



## AUDIMOVIE: fase periodica Maggio e Dicembre 2008

---

## Obiettivi

2

- La ricerca estensiva periodica sul cinema svoltasi nei mesi di Maggio e di Dicembre 2008 ha inteso esplorare i vissuti del cinema in termini di:
  - Valore culturale attribuito alla fruizione cinematografica anche rispetto alla fruizione di altre forme artistiche e di spettacolo.
  - Atteggiamenti e opinioni sul cinema
  - Immagine percepita dei frequentatori di cinema anche rispetto ai non frequentatori
  - Generi di film preferiti
  - Vissuti, valori e attese sulla pubblicità al cinema

## Metodologia

3

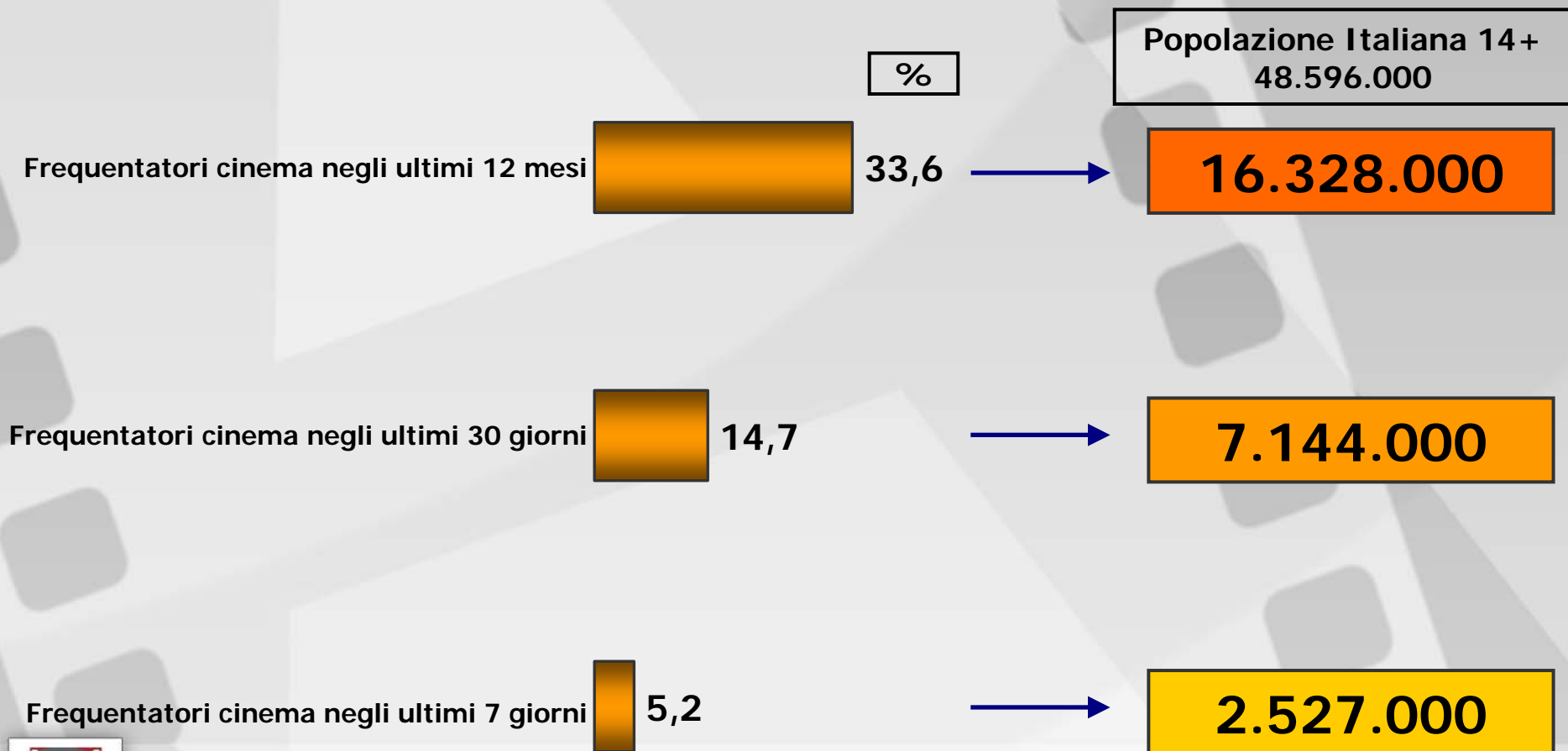
- I dati sono stati raccolti in due periodi: dal 28 all'11 maggio 2008 e dall'8 al 21 dicembre 2008, all'interno della piattaforma di rilevazione SinOmnibus (indagine omnibus CAPI di GfK Eurisko).
- Nella piattaforma di rilevazione SinOmnibus, vengono svolte ogni settimana 2.500 interviste personali domiciliari CAPI su un campione rappresentativo a livello nazionale della Popolazione Italiana (14 anni e più) per un totale di 10.000 interviste mese
- Presso il campione rappresentativo a livello nazionale della Popolazione Italiana (14 anni e più) sono stati intervistati, per ogni periodo di rilevazione, 1.000 frequentatori cinema negli ultimi 12 mesi.
- Il campione (Totale Popolazione Italiana 14+) viene assegnato settimanalmente in base a quote di Area Geografica incrociata per Ampiezza del Centro di Residenza, e di Sesso incrociato per Età.
- In fase di rientro delle interviste ciascun campione settimanale viene controllato e bilanciato anche per Titolo di Studio, Professione, Penetrazione dell'utilizzo di internet, Possesso di antenna parabolica e Dotazione di telefonia cellulare.
- Il questionario è stato realizzato dai ricercatori GfK Eurisko e sottoposto al Committente per l'approvazione finale.
- Le interviste sono state condotte dagli intervistatori della rete CAPI di GfK Eurisko
- Nelle chart successive sono illustrate le evidenze sui vissuti al cinema (comportamenti, processo decisionale, valutazioni, ecc.) emerse sui "frequentatori cinema ultimi 12 mesi" e sui frequentatori cinema ultimi 30 giorni (881 casi) e 7 giorni (312 casi).



## Gli "spettatori" del cinema (rilevazione dal 28 aprile all'11 maggio e dall'8 al 21 dicembre)

Base: totale campione; Popolazione italiana 14+ (n=6.000)

4



# I vissuti e i valori del cinema

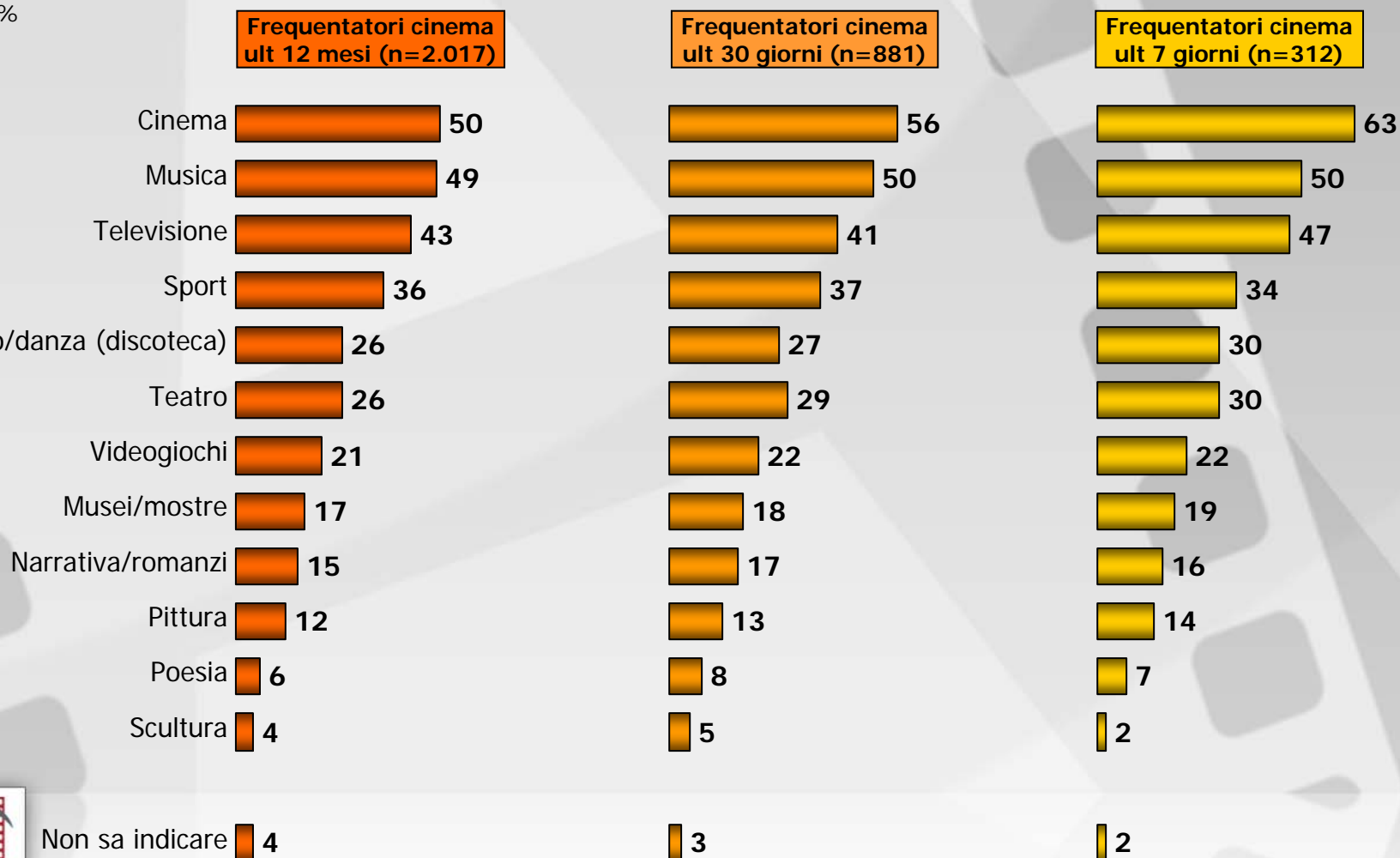
---

## Rappresentatività delle forme di arte, spettacolo, espressività umana

*"Parliamo ora delle varie forme di arte, spettacolo, intrattenimento ed espressività umana. Quali considera più attuali e rappresentative della nostra civiltà moderna/contemporanea?"*

Valori %

6



## Le forme di arte, spettacolo, espressività umana più emozionanti

"Quali forme di arte, spettacolo, intrattenimento ed espressività umana. considera più emozionanti/coinvolgenti per Lei in particolare? E quale più di tutte?"

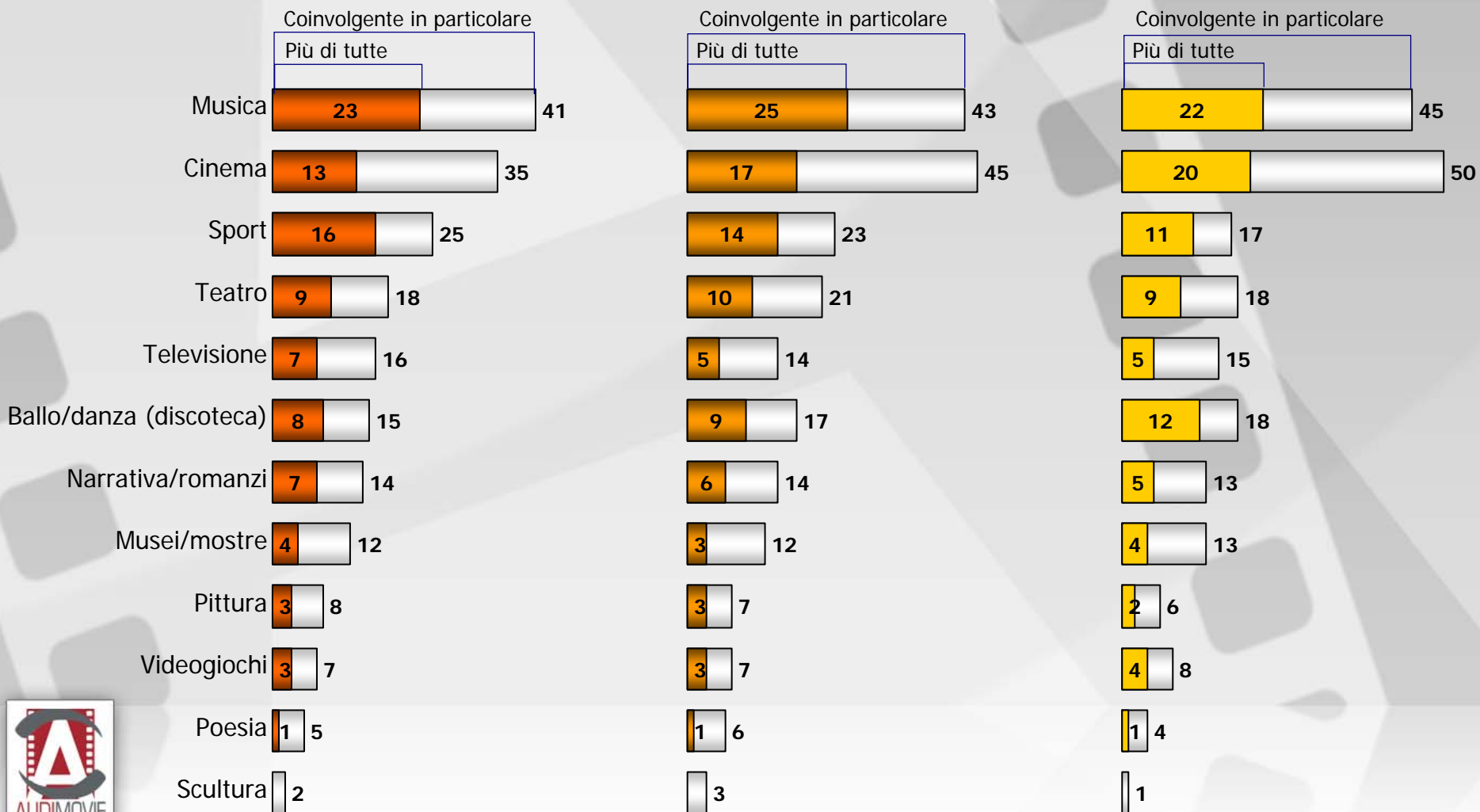
Valori %

**Frequentatori cinema  
ult 12 mesi (n=2.017)**

**Frequentatori cinema  
ult 30 giorni (n=881)**

**Frequentatori cinema  
ult 7 giorni (n=312)**

7

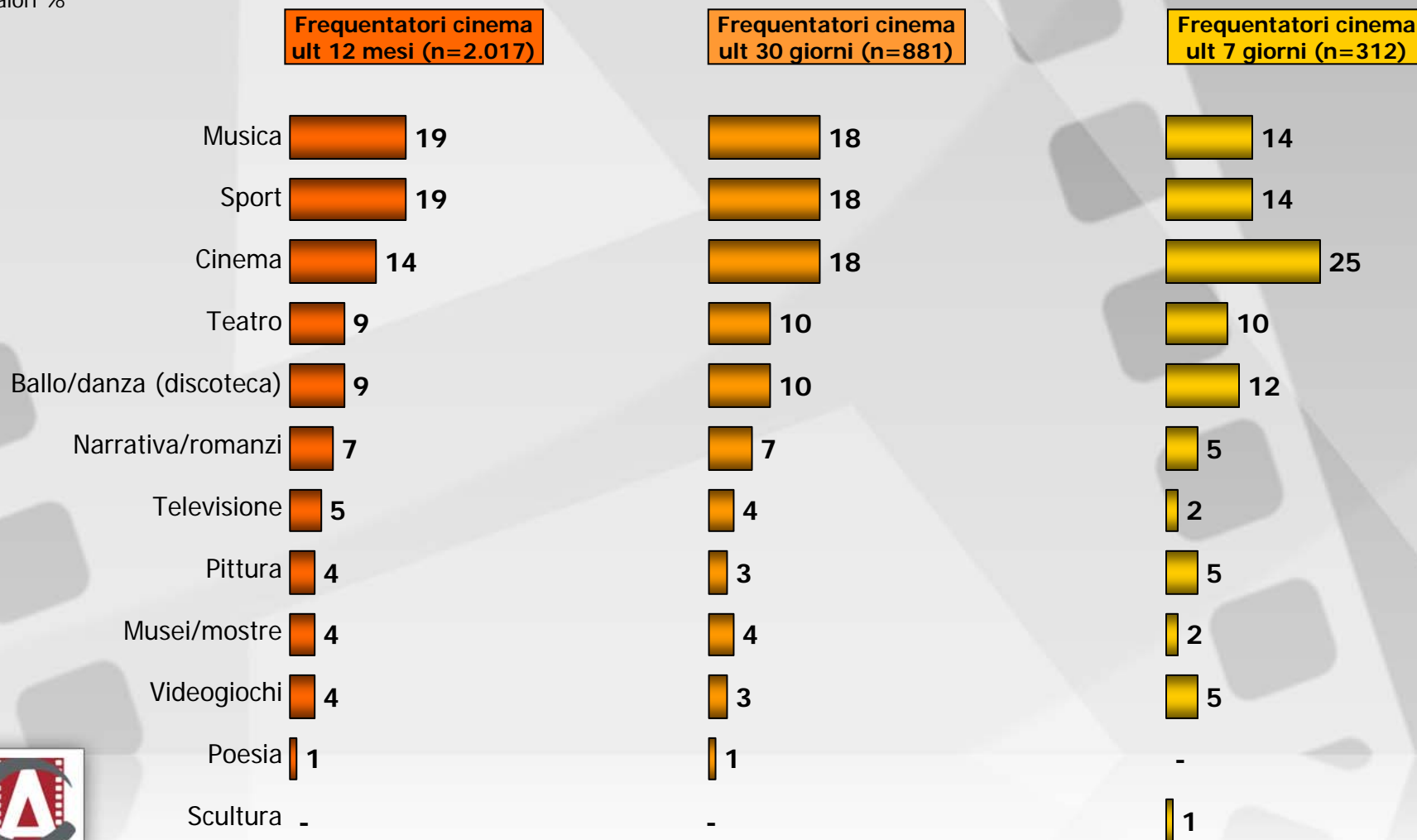


## Scelta per la fruizione personale di una forme di arte, spettacolo...

*" Immagini di avere del tempo libero (alcune ore) da poter dedicare alla fruizione di una delle forme di arte, spettacolo, intrattenimento ed espressività umana. Quale sceglierebbe per sé personalmente?"*

Valori %

8

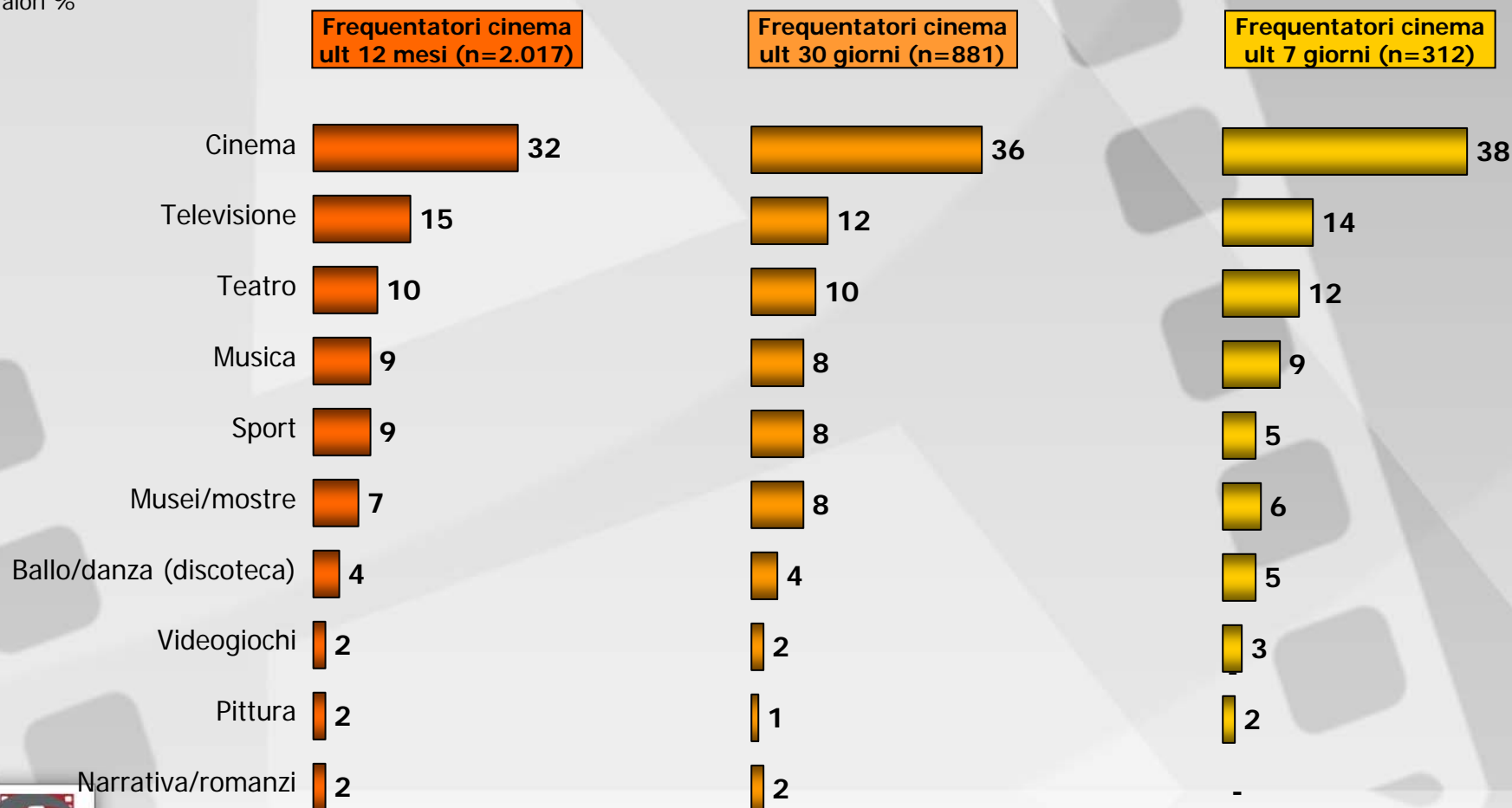




## Scelta per la fruizione familiare di una forme di arte, spettacolo...

*" Immagini di avere del tempo libero (alcune ore) da poter dedicare alla fruizione di una delle forme di arte, spettacolo, intrattenimento ed espressività umana. Quale sceglierebbe per Lei assieme alla sua famiglia?"*

Valori %

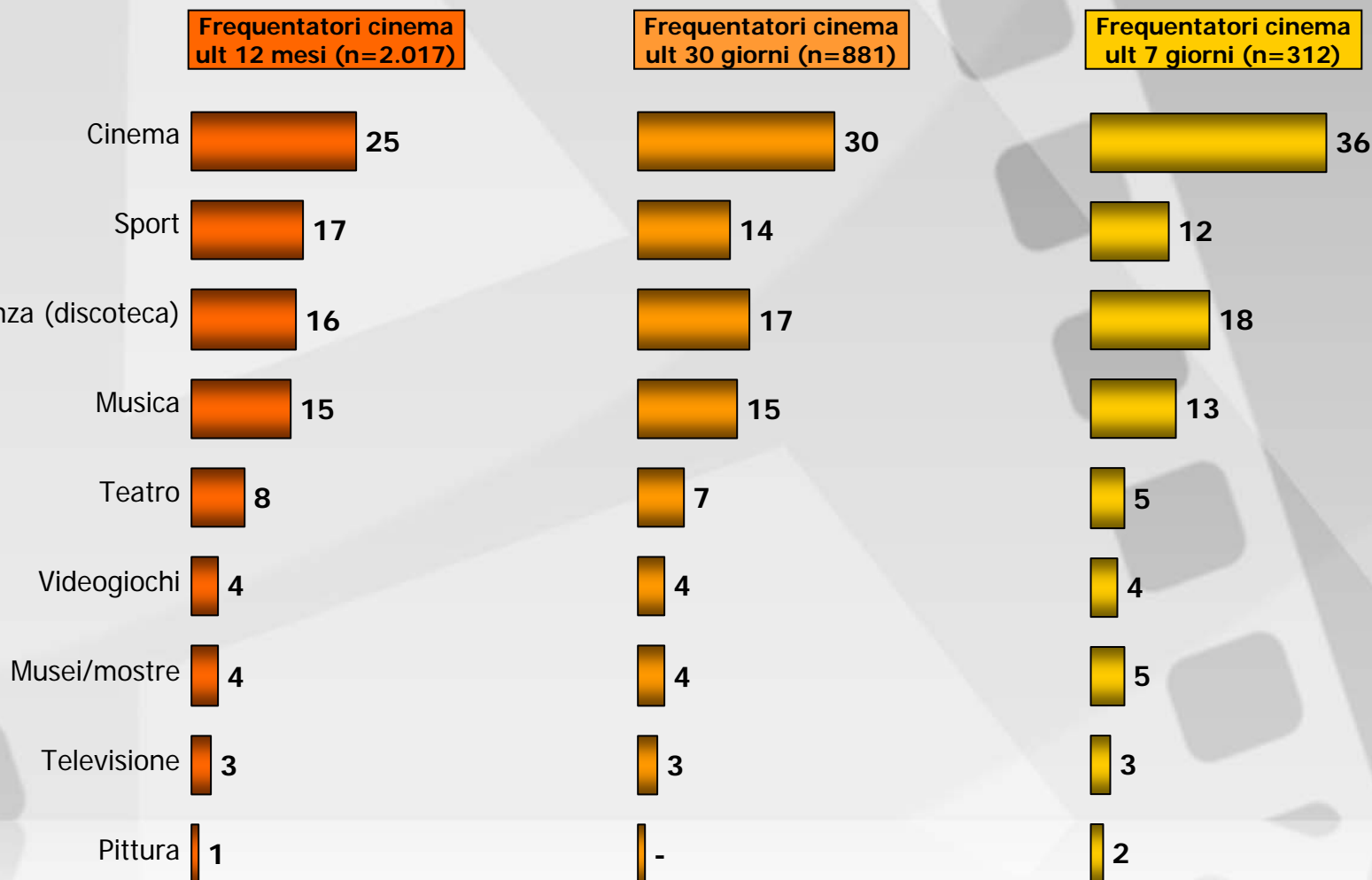


## Scelta per la fruizione con gli amici di una forme di arte, spettacolo...

*" Immagini di avere del tempo libero (alcune ore) da poter dedicare alla fruizione di una delle forme di arte, spettacolo, intrattenimento ed espressività umana. Quale sceglierebbe per Lei assieme a un gruppo di amici?"*

Valori %

10



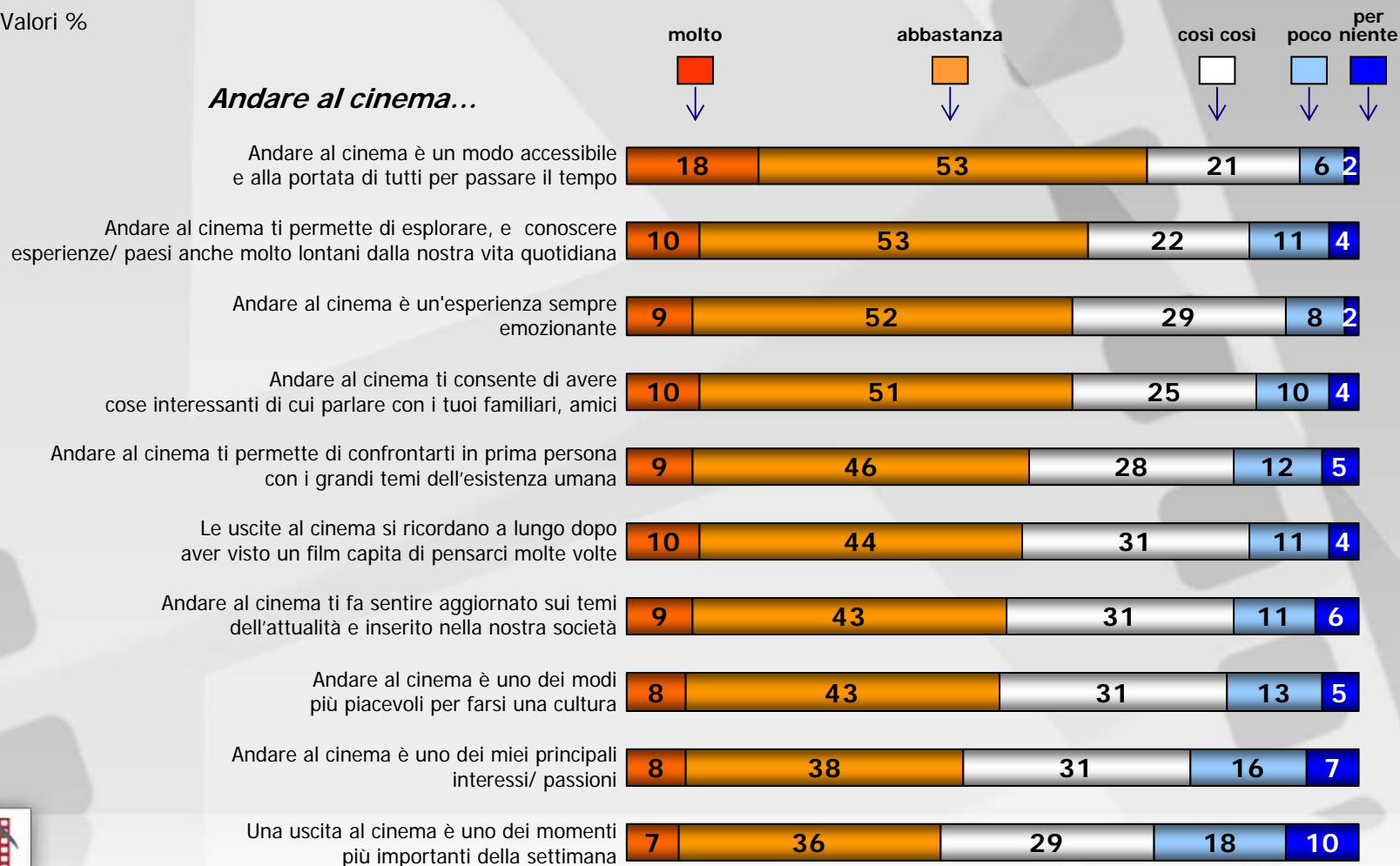
## Opinioni sul cinema

"Parliamo ora del cinema. Le leggerò alcune affermazioni sul cinema, per ciascuna lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

**Frequentatori cinema ultimi 12 mesi (n=2.017)**

11

Valori %



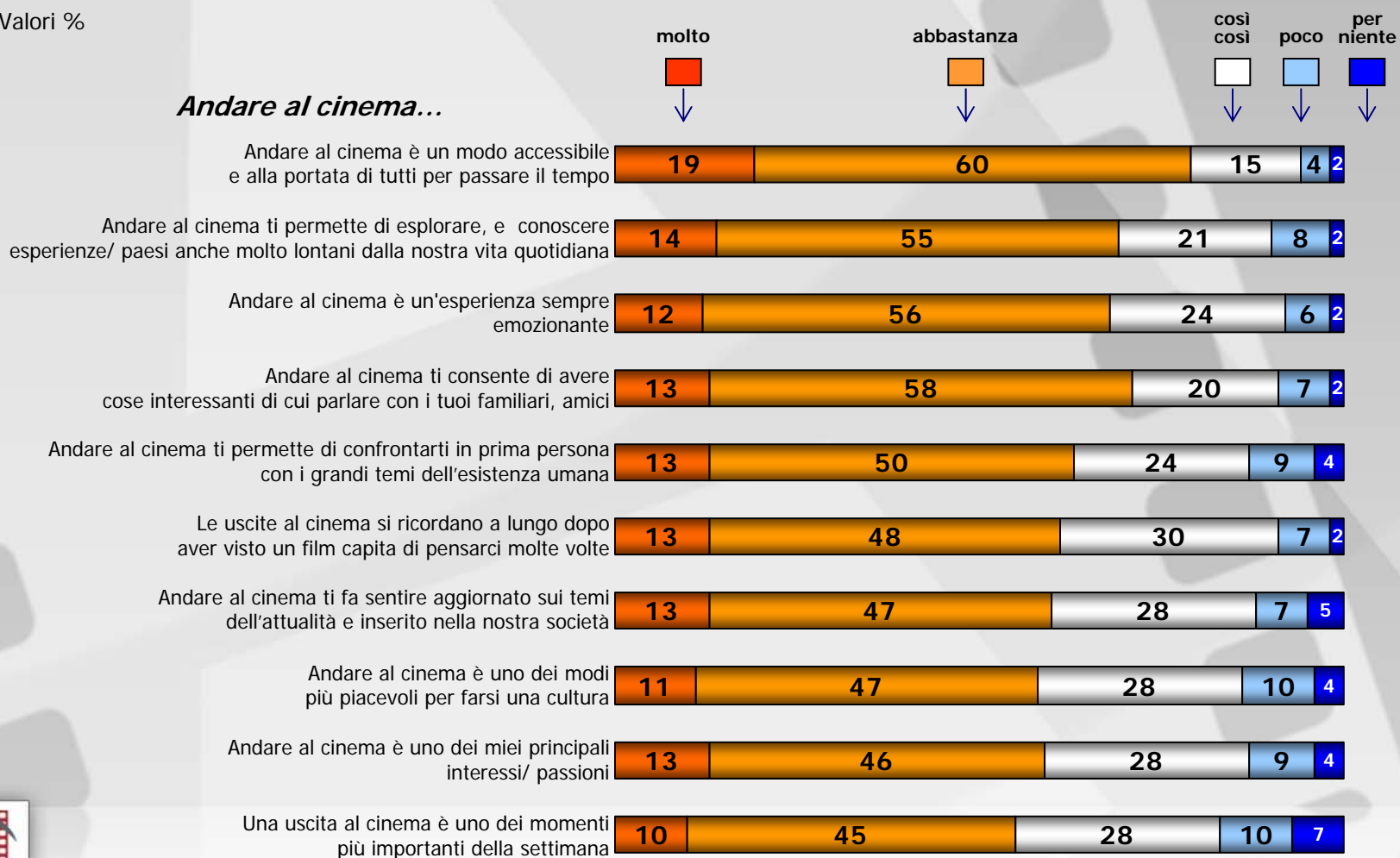
## Opinioni sul cinema

"Parliamo ora del cinema. Le leggerò alcune affermazioni sul cinema, per ciascuna lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Frequentatori cinema ultimi 30 giorni (n=881)

12

Valori %



## Opinioni sul cinema

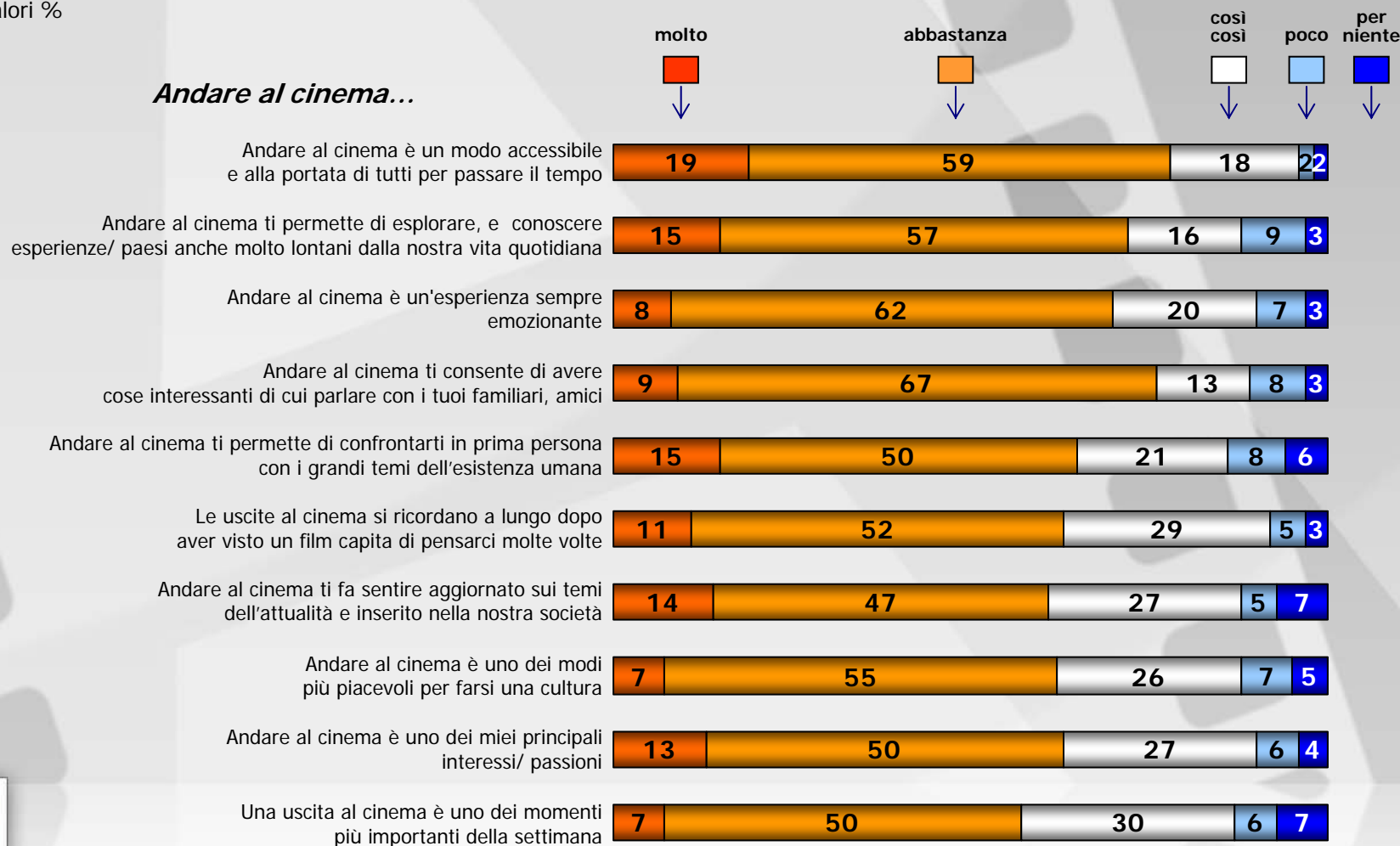
"Parliamo ora del cinema. Le leggerò alcune affermazioni sul cinema, per ciascuna lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

**Frequentatori cinema ultimi 7 giorni (n=312)**

13

Valori %

### Andare al cinema...



## Caratteristiche degli utenti e non utenti di cinema (I)

*"Parliamo ora delle persone che di solito vanno al cinema e di quelle che di solito non ci vanno. Quali sono le caratteristiche che descrivono meglio chi va al cinema e quali quelle che descrivono meglio chi non va al cinema?"*

**Base: frequentatori di cinema negli ultimi 12 mesi (n=2.017)**

Valori %

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

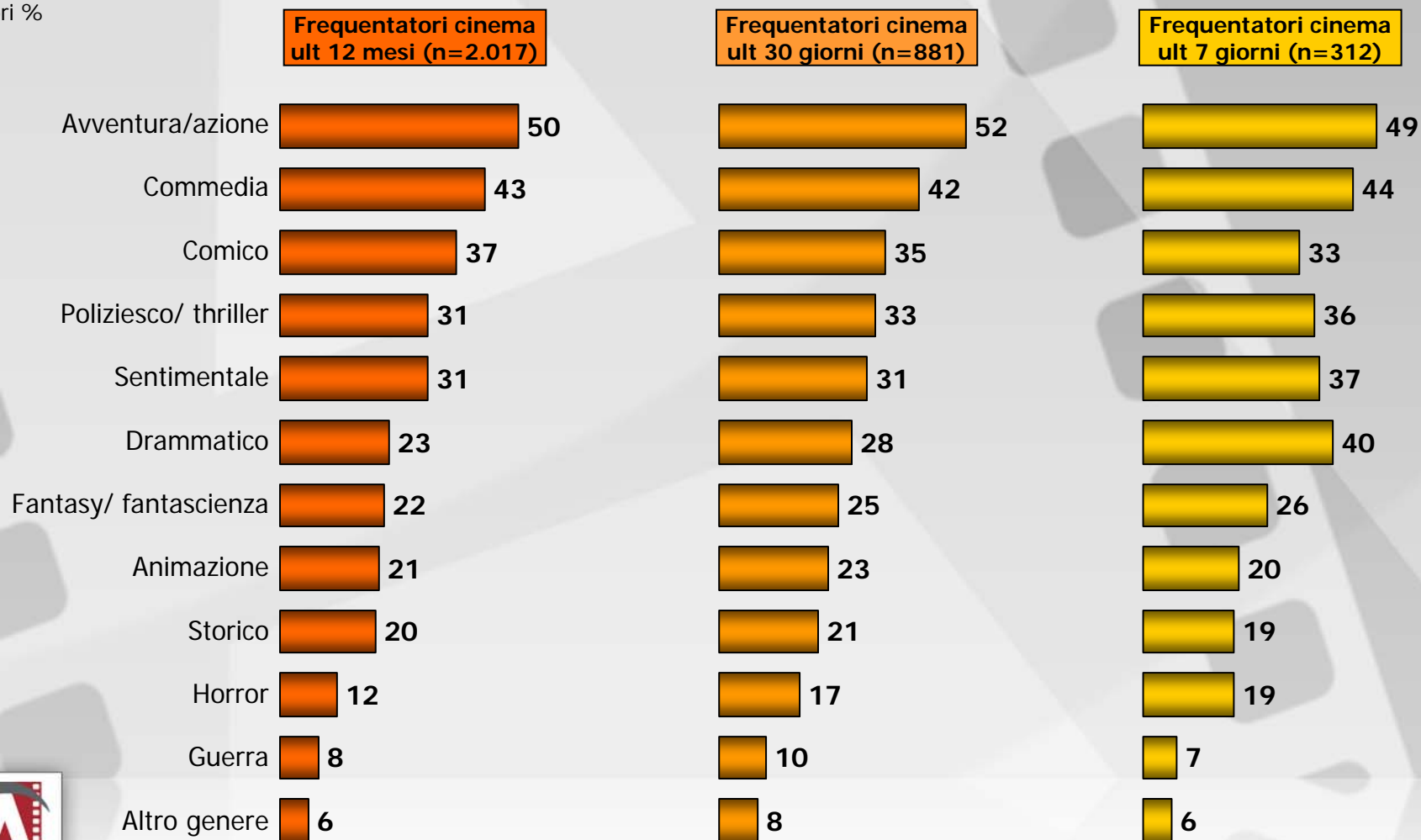
14



## Generi di film preferiti

"Quali generi di film preferisce vedere al cinema?"

Valori %



# I vissuti e i valori della pubblicità al cinema

---



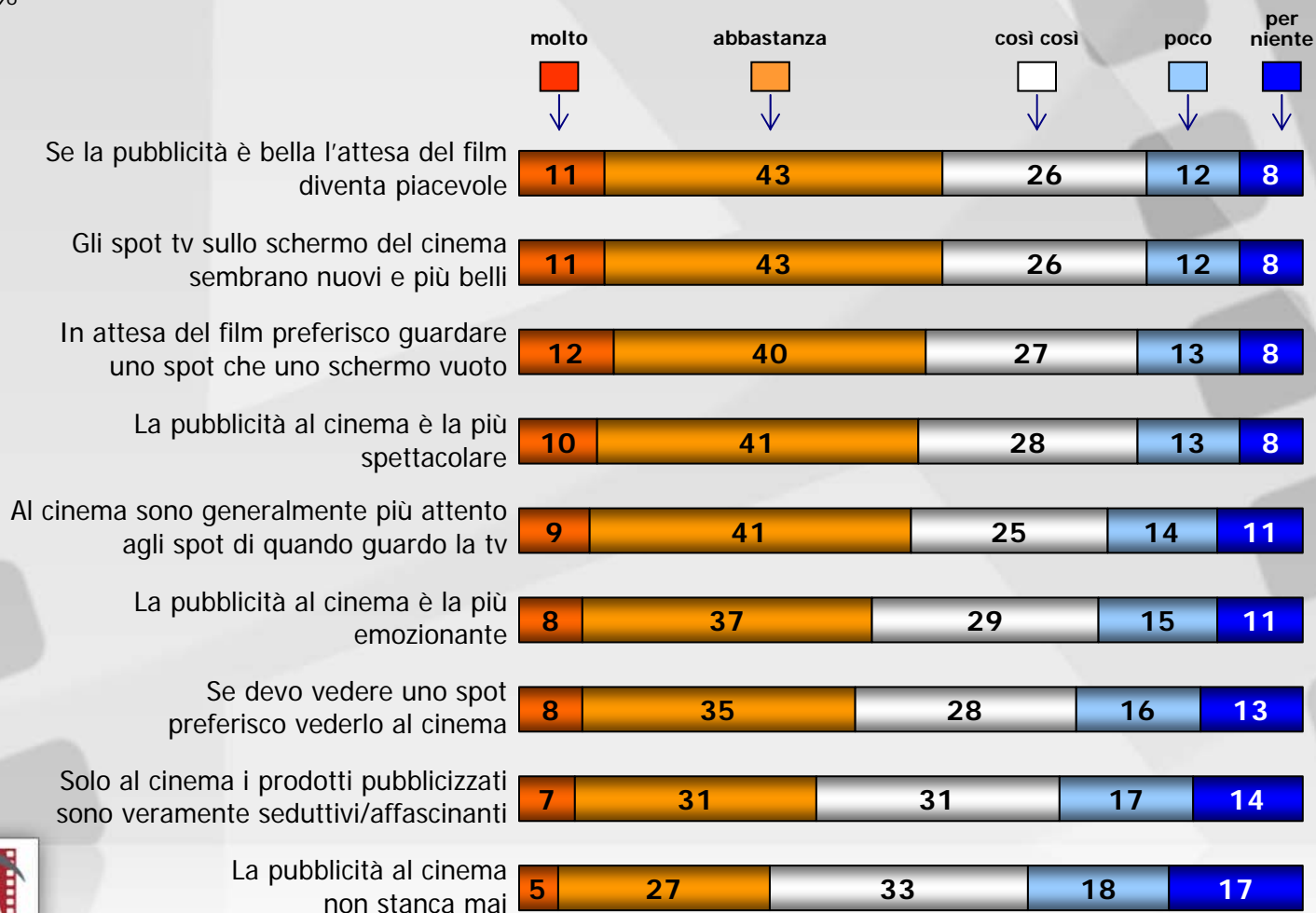
## Valori della pubblicità al cinema

"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

**Frequentatori cinema ultimi 12 mesi (n=2.017)**

Valori %

17



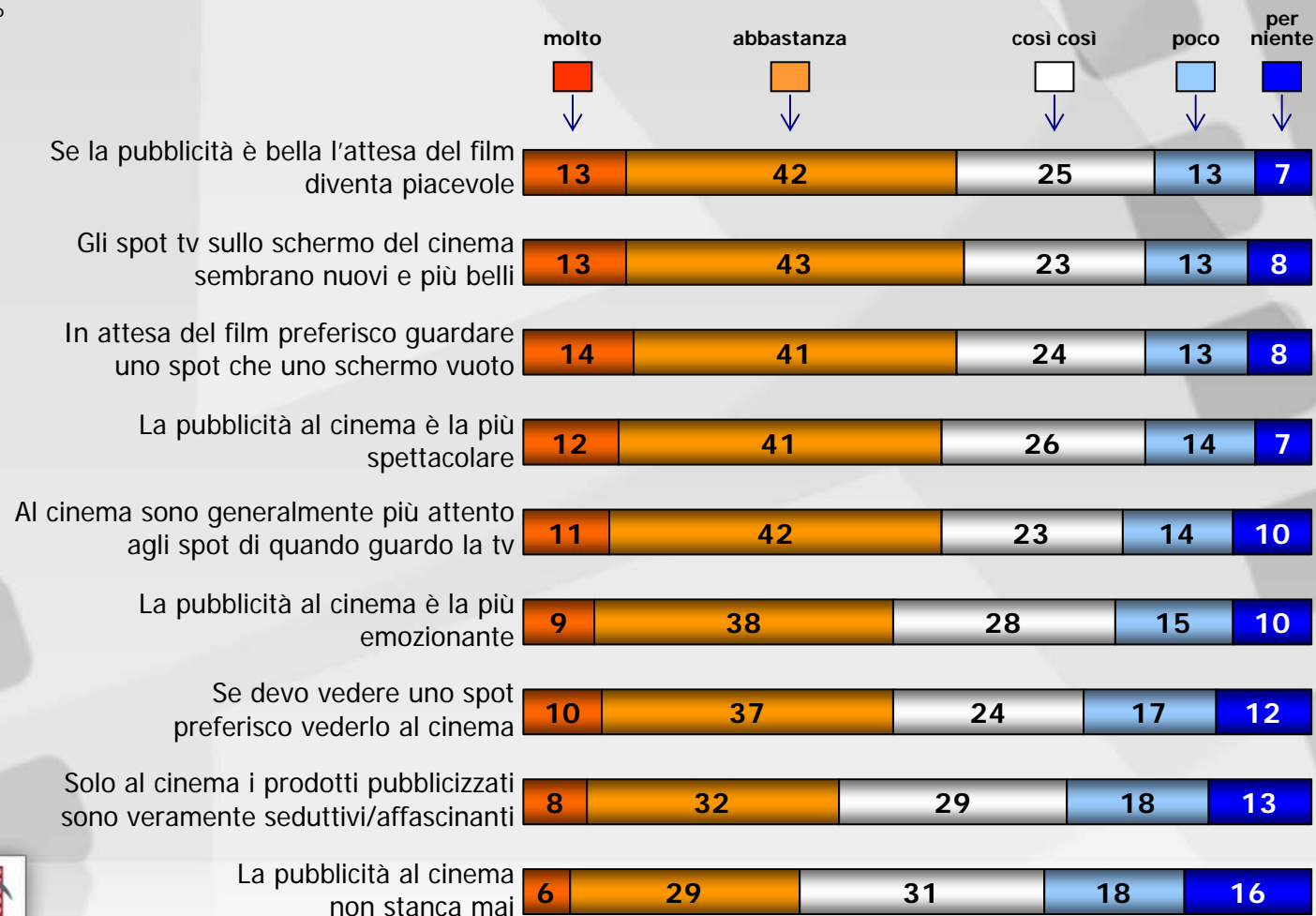
## Valori della pubblicità al cinema

"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Frequentatori cinema ultimi 30 giorni (n=881)

Valori %

18



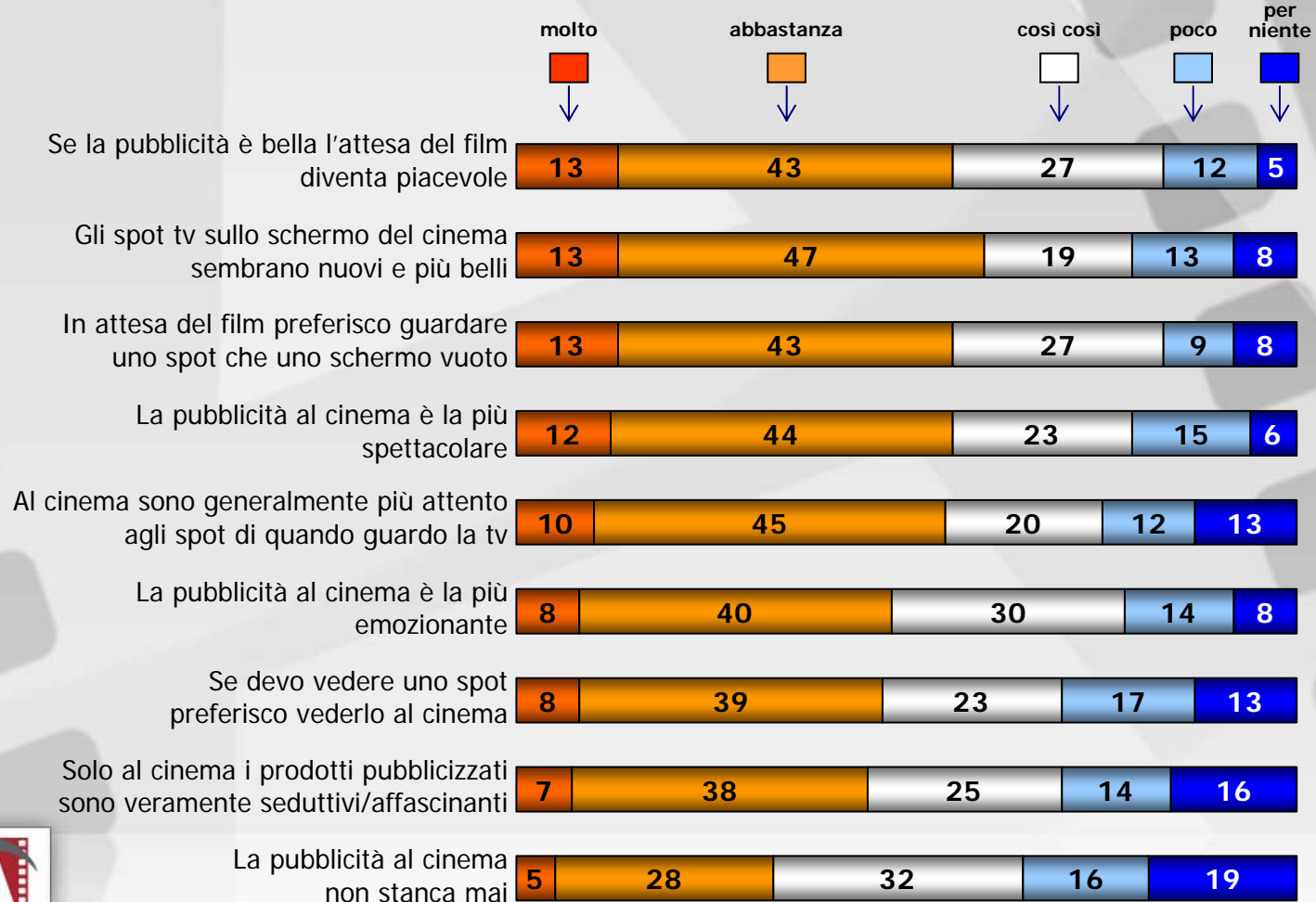
## Valori della pubblicità al cinema

"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Frequentatori cinema ultimi 7 giorni (n=312)

Valori %

19



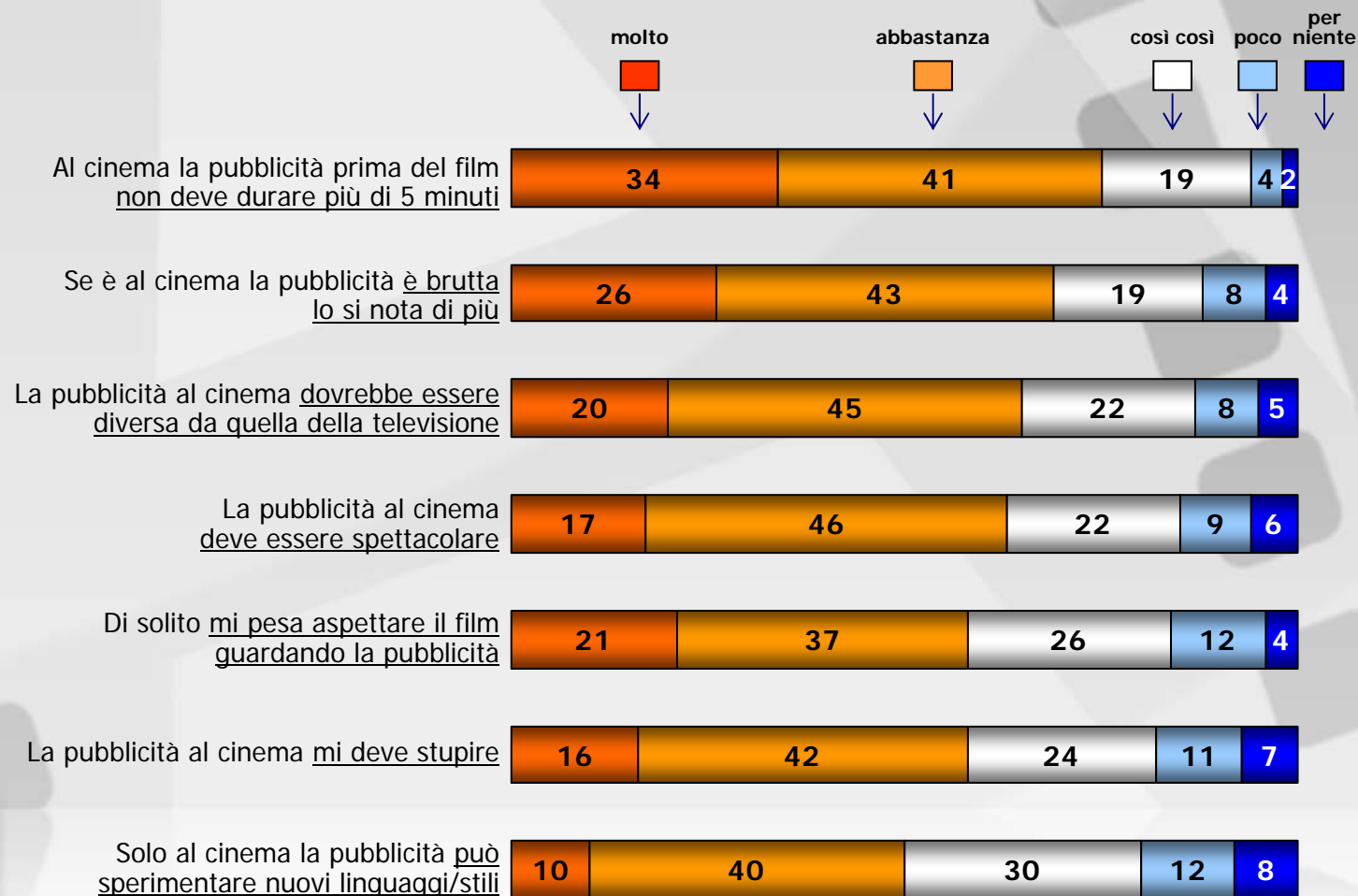
## Obblighi e vincoli della pubblicità al cinema

"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Valori %

Frequentatori cinema ultimi 12 mesi (n=2.017)

20



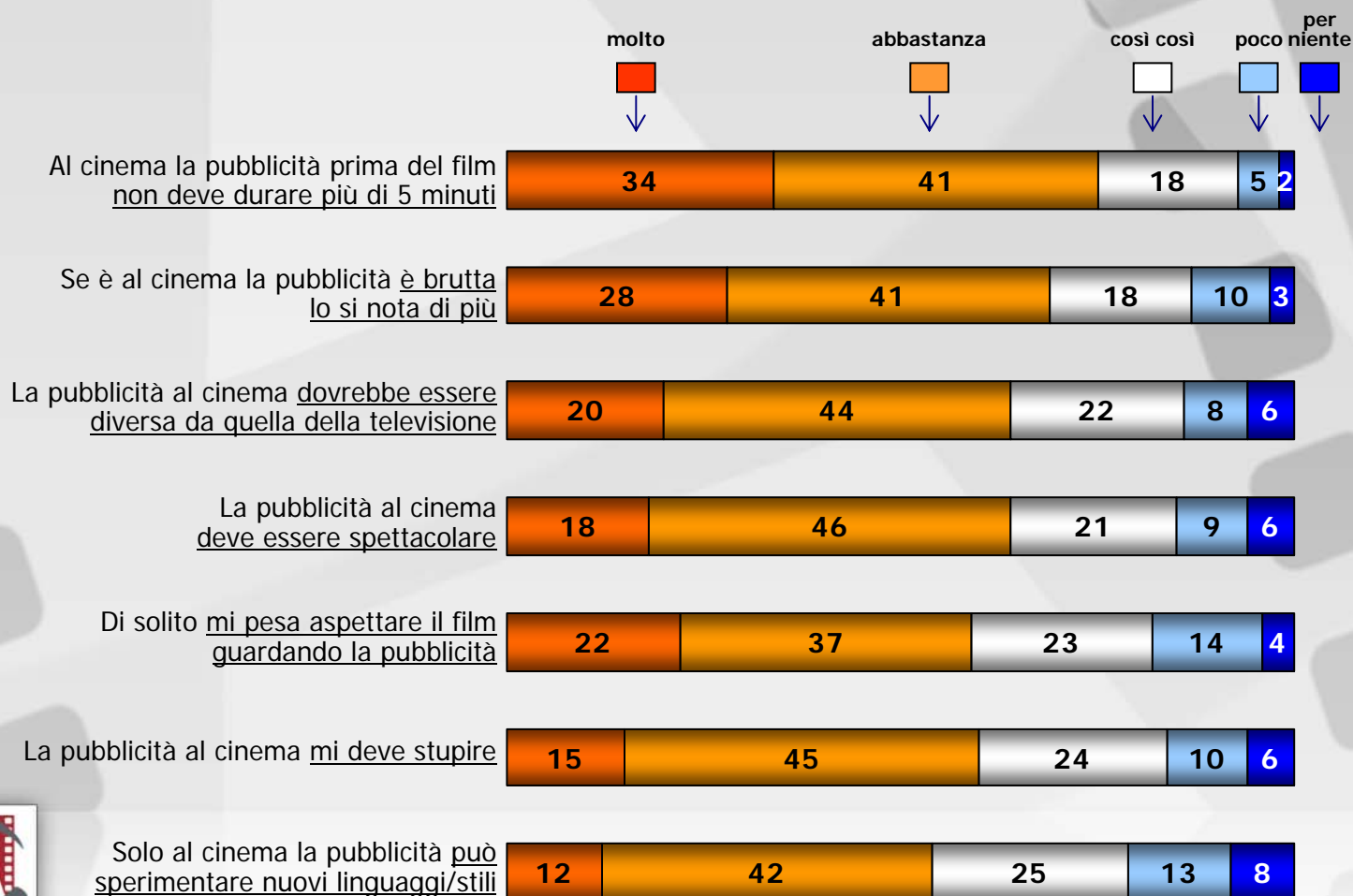
## Obblighi e vincoli della pubblicità al cinema

"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

21

Valori %

Frequentatori cinema ult 30 giorni (n=881)



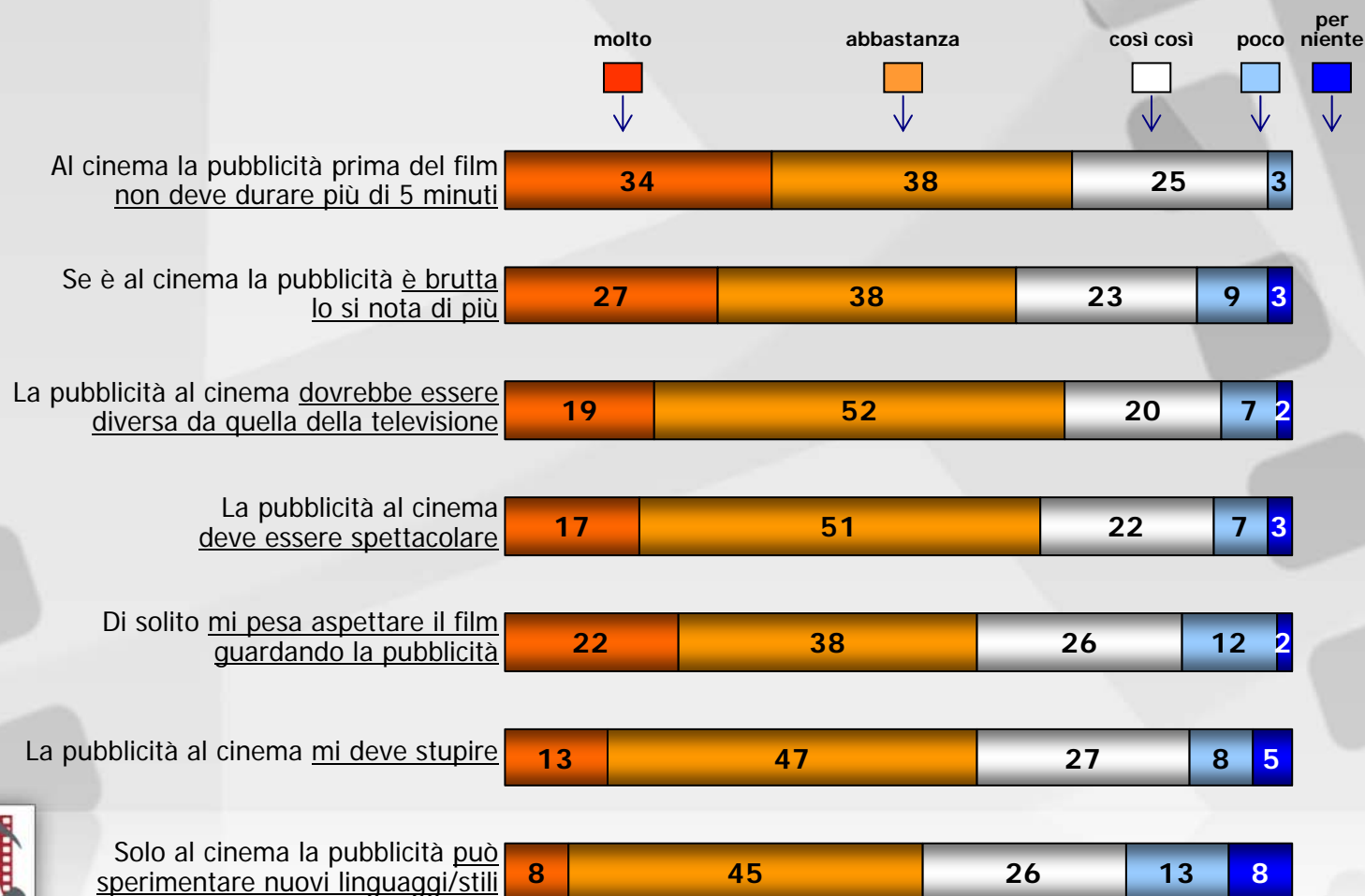
## Obblighi e vincoli della pubblicità al cinema

"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

22

Valori %

Frequentatori cinema ultimi 7 giorni (n=312)



## Le attese sulla pubblicità al cinema

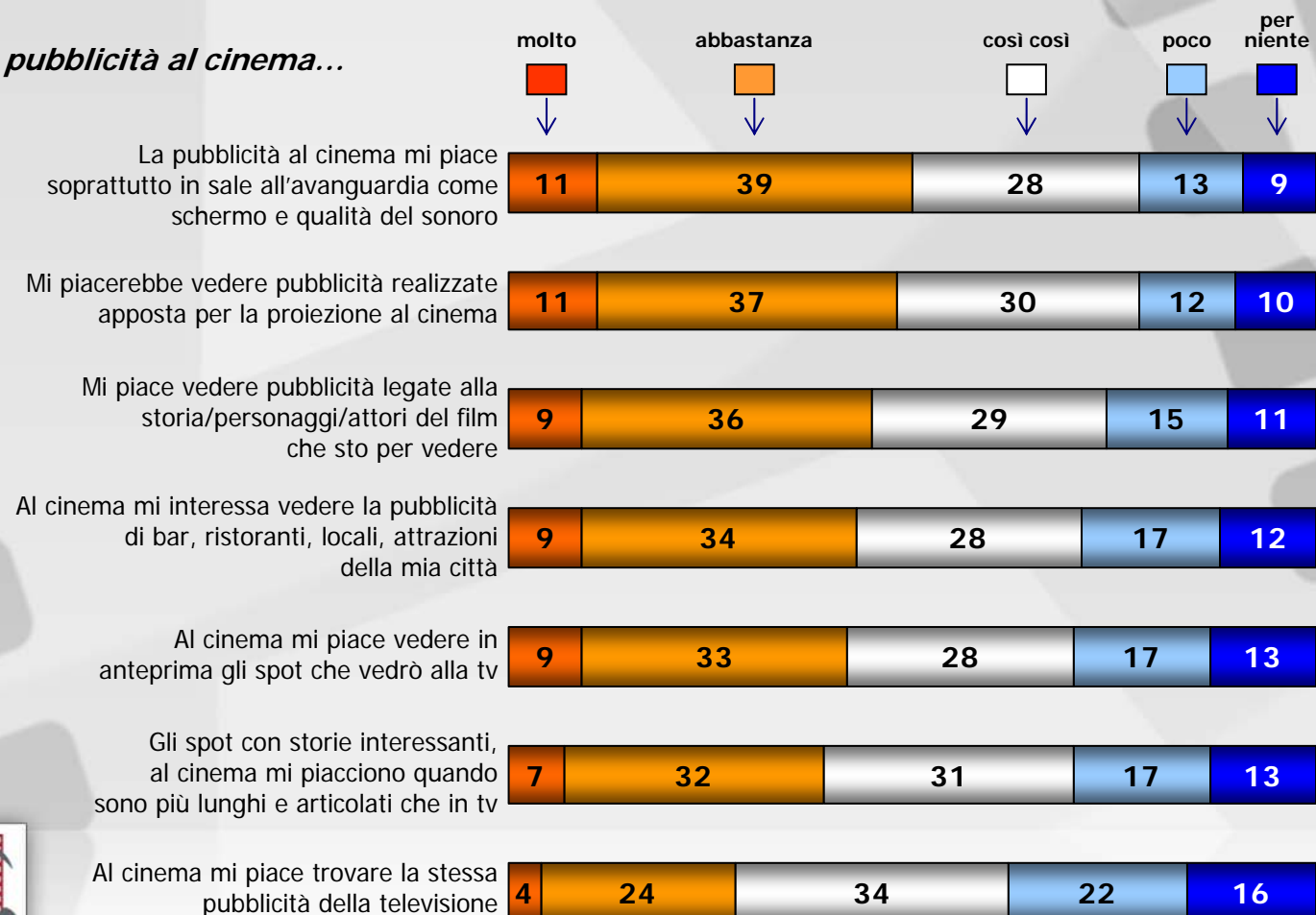
"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Valori %

Frequentatori cinema ultimi 12 mesi (n=2.017)

23

### La pubblicità al cinema...



## Le attese sulla pubblicità al cinema

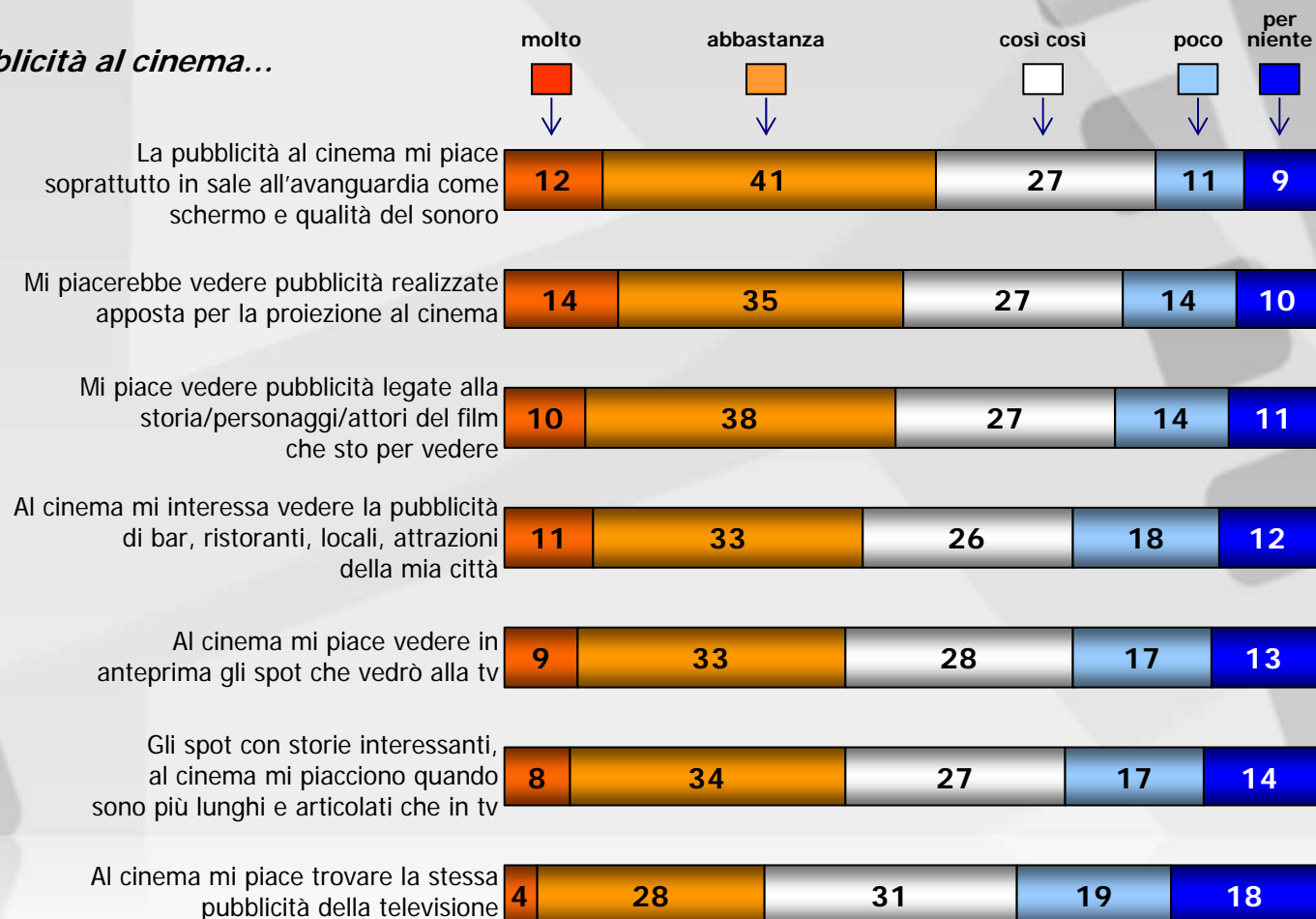
"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Valori %

Frequentatori cinema ultimi 30 giorni (n=881)

24

### La pubblicità al cinema...





## Le attese sulla pubblicità al cinema

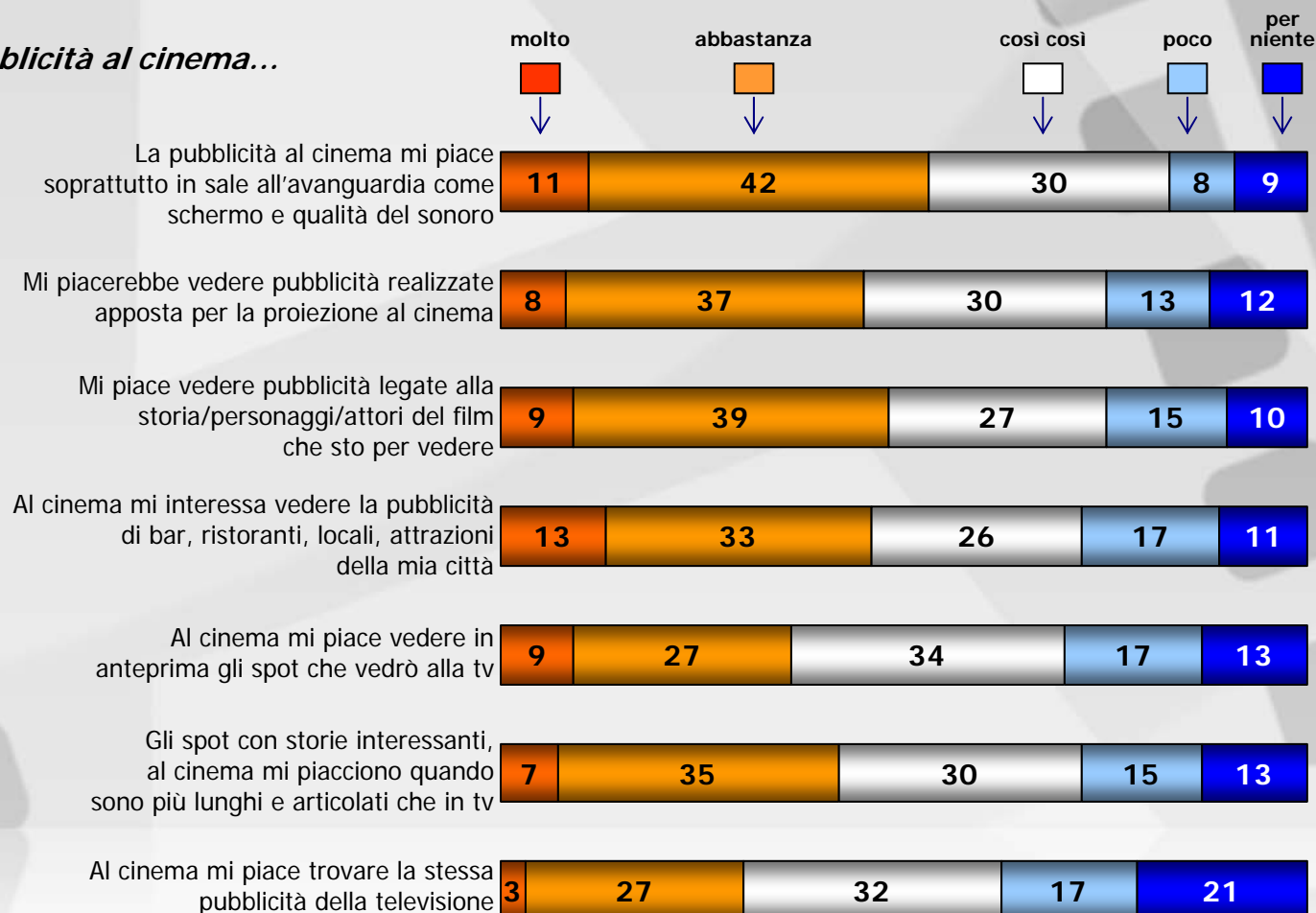
"Le leggerò alcune affermazioni sulla pubblicità al cinema. Per ciascuna Lei dovrebbe indicarmi quanto è d'accordo?"

Valori %

Frequentatori cinema ultimi 7 giorni (n=312)

25

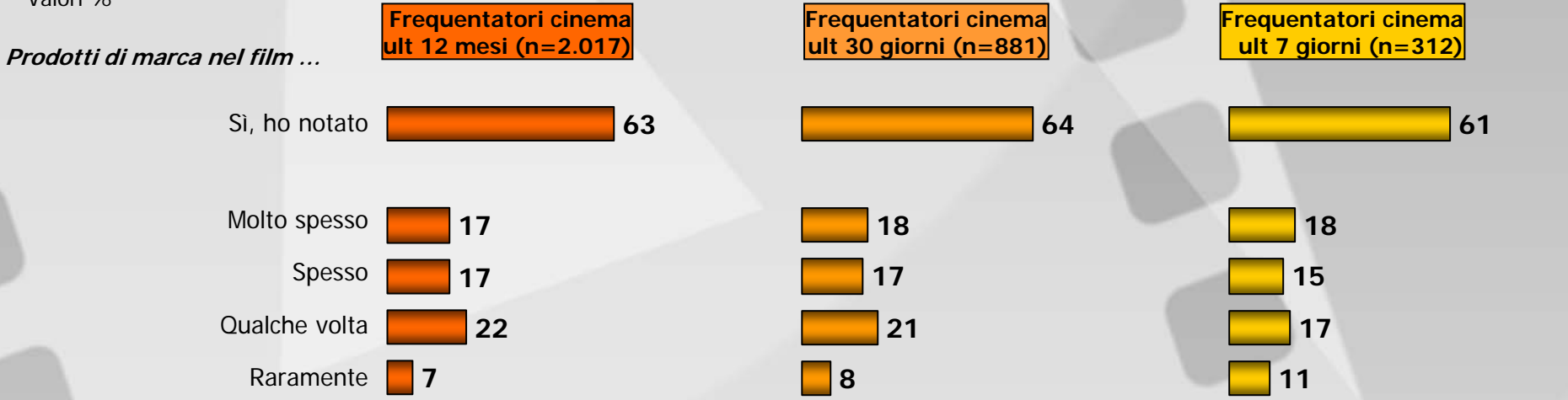
### La pubblicità al cinema...



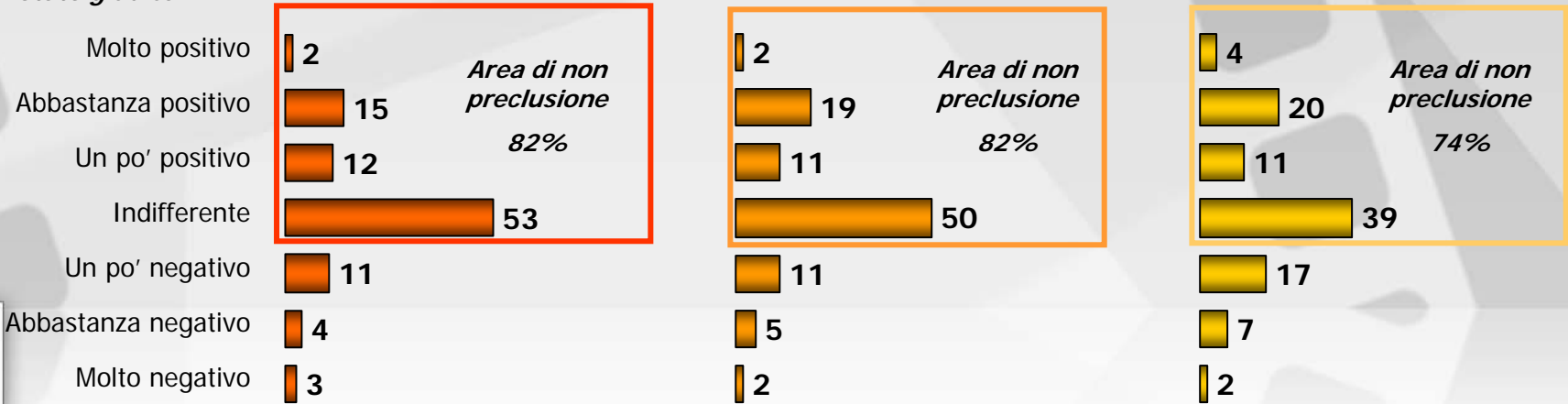
## Presenza di prodotti di marca all'interno del film

" Nel film al cinema, Le è mai capitato di notare la presenza di prodotti di marca nel corso del film, oppure l'uso di prodotti di marca da parte dei personaggi del film? Quante volte? E che giudizio dà in merito?"

Valori %



### E chi ha notato giudica ...



# Il profilo dello spettatore

---

## Profilo dello spettatore: analisi per aree geografiche ed ampiezza centri

28

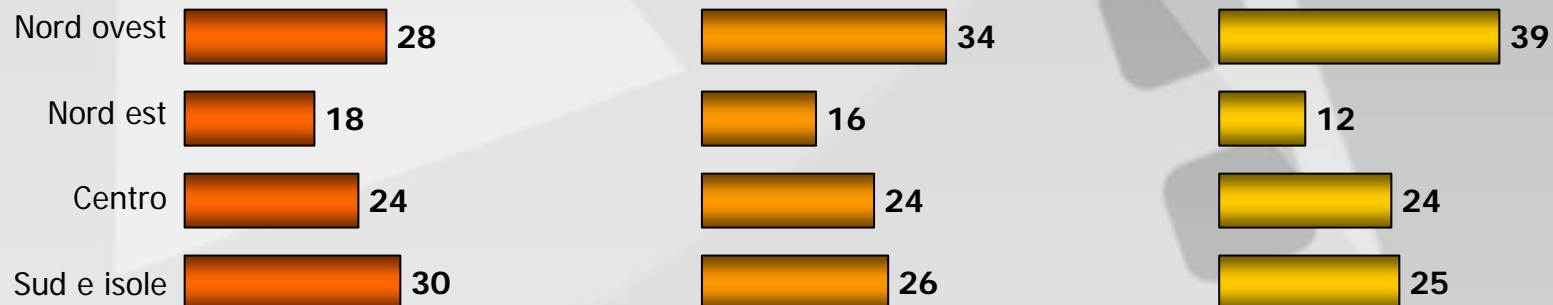
Valori %

Frequentatori cinema  
ult 12 mesi (n=2.017)

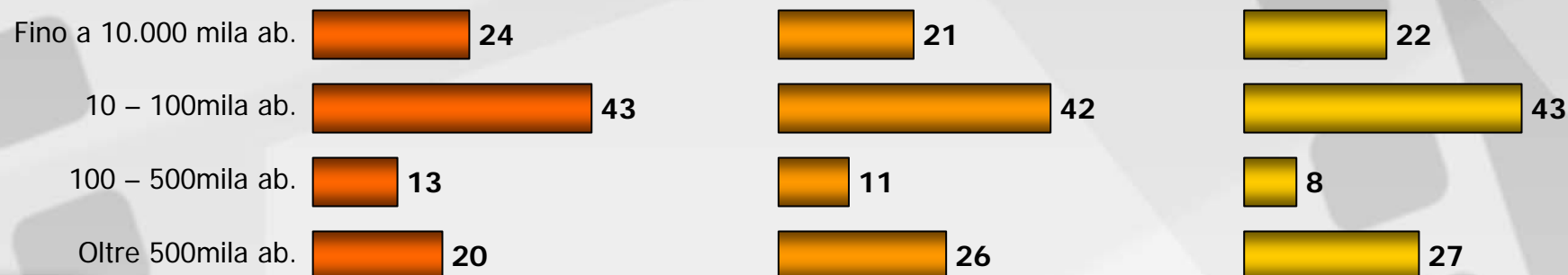
Frequentatori cinema  
ult 30 giorni (n=881)

Frequentatori cinema  
ult 7 giorni (n=312)

### Aree geografiche



### Ampiezza centri



## Profilo dello spettatore: analisi per sesso ed età

29

Valori %

Frequentatori cinema  
ult 12 mesi (n=2.017)

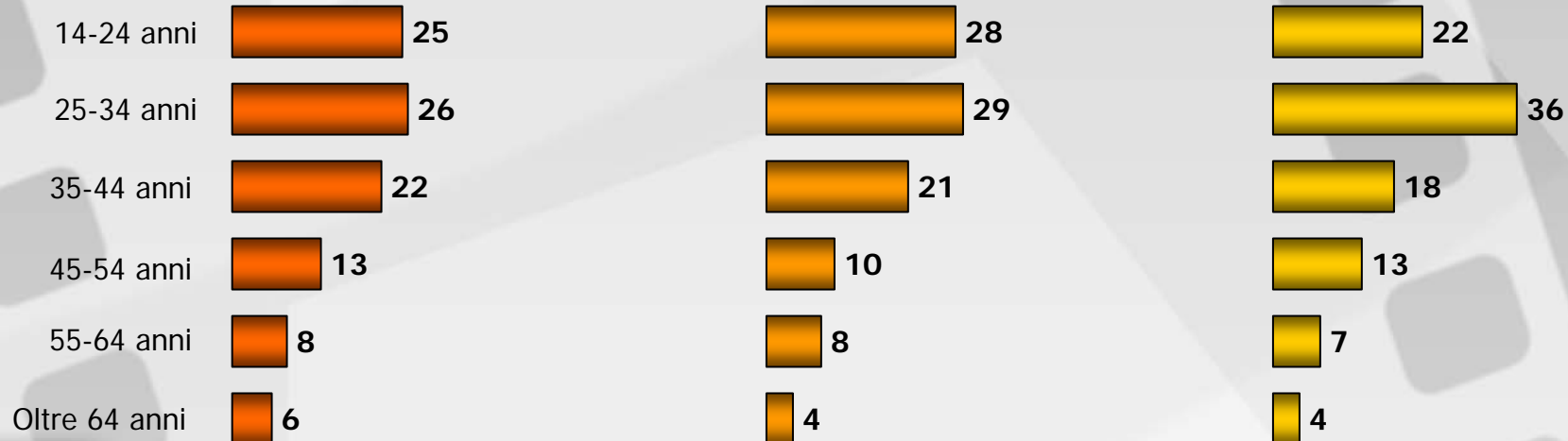
Frequentatori cinema  
ult 30 giorni (n=881)

Frequentatori cinema  
ult 7 giorni (n=312)

### Sesso



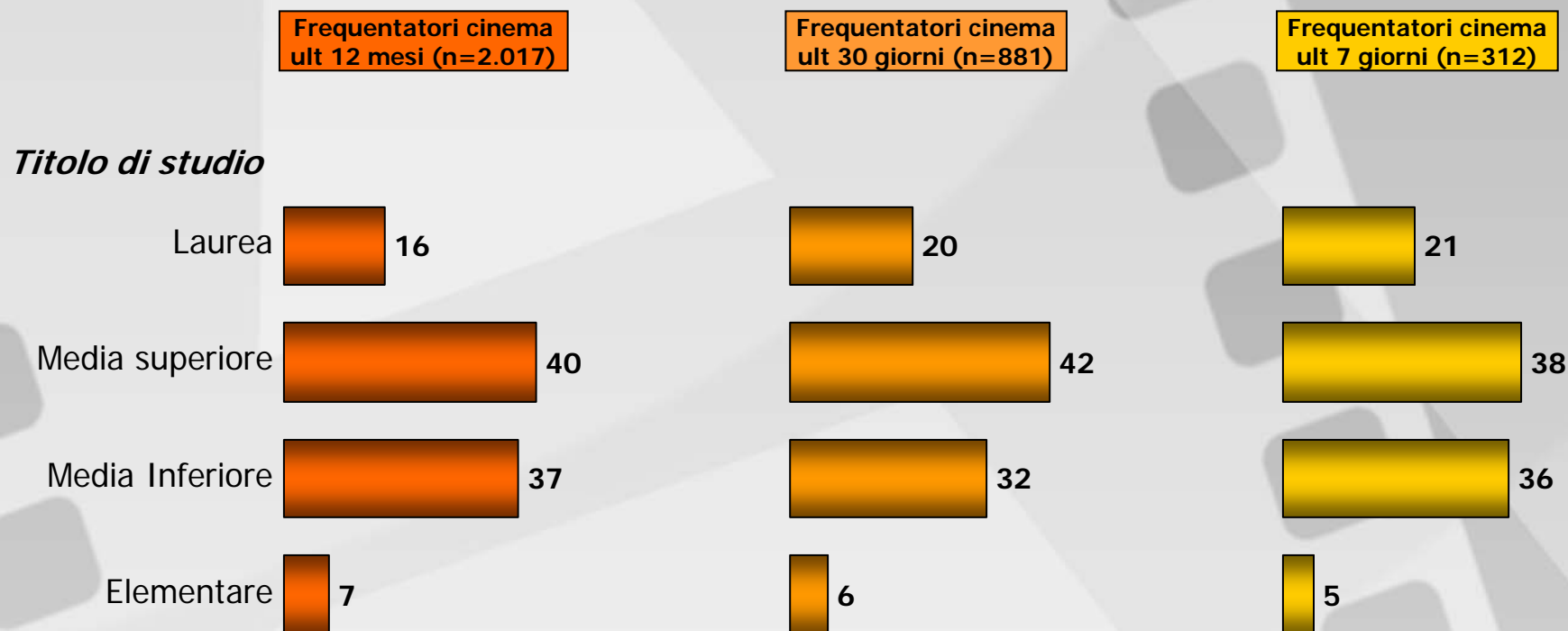
### Età



## Profilo dello spettatore: analisi per titolo di studio

30

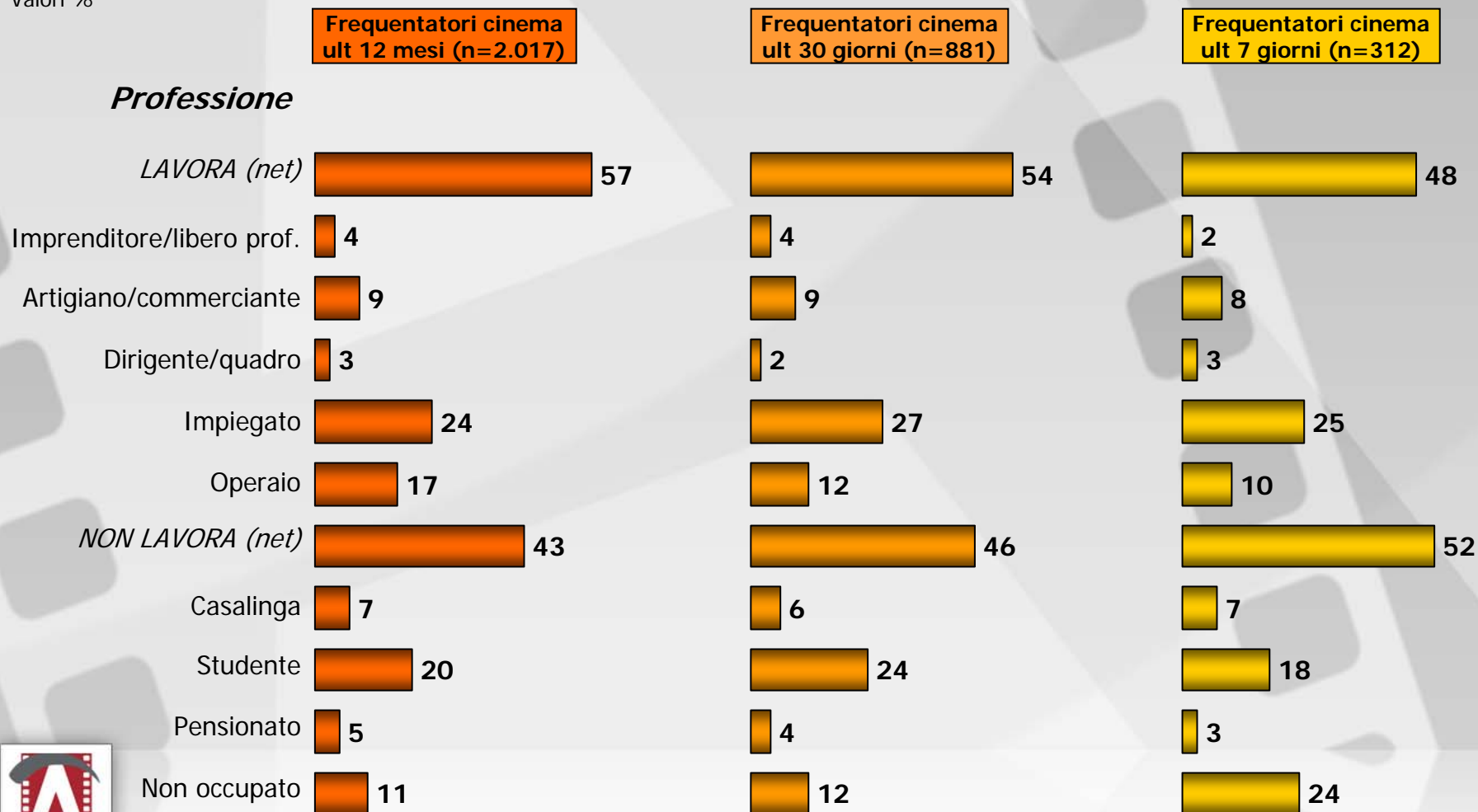
Valori %



## Profilo dello spettatore: analisi per titolo di studio

31

Valori %



## Profilo dello spettatore: analisi per Aree della Grande Mappa

Valori %

Frequentatori cinema  
ult 12 mesi (n=2.017)

Frequentatori cinema  
ult 30 giorni (n=881)

Frequentatori cinema  
ult 7 giorni (n=312)

### Aree della Grande Mappa

