

12 maggio 2010 10:53

ITALIA: Media. Aumentano i consumatori multimediali



Cresce il consumo di internet e delle tv satellitari, mentre la televisione generalista e' stabile cosi' come, sostanzialmente - c'e' una lieve diminuzione - i quotidiani e i settimanali che mantengono i loro lettori abituali perdendo invece i cosiddetti occasionali. Sale anche l'ascolto della radio. E' quanto risulta, in sintesi, dall'indagine Eurisko Media Monitor sulla multimedialita'.

La societa' di ricerca ha analizzato le scelte di mille persone al mese per sette mesi nell'arco di tempo fra febbraio e dicembre 2009. I risultati sono stati presentati oggi, fra gli altri, dall'ad di GfK Eurisko Remo Lucchi e sono diretti alle aziende che potranno avere una 'idea precisa' su dove e come distribuire la loro pubblicita'.

Dal 2006 al 2009 l'esposizione alla tv generalista e' praticamente dal 100% al 99% (almeno 10 minuti al giorno), mentre la crescita dell'utilizzo della rete sale dal 18% al 32 (almeno 4/5 volte a settimana) e quella della tv satellitare passa da circa il 20% al 31% con tre aree: lo sport, l'intrattenimento che attira di piu' il pubblico femminile e la 'medialita' cool', cioe' lo stile di un gruppo giovanile elitario con professioni concentrate nel terziario avanzato.

La stampa, in questo periodo, 'imputata di avere maggiori ricadute di penetrazioni', ha una diminuzione piuttosto contenuta che riguarda le cosiddette periferie socio culturali: i quotidiani perdono 2-3 punti percentuali dal 30% al 27-28% (lettura 4-5 volte alla settimana). La radio va dal 48 al 52%.

Stabile al 4% la free-press.