



**Un'analisi su teenager e multimedialità,
partendo dai dati
della ricerca DOXA Junior 2007**



KIDS & CO



**Il più completo sistema di
ricerche dedicato
al mondo 0-18 anni**

Doxa Junior, Baby&Teens

I principali clienti



L'indagine Doxa Teens



1.400 interviste a ragazzi 14-18 anni

rappresentative di un universo di
2.940.000 individui in Italia

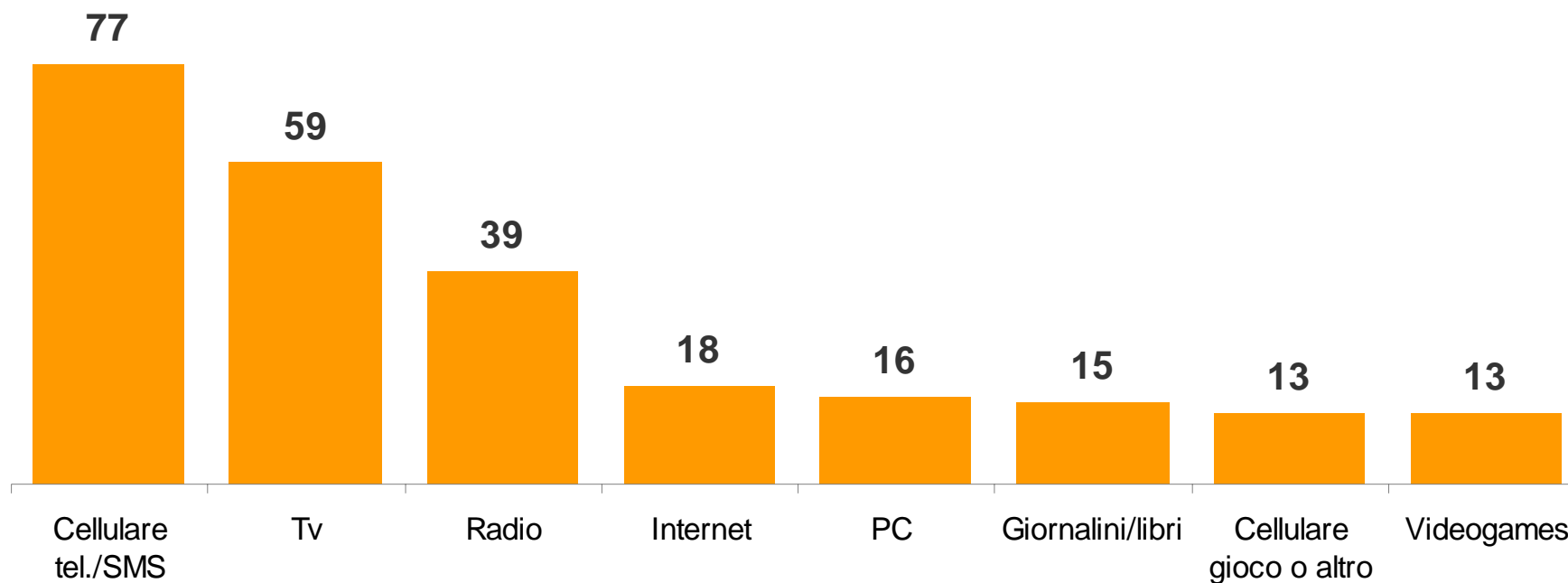
realizzate con **metodologia CAPI**
nel mese di giugno 2007

cui si aggiungono approfondimenti qualitativi

Le attività legate ai media...



...svolte dai ragazzi 14-18 anni in un giorno feriale



* Indicati dai ragazzi - ultimo giorno feriale precedente l'intervista



La TV rappresenta per tutti il

media più classico/tradizionale

ma sempre quello più amico, più caldo, quello con cui tutti hanno una relazione di complicità

la leggerezza cercata nella TV

trova una risposta in **programmi in cui i giovani si riconoscono**, modelli che parlano di una trasgressione socialmente accettata:

I TELEFILM ED I FILM

I PROGRAMMI COMICI/UMORISTICI

LA MUSICA

Risultati di indagini qualitative realizzate da Doxa



Dotazioni tecnologiche



Poco più del **10%** delle famiglie possiede il **digitale terrestre**

Un **quinto** delle famiglie è abbonato a **Sky**



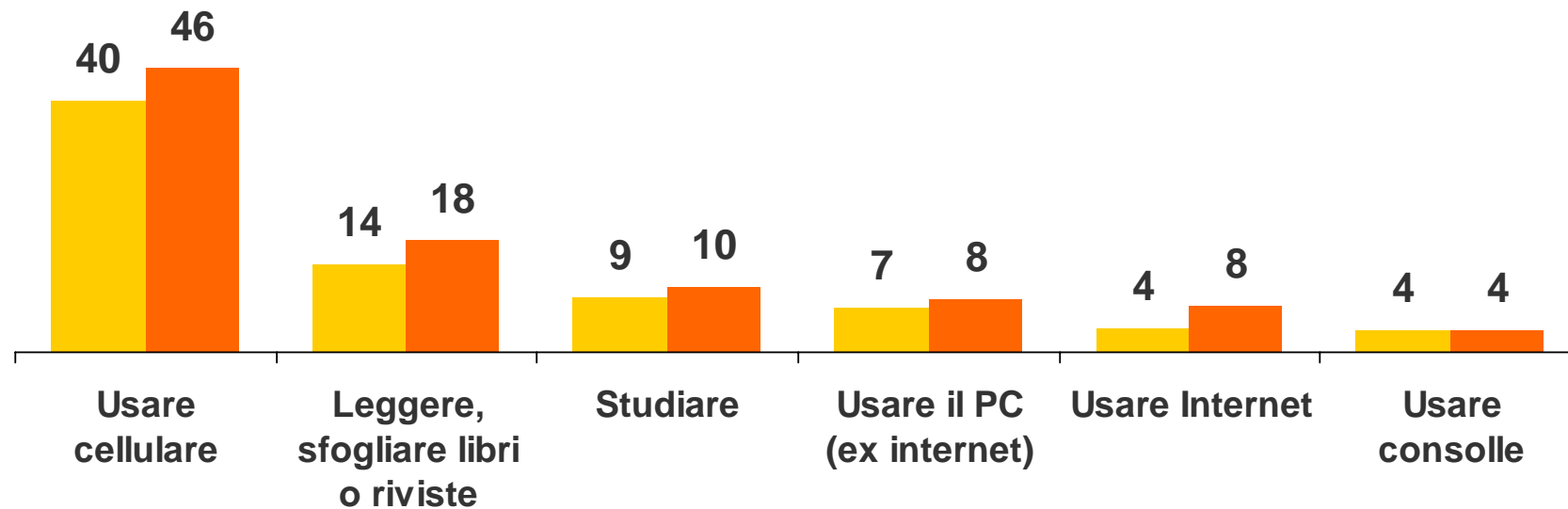
Per **oltre due terzi** degli abbonati
Sky è la *televisione preferita*

La fruizione della televisione



Il **59%** dei ragazzi 14-18 anni ha la **TV in camera**

mentre guarda la tv il **66%** dei ragazzi fa anche altro...



Valori % Base: totale ragazzi 14-18 anni

■ 14-16 ANNI

■ 17-18 ANNI



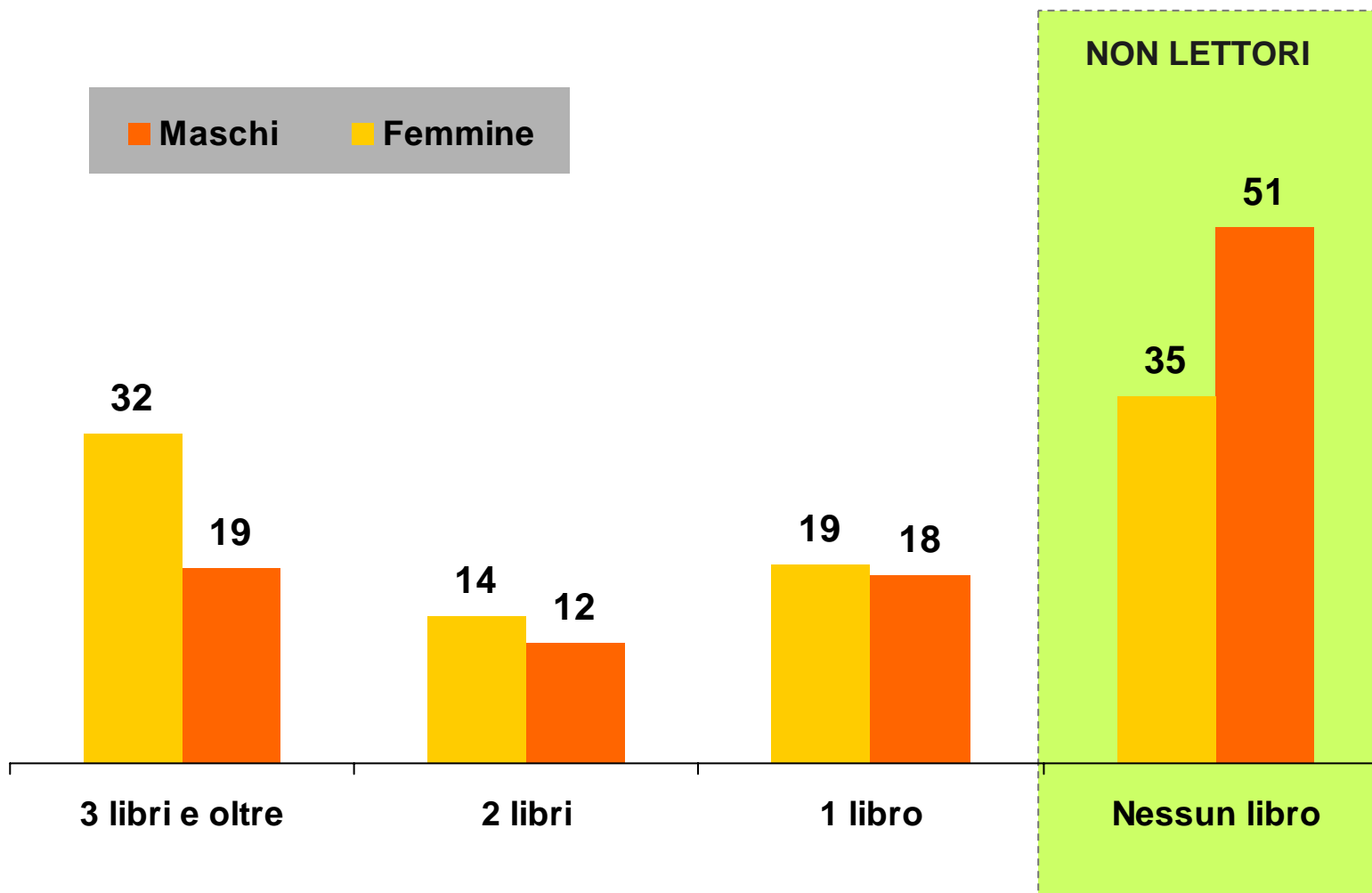


**Leggere è una attività culturale che occorre
acquisire progressivamente e coltivare**

Leggono *poco i libri*

- perché già si legge i libri di scuola, si deve fare
- perché rischia di essere troppo lungo, lento, complesso
- perché alla capacità immaginativa si sostituisce una comunicazione veicolata per immagini già definite, modalità di fruizione veloce, esplorativa, intuitiva, destrutturata

I libri (non scolastici) letti nell'ultimo anno



Valori % Base: totale ragazzi 14-18 anni



Leggono ***poco quotidiani e riviste***

- da un lato, i periodici da ragazzi sono svalutanti
- dall'altro, non si accede a quelli da adulti soprattutto quotidiani perché non aspirazionali, le uniche eccezioni
 - ✓ *“La Gazzetta” per i ragazzi*: non è un vero quotidiano, parla di sport
 - ✓ *“Glamour” e simili per le ragazze*: un po' più adulti, parlano di moda particolare, di relazioni interpersonali, ma senza essere trasgressivi

... stampa free press



Al 22% dei ragazzi di 14-18 anni

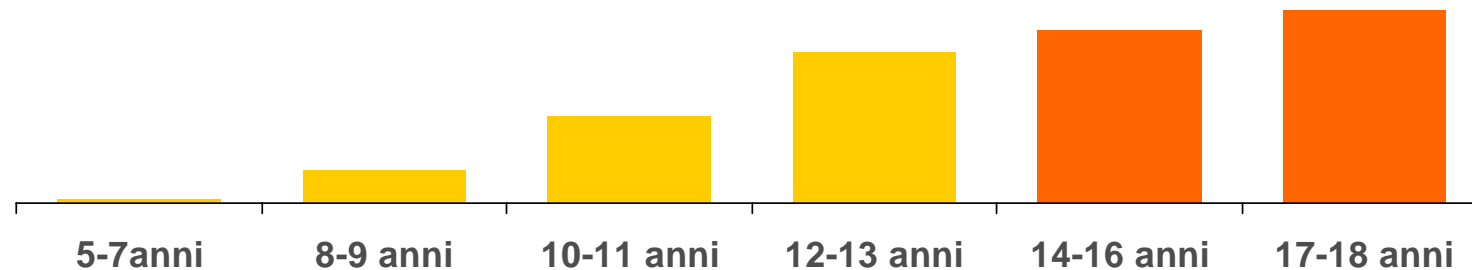
è capitato di leggere giornali **distribuiti gratuitamente** nelle scuole, alle fermate dei mezzi pubblici

Oltre la metà dei ragazzi che vivono nei centri abitati con ***oltre 250.000 abitanti*** ha letto giornali/quotidiani gratuiti





Il **90%** dei ragazzi 14-18 anni ha un **cellulare personale**

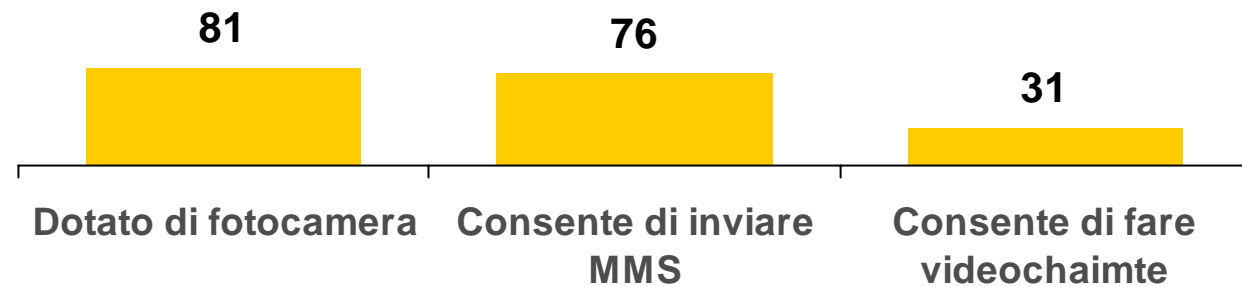


Strumento versatile di contatto e interrelazione

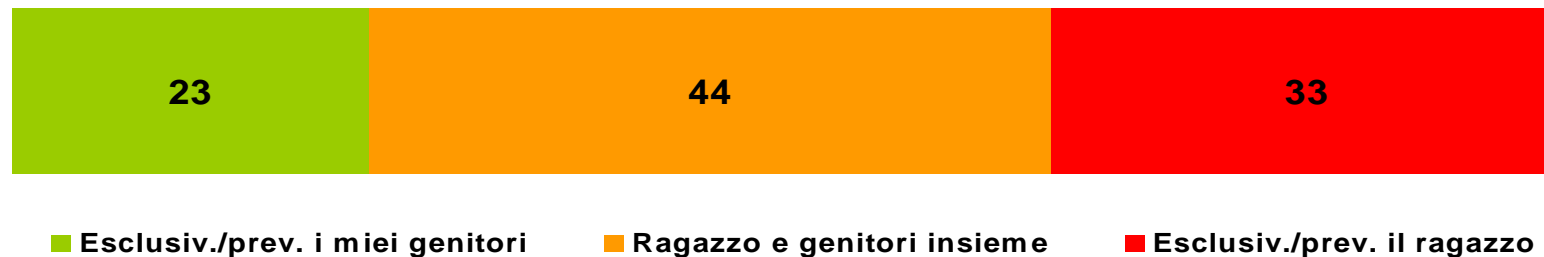
tra i più piccoli mezzo di reperimento per i genitori,
di “gioco” per i ragazzi, esibitivo per le ragazzine



L'87% dei 14-18 anni ha un telefono cellulare personale
che è stato comprato nuovo per lui



Chi influisce nella scelta del cellulare da comprare...



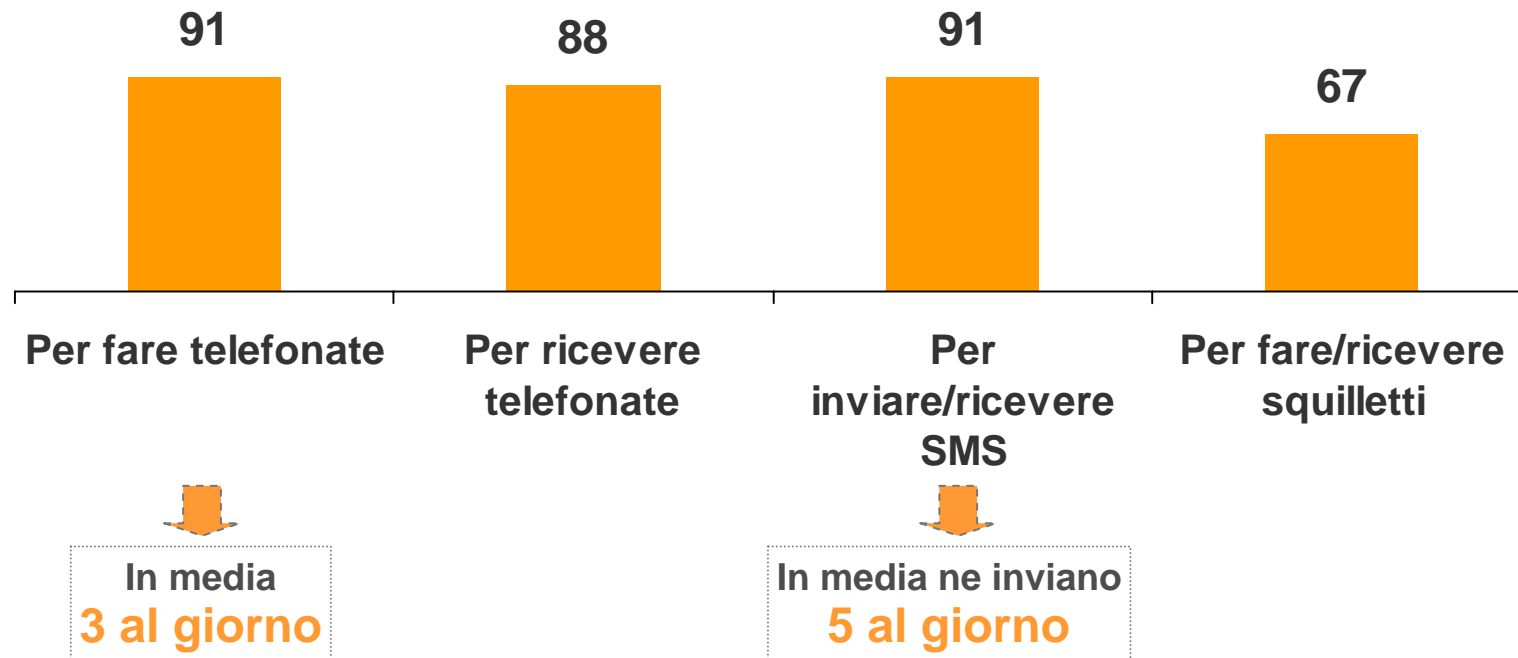
Base: ragazzi che possiedono un cellulare personale





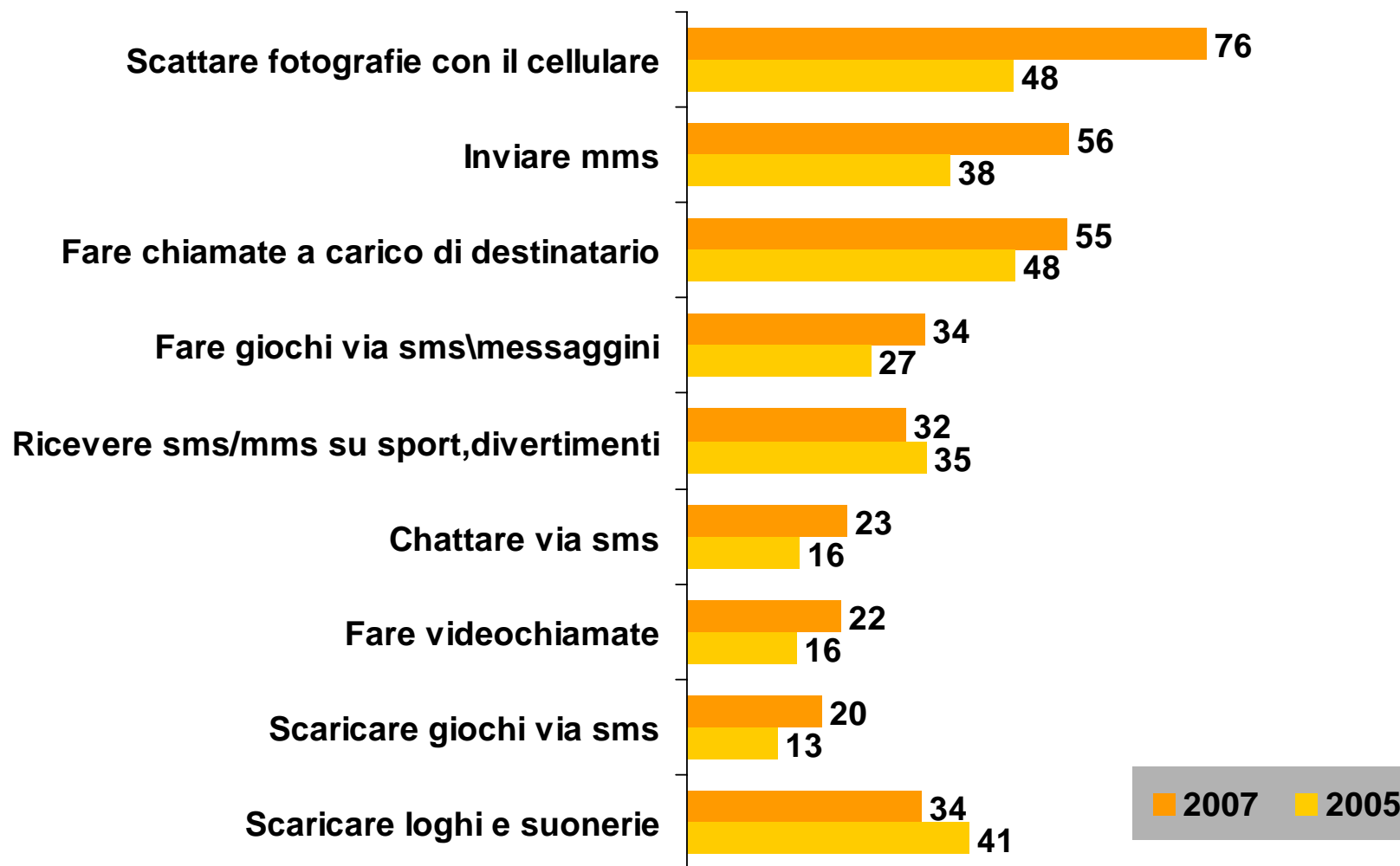
Come **strumento di comunicazione** è utilizzato soprattutto
con **sms** e, *tra i più grandi*, **chiamate**

'io digito sms pure mentre dormo'



Base: ragazzi che possiedono un cellulare personale

...e inoltre lo usano per ...

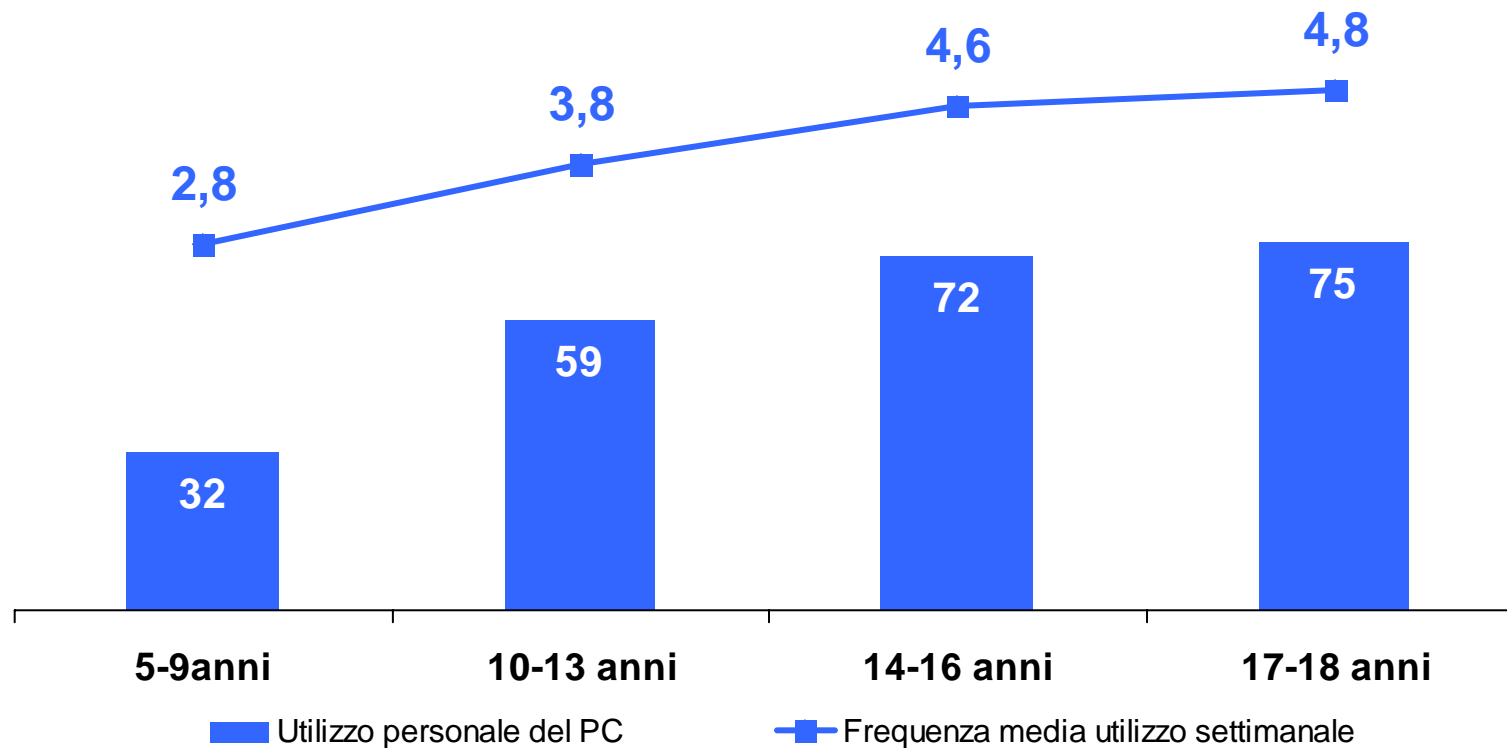


Base: ragazzi che possiedono un cellulare personale



L'uso del pc è piuttosto diffuso

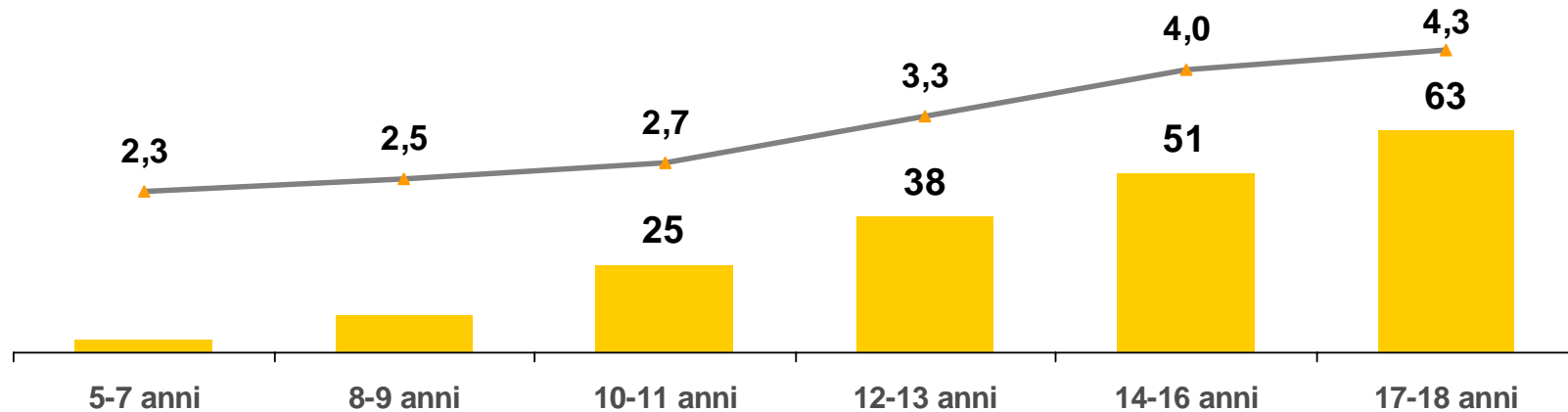
già a partire dal target degli 10-13 anni come **strumento di gioco**



Valori % Base: totale ragazzi 14-18 anni



Il **56%** dei ragazzi 14-18 anni **usa internet**

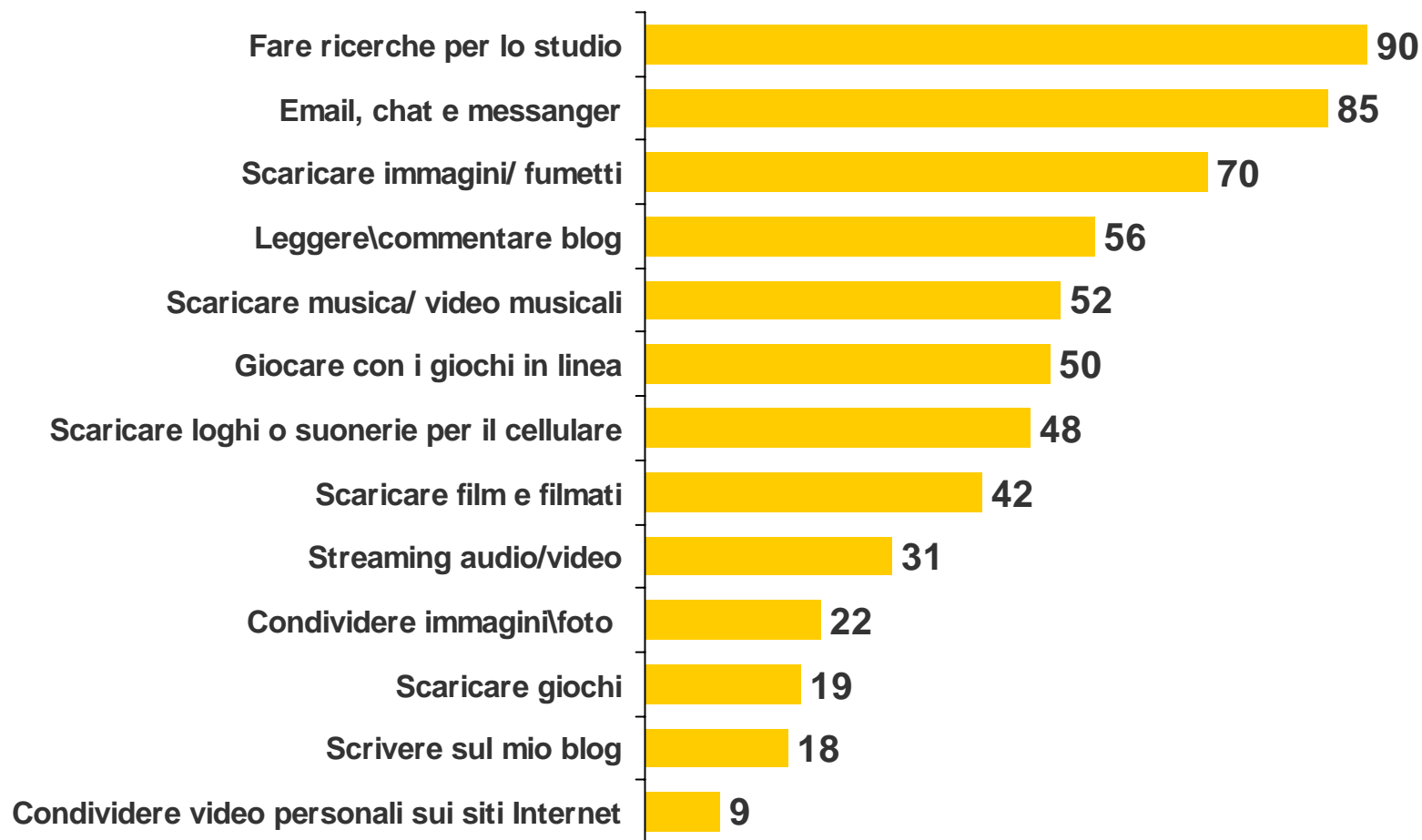


In media **4 volte a settimana**

...per sessioni di **oltre un'ora**

Due terzi di chi usa internet da casa dispone della linea ADSL

Usano internet per ...



Valori % - Base: ragazzi che usano internet 14-18 anni



L'uso di 'Messenger' e 'chat' è raddoppiato dal 2005

Rappresenta un mezzo di comunicazione e gioco :

- ✓ veloce, rapido ed immediato
- ✓ multitasking
- ✓ privato *“decido io tra chi attivarlo, è più bello!”*

Permette ai ragazzi di “stare assieme” e di condividere uno spazio personale.

***“quando non ho il pallone vado su msn
- mi diverte parlare anche con gente sconosciuta –
ci si scambia idee, opinioni e anche i compiti!”***



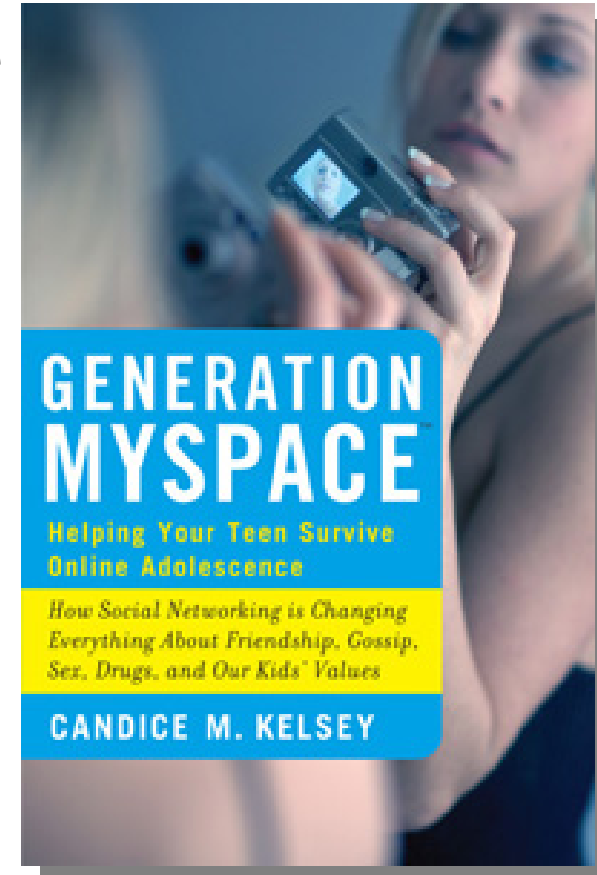
Web come strumento di influenza sulle scelte di acquisto dei giovani consumatori

Quali sono le marche preferite dai giovani navigatori?

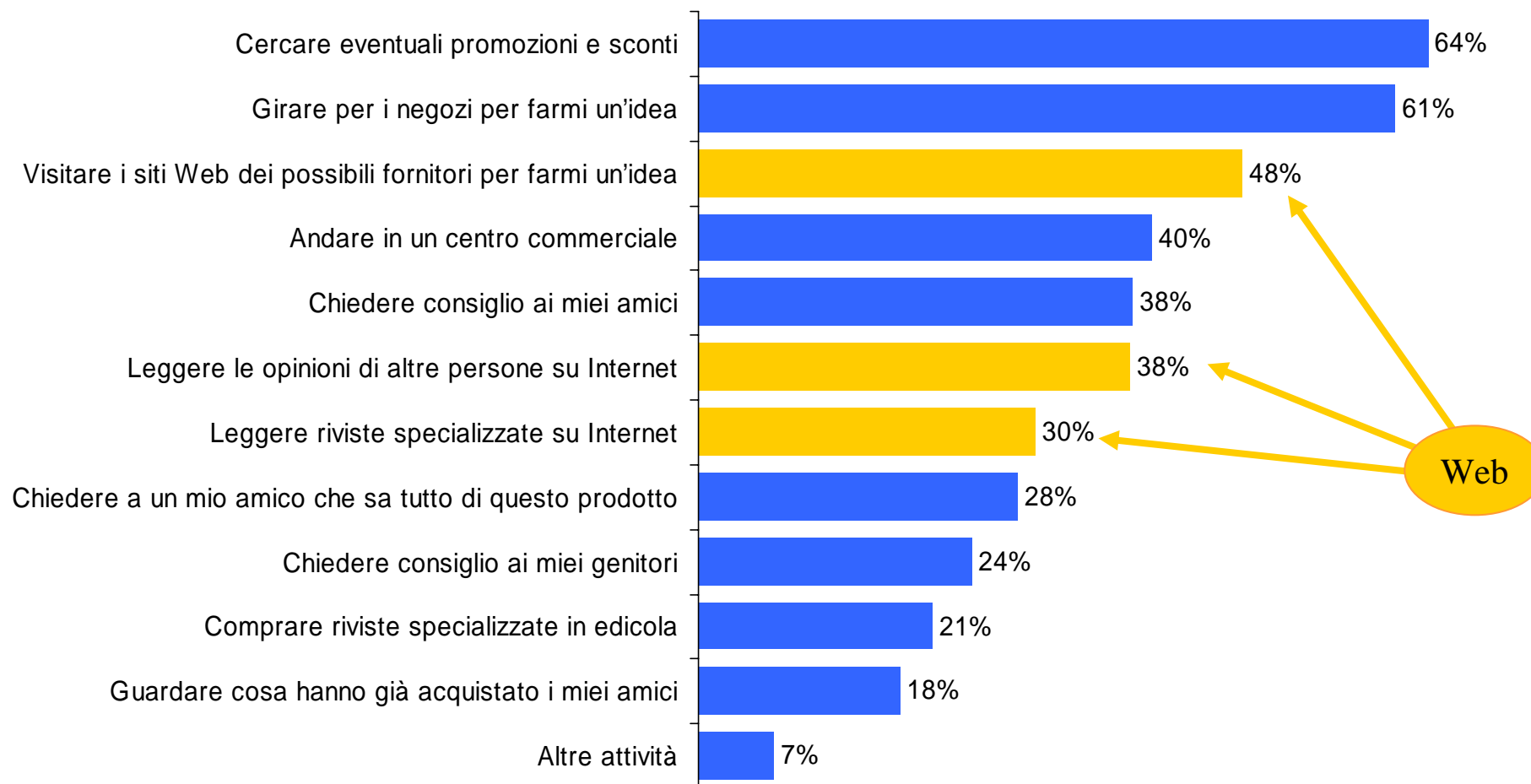
Quali sono i prodotti preferiti dai giovani navigatori?

Internet è indispensabile per la scelta?

Come sceglie il consumatore online?

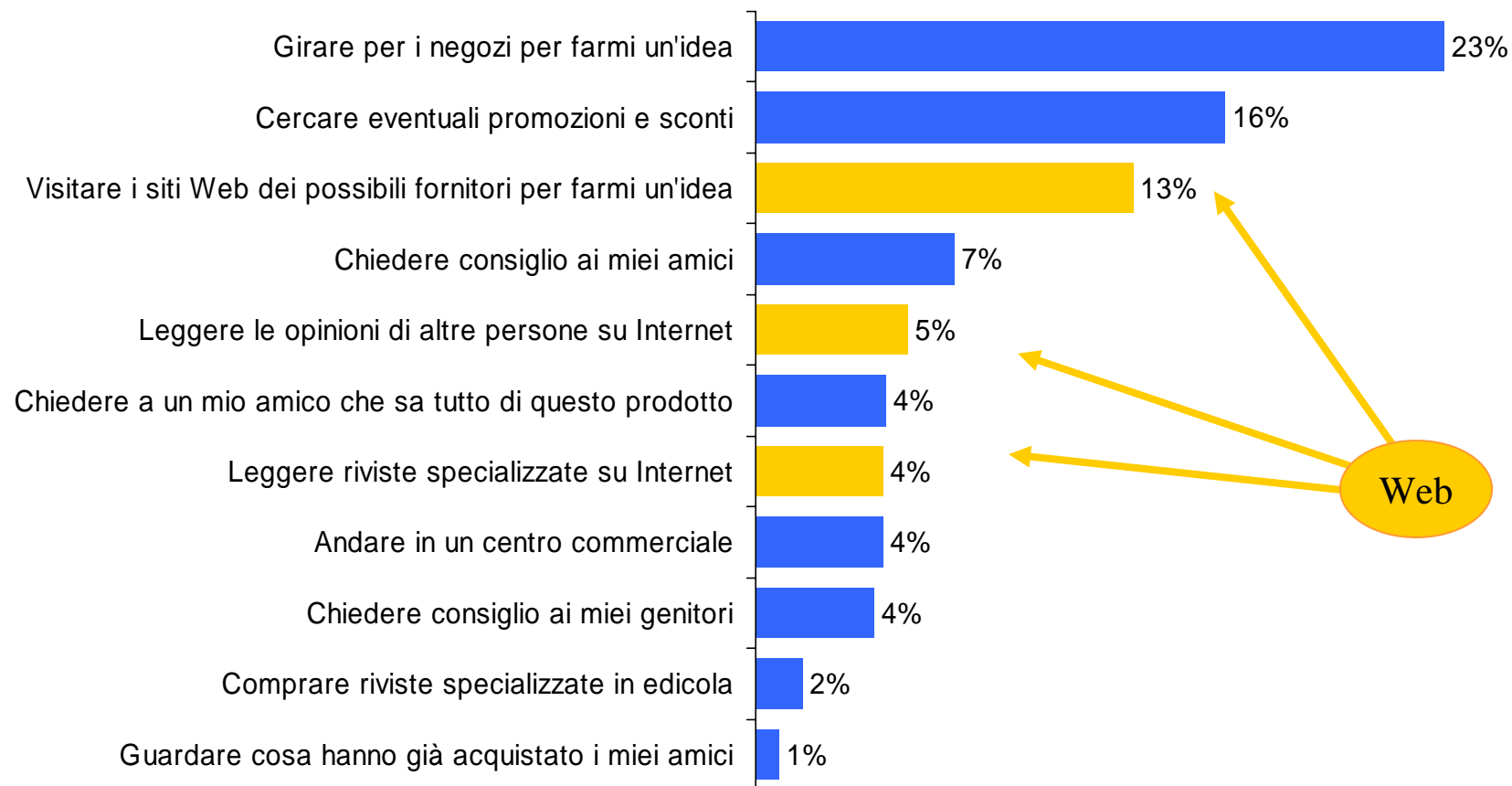


Attività svolte prima dell'acquisto



Base: totale campione, 397 casi

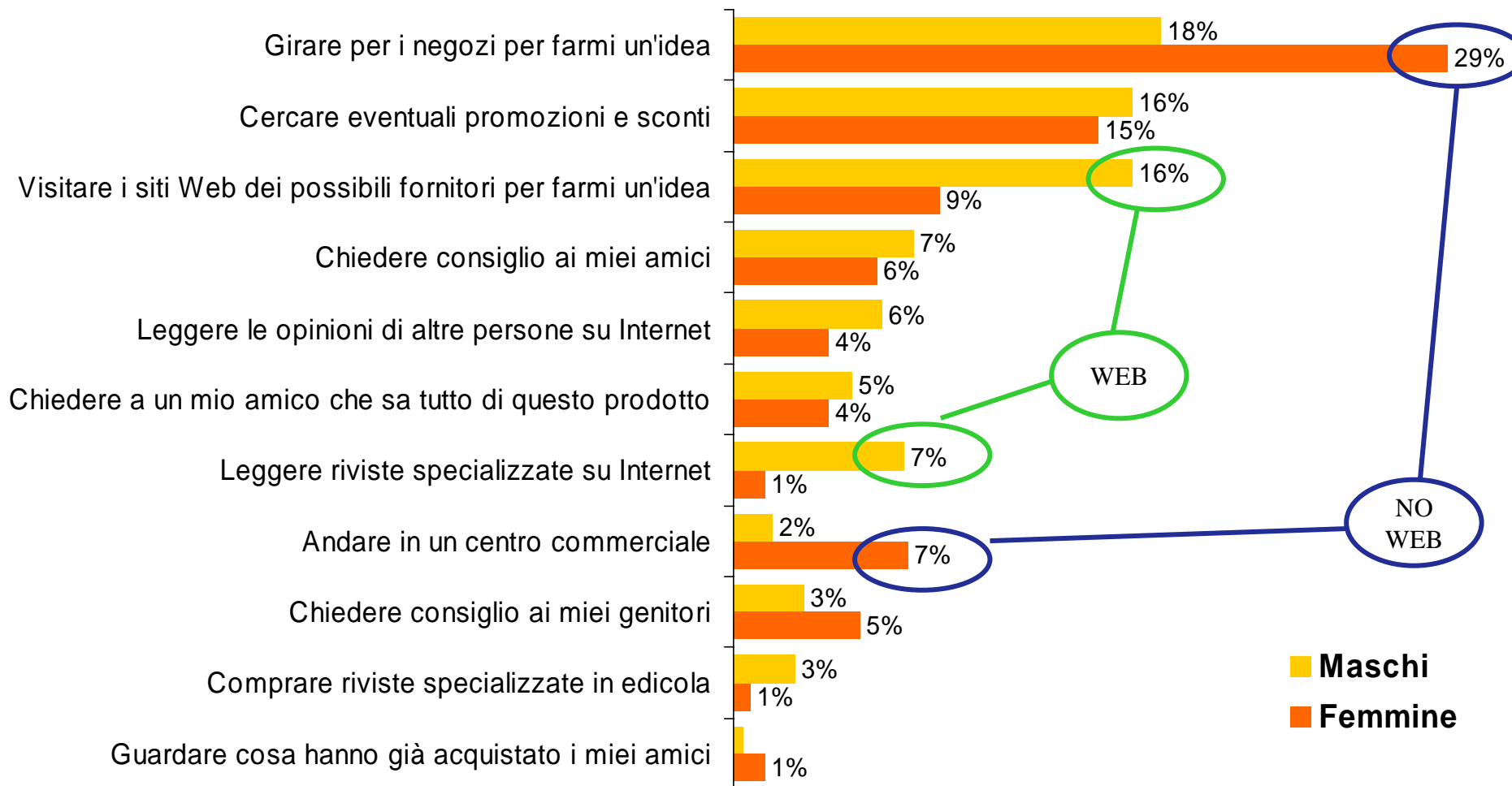
Fonti a cui non potrebbero rinunciare



Base: totale campione, 397 casi

Futuro acquisto – Fonte indispensabile

Fonte info a cui non rinuncierei (breakdown per sesso)



Base: totale campione, 397 casi



A group of seven young people, four men and three women, are smiling and posing for a photo. They are dressed in casual, light-colored clothing. The background is bright and slightly blurred, suggesting an outdoor setting. The overall mood is happy and positive.

Grazie!

cristina.liverani@doxa.it

 **Doxa**