

Giovani e Cinema

Presentazione dei risultati

Roma, 8 maggio 2008

Indice

	(pag.)
→ Premessa	3
→ Metodo e obiettivi	4
→ Il campione	5
→ Consumi culturali e tempo libero	6
→ Attività svolte nell'arco dell'anno	9
→ La frequenza al cinema	14
→ La fruizione del film su altri mezzi	33
→ Giovani e internet	37
→ Comportamenti di downloading di film	43

Premessa

- ❑ L'ANICA ha chiesto all'Istituto DOXA di svolgere un'indagine volta ad approfondire il rapporto dei giovani con il cinema e a fornire una panoramica generale sul consumo di prodotti culturali da parte dei giovani.
- ❑ Questa indagine segue quella realizzata nel 2006 dall'Istituto DOXA per l'ANICA "Nuovo identikit dello spettatore. Fruizione cinematografica in sala e *downloading* da internet", che studiava un campione rappresentativo dell'intera popolazione italiana di 15 anni e oltre. Visto la particolare rilevanza dei risultati emersi in riferimento al comportamento della fascia di età 15-24 anni, l'ANICA ha ritenuto interessante approfondire nel 2007 lo studio delle abitudini di consumo di film da parte dei giovani.
- ❑ L'obiettivo della ricerca è quello di individuare gli aspetti fondamentali della fruizione cinematografica dell'universo giovanile italiano, indagandone il rapporto con le altre attività del tempo libero. Nella ricerca sono stati considerati, inoltre, l'utilizzo e le evoluzioni nel consumo di prodotti culturali attuato attraverso le nuove tecnologie.
- ❑ Particolare attenzione è stata dedicata a determinati comportamenti degli utenti di internet appartenenti alla fascia di età presa in analisi, come *file sharing* e *downloading* di film.

Metodo e obiettivi

- ❑ L'indagine quantitativa è stata svolta mediante la somministrazione di un questionario strutturato a un campione rappresentativo della popolazione giovane italiana, composto di 1.216 individui e distribuito su tutto il territorio nazionale.
 - ❑ Le interviste sono state condotte attraverso il sistema CAPI (Computer Assisted Personal Interview) a giovani di età compresa tra gli 11 e i 25 anni.
-
- ❑ Le interviste sono state sottoposte a ponderazione per equilibrare le diverse fasce di età, in modo da ricostruire le proporzioni dell'universo di riferimento, costituito da 9.700.000 persone, ripartite in 2.300.000 individui tra gli 11 e i 14 anni e 7.400.000 individui tra i 15 e i 25 anni.

Il campione ponderato

La rilevazione è stata effettuata dal 15 novembre al 15 dicembre 2007, come segue:

Età	Maschi	Femmine	Totale
11-14	22,1	25,2	23,6
15-17	15,9	20,0	17,9
18-21	28,6	24,8	26,7
22-25	33,4	30,1	31,8
Totale	51,3	48,7	100,0

Area geografica	%
Nord Ovest	27,9
Nord Est	18,8
Centro	19,4
Sud	23,0
Isole	11,0
Totale	100,0

Consumi culturali e tempo libero

Consumi culturali e tempo libero

- Nell'ambito dell'indagine è stata studiata la diffusione dei diversi strumenti di comunicazione, attraverso interviste a un campione di giovani fra gli 11 e i 25 anni rappresentativo dell'universo della popolazione italiana, 9.700.000 persone che vivono in circa 7.200.000 famiglie (un terzo del totale delle famiglie italiane). Sono state inoltre indagate le attività svolte nel tempo libero dai giovani fra gli 11 e i 14 anni, attraverso interviste a un campione rappresentativo dell'universo della popolazione italiana di questa fascia d'età, pari in valore assoluto a 2.300.000 individui.
- Il DVD, il personal computer, il lettore MP3, il videofonino sono strumenti molto diffusi fra i giovani: tra gli intervistati, ben l'86,2% possiede all'interno della propria abitazione un lettore DVD e il 72,2% un personal computer, che nel 47,9% dispone di una connessione internet (di cui ADSL il 36,4% e 56K l'11,5%).
- Risultano ancora poco diffusi i Tvfonini (5,0%) e solo il 4,8% dispone dell'IPTV (es. Fastweb TV), mentre il 21,9% dichiara di avere un abbonamento a SKY e il 15,3% il digitale terrestre.
- Per quanto riguarda il modo in cui i giovani fra gli 11 e i 14 anni impiegano il loro tempo libero, diverse sono le attività svolte intensamente: il 72,6% va a feste, il 67,9% frequenta ristoranti/pizzerie, il 66,9% si reca nei centri commerciali. Il cinema, nella classifica delle attività svolte dai giovani appartenenti a questo target, si colloca in quarta posizione con il 65,9% e fra le attività a pagamento si colloca al secondo posto.
- Tra le altre attività svolte nel tempo libero, gli adolescenti hanno dichiarato di assistere alla messa e frequentare l'oratorio rispettivamente nel 57,0% e 30,7% dei casi. Lo sport si colloca solo al settimo posto (56,8%), ma ben il 96,5% degli intervistati che hanno dichiarato di praticare questa attività, vi si dedica 1 o più volte la settimana. All'interno della classifica si trovano anche: leggere libri/riviste (52,8%), fare fotografie (41,7%), suonare uno strumento musicale (22,9%) e realizzare filmati con videocamera/videofonino (19,9%). Si collocano alla fine della classifica le attività di impegno sociale come il volontariato (4,4%).

Giovani e media

- possesso di strumenti di comunicazione in famiglia -

Valori %

D. 1

Bene/servizio	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	11-14	15-17	18-25
Lettore DVD	86,2	87,0	84,9	91,7	83,1	85,8	86,6	87,0
Videoregistratore	80,4	85,5	83,3	86,3	71,4	76,7	83,0	81,1
Personal computer	72,2	74,7	83,2	83,2	57,7	75,1	69,1	71,9
HI-FI	69,4	67,3	54,5	84,3	70,8	64,2	69,9	71,3
Lettore MP3	58,1	58,2	46,8	66,3	59,6	52,0	60,1	60,0
Videofonino	39,1	37,5	39,5	50,4	33,7	34,4	38,6	41,1
ADSL	36,4	35,3	41,5	42,1	31,2	34,6	29,7	39,1
Abbonamento SKY	21,9	26,2	17,5	23,7	19,9	24,7	22,9	20,5
Digitale Terrestre	15,3	11,2	18,9	18,9	14,5	11,3	18,5	15,9
Internet 56K	11,5	8,4	22,3	10,6	8,6	10,6	12,5	11,6
Tvfonino	5,0	4,7	1,7	4,9	7,0	4,6	5,4	5,0
IPTV	4,8	7,9	5,2	4,2	2,2	3,7	5,2	5,0

Bene/servizio	Totale	Meno di 10mila ab.	10-30mila ab.	30-100mila ab.	100-250mila ab.	>250 mila ab.
Lettore DVD	86,2	78,3	93,5	79,2	83,5	93,1
Videoregistratore	80,4	85,7	81,1	72,7	83,4	77,3
Personal computer	72,2	67,7	67,6	69,1	81,6	83,4
HI-FI	69,4	54,3	77,8	66,8	68,7	79,8
Lettore MP3	58,1	52,7	63,2	44,8	64,2	66,2
Videofonino	39,1	39,2	35,0	39,2	34,7	46,5
ADSL	36,4	33,6	35,6	33,4	36,2	43,7
Abbonamento SKY	21,9	21,1	19,4	12,8	32,1	30,0
Digitale Terrestre	15,3	14,0	12,1	6,8	31,1	21,8
Internet 56K	11,5	10,5	14,6	11,4	7,1	10,2
Tvfonino	5,0	3,8	7,3	3,3	0,5	6,3
IPTV	4,8	0,2	1,8	7,1	10,8	10,9

Base: totale interviste (N=1216). Possibili più risposte

Famiglie in Italia con presenza di popolazione 11-25 anni: circa 7.200.000 unità



Maggio 2008

8



Attività svolte nell'arco dell'anno (giovani 11-14 anni)

Tempo libero

(giovani 11-14 anni)

- attività svolte nell'arco dell'anno -

Valori %

D. 2

	Totale	Maschi	Femmine	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Meno di 10mila ab.	10-30mila ab.	30-100mila ab.	100-250mila ab.	Più di 250mila ab.
Feste	72,6	73,8	71,6	66,9	66,9	83,0	76,0	67,7	70,5	64,7	76,0	80,8
Ristorante/pizzeria	67,9	67,9	67,8	63,9	67,3	75,9	66,9	55,7	64,5	59,3	67,7	84,2
Andare nei centri commerciali	66,9	64,2	69,5	69,2	68,2	71,2	60,4	57,1	58,9	59,9	72,8	81,4
Cinema	65,9	65,4	66,4	62,4	69,0	76,4	60,5	48,1	57,9	61,7	70,7	86,0
Passeggiate in centro	58,0	54,7	61,0	53,8	59,8	58,3	61,2	49,3	46,7	56,6	65,1	70,3
Assistere alla messa	57,0	53,7	60,1	53,4	58,6	58,7	58,9	58,3	60,1	46,8	47,2	61,5
Sport	56,8	69,8	44,9	55,4	56,0	74,4	46,7	48,3	55,9	49,4	53,8	68,8
Fast food	54,9	55,0	54,8	60,6	52,0	61,1	46,1	43,2	38,4	56,0	71,4	69,3
Leggere libri/riviste	52,8	48,1	57,1	54,9	59,7	59,6	40,7	3,9	46,9	40,1	55,6	72,9
Fare fotografie	41,7	38,1	45,0	46,2	35,6	36,7	44,1	31,0	41,0	35,7	50,4	51,5
Parco gioco/luna parrk	35,9	38,3	33,6	29,8	37,4	39,9	39,1	31,4	34,7	34,8	37,7	40,3
Oratorio	30,7	30,7	30,8	45,6	37,6	21,5	15,3	32,4	29,9	19,5	38,8	33,2
Suonare strumento musicale/cantare	22,9	18,6	26,9	25,5	14,7	21,3	26,7	15,3	26,2	15,0	22,3	31,2
Musei/mostre	21,1	18,9	23,2	20,1	28,9	22,1	16,3	19,3	19,4	21,4	33,6	20,5
Eventi sportivi	20,2	30,6	10,7	25,9	14,3	22,5	16,3	12,9	17,8	11,4	15,4	33,1
Realizzare filmati con videocamera/videofonio	19,9	17,3	22,4	20,2	19,3	14,9	23,6	9,8	15,2	7,9	44,1	30,9
Monumenti	18,5	15,8	20,9	20,3	17,9	16,8	18,1	14,2	16,6	18,6	23,8	21,8
Pub/birreria	11,4	73,7	9,3	7,5	7,8	3,1	24,0	8,7	14,4	8,9	3,4	15,0
Spettacoli dal vivo/teatrali/musicali	10,6	7,7	13,2	5,4	10,4	7,9	18,6	5,9	16,1	7,1	7,3	13,7
Teatro	10,4	7,8	12,9	9,5	6,3	6,3	17,3	6,1	13,5	6,0	8,5	14,9
Concerti/musica dal vivo	8,2	5,9	10,4	6,8	11,3	3,8	10,9	4,9	6,5	8,3	15,2	10,2
Discoteca	5,9	7,5	4,4	8,3	3,6	4,5	5,6	2,7	5,2	4,3	2,2	10,4
Centri sociali/proloco etc.	4,7	4,5	4,9	3,0	15,2	1,4	1,8	3,7	2,3	0,6	27,4	3,4
Volontariato	4,4	3,7	5,0	2,2	4,5	7,4	4,6	1,3	5,8	0,7	-	9,0
Manifestazioni/cortei	1,9	2,5	1,3	2,9	0,5	0,4	2,7	0,3	2,8	0,3	1,5	3,5

Base: totale intervistati di 11-14 anni (N=287). Possibili più risposte

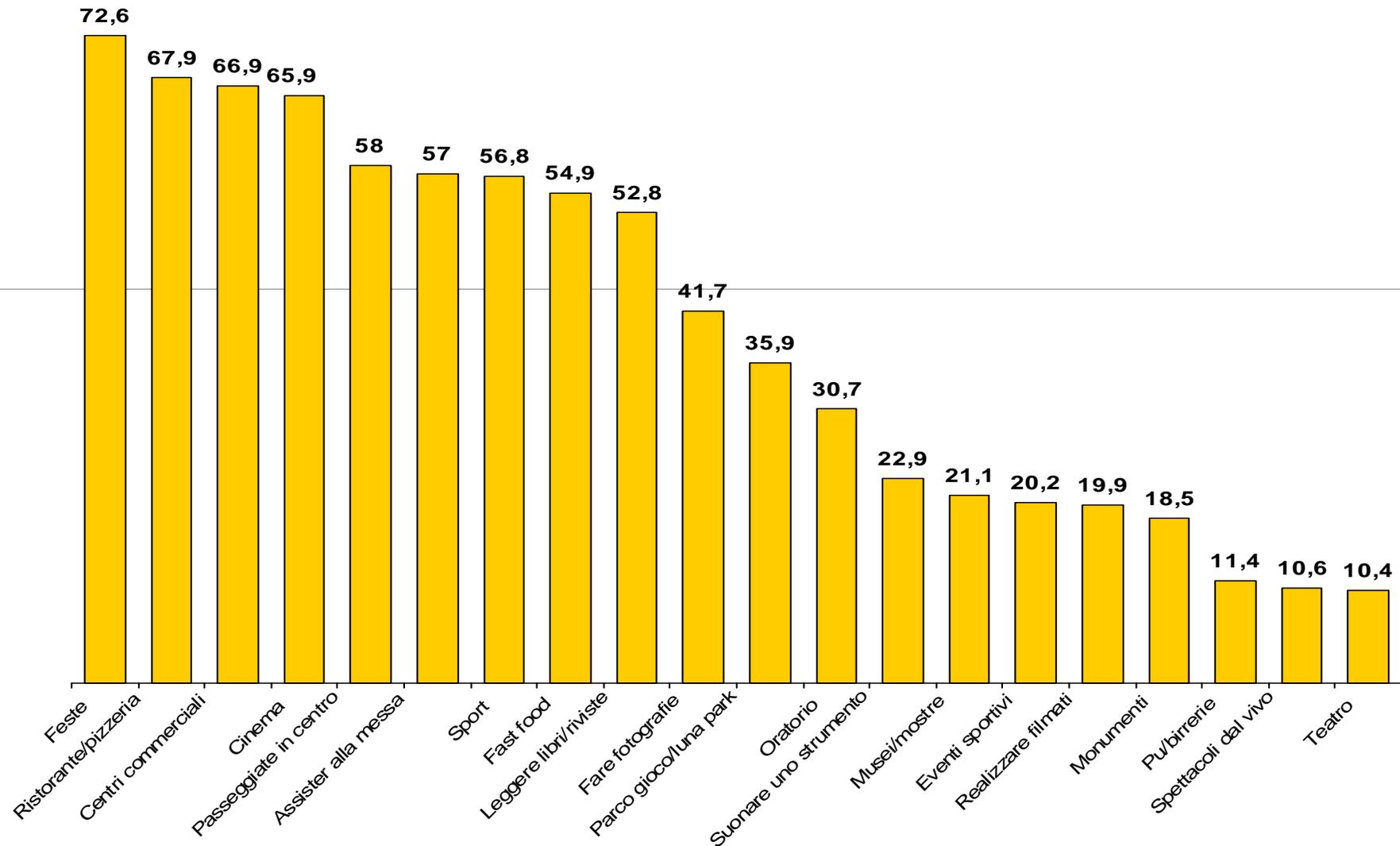
Tempo libero

(giovani 11-14 anni)

- attività svolte nell'arco dell'anno -

Valori %

D. 3



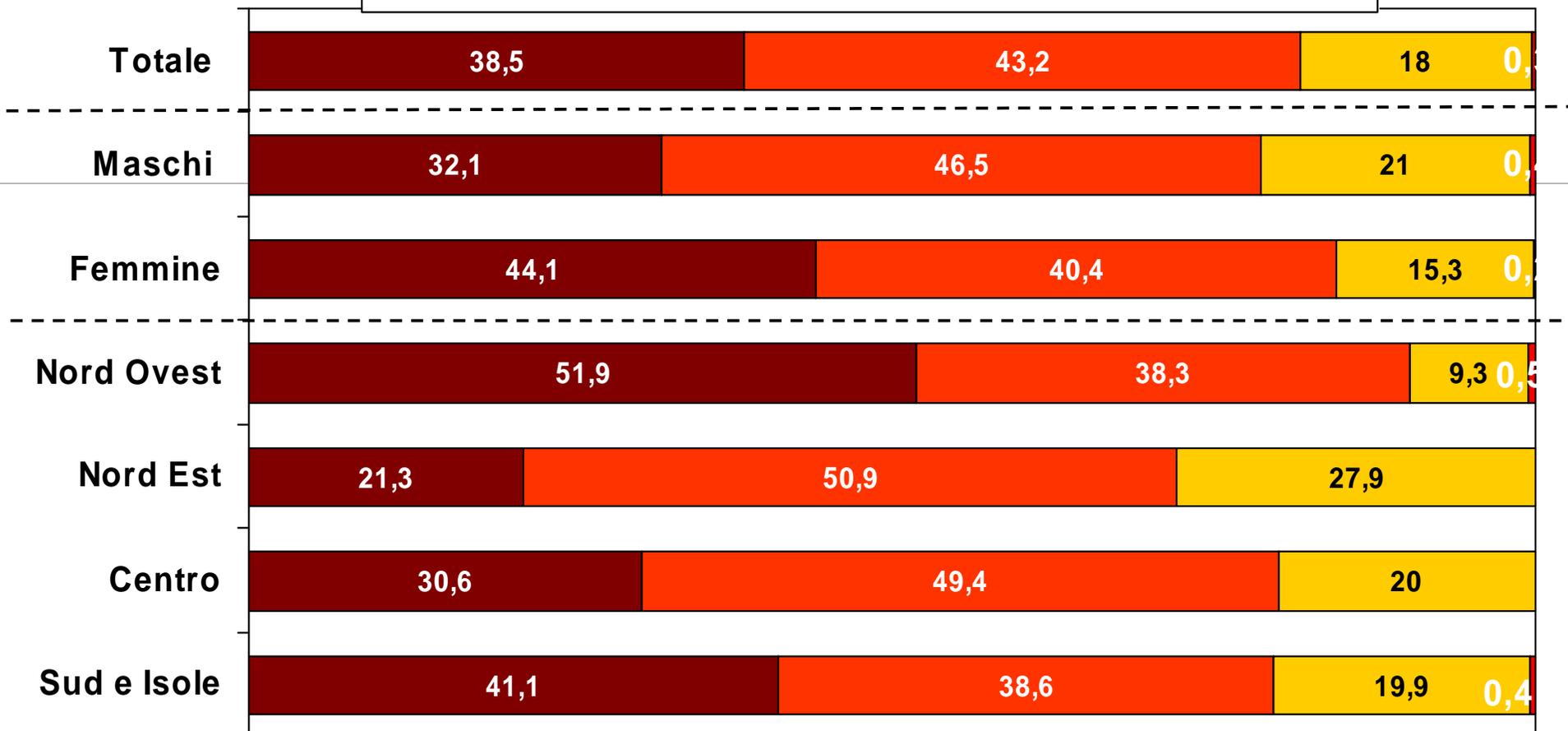
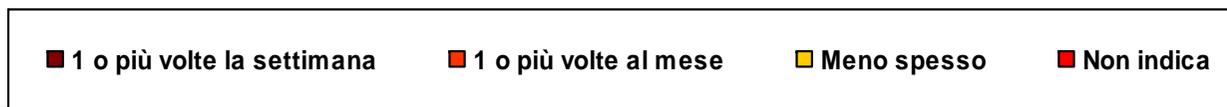
Tempo libero

(giovani 11-14 anni)

Valori %

Andare nei centri commerciali

D. 3



Base: totale intervistati di 11-14 anni (N=287).

Tempo libero

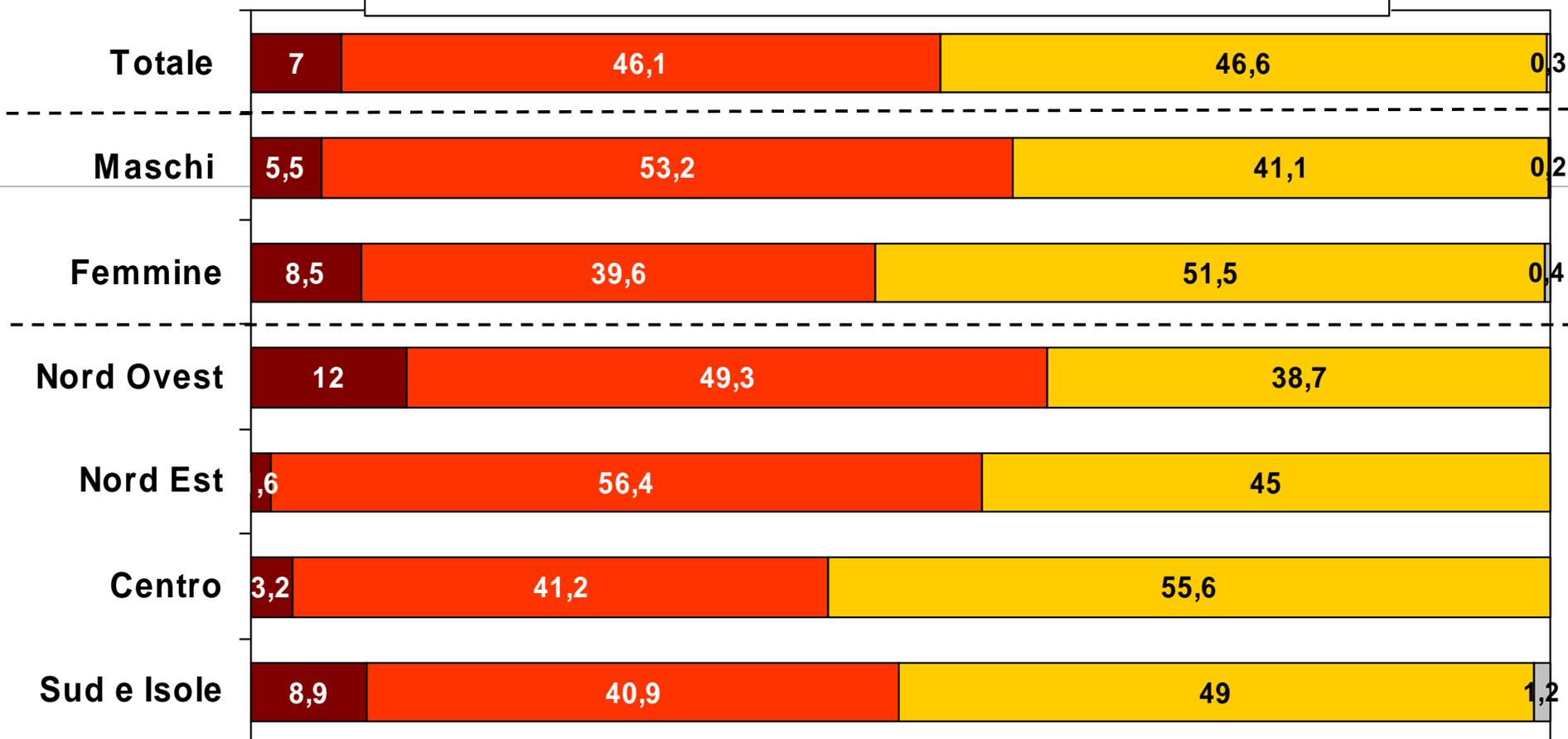
(giovani 11-14 anni)

Valori %

Cinema

D. 3

■ 1 o più volte la settimana ■ 1 o più volte al mese ■ Meno spesso ■ Non indica



Base: totale intervistati di 11-14 anni (N=287).

La frequenza al cinema

La frequenza al cinema

- ❑ L'indagine sulla frequenza al cinema da parte dei giovani si è sviluppata attraverso interviste a un campione di 1.216 ragazzi fra gli 11 e i 25 anni, rappresentativo della popolazione italiana appartenente a questa fascia d'età, pari in valore assoluto a 9.700.000 individui.
- ❑ Il cinema è uno dei consumi culturali preferito dai giovani. Dall'indagine emerge che il 73,7% degli intervistati si è recato al cinema negli ultimi 6 mesi: l'1,9 % almeno una volta la settimana, il 32,9% da 1 a 3 volte al mese e il 38,9% meno di una volta al mese (da 1 a 4 volte in sei mesi).
- ❑ Dal confronto con l'indagine Doxa per ANICA effettuata nel 2006 sul totale della popolazione, emerge un dato di consumo nettamente più forte nella fascia giovane: gli spettatori "medi" (da 1 a 3 volte al mese) erano solo il 20% del totale della popolazione, rispetto al 35% evidenziato per gli 11-25enni; solo il 43% si erano inoltre recati in una sala cinematografica nei 6 mesi precedenti alla rilevazione, rispetto al 74% rilevato in questa sede.
- ❑ Va aggiunto, nel caso di questa indagine specifica, che il periodo di rilevazione colloca i sei mesi precedenti intorno alla stagione estiva, elemento che non sembra minimamente incidere sul livello di frequenza e gradimento.
- ❑ Che il cinema risulti uno dei consumi culturali preferito dai giovani è dimostrato dall'elevata percentuale di intervistati che attribuisce al cinema una posizione di rilievo nella propria classifica delle attività svolte nel tempo libero. Fra i giovani di 11-25 anni che si sono recati al cinema negli ultimi 6 mesi, il 30,4% dichiara di collocare questa attività al primo posto e il 47,9% a metà classifica. È interessante il dettaglio relativo ai giovanissimi (fascia d'età 11 - 14 anni), che nel 42,2% dei casi collocano il cinema al primo posto.

La frequenza al cinema

- ❑ La frequenza al cinema appare più elevata da parte delle ragazze (78,0%) e dei residenti nell'area geografica del Nord Est (84,8%).
- ❑ I giovani si recano prevalentemente al cinema con il proprio gruppo di amici (63,3%) o con il partner (24,3%); c'è anche un 11,1% che dichiara di recarsi al cinema con genitori o altri adulti. Ovviamente il comportamento varia con il variare dell'età: ad esempio si registra una percentuale maggiore di giovani tra i 15 e i 17 anni (87,6%) che preferisce recarsi al cinema con i propri amici.
- ❑ Per quanto riguarda le diverse tipologie di sala cinematografica, si registra una maggioranza di coloro che preferiscono la multisala (63,0%). Tale preferenza è attribuibile a diversi aspetti legati alla qualità della proiezione e ai servizi aggiuntivi offerti dalla struttura.
- ❑ Gli aspetti ritenuti più importanti dai giovani intervistati sono riconducibili alla possibilità di una maggiore scelta tra i film in programmazione (42,2%), al comfort della sala (33,0%), all'ambiente più gradevole (25,5%), alla qualità superiore (22,5%) e, altro aspetto da non sottovalutare soprattutto per i grandi centri urbani, alla possibilità di parcheggio (17,4%).
- ❑ Nella classifica dei generi cinematografici preferiti dai giovani intervistati, quelli che si collocano al primo posto sono i "film comici di attori italiani" (46,4%), mentre i "film comici stranieri" (21,0%) si posizionano soltanto al settimo posto, preceduti dai film di "avventura" (40,4%), dai "thriller" (26,9%) e dalle "storie d'amore" (23,2%).

La frequenza al cinema

- ❑ Gli aspetti che influiscono nella scelta del film sono diversi. Tra i canali di selezione, ha un ruolo molto significativo il passaparola (70,8%) di amici, parenti e compagni di scuola, seguito dai mass media tradizionali (85,8%) come radio, televisione e giornali. Soltanto il 7,2% ha dichiarato di utilizzare internet come canale di informazione per la scelta del film.
- ❑ Il 55,1% del campione preferisce vedere il film nella sala cinematografica, perché questo tipo di fruizione, secondo gli intervistati, garantisce una qualità audio e video superiore (49,2%), permette di vedere il film in prima visione (38,1%) e offre più emozioni (37,5%).
- ❑ Solo il 26,4% degli intervistati preferisce vedere il film in DVD piuttosto che nella sala cinematografica.

La frequenza al cinema

Valori %

“Negli ultimi sei mesi, è andato al cinema?”

D. 8

% di risposte affermative



Base: totale intervistati di 11-25 anni (N=1216).

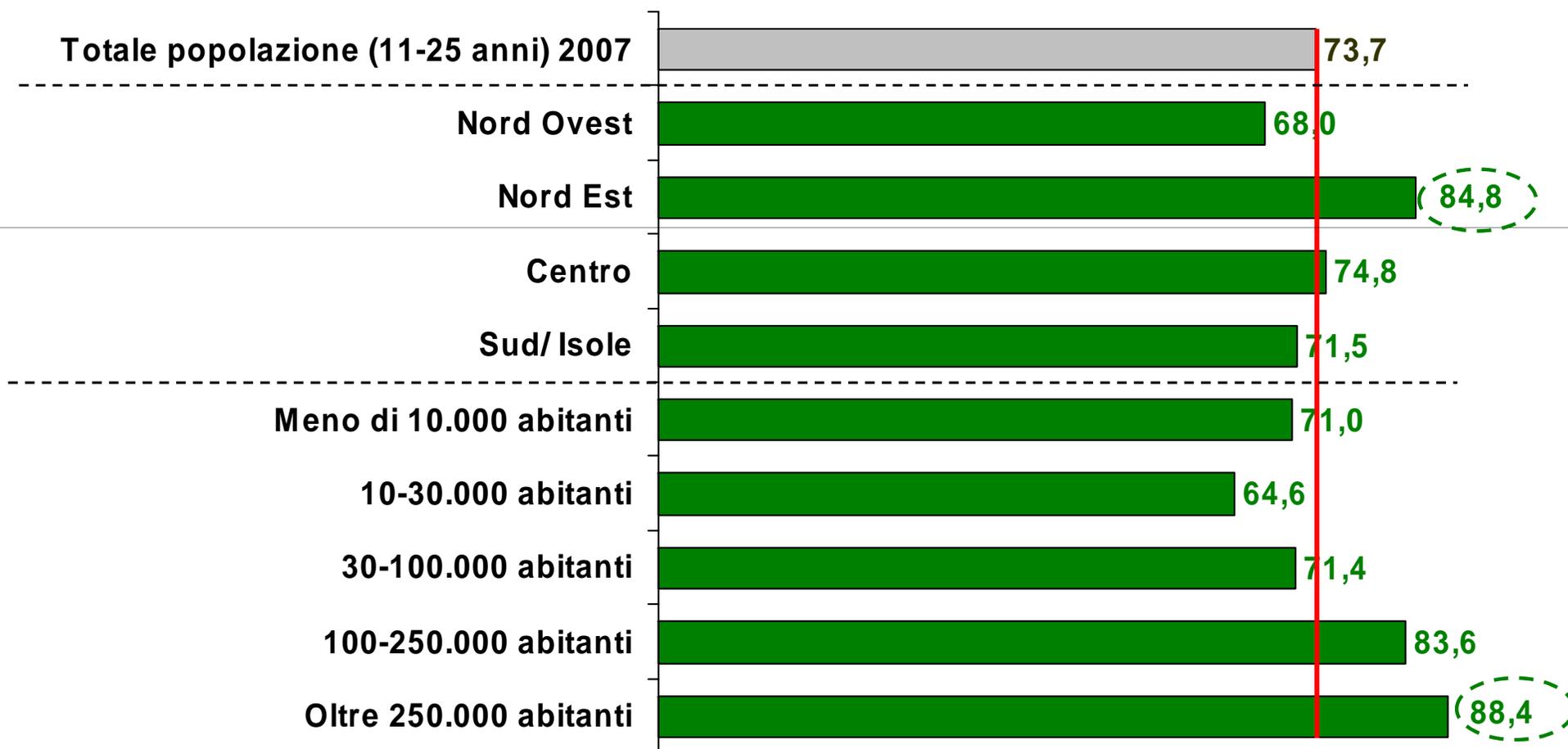
La frequenza al cinema

Valori %

“Negli ultimi sei mesi, è andato al cinema?”

D. 8

% di risposte affermative



Base: totale intervistati di 11-25 anni (N=1216).

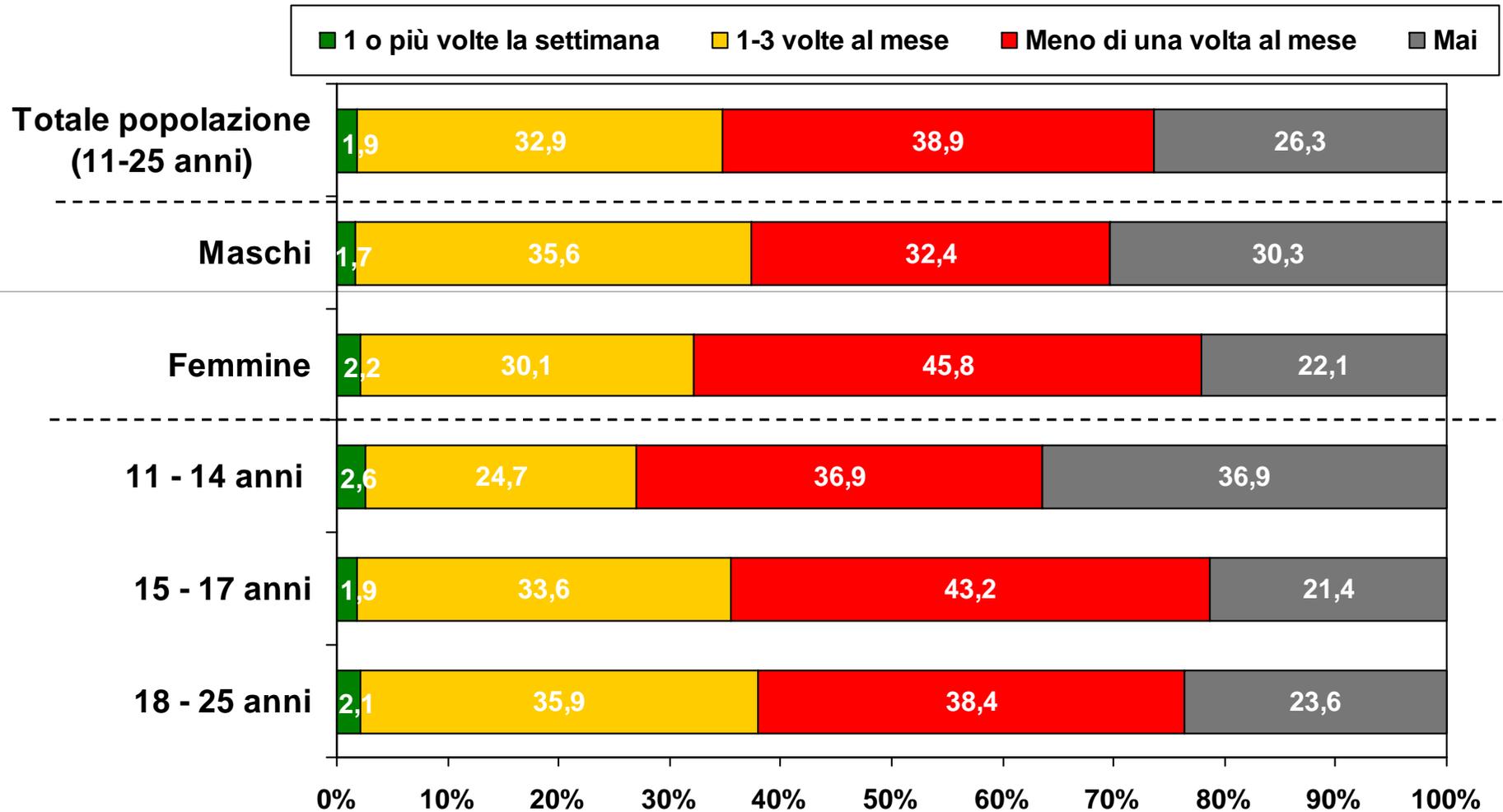
La frequenza al cinema

- dettaglio sociodemografico -

Valori %

“Negli ultimi sei mesi, con quale frequenza ti sei recato al cinema?”

D. 8



Base: totale interviste (N=1216).

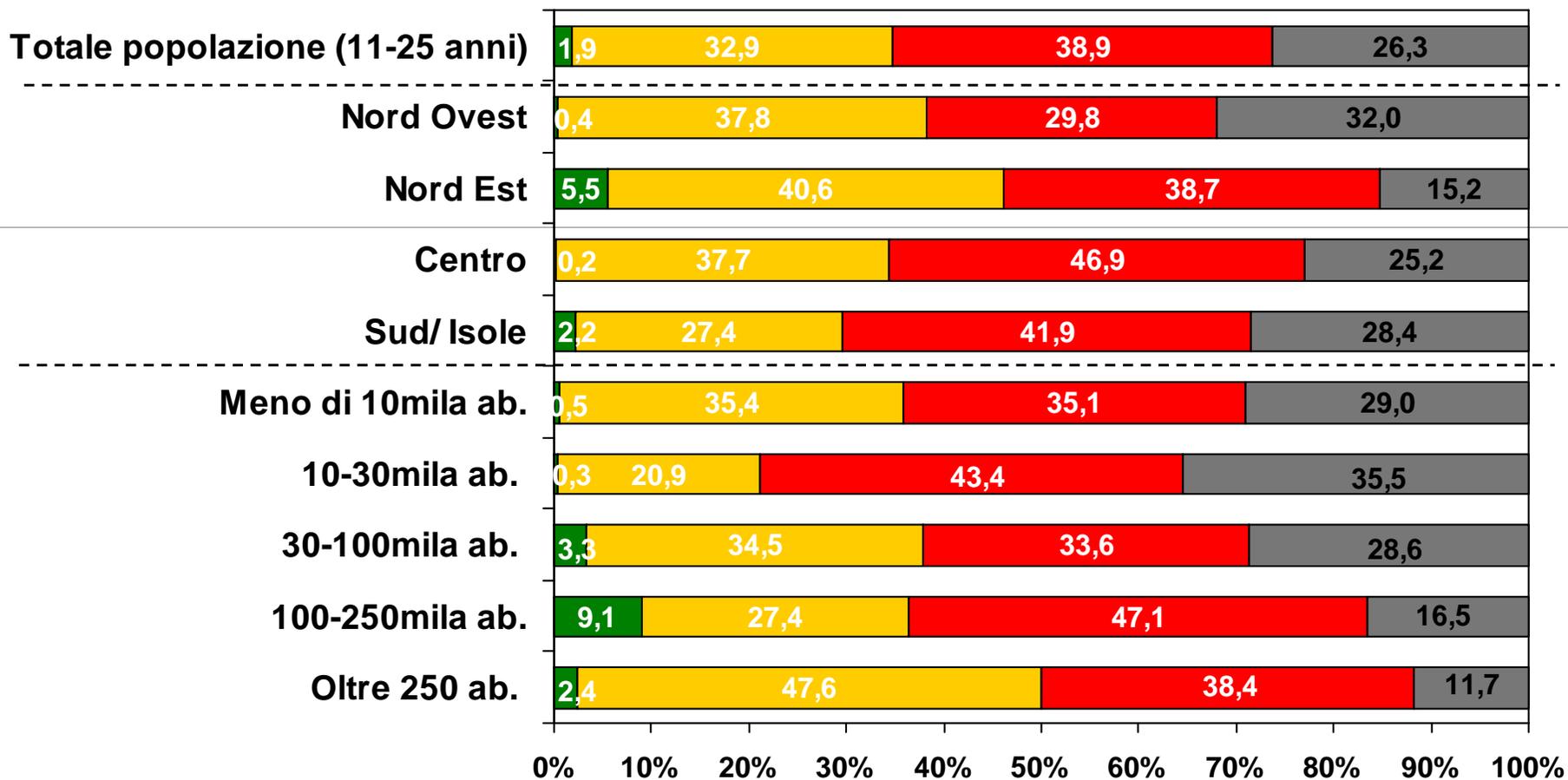
La frequenza al cinema

- dettaglio area geografica -

Valori %

“Negli ultimi sei mesi, con quale frequenza ti sei recato al cinema?”

D. 7



Base: totale interviste (N=1216).

Cinema vuol dire

- domanda a risposta spontanea -

Valori %

“Cosa vuol dire per te andare al cinema?”

D. 17

	Totale	Maschi	Femmine	11 - 14 anni	15 - 17 anni	18 - 25 anni
Passare il tempo libero	39,4	39,5	39,2	35,0	36,0	42,1
Stare con gli amici	30,1	32,3	27,8	30,0	44,8	25,7
Momento di evasione	20,8	20,4	21,3	20,5	13,8	23,1
Una passione	4,0	3,8	4,3	3,7	2,7	4,5
Altro	1,6	1,0	2,1	1,0	0,5	2,0

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Meno di 10mila ab.	Da 10-30mila ab.	Da 30-100mila ab.	100-250mila ab.	Oltre 250mila ab.
Passare il tempo libero	39,4	38,2	45,7	36,2	38,6	43,2	37,0	29,9	47,5	41,7
Stare con gli amici	30,1	27,6	29,9	31,5	31,6	27,9	32,3	33,8	26,0	28,8
Momento di evasione	20,8	23,6	18,7	21,1	19,6	21,4	17,7	24,4	15,0	24,1
Una passione	4,0	3,9	3,4	5,3	3,8	2,5	3,5	6,3	9,4	2,8
Altro	1,6	2,1	0,1	4,0	0,3	0,6	2,5	3,2	--	0,4

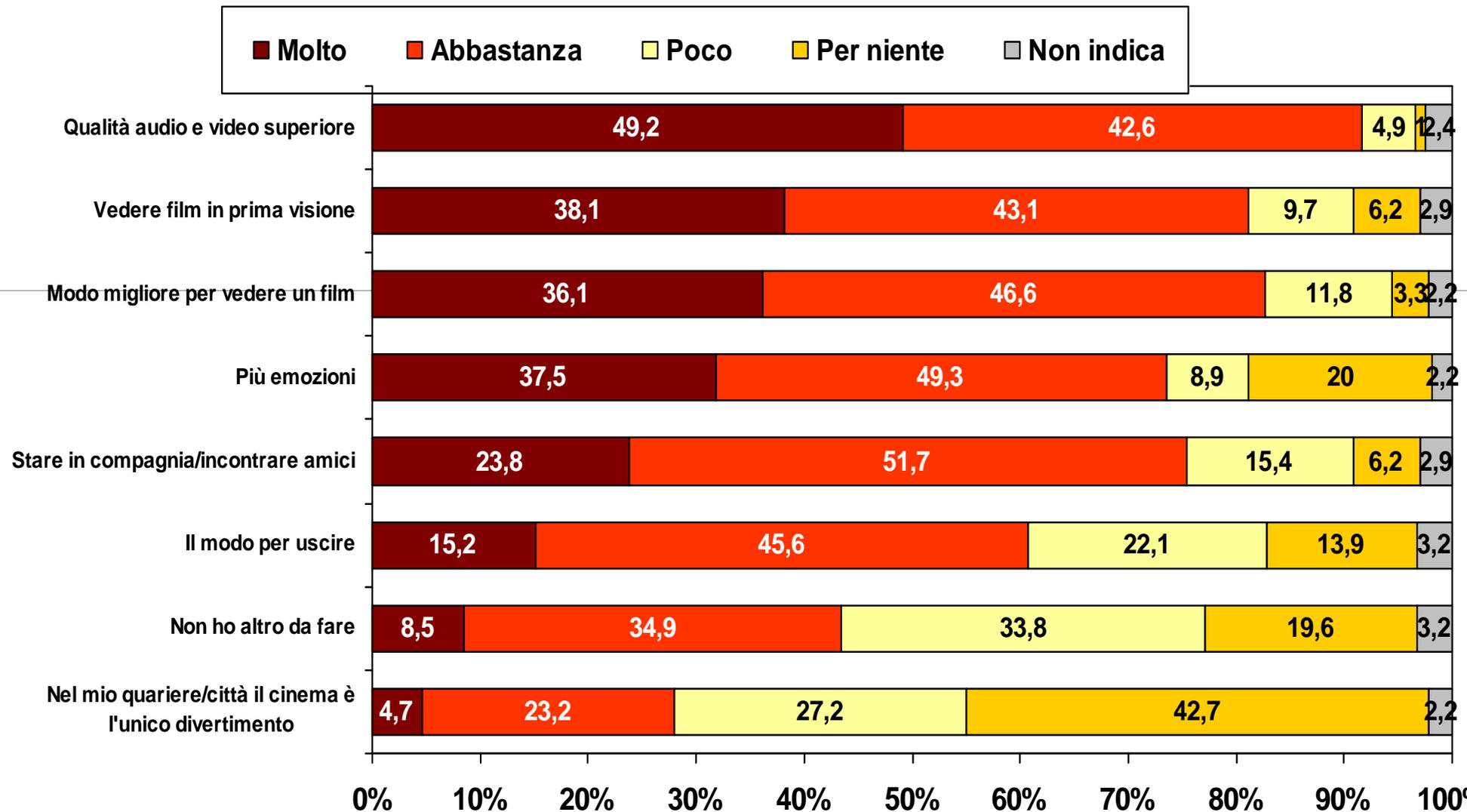
Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

Cinema vuol dire.....

Valori %

GRADO DI ACCORDO A CIASCUNA FRASE "Cinema vuol dire..."

D. 22



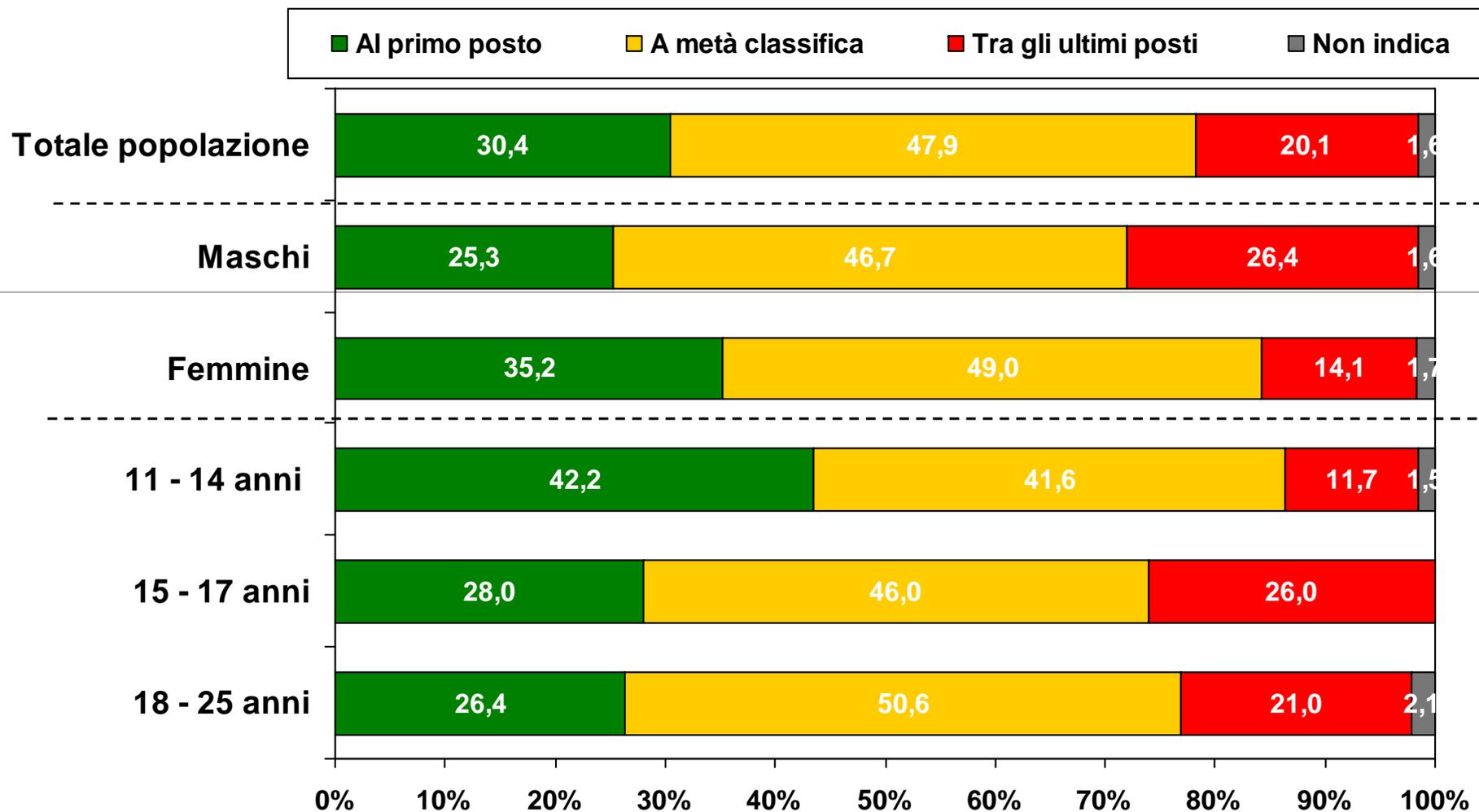
Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

La frequenza al cinema

- dettaglio sociodemografico -

Valori % "Nella classifica delle attività svolte nel tempo libero a che posto si colloca il cinema ?"

D. 9



Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

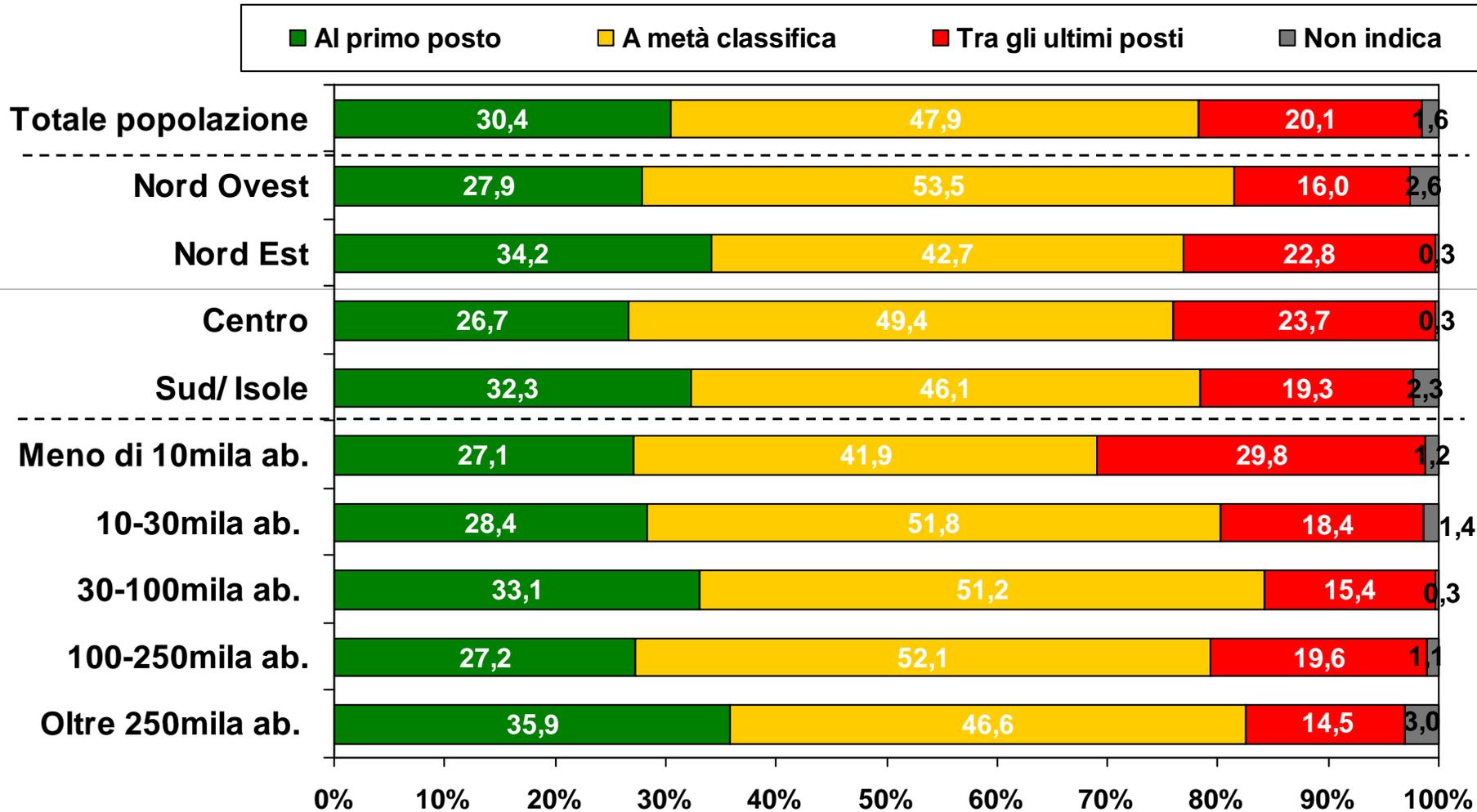
La frequenza al cinema

- dettaglio sociodemografico -

Valori %

“Nella classifica delle attività svolte nel tempo libero a che posto si colloca il cinema ?”

D.9



Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

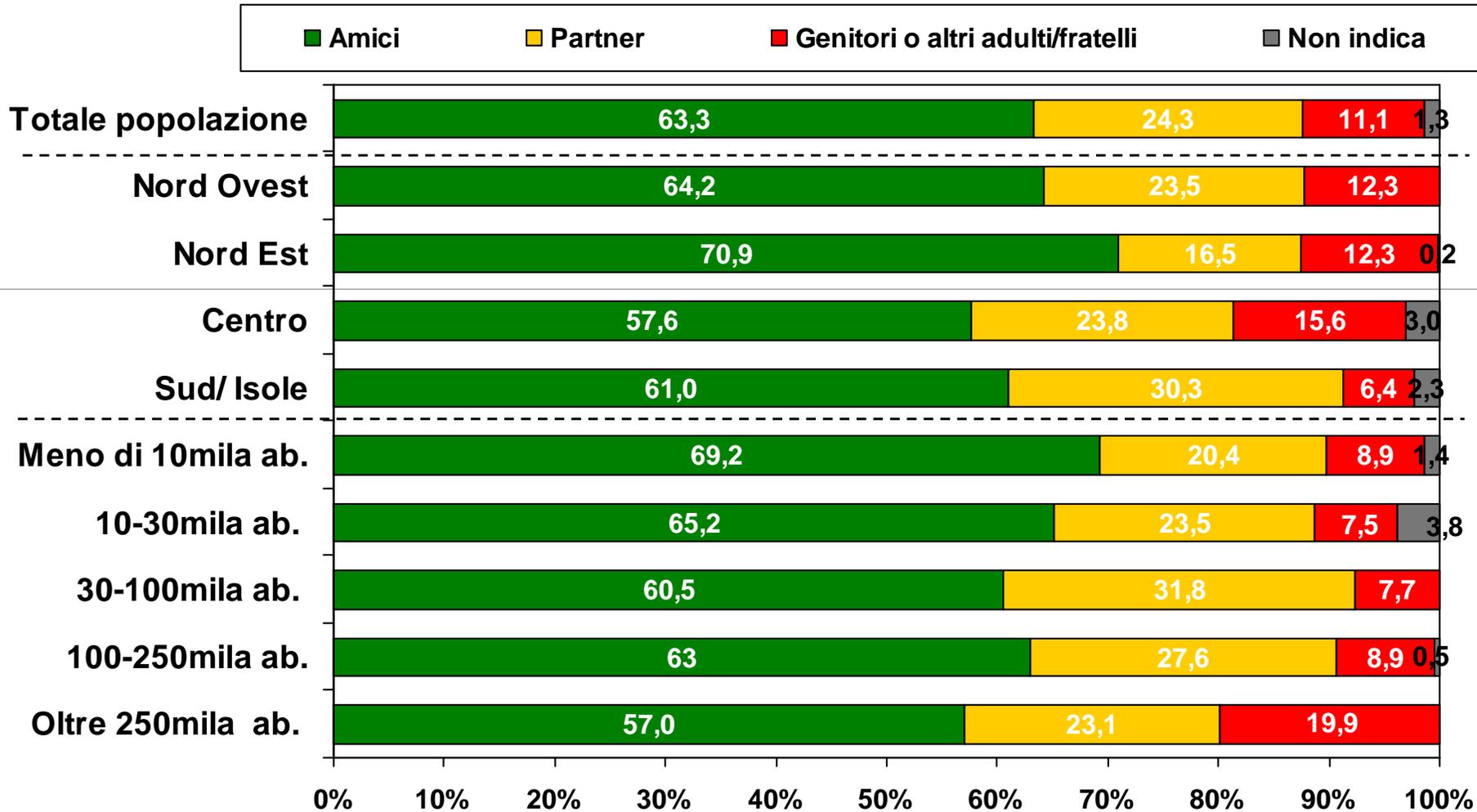
La frequenza al cinema

- dettaglio area geografica -

Valori %

“Generalmente con chi vai al cinema ?”

D.13



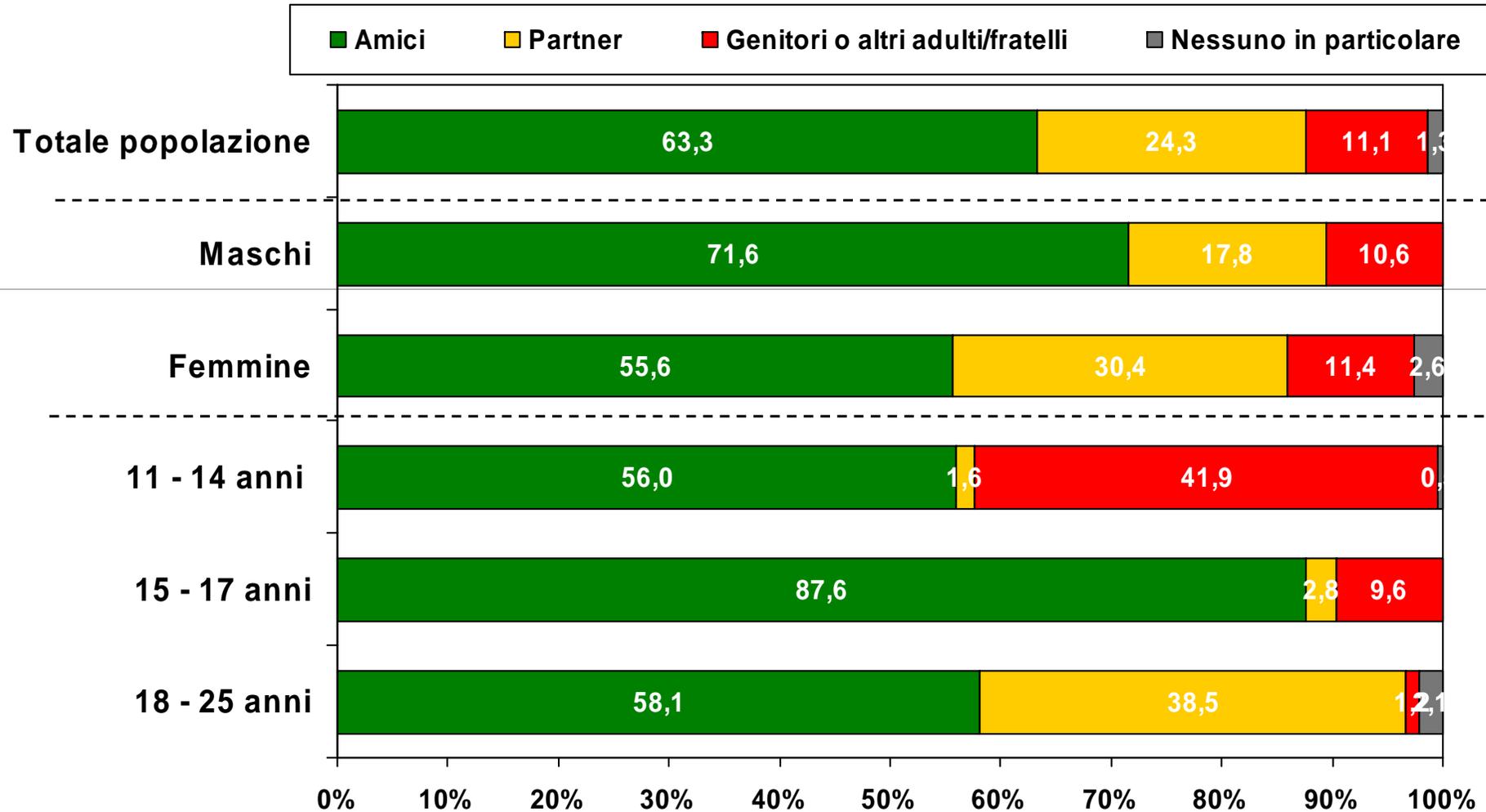
Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

La frequenza al cinema - dettaglio sociodemografico -

Valori %

“Generalmente con chi vai al cinema ?”

D. 13



Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

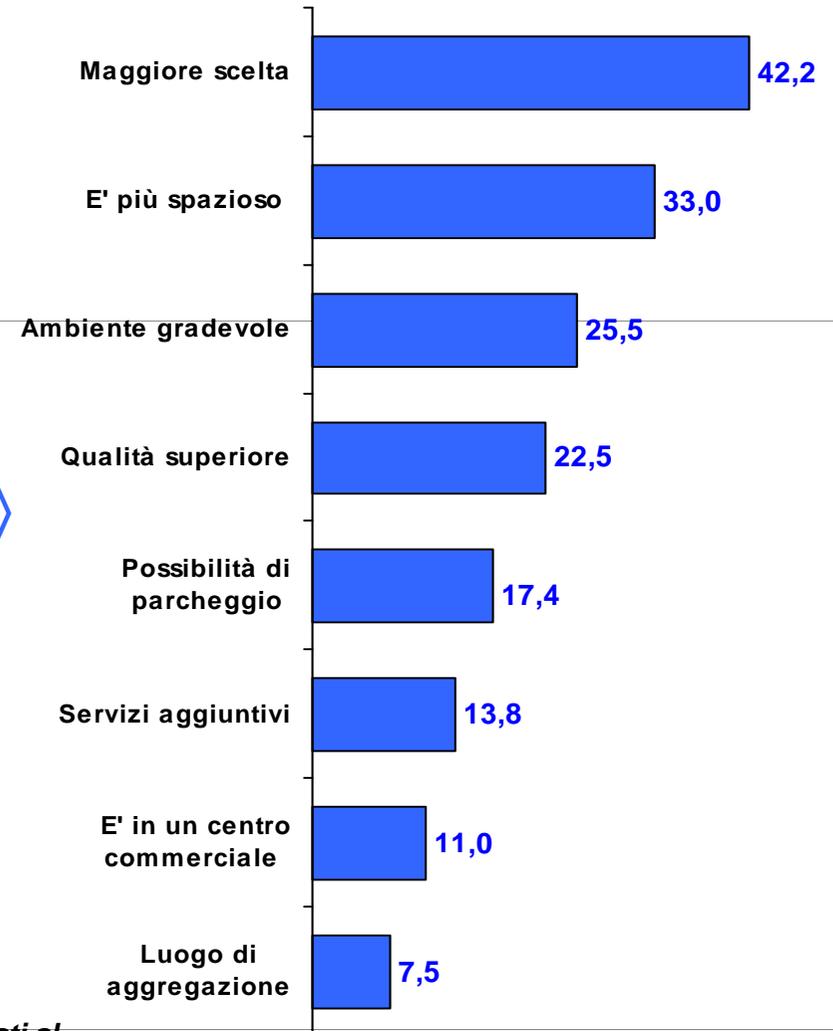
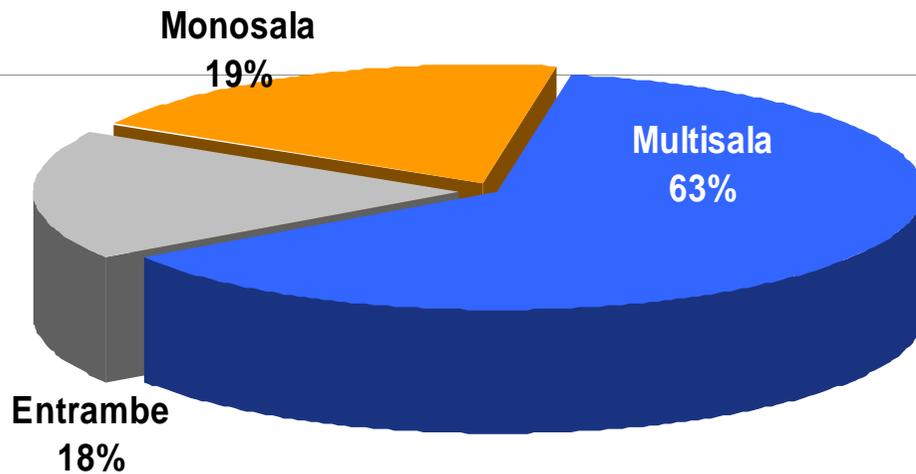
Monosala Vs Multisala

Valori %

“Abitualmente va al cinema monosala oppure al cinema multisala/multiplex?”

“Motivi di preferenza multisala/multiplex?”

D. 11



Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896)

Genere preferito

- domanda a risposta spontanea -

Valori %

	Totale	Maschi	Femmine	11- 14 anni	15 - 17 anni	18 - 25 anni
Film comici di attori italiani	46,4	44,6	48,0	52,5	48,1	43,8
Avventura	40,4	40,4	26,7	45,1	37,7	28,1
Thriller	26,9	31,2	22,8	10,6	22,9	33,6
Storie d'amore	23,2	6,0	39,4	15,7	24,3	25,3
Gialli/polizieschi/spionaggio	22,7	32,4	13,5	15,1	18,7	26,4
Fantascienza	22,4	33,6	11,9	30,9	26,7	18,3
Film comici stranieri	21,0	19,9	22,1	22,6	21,3	20,4
Storia di vita quotidiana	16,0	4,0	27,3	5,9	11,8	20,7
Horror	14,9	14,9	11,9	7,8	10,9	16,0
Film di guerra	5,9	10,6	1,5	2,9	5,7	7,0
Cartoni animati	9,2	8,2	10,2	21,7	13,8	3,6
Altro	2,3	2,3	4,7	3,6	2,7	3,7
Nessuno in particolare	1,6	1,6	3,8	1,4	4,6	2,5

D.12

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Meno di 10mila ab.	10-30mila ab.	30-100mila ab.	100-250mila ab.	Più di 250mila ab.
Film comici di attori italiani	46,4	39,1	27,2	60,2	56,4	44,3	48,4	52,8	37,7	45,6
Avventura	40,4	29,2	38,8	40,2	29,0	32,9	35,2	27,0	26,0	38,9
Thriller	26,9	24,6	31,8	30,4	23,3	21,3	25,7	28,3	26,8	33,2
Storie d'amore	23,2	20,6	17,7	29,2	25,2	18,2	29,6	22,0	15,8	25,4
Gialli/polizieschi/spionaggio	22,7	23,5	30,5	31,4	11,7	22,7	26,0	13,6	12,3	28,8
Fantascienza	22,4	24,5	34,5	17,4	15,9	26,4	15,3	25,0	25,2	23,0
Film comici stranieri	21,0	19,4	13,0	31,8	21,1	21,2	28,9	8,8	14,8	22,9
Storia di vita quotidiana	16,0	15,9	15,9	13,1	18,1	17,7	24,8	19,6	4,1	7,4
Horror	14,9	10,7	10,6	16,6	15,3	17,8	7,9	14,4	2,8	17,8
Film di guerra	5,9	5,2	6,7	10,1	3,5	7,7	7,9	0,5	3,8	6,2
Cartoni animati	9,2	8,2	11,6	11,8	6,9	11,1	6,3	6,5	19,0	8,1
Altro	2,3	5,5	3,8	0,6	3,4	4,6	4,4	0,6	0,3	4,4
Nessuno in particolare	1,6	1,6	2,6	5,5	2,0	3,7	2,1	5,2		1,7

Base: totale intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896). Possibili più risposte

Maggio 2008

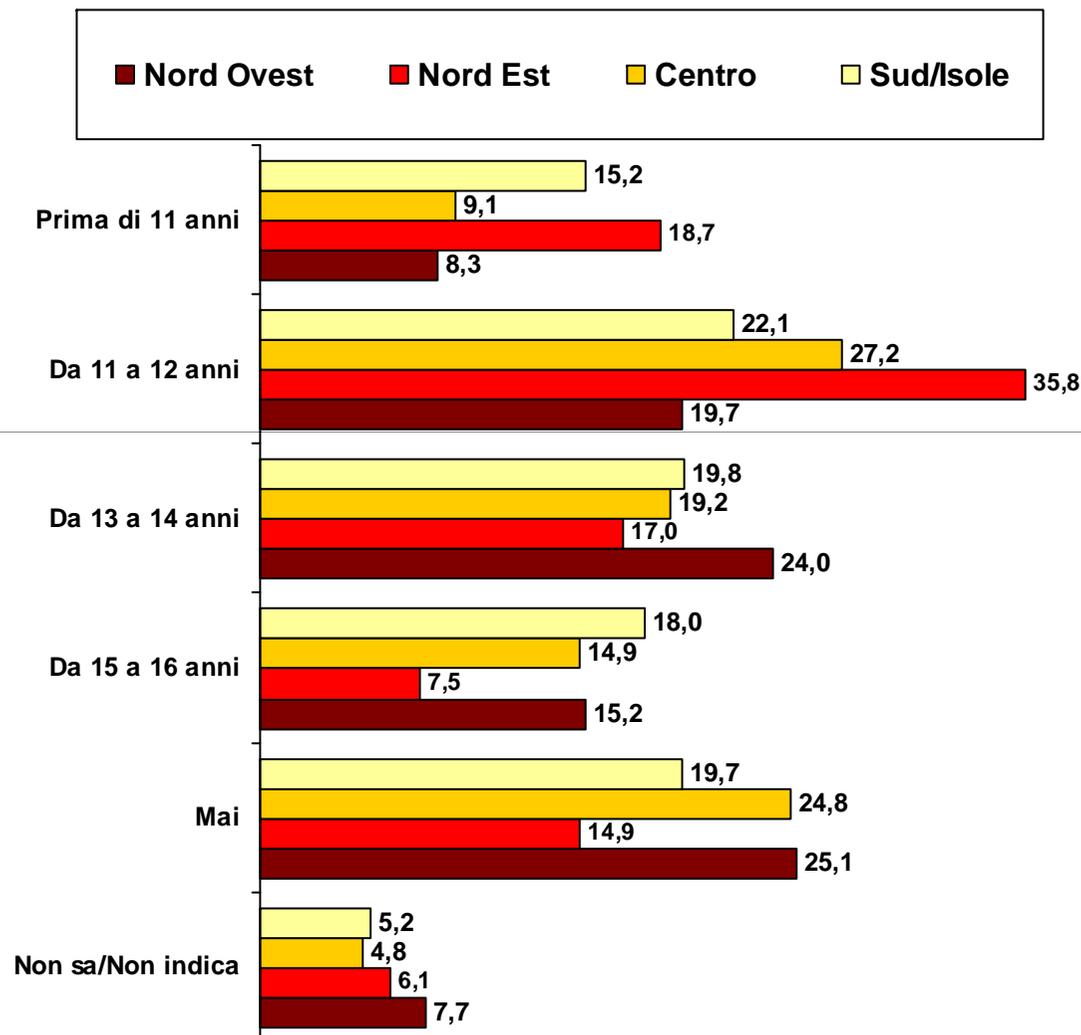
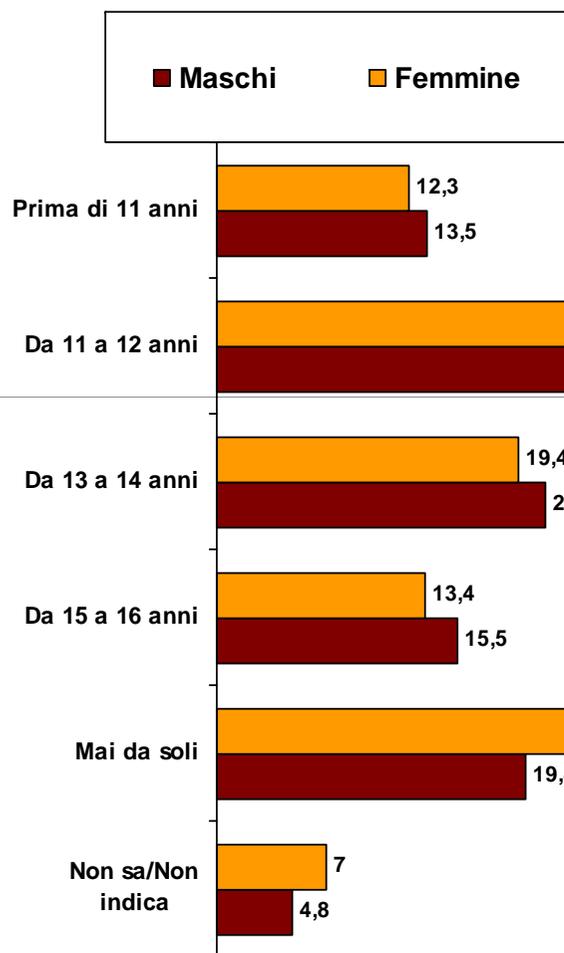
29

Prima volta al cinema senza adulti

- domanda posta ai giovanissimi da 11 a 18 anni -

Valori %

D. 14



Base: intervistati da 11 a 18 anni che vanno al cinema (N=600).

Canali di scelta del film

Valori %

D. 15

	Totale	Maschi	Femmine	11 - 14 anni	15 - 17 anni	18 - 25 anni
PASSAPAROLA	70,8	73,9	67,8	103,3	81,0	56,8
Ne parlo con i miei amici	53,1	54,3	51,9	55,2	56,0	51,5
Ne parlo con i miei genitori	11,5	14,1	9,1	34,6	9,3	4,5
Ne parlo a scuola	6,2	5,5	6,8	13,5	15,7	0,8
TV	61,1	59,9	62,4	50,6	51,5	67,8
Trailer in Tv	33,6	33,1	34,1	28,3	27,1	37,4
Programma di cinema in TV	19,3	20,1	18,6	19,3	21,0	18,9
Informazioni backstage sui film	8,2	6,7	9,7	3,0	3,4	11,5
RADIO						
Pubblicità e rubriche alla radio	3,7	4,0	3,4	3,4	--	5,0
STAMPA						
Pubblicità e/o articoli su quotidiani e periodici	21,0	24,6	17,6	9,7	27,4	12,7
INTERNET						
Siti internet sul cinema	7,2	10,3	4,3	4,0	4,7	9,0
Locandine e manifesti	2,6	1,6	3,5	1,5	2,4	3,0
Altro	0,4	--	0,8	--	2,1	--

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/ Isole	Meno di 10mila ab.	Da 10- 30mila ab.	Da 30- 100mila ab.	100-250mila ab.	Oltre 250mila ab.
PASSAPAROLA	70,8	71,6	67,3	89,9	30,9	56,4	71,7	65	83,1	84,3
Ne parlo con i miei amici	53,1	52,9	50,4	62,8	19,1	41,3	58,9	53,1	67,2	54,2
Ne parlo con i miei genitori	11,5	13,2	12,1	16,9	6,5	10,5	7,8	6,8	7,5	21,0
Ne parlo a scuola	6,2	5,5	4,8	10,2	5,3	4,6	5,0	5,1	8,4	9,1
TV	61,1	63,2	44,7	62,7	69,5	45,2	74,4	65,9	68,5	47,9
Trailer in Tv	33,6	40,4	18,6	29,5	40,6	28,6	40,7	30,3	55,9	25,1
Programma di cinema in TV	19,3	12,7	11,5	30,8	22,8	4,9	27,4	19,4	11,6	18,6
Informazioni backstage sui film	8,2	10,1	14,6	2,4	6,1	11,7	6,3	16,2	1,0	4,2
RADIO										
Pubblicità e rubriche alla radio	3,7	3,1	0,4	7,4	4,1	7,1	3,8	3,3	0,6	1,4
STAMPA										
Pubblicità e/o articoli su quotidiani e periodici	21,0	21,8	19,9	28,6	16,5	22,9	20,1	23,4	7,6	23,5
INTERNET										
Siti internet sul cinema	7,2	9,9	6,2	5,0	7,1	8,1	5,0	7,3	0,2	11,1
Locandine e manifesti	2,6	1,6	2,3	5,5	1,8	5,4	3,5	1,7	--	0,1
Altro	0,4	--	--	--	1,2	0,8	0,8	--	--	--

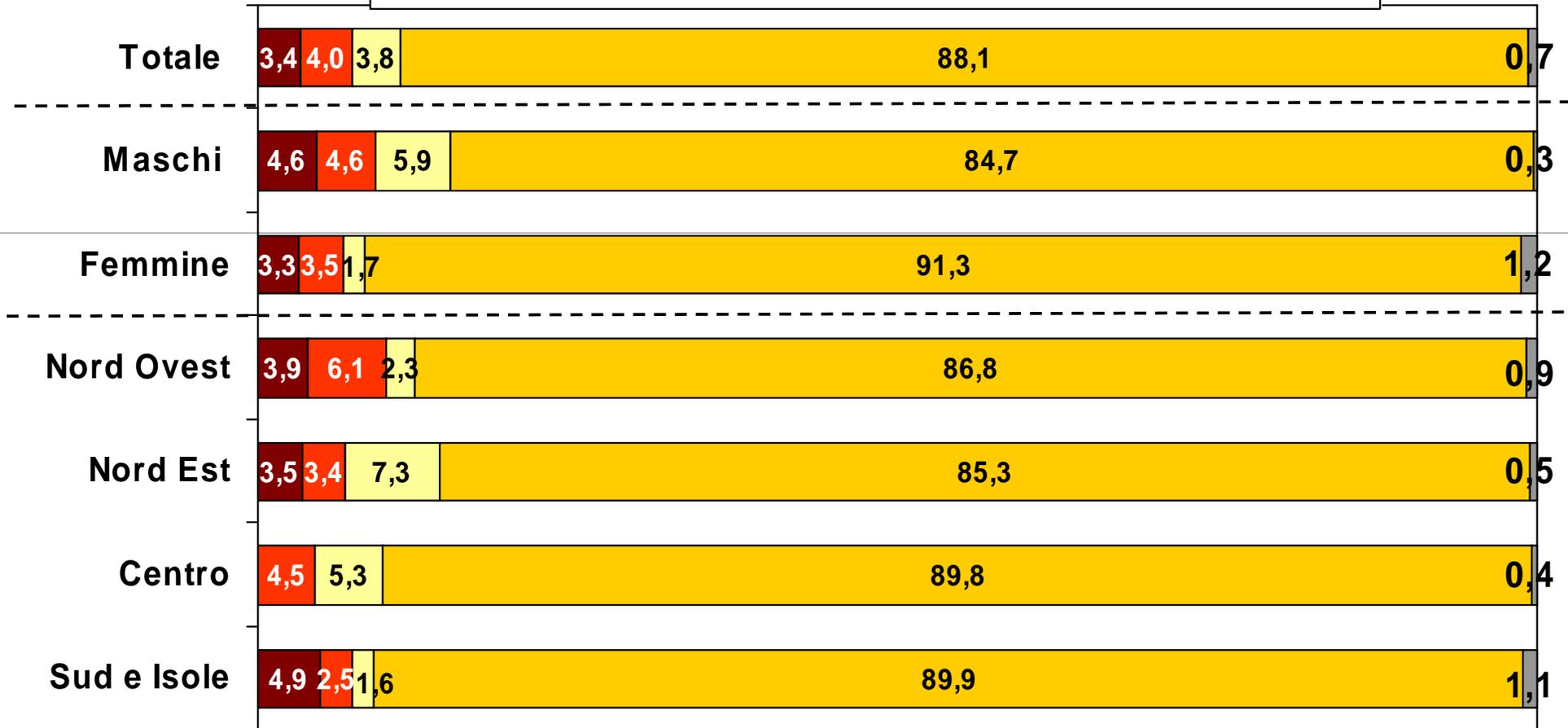
Base: intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896). Possibili più risposte

Prenotazione o acquisto biglietto su internet

Valori %

“Quando vai al cinema, con quale frequenza acquisti il biglietto su internet?”

D. 16



Base: totale intervistati che hanno dichiarato di essere andati al cinema negli ultimi 6 mesi (N=896).

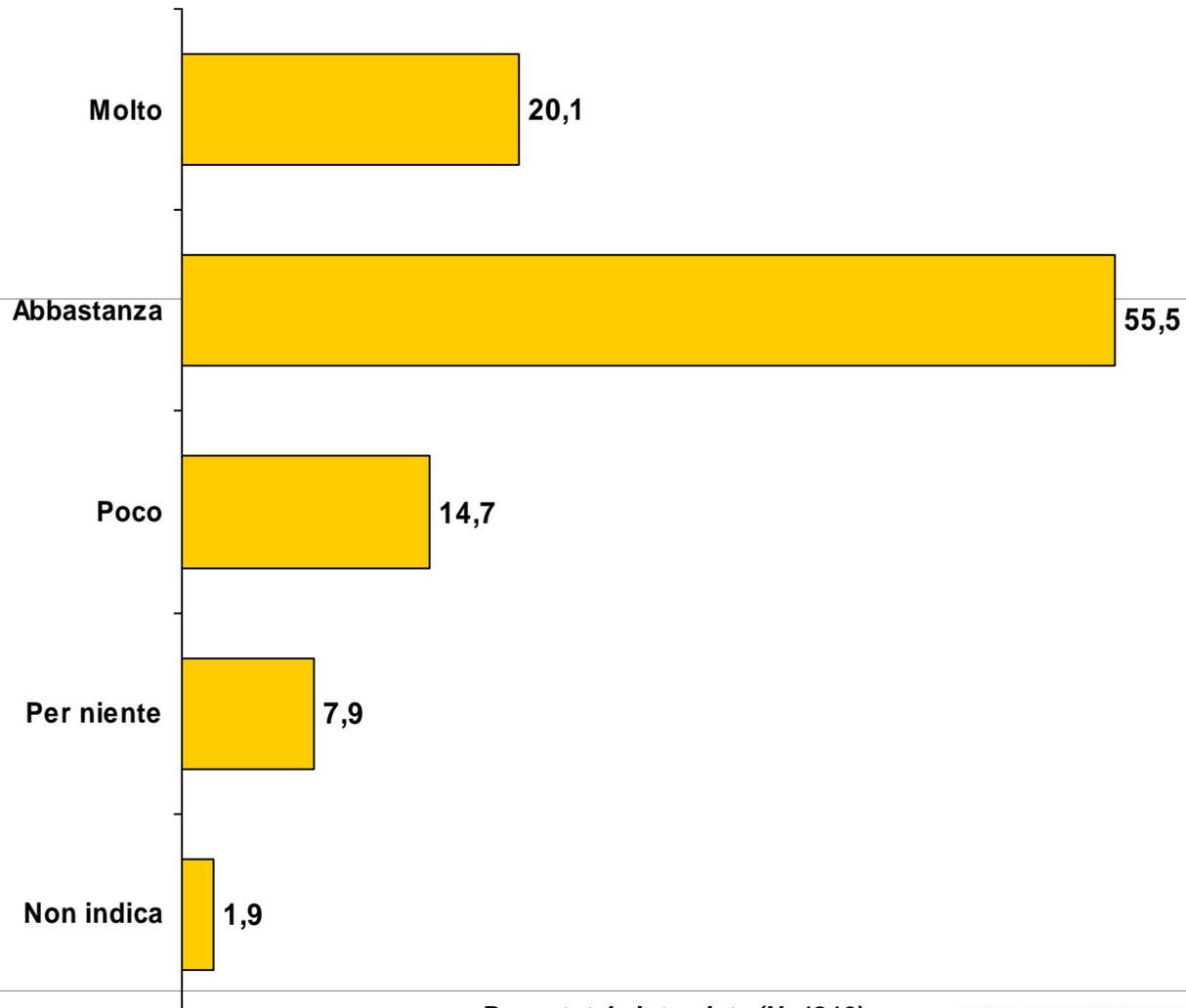
La fruizione del film non in sala

La fruizione del film non in sala

Valori %

“Mi piace riunire o riunirmi a casa con amici e familiari per vedere un buon film”

D. 22



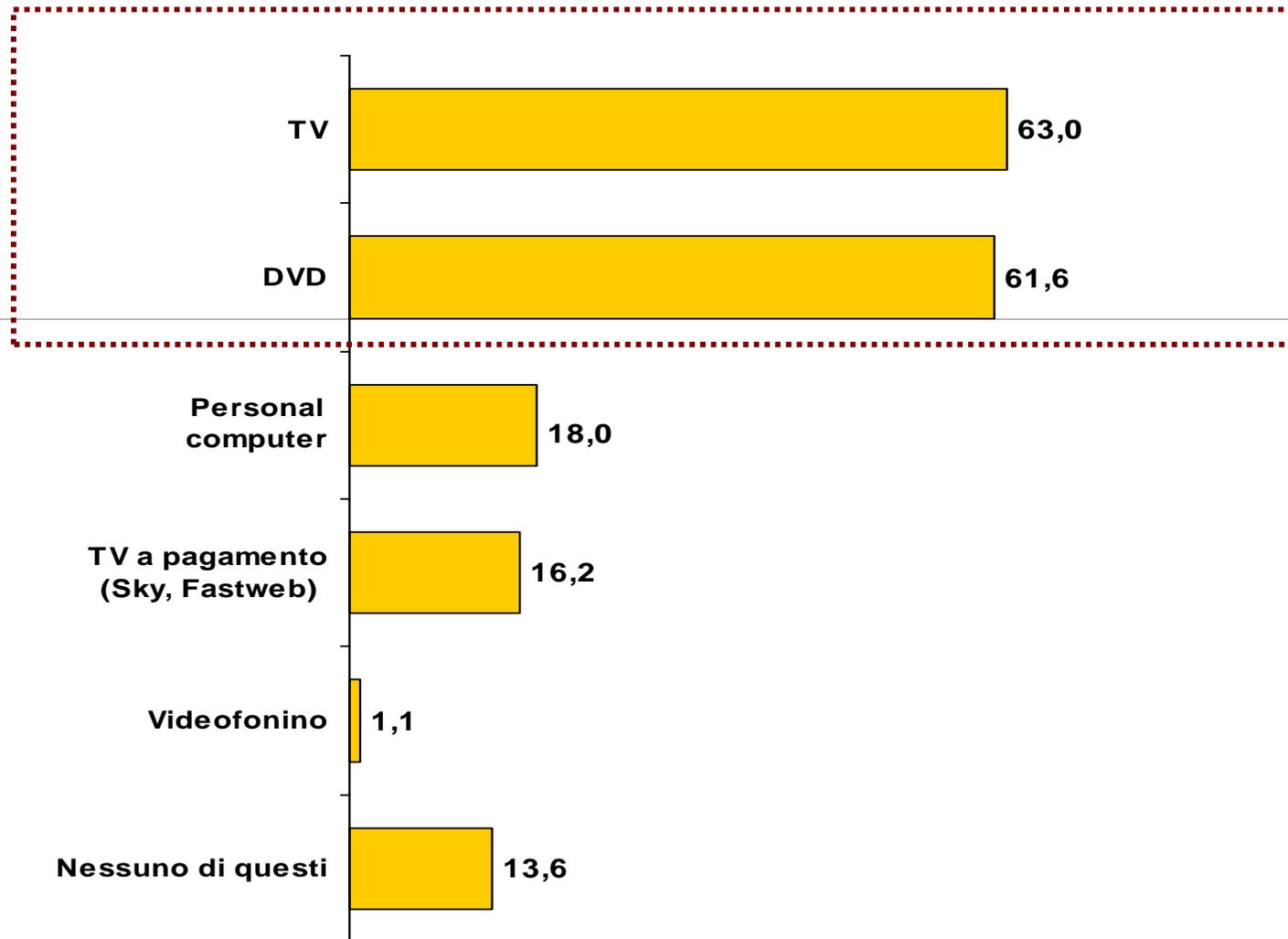
Base: totale interviste (N=1216)

La fruizione del film non in sala

Valori %

"Ti capita di vedere film su

D. 18

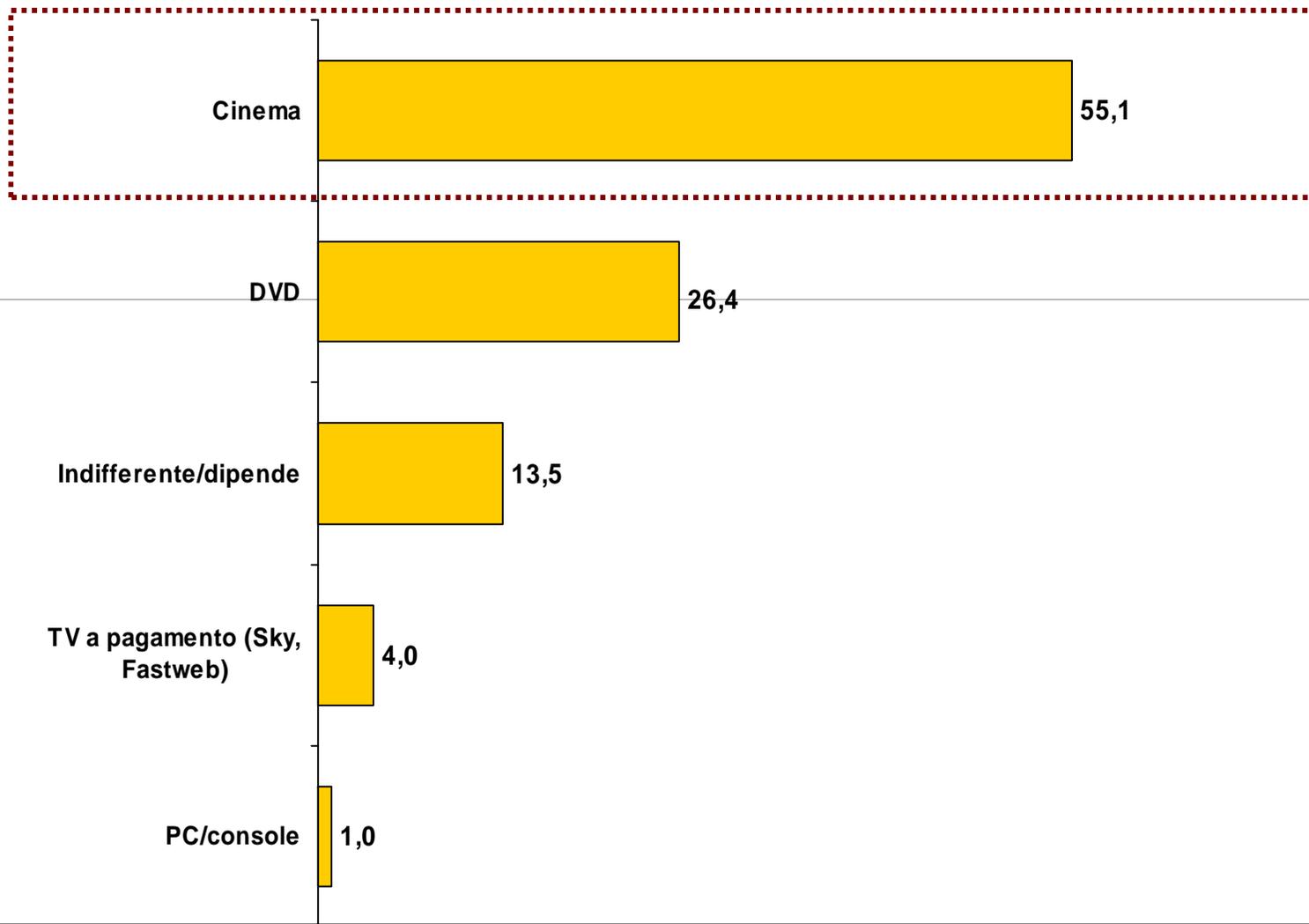


La fruizione del film non in sala

Valori %

“Preferisci vedere i film al cinema oppure in DVD?”

D. 19



Base: totale interviste (N=1216)

Giovani e internet

Giovani e internet

- ❑ Fra gli intervistati che possiedono un computer, quelli che utilizzano internet sono il 67,5%, con una significativa concentrazione nella fascia di età 18-25 anni (71,4%).
- ❑ Si connette alla rete tutti i giorni il 33,0% di coloro che dichiarano di utilizzare internet, 4 o 5 volte la settimana il 20,5%, 2 o 3 volte a settimana il 25,6%, circa 1 volta la settimana il 10,4%. La durata media della singola sessione è di circa 73 minuti.
- ❑ I ragazzi hanno dimostrato di non essere passivi nei confronti di internet: solo il 2,4% ha dichiarato di navigare a caso sul web. Emerge complessivamente un'immagine di giovani attivi nell'uso di internet e consapevoli delle opportunità da esso offerte.
- ❑ Tra le attività svolte più spesso su internet, il 37,9% degli intervistati ha dichiarato di accedere a You Tube o altri siti di diffusione; le altre attività maggiormente praticate sono: usare MSN (34,7%), leggere o aggiornare Wikipedia (17,6%), accedere a My Space (12,4%), creare o aggiornare il proprio blog (10,6%) e usare Skype (8,0%). Soltanto il 2,9% ha dichiarato di mettere in rete filmati *autorealizzati*.

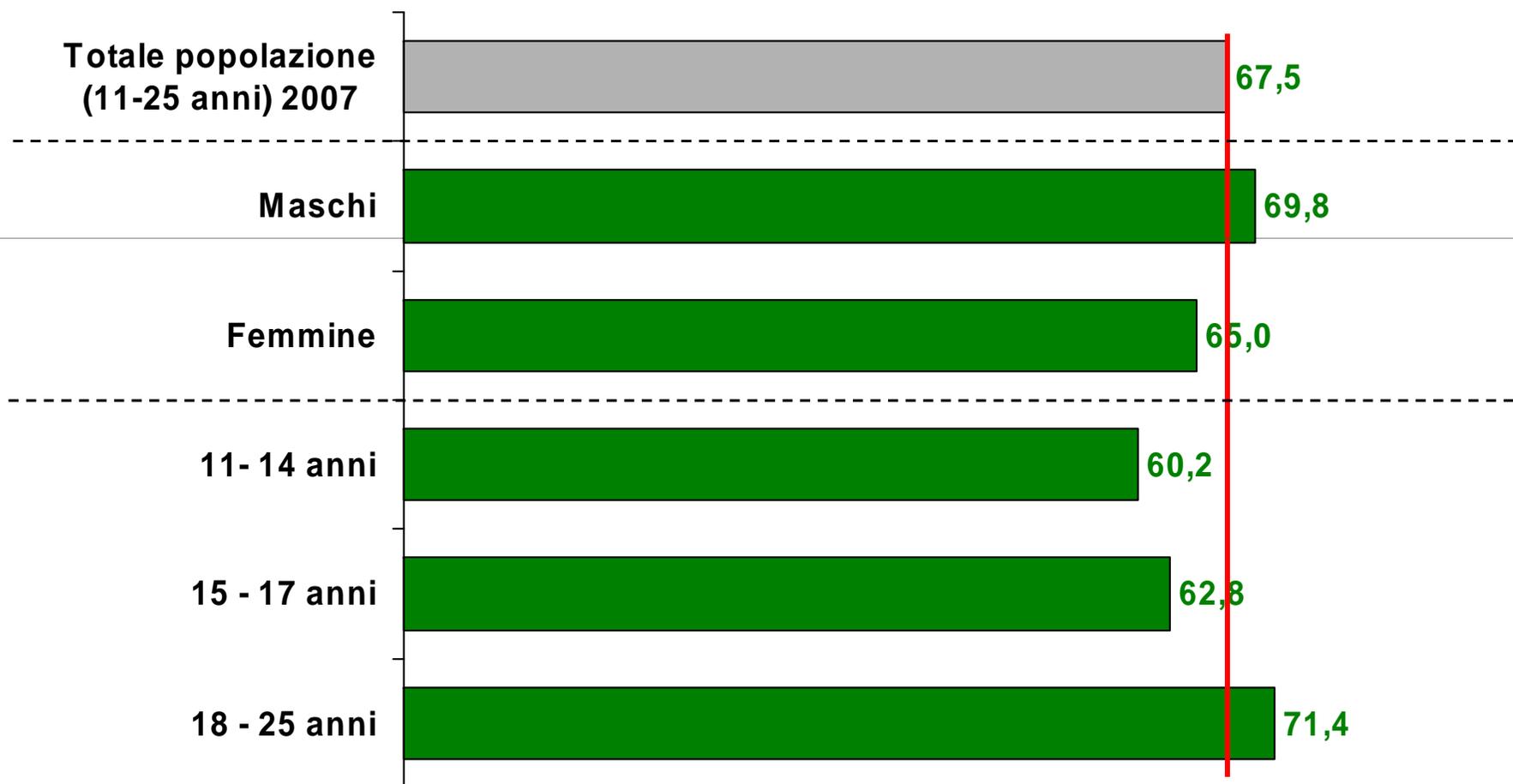
Internet

Valori %

“Usi internet?”

D. 4

% di risposte affermative



Base: intervistati che usano il computer (N=1171)

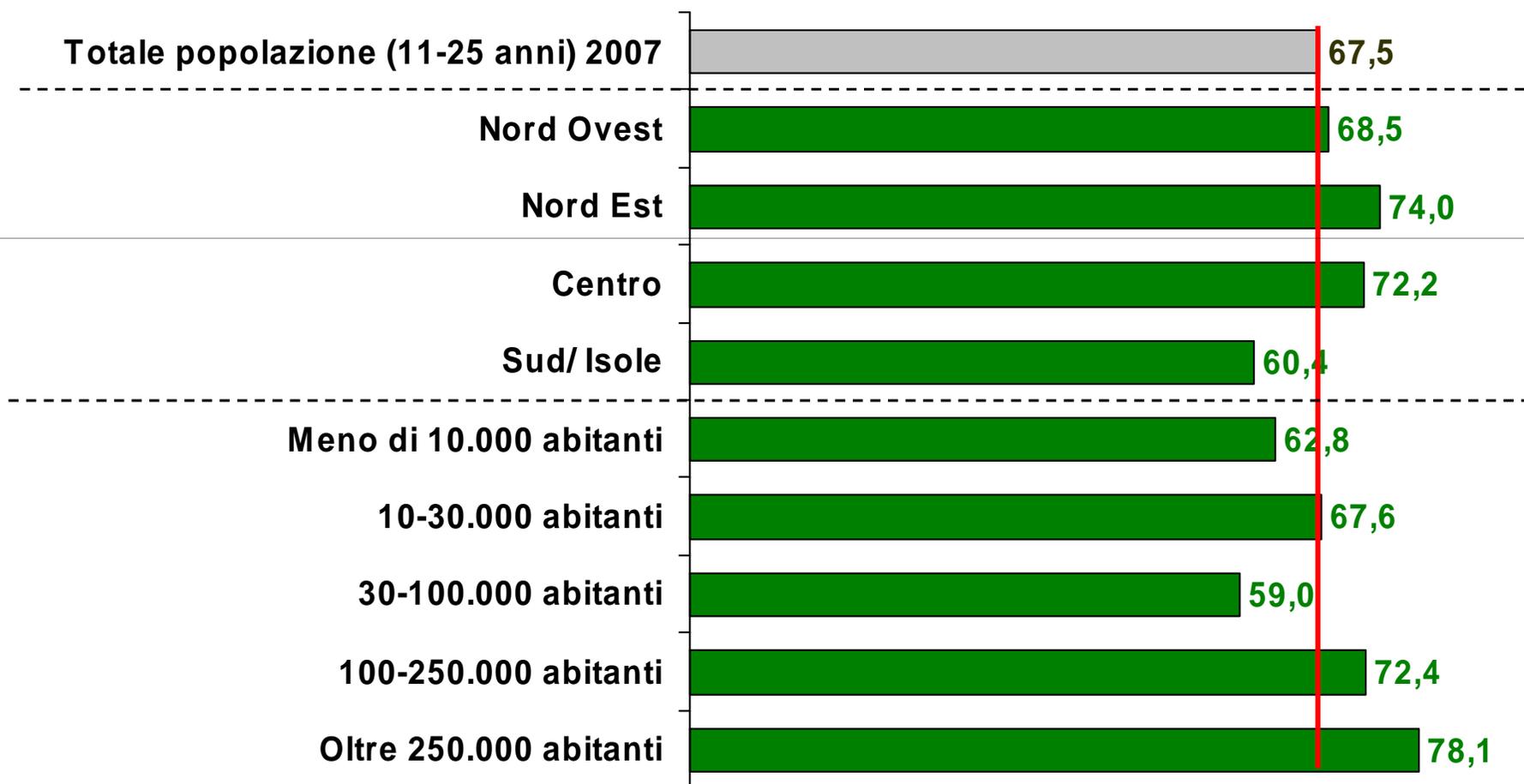
Internet

Valori %

“Usi internet?”

D. 4

% di risposte affermative



Base: intervistati che usano il computer (N=1171)

Attività correlate a internet

Valori %

D. 7

	Totale	Maschi	Femmine	1- 14 anni	15 - 17 anni	18 - 25 anni
Accedere a You Tube o altri siti di diffusione	37,9	45,4	29,9	38,7	43,2	36,2
Usare MSN	34,7	36,6	32,7	54,1	42,8	27,9
Leggere aggiornare Wikipedia	17,6	21,2	13,7	23,8	17,8	16,1
Accedere a MY Space	12,4	12,6	12,1	5,3	14,6	13,3
Creare e/o aggiornare il tuo blog	10,6	11,5	9,6	7,1	16,0	9,7
Usare Skype	8,0	10,6	5,2	5,6	13,5	6,8
Accedere a comunità virtuali/ newsgroup	5,6	8,9	2,1	4,7	4,4	6,2
Mettere in rete filmati realizzati da te	2,9	3,8	1,8	1,3	4,6	2,7
Navigare sul web a caso	2,4	2,5	2,3	16,5	--	--

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Meno di 10mila ab.	10-30mila ab.	30-100mila ab.	100-250mila ab.	Più di 250mila ab.
Accedere a You Tube o altri siti di diffusione	37,9	41,2	22,6	46,6	38,7	35,6	27,7	42,2	29,6	56
Usare MSN	34,7	38,5	21,4	41,7	35	27	23,6	35,4	33,5	60,6
Leggere aggiornare Wikipedia	17,6	17,7	13,2	33,8	10,8	14,1	12,0	24,2	8,5	28,7
Accedere a MY Space	12,4	16,3	4,0	19,2	9,9	14,1	5,9	12,8	5,8	21,9
Creare e/o aggiornare il tuo blog	10,6	16,7	7,0	9,0	8,5	5,2	11,0	3,4	6,0	24,1
Usare Skype	8,0	9,5	9,5	10,2	4,8	9,1	5,6	1,1	6,7	16,1
Accedere a comunità virtuali/ newsgroup	5,6	7,6	5,9	7,4	2,9	6	3,1	8,1	2,4	8,2
Mettere in rete filmati realizzati da te	2,9	4,6	0,3	5,1	1,7	3,5	1,4	1,4	4,7	4,6
Navigare sul web a caso	2,4	3,4	1,8	1,7	2,3	2,5	2,1	3,1	2,7	2,1

Base: intervistati che usano il computer (N=1171)

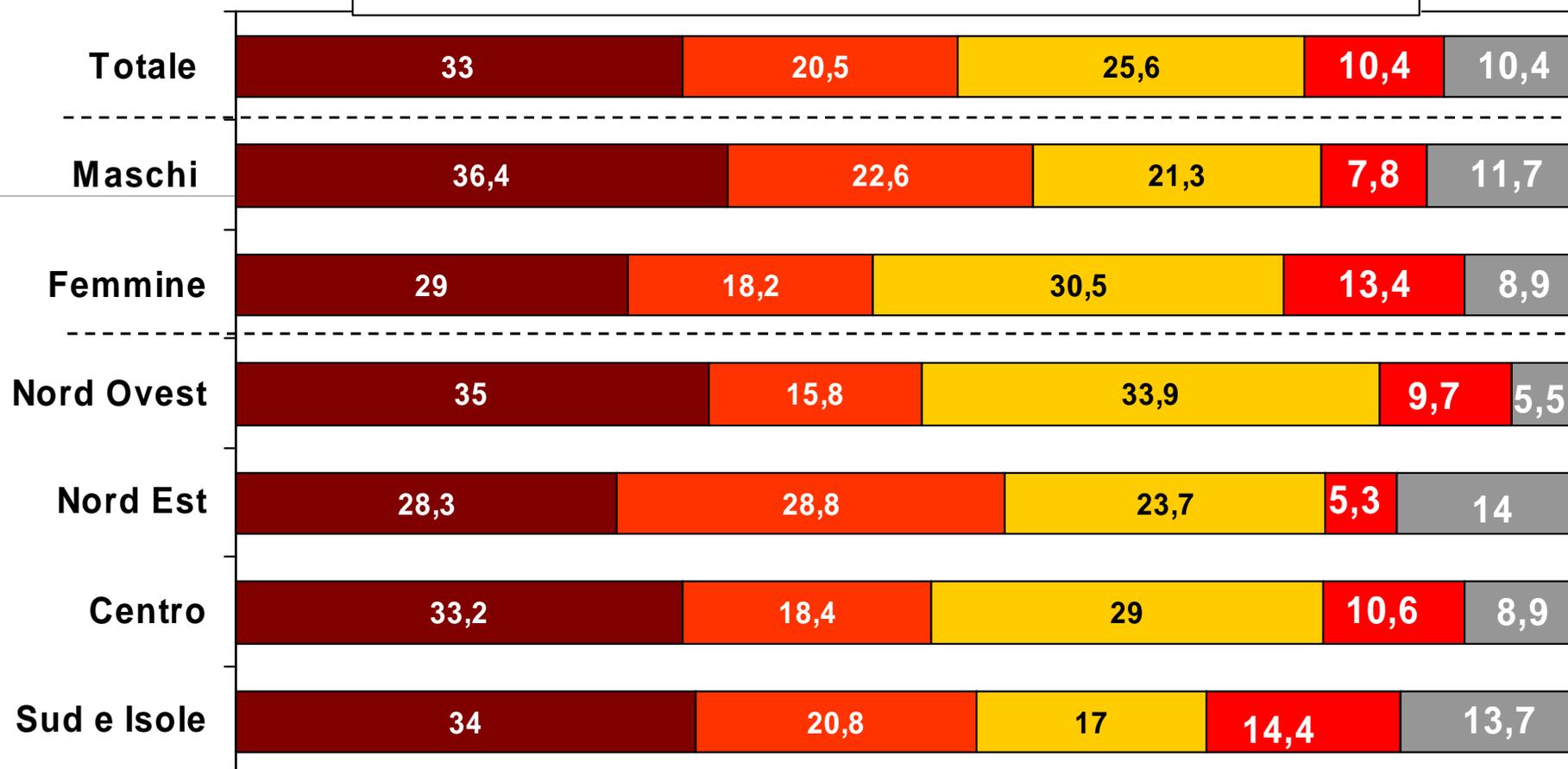
Internet

Valori %

“Con che frequenza usi internet?”

D. 4

■ Tutti i giorni ■ Quasi tutti i giorni ■ 2-3 volte la settimana ■ 1 volta la settimana ■ Meno spesso



Base: intervistati che usano il computer (N=1171)

Comportamenti di downloading di film

Downloading di film da internet

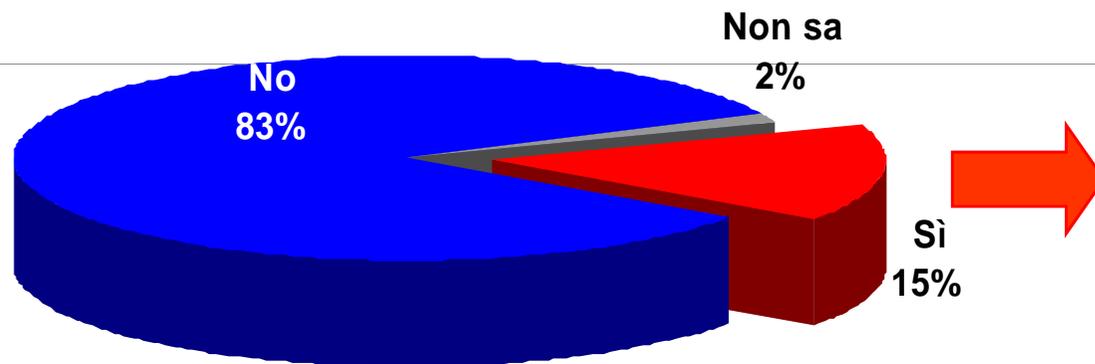
- ❑ Il 15% dei giovani che utilizzano internet ha dichiarato di aver scaricato film per uso personale o per farne una copia su DVD.
 - ❑ La percentuale di film scaricati negli ultimi trenta giorni varia: oltre 10 per il 6,5% del campione, da 6 a 10 film per il 7,3%, da 3 a 5 film per il 22,7% e da 1 a 2 film per il 27,6%. La media è di 2,6 film scaricati al mese da ciascun intervistato che ha effettuato il *download*.
-
- ❑ I ragazzi hanno una propensione maggiore a effettuare il *download* (36,1%) rispetto alle ragazze (26,4%). Il *downloading* è un'attività praticata soprattutto dai giovani di età compresa tra i 18 e 25 anni, rispetto agli adolescenti.

Downloading di film da internet

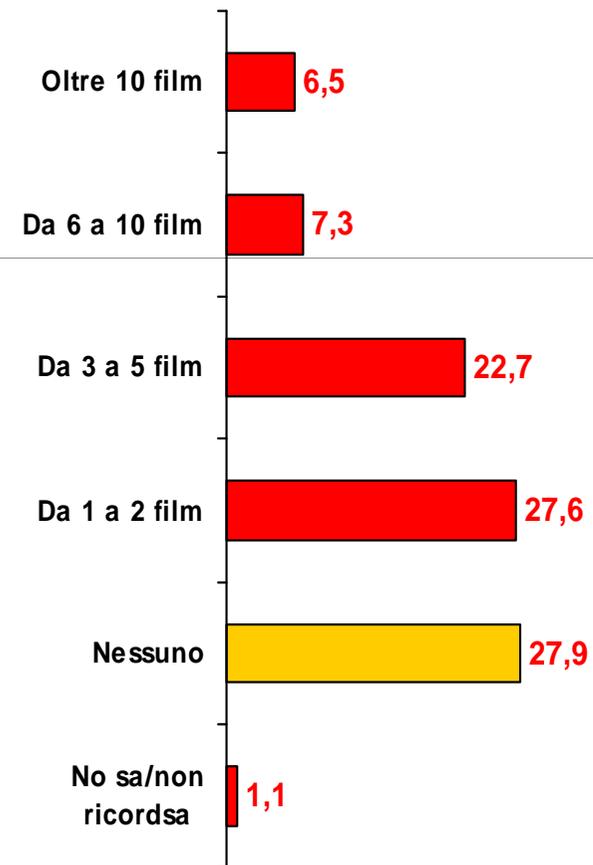
Valori %

D. 20/21

“Ti è mai capitato di scaricare film da internet, per uso personale, in famiglia, o per farne una copia su DVD?”



“Film scaricati negli ultimi 30 giorni?”



Base: intervistati che usano il computer (N=1171)

Base: intervistati che hanno effettuato il download (N=187)

Downloading di film da internet

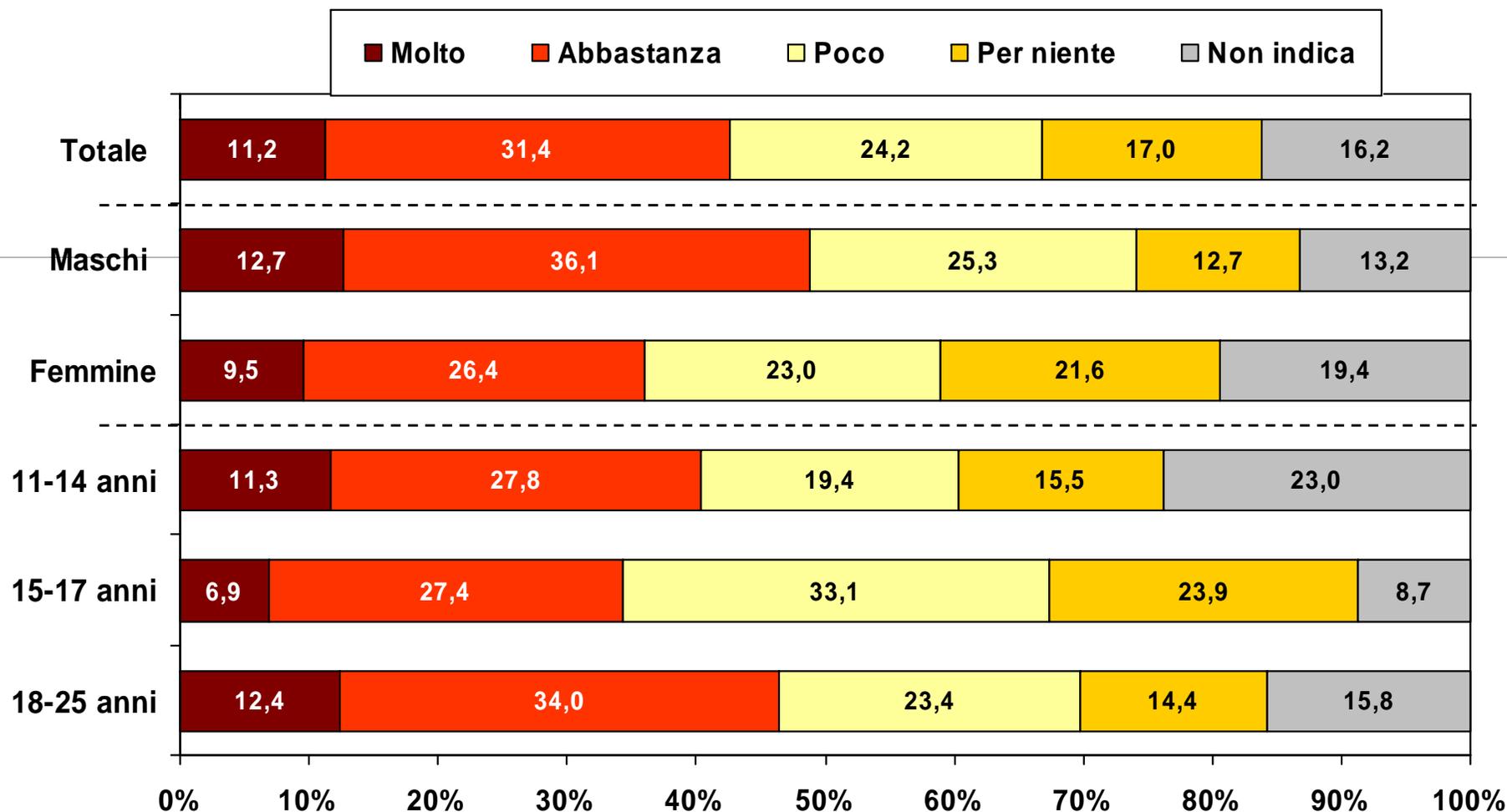
- dettaglio sociodemografico -

Valori %

“I film scaricati da internet sono identici ai film autorizzati, non cambiano in niente”

D. 22

Quanto sei d'accordo con questa affermazione?



Base: totale interviste (N=1216).

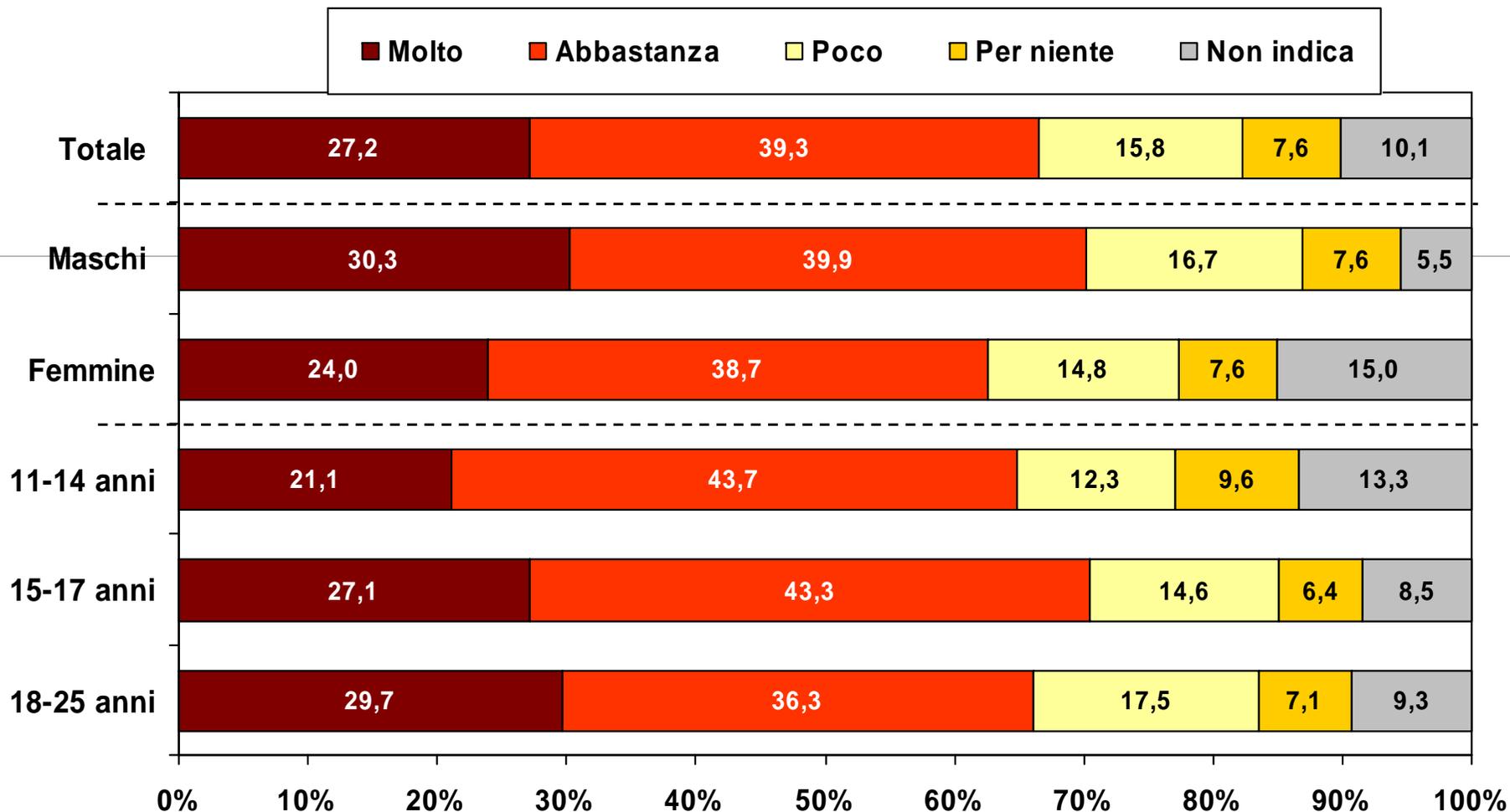
Downloading di film da internet

- dettaglio sociodemografico -

Valori %

“Molti scaricano da internet perché acquistare o noleggiare costa troppo”
 Quanto sei d'accordo con questa affermazione?

D. 22



Base: totale interviste (N=1216).