

**AUDIMOVIE**  
**INDAGINE QUALI-QUANTITATIVA CONTINUATIVA 2009**  
ANNO 2009

### **Caratteristiche generali**

L'indagine Quali-Quantitativa Continuativa di Audimovie ha la finalità di offrire al mercato informazioni sull'utenza del mezzo cinema.

Tali informazioni completano le indicazioni fornite dall'indagine Quantitativa di Audimovie (fornita da Cinetel) sui biglietti del cinema venduti in Italia in ogni periodo di riferimento.

L'indagine Quali-Quantitativa Continuativa fornisce infatti le stime sull'estensione e i profili dei seguenti target:

- gli utenti del cinema negli ultimi 12 mesi, 30 giorni, 15 giorni e negli ultimi 7 giorni
- gli utenti del cinema che negli ultimi 7 giorni hanno assistito ad un film nelle sale cinematografiche che rientrano nei circuiti di diffusione pubblicitaria delle Concessionarie Sipra, Opus e Moviemedia.

### **La metodologia di rilevazione in sintesi**

La rilevazione SinOmnibus, all'interno della quale viene effettuata l'intervista "Quali-Quantitativa Continuativa" Audimovie, ha le seguenti caratteristiche:

- interviste personali domiciliari con l'ausilio del computer (CAPI)
- rappresentative a livello nazionale della popolazione italiana dai 14 anni in su
- 2.500 interviste ogni settimana (suddivise in 10 campioni da 250 casi), per 44 settimane nell'anno solare<sup>1</sup>
- quindi 110.000 interviste ogni anno.

La rilevazione SinOmnibus consente di ottenere:

- una numerosità di interviste molto ampia, per consentire l'analisi di target anche circoscritti
- distribuite nel corso dell'anno: in modo da seguire la fruizione del cinema nei vari periodi dell'anno (sia di alta che di bassa stagione).

---

<sup>1</sup> Rispetto alle 52 settimane dell'anno sono infatti escluse: la settimana 1 (1-6 gennaio), le settimane 30, 31, 32, 33, 34, 35 (21 luglio-31 agosto), le settimane 52 e 53 (22 - 31 dicembre).

In tali settimane, a causa dei rilevanti spostamenti al di fuori del proprio centro di residenza per vacanze/ ferie, non è possibile garantire la realizzazione di campioni settimanali che siano rappresentativi della popolazione nazionale italiana.

## Le interviste

Le interviste sono condotte tra il lunedì e la domenica di ogni settimana.

Per ogni unità di rilevazione di 250 casi sono coinvolti circa 50 intervistatori (in circa 45 punti campione): ogni intervistatore deve condurre circa 5 interviste la settimana.

In totale, tenuto conto anche delle rotazioni periodiche dei punti campione, nella rilevazione sono coinvolti circa 700 intervistatori appositamente formati.

Gli intervistatori vengono istruiti mediante briefing scritto e seguiti costantemente con contatti telefonici.

Le interviste di SinOmnibus vengono condotte personalmente, al domicilio della persona intervistata, a seguito della selezione casuale sul territorio da punti di partenza assegnati; in caso di "caduta" (rifiuti, interviste incomplete) l'individuo è sostituito secondo quota. Il coordinamento del fieldwork è svolto centralmente dall'istituto di ricerca e con l'ausilio di supervisori locali.

La qualità del fieldwork è controllata tramite controlli telefonici, secondo gli standard ASSIRM.

## Il questionario

Le domande che compongono il questionario sono illustrate nella seconda parte di questo documento.

Per tutelare massimamente la qualità della rilevazione per Audimovie, il questionario dedicato al cinema viene collocato a rotazione con le altre sezioni dell'intervista SinOmnibus, nella prima metà dell'intervista.

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, l'universo considerato coincide con la totalità degli italiani dai 14 anni in poi<sup>2</sup>.

E' lo stesso universo considerato da Sinottica. L'unità finale di campionamento è quindi l'individuo, maschio e femmina, dai 14 anni in poi. Il reperimento degli individui da intervistare è casuale.

- Totale Universo di riferimento = **49.105.000** individui
- pertanto: 1 punto percentuale = **491.050** individui

La definizione della consistenza e della struttura di tale Universo viene effettuata ogni anno a partire dagli aggiornamenti sulla struttura della popolazione italiani effettuati dall'Istat, con particolare riferimento all'indagine "Forze di Lavoro", che a loro volta aggiornano i dati dell'ultimo Censimento disponibile.

## Campione: assegnazione, controllo e bilanciamento

La rilevazione di Sin Omnibus è suddivisa su base settimanale in 10 campioni settimanali di 250 casi ciascuno. Ognuno di tali campioni è costruito per essere rappresentativo dell'universo di riferimento e viene pertanto assegnato specificamente in base a quote calcolate a partire da:

- distribuzione di "Area Geografica" incrociata per "Ampiezza del Centro di residenza"
- distribuzione di "Sesso" incrociato per "Età".

I punti campione che costituiscono ciascun campione dell'indagine sono selezionati in base alla distribuzione territoriale ("Area Geografica" incrociata per "Ampiezza del Centro di residenza").

Nell'ambito di ciascun punto campione selezionato in base alla precedente distribuzione, ciascun intervistatore riceve settimanalmente una assegnazione di quote di intervista che derivano dalla allocazione delle quote calcolate a partire dalla distribuzione di "Sesso" incrociato per "Età".

---

<sup>2</sup> Sono esclusi dalla rilevazione alcune categorie di individui che non sono intervistabili per oggettive ragioni di tipo "logistico": lungodegenti, carcerati, individui che vivono in "convivenze" (es.: monasteri), ecc.. Tali soggetti ammontano a circa 2,8 milioni di individui.

In genere, in qualsiasi ricerca 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<sup>3</sup>. Quindi, normalmente si procede ad una ponderazione del campione: un procedimento statistico che ha lo scopo di correggere queste differenze assicurando una perfetta rappresentatività e affidabilità dei dati.

Per SinOmnibus, l'Istituto ha da tempo messo a punto delle procedure di field e di ponderazione che offrono la massima garanzia di affidabilità. In particolare sono stati fatti accordi con ISTAT al fine di ottenere periodicamente, ogniqualvolta l'Istituto Superiore dispone di dati nuovi, una elaborazione personalizzata e condotta seguendo i criteri necessari alla corretta definizione del campione di SinOmnibus. Ciò consente due vantaggi: quello di ottenere dati di riferimento esattamente tagliati secondo le esigenze di SinOmnibus (infatti, spesso è difficile reperire sui volumi pre-confezionati da Istat lo specifico incrocio dei dati di cui si necessita) e quello di accedere ai dati ufficiali in anticipo rispetto alla loro pubblicazione.

Per l'indagine SinOmnibus, in fase di rientro delle interviste, il processo prevede il bilanciamento di ciascun campione in termini di:

- distribuzione di "Area Geografica" incrociata per "Ampiezza del Centro di residenza"
- distribuzione di "Sesso" incrociato per "Età"
- distribuzione di "Titolo di Studio"
- distribuzione di "Professione".

Come risultato finale di questi controlli incrociati, per ogni rilevazione settimanale di Audimovie si ha un campione settimanale di 2.500 casi che rispecchia perfettamente la struttura della popolazione rispetto a tutti i parametri elencati.

Di seguito mostriamo:

- il confronto fra le distribuzioni marginali del campione rientrato al termine del field e quelle del campione finale ottenuto dopo il controllo e il bilanciamento (tabelle 1-5)
- i dati di incrocio sull'universo di riferimento di SinOmnibus 2009 (tabelle 6-7)

---

<sup>3</sup> In particolare, sulla base di studi metodologici ormai consolidati e in virtù di una lunga esperienza di ricerca, è possibile affermare che qualsiasi tipo di field e di campionamento tenderà inevitabilmente a produrre campioni in cui la quota di individui con titoli di studio e/o professioni più elevate sarà maggiore di quella naturale". Ciò per vari motivi: tali persone sentendosi più sicure di sé subiscono meno la "paura dell'esame" che sempre tende a suscitare un'intervista fatta di domande, inoltre sono più curiose e aperte alle novità, capiscono di più il senso e l'importanza delle attività di ricerca sociale e di mercato e, infine, sono anche più desiderose di dare il loro contributo esprimendo le proprie opinioni.

**Confronto fra le distribuzioni marginali del campione rientrato al termine del field e quelle del campione finale ottenuto dopo il controllo e il bilanciamento**

*Tab. 1 – Confronto tra campione rientrato e campione ponderato (analisi per aree geografiche)*

<b>AREE GEOGRAFICHE</b>	<b>Campione non ponderato</b>	<b>Campione ponderato</b>
<b><i>Nord Ovest</i></b>	25,1	26,8
Piemonte/ Valle d'Aosta	7,2	8,0
Lombardia	14,2	14,9
Liguria	3,7	3,9
<b><i>Nord Est</i></b>	17,2	18,8
Trentino/ Veneto/ Friuli	10,0	11,7
Emilia Romagna	7,2	7,1
<b><i>Centro</i></b>	20,4	19,6
Toscana	6,9	6,7
Marche/ Umbria	4,0	3,7
Lazio	9,5	9,2
<b><i>Sud + Isole</i></b>	37,3	34,8
<b><i>Sud</i></b>	25,4	23,8
Abruzzo/ Molise	3,3	3,1
Campania	9,8	8,6
Puglia	7,8	7,8
Calabria/ Basilicata	4,5	4,3
<b><i>Isole</i></b>	1,9	11,0
Sicilia	8,9	8,5
Sardegna	3,0	2,5

*Tab. 2 – Confronto tra campione rientrato e campione ponderato (analisi per ampiezza centri)*

<b>AMPIEZZA CENTRI</b>	<b>Campione non ponderato</b>	<b>Campione ponderato</b>
Fino a 5000 abitanti	14,8	15,4
Da 5000 a 10.000 abitanti	16,3	16,2
Da 10.000 a 30.000 abitanti	19,3	20,7
Da 30.000 a 100.000 abitanti	24,9	24,5
Da 100.000 a 500.000 abitanti	11,3	11,1
Oltre 500.000 abitanti	13,4	12,1

*Tab. 3 – Confronto tra campione rientrato e campione ponderato (analisi per età)*

<b>ETA'</b>	<b>Campione non ponderato</b>	<b>Campione ponderato</b>
14/17 anni	5,3	4,5
18/24 anni	10,7	8,3
25/34 anni	16,5	16,0
35/44 anni	19,5	18,8
45/54 anni	16,7	15,6
55/64 anni	13,5	14,0
Oltre 64 anni	17,8	22,8

*Tab. 4 – Confronto tra campione rientrato e campione ponderato (analisi per titolo di studio)*

<b>TITOLO DI STUDIO</b>	<b>Campione non ponderato</b>	<b>Campione ponderato</b>
laurea	9,8	8,0
medio superiore	41,8	28,0
medio inferiore	34,1	37,6
elementare	14,3	26,4

*Tab. 5 – Confronto tra campione rientrato e campione ponderato (analisi per professione)*

<b>PROFESSIONE</b>	<b>Campione non ponderato</b>	<b>Campione ponderato</b>
imprenditore/libero professionista	5,5	2,8
artigiano/commerciante	7,6	8,8
dirigente/quadro/ funzionario	1,6	1,3
impiegato/insegnante	21,1	15,5
operaio	12,7	16,0
casalinga	13,7	16,4
studente	13,1	9,2
pensionato	20,4	20,8
non occupato	4,3	9,2

Tab. 6 - Distribuzione per Ripart. Geografica ed Ampiezza Centro (% sul totale)

Ripartizione Geografica	Ampiezza Centro di Residenza in migliaia di abitanti						
	TOTALE	0-5	05-10	10-30	30-100	100-500	>500
<b>Nord – Ovest</b>	26,80	6,23	4,57	4,70	5,70	1,13	4,47
<b>Nord – Est</b>	18,80	2,27	4,53	4,27	3,33	4,40	0,00
<b>Centro</b>	19,60	1,97	2,03	3,43	5,37	2,00	4,80
<b>Sud e Isole</b>	34,80	4,96	5,04	8,29	10,11	3,60	2,80
<b>TOTALE</b>	100,00	15,43	16,17	20,68	24,52	11,13	12,07

Tab. 7 - Distribuzione per Sesso, ed Età (% sul totale)

	Classe d'Età in anni compiuti								
	TOTALE	14/17	18/24	25/34	35/44	45/54	55/64	65/74	oltre 74
<b>Maschi</b>	48,00	2,33	4,47	8,00	9,20	7,6	6,8	6,56	3,05
<b>Femmine</b>	52,00	2,13	3,87	8,00	9,60	8	7,2	8,83	4,38
<b>TOTALE</b>	100,00	4,45	8,34	16,00	18,80	15,60	14,00	15,39	7,43

## 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".

## Materiali forniti

I risultati della rilevazione Audimovie 2009 sono distribuiti in due varianti di formato:

- Database Pulsar
- File dati (per le eventuali elaborazioni condotte da software house).

Per ciascuno di questi formati si prevedono le seguenti delivery:

### ■ Database Audimovie 2009 MENSILE:

- E' il database strutturato per fare analisi sulla frequentazione al cinema nel corso dei **singoli mesi** dell'anno 2009
- E' predisposto per elaborazioni mese per mese, non per elaborazioni sul "Totale anno": i valori dell'espansione all'universo sono impostati per **analisi corrette sui singoli mesi**
- A fronte della evoluzione del questionario, si prevedono tre gruppi di consegne:
  - rilevazioni dei mesi di Gennaio, Febbraio e Marzo
  - rilevazioni dei mesi di Aprile e Maggio
  - rilevazioni da Giugno a Dicembre.

### ■ database Audimovie 2009 ANNUALE:

- E' il database strutturato per fare analisi sulla frequentazione al cinema nel corso dell'anno 2009 (dati in media annuale)
- E' predisposto per elaborazioni sul totale dell'anno 2009, non per elaborazioni sui singoli mesi dell'anno: i valori dell'espansione all'universo sono impostati per analisi corrette sul "**Totale anno**", non sui singoli mesi
- Raccoglie tutte le informazioni rilevate nel 2009 e verrà fornito all'inizio del Gennaio 2010.

# Questionario Audimovie

## Indagine Quali-Quantitativa Continuativa 2009

### A: FREQUENZA AL CINEMA

Parliamo ora di cinema.

**A1. Negli ultimi 12 mesi Lei è andato al cinema?**

- SI 1
- NO 2 → dati classificazione

**A2. Lei negli ultimi 30 giorni è andato al cinema ?**

- SI 1
- NO 2 → dati classificazione

Se si

**A3. Quante volte?**

**A4. Lei negli ultimi 15 giorni è andato al cinema?**

- SI 1
- NO 2 → dati classificazione

Se si

**A5. Quante volte?**

**A6. Lei negli ultimi 7 giorni è andato al cinema?**

- SI 1
- NO 2 → dati classificazione

Se si

**A7. Quante volte?**

**A8. In quale/i giorno/i della settimana?**

- Lunedì 1
- Martedì 2
- Mercoledì 3
- Giovedì 4
- Venerdì 5
- Sabato 6
- Domenica 7

**B: FILM E COORDINATE SPAZIO – TEMPORALI DELL'USCITA AL CINEMA NEGLI ULTIMI 7 GIORNI**

(per chi ha indicato più di una volta nei 7 giorni, le domande dalla B1 alla B6 vengono proposte per ciascuna delle volte in cui è stato al cinema)

**B1. Quale/i film ha visto ?**

▪ \_\_\_\_\_

**B2. All'incirca a che ora cominciava/no il/i film ?**

- indicare l'ora |\_\_ : \_\_|

(approssimare alla mezz'ora, es.: 20.00, 20.30, 21.00, ecc.)

**B3. In quale/i cinema si è recato ?**

- indicare con precisione il nome del cinema: \_\_\_\_\_ (non ricorda il nome = 0)

**B4. Era accompagnato da bambini di età compresa tra 4/14 anni?**

- SI 1

- NO 2

Se sì

**B5. Quanti?**

**B6. In quale fascia d'età**

- 4/7 anni

- 8/14 anni