

Osservatorio del mercato dell'audiovisivo

Audicinema 2009-Rai Cinema



La ricerca Audicinema 2009 è stata realizzata da Rai Cinema. Questa presentazione, curata da Elena Nigra del Centro Studi Media di Sipra ne contiene un estratto rielaborato.

NOTA METODOLOGICA

OBIETTIVO: la ricerca fornisce 4 output (schede ante e post visione, osservatorio del mercato audiovisivo e analisi ad hoc) con obiettivi differenziati. L'Osservatorio del mercato audiovisivo fornisce un'analisi accurata sullo studio del trend del consumo dei media con particolare attenzione per il mezzo cinema.

METODOLOGIA: la rilevazione avviene attraverso due sistemi, il Telepanel e l'Oversample.

Telepanel: 9.500 individui (campione stratificato per nucleo secondo i parametri Istat).

Oversample: 20.000 individui reclutati fuori dalle sale.

Ogni week end viene intervistato il 25% del campione Telepanel e il 25% dell'Oversample .
L'Osservatorio del mercato audiovisivo viene costruito una volta l'anno sull'intero campione rilevato.

Glossario spettatori cinema

ALTO FREQUENTANTI: almeno una volta al mese

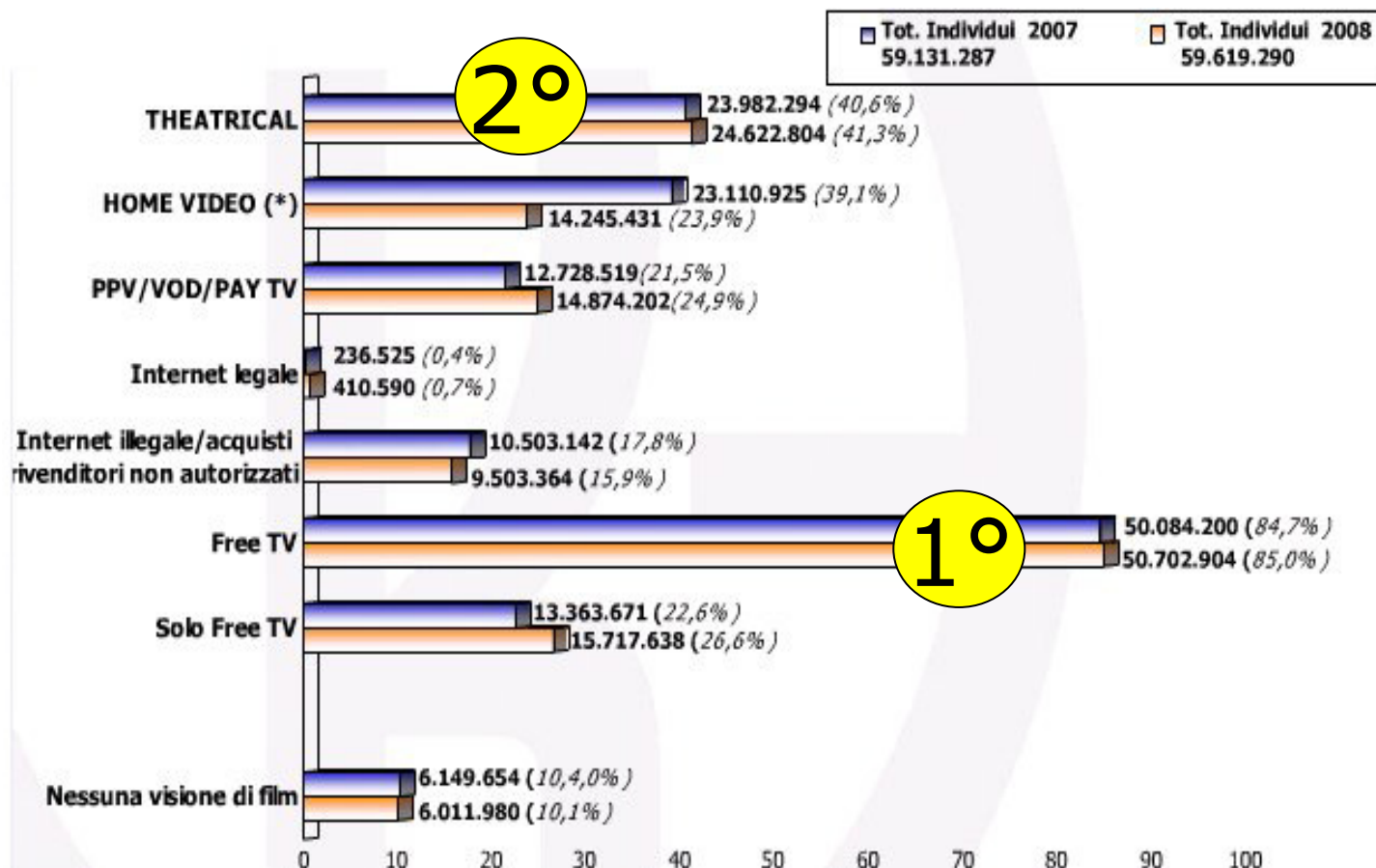
BASSO FREQUENTANTI: meno di una volta al mese

IPER FREQUENTANTI: almeno una volta a settimana

CLIENTI: almeno una volta l'anno.

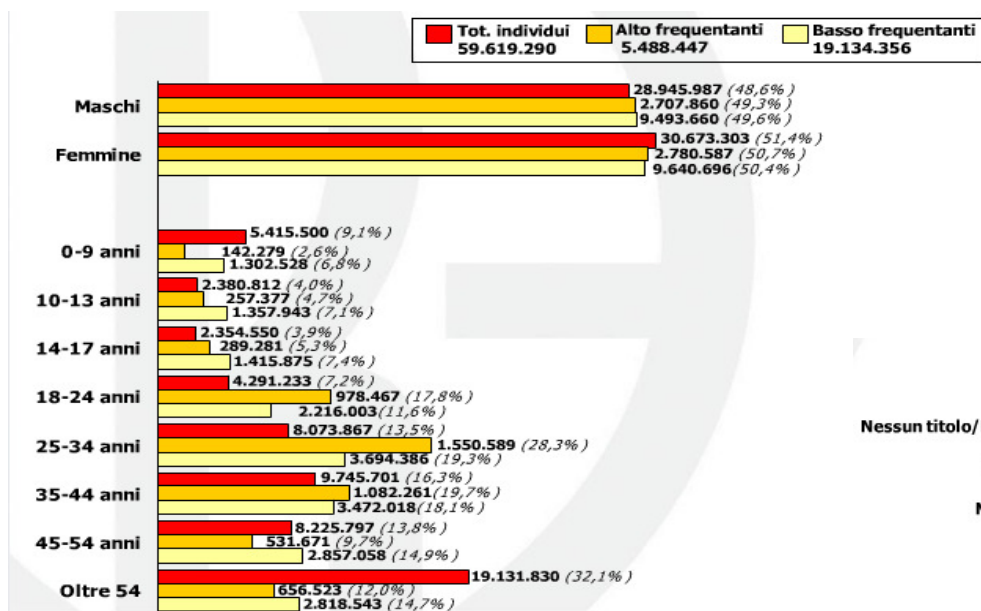
IL CINEMA È IN POLE POSITION TRA I CANALI DI VISIONE DEI FILM CINEMATOGRAFICI, SECONDO SOLO ALLA FREE TV

Domanda "Nel corso dell'ultimo anno con quale/i dei modi seguenti lei ha visto film realizzati per il cinema?".



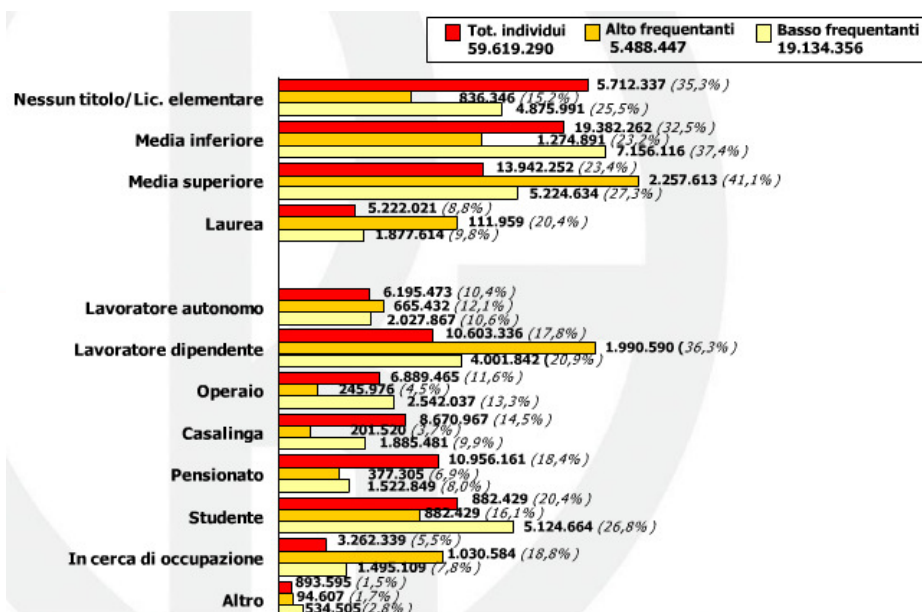
LO SPETTATORE CINEMA È GIOVANE E COLTO

I clienti della sala



**Alto frequentanti
18-44 anni
66%**

**Alto frequentanti
Media Superiore o
Laurea
61.5%**



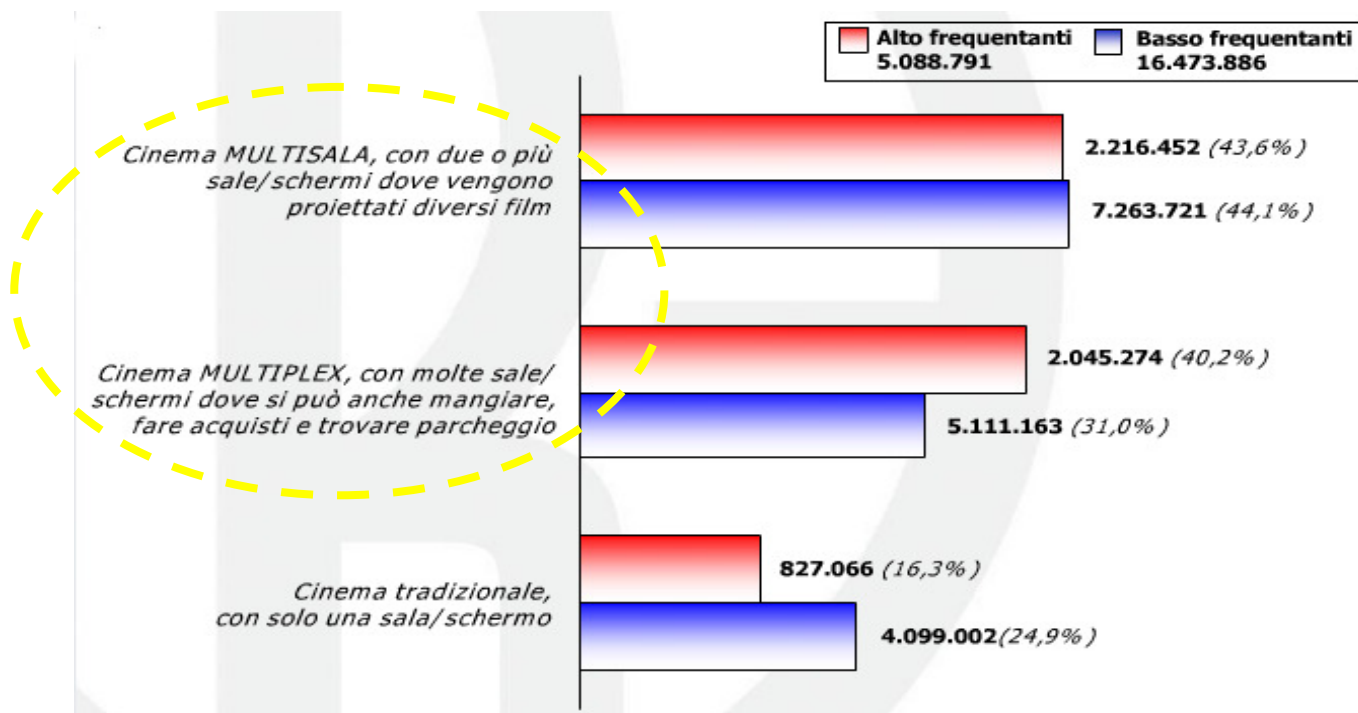
AMA L'EVENTO CINEMA

Domanda "Per quali motivi lei sceglie di vedere un film in una sala cinematografica?".
Base: alto frequentanti 5.088.791, basso frequentanti 16.473.886. (Risposta multipla).



PREFERISCE L'AMBIENTE CONFORTEVOLE DELLE MULTISALA

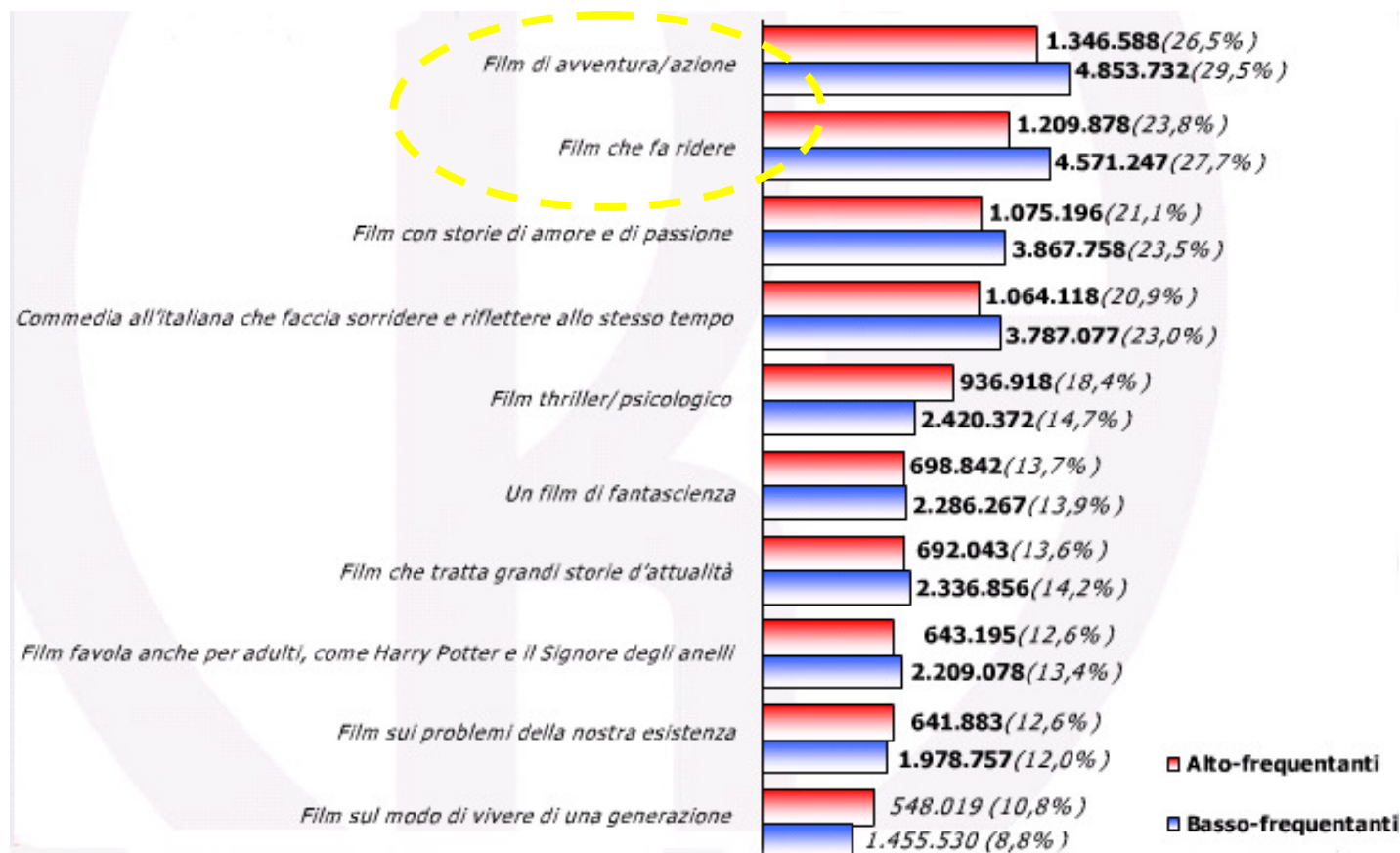
Domanda "Tra le tipologie di sale di seguito elencate quale risponde meglio alla sua idea di sala ideale?". Base: clienti sala. (Risposta singola).



AMA PELLICOLE D'AZIONE E/O CHE FANNO RIDERE

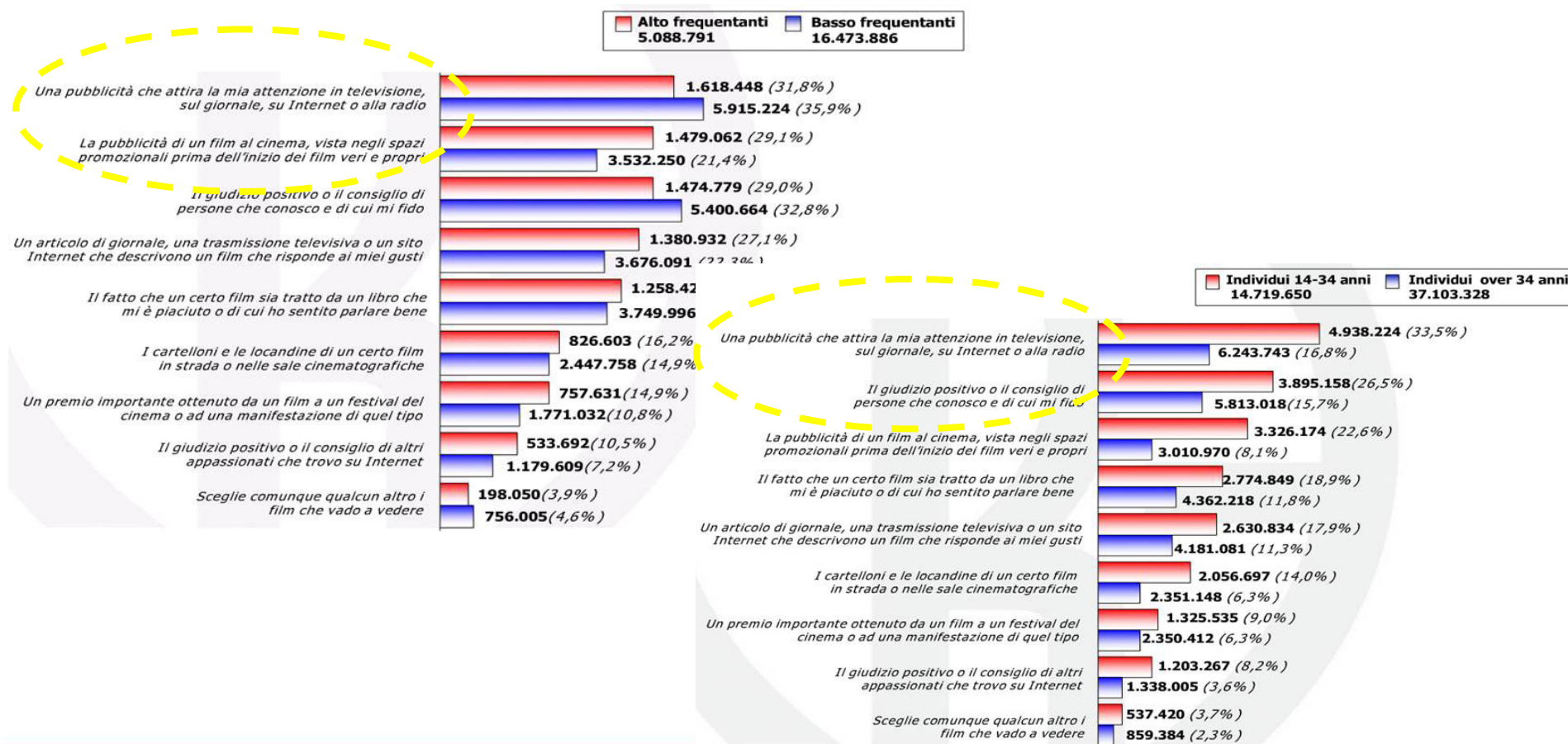
Domanda "Se avesse la possibilità di poter vedere realizzato il film che più si avvicina ai suoi gusti, cosa le piacerebbe vedere al cinema in questo periodo?"

Base: alto frequentanti 5.088791, basso frequentanti 16.473.886. (Risposta multipla).



SCEGLIE I FILM ATTRATTO DAGLI SPOT PUBBLICITARI E DAI CONSIGLI DEGLI AMICI

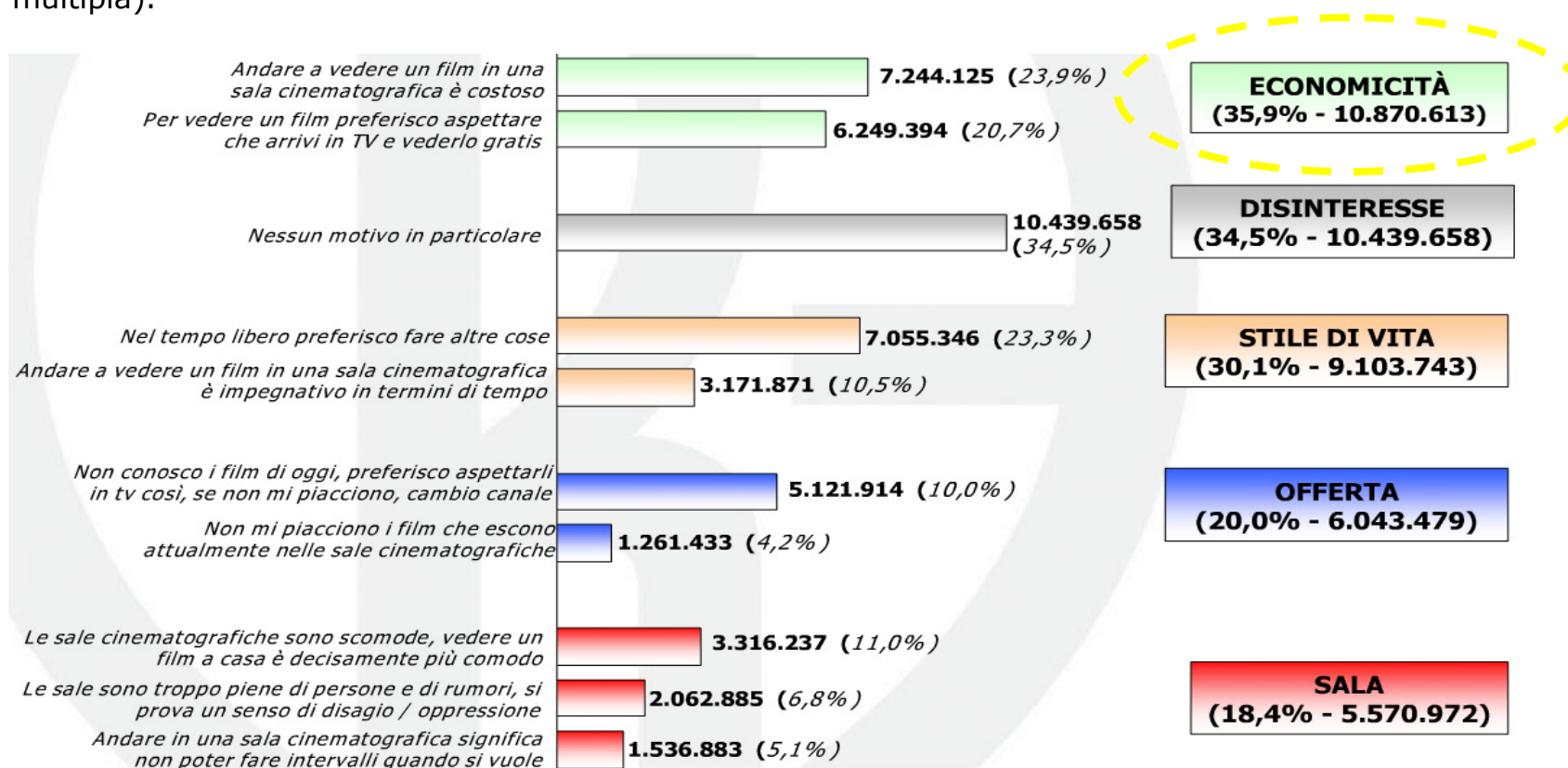
Domanda "Generalmente, cosa la spinge maggiormente ad andare a vedere un film al cinema?".
Base: clienti sala. (Risposta multipla).



CHI NON VA AL CINEMA LO FA PRINCIPALMENTE PER UN MOTIVO ECONOMICO

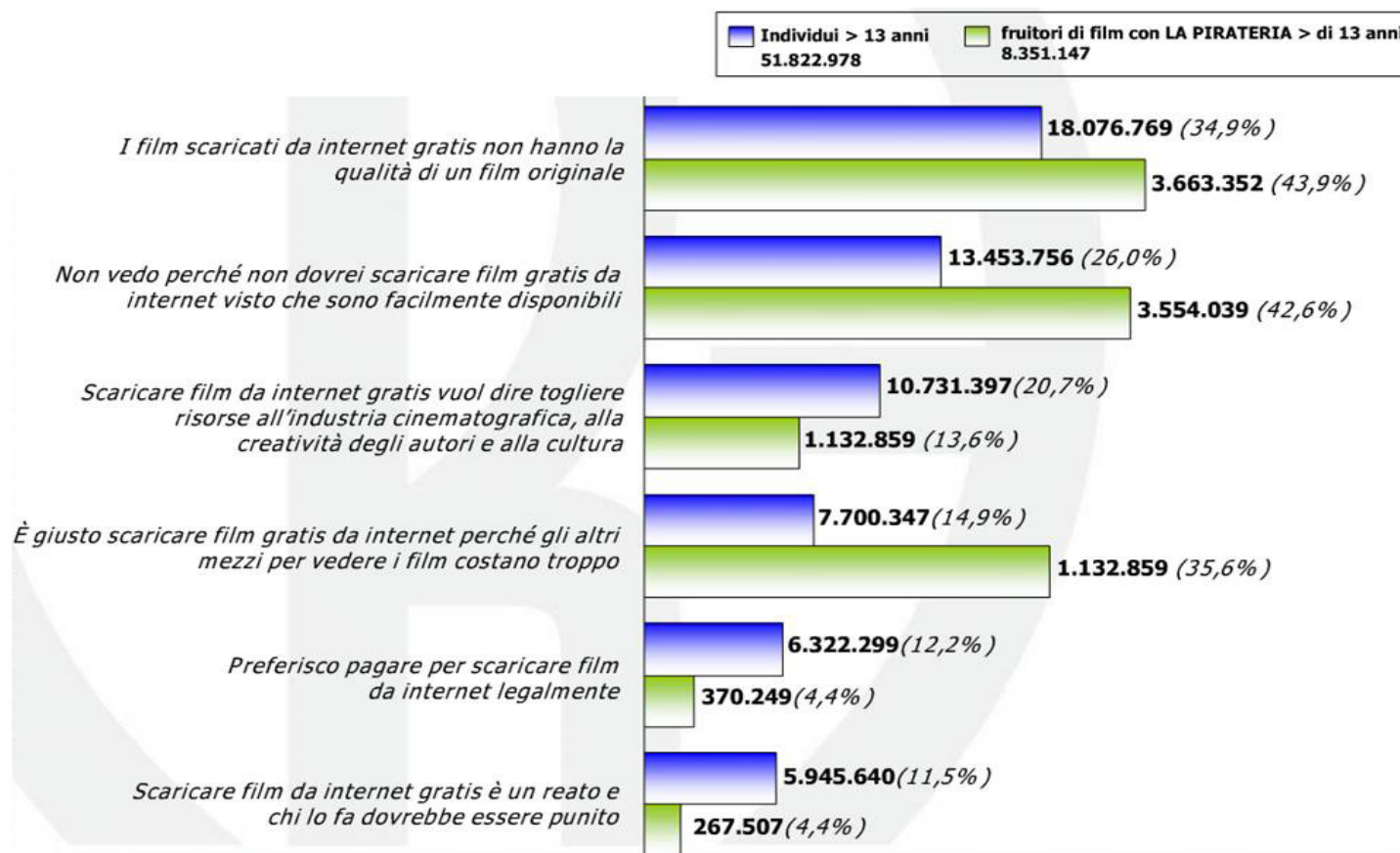
Domanda "Altre persone come lei hanno espresso delle opinioni in merito al loro rapporto con il cinema. Con quale delle seguenti affermazioni si trova d'accordo?"

Base: individui non clienti cinema >13 anni=30.260.301 (58.4% totale Individui>13 anni). (Risposta multipla).



GLI UTENTI PIRATA SANNO CHE I FILM SCARICATI NON HANNO LA QUALITÀ DELLE PELLICOLE AL CINEMA

Domanda "Altre persone come lei hanno espresso delle opinioni sulla possibilità di vedere film scaricati gratis da internet. Con quale/i di queste si trova d'accordo?". (Risposta multipla).



LO SPETTATORE CINEMA È GIOVANE

AMA L'ESPERIENZA E LE EMOZIONI DEL GRANDE SCHERMO

AMA I CONFORT DELLA SALA

CONSIDERA IL CINEMA COME MODO PER FUGGIRE DALLA ROUTINE QUOTIDIANA

E COME MEZZO PER SOCIALIZZARE

IN POCHE PAROLE RITIENE CHE IL CINEMA SIA...

**...UN'ESPERIENZA
UNICA E INSOSTITUIBILE**

