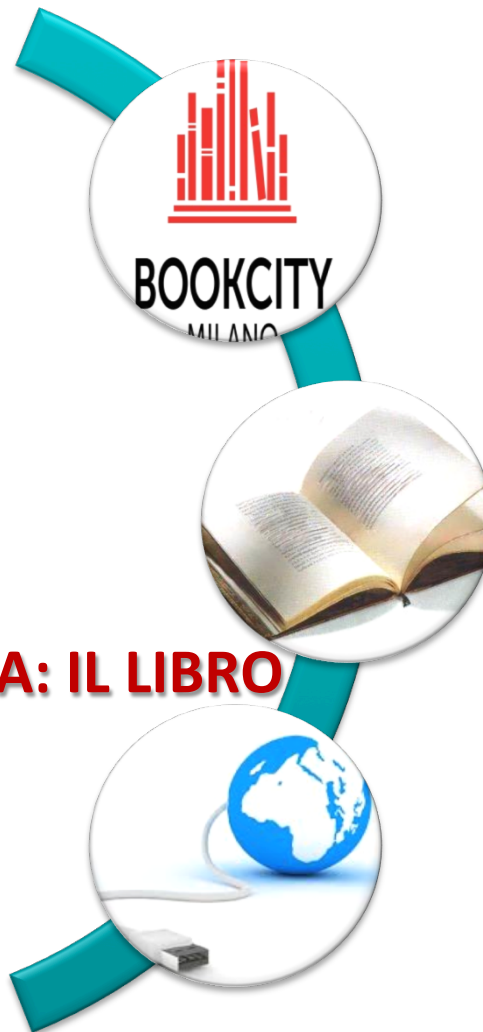




IL PIACERE DI VOLTARE PAGINA: IL LIBRO DI CARTA NELL'ERA DIGITALE.





Universo di riferimento:

Popolazione 18-60 anni ed oltre anni residente in Italia con sovracampionamento della città di Milano e di Milano e provincia

Campione:

Stratificato e casuale, selezionato in base a zona di residenza secondo quote di sesso per età



Metodologia:

Interviste ONLINE (metodo CAWI)



Numero interviste eseguite:

1001 interviste in totale



Periodo di rilevazione:

11 e 12 novembre 2013

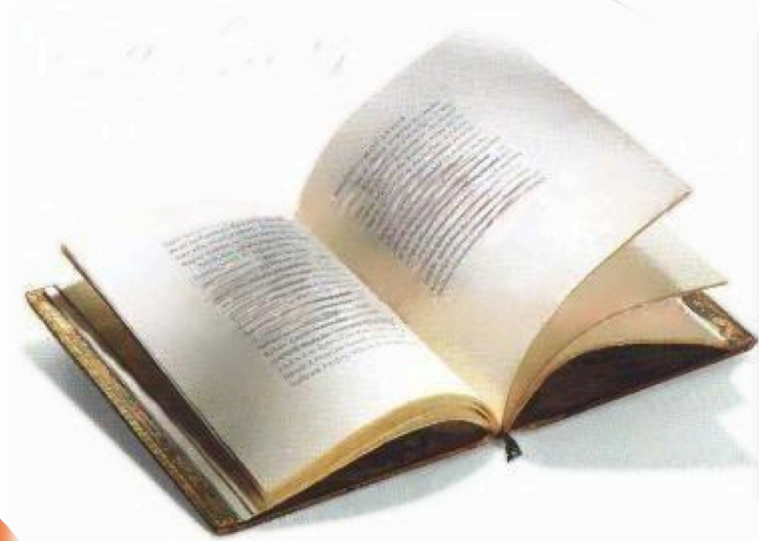
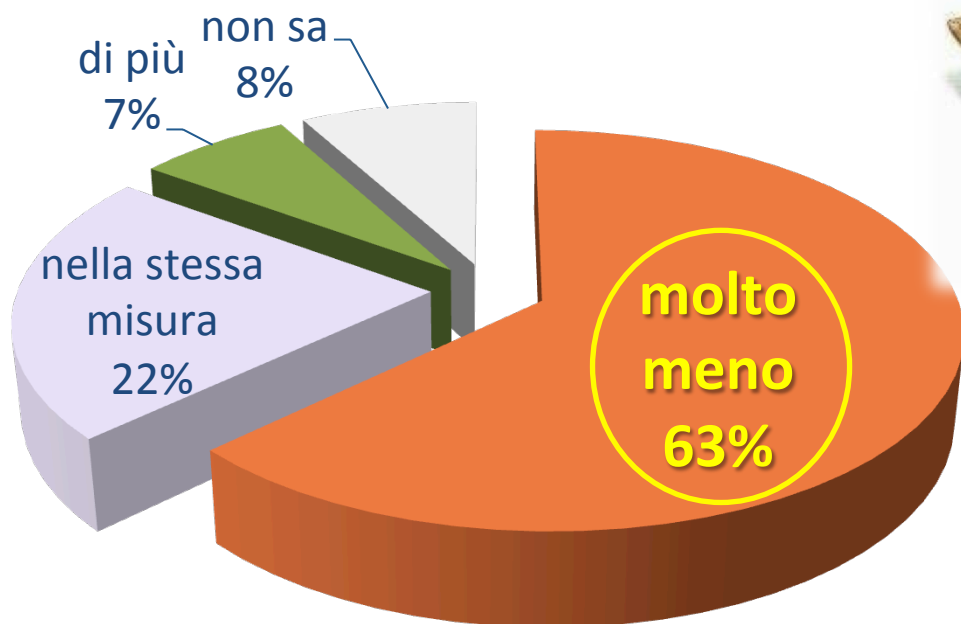
TUTTI I DATI PRESENTATI SI RIFERISCONO AI VALORI PERCENTUALI PONDERATI.



Risultati

Secondo i nostri connazionali le abitudini di lettura in Italia mostrano un certo ritardo nei confronti degli altri paesi europei

D1) Secondo lei, in Italia, rispetto agli altri paesi europei leggiamo... (risposta singola)

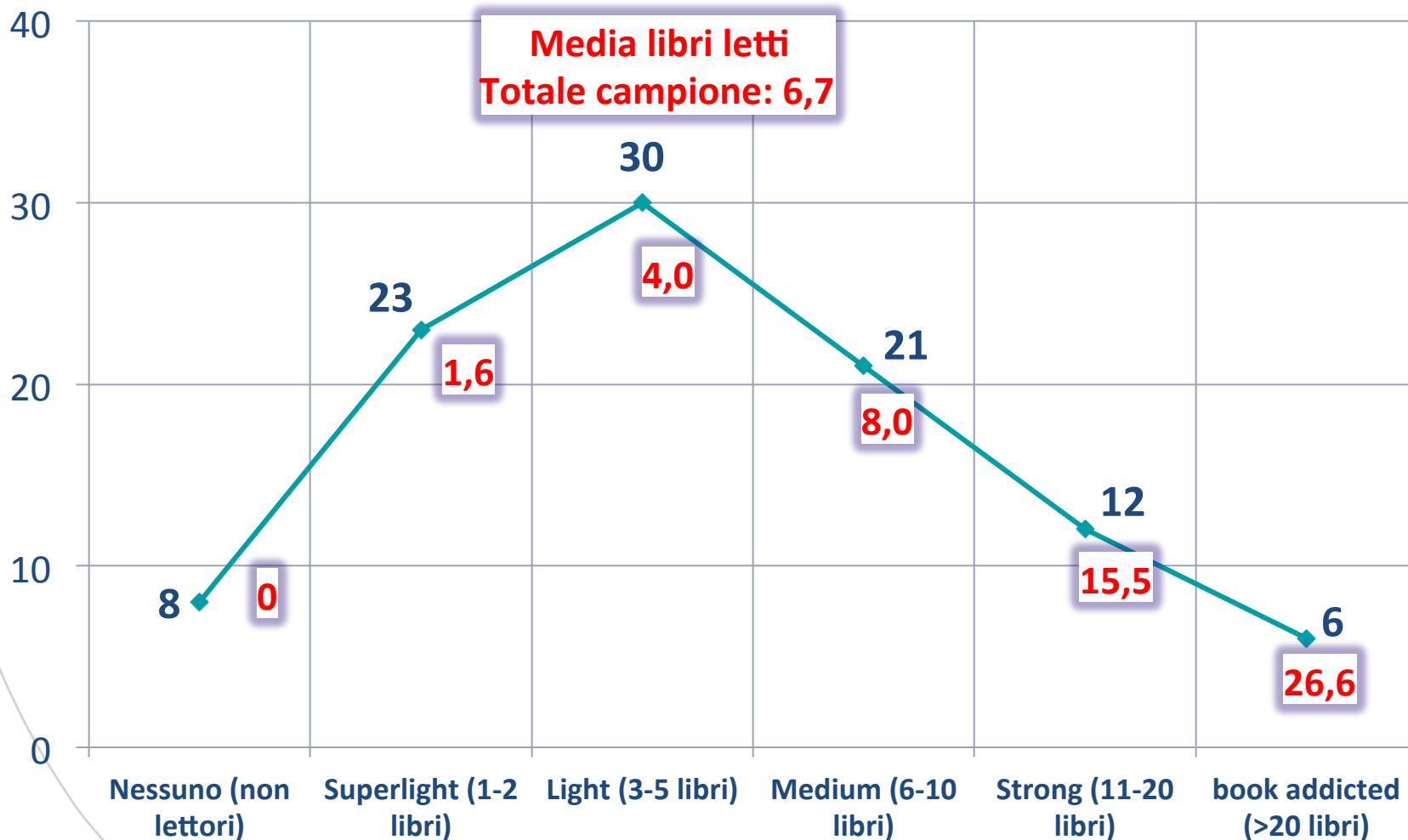


L'Italia è in penultima posizione per abitudini di lettura
Source: Eurostat «Adult Education Survey»

La “piramide” della lettura: oltre la metà del campione è rappresentata da lettori non assidui; una quota residuale da lettori forti, con oltre venti libri letti in un anno.

D2) – Lei personalmente quanti libri ha letto negli ultimi 12 mesi? Escluda i libri scolastici e quelli letti per motivi di studio/ lavoro/ aggiornamento professionale

Valori%



Base: totale intervistati

Caratteristiche socio-demografiche e abitudini di lettura: al Nord e tra le donne valori sensibilmente più elevati; i giovani si situano tra i lettori *light*

Valori%

	Totale campione	non lettori	Superlight (1-2 libri)	Light (3-5 libri)	Medium (6-10 libri)	Strong (11-20 libri)	Book addicted (>20 libri)
Uomini	50	70	57	46	43	53	28
Donne	50	30	43	54	57	47	72

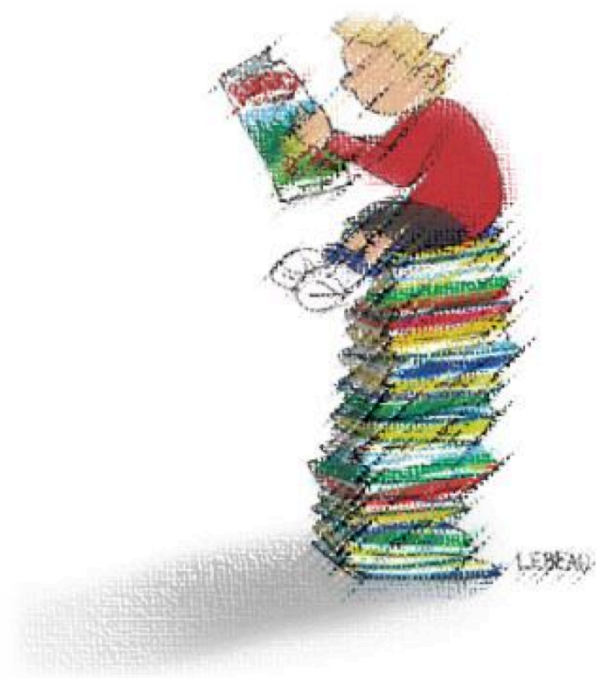
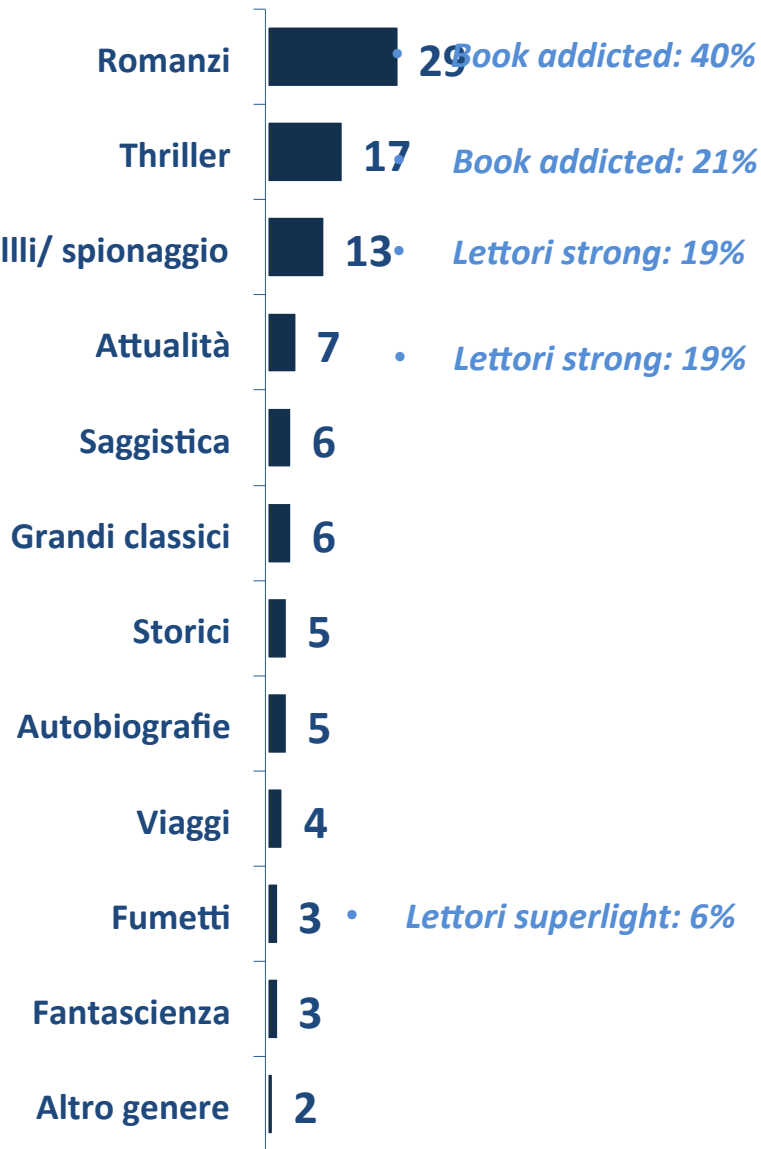
	Totale campione	non lettori	Superlight (1-2 libri)	Light (3-5 libri)	Medium (6-10 libri)	Strong (11-20 libri)	Book addicted (>20 libri)
18-34	33	32	26	40	32	31	36
35-44	28	23	28	26	32	25	31
45-60	39	45	46	34	36	44	33

	Totale campione	non lettori	Superlight (1-2 libri)	Light (3-5 libri)	Medium (6-10 libri)	Strong (11-20 libri)	Book addicted (>20 libri)
nord	39	44	30	39	39	50	36
centro	28	24	28	30	29	23	31
sud+ Isole	33	32	42	31	32	27	33

Il genere preferito: i romanzi in prima posizione, apprezzati anche i libri di "azione"

D3 Tra i seguenti, qual è il suo genere preferito in fatto di lettura? (risposta singola)

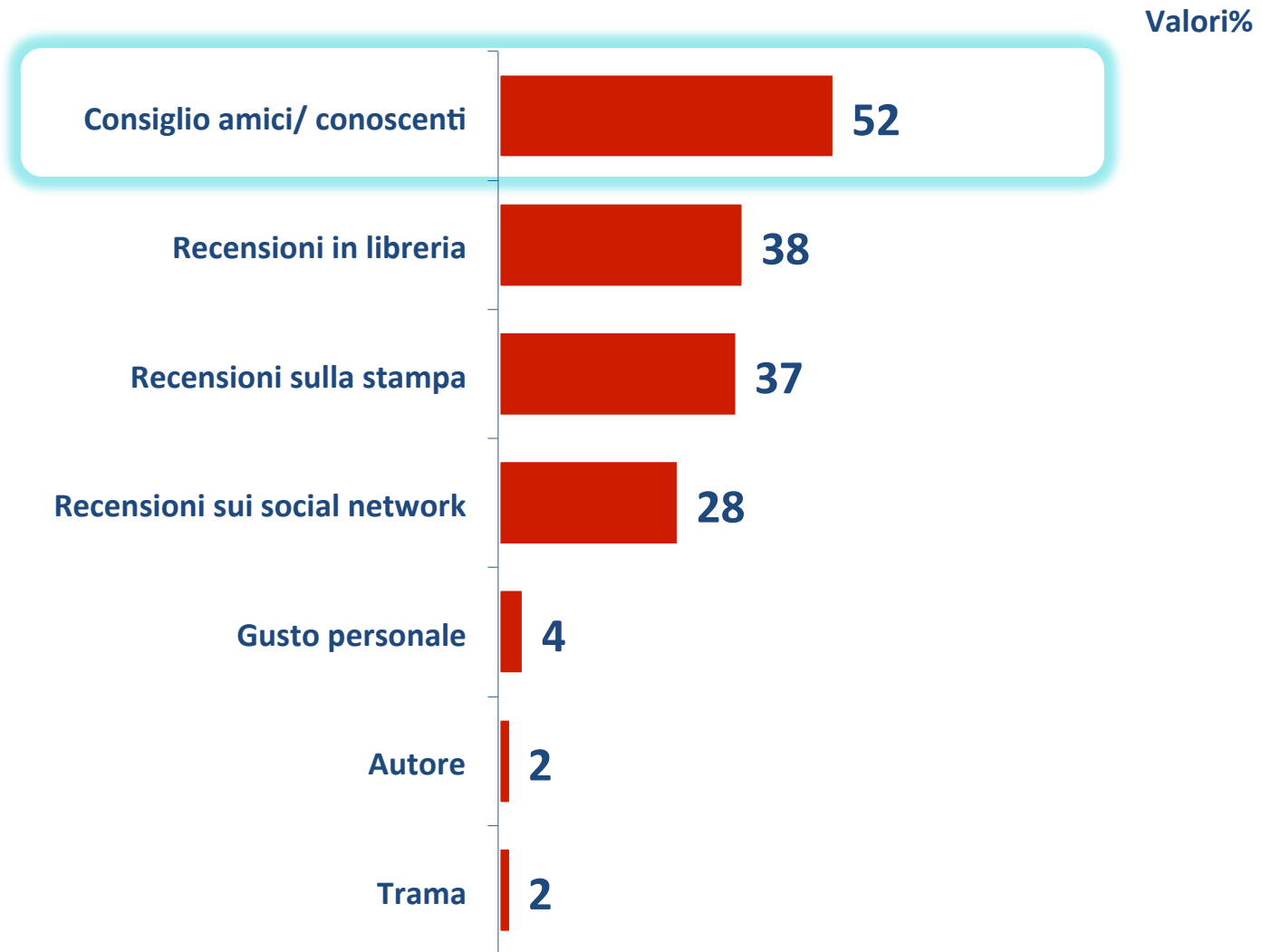
Valori%

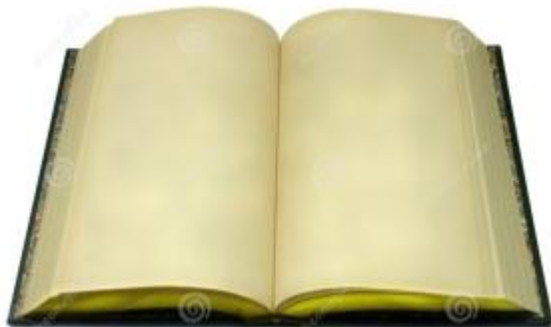
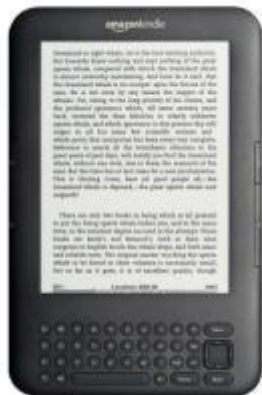


Base: lettori

I canali di scelta: word of mouth in prima posizione

D3.1 Come sceglie i libri da acquistare e leggere? Indichi tutte le fonti che usa (possibili più risposte)

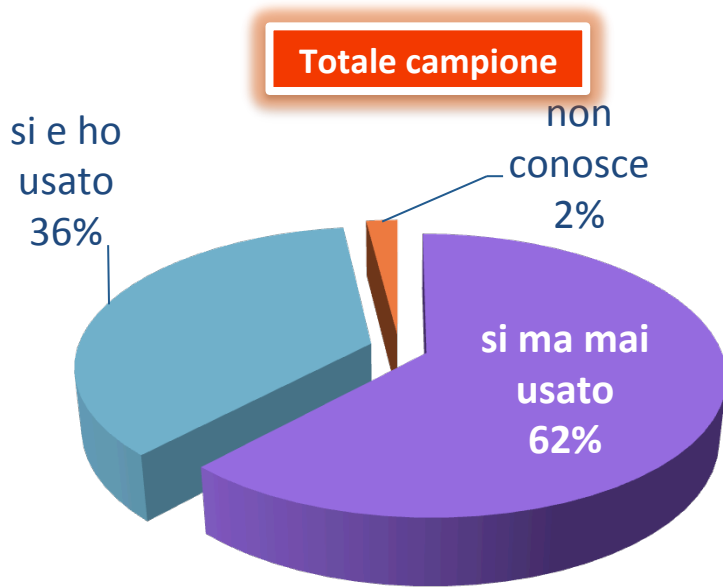




E-book e libro tradizionale

Buona la notorietà del libro elettronico, solo una quota residuale del campione non lo conosce. L'utilizzo interessa oltre un intervistato su 3 ed è direttamente proporzionale a quanto si legge

D4) Lei ha sentito parlare di E-book, cioè del libro elettronico? (risposta singola)



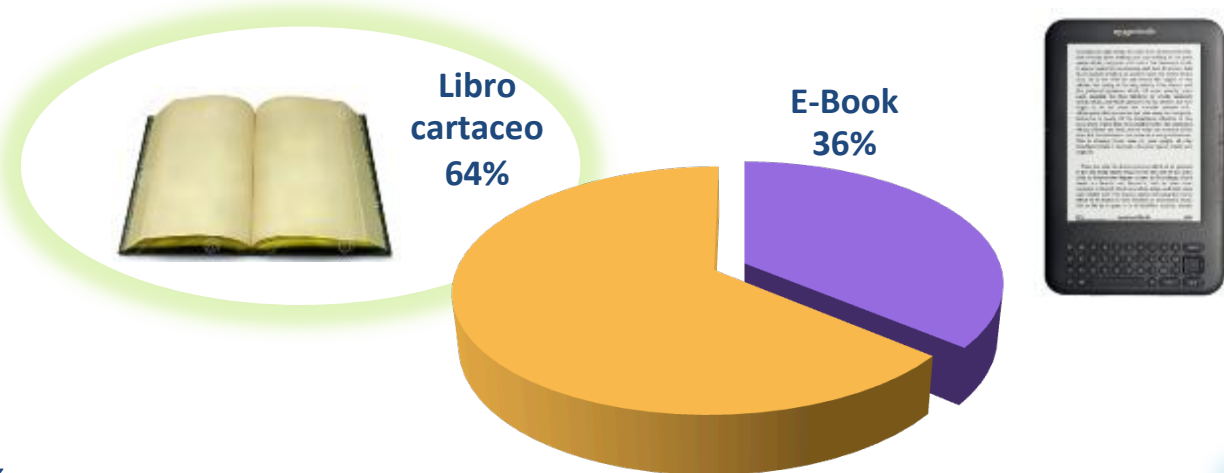
L'utilizzo dell'E-book appare direttamente proporzionale alle abitudini di lettura: più si legge più è elevato l'uso del dispositivo elettronico

Valori%

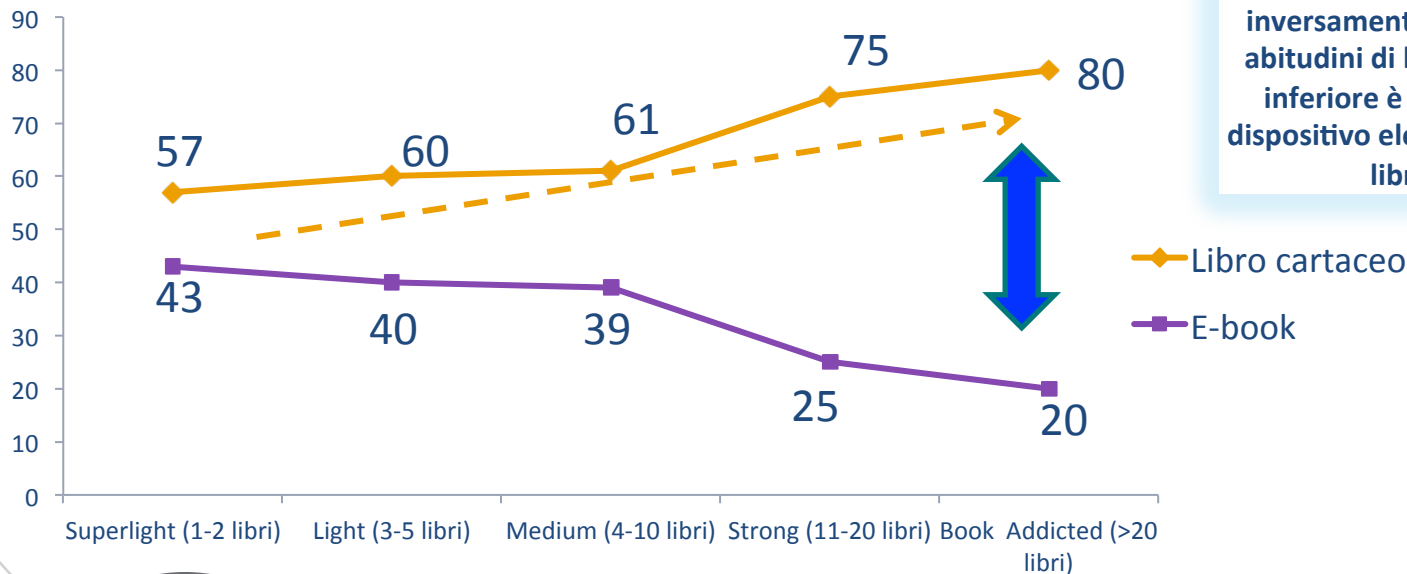
	Superlight (1-2 libri)	Light (3-5 libri)	Medium (4-10 libri)	Strong (11-20 libri)	Book Addicted (>20 libri)
si ma mai usato	80	61	48	49	30
si e ho usato	17	36	51	50	70
non conosce	3	3	1	1	

La preferenza è decisamente per il libro tradizionale, che risulta apprezzato da quasi 2 utilizzatori su 3

D5. Lei personalmente in fatto di lettura, preferisce il libro tradizionale oppure l'e-book? (risposta singola)



Valori%

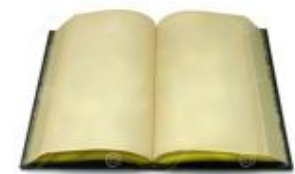


Il gradimento dell'E-book è inversamente proporzionale alle abitudini di lettura. Più si legge e inferiore è la preferenza per il dispositivo elettronico, a favore del libro cartaceo

Base: Hanno usato il libro elettronico

La preferenza per il libro cartaceo attiene ad un'esperienza sensoriale più "compiuta", che include anche la gradevolezza della vista oltre che del tatto e dell'olfatto

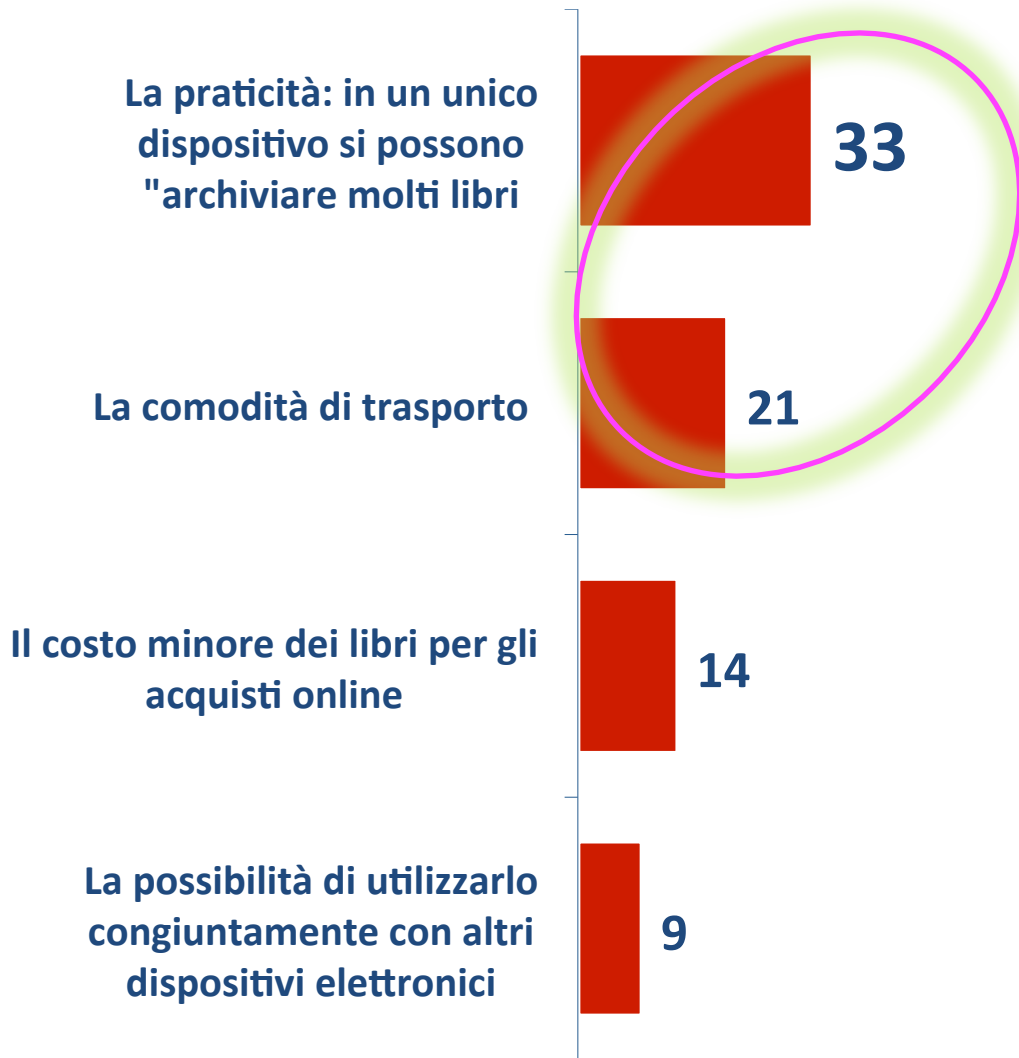
*D6-1 Quale, tra le caratteristiche sottostanti, le fa preferire il libro tradizionale all'e-book?
(Risposta singola)*



La maggiore versatilità e praticità guidano i motivi di preferenza per l'e-book, cui si aggiunge il tema del risparmio sull'acquisto delle pubblicazioni online

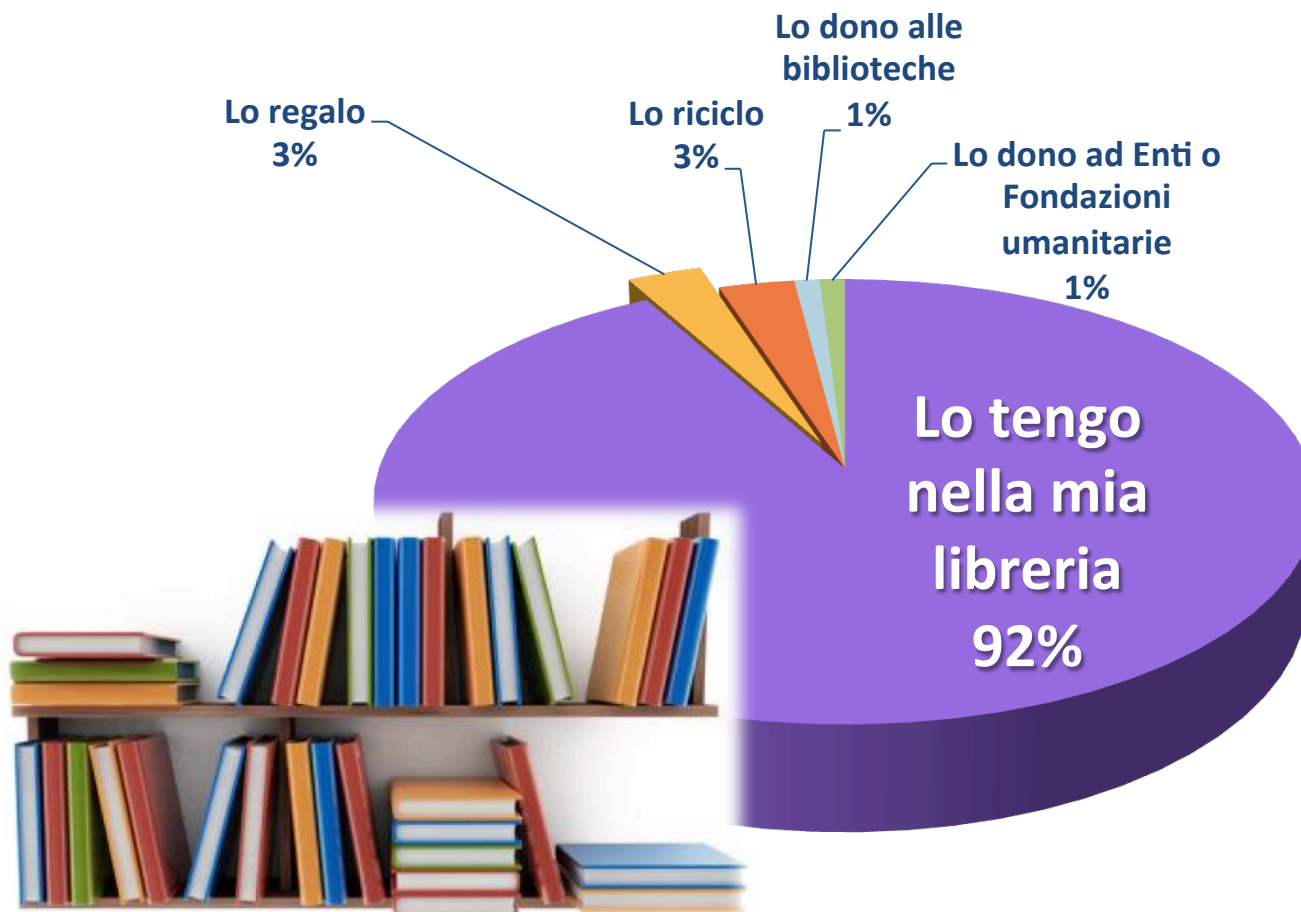
*D6-2 Quale, tra le caratteristiche sottostanti, le fa preferire l'e-book al libro tradizionale ?
(Risposta singola)*

Valori%
Principali
motivazioni



Coerentemente con le motivazioni di preferenza, la quasi totalità di chi preferisce il libro tradizionale lo tiene anche dopo averlo letto

D6-3 Cosa fa del libro cartaceo dopo averlo letto? (Risposta singola)



La propensione per la carta riciclata è trasversale tra gli estimatori del libro "tradizionale"

D6-4 Se i suoi libri preferiti fossero stampati su carta riciclata, lei con quale probabilità li acquisterebbe? (Risposta singola)



Valori%

■ **Certamente si**
 ■ **Probabilmente si**
 ■ **Forse si forse no**
 ■ **Probabilmente no**

Estimatori Libro cartaceo

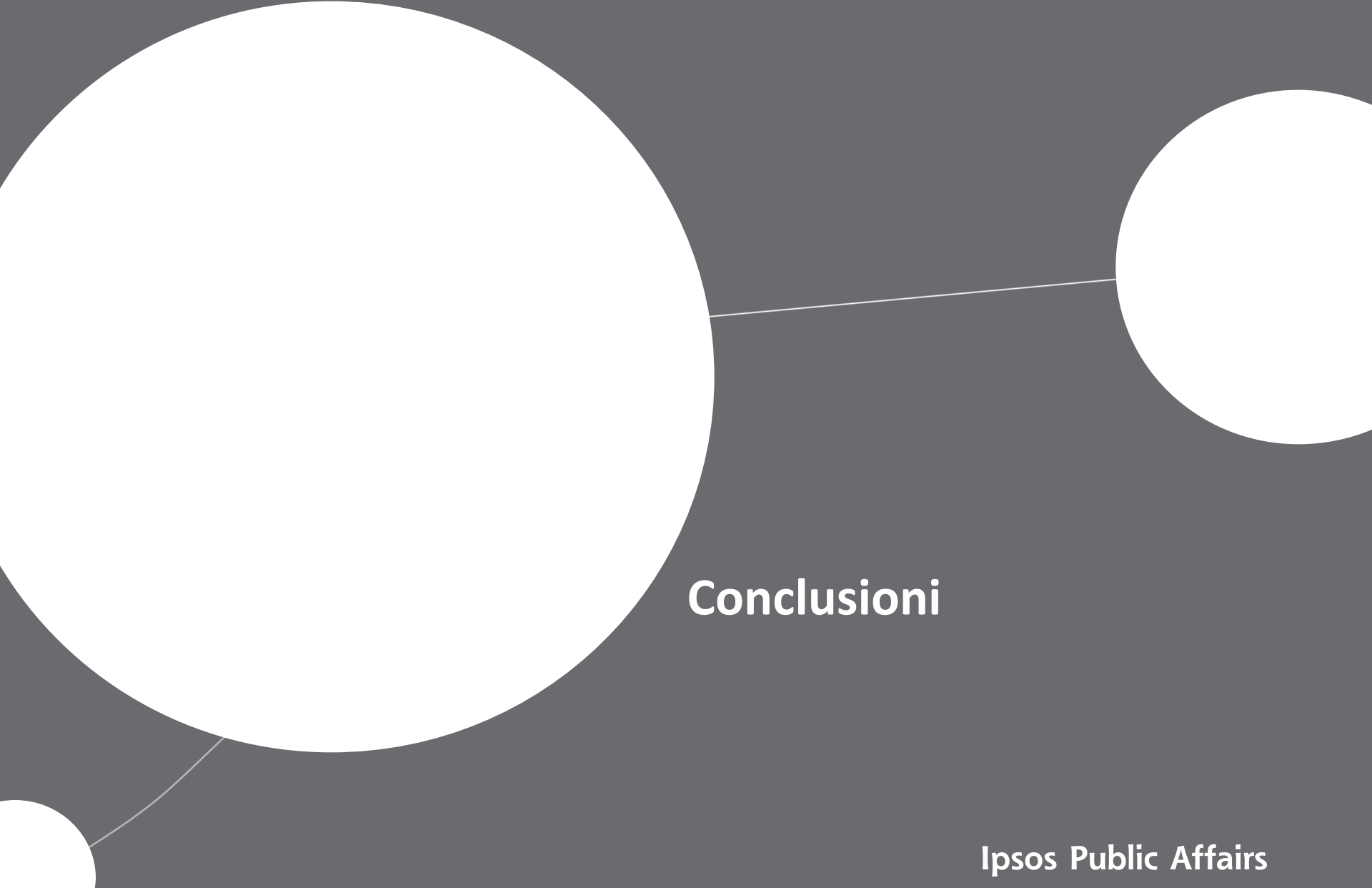


Tra coloro che non si dichiarano propensi le motivazioni attengono principalmente all'aspetto del materiale (sembra vecchio, sembra sporco...)

I vantaggi della carta riciclata, non sorprendentemente, attengono alla salvaguardia dell'ambiente. Il tema della "rigenerazione" del materiale raccoglie buone adesioni, specie tra i lettori assidui

D6-6 Secondo lei, i possibili vantaggi di una stampa su carta riciclata quali potrebbero essere, indichi tutte le motivazioni che le vengono in mente (possibili più risposte)

Valori%	Totale
I libri in carta riciclata rispettano l'ambiente	67 • <i>Book addicted: 76%</i>
I libri in carta riciclata "danno nuova vita" alla carta	52 • <i>Lettori Strong: 59%</i>
I libri in carta riciclata insegnano alle nuove generazioni il valore e la versatilità del materiale cartaceo	42 • <i>Lettori Medium: 54%</i>
La stampa su carta riciclata mi trasferirebbe il senso di attenzione all'ambiente dell'editore	32 • <i>Lettori Superlight: 43%</i>
Scegliere la carta riciclata potrebbe divenire una caratteristica specifica di un autore/ di un editore	24
La stampa di libri su carta riciclata potrebbe essere utilizzata dagli editori come strumento di marketing	20 • <i>Book addicted: 27%</i>



Key points

- E' opinione diffusa che noi italiani leggiamo meno rispetto agli altri paesi europei; opinione condivisa dal 63% degli intervistati e confermata anche da una ricerca Eurostat .
- In media si leggono circa 7 libri all'anno. I lettori occasionali o «intermittenti» rappresentano la maggioranza del campione (53%); i lettori «forti» (da 11 a 20 libri) o «fortissimi» (oltre 20 libri) rappresentano una quota residuale, pur mostrando un «consumo» estremamente elevato. Si legge di più al nord e tra le donne; i giovani fino a 34 anni si situano tra i lettori più moderati
- Tra i generi preferiti emergono i romanzi, seguiti dai libri di «azione» (polizieschi/ spy stories/ thriller).
- L'E-book è conosciuto pressochè dalla quasi totalità del campione. L'utilizzo interessa poco più di un intervistato su tre (36%) ed è crescente in relazione alle abitudini di lettura.
- Tra gli users di E-book, le preferenze dei lettori si orientano verso il libro tradizionale, apprezzato da quasi 2 utilizzatori su tre (64%). Peraltro il gradimento dell'E-book è inversamente proporzionale alle abitudini di lettura: tra i lettori forti i dati sono più contenuti rispetto ai lettori light o superlight.
- Questo dato è solo in apparente contraddizione con l'utilizzo dichiarato del dispositivo laddove si considerino le motivazioni di preferenza dell'E-book, tutte funzionali alla praticità (es. poter archiviare molti libri, comodità di trasporto ed utilizzo in prima istanza). Viceversa vengono a mancare tutte le valenze emotive e le esperienze «sensoriali» legate al libro tradizionale, in particolare la gradevolezza del tatto, il profumo della carta e, non ultimo, «soddisfazione del possesso». Elementi, questi, che fanno preferire il libro tradizionale a quello elettronico.
- Tra gli estimatori del libro cartaceo emerge una buona propensione per l'acquisto in carta riciclata: il 75% infatti si dichiara certamente convinto all'acquisto. Le motivazioni sottostanti questa larga adesione risiedono principalmente nel valore «eco-sostenibile» del materiale ma includono anche la possibilità di «rivitalizzarlo» e di tramandarne il valore alle future generazioni.



(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

Autore:	Ipsos Srl
Committente e acquirente:	Comieco
Tipo e metodo di rilevazione	Interviste online (CAWI) in Italia
Oggetto del sondaggio:	Le abitudini di lettura
Universo di riferimento:	Popolazione italiana da 18 a 60 anni
Campione:	Campione stratificato casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, area geografica. Al campione in rientro è stata applicata una ponderazione (con metodo RIM weighting) per tutte le variabili di campionamento.
Rispondenti:	1.001
Estensione territoriale:	nazionale
Periodo di rilevazione:	11 e 12 novembre 2013
Numero di contatti:	9271

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it
In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata a pena di gravi sanzioni.
Ipsos non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza.