



Ottavo Rapporto sulla comunicazione

I media tra crisi e metamorfosi

In collaborazione con:



Giuseppe Roma – Direttore Generale del Censis

Sala Zuccari – Palazzo Giustiniani

Roma, 19 novembre 2009

Un decennio di rapporto degli italiani con i media: confronto 2001-2009 dell'utenza complessiva (%)

	2001	2009	Diff. %
Televisione	95,8	97,8	2,0
Cellulare	72,8	85,0	12,2
Radio	68,8	81,2	12,4
Quotidiani	60,6	64,2	3,6
Libri	54,0	56,5	2,5
Internet	20,1	47,0	26,9

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso di almeno una volta la settimana (ovvero hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno).

Fonte: indagini Censis, 2001 e 2009

Gli effetti della crisi sulle piramidi dei media (%)

	2007	2009	Diff. %
Televisione tradizionale	92,1	91,7	-0,4
Tv satellitare	27,3	35,4	8,1
Tv digitale terrestre	13,4	28,0	14,6
Web Tv	4,6	15,2	10,6
Iptv	6,1	5,4	-0,7
Mobile Tv	1,0	1,7	0,7
Televisione in generale	96,4	97,8	1,4

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso di almeno una volta la settimana (ovvero hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno).

Fonte: indagini Censis, 2007 e 2009

Gli effetti della crisi sulle piramidi dei media (%)

	2007	2009	Diff. %
Cellulare basic	48,3	70,0	21,7
Smartphone	30,1	14,3	-15,8
Videofonino	8,0	0,8	-7,2
Cellulare in generale	86,4	85,0	-1,4
Autoradio	56,0	63,8	7,8
Radio tradizionale	53,7	59,7	6,0
Radio da lettore mp3	13,6	18,6	5,0
Radio da Internet	7,6	8,3	0,7
Radio da telefonino	3,6	8,1	4,5
Radio in generale	77,7	81,2	3,5

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso di almeno una volta la settimana (ovvero hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno).

Fonte: indagini Censis, 2007 e 2009

Gli effetti della crisi sulle piramidi dei media (%)

	2007	2009	Diff. %
Quotidiani a pagamento	67,0	54,8	-12,2
Free press	34,7	35,7	1,0
Quotidiani on line	21,1	17,7	-3,4
Quotidiani in generale	79,1	64,2	-14,9
Libri	59,4	56,5	-2,9
Internet	45,3	47,0	1,7
Settimanali	40,3	26,1	-14,2
Mensili	26,7	18,6	-8,1
E-book	2,9	2,4	-0,5

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso di almeno una volta la settimana (ovvero hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno).
Fonte: indagini Censis, 2007 e 2009

L'Italia in bilico tra *digital divide e press divide (%)*

	2006	2009
Persone con diete solo audiovisive	28,2	26,4
Persone con diete basate anche sui mezzi a stampa	42,8	24,9
Totale persone estranee a Internet	71,0	51,3
<i>Digital divide</i>		
Totale persone con accesso a Internet	29,0	48,7
Persone con diete aperte a Internet	23,3	35,8
Persone con diete aperte a Internet ma prive dei mezzi a stampa	5,7	12,9

Fonte: indagini Censis, 2006 e 2009

L'Italia in bilico tra *digital divide e press divide (%)*

	2006	2009
Persone con diete solo audiovisive	28,2	26,4
Persone con diete aperte a Internet ma prive dei mezzi a stampa	5,7	12,9
Totale persone estranee ai mezzi a stampa	33,9	39,3
<i>Press divide</i>		
Totale persone con accesso ai mezzi a stampa	66,1	60,7
Persone con diete basate su audiovisivi e mezzi a stampa	42,8	24,9
Persone con diete aperte a Internet	23,3	35,8

Fonte: indagini Censis, 2006 e 2009