



## AUDIMOVIE INDAGINE CONTINUATIVA SULLO SPETTATORE CINEMA Anno 2010

### Caratteristiche generali

L'indagine Continuativa sullo spettatore cinema di Audimovie<sup>1</sup> ha la finalità di offrire al mercato informazioni sull'utenza del mezzo cinema.

Tali informazioni completano le indicazioni fornite dall'indagine Quantitativa di Audimovie sui biglietti/cinema venduti in Italia in ogni periodo di riferimento.

L'indagine Continuativa fornisce infatti le informazioni relative ai profili dell'utenza del Cinema su base mensile per:

- il totale dei visitatori del Cinema
- gli utenti del cinema che hanno assistito ad un film nelle sale che rientrano nei Circuiti di diffusione pubblicitaria delle Concessionarie attualmente aderenti ad Audimovie: Sipra, Opus e Moviemedia.

La rilevazione del dato di esposizione al cinema viene effettuata all'interno del Panel Dialogatore di GfK Eurisko, tramite registrazione (fotografia del biglietto o registrazione manuale) dei dati descrittivi l'atto di esposizione (Film, Struttura, Sala, Luogo, Data, Ora), che vengono poi incrociati con il profilo del visitatore che ha utilizzato il biglietto.

### Logica di rilevazione: approccio "panel"

Nella prospettiva di una rilevazione massimamente precisa dell'atto di "fruizione cinema" il ricorso ad un panel con registrazione periodica dei comportamenti, consente di mettere a frutto le seguenti caratteristiche:

- il momento di rilevazione si pone a ridosso del comportamento
- la persona è consapevole (durante il comportamento) che successivamente dovrà rilevarlo.

Il ricorso ad un panel dotato di uno strumento elettronico di registrazione offre i seguenti vantaggi:

- vi è una infrastruttura che sollecita, "educa" e controlla l'intervistato perché la collaborazione sia precisa e costante
- vi è una strumentazione/interfaccia che è al contempo:
  - ➔ "potente": rileva tutte le informazioni utili
  - ➔ "facile da usare": rende estremamente agevole e poco impegnativo il contributo del panelista.

### Panel Dialogatore: cenni generali

Il panel è composto da **4.000 famiglie** (circa 10.000 individui), ciascuna dotata di un *dialogatore* wireless non legato alla telefonia fissa, attraverso il quale le famiglie/gli individui forniscono periodicamente le informazioni richieste.

---

<sup>1</sup> L'indagine viene realizzata per Audimovie da GfK Eurisko.



La scelta di utilizzare un dispositivo elettronico completamente indipendente dalle tecnologie presenti in famiglia è dettata dalla volontà di rappresentare in modo preciso ed esaustivo l'intera popolazione italiana (in termini di famiglie e individui).

La costruzione e mantenimento del panel vengono effettuate in modo da rispettare la rappresentatività del panel sia in fase di impianto, sia nel corso del tempo (continuo adeguamento per tener conto degli eventuali cambiamenti dell'universo di riferimento, adeguata sostituzione delle cadute, gestione delle rotazioni).

Il vantaggio di operare su un panel pre-esistente all'indagine Audimovie (e non attivato espressamente per la misurazione dei comportamenti di fruizione cinema) offre alcuni vantaggi:

- **il panel non è pregiudizialmente distorto** dall'interesse verso un tema specifico
- **il panelista è sempre attivo**, sia quando si reca al cinema, sia quando non si reca al cinema (perché partecipa ad altre rilevazioni): il che aiuta ad evitare fenomeni di "rilassamento della collaborazione".

### ***Universo e campione***

L'universo di riferimento è costituito dall'intera popolazione italiana, sia in termini di famiglie, sia in termini di individui.

Il panel è costituito da **4.000 famiglie**, ossia circa **10.000 individui**, rappresentativo dell'universo famiglie italiane in relazione ai parametri:

- = regione geografica
- = ampiezza centro
- = numero componenti della famiglia
- = ciclo di vita
- = sesso, età, istruzione e professione del capofamiglia.

Le fonti dei dati sulla struttura dell'universo famiglie sono le rilevazioni ISTAT sulla popolazione residente e le Forze Lavoro e Sinottica (elaborazione su base famiglie).

Garantendo la rappresentatività del campione di famiglie (4.000 casi), è garantita anche la rappresentatività del campione individui costituito da tutti i componenti delle famiglie (circa 10.000 casi).

In fase di elaborazione dei dati su base individui, la struttura del campione individui viene controllata, ed eventualmente riequilibrata, in modo da garantire la rappresentatività utilizzando le stesse fonti di dati (ISTAT e Sinottica).

Per garantire la rappresentatività del panel nel tempo è prevista la sostituzione del 25% delle famiglie nell'arco di ogni anno per:

- adeguare il campione ai minimi cambiamenti dell'universo di riferimento
- contenere la durata della collaborazione ad un massimo di 4 anni, riducendo il tasso di abbandono per stanchezza
- sostituire le cadute fisiologiche

- eliminare il rischio di distorsione che potrebbe derivare da cambiamenti negli atteggiamenti e comportamenti indotti dall'essere parte del panel.

In fase di impianto del panel sono realizzate interviste personali domiciliari molto approfondite, al capofamiglia e a tutti i componenti della famiglia con almeno 14 anni (le informazioni sui più piccoli sono fornite direttamente dal capofamiglia).

Nel corso di queste interviste sono rilevati tutti i dati di profilo socio demografico e le variabili necessarie per la riclassificazione degli intervistati sulla Grande Mappa di Sinottica (la dotazione di informazioni di profilo di base è quindi identica a quella di SinOmnibus).

### ***Lo strumento tecnologico: il dialogatore***

Il *dialogatore* è uno strumento *ad hoc* per la realizzazione delle indagini, con il duplice obiettivo da un lato di rispondere a ogni eventuale esigenza specifica della Committenza, dall'altro di renderne l'utilizzo il più facile possibile anche da parte dei target meno evoluti della popolazione.

Si tratta di un'**unità portatile** dotata di schermo **Touch Screen** a colori di ampie dimensioni (6") e batteria ricaricabile sul quale l'intervistato può digitare direttamente le informazioni richieste. È di uso immediato e intuitivo, concepito per non creare *digital divide* e quindi adatto all'utilizzo da parte di ogni segmento della popolazione.

Nella cornice dello schermo sono ospitati un display ausiliario, sul quale appaiono i nomi dei componenti della famiglia invitati a rispondere e due led informativi che avvisano dell'arrivo di nuovi questionari.



Il dispositivo elettronico è dotato di:

- Connessione wireless **GPRS** / WiFi per la trasmissione dei dati
- **Software** specifico per la gestione questionari e la proposizione di stimoli multimediali
- **Altoparlante e microfono** per riproduzione brani musicali, registrazione risposte a domande aperte e dialogo diretto con gli operatori di GfK Eurisko



- **Fotocamera e software** per la lettura ottica dei codici a barre

## **Panel Dialogatore: indagine Audimovie**

### ***Attivazione Panel Dialogatore per Audimovie***

La rilevazione Continuativa per Audimovie tramite il panel Dialogatore si svolge in questi termini:

- è stato coinvolto l'intero panel Dialogatore (4.000 nuclei familiari, oltre 10.000 individui) per la rilevazione dei comportamenti di fruizione del cinema
- in ogni famiglia è stata individuato un soggetto più collaborativo incaricato di registrare i comportamenti di fruizione del cinema di tutti i componenti del nucleo familiare (bambini compresi)
- tutti i componenti del panel sono stati sensibilizzati in ordine all'importanza di collaborare alla partecipazione dell'indagine: conservazione dei biglietti e registrazione dei dati relativi alle attività di esposizione al Cinema intercorse nell'ultimo periodo.

### ***La registrazione dei dati relativi all'esposizione al Cinema***

La rilevazione prevede la registrazione dei dati con cadenza settimanale, per tutte le settimane dell'anno con esclusione del mese di Agosto (ancora in fase sperimentale).

Ogni settimana, nei giorni dal lunedì al mercoledì, viene attivata su tutti i terminali Dialogatore l'"Intervista Cinema".

L'"Intervista Cinema" raccoglie i dati di esposizione al Cinema avvenuti nel nucleo familiare nella settimana precedente (giorni da lunedì a domenica precedente).

In ogni intervista:

- si registra il nome dei singoli componenti familiari che si sono recati in un Cinema nei giorni indicati
- per ciascuna delle "visite cinema" di ciascun componente si richiede la fotografia del biglietto
- dalla fotografia del biglietto emergono pertanto le informazioni relative a<sup>2</sup>:
  - = Film
  - = Data e Ora
  - = Luogo
  - = Cinema
  - = Sala (in caso di multisala)

---

<sup>2</sup> La presenza di questi dati su ciascun biglietto del cinema è garantita dalla normativa vigente. Da tale obbligo sono escluse solo le strutture cinematografiche più piccole, che rendono conto di una quota minima del venduto cinematografico (meno del 5%, a detta degli operatori), e una quota nulla delle proiezioni associate ad una Concessionaria di Pubblicità cinematografica.

La fotografia del biglietto garantisce quindi il recupero delle informazioni per tutti gli "atti di fruizione cinema" con proiezione di pubblicità.



- in caso di risposte affermative non supportate da biglietto (ad esempio in caso di perdita) viene richiesta la registrazione di tutti i dati relativi alla visita al cinema, tramite schemi pre-impostati relativi alle Strutture e ai Film (oltre che sala, data, ora e luogo)
- dall'associazione del biglietto con il componente familiare (che GfK Eurisko ha già classificato all'atto dell'entrata della famiglia nel panel) emergono i dati relativi a:
  - = Regione
  - = Ampiezza del centro di residenza
  - = Sesso
  - = Età
  - = Istruzione
  - = Condizione professionale
  - = Reddito
  - = Ruolo familiare
  - = ecc.
  - = nonché i dati relativi alla riclassificazione sulla Grande Mappa di Sinottica.

I panelisti sono opportunamente incentivati per la corretta partecipazione alla rilevazione Audimovie, soprattutto in caso di conservazione del biglietto e di fotografia dello stesso.

### ***Il questionario***

Le domande che compongono il questionario e il processo di registrazione dei risultati sono illustrate nella seconda parte di questo documento.

Oltre alle domande sull'uscita al cinema, fanno parte del questionario anche:

- ➔ le variabili socio demografiche
- ➔ le variabili di riclassificazione degli intervistati nelle celle e nelle Aree della Grande Mappa di Sinottica.

### ***L'Universo di riferimento***

Come già accennato, dato che i dati raccolti fanno riferimento ai biglietti associati a tutti i componenti il nucleo familiare, l'universo considerato coincide con la totalità degli italiani, compresi i bambini al di sotto dei 14 anni (che invece nelle tradizionali indagini con intervista individuale non vengono solitamente considerati perché *de facto* non intervistabili).

L'unità finale di campionamento è quindi l'individuo, maschio e femmina:

- Totale Universo di riferimento = **60.045.068** individui
- pertanto: 1 punto percentuale = **600.451** individui

La definizione, consistenza e struttura di tale Universo proviene da ISTAT - Rilevazione sulla Popolazione residente comunale per sesso, anno di nascita e stato civile, integrata dalle informazioni fornite da ISTAT – Forze di Lavoro (che a loro volta aggiornato i dati dell'ultimi Censimento disponibile) sui parametri di Titolo di Studio e Professione.



### ***Convenzioni di partizione temporale (calendario)***

La realizzazione dei file dati mensili seguono la partizione temporale riportata in allegato A:

### ***Attività di codifica e classificazione dei dati raccolti***

I dati raccolti con l'Intervista Cinema sono sottoposti a codifica manuale:

- sia per le fotografie dei biglietti (codifica campi: Cinema, Film, Sala, Luogo, Data, Ora)
- sia per le verbalizzazioni fornite in caso di assenza dei biglietti (codifica campi: Cinema, Film, Sala; Luogo, Data e Ora vengono in questo caso raccolti direttamente nell'intervista).

Successivamente, ciascun record "biglietto" viene attribuito ad una Concessionaria ("Sipra", "Opus", "Moviemedia", "Senza Concessionaria") e ad un Circuito.

L'attribuzione è automatica e opera sui campi "Cinema" e "Sala", utilizzando Mappe di corrispondenza fornite da Audimovie a GfK Eurisko, in base alle dichiarazioni mensili delle Concessionarie sulla propria rete di strutture.

Poiché periodicamente si verificano variazioni nel gruppo di strutture che rientrano in ciascun parco Concessionaria/Circuito, le attribuzioni vengono operate con due differenti convenzioni:

- convenzione "storica": utilizza le Mappe delle Concessionarie in vigore nel periodo di rilevazione (applicata al file dati PulsarWeb disponibile sul sito Audimovie)
- convenzione "attuale": utilizza le Mappe delle Concessionarie in vigore nel periodo di ricalcolo (applicata al file dati utilizzato per la creazione del nastro di pianificazione).

### ***Campione: partecipazione***

L'intero panel Dialogatore è coinvolto nell'indagine Audimovie.

Tuttavia - come è fisiologico nelle indagini su panel - vi è sempre una quota di panelisti che non rientrano nelle singole rilevazioni mensili: per questioni personali (malattie, difficoltà a partecipare, ecc.) o di tipo tecnico (problemi con gli apparati).

La mancata partecipazione, laddove ripetuta più volte, avvia una verifica di collaborazione che può portare alla nomina di un altro "Responsabile Intervista Cinema" nel nucleo familiare, e nei casi più gravi anche alla espulsione del nucleo familiare dal panel.

Il tasso di collaborazione dell'indagine Audimovie è mediamente dell'88% (la banca dati mensile è dunque mediamente di 8.800 casi).

### ***Campione: controllo e bilanciamento***

In qualsiasi ricerca campionaria è inevitabile un qualche lieve scostamento fra le caratteristiche del campione, così come viene disegnato al momento dell'assegnazione delle interviste, e quelle del campione che effettivamente rientra al termine del field.

Quindi, è prassi procedere ad una ponderazione del campione: un procedimento statistico che ha lo scopo di correggere queste differenze assicurando una perfetta rappresentatività e affidabilità dei dati.

Anche per le indagini condotte su Panel Dialogatore è necessario operare questa verifica.



Nel caso specifico dell'indagine Audimovie viene condotta a due stadi:

GfK Eurisko si incarica di effettuare il bilanciamento sui record individui rispetto ai parametri territoriali, anagrafici, di genere, istruzione e professione (in base ai dati Istat sopra illustrati).

Memis, società incaricata di realizzare il Database Pulsar Web e il File di Pianificazione, a partire dal file dati prodotto da GfK Eurisko si incarica di effettuare il bilanciamento dei parametri Concessionaria e Circuito (per il FDP), in base alle informazioni fornite mensilmente da Cinetel sul totale volume dei "biglietti".

Al fine di raggiungere questo obiettivo viene effettuata una nuova operazione di bilanciamento sui record individui che oltre a considerare i parametri territoriali, anagrafici, di genere, istruzione e professione (in base ai dati Istat sopra illustrati) considera anche i volumi di "biglietti" a livello di Concessionaria per Area Geografica e a livello dei singoli Circuiti (per il FDP) in base ai dati Cinetel.

Il risultato di questa operazione è di avere un campione rappresentativo della struttura e del comportamento della Popolazione Italiana rispetto a dati esterni di controllo non campionari, quali quelli Istat e Cinetel.

### ***Materiali forniti***

I risultati della rilevazione Audimovie 2010 sono distribuiti in due varianti di formato:

- Database Pulsar Web consultabile online sul sito [www.audimovie.it](http://www.audimovie.it), per le analisi degli Operatori interessati al mercato Cinema (con "convenzione storica" di ricalcolo dei dati Concessionaria)
- Tavole riassuntive dei dati accessibili in Pulsar Web consultabili online sul sito [www.audimovie.it](http://www.audimovie.it)
- File dati, per le elaborazioni condotte da software house e la produzione del nastro di pianificazione pubblicitaria (con "convenzione attuale" di ricalcolo dei dati Concessionaria e Circuito).

## Indicatori e classificazioni speciali

### Aree Geografiche:

Lo schema di riaggregazione delle regioni in aree geografiche è il seguente:

- Nord Ovest (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia);
- Nord Est (Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna);
- Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio);
- Sud / Isole: (Abruzzi, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna).

### Titolo di Studio:

Il titolo di studio è sempre inteso nel senso di "massimo titolo conseguito".

### Status:

Lo status è rilevato come valutazione soggettiva espressa da parte dell'intervistatore, secondo criteri dati e in riferimento al contesto locale; l'intervistatore usa una scala a sei livelli, successivamente ricodificata in tre.

### Reddito:

Si rilevano sia il reddito dichiarato dall'intervistato che la valutazione soggettiva espressa dall'intervistatore. Nelle elaborazioni si fa riferimento al **reddito medio pro-capite** del nucleo familiare, ottenuto secondo uno schema di calcolo che tiene conto delle *economie di scala* cui vanno incontro le famiglie via via più numerose:

N. comp. nucleo fam. Reddito Totale								
	1	2	3	4	5	6	7	8
< 150 (€)								
151-300 (€)								
301-450 (€)								
451-600 (€)								
601-750 (€)								
751-900 (€)								
901-1.050 (€)								
1.051-1.200 (€)								
1.201-1.350 (€)								
1.351-1.500 (€)								
1.501-1.650 (€)								
1.651-1.800 (€)								
1.801-1.950 (€)								
1.951-2.100 (€)								
2.101-2.250 (€)								
2.251-2.400 (€)								
2.401-2.550 (€)								
2.551-3.050 (€)								
3.051-3.550 (€)								
3.551-4.000 (€)								
4.001-5.000 (€)								
5.001-7.000 (€)								
> 7.000 (€)								





Il valore del reddito medio pro-capite viene riclassificato annualmente in classi i cui limiti sono aggiornati in modo da rispettare al meglio la seguente distribuzione percentuale della popolazione per classe di reddito:

- Basso: 10%	(limiti per SinOmnibus 2009:	fino a Euro 448);
- Medio Basso: 25%	(	da Euro 449 a 717);
- Medio: 40%	(	da Euro 718 a 1.162);
- Medio Alto: 15%	(	da Euro 1.163 a 1.627);
- Alto: 10%	(	oltre Euro 1.628).

Le due classi estremali raccolgono quindi, rispettivamente, il 10% più "povero" e il 10% più "ricco".



## QUESTIONARIO AUDIMOVIE 2010 SU DIALOGATORE

### INTRO

Buongiorno/buonasera gentile panelista.

Come forse Lei sa è cominciata da alcune settimane l'indagine cinema.

Questa indagine prevede questionari che devono essere compilati tutte le settimane, in ogni caso.

Se nessuno nella vostra famiglia si è recato al cinema, l'intervista è brevissima: 1 sola domanda.

E' indispensabile che tutti i panelisti Dialogatore partecipino all'indagine, altrimenti l'indagine fornisce risultati incompleti.

La preghiamo pertanto di ricordare periodicamente ai suoi familiari di conservare i biglietti del cinema e di consegnarli a Lei.

In questo modo ogni intervista dell'indagine cinema le consentirà di acquisire più punti.

Riceverà dei punti anche ogni suo familiare (Lei compreso) che ricorderà di conservare il biglietto e lo consegnerà a Lei in modo che sia fotografato.

La preghiamo inoltre di conservare i biglietti fotografati per eventuali verifiche telefoniche (alcune foto infatti non sono ben visibili, potrebbe essere quindi necessario contattarvi per verificare i dati del biglietto).

### C1

(Al Responsabile Intervista Cinema)

**Buongiorno, le chiediamo di procedere alla compilazione del "QUESTIONARIO INTERVISTA CINEMA" di questa settimana.**

**Nella settimana precedente considerando i giorni da *lunedì* a *domenica* qualcuno nella sua famiglia si è recato in un CINEMA a vedere un FILM ?**

- No → C12
- Sì → C2

### C1a

(Se sì a Dom.C1)

**Per effettuare il seguito dell'intervista è molto importante e utile disporre dei biglietti del cinema che sono stati acquistati nella sua famiglia nella settimana precedente da *lunedì* a *domenica* (fotografando i biglietti si acquisiscono più punti).**

- Proseguo l'intervista: ho i biglietti 1 → C2
- Proseguo l'intervista: i biglietti che mi mancano non posso recuperarli 2 → C2
- Preferisco interrompere e riprendere l'intervista in seguito, quando avrò recuperato i biglietti. 3 → Interrompe

### C2

(Se sì a Dom.C1)

**Nella sua famiglia chi è andato al CINEMA nella settimana precedente da *lunedì* a *domenica*? (multipla, attenzione: consideriamo tutti i componenti della famiglia, anche i bambini piccoli)**

- Componente 1 1
- Componente 2 2
- Componente 3 3
- Componente 4 4



- Componente 5	5
- Componente 6	6
- Componente 7	7
- Componente 8	8
- Componente 9	9



## **SUB-QUESTIONARIO "BIGLIETTO DEL COMPONENTE N"**

*(Porre le domande seguenti per ciascun componente indicato alla Dom.C2)*

### **C3"N"**

*(Per ciascun cod.N a Dom.C2)*

**Parliamo di "Nome del Componente N" .**

**Quante volte è andato al cinema "Nome del Componente N" nella settimana precedente da lunedì a domenica ?**

- |           |   |
|-----------|---|
| - 1 volta | 1 |
| - 2 volte | 2 |
| - 3 volte | 3 |
| - 4 volte | 4 |
| - 5 volte | 5 |
| - 6 volte | 6 |
| - 7 volte | 7 |

### **C3a"N"**

**Le chiederemo ora di fotografare i "M" biglietti del cinema che "Nome del Componente N" ha preso nella settimana precedente da lunedì a domenica.**

CICLARE LE DOMANDE DA Dom.C4"N" "M" FINO A C11"N""M" PER M = NUMERO DI VOLTE INDICATO ALLA DOM.C3. CIOE': LE DOMANDE SEGUENTI VENGONO RIPETUTE PER GLI "M" BIGLIETTI CHE IL FAMILIARE HA GENERATO NEL PERIODO CONSIDERATO.

### **C4"N" "M"**

*Se Cod.M>1 visualizzare: Biglietto numero "M" di "Nome del Componente N". Se Cod.1 a Dom.C3"N" non scrivere nulla. (INFORMATIZZATORE: Questa frase serve per ricordare al panelista che dovrà imputare i dati relativi a più di una uscita al cinema per questo familiare).*

**Lei possiede il biglietto del cinema di "Nome del Componente N" ?**

- No → C5"N" "M"
- sì

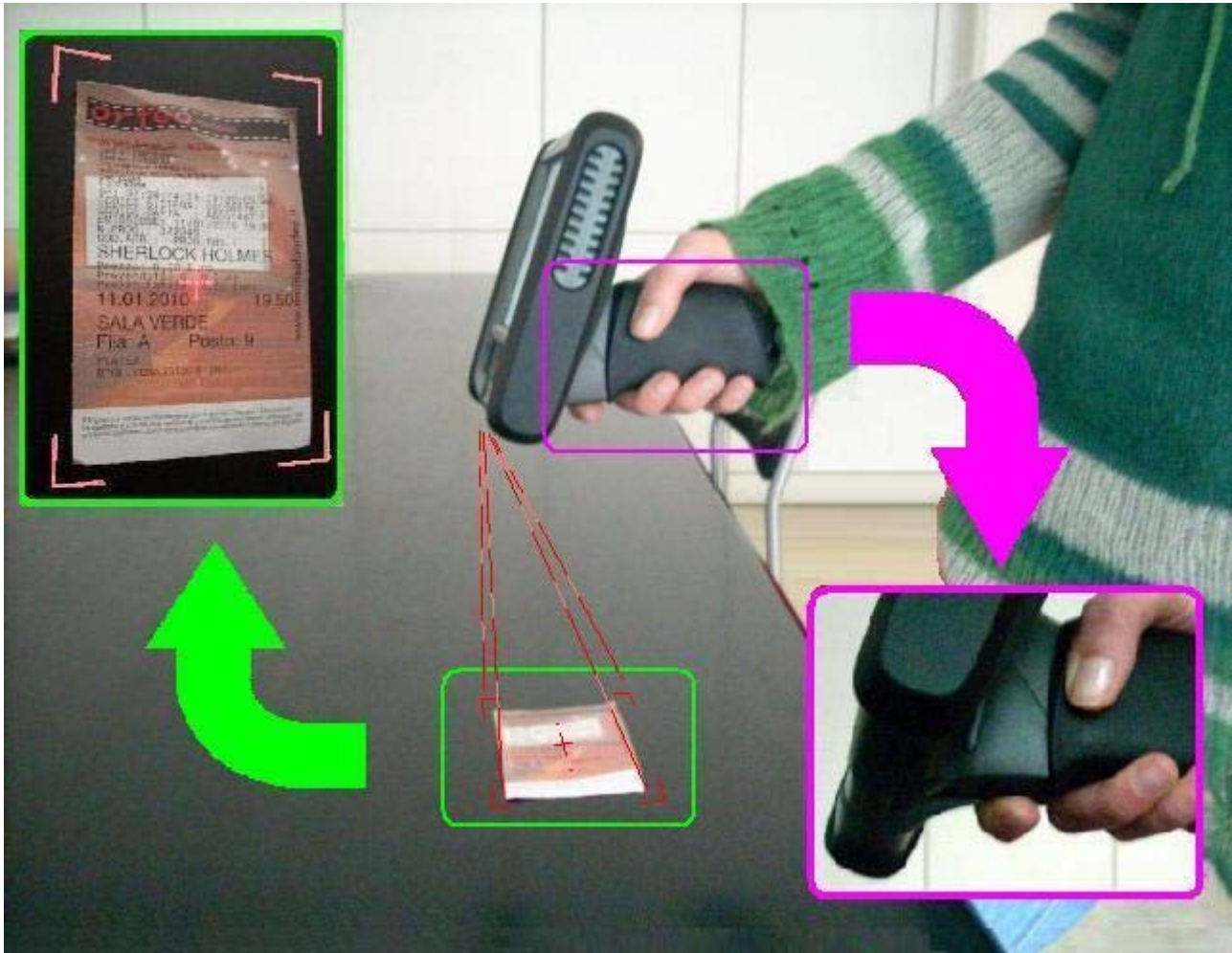
### **C4"N" "M"**

*(Se sì a Dom.C4"N""M")*

**Procediamo ora alla fotografia del biglietto.**

**La preghiamo di assicurarsi di avere inquadrato correttamente il biglietto, in modo che la fotografia sia ben visibile e si possano riconoscere tutti i dati relativi a FILM, CINEMATOGRAFO e SALA.**

**Le ricordiamo che le foto leggibili assicurano più punti: per questo motivo Le consigliamo di illuminare il locale il meglio possibile (tapparella alzata, lampadario acceso, ecc..) e di inquadrare il biglietto come presentato nella foto di esempio.**



**Ora impugnate il Dialogatore come una pistola, si accerti che il laser rosso inquadri il biglietto del cinema. Attenzione: fotografare il biglietto inquadrando NOME CINEMA e SALA e fotografare SEMPRE un biglietto alla volta.**

Controlli che il Cinema, il giorno, l'ora, il film e la Sala del cinema sul biglietto siano leggibili.

Ha controllato che il biglietto sia ben visibile (se deve poter leggere il Cinema, il giorno, l'ora, il film e la Sala del cinema) ?

Se cos' non fosse e alcuni di questi dati non si dovessero vedere, la preghiamo di scattare una nuova fotografia.

**Grazie per la foto.**

**Le ricordo che le FOTO LEGGIBILI perché sono state BEN INQUADRATE, assicurano PIU' PUNTI.**

**LA PREGHIAMO INOLTRE DI CONSERVARE I BIGLIETTI FOTOGRAFATI, PER EVENTUALI VERIFICHE TELEFONICHE (alcune foto infatti non sono ben visibili, e potrebbe quindi essere necessario contattarvi per verificare i dati del biglietto)**

**Le ricordiamo che se la fotografia risultasse non leggibile potrà ricevere una telefonata per rilevare nuovamente i dati relativi a questo biglietto.**



**In questo caso tuttavia non potranno esserle riconosciuti tutti i punti cui dà diritto una fotografia leggibile del biglietto.**

(procedere con le sezioni degli altri componenti della famiglia, oppure passare a C12)

**C5"N" "M"**

*(Se no a Dom.C4"N"M")*

**Per quale ragione non dispone del biglietto del cinema di "Componente N" ?**

- il mio familiare non ha conservato il biglietto/ lo ha perso 1
- il mio familiare ha conservato il biglietto ma non lo ha consegnato a me 2
- non sapevo/ non ricordavo di dover conservare i biglietti del cinema 3

**C6"N" "M"**

*Se cod.1 a Dom.C5"N"M", "il mio familiare non ha conservato il biglietto")*

**Le chiediamo allora di registrare manualmente tutti i dati relativi a questo biglietto.**

**Di quale FILM si trattava ?**

\_\_\_\_\_

- non sa/ non ricorda 0

**C7"N" "M"**

*(Se cod.1 a Dom.C5"N"M", "il mio familiare non ha conservato il biglietto")*

**Qual è la LOCALITA' e il NOME DEL CINEMA, cioè la struttura in cui "Nome del Componente N" si è recato ?**

LOCALITA': \_\_\_\_\_

- non sa/ non ricorda 0

NOME CINEMA: \_\_\_\_\_

- non sa/ non ricorda 0

**C8"N" "M"**

*(Se cod.1 a Dom.C5"N"M", "il mio familiare non ha conservato il biglietto")*

**In quale SALA del cinema ha assistito al film ?**

\_\_\_\_\_

- è un cinematografo con una sola sala X

- non sa/ non ricorda 0

**C9"N" "M"**

*Se cod.1 a Dom.C5"N"M", "il mio familiare non ha conservato il biglietto")*

**In quale GIORNO è stato visto questo FILM nella settimana precedente da *lunedì* a *domenica* ?**

- Lunedì 1
- Martedì 2
- Mercoledì 3



- Giovedì	4
- Venerdì	5
- Sabato	6
- Domenica	7

### **C10"N" "M"**

*Se cod. 1 a Dom. C5"N" "M", "il mio familiare non ha conservato il biglietto")*

**Qual è stato l'ORARIO DI INIZIO del film ?**

- mattina (fino alle ore 13.30)	1
- primo pomeriggio (dalle 13.35 alle 16.00)	2
- secondo pomeriggio (dalle 16.05 alle 19)	3
- prima serata (dalle 19.05 alle 21.30)	4
- secondo spettacolo (dalle 21.30 in poi)	5

### **C10"N" "M"**

*(Se cod. 1 a Dom. C5"N" "M", "il mio familiare non ha conservato il biglietto")*

**In futuro la preghiamo di ricordare ai suoi familiari di conservare i biglietti del cinema e di consegnarli a Lei.**

**In questo modo i dati sono rilevati in modo perfetto.**

**Inoltre lei riceve più punti per la "raccolta punti" Dialogatore.**

*(Procedere con gli altri componenti della famiglia. Altrimenti chiudere)*

TERMINARE GLI "M" CICLI DI DOMANDE RELATIVI AL COMPONENTE "N" DELLA FAMIGLIA.  
DOPODICHE' RIPRENDERE DA DOM. C3"N" "M" PER GLI ALTRI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA CITATI A  
DOM. C2.

### **C12**

(A TUTTI)

**Grazie per l'intervista.**

**Le ricordiamo che fra circa una settimana riceverà il prossimo "Questionario Cinema".**

**Per svolgere correttamente l'intervista è necessario FOTOGRAFARE TUTTI I BIGLIETTI DEL CINEMA CHE SONO STATI ACQUISTATI NELLA SUA FAMIGLIA.**

**La preghiamo pertanto di RICORDARE periodicamente ai suoi familiari di CONSERVARE I BIGLIETTI DEL CINEMA, e di CONSEGNAIRLI a Lei.**

**In questo modo ogni intervista dell'"Indagine CINEMA" le consentirà di acquisire PIU' PUNTI.**

**LA PREGHIAMO INOLTRE DI CONSERVARE I BIGLIETTI FOTOGRAFATI, PER EVENTUALI VERIFICHE TELEFONICHE (alcune foto infatti non sono ben visibili, e potrebbe quindi essere necessario contattarvi per verificare i dati del biglietto).**



## ALLEGATO A (RIPARTIZIONE TEMPORALE DEI FILE DATI MENSILI)

Anno	Ciclo	Settimana	Data dal	Data al	Ciclo	Settimana	Data dal	Data al
2010	1	1	03/01/2010	09/01/2010	7	27	04/07/2010	10/07/2010
2010	1	2	10/01/2010	16/01/2010	7	28	11/07/2010	17/07/2010
2010	1	3	17/01/2010	23/01/2010	7	29	18/07/2010	24/07/2010
2010	1	4	24/01/2010	30/01/2010	7	30	25/07/2010	31/07/2010
2010	2	5	31/01/2010	06/02/2010	8	31	01/08/2010	07/08/2010
2010	2	6	07/02/2010	13/02/2010	8	32	08/08/2010	14/08/2010
2010	2	7	14/02/2010	20/02/2010	8	33	15/08/2010	21/08/2010
2010	2	8	21/02/2010	27/02/2010	8	34	22/08/2010	28/08/2010
2010	3	9	28/02/2010	06/03/2010	9	35	29/08/2010	04/09/2010
2010	3	10	07/03/2010	13/03/2010	9	36	05/09/2010	11/09/2010
2010	3	11	14/03/2010	20/03/2010	9	37	12/09/2010	18/09/2010
2010	3	12	21/03/2010	27/03/2010	9	38	19/09/2010	25/09/2010
2010	3	13	28/03/2010	03/04/2010	9	39	26/09/2010	02/10/2010
2010	4	14	04/04/2010	10/04/2010	10	40	03/10/2010	09/10/2010
2010	4	15	11/04/2010	17/04/2010	10	41	10/10/2010	16/10/2010
2010	4	16	18/04/2010	24/04/2010	10	42	17/10/2010	23/10/2010
2010	4	17	25/04/2010	01/05/2010	10	43	24/10/2010	30/10/2010
2010	5	18	02/05/2010	08/05/2010	11	44	31/10/2010	06/11/2010
2010	5	19	09/05/2010	15/05/2010	11	45	07/11/2010	13/11/2010
2010	5	20	16/05/2010	22/05/2010	11	46	14/11/2010	20/11/2010
2010	5	21	23/05/2010	29/05/2010	11	47	21/11/2010	27/11/2010
2010	6	22	30/05/2010	05/06/2010	12	48	28/11/2010	04/12/2010
2010	6	23	06/06/2010	12/06/2010	12	49	05/12/2010	11/12/2010
2010	6	24	13/06/2010	19/06/2010	12	50	12/12/2010	18/12/2010
2010	6	25	20/06/2010	26/06/2010	12	51	19/12/2010	25/12/2010
2010	6	26	27/06/2010	03/07/2010	12	52	26/12/2010	01/01/2011