

La lettura dei MENSILI in ITALIA : cosa stà succedendo ?

Giorgio di Martino - Responsabile del Centro Studi T P

Come insegna " l'analisi delle Serie Storiche " , per cercare di interpretare l'evoluzione di un fenomeno occorre considerarne il suo andamento nel tempo. E' quello che ho voluto fare in occasione della presentazione dei dati di lettura da parte di AUDIPRESS - **Audipress 2014-3** - isolando i dati dei MENSILI per cercare di capire se la loro **particolare struttura editoriale** condiziona la **continuità di lettura** e , **se SI** , se questa continuità riguarda tutte le tipologie di testate o se invece caratterizza particolari generi di argomento . Per dare maggior senso all'analisi non mi sono limitato ad esaminare la **globalità dei lettori** ma ho anche preso in considerazione le **varianze relative ai lettori ed alle lettrici** .

Nella **tavola 1** ho sintetizzato la banca dati che ho realizzato a partire da Audipress **2010\3** in cui sono presentati i **dati di lettura di 5 indagini** consecutive .

Tavola 1 : trend di lettura dei MENSILI secondo AUDIPRESS

ADULTI	2010\3	2011\3	2012\3	2013\3	2014\3 (carta)
POPOLAZIONE	52.422	52.676	52.676	51.896	52.903
NUMERO TESTATE ANALIZZATE	67	68	62	53	42
TOTALE LETTORI MENSILI	21.733	22.640	21.086	18.384	16.358
TOTALE LETTORI PERIODICI	32.510	33.079	31.999	28.374	26.509
AD Architectural Digest	583	657	602	506	516
AIRONE	764	762	827	508	576
AM AUTOMESE	528	481	463	300	208
AMICA	1.126	1.072	1.036	768	601
AUTO	809	806	756	528	664
BELL'EUROPA	262	309	376	261	299
BELL'ITALIA	779	868	886	729	856
BIMBISANI & BELLI	869	606	451	458	485
CAPITAL	217	238	213	164	215
CASA FACILE	655	775	718	604	854
CLASS	0	114	116	122	102
COSE DI CASA	1.544	1.581	1.569	1338	1.407
COSMOPOLITAN	640	687	733	586	701
LA CUCINA ITALIANA	928	985	1.047	802	808
CUCINA MODERNA	1.393	1.478	1.468	1189	1.391
CUCINA NO PROBLEM	249	310	209	198	251
CUCINARE BENE	930	982	908	779	923
DOVE	445	464	516	470	495
ELLE	583	580	658	563	594
ELLE DECOR	127	134	163	141	128
FOCUS	6.221	6.441	5.854	5.460	4.906
FOR MEN MAGAZINE	497	454	472	424	499
GARDENIA	438	542	465	466	542
GLAMOUR	1.203	1.091	1.056	931	842

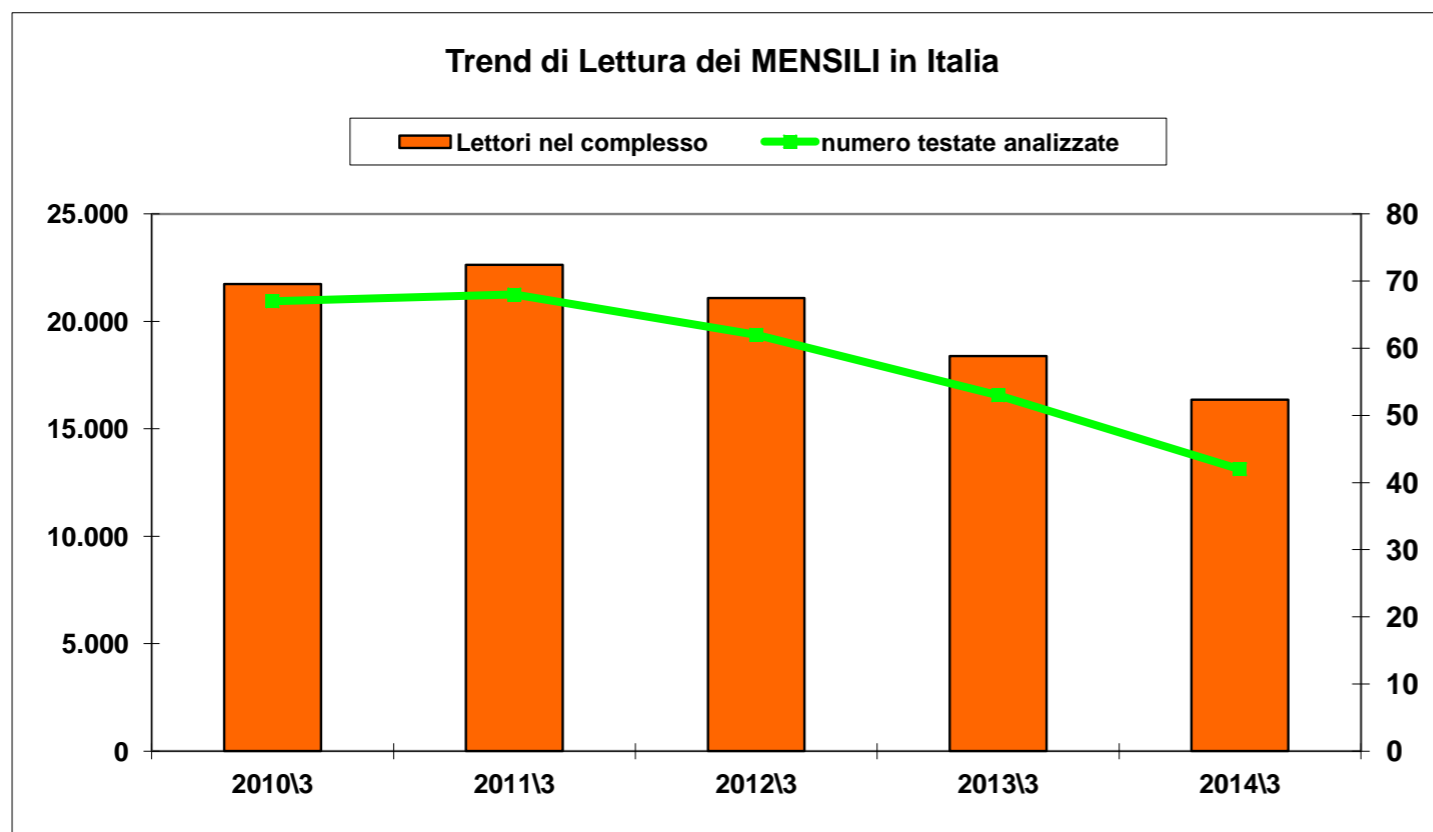
GQ	391	481	433	327	311
GS GUERIN SPORTIVO	323	274	288	211	245
INSIEME	304	252	219	177	248
IO E IL MIO BAMBINO	743	738	640	529	546
MARIE CLAIRE	599	709	645	517	596
MARIE CLAIRE MAISON	198	234	212	168	215
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	1.115	1.390	1.445	1277	1195
NATURAL STYLE	233	239	217	168	202
OK SALUTE E BENESSERE	495	525	432	331	340
QUATTORRUOTE	4.421	4.353	4.055	3.285	3070
SALE & PEPE	853	924	781	699	831
LE SCIENZE	438	489	441	428	492
SILHOUETTE DONNA	778	922	794	587	436
Touring - il nos.mod.di VIAGGIARE	0	0	0	541	587
IN VIAGGIO	200	292	267	237	223
VILLE & CASALI	457	440	405	376	393
VOGUE ITALIA	816	992	1.023	791	1095
AL VOLANTE	2.435	2.379	2.272	1.945	2095

Poichè con il codice " 3 " si conclude idealmente un anno di osservazione della variabilità di lettura , per cogliere le variazioni in TREND ho messo a confronto in **tavola 2** il dato relativo al **Totale lettori U.P.** con l'indicazione del **numero di testate** analizzate in ciascuna edizione .

Tavola 2

	2010\3	2011\3	2012\3	2013\3	2014\3
NUMERO TESTATE ANALIZZATE	67	68	62	53	42
TOTALE LETTORI MENSILI U.P.	21.733	22.640	21.086	18.384	16.358
	100	104	97	85	75

Se trasformiamo in grafico i dati di Tavola 2 si vede chiaramente che il "calo" dei lettori è **strettamente correlato** al **numero** di testate analizzate .



Facendo ricorso ad un **artificio matematico** che *"idealmente"* correla l'insieme dei lettori al numero di testate che li "genera", con un semplice rapporto si ottiene la seguente sequenza di indici

edizioni	testate	lettori	indici
2010	67	21733	324
2011	68	22640	333
2012	62	21086	340
2013	53	18384	347
2014	42	16358	389

che stà ad indicare come il "comparto" goda di buona salute nei 5 anni considerati .

Con un'analisi successiva , si è proceduto a verificare la **variabilità di lettura delle singole testate** , mettendo a confronto il dato del **2010** con quello del **2014** :

la variabilità è stata **valutata** sia sul **Totale** lettori , sia separatamente per **Uomini** e per **Donne** al fine di evidenziare le testate che meglio ne **caratterizzano** la lettura

LA VARIABILITA' di lettura nel COMPLESSO - ADULTI

Indicato con **A** il valore relativo al 2010 e con **B** quello relativo al 2014, il semplice rapporto **B/A** evidenzia la **variazione** di lettori nel quinquennio. Successivamente le testate sono state **ordinate** in senso **decrescente** con **2** testate che hanno registrato un incremento superiore al 30% e **4** con un calo superiore a - 40% . .

Tavola 3

	A 2010\3	B 2014\3	B/A	
VOGUE ITALIA	816	1095	134	NB Sono escluse le testate CLASS e TOURING perché non presenti nel 2010
CASA FACILE	655	854	130	
GARDENIA	438	542	124	
BELL'EUROPA	262	299	114	
LE SCIENZE	438	492	112	
IN VIAGGIO	200	223	112	
DOVE	445	495	111	
BELL'ITALIA	779	856	110	
COSMOPOLITAN	640	701	110	
MARIE CLAIRE MAISON	198	215	109	
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	1.115	1195	107	
ELLE	583	594	102	
CUCINA NO PROBLEM	249	251	101	
ELLE DECOR	127	128	101	
FOR MEN MAGAZINE	497	499	100	
CUCINA MODERNA	1.393	1.391	100	
MARIE CLAIRE	599	596	99	
CUCINARE BENE	930	923	99	
CAPITAL	217	215	99	
SALE & PEPE	853	831	97	
COSE DI CASA	1.544	1.407	91	
AD Architectural Digest	583	516	89	
LA CUCINA ITALIANA	928	808	87	
NATURAL STYLE	233	202	87	
AL VOLANTE	2.435	2095	86	
VILLE & CASALI	457	393	86	
AUTO	809	664	82	
INSIEME	304	248	82	
GQ	391	311	80	15
GS GUERIN SPORTIVO	323	245	76	
AIRONE	764	576	75	
IO E IL MIO BAMBINO	743	546	73	
GLAMOUR	1.203	842	70	
QUATTORRUOTE	4.421	3070	69	
OK SALUTE E BENESSERE	495	340	69	
SILHOUETTE DONNA	778	436	56	
BIMBISANI & BELLI	869	485	56	
AMICA	1.126	601	53	
AM AUTOMESE	528	208	39	10
SILHOUETTE DONNA	778	436	56	

La tavola è stata suddivisa per comodità in **tre parti** : la **prima** composta da **14** testate , riguarda quelle che hanno avuto **incrementi di lettura compresi tra l' 1% e il 34%** , la **seconda** composta da **15** testate di cui **5** presentano **stazionarietà** nel numero di lettori e le altre **10** presentano **cali compresi tra il - 3% e il - 20%**, la **terza** parte infine comprende le **10** testate che hanno subito **cali rilevanti** , anche se in realtà , i **cali significativi (oltre - 40%)** riguardano solo **4** testate .

In sintesi , possiamo dire che le testate con incrementi e quelle stazionarie rappresentano il 50% delle testate analizzate nel 2014 e ,a mio modo di vedere , questa % sfata l'affermazione che il comparto è in crisi negli ultimi 5 anni !!!!!

LA VARIABILITA' di lettura per UOMINI e DONNE

Come premessa a questo tipo di analisi , si è proceduto a suddividere le testate in funzione del peso % del lettorato definendo tre gruppi :

- 1) a **prevalente lettura femminile con % superiore a 60% : 22 testate**
- 2) a **prevalente lettura maschile con % superiore al 60% : 8 testate**
- 3) a **lettura mista con % comprese tra 40 e 60 : 12 testate**

Tale suddivisione è riportata in tavola 4

Tavola 4 . Lettorato secondo sesso in %

	A	B	(A - B)	
	UOMINI	DONNE		
SILHOUETTE DONNA	4	96	-92	
AMICA	8	92	-84	
MARIE CLAIRE MAISON	8	92	-84	
ELLE	9	91	-82	
NATURAL STYLE	9	91	-82	
GLAMOUR	10	90	-80	
INSIEME	10	90	-80	
MARIE CLAIRE	10	90	-80	
COSMOPOLITAN	12	88	-76	
IO E IL MIO BAMBINO	13	87	-74	
BIMBISANI & BELLI	14	86	-72	
CUCINA MODERNA	16	84	-68	
CUCINA NO PROBLEM	16	84	-68	
CUCINARE BENE	18	82	-64	
SALE & PEPE	18	82	-64	
CASA FACILE	20	80	-60	
VOGUE ITALIA	20	80	-60	
ELLE DECOR	23	77	-54	
COSE DI CASA	25	75	-50	
LA CUCINA ITALIANA	26	74	-48	
OK SALUTE E BENESSERE	27	73	-46	
GARDENIA	33	67	-34	22
DOVE	42	58	-16	

BELL'ITALIA	43	57	-14	
AD Architectural Digest	44	56	-12	
BELL'EUROPA	44	56	-12	
VILLE & CASALI	49	51	-2	
AIRONE	52	48	4	
IN VIAGGIO	53	47	6	
CLASS	55	45	10	
FOCUS	55	45	10	
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	59	41	18	
LE SCIENZE	60	40	20	
Touring - il nos.modo di VIAGGIARE	61	39	22	12
CAPITAL	69	31	38	
GQ	80	20	60	
QUATTORRUOTE	86	14	72	
FOR MEN MAGAZINE	88	12	76	
AL VOLANTE	89	11	78	
AUTO	90	10	80	
AM AUTOMESE	95	5	90	
GS GUERIN SPORTIVO	96	4	92	8

Nelle tavole successive è riportata l'**analisi di variabilità** 2010 \ 2014 per i tre gruppi sopra descritti .

tavola 5

8 testate a lettura MASCHILE

	A	B	B/A
	2010\3	2014\3	
FOR MEN MAGAZINE	447	439	98
CAPITAL	159	148	93
AL VOLANTE	2.138	1871	88
AUTO	701	597	85
GS GUERIN SPORTIVO	297	236	79
GQ	331	249	75
QUATTORRUOTE	3.729	2635	71
AM AUTOMESE	480	197	41

25% di testate con decrementi inferiori al 10%

Tavola 6

10 testate a lettura MISTA

	A	B	B/A
	2010\3	2014\3	
BELL'EUROPA	262	299	114
LE SCIENZE	438	492	112
IN VIAGGIO	200	223	112
DOVE	445	495	111
BELL'ITALIA	779	856	110
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	1.115	1195	107
AD Architectural Digest	583	516	89
VILLE & CASALI	457	393	86
FOCUS	6.221	4.906	79
AIRONE	764	576	75

60% di testate con incrementi POSITIVI
 NB : Sono escluse le testate CLASS e TOURING
 perché non presenti nel 2010

22 testate a lettura FEMMINILE

	A	B	B/A
	2010\3	2014\3	
VOGUE ITALIA	632	879	139
CASA FACILE	532	680	128
GARDENIA	291	363	125
MARIE CLAIRE MAISON	167	198	119
COSMOPOLITAN	540	617	114
ELLE DECOR	92	99	108
ELLE	515	541	105
MARIE CLAIRE	533	540	101
CUCINA NO PROBLEM	214	213	100
SALE & PEPE	700	681	97
CUCINA MODERNA	1.200	1166	97
CUCINARE BENE	800	758	95
COSE DI CASA	1.150	1053	92
NATURAL STYLE	201	184	92
INSIEME	256	223	87
LA CUCINA ITALIANA	697	599	86
IO E IL MIO BAMBINO	582	476	82
GLAMOUR	1.080	754	70
OK SALUTE E BENESSERE	376	248	66
BIMBISANI & BELLI	669	419	63
SILHOUETTE DONNA	748	418	56
AMICA	1.023	556	54

36% di testate con incrementi positivi
 27% di testate con decrementi inferiori al 10%

In conclusione , è il gruppo dei maschili che ha subito il maggior ridimensionamento , per altro compensato dal buon andamento delle testate a lettura mista .

amen