

Sommarario

Testata	Data	Pag.	Titolo	p.
1. FIEG				
Pubblicità Italia	30/09/2015	10	Audipress, focus sul target Top	1
Daily Media	07/07/2015	1	Audipress: la fedeltà di lettura della stampa quotidiana e periodica è superiore alla media per il target Top	3
Messaggero (Il)	08/07/2015	16	Crescono i lettori Top dei quotidiani grazie all'integrazione carta-digitale	4
Provincia (La) - Quotidiano di Cremona	07/07/2015	6	Editoria, mensili e settimanali I lettori sono in forte aumento	5
Avvenire	08/07/2015	20	Audipress, studio su target lettori: le classi «top» leggono sia carta sia digitale	6
Ansa	06/07/2015	1	Editoria: Audipress, lettori 'top' usano carta e digitale. Prima indagine su target socio-economico-culturale elevato	7
Quotidiano di Sicilia	08/07/2015	22	Lettura stampa quotidiana e periodica Nuovo focus di approfondimento Audipress	8
2. FIEG - WEB				
Pubblicità Italia Today	07/07/2015	1	Audipress pubblica il primo focus sul segmento Top relativo ai dati 2015/-	9
Pubbli.com Now!	07/07/2015	1	Audipress: in primo piano il segmento Top	10

Audipress, focus sul target Top

S Audipress, focus on the Top target

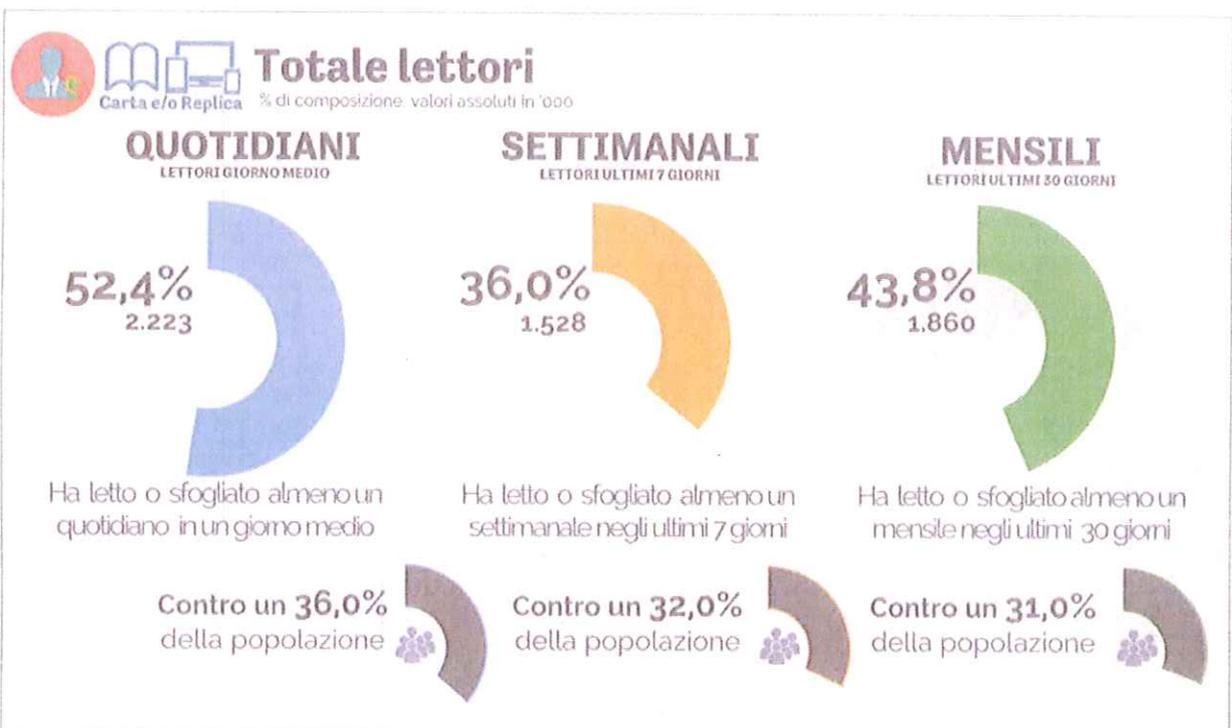
a cura della redazione

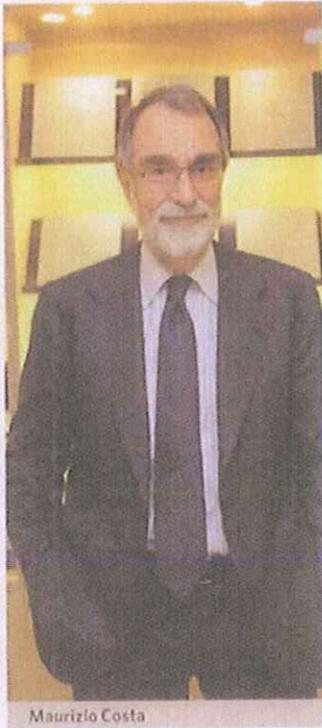
Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target Top, con un risultato su tutti: tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%) **S** With its first in-depth focus study, a benchmark survey relating to Italian newspapers and magazines provides an insight into the reading habits of the Top target

“Ogni giorno più della metà degli italiani del segmento Top legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili”: lo dichiara il presidente di **Audipress**, **Maurizio Costa**, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia pre-

sente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento in analisi a un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che “tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digi- ▶

“E very day more than half of Italians in this segment read a newspaper: +16.4% than the total population. The difference from the National average is bigger also concerning the reading of magazines: +4% for weeklies and +12.8% for monthlies”. This is what **Maurizio Costa**, the President of **Audipress**, has declared. These figures reflect how much the press is important for this specific segment of the population, selected on the basis of their social status and profession. The introduction of the digital version of newspapers has brought the readership of the Top segment to a higher level, increasing the opportunities of reading. Costa explains that “these readers make use both of the paper and the digital version twi- ▶





Maurizio Costa

piezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati **Audi-press** 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito. Con questo primo approfondimento "si avvia un nuovo percorso - aggiunge Costa - che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca". ■

ce as much as the average of the total population (10.7% against 4.8%)". The use of the press is an important part of the daily habits of this target in all of its socio-demographic declinations (gender, age, etc...), and it is not influenced by the readers' geographical position or by the size of their town. The importance of this particular medium is confirmed also by the amount of copies bought by each single person or by the single families and by the above average loyalty to reading. The data published concerning the Top target are the result of an ad hoc elaboration made by Doxa on the **Audi-press** database 2015/I. The segment comprises the elite (highest social class) and some individuals who are considered part of the medium-high social class for their (or their wage earner's) high professional position. For example, part of this group features Entrepreneurs, Self Employed people, Managers and Middle Managers. The combination of all these variables allowed the selection of a sample group corresponding to 8% of the Italian adult population (age 14 or older), with the socio-demographic characteristics typical of the highest wage earners. This first in-depth study "marks the beginning of a new process - adds Costa - that will conduct more focus studies on the reading behaviour of the Italian population, that will be periodically made available on the Agency's website, optimizing the value of research data". ■

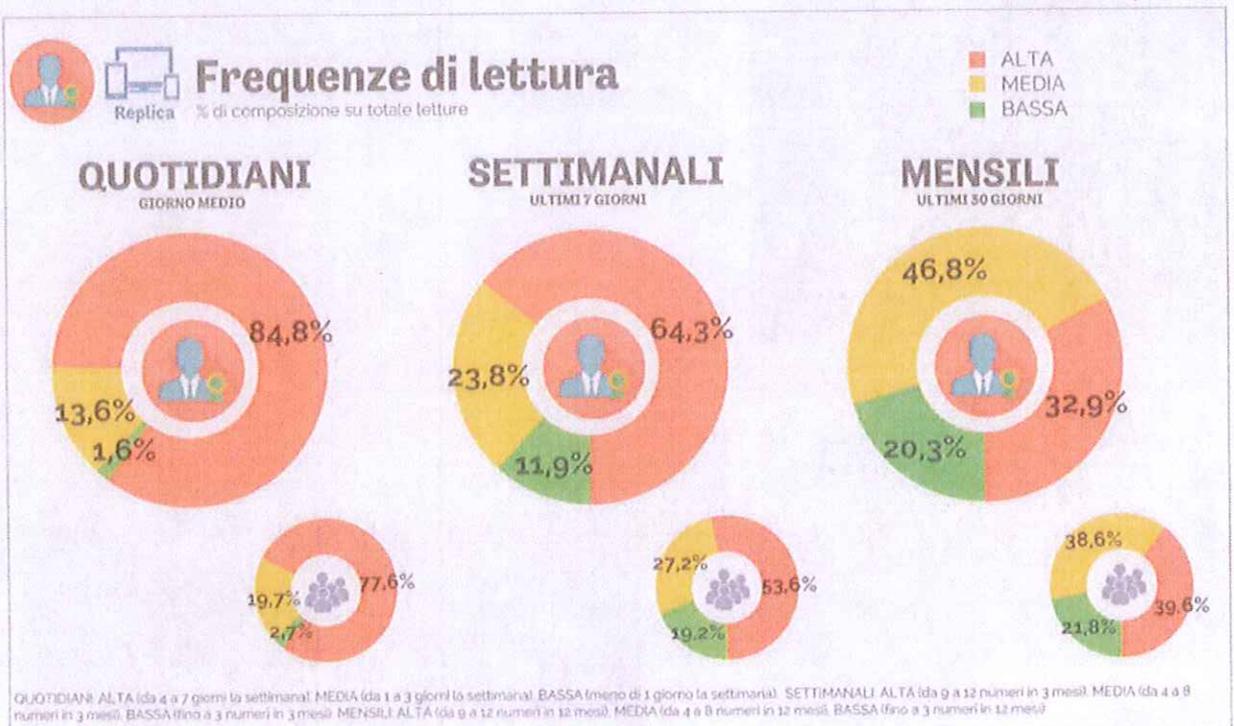
tale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)". La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa am-



Per la ricerca completa:

Selpress è un'agenzia autorizzata da Repertorio Promopress

Ritaglio stampa ad uso esclusivo interno, non riproducibile



Audipress: la fedeltà di lettura della stampa quotidiana e periodica è superiore alla media per il target Top



Maurizio Costa

La società presieduta da **Maurizio Costa** ha pubblicato il suo primo focus di approfondimento, dedicato alla penetrazione del mezzo tra il più qualificato segmento della popolazione

Studi Audipress svela il suo primo focus: i quotidiani e i periodici parte della dieta mediatica del target Top

Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress**, l'indagine sulla lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia, rileva l'esperienza della lettura nel target Top. "Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, il 16,4% in più rispetto alla popolazione totale. Anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili", spiega **Maurizio Costa**, presidente di Audipress, nel rilevare come que-

sti numeri dimostrino quanto è come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. "Tra questi lettori, è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7%

vs 4,8%)". La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche, mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia, e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati **Audipress** 2015/1. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore), alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe socia-

le medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito. Con questo primo approfondimento, conclude Costa, "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".



Focus **Audipress****Crescono i lettori Top dei quotidiani grazie all'integrazione carta-digitale**

Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress**, l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia, rileva l'esperienza della lettura nel target Top. «Ogni giorno più della metà degli italiani di tale segmento legge un quotidiano (+16,4% rispetto alla popolazione totale); anche per i settimanali e i mensili cresce la differenza rispetto alla media nazionale (+4% nei lettori dei settimanali e +12,8% per i mensili)». Così il presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, nel rilevare come tali numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta

mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento Top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che «tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)». La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini dei lettori Top nelle varie declinazioni del target.



Editoria, mensili e settimanali I lettori sono in forte aumento

MILANO — Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** — l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia — rileva l'esperienza della lettura nel target Top. «Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili». Così il presidente di **Audipress**, **Maurizio Costa**, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popola-



Un lettore

zione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento Top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che «tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale: 10,7% contro il 4,8%». La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni.



Editoria. Audipress, studio su target lettori: le classi «top» leggono sia carta sia digitale

Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target top. «Ogni giorno - dichiara il Presidente di Audipress, **Maurizio Costa** - più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili».

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la lettura complessiva del segmento top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che «tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% contro 4,8%)».

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche, mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei Comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati **Audipress** 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre),



**Editoria: Audipress, lettori 'top' usano carta e digitale.
Prima indagine su target socio-economico-culturale elevato**

(ANSA) - ROMA, 6 LUG - Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target TOP. "Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali - si legge in una nota - ha portato la readership complessiva del segmento TOP ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che oppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)". La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/I. Per la costruzione del segmento - spiega Audipress - è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito. Con questo primo approfondimento - informa il Presidente Costa - "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca". (ANSA).



Letture stampa quotidiana e periodica Nuovo focus di approfondimento **Audipress**

ROMA - Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target TOP. "Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Con questo primo approfondimento - informa il Presidente Costa - "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".



IL PRESIDENTE COSTA: "PREVISTI ULTERIORI APPROFONDIMENTI"

Audipress pubblica il primo focus sul segmento Top relativo ai dati 2015/I

In questa fascia i lettori di quotidiani sono il 52,4% contro il 36% della popolazione totale

[pagina 18]

IL PRESIDENTE COSTA: "PREVISTI ULTERIORI APPROFONDIMENTI"

Audipress pubblica il primo focus sul segmento TOP

Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target TOP. "Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, rileva come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento

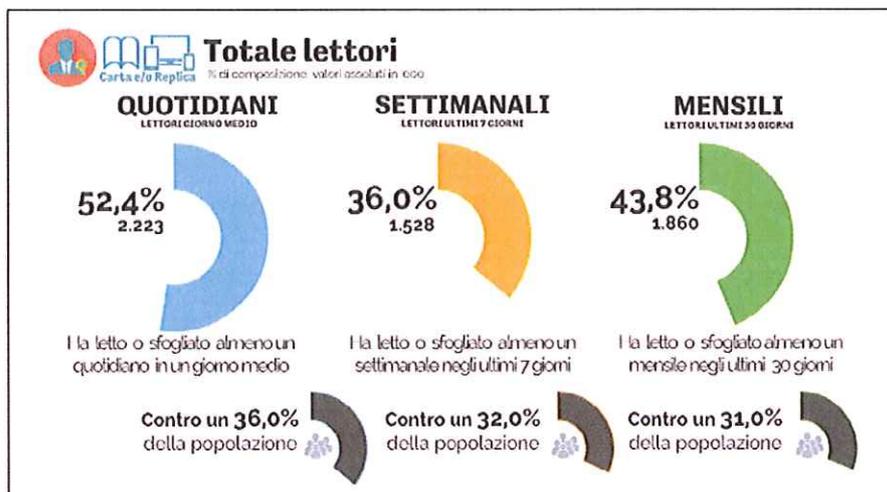
TOP a un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, ecc...), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da **Doxa** sulla banca dati **Audipress 2015/I**. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla qua-

le si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri.

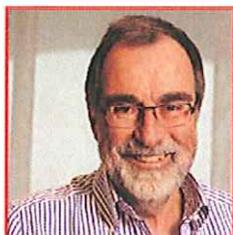
La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito. Con questo primo approfondimento, conferma il presidente Costa "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".

per i dati completi
CLICCA QUI



MEDIA E MULTIMEDIA

pagina 11

Audipress: in primo piano il segmento Top

Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress – l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia – rileva l'esperienza della lettura nel target Top. «Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, spiega il presidente **Maurizio Costa**.

Nuovo Focus Audipress: in primo piano il segmento Top della popolazione italiana



Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** – l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia – rileva l'esperienza della lettura nel target Top. «Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popo-

lazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili»: così il presidente di **Audipress**, **Maurizio Costa**, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella

dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento Top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che «tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)». La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni socio-demografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il

risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati **Audipress 2015/I**. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito. Con questo primo approfondimento – informa il presidente Costa – «si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca».

Sommario

Testata	Data	Pag.	Titolo	p.
1. FIEG - WEB				
MilanoOnline.com	06/07/2015	1	Nuovo Focus Audipress	1
Noodls.com	07/07/2015	1	Lettura della stampa: nuovo focus audipress. in primo piano il segmento top della popolazione	2

Nuovo Focus **Audipress**

IN PRIMO PIANO IL SEGMENTO TOP DELLA POPOLAZIONE ITALIANA

IL PRESIDENTE COSTA: UNA COPERTURA CAPILLARE E UN ORIENTAMENTO MULTISUPPORTO PER LA STAMPA CARATTERIZZANO IL TARGET SOCIO-

Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target TOP.

alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili"

Presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'**introduzione** della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del *digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".*

media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa

sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio- demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Con questo primo approfondimento - informa il Presidente Costa - *"si avvia un nuovo periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".*

[Scarica il Focus Target Top 2015/I](#)

Milano, 6 luglio 2015

AUDIPRESS SRL



LETTURA DELLA STAMPA: NUOVO FOCUS AUDIPRESS. IN PRIMO PIANO IL SEGMENTO TOP DELLA POPOLAZIONE

Milano, 6 luglio 2015 - Con il suo [primo focus di approfondimento](#), Audipress - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target TOP.

"Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, 16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, 4% per i lettori dei settimanali e 12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, [Maurizio Costa](#), nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Con questo primo approfondimento - informa il Presidente Costa - "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".



Sommarrio altri articoli WEB

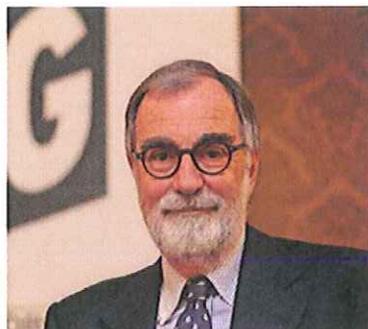
Testata	Data	Titolo	p.
itgenial.it corrierecomunicazioni.it	06/07/2015	Audipress: lettori "top" più propensi al digitale	1
eitalia.net	06/07/2015	Audipress: lettori "top" più propensi al digitale	2
article.wn.com noodis.com	06/07/2015	Lettura della stampa: nuovo focus Audipress. In primo piano il segmento top della popolazione	3, 4
italiagrafica.com	07/07/2015	Audipress analizza le abitudini di lettura della classe sociale "top"	5
editoria.tv	07/07/2015	Abitudini di lettura, un'indagine Audipress svela i lettori "top"	6, 7
pubblicitaitalia.it 247.libero.it	07/07/2015	Audipress pubblica il primo focus sul segmento top	8
it.finance.yahoo.com	07/07/2015	Oltre metà italiani "top" legge un quotidiano al giorno	9
webindustry.it	07/07/2015	Cartaceo o digitale? Come si leggono i quotidiani e i periodici in Italia?	10
giornalistaitalia.it	07/07/2015	Nuovo focus Audipress per la lettura della stampa	11

LO STUDIO

Audipress: lettori "top" più propensi al digitale

Focus di approfondimento sul segmento socio-professionale più qualificato della popolazione italiana. Dove la percentuale di chi in un mese legge un quotidiano o una rivista da pc, tablet o smartphone è più del doppio (10,7%) della media generale (4,6%)

di [Antonello Salerno](#)



"Ogni giorno più della metà degli italiani nel target "top" legge un quotidiano, segnando un +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". A spiegarlo è **Maurizio Costa** (nella foto), presidente di **Audipress**, a commento del primo focus di approfondimento realizzato da **Audipress** sul target socio-professionale più qualificato della popolazione italiana, che fotografa quanto il mezzo stampa sia presente nella

dieta mediatica i questo segmento di popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

Quella dei lettori "top", secondo lo studio, è una categoria che brilla anche per la propensione verso le edizioni digitali dei quotidiani e dei periodici. "L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento Top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura - sottolinea **Costa** - tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale".

Nello specifico, le persone del segmento in esame che hanno consultato nell'ultimo mese un quotidiano o un periodico in versione digitale è del 10,7%, contro il 4,6 della media generale. Rapporto che rimane quasi invariato considerando i lettori su base settimanale, dove nel segmento top i lettori "digitali" sono il 9,1%, contro il 3,6% della media complessiva.

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), spiega una nota di **Audipress**, mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da **Doxa** sulla banca dati **Audipress 2015/I**. Per la costruzione del segmento, spiega Audipress, è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. "La combinazione delle variabili prescelte - spiega il comunicato - ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

"Con questo primo approfondimento - conclude il presidente **Costa** - si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".

Leggi altre notizie su

COSTA

MATEMATICA

GIORNALI

SOCIOLOGIA

ANTONELLO SALERNO

Audipress: lettori "top" più propensi al digitale

1 visita | 6 Luglio - Corriere delle Comunicazioni - Antonello Salerno

Mi piace Tweet Condividi E-Mail

[HOME](#)»[IT World](#)» Audipress: lettori "top" più propensi al digitale Audipress: lettori "top" più propensi al digitale
LO STUDIO

Focus di approfondimento sul segmento socio-professionale più qualificato della popolazione italiana. Dove la percentuale di chi in un mese legge un quotidiano o una rivista da pc, tablet o smartphone è più del doppio (10,7%) della media generale (4,6%) di Antonello Salerno "Ogni giorno più della metà degli italiani nel target "top" legge un quotidiano, segnando un +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". A spiegarlo è **Maurizio Costa** (nella foto), presidente di **Audipress**, a commento del primo focus di approfondimento realizzato da Audipress sul target socio professionale più qualificato della popolazione italiana, che fotografa quanto il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica i questo segmento di popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

Quella dei lettori "top", secondo lo studio, è una categoria che brilla anche per la propensione verso le edizioni digitali dei quotidiani e dei periodici. "L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento Top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura - sottolinea **Costa** - tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale".

Nello specifico, le persone del segmento in esame che hanno consultato nell'ultimo mese un quotidiano o un periodico in versione digitale è del 10,7%, contro il 4,6 della media generale. Rapporto che rimane quasi invariato considerando i lettori su base settimanale, dove nel segmento top i lettori "digitali" sono il 9,1%, contro il 3,6% della media complessiva.

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), spiega una nota di **Audipress**, mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da **Doxa** sulla banca dati **Audipress 2015/I**. Per la costruzione del segmento, spiega Audipress, è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. "La combinazione delle variabili prescelte - spiega il comunicato - ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

"Con questo primo approfondimento - conclude il presidente **Costa** - si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca". ©RIPRODUZIONE RISERVATA 06 Luglio 2015

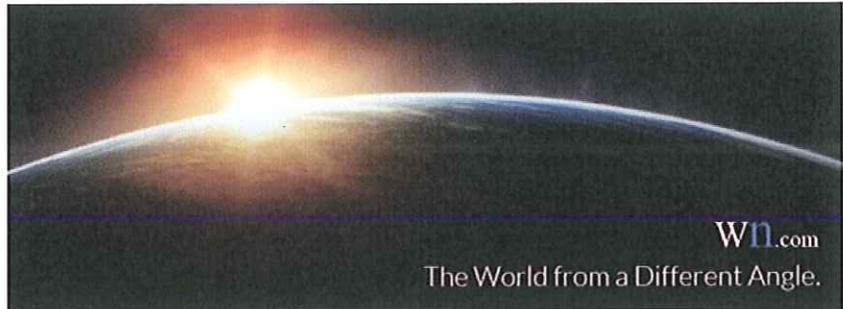
Mi piace Tweet Condividi E-Mail

[Articolo originale](#)

LETTURA DELLA STAMPA: NUOVO FOCUS AUDIPRESS. IN PRIMO PIANO IL SEGMENTO TOP DELLA POPOLAZIONE (FIEG - Federazione Italiana Editori Giornali)

Trending News

- EDUCAZIONE SIBERIANA
- Sara Tommasi
- Grand Hotel Rai
- iPhone 6s
- SQUADRA ANTIMAFIA 7
- Naïke Rivelli
- Fedez
- Casamonica
- Lucio Battisti
- Matilde Mourinho



S (ource: FIEG - Federazione Italiana Editori Giornali) Milano, 6 luglio 2015 - Con il suo , Audipress - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel...

Public Technologies 2015-07-06



Like 0 +1 0 Tweet 0

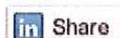
[Read Full Article](#)
[Related Videos](#)
[News Article Search](#)

L'articolo completo rimanda a:

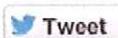
<http://www.noodls.com/view/C8E43C798F7CCB1740FF802DB269A91DFAB852E6?1717xxx1436202263>

LETTURA DELLA STAMPA: NUOVO FOCUS AUDIPRESS. IN PRIMO PIANO IL SEGMENTO TOP DELLA POPOLAZIONE

distributed by noodls on 06/07/2015 15:32



0



0



0



0



Milano, 6 luglio 2015 - Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress - l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia - rileva l'esperienza della lettura nel target TOP.

"Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, 16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, 4% per i lettori dei settimanali e 12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, Maurizio Costa, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è

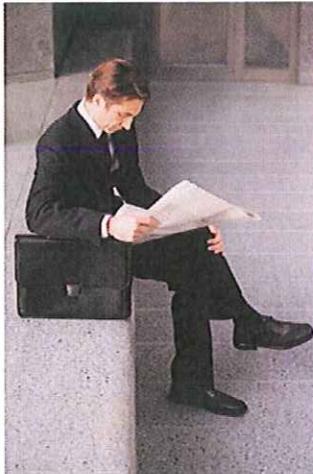
Mercato&trend

Audipress analizza le abitudini di lettura della classe sociale "top"

di Redazione | lug 7, 2015 in Dalle associazioni - 0 Commenti

Condividi quest'articolo

- Twitter
- Digg
- Delicious
- Facebook
- Stumble
- Subscribe by RSS



Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress – l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia – rileva l'esperienza della lettura nel target TOP. «Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili». Così il Presidente di Audipress, Maurizio Costa, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di

questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP a un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che «tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)».

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/1. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Con questo primo approfondimento – informa il Presidente Costa – «si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca».

Condividi:



Abitudini di lettura, un'indagine Audipress svela i lettori "top"

← Prec Pros →

di Andrea Esposito | EDITORIA | 31 luglio 2015 | 0 commenti | 500.4 votes



Edizione 2015/I

Focus su target di popolazione: segmento Top



I lettori appartenenti a classi elevate dai punti di vista sociale, economico e culturale leggono più della media italiana. Su carta o in versione digitale la lettura è un elemento importante nella loro dieta mediatica

Audipress rende noti i risultati del primo approfondimento e rileva **l'esperienza di lettura del target "top" in Italia**. Questo focus dell'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia analizza le abitudini del target socio-economico-culturale elevato. Il presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, spiega che *"ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,6% per i lettori dei mensili"*.

Questi numeri mettono bene in evidenza quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. Anche l'introduzione della versione digitale dei giornali, moltiplicando le possibilità di lettura, ha aumentato il gap tra il segmento "top" e la media italiana. Lo stesso Costa evidenzia che *"tra questisti lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,6%)"*.

Variabili come sesso, classi di età, aree geografiche, comuni di appartenenza non sembrano influenzare le abitudini di lettura, **il mezzo stampa è ben integrato nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni**. A prevalere è ancora la copia acquistata personalmente o in famiglia, ma il legame con la stampa viene espresso anche da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target "top" sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/I. Audipress spiega che per la costruzione del segmento *"è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri"*. Unendo le variabili prese in considerazione è stato possibile estrarre un campione che corrisponde all'8% della popolazione italiana

adulta (dai 14 anni in su), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Questo sarà il primo di una serie di approfondimenti, come sottolinea il presidente Costa, con cui *"si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca"*.



★★★★★ (5.00/4 votes)

AUDIOPRESS, LETTORI, LETTURA, MAURIZIO COSTA



SCRITTO DA ANDREA ESPOSITO

Giornalista e seo copywriter. Laureato in Scienze della Comunicazione, lavoro dal 2009 nell'ambito della comunicazione (organizzazione di eventi e congressi, addetto stampa, autore, editor e redattore per prodotti web-televisivi e per testate giornalistiche online).



CHI



CI

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA | DIGITAL | PITCH | WORLD | PEOPLE

/ ricerche

AUDIPRESS PUBBLICA IL PRIMO FOCUS SUL SEGMENTO TOP

7 LUGLIO 2015



Con il suo primo focus di approfondimento, **Audipress** – l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia – rileva l'esperienza della lettura nel target TOP. "Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le

differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, **Maurizio Costa**, rileva come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali. L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP a un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, ecc...), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media. I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da **Doxa** sulla banca dati Audipress 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri.

La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito. Con questo primo approfondimento, conferma il presidente Costa "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".

[Per i dati completi clicca qui](#)

L&

10
M
M
CC

10
M
D
E

9.
M
SI

9.
M
X
gi

9.
M

YAHOO! FINANZA ITALIA

Q Cerca

amazon.it

Matite colorate Premier Prismacolor 132/Pkg: €127,98

HOME QUOTAZIONI MIO PORTAFOGLIO NOTIZIE FINANZA PERSONALE

TUTTI I TEMI ULTIME NOTIZIE SOLO SU YAHOO FINANZA INFOGRAFICHE LOBBY D'ITALIA CLASSIFICHE E FOTO VIDEONI

Inserisci simbolo Cerca quotazioni

gio 10 set 2015 17:1

Oltre metà italiani "top" legge un quotidiano al giorno

asknews

Da Red-Rcc | Asknews - mar 7 lug 2015 17:15 CEST

f Condividi | Tweet | in Share | +1 | Pin it

Roma, 7 lug. (asknews) - Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress, l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia, rileva l'esperienza della lettura nel target TOP. "Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, +16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, +4% per i lettori dei settimanali e +12,8% per i lettori dei mensili". Così il Presidente di Audipress, Maurizio Costa, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento TOP ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea infatti Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015/I. Per la costruzione del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri. La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Con questo primo approfondimento, informa il Presidente Costa, "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca".

COSA STA SU

- NOME
- Ftse Mib
- Eurostoxx 50
- Ftse 100
- Dax
- Dow Jones
- Nikkei 225

SCOPRI LE NOSTRE FONTI: CLICCA SUL LOGO PER LEGGERE TUTTI GLI ARTICOLI DEI PROVIDER E TROVA IL TUO PREFERITO

YAHOO! FINANZA ITALIA | adnkronos | asknews | TREND ONLINE

borsainside | Finanza.com | LaPresse



Cartaceo o digitale? Come si leggono i quotidiani e i periodici in Italia?

08/07/2015

Audipress, con il suo primo focus di approfondimento, ha rilevato l'esperienza di lettura di un target selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali corrispondente all'**8% della popolazione adulta italiana** (14 anni e oltre).

Nelle **abitudini di lettura** del segmento Top, costituito per la maggior parte da uomini over 35, laureati, imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri, che vivono nel Nord-est e Centro Italia con più elevato reddito familiare, l'introduzione della versione **digitale** ha generato un **aumento del numero di versioni lette**.

A fronte di una minore presenza di individui che leggono esclusivamente la versione cartacea rispetto al totale popolazione, fra i **lettori Top** raddoppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, **cartaceo e digitale**, rispetto alla popolazione totale: **10,7% vs 4,8%**.

Circa il 95% del segmento Top ha letto o sfogliato almeno una testata negli ultimi 30 giorni in versione cartacea o digitale, contro un 87,0% della popolazione.

La quota dei **lettori di copie digitali** si conferma **più del doppio rispetto alla popolazione**, con oltre il 9% del segmento.

[Leggi la news di Audipress](#)

Costa (Fieg) "L'introduzione della versione digitale dei giornali valorizza la ricerca"

Nuovo Focus Audipress per la lettura della stampa



Scritto da Redazione il 08/07/2015 in Editoria, Statistiche | Commenti disabilitati

Lettori della stampa Ultimi 30 giorni

% di composizione, valori assoluti in '000

94,7%
4.019



Carta e/o Replica

87,0%
48.617

Circa il 95% del segmento Top ha letto o sfogliato almeno una testata negli ultimi 30 giorni in versione cartacea o digitale replica, contro un 87,0% della popolazione.

La quota dei lettori di copie digitali pesa più del doppio: il **10,7%** contro un 4,6%.

10,7%
453



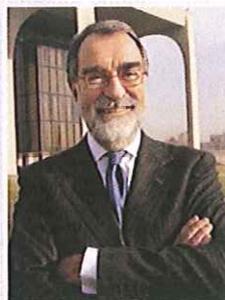
Replica

4,6%
2.447



MILANO – Con il suo primo focus di approfondimento, Audipress – l'indagine ufficiale di riferimento per la lettura della stampa quotidiana e periodica in Italia – rileva l'esperienza della lettura nel target Top.

"Ogni giorno più della metà degli italiani di questo segmento legge un quotidiano, 16,4% rispetto alla popolazione totale, e anche per i settimanali e i mensili crescono le differenze rispetto alla media nazionale, 4% per i lettori dei settimanali e 12,8% per i lettori dei mensili". Così il presidente di Audipress, Maurizio Costa, nel rilevare come questi numeri dimostrino quanto e come il mezzo stampa sia presente nella dieta mediatica di questo qualificato segmento della popolazione, selezionato in base allo status sociale e alle caratteristiche professionali.



Maurizio Costa

L'introduzione della versione digitale dei giornali ha portato la readership complessiva del segmento Top ad un livello superiore, moltiplicando le possibilità di lettura. Sottolinea, infatti, Costa che "tra questi lettori è più che doppia la quota di coloro che leggono su entrambi i supporti, cartaceo e digitale, rispetto alla popolazione totale (10,7% vs 4,8%)".

La fruizione del mezzo stampa è integrata nelle abitudini del target in tutte le sue declinazioni sociodemografiche (sesso, classi di età, eccetera), mentre non sembra influenzata dalle aree geografiche o dalla diversa ampiezza dei comuni. Il legame con il mezzo è confermato anche dal prevalere della copia comprata personalmente o in famiglia e da una fedeltà di lettura sopra la media.

I dati pubblicati per il target Top sono il risultato di un'elaborazione ad hoc effettuata da Doxa sulla banca dati Audipress 2015.1. Per la costruzione

del segmento è stata selezionata l'élite (classe sociale superiore) alla quale si è aggiunta una quota di individui appartenenti alla classe sociale medio superiore con professione (propria o del capofamiglia) di livello elevato, come imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri.

La combinazione delle variabili prescelte ha permesso di estrarre una quota corrispondente all'8% della popolazione adulta italiana (14 anni e oltre), con caratteristiche socio-demografiche corrispondenti a quelle dei maggiori percettori di reddito.

Con questo primo approfondimento – informa il presidente Costa – "si avvia un nuovo percorso che prevederà ulteriori focus sui comportamenti di lettura della popolazione italiana, periodicamente resi disponibili sul sito dell'Istituto, valorizzando i dati della ricerca". I risultati della ricerca



pdf



Facebook



Twitter



E-mail