispondente a quello che gli adulti dello strato hanno rispetto all'intera popolazione italiana.

## 2. Esecuzione dell'indagine

### 2.1 Estrazione dei punti di campionamento (comuni di rilevazione)

Il lavoro di preparazione dell'indagine sui mezzi pubblicitari incominciò nel mese di settembre 1962. L'estrazione casuale dei comuni di rilevazione («punti di campionamento») ebbe luogo il 10 settembre 1962.

### 2.2 Estrazione dei nomi e degli indirizzi degli intervistandi

Nel mese di ottobre 1962 furono visitati 625 comuni (in media 6-7 comuni per ogni provincia) per estrarre i nominativi e gli indirizzi degli intervistandi dagli schedari elettorali dei comuni inclusi nel campione. I membri del Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I. collaborarono allo studio del piano di campionamento ed alla scelta casuale dei punti di campionamento, e visitarono anche alcuni comuni, per avere una visione diretta dei problemi affrontati dalla DOXA nella scelta dei nominativi e degli indirizzi. Vennero estratti in un primo tempo, negli uffici elettorali, oltre 40.000 nomi. Da questi vennero selezionati successivamente, sempre con rigorosi criteri di casualità, 18.000 nomi ed indirizzi necessari (in media circa 2 nomi per ogni 5 nomi estratti in una zona) (\*).

### 2.3 Interviste sperimentali (sondaggio «pilota»)

Nel mese di ottobre 1962, 36 intervistatori della DOXA eseguirono, in 25 comuni (\*\*), 137 interviste sperimentali, con lo scopo di controllare la chiarezza del questionario e perfezionare la tecnica dell'intervista.

Il testo definitivo del questionario venne redatto dalla DOXA nel mese di novembre, in collaborazione con il Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I., dopo che le 4 edizioni precedenti erano state sottoposte a continue prove nei mesi di settembre, ottobre e novembre.

### 2.4 Addestramento degli intervistatori

Tutti gli intervistatori vennero addestrati personalmente prima dell'inizio delle interviste, nel corso di riunioni indette dai responsabili dell'indagine. A molte delle riunioni di addestramento parteciparono, oltre ai funzionari e agli intervistatori della DOXA, anche membri del Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I.

Gli intervistatori ricevettero oltre alle Istruzioni verbali un manuale tecnico dedicato in modo specifico all'indagine sui mezzi pubblicitari, con particolare riguardo ai problemi connessi con la scelta casuale degli intervistandi e con la tecnica dell'intervista.

Tutti gli intervistatori parteciparono (prima dell'inizio della rilevazione e durante lo svolgimento della stessa) ad almeno tre riunioni di addestramento. Fra il novembre 1962 ed il febbraio 1963, furono tenute oltre 60 riunioni regionali, per l'addestramento dei 200 intervistatori che hanno collaborato all'indagine. Tutti gli intervistatori utilizzati eseguirono un certo numero di interviste di prova alla presenza di supervisori.

Prima dell'inizio della rilevazione gli intervistatori vennero sottoposti ad una serie di «tests», che consentirono di controllare, anche per questa via, il grado di preparazione raggiunto dal personale dopo le riunioni di addestramento e dopo la prima serie di interviste sperimentali.

### 2.5 Esecuzione delle interviste

Le interviste vennero eseguite nel mese di dicembre 1962 (4.700 interviste, uniformemente distribuite nei primi 20 giorni di dicembre) e nei mesi di febbraio (4.800 interviste), marzo (5.000 interviste) e nei primi giorni di aprile 1963 (1.000 interviste). Le condizioni meteorologiche eccezionalmente avverse durante l'inverno 1962-63 ostacolarono gravemente la prima fase della rilevazione (dicembre 1962) e fecero ritardare di alcune settimane le interviste della seconda fase, che doveva avere luogo nei mesi di gennaio e di febbraio. Le comunicazioni con molti comuni e frazioni incluse fra i «punti di campionamento» erano state interrotte o rese molto difficili dalle neviccate, soprattutto nelle province alpine ed in alcune regioni dell'Italia Centrale (Umbria) e Meridionale (Abruzzi, Calabria). Altrove (Toscana, Sardegna) le comunicazioni furono ostacolate dalle piogge prolungate o dalle frane.

Pur con queste difficoltà, le 15.832 interviste completate costituiscono, sotto tutti gli aspetti essenziali, un campione rigorosamente rappresentativo della popolazione considerata come «universo», e comprendente, come si è detto, circa 37 milioni di individui di 16 anni ed oltre.

Poiché uno degli scopi essenziali dell'indagine era quello di valutare, attraverso domande riferite al giorno precedente la intervista, il numero di adulti che leggono un giornale quotidiano (o ascoltano la radio, o assistono ai programmi televisivi, ecc.), le interviste furono distribuite in modo uniforme fra i diversi giorni della settimana.

Le interviste ebbero, in media, una durata di 30-35 minuti.

Un tempo notevolmente superiore fu invece impiegato, in molti casi, per individuare le abitazioni delle persone incluse nel campione (soprattutto per gli intervistati che vivevano nelle frazioni dei comuni o in case isolate), per trovare la persona della famiglia designata dal caso ad essere intervistata, e per spiegare agli intervistati la natura e gli scopi dell'intervista.

(\*) - Vennero inviati agli intervistatori 18.000 nomi ed indirizzi per realizzare le 16.000 interviste programmate, in quanto si calcolava a priori in circa 2.000 il numero di nominativi inutilizzabili per rifiuto, assenza della persona da intervistare, indirizzo errato, ecc.

(\*\*) - Le interviste dell'indagine pilota sono state eseguite nei seguenti comuni: Milano, Ferrara, Lecco, Alessandria, Voghera, Albenga, Loano, Canale d'Alba, Gontardo, Savigliano, Calorno, Erba, Pesaro, Jesi, Roma, Napoli, Bari, Taranto, Lecce, Ostuni, Foggia, Manfredonia, S. Maria Capua Vetere, Mesagne, Sava.

Il compito degli intervistatori era reso difficile anche dalla necessità di conciliare due esigenze:

- a) intervistare tutte le persone individuate, dall'estrazione casuale, dalle liste elettorali;
- b) distribuire le interviste di una data zona in modo da completare non meno e non più di 14-15% delle interviste assegnate per una settimana in ciascuno dei 7 giorni, includendo ogni giorno press'a poco lo stesso numero di uomini e di donne.

Infatti era necessario ottenere, per ogni giorno della settimana un campione sufficientemente rappresentativo di tutta la popolazione adulta, per assegnare il giusto peso alle letture ed all'ascolto del sabato, della domenica, del lunedì, ecc.

Una parte delle persone comprese negli elenchi (circa 2.000 su 18.000), come previsto, non poterono essere intervistate.

La mancata esecuzione di queste interviste è dovuta in qualche caso al rifiuto di collaborazione da parte delle persone designate (3%), e più spesso alle altre circostanze che normalmente si presentano nelle indagini basate su campioni casuali: per es. indirizzi errati (2%), persone che non vengono trovate in casa neppure alla seconda o terza visita (4%), o temporaneamente assenti dal comune di residenza (2%).

## 2.6 Controlli del lavoro svolto

Nel corso della rilevazione il lavoro di tutti gli intervistatori venne costantemente controllato dalla Doxa in collaborazione col Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I.

Una parte dei 16.000 adulti inclusi nel campione (cioè circa 14% degli adulti intervistati) vennero nuovamente intervistati da supervisori della DOXA e da persone delegate dal Comitato Tecnico dell'O.T.I.P.I. per controllare la completezza e la precisione delle informazioni raccolte.

Fra l'altro, i supervisori rilevarono nuovamente molti dati riguardanti le persone intervistate e le loro famiglie, raccolsero informazioni sulla durata e lo svolgimento delle interviste sottoposte a controllo.

Le informazioni raccolte dai supervisori nel corso delle visite di controllo vennero confrontate con quelle indicate nei questionari compilati dagli intervistatori.

La prima serie di visite di controllo ebbe luogo nella seconda metà del gennaio 1963 (per le interviste eseguite nel mese di dicembre 1962). In questa prima fase vennero fatte da parte dei supervisori della O.T.I.P.I. accompagnati dal personale della DOXA 305 visite di controllo, relative al lavoro svolto da 32 intervistatori; altre 609 visite vennero fatte dai supervisori della DOXA per controllare il lavoro di 70 intervistatori.

A partire dalla fine di febbraio, e nel corso di tutto il mese di marzo, i supervisori dell'O.T.I.P.I. accompagnati dai supervisori della DOXA fecero ulteriori 478 visite per controllare il lavoro di 53 intervistatori.

Dal 10 al 30 aprile i supervisori dell'O.T.I.P.I. assieme a quelli della DOXA completarono il controllo con un totale di 476 visite a persone già intervistate da 52 intervistatori.

I supervisori della DOXA fecero, dal febbraio in poi, altre 353 visite di controllo sul lavoro di 44 intervistatori.

Nel complesso, dunque, furono fatte 2.221 visite di controllo (pari al 14% di tutte le interviste), 1.259 delle quali (pari all'8% di tutte le interviste) a cura dei supervisori dell'O.T.I.P.I.

Quasi tutti gli intervistatori impiegati nell'indagine furono controllati almeno una volta.

La qualità del lavoro svolto risultò, per tutti gli intervistatori controllati, superiore allo « standard » fissato dal Comitato Tecnico.

Oltre alle 2.221 visite di controllo la DOXA eseguì anche 500 controlli postali, ad altrettanti individui inclusi nel campione che erano risultati irreperibili (o temporaneamente assenti) in occasione della visita fatta dall'intervistatore. Questi controlli avevano lo scopo di accertare se (ed in quale misura) gli intervistandi che il personale della DOXA non era riuscito a raggiungere risultassero irreperibili anche ai portalettere.

### 3. Descrizione del campione

Nelle tavole che seguono, il campione degli adulti italiani considerato nell'indagine viene descritto secondo le principali caratteristiche geografiche e demografico-sociali.

Tav. I - Secondo regioni

	n° di interviste eseguite	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
		campione non ponderato (*)	campione ponderato (*)	Valori assoluti	%
Piemonte e Valle d'Aosta	1.210	1.209	2.098	3.230.000	8,8
Liguria	588	588	936	1.440.000	3,9
Lombardia	2.163	2.163	3.713	5.730.000	15,5
Trentino - Alto Adige	223	223	365	560.000	1,5
Veneto	1.147	1.142	1.817	2.800.000	7,6
Friuli - Venezia Giulia	368	367	598	930.000	2,5
Emilia Romagna	1.189	1.189	1.901	2.930.000	7,9
Toscana	1.102	1.102	1.697	2.620.000	7,1
Marche	415	415	658	1.010.000	2,8
Umbria	246	246	396	610.000	1,6
Lazio	1.436	1.434	1.831	2.820.000	7,6
Abruzzi e Molise	421	418	727	1.120.000	3,0
Campania	1.520	1.489	2.000	3.080.000	8,3
Puglie	1.148	1.105	1.404	2.170.000	5,9
Basilicata	157	143	273	420.000	1,1
Calabria	520	513	845	1.300.000	3,5
Sicilia	1.568	1.502	2.112	3.260.000	8,8
Sardegna	411	349	629	970.000	2,6
	15.832	15.597	24.000	37.000.000	100,0

(\*) - A causa dei diversi «tassi di campionamento» usati per le diverse categorie di comuni (diverso rapporto tra intervistati ed adulti residenti nei comuni grandi, medi e piccoli) tutte le elaborazioni sono basate su un «campione ponderato» di 24.000 unità (schede meccanografiche), in cui per ogni 2 interviste utilizzate (campione non ponderato), vengono incluse, in media, circa 3 «schede di conto». Il procedimento adottato è quello, statisticamente corretto, della «ponderazione» basata sulla duplicazione di una parte delle schede corrispondenti alle interviste. <sup>11</sup>

*(\*) a fianco sono state anche schede triplicate (v. Tav. III Comuni fino a 5000 ab.)*

**Tav. II - Secondo zone geografiche**

	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
Italia Nord-Occidentale	3.960	6.747	10.400.000	28,1
Italia Nord-Orientale	2.921	4.681	7.220.000	19,5
Italia Centrale	3.197	4.582	7.060.000	19,1
Italia Meridionale	3.668	5.249	8.090.000	21,9
Italia Insulare	1.851	2.741	4.230.000	11,4
<b>Totale</b>	<b>15.597</b>	<b>24.000</b>	<b>37.000.000</b>	<b>100,0</b>

Italia Nord-Occidentale: Piemonte e Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia

Italia Nord-Orientale: Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna

Italia Centrale: Toscana, Marche, Umbria, Lazio

Italia Meridionale: Abruzzi e Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria

Italia Insulare: Sicilia e Sardegna

**Tav. III - Secondo classi di popolazione dei comuni**

	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
fino a 5.000 abitanti	2.334	5.827	8.980.000	24,2
da 5.000 a 10.000 abitanti	1.611	3.768	5.810.000	15,7
da 10.000 a 30.000 abitanti	3.176	4.632	7.140.000	19,3
da 30.000 a 100.000 abitanti	3.388	3.778	5.830.000	15,8
da 100.000 a 250.000 abitanti	1.070	1.281	1.970.000	5,3
250.000 abitanti ed oltre	4.018	4.714	7.270.000	19,7
<b>Totale</b>	<b>15.597</b>	<b>24.000</b>	<b>37.000.000</b>	<b>100,0</b>

**Tav. IV - Secondo sesso**

	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
uomini	7.178	11.544	17.800.000	48,1
donne	8.419	12.456	19.200.000	51,9
(di cui donne di casa) (*)	(6.082)	(8.913)	(13.740.000)	(37,1)
<b>Totale</b>	<b>15.597</b>	<b>24.000</b>	<b>37.000.000</b>	<b>100,0</b>

(\*) - Vengono considerate donne di casa le intervistate che si dichiarano mogli del capofamiglia, o capifamiglia esse stesse.

**Tav. V - Secondo età**

Intervistati in età compresa tra:	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
16-20 anni	1.805	2.655	4.090.000	11,1
21-24 anni	873	1.875	2.890.000	7,8
25-34 anni	2.823	4.174	6.430.000	17,4
35-44 anni	3.024	4.450	6.860.000	18,5
45-54 anni	2.643	3.953	6.100.000	16,5
55-64 anni	2.313	3.539	5.460.000	14,7
più di 64 anni	2.116	3.354	5.170.000	14,0
<b>Totale</b>	<b>15.597</b>	<b>24.000</b>	<b>37.000.000</b>	<b>100,0</b>

**Tav. VI - Secondo classe sociale**

Appartengono alla classe sociale:	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
Superiore e medio-superiore	939	1.183	1.830.000	4,9
media	5.258	7.664	11.810.000	31,9
medio-inferiore	6.292	10.055	15.500.000	41,9
inferiore	3.108	5.098	7.860.000	21,3
	15.597	24.000	37.000.000	100,0

**Tav. VII - Secondo grado di istruzione**

Hanno frequentato:	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
nessuna scuola o scuola elementare	11.427	18.436	28.410.000	76,7
scuola media inferiore	2.193	3.058	4.710.000	12,7
scuola media superiore o università	1.977	2.506	3.880.000	10,6
Totale	15.597	24.000	37.000.000	100,0

**Tav. VIII - Secondo professione dell'intervistato**

	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
Imprenditori, professionisti e dirigenti	453	611	950.000	2,5
agricoltori conduttori	823	1.608	2.480.000	6,7
artigiani e commercianti	1.107	1.752	2.710.000	7,3
impiegati	1.280	1.700	2.620.000	7,1
operai specializzati	1.448	2.291	3.530.000	9,5
operai comuni	1.439	2.322	3.580.000	9,7
salariali agricoli	831	1.485	2.290.000	6,2
casalinghe	5.811	8.533	13.140.000	35,5
condizioni non professionali (*)	2.405	3.698	5.700.000	15,5
<b>Totale</b>	<b>15.597</b>	<b>24.000</b>	<b>37.000.000</b>	<b>100,0</b>

(\*) - Pensionati, disoccupati o in attesa di prima occupazione, redditiari, studenti.

**Tav. IX - Secondo uso di veicoli a motore**

Utenti (*) di:	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
automobile	1.132	1.576	2.420.000	6,6
motoveicolo	1.230	2.139	3.300.000	8,9
nessun veicolo a motore	13.235	20.285	31.280.000	84,5
<b>Totale</b>	<b>15.597</b>	<b>24.000</b>	<b>37.000.000</b>	<b>100,0</b>

(\*) - Vengono considerati utenti di automobile gli intervistati che dichiarano di essere l'«unico o il principale utente (conduttore) di una autovettura privata esistente nella famiglia». Vengono considerati utenti di motoveicoli gli intervistati, non utenti di automobile, che dichiarano di essere «l'unico o il principale utente (conduttore) di un motoveicolo esistente nella famiglia».



**Tav. X - Secondo presenza di bambini nella famiglia**

Donne di casa intervistate in famiglie in cui vi sono:	Numero di interviste utilizzate		Stima della popolazione adulta	
	campione non ponderato	campione ponderato	Valori assoluti	%
solo bambini fino a 6 anni	975	1.462	2.250.000	16,4
solo bambini da 6 a 11 anni	791	1.125	1.730.000	12,6
sia bambini fino a 6 anni che da 6 a 11 anni	673	984	1.530.000	11,1
non vi sono bambini	3.643	5.342	8.230.000	59,9
<b>Totale</b>	<b>6.082</b>	<b>8.913</b>	<b>13.740.000</b>	<b>100,0</b>

# Elenco dei Comuni di campionamento

## Piemonte

	numero interviste
<b>Alessandria</b>	41
Alzano Scrivia	15
Voltaggio	16
Stazzano	6
Gavi	16
Ovada	19
Tortona	24
Casale Monferrato	19
<b>Asti</b>	24
Montegrosso d'Asti	11
Moncucco Torinese	10
<b>Cuneo</b>	20
Niella Belbo	16
Cossano Belbo	16
Sommariva Perno	15
Santo Stefano Belbo	16
Gareggio	13
Mondovì	21
Saluzzo	21
<b>Novara</b>	35
Cameri	13
Varzo	14
Briona	13
Casalbeltrame	14
Borgomanero	14
<b>Torino</b>	441
Sciolze	12
Chiusa di San Michele	13
Torrazza Piemonte	16
Pavone Canavese	14
Montanaro	13
Trofarello	15
Orbassano	15
Pinerolo	21
Chieri	21
Chivasso	20
Moncalieri	15
<b>Vercelli</b>	25
Varallo	16
Saluggia	15
Cerrione	16
Formigliana	13
Cossato	20
Biella	17
<b>Aosta</b>	16
Valtournanche	16

## Liguria

	numero interviste
<b>Genova</b>	304
Ronco Scrivia	16
Pieve Ligure	12
Lavagna	24
Chiavari	24
<b>Imperia</b>	15
Riva Ligure	13
Sanremo	19
<b>La Spezia</b>	45
Riomaggiore	16
Lerici	22
<b>Savona</b>	28
Albisola Superiore	15
Tovo San Giacomo	13
Finale Ligure	22

## Lombardia

	numero interviste
<b>Bergamo</b>	33
Lovere	15
Calusco d'Adda	12
Curno	9
Mapello	12
Villa d'Adda	14
Suisio	15
Cerete	15
Caravaggio	21
<b>Brescia</b>	75
Barghe	16
Berzo Demo	17
Corteno Colgi	16
Cellatica	14
Passirano	12
Quinzano d'Oglio	15
Castenedolo	15
Vobarno	15
Orzinuovi	18
Montichiari	18
<b>Como</b>	40
Cernobbio	14
Cabiate	16
Canzo	12
Porlezza	11
Albiolo	14
Ballabio	11
Cantù	22
Lecco	17
<b>Cremona</b>	28
Voltido	15
Montodine	13
Gussola	14
Casalmaggiore	21
<b>Mantova</b>	26
Golto	15
Pegognaga	16
Virgilio	15
Felonica	16
San Benedetto Po	24

	numero interviste
<b>Milano</b>	673
Pieve Fissiraga	17
Castelnuovo Bocca d'Adda	14
Cassina de' Pecchi	15
Lazzate	15
Macherio	16
Carugate	12
Inzago	14
Varedo	16
Trezzo sull'Adda	16
Senago	12
Cassano d'Adda	21
Busto Garolfo	18
Melegnano	23
Brugherio	24
Parabiago	22
Abbiategrosso	10
Lissone	23
Seregno	22
Rho	18
Cinisello Balsamo	17
Lodi	19
Legnano	15
Sesto San Giovanni	30
Monza	40
<b>Pavia</b>	32
Sannazzaro de' Burgondi	13
Pieve del Cairo	15
Corteolona	13
Torre Beretti e Castellaro	13
Voghera	16
Vigevano	26
Villa di Chiavenna	12
Cosio Valtellino	10
<b>Varese</b>	29
Sesto Calende	14
Induno Olona	14
Besnate	16
Golasecca	14
Saronno	20
Gallarate	17
Busto Arsizio	30

**Trentino Alto Adige**

	numero interviste
Bolzano	42
Senale	16
Parcines	16
Naturno	11
Appiano	16
Merano	14
<b>Trento</b>	27
Predazzo	16
Pannone	14
Rumo	16
Giustino	14
Riva	21

**Veneto**

	numero interviste
<b>Belluno</b>	16
Valle di Cadore	16
Sospirolo	16
<b>Padova</b>	92
San Martino di Lupari	16
Anguillara Veneta	15
Galliera Veneta	16
Arzergrande	16
Agna	17
Arre	15
Este	19
Abano Terme	23
<b>Rovigo</b>	23
Bergantino	16
Fiesso Umbertiano	14
Adria	21
<b>Treviso</b>	36
Volpago del Montello	15
Pieve di Soligo	14
Casale sul Sile	16
San Zenone degli Ezzelini	15
Sarmede	15
Castelfranco Veneto	23
Valdobbiadene	24
<b>Venezia</b>	136
Teglio Veneto	16
Fossalta di Portogruaro	18
Noale	14
Eraclea	21
Jesolo	17
San Donà di Piave	22
Chioggia	22
<b>Verona</b>	108
San Martino Buon Albergo	13
Castelnuovo di Verona	11
Minerbe	16
Terrazzo	15
Cazzano di Tramigna	15
Legnago	24
Isola della Scala	15
<b>Vicenza</b>	41
Molvena	16
Sossano	16
Santorso	14
Torrebelvicino	14
Dueville	15
Arzignano	24
Bassano del Grappa	15

**Friuli Venezia Giulia**

	numero interviste
<b>Gorizia</b>	20
Sagrado	14
Monfalcone	22
<b>Trieste</b>	125
<b>Udine</b>	38
Aviano	16
San Daniele del Friuli	14
Basiliano	15
Gonars	14
Ragogna	16
Osoppo	12
Lauco	16
Roveredo in Piano	15
Gemona del Friuli	15
Pordenone	16

**Emilia**

	numero interviste
<b>Bologna</b>	156
Monghidoro	9
Sant'Agata Bolognese	14
Castel Maggiore	14
Crevalcore	23
San Giovanni in Persiceto	24
Imola	22
<b>Ferrara</b>	73
Poggio Renatico	16
Copparo	24
Portomaggiore	24
Argenta	15
<b>Forlì</b>	42
Montescudo	8
Misano Adriatico	15
Bertinoro	16
Cesenatico	24
Cesena	37
Rimini	42
<b>Modena</b>	50
Castelvetro di Modena	14
Castelnuovo Rangone	15
Montecreto	13
Sassuolo	22
Pavullo nel Frignano	16
Carpi	22
<b>Parma</b>	54
Felino	14
Vigatto	15
Fidenza	24
<b>Piacenza</b>	34
Borgonovo Val Tidone	29
Podenzano	13
Piozzano	15
<b>Ravenna</b>	52
Massa Lombarda	15
Brisighella	24
Lugo	16
Faenza	23
<b>Reggio Emilia</b>	56
Gualtieri	16
San Martino in Rio	14
Correggio	24

**Toscana**

	numero interviste
<b>Arezzo</b>	36
Ortignano Raggiolo	13
Civitella in Val di Chiana	16
Castiglion Fiorentino	23
Cortona	22
<b>Firenze</b>	173
Barberino di Mugello	15
Rignano sull'Arno	14
Palazzuolo sul Senio	15
Bagno a Ripoli	22
Fucecchio	18
Reggello	22
Signa	23
Empoli	18
Prato	49
<b>Grosseto</b>	21
Castiglione della Pescaia	14
Massa Marittima	18
<b>Livorno</b>	63
Suvereto	15
Collesalveti	22
Piombino	16
<b>Lucca</b>	28
Porcari	14
Pietrasanta	16
Capannori	21
Viareggio	23
<b>Massa</b>	28
Tresana	16
Pontremoli	20
Carrara	32
<b>Pisa</b>	43
Buti	14
Santa Croce sull'Arno	15
San Giuliano Terme	24
Cascina	13
<b>Pistoia</b>	38
Larciano	14
Montecatini Terme	20
<b>Siena</b>	25
Sarteano	12
Abbadia San Salvatore	15
Colle di Val d'Elsa	23

**Marche**

	numero interviste
<b>Ancona</b>	44
Monte San Vito	15
San Paolo di Jesi	15
Osimo	24
Jesi	19
Senigallia	17
<b>Ascoli Piceno</b>	25
Appignano del Tronto	16
Monte Prandone	15
Porto San Giorgio	22
San Benedetto del Tronto	15
<b>Macerata</b>	18
Morrovalle	14
Sant'Angelo in Pontano	16
Civitanova Marche	22
Cingoli	23
<b>Pesaro</b>	33
Serra Sant'Abbondio	11
Sant'Angelo in Vado	12
Fossombrone	20
Fano	19

**Umbria**

	numero interviste
<b>Perugia</b>	27
Norcia	15
Val Fabbrica	9
Sant'Anatolio di Narco	16
Assisi	17
Umbertide	21
Gubbio	15
Città di Castello	13
Spoleto	15
Foligno	16
<b>Terni</b>	47
Montecastrilli	14
Narni	21

**Lazio**

	numero interviste
<b>Frosinone</b>	14
Ceprano	16
Fiuggi	13
Ausonia	11
Fontechiari	16
Cassino	21
Ceccano	18
Isola del Liri	24
<b>Latina</b>	22
Sermoneta	9
Cisterna di Latina	19
Formia	22
<b>Rieti</b>	18
Borgorose	14
Accumoli	4
<b>Roma</b>	938
Torrita Tiberina	16
Rignano Flaminio	5
Genazzano	14
Valmontone	14
Marino	24
Nettuno	20
Colleferro	22
Tivoli	15
Civitavecchia	18
Velletri	19
<b>Viterbo</b>	24
Orte	13
Fabrica di Roma	15
Latera	16
Montefiascone	22

**Abruzzi**

	numero interviste
<b>Campobasso</b>	16
Duronia	16
Toro	15
Montecilfone	15
Santa Croce di Maliano	14
<b>Chieti</b>	22
Casoli	14
Torino di Sangro	14
Torrevecchia Teatina	16
Guilmi	15
Guardiagrele	15
Lanciano	21
<b>L'Aquila</b>	26
Secinaro	15
Barisciano	14
Monteora	15
Avezzano	14
<b>Pescara</b>	41
Spoltore	16
Catignano	14
Penne	18
<b>Teramo</b>	12
Controguerra	12
Bellante	15
Campelli	16

**Campania**

	numero interviste
<b>Avellino</b>	10
Montella	15
Serino	15
Guardia Lombardi	15
Aquilonia	15
Pietrastornina	16
Santo Stefano del Sole	14
<b>Benevento</b>	25
Paupisi	16
Montefalcone di Val Fortore	16
Cusano Mutri	15
Montesarchio	23
<b>Caserta</b>	22
Casagiove	13
Caiazzo	9
Arienza	16
Castel Morrone	15
Tora e Piccilli	16
Casal di Principe	20
Mondragone	20
Sessa Aurunca	16
Santa Maria Capua Vetere	13
Maddaloni	15
Aversa	18
<b>Napoli</b>	479
Pimonte	15
Sant'Agnello	12
Brusciano	16
Casoria	22
Pomigliano d'Arco	24
Boscotrecase	24
Marano di Napoli	24
Somma Vesuviana	24
Ottaviano	19
Poggioreale	20
Cercola	24
Terzigno	24
Giuliano in Campania	15
Afragola	20
Resina	20
Portici	23
Pozzuoli	24
Torre Annunziata	24
Castellammare di Stabia	26
Torre del Greco	33

**Salerno**  
Baronissi  
Altavilla Silentina  
Maiori  
Serre  
Ogliastro Cilento  
Laureana Cilento  
Nocera Superiore  
Scafati  
Battipaglia  
Sarno  
Cava de' Tirreni  
Nocera Inferiore

**Puglie**

	numero interviste
<b>Bari</b>	122
Bitritto	9
Ruvo di Puglia	21
Sant'Eramo in Colle	24
Conversano	19
Giovinazzo	17
Rutigliano	22
Casamassima	18
Gravina in Puglia	15
Canosa di Puglia	16
Monopoli	13
Bitonto	13
Trani	20
Bisceglie	20
Corato	17
Altamura	16
Molfetta	30
Barletta	33
Andria	36
<b>Brindisi</b>	30
San Pancrazio Salentino	16
San Pietro Vernotico	19
Mesagne	24
Francavilla Fontana	24
Ostuni	15
<b>Foggia</b>	59
Castelvecchio di Puglia	10
Rodi Garganico	15
Serracapriola	14
San Marco in Lamis	23
Sannicandro Garganico	17
Margherita di Savoia	18
Manfredonia	16
Cerignola	22
San Severo	22
<b>Lecce</b>	29
Parabita	13
Lizzanello	14
Castrignano del Capo	9
Cavallino	16
Cursi	9
Leverano	21
Maglie	23
Gallipoli	24
Nardo	24
<b>Taranto</b>	74
Carosino	15
Massafra	18
Mottola	23
Martina Franca	11

**Basilicata**

	numero interviste
Matera	14
Grassano	10
Craco	11
Irsina	15
Potenza	8
Baragiano	11
Ruoti	15
Maratea	12
Senise	15
Rionero in Vulture	22
Marsiconuovo	24

**Calabria**

	numero interviste
Calanzaro	36
Borgia	16
Rocca di Neto	16
Cortale	14
Maierato	7
Caccuri	16
Pentone	16
Sambiase	7
Nicastro	11
Crotone	16
Cosenza	32
Cervicati	15
Pietrafitta	16
Crosia	8
Scalea	15
Bonifati	16
Fagnano Castello	15
Bisignano	10
Rossano	14
Cassano allo Jonio	19
Montaldo Uffugo	24
Reggio Calabria	61
Rizziconi	12
Delianuova	15
Bruzzano Zeffirio	13
San Giovanni di Gerace	15
Locri	24
Cittanova	24
Palmi	17

**Sicilia**

	numero interviste
Agrigento	19
San Biagio Platani	15
Cammarata	16
Palma di Montechiaro	23
Ravanusa	23
Campobello di Licata	24
Sciacca	16
Canicatti	13
Licata	16
Caltanissetta	29
Marianopoli	12
Sommatino	23
San Cataldo	18
Gela	28
Catania	161
Acì Sant'Antonio	6
Castiglione di Sicilia	12
Giarre	16
Misterbianco	22
Bel Passo	16
Adrano	15
Paterno	24
Acireale	12
Caltagirone	21
Enna	15
Villarosa	24
Barrafranca	23
Nicosia	18
Messina	92
Longi	14
Montalbano Elicona	16
Naso	10
San Fratello	15
Barcellona Pozzo di Gotta	16
Palermo	251
Santa Flavia	10
Caltavuturo	14
Castronuovo di Sicilia	14
Isnello	13
San Giuseppe Jato	12
Lercara Friddi	19
Termini Imerese	23
Bagheria	14

**Sardegna**

	numero interviste
Cagliari	95
Sanluri	15
Domusnovas	15
Sardara	15
Settimo San Pietro	10
Riolo Sardo	16
Gonnostramatza	16
Guspini	16
Iglesias	20
Carbonia	40
Nurallao	12
Silanus	13
Bolotana	15
Macomer	14
Sassari	44
Ploaghe	15
Chiararamonti	16
Ozieri	24
<b>segue Sicilia</b>	
Ragusa	23
Acate	15
Comiso	21
Chiararamonte Gulfi	18
Modica	19
Vittoria	21
Siracusa	36
Rosolini	19
Augusta	22
Lentini	13
Trapani	32
Custonaci	13
Castellamare del Golfo	18
Paceco	15
Castelvetrano	16
Mazara del Vallo	20
Alcamo	20
Marsala	34

# Facsimile del questionario

## DOXA

ISTITUTO PER LE RICERCHE STATISTICHE E L'ANALISI DELL'OPINIONE PUBBLICA  
MILANO - via G. Momell, 10 - tel. 746.065-066 - teleg. METRODOX-MILANO

STRETTAMENTE  
CONFIDENZIALE

Comune \_\_\_\_\_  
Provincia \_\_\_\_\_  
Giorno: LU-MA-ME-GI-VE-SA-DO

Intervista n. \_\_\_\_\_  
Intervista n. \_\_\_\_\_  
Intervista fatta alla \_\_\_\_\_  
(1°, 2°, 3° visita)  
Data dell'intervista \_\_\_\_\_

S. 6237/A Readership 1962-63

L'Istituto DOXA sta svolgendo un'indagine in tutte le regioni per sapere come gli italiani trascorrono la giornata. La prego di rispondere a qualche domanda che Le ferb.

Per incominciare, desidero farLe alcune domande su alcune cose successe ieri.

1a - Ieri ha forse mangiato pastasciutta? Se no, chiedere: Quando l'ha mangiata l'ultima volta, prima di ieri? Se l'intervistato è incerto, chiedere: ... Forse l'altro ieri, oppure da 3 a 7 giorni fa, oppure più di 7 giorni fa? (Proporre tutte e tre le alternative insieme, senza lasciare intervalli fra l'una e l'altra).

1b - Ieri è forse stato in un negozio di generi alimentari? Se no, chiedere: Quando è stato l'ultima volta, prima di ieri? Se l'intervistato è incerto, chiedere: ... Forse l'altro ieri, oppure da 3 a 7 giorni fa, oppure più di 7 giorni fa?

(Ripetere le domande, esattamente nella stessa forma, per ogni frase del prospetto).

	Ieri	L'altro ieri	Da 3 a 7 giorni fa	Da 8 a 14 giorni fa	Non ricordo
1a) Ieri ha mangiato pastasciutta?	1	2	3	4	5
b) Ieri è stato in un negozio di generi alimentari?	7	8	9	x	y
c) Ieri è stato in un locale pubblico (bar, caffè, ecc.) per prendere una consumazione?	1	2	3	4	5
d) Ieri è andato a casa di parenti per fare una visita?	7	8	9	x	y
e) Ieri è andato al cinema?	1	2	3	4	5
f) Ieri ha sentito la radio, anche per pochi minuti?	7	8	9	x	y
g) Ieri ha visto la televisione, in casa o fuori casa?	1	2	3	4	5
h) Ieri ha guardato un giornale che esce tutti i giorni?	7	8	9	x	y
i) Ieri ha guardato un giornale o rivista che esce ogni settimana oppure ogni mese?	1	2	3	4	5

## 2 - LETTURA DI GIORNALI QUOTIDIANI

2a - Ieri Lei ha dunque guardato un giornale che esce tutti i giorni? (Se sì): Quale giornale o quali giornali ha guardato ieri? - ha guardato? sì 1 no 0

— quali giornali? a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_

2b - Ieri Lei ha guardato forse un giornale che esce tutte le sere o i pomeriggi? — sì 1 no 0

(Se sì): Quale? \_\_\_\_\_

2c - Ieri Lei ha guardato forse un giornale sportivo (che esce tutti i giorni)? — sì 1 no 0

(Se sì): Quale? \_\_\_\_\_

2d - Ieri Lei ha guardato forse altri giornali che escono tutti i giorni? — sì 1 no 0

(Se sì): Quali? \_\_\_\_\_

2e - Consideriamo tutti i giornali che escono ogni giorno: giornali del mattino, della sera e giornali sportivi. In quanti giorni di una settimana normale, Lei guarda un giornale che esce tutti i giorni?

Se l'intervistato è incerto suggerire (senza lasciare intervalli fra un'alternativa e l'altra): Tutti i giorni, non tutti i giorni, ma più di 4 volte la settimana; 3-4 volte la settimana; 1-2 volte la settimana o meno di una volta la settimana?

— tutti i giorni 1 — 1-2 volte la settimana 4  
— più di 4 volte la sett. 2 — meno di 1 volta la sett. 5  
— 3-4 volte la settimana 3 — mai o quasi mai 6

Altra risposta \_\_\_\_\_

## 3 - LETTURA DI PUBBLICAZIONI SETTIMANALI

3a - Ora non ricordo bene: quando ha guardato per l'ultima volta un giornale o rivista che esce 1 volta la settimana?

Se l'intervistato è incerto suggerire: forse ieri, o l'altro ieri, o da 3 a 7 giorni fa, o più di 7 giorni fa ma non più di 4 settimane fa, oppure più di 4 settimane fa?

— ieri 1  
— l'altro ieri 2  
— da 3 a 7 giorni fa 3  
— da 8 giorni a 4 settimane fa 4  
— più di 4 settimane fa 5  
— non guardo mai (o quasi mai) 6

Altra risposta \_\_\_\_\_

3b - (Se ha guardato un settimanale negli ultimi 7 giorni): Che giornale era? Oltre a... (giornale menzionato) ha letto altri giornali (che escono 1 volta la settimana) fra... scorso e ieri? (Inserire nel tratto punteggiato il giorno della settimana scorsa corrispondente al giorno dell'intervista) Ricorda forse ancora altri giornali letti negli ultimi 7 giorni?

1. \_\_\_\_\_ 5  
2. \_\_\_\_\_ 6  
3. \_\_\_\_\_ 7  
4. \_\_\_\_\_ 8

3c - Le mostro alcuni cartellini con nomi di giornali e riviste che escono una volta la settimana (leggere e porgere il 1° cartellino, relativo all'ABC): Ha mai guardato ABC? (Se no, passare ad Alba; se sì, chiedere):

3d - Quando l'ha guardato l'ultima volta? (Se l'intervistato è incerto, dire): ... forse più di 4 settimane fa, o non più di 4 settimane ma più di 7 giorni fa, o negli ultimi 7 giorni? (Se ha guardato nelle ultime 4 settimane, chiedere):

3e - Quanti numeri di ABC ha guardato in queste ultime 4 settimane?

(Ripetere le domande per ABC, nella stessa forma, per tutti i settimanali).

	Ha guardato? Quando l'ultima volta?		Frequenza di lettura							
	Non ha mai guardato	Non ricordo	Più di 4 sett. fa	Da 8 giorni a 4 sett. fa	Ultimi 7 giorni	4 numeri su 4	2-3 numeri su 4	1 numero su 4	Non ricordo	
1) ABC	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
2) ALBA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
3) AMICA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
4) ANNABELLA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
5) L'AUTOMOBILE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
6) BELLA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
7) BOLERO FILM	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
8) BORGHESE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
9) CALCIO E CICLISMO ILL.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
10) CONFESIONI	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
11) CONFIDENZE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
12) COSÌ	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
13) DOMENICA DEL CORRIERE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
14) EPOCA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
15) ESPRESSO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
16) EUROPEO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
17) EVA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
18) FAMIGLIA CRISTIANA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
19) GENTE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
20) GIOIA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
21) GRAND HOTEL	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
22) GRAZIA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
23) INTIMITA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
24) LUNA PARK	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
25) MARIE CLAIRE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
26) NOI DONNE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
27) NOVELLA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
28) OGGI	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
29) ORE (LE)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
30) ORIZZONTI	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
31) RADIOCORRIERE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
32) ROTOFES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
33) SETTIMANA ENIGMISTICA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
34) SETTIMANA INCOM ILL.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
35) SETTIMANA RADIO-TV	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
36) SETTIMO GIORNO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
37) SOGNO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
38) SORRISI E CANZONI	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
39) SPORT ILLUSTRATO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
40) SUPER SPORT	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
41) TEMPO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
42) TRIBUNA ILLUSTRATA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
43) VIE NUOVE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
44) VITA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	

## 4 - LETTURA DI MENSILI

4a - Ora le mostro altri cartellini, con i nomi di giornali e riviste che escono una volta al mese. Ecco: lei ha guardato Arianna negli ultimi 3 mesi? (Se no, passare a Quattroruote).

4b - (Se sì): Quando ha guardato l'ultima volta Arianna? (Se l'intervistato è incerto, suggerire senza pause): ... forse più di 4 settimane fa, o non più di 4 settimane ma più di 7 giorni fa, o negli ultimi 7 giorni?

	Ha letto?		Quando l'ultima volta?			
	sì	no	Non ricordo	Più di 4 sett. fa	Da 8 a 14 sett. fa	Ultimi 7 giorni
1) ARIANNA	1	0	x	1	2	3
2) QUATTORRUOTE	1	0	x	1	2	3
3) BELLEZZA	1	0	x	1	2	3
4) CUCINA ITALIANA	1	0	x	1	2	3
5) LA DONNA	1	0	x	1	2	3
6) LA DONNA, LA CASA, IL BAMBINO	1	0	x	1	2	3
7) QUATTROSOLDI	1	0	x	1	2	3
8) FANTASIA	1	0	x	1	2	3
9) LA MADRE	1	0	x	1	2	3
10) SELEZIONE DAL R.D.	1	0	x	1	2	3
11) MANI DI FATA	1	0	x	1	2	3
12) SUCCESSO	1	0	x	1	2	3
13) NOVITA'	1	0	x	1	2	3
14) RAKAM	1	0	x	1	2	3
15) ROSSANA	1	0	x	1	2	3
16) VOI	1	0	x	1	2	3

## 5 - CINEMA

5a - In questi ultimi 3 mesi, lei è andato/a al cinema? - Sì 1 - No 2

5b - (Se sì): In questi ultimi 3 mesi, quante volte è andato al cinema? (Suggerire a tutti): Meno di 3 volte in 3 mesi, circa 1 volta al mese, circa 2 o 3 volte al mese, circa 1 volta la settimana o più di 1 volta la settimana?

— meno di 3 v. in 3 mesi 1 — 1 volta la settimana 4  
— 1 volta al mese 2 — più di 1 volta la sett. 5  
— 2-3 volte al mese 3 — non ricordo 6

Altra risposta \_\_\_\_\_

(Se andato al cinema negli ultimi 3 mesi):  
5c - In questi ultimi 7 giorni lei è andato forse al cinema? (Se sì):  
Quante volte, negli ultimi 7 giorni?  
— non sono andato al cinema x  
— negli ultimi 7 giorni sono andato al cinema \_\_\_\_\_ volte

(Se andato al cinema negli ultimi 7 giorni):  
5d - Quale film ha visto l'ultima volta? Dove ha visto il film? (Indicare la sala ed il comune)

— titolo del film: \_\_\_\_\_  
— nome del locale: \_\_\_\_\_  
— comune: \_\_\_\_\_  
Altra risposta: \_\_\_\_\_

