

I dati più significativi che caratterizzano la lettura dei VEICOLI STAMPA analizzati da AUDIPRESS

autore : Giorgio di Martino
data : marzo 2007

PREMESSA

Come noto , l'Indagine AUDIPRESS fornisce le stime dei lettori di quei quotidiani e periodici (sia settimanali che mensili) normalmente utilizzati nelle Pianificazioni pubblicitarie più significative . L'impiego di queste stime nei Centri Media avviene tramite il cosiddetto "nastro di pianificazione" che si basa sulla **trasformazione delle dichiarazioni di lettura rilasciate dagli intervistate in Probabilità di lettura** .

La filosofia sottostante a questo criterio è che "**risulta prioritario valutare un piano media in termini di COPERTURA del TARGET , FREQUENZA MEDIA di ESPOSIZIONE TEORICA e GRP** ".

Personalmente ritengo che questo modo di operare sia **riduttivo** in quanto non tiene conto di altre informazioni contenute in Audipress che descrivono quelli che possono definirsi come **comportamenti di lettura** :

- ° **Fonte di provenienza della copia letta**
- ° **Comportamento di lettura nel periodo "lungo" descritto in termini di GIORNI per i Quotidiani in termini di NUMERI per i settimanali\mensili**

A mio modo di vedere , tali comportamenti consentono di ben caratterizzare i settimanali ed i mensili in quanto le **single edizioni** sono caratterizzate da "**una loro vita**" che spesso va oltre la settimana o il mese di apparizione , mentre per i quotidiani la durata massima di vita definibile nelle 24 ore riduce notevolmente l'impatto di questi indicatori .

Le analisi successive si concentreranno quindi sui settimanali ed i mensili .

LA FONTE DI PROVENIENZA DELLA COPIA LETTA

Sono state individuate 4 modalità di risposta per descrivere la Provenienza della copia letta

**comperata
in abbonamento
prestata
trovata .**

Ciascuna di esse descrive " un interesse differente " verso la singola testata che possiamo ragionevolmente ipotizzare come **condizionante in modo diverso l'esposizione alla pubblicità** :

- ° più alta per chi mostra interesse alla testata (acquisto o abbonamento)
- ° più bassa per chi ha un interesse marginale od occasionale (prestata o trovata) .

Se analizziamo per primi i 41 settimanali\supplementi rilevati nell'edizione 2006\1 risulta che

° la dichiarazione "**comperata**" pesa in media per il **61,2%** con una variabilità compresa tra l'**84,7%** di Telesette e il **35,2%** di Eva Express tremila (vedasi **tavola 1**).

° considerando **significativa** una percentuale superiore al **10%** per quanto riguarda la dichiarazione "**abbonamento**" , solo **11** testate superano questa soglia (vedasi **tavola 2**).

° la dichiarazione "**prestata o trovata**" pesa in media per il **32,0%** con una variabilità compresa tra il **64,3%** di Eva Express Tremila e il **14,0%** di di Guida TV (vedasi **tavola 3**).

Accorpendo le voci "comperata e abbonamento" , è possibile quindi suddividere i lettori di ogni testata in "**lettori acquirenti**" e "**lettori aggiunti**" con pesi medi rispettivamente del **68%** e del **32%** (vedasi **tavola 4**) . Indicizzando i dati delle singole testate rispetto ai valori medi , è possibile graficizzare le differenze ricavandone un andamento "a forbice" delle due variabili (**grafico 1**).

1° parte

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 1

PROVENIENZA COPIA : Testate ordinate secondo la voce "COMPERATA"

LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

	FONTE PROVENIENZA COPIA (valori %)			
	Comperata	Abbonamento	Prestata	Trovata
TELESETTE	84,7	1,2	5,7	8,4
GUIDA TV	84,6	1,4	6,4	7,6
SORRISI E CANZONI TV	82,9	1,9	7,2	8,0
DI PIU' TV	82,6	0,7	8,4	8,2
IL VENERDI DI REPUBBLICA	82,1	0,7	8,0	9,2
CIOE'	81,9	2,4	9,9	5,9
D LA REPUBBLICA DELLE DONNE	79,7	1,5	8,6	10,2
TELEPIU'	79,6	4,2	7,8	8,3
CORRIERE DELLA SERA MAGAZINE	77,6	7,1	7,3	8,0
SETTIMANALE DIPIU'	74,6	0,4	12,2	12,9
SPECCHIO DELLA STAMPA	70,1	7,2	11,0	11,8
TOPOLINO	69,9	13,4	10,9	5,8
IO DONNA	69,5	5,6	10,2	14,7
INTIMITA'	69,1	1,6	18,1	11,2
FILM TV	68,7	1,9	20,7	8,7
TU	64,6	2,0	16,6	16,8
CONFIDENZE	64,5	5,8	18,4	11,3
GRAND HOTEL	63,1	1,2	24,2	11,5
VIVERSANI & BELLI	63,0	4,4	14,4	18,3
MOTOSPRINT	61,0	-	15,4	23,6
L'ESPRESSO	58,6	16,1	9,2	16,1
SPORT WEEK GAZZETTA SPORT	57,4	0,5	8,6	33,6
DONNA MODERNA	56,4	9,1	16,0	18,5
VANITY FAIR	56,4	16,0	14,0	13,6
AUTO OGGI	54,6	3,8	15,3	26,3
PANORAMA	54,4	15,4	11,4	18,8
GUERIN SPORTIVO	53,8	0,8	23,5	22,0
VISTO	53,8	1,1	22,7	22,4
AUTOSPRINT	53,1	1,8	19,5	25,6
CHI	52,6	1,9	18,5	27,0
GENTE	50,7	4,4	22,2	22,7
OGGI	49,8	8,2	20,0	21,9
MILANO FINANZA	49,3	14,3	15,5	20,9
IL MONDO	48,1	24,5	18,4	9,0
ANNA	46,4	12,5	16,8	24,3
IL GIORNALINO	45,0	35,4	4,8	14,8

GIOIA	44,1	4,3	22,2	29,5
GRAZIA	40,0	15,1	17,9	27,0
NOVELLA 2000	38,1	1,5	25,7	34,7
FAMIGLIA CRISTIANA	38,0	28,5	16,7	16,7
EVA EXPRESS TREMILA	35,2	0,5	34,0	30,3
MEDIA	61,2			

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 2

TESTATE con almeno il 10% di fonte dichiarata "ABBONAMENTO"

LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

FONTI PROVENIENZA COPIA (valori %)

	Comperata	Abbonamento	Prestata	Trovata
IL GIORNALINO	45,0	35,4	4,8	14,8
FAMIGLIA CRISTIANA	38,0	28,5	16,7	16,7
LUOGHI DELL'INFINITO	49,2	26,9	13,0	11,0
IL MONDO	48,1	24,5	18,4	9,0
L'ESPRESSO	58,6	16,1	9,2	16,1
VANITY FAIR	56,4	16,0	14,0	13,6
PANORAMA	54,4	15,4	11,4	18,8
GRAZIA	40,0	15,1	17,9	27,0
MILANO FINANZA	49,3	14,3	15,5	20,9
TOPOLINO	69,9	13,4	10,9	5,8
ANNA	46,4	12,5	16,8	24,3

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 3**TESTATE ORDINATE SECONDO LA VOCE "PRESTATATA O TROVATA"**

LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

	FONTE PROVENIENZA COPIA (valori %)		
	Comperata	Abbonamento	Prestata o Trovata
EVA EXPRESS TREMILA	35,2	0,5	64,3
NOVELLA 2000	38,1	1,5	60,4
GIOIA	44,1	4,3	51,7
GUERIN SPORTIVO	53,8	0,8	45,5
CHI	52,6	1,9	45,5
VISTO	53,8	1,1	45,1
AUTOSPRINT	53,1	1,8	45,1
GENTE	50,7	4,4	44,9
GRAZIA	40	15,1	44,9
SPORT WEEK GAZZETTA SPORT	57,4	0,5	42,2
OGGI	49,8	8,2	41,9
AUTO OGGI	54,6	3,8	41,6
ANNA	46,4	12,5	41,1
MOTOSPRINT	61	-	39,0
MILANO FINANZA	49,3	14,3	36,4
GRAND HOTEL	63,1	1,2	35,7
DONNA MODERNA	56,4	9,1	34,5
TU	64,6	2	33,4
FAMIGLIA CRISTIANA	38	28,5	33,4
VIVERSANI & BELLI	63	4,4	32,7
PANORAMA	54,4	15,4	30,2
CONFIDENZE	64,5	5,8	29,7
FILM TV	68,7	1,9	29,4
INTIMITA'	69,1	1,6	29,3
VANITY FAIR	56,4	16	27,6
IL MONDO	48,1	24,5	27,4
L'ESPRESSO	58,6	16,1	25,3
SETTIMANALE DIPIU'	74,6	0,4	25,1
IO DONNA	69,5	5,6	24,9
SPECCHIO DELLA STAMPA	70,1	7,2	22,8
IL GIORNALINO	45	35,4	19,6
D LA REPUBBLICA DELLE DONNE	79,7	1,5	18,8
IL VENERDI DI REPUBBLICA	82,1	0,7	17,2
TOPOLINO	69,9	13,4	16,7
DI PIU' TV	82,6	0,7	16,6
TELEPIU'	79,6	4,2	16,1

CIOE'	81,9	2,4	15,8
CORRIERE DELLA SERA MAGAZINE	77,6	7,1	15,3
SORRISI E CANZONI TV	82,9	1,9	15,2
TELESETTE	84,7	1,2	14,1
GUIDA TV	84,6	1,4	14,0
MEDIA			32,0

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 4

Peso dei lettori ACQUIRENTI e dei lettori AGGIUNTI

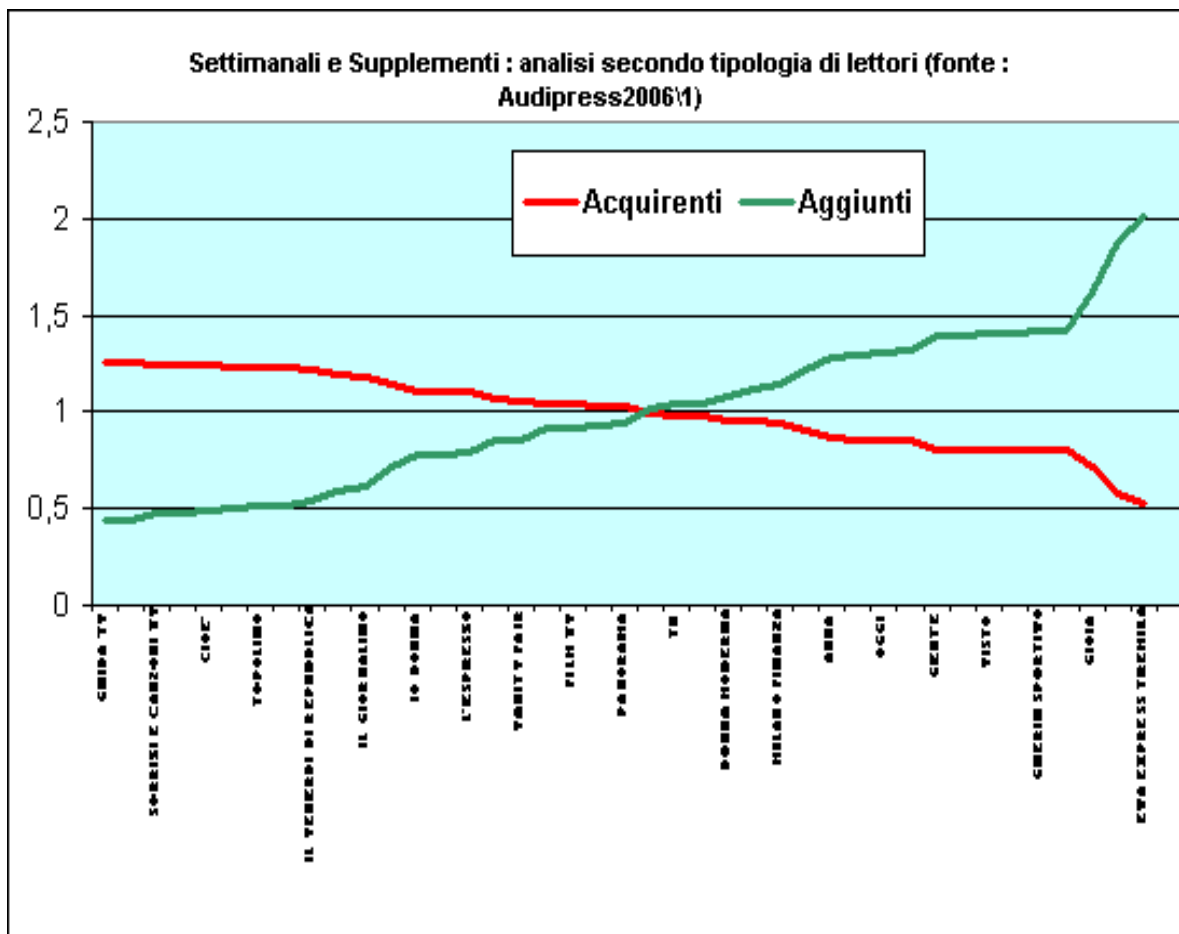
LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

	Acquirenti	Index	Aggiunti	Index
GUIDA TV	86,0	1,26	14,0	0,44
TELESETTE	85,9	1,26	14,1	0,44
SORRISI E CANZONI TV	84,8	1,25	15,2	0,48
CORRIERE DELLA SERA MAGAZINE	84,7	1,25	15,3	0,48
CIOE'	84,3	1,24	15,8	0,49
TELEPIU'	83,8	1,23	16,1	0,50
TOPOLINO	83,3	1,23	16,7	0,52
DI PIU' TV	83,3	1,23	16,6	0,52
IL VENERDI DI REPUBBLICA	82,8	1,22	17,2	0,54
D LA REPUBBLICA DELLE DONNE	81,2	1,19	18,8	0,59
IL GIORNALINO	80,4	1,18	19,6	0,61
SPECCHIO DELLA STAMPA	77,3	1,14	22,8	0,71
IO DONNA	75,1	1,10	24,9	0,78
SETTIMANALE DIPIU'	75,0	1,10	25,1	0,78
L'ESPRESSO	74,7	1,10	25,3	0,79
IL MONDO	72,6	1,07	27,4	0,86
VANITY FAIR	72,4	1,06	27,6	0,86
INTIMITA'	70,7	1,04	29,3	0,92
FILM TV	70,6	1,04	29,4	0,92
CONFIDENZE	70,3	1,03	29,7	0,93
PANORAMA	69,8	1,03	30,2	0,94
VIVERSANI & BELLI	67,4	0,99	32,7	1,02
TU	66,6	0,98	33,4	1,04
FAMIGLIA CRISTIANA	66,5	0,98	33,4	1,04
DONNA MODERNA	65,5	0,96	34,5	1,08
GRAND HOTEL	64,3	0,95	35,7	1,12
MILANO FINANZA	63,6	0,94	36,4	1,14
MOTOSPRINT	61,0	0,90	39,0	1,22
ANNA	58,9	0,87	41,1	1,28
AUTO OGGI	58,4	0,86	41,6	1,30
OGGI	58,0	0,85	41,9	1,31
SPORT WEEK GAZZETTA SPORT	57,9	0,85	42,2	1,32
GENTE	55,1	0,81	44,9	1,40
GRAZIA	55,1	0,81	44,9	1,40
VISTO	54,9	0,81	45,1	1,41

AUTOSPRINT	54,9	0,81	45,1	1,41
GUERIN SPORTIVO	54,6	0,80	45,5	1,42
CHI	54,5	0,80	45,5	1,42
GIOIA	48,4	0,71	51,7	1,62
NOVELLA 2000	39,6	0,58	60,4	1,89
EVA EXPRESS TREMILA	35,7	0,53	64,3	2,01
MEDIA PUNTEGGI	68		32	

GRAFICO 1



IL COMPORTAMENTO DI LETTURA NEL PERIODO LUNGO

Quando si pianifica la stampa periodica occorre anche decidere su quali "**Numeri**" far uscire la campagna . Idealmente , se i lettori di un periodico dichiarassero di leggere "**tutti i numeri**" il problema della scelta sarebbe ininfluenza ; in realtà non è così e quindi chi pianifica deve **decidere "quante uscite fare" e "su quali numeri" .**

Non esiste una risposta univoca a questi quesiti e neanche dei **Prontuari da consultare !**

Un metodo indiretto comunemente adottato si basa su uno dei seguenti obiettivi della campagna

- ° **massimizzare la copertura**
- ° **massimizzare la frequenza**

che in pratica si realizza , a parità di budget disponibile , in una delle due alternative

- ° tante testate con poche uscite (ma quante?)
- ° poche testate con molte uscite (ma quante?)

Un aiuto alla soluzione dei quesiti si può trarre dall'analisi delle risposte al quesito :

"negli ultimi 3 mesi (settimanali)\12 mesi (mensili) sono usciti 12 numeri di(testata): quanti numeri ne ha letti ?"

Dai dati della tavola 5 si rileva che **in media** il **55%** dei rispondenti ha risposto con una frequenza compresa tra **1 e 3 numeri** , il **29%** con una frequenza compresa **tra 4 e 8 numeri** e solo il **17%** ha dichiarato una frequenza compresa tra **9 e 12 numeri** .

Inoltre va sottolineato che la percentuale dei "**lettori fedeli**" (**17%**) varia tra un minimo del **5%** ed un massimo del **32%** e che solo **3** testate presentano un valore dal **30%** in su (Grand Hotel , Sorrisi e Canzoni TV , Telesette) .

Tutto ciò evidenzia una certa **saltuarietà** nella lettura dei settimanali e , quindi , l'esigenza di **utilizzare un numero elevato di "edizioni"** per massimizzare l'esposizione alla campagna .

8

2° parte

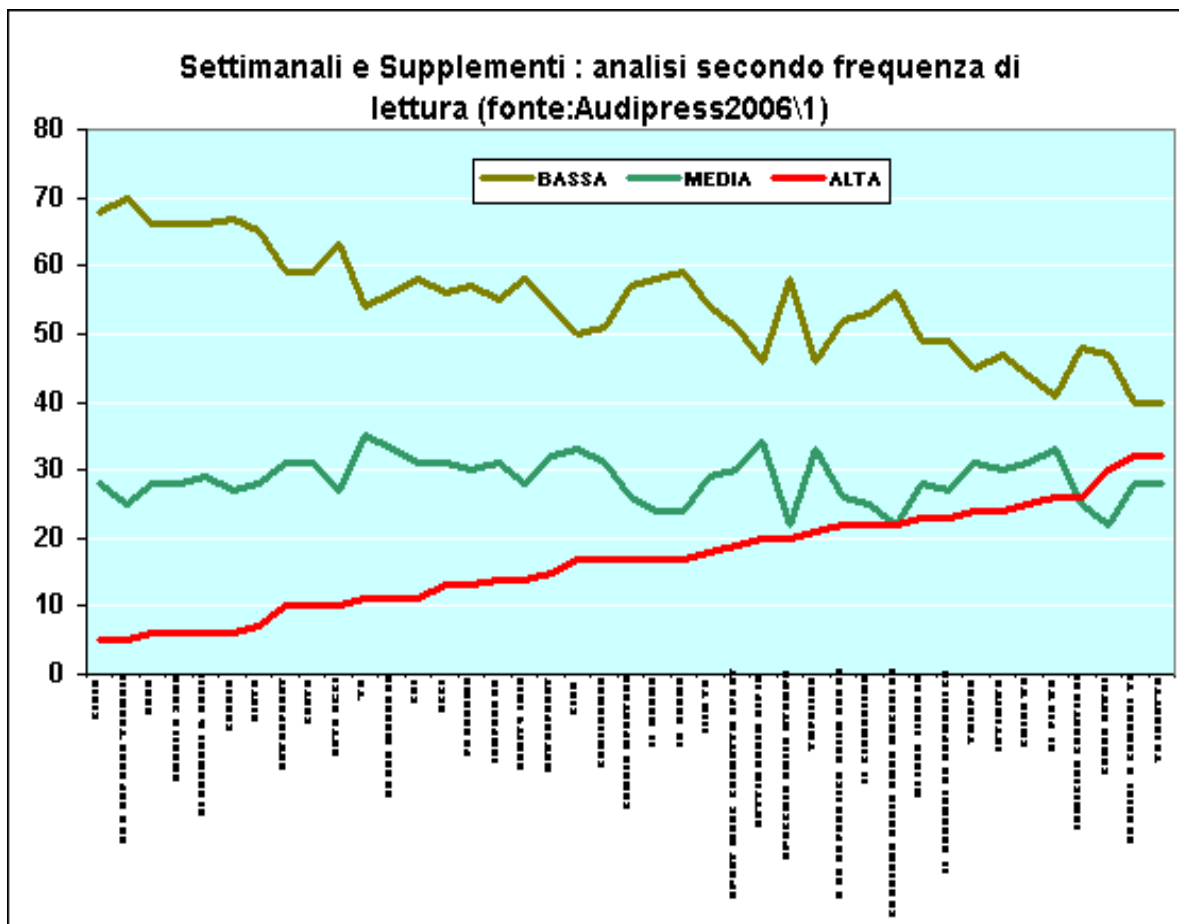
AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 5**Distribuzione dei lettori ULTIMI 12 NUMERI secondo CLASSE DI FREQUENZA**

base: ADULTI

	LETTORI ultimi 3 mesi	BASSA 1\3	MEDIA 4\8	ALTA 9\12
GIOIA	5.579	68	28	5
EVA EXPRESS TREMILA	2.805	70	25	5
ANNA	4.689	66	28	6
NOVELLA 2000	6.234	66	28	6
VIVERSANI & BELLI	6.426	66	29	6
GRAZIA	6.106	67	27	6
VISTO	4.882	65	28	7
AUTOSPRINT	2.788	59	31	10
GENTE	16.215	59	31	10
AUTO OGGI	3.679	63	27	10
TU	4.342	54	35	11
DONNA MODERNA	11.372	56	33	11
CHI	11.990	58	31	11
OGGI	14.890	56	31	13
PANORAMA	13.814	57	30	13
L'ESPRESSO	10.419	55	31	14
VANITY FAIR	3.175	58	28	14
MOTOSPRINT	2.612	54	32	15
CIOE'	2.454	50	33	17
CONFIDENZE	2.873	51	31	17
GUERIN SPORTIVO	1.011	57	26	17
IL MONDO	715	58	24	17
IO DONNA	5.134	59	24	17
FILM TV	845	54	29	18
SPORT WEEK GAZZETTA SPORT	5.269	51	30	19
SETTIMANALE DIPIU'	6.796	46	34	20
SPECCHIO DELLA STAMPA	3.553	58	22	20
TOPOLINO	4.094	46	33	21
D LA REPUBBLICA DELLE DONNE	3.909	52	26	22
IL GIORNALINO	605	53	25	22
CORRIERE DELLA SERA MAGAZINE	4.779	56	22	22
MILANO FINANZA	1.475	49	28	23
IL VENERDI DI REPUBBLICA	8.295	49	27	23
TELEPIU'	3.887	45	31	24
INTIMITA'	2.536	47	30	24
GUIDA TV	4.083	44	31	25
DI PIU' TV	6.308	41	33	26
FAMIGLIA CRISTIANA	9.797	48	25	26
GRAND HOTEL	1.636	47	22	30
SORRISI E CANZONI TV	13.573	40	28	32
TELESETTE	3.763	40	28	32
MEDIA		55	29	17

GRAFICO 2



Vediamo ora in sintesi i [dati più significativi relativi ai mensili](#) .

LA FONTE DI PROVENIENZA DELLA COPIA LETTA

Per le **84 testate** analizzate risulta che

° la dichiarazione "**comperata**" pesa in media per il **54,1%** con una variabilità compresa tra l'**86,5%** di Subito pronto in cucina e il **14,6%** di Club 3 (vedasi **tavola 6**)(*).

° considerando **significativa** una percentuale superiore al **10%** per quanto riguarda la dichiarazione "**abbonamento**" , solo **25** testate superano questa soglia (vedasi **tavola 7**).

° la dichiarazione "**prestata o trovata**" pesa in media per il **36,1%** con una variabilità compresa tra il **75,3%** di Cipria e il **13,1%** di Subito pronto in cucina (vedasi **tavola 8**).

Accorpando le voci "comperata e abbonamento" , è possibile quindi suddividere i lettori di ogni testata in "**lettori acquirenti**" e "**lettori aggiunti**" con pesi medi rispettivamente del **63,9%** e del **36,1%** (vedasi **tavola 9**) . Indicizzando i dati delle singole testate rispetto ai valori medi , è possibile graficizzare le differenze ricavandone un andamento "a forbice" delle due variabili come riportato nel **grafico 3** , dove , per ragioni di spazio , in ascissa non viene riportato l'elenco delle testate .

(*)L'ultimo in graduatoria è **Il Messaggero di S.Antonio** che viene distribuito prevalentemente in "abbonamento" per cui non è stato considerato .

10

1° parte

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 6

PROVENIENZA COPIA : Testate ordinate secondo la voce "COMPERATA"

LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

	FONTE PROVENIENZA COPIA (valori %)			
	Comperata	Abbonamento	Prestata	Trovata
SUBITO PRONTO IN CUCINA	86,5	0,5	7,9	5,2
CUCINA NO PROBLEM	81,7	1,9	10,0	6,4
PARTIAMO	78,1	-	12,1	9,8
CUCINARE BENE	78,0	2,5	10,3	9,1
BURDA	72,8	2,0	16,7	8,6
CUCINA MODERNA	71,7	4,3	14,4	9,7
IO CUCINO	71,2	2,0	15,9	10,9
LA CUCINA ITALIANA	70,5	8,0	10,6	10,9
PC WORLD ITALIA	70,1	4,9	14,3	10,8
TOP GIRL	70,0	4,6	15,5	10,0
EXPLORA	69,4	5,0	11,0	14,5
COSE DI CASA	69,0	3,6	11,9	15,5
AL VOLANTE	68,6	1,7	13,2	16,5
ASTRA	68,1	0,9	18,2	12,7
RAGAZZA MODERNA	68,0	2,7	15,5	13,7
CASA IN FIORE	67,4	3,5	14,1	15,0
RAKAM	67,1	6,1	15,5	11,2
NAUTICA	66,8	5,2	10,5	17,5
SALE & PEPE	66,7	7,2	11,7	14,4
GARDENIA	65,6	10,0	9,3	15,1
PC PROFESSIONALE	65,4	7,6	12,5	14,6
CAMBIO	65,4	1,9	20,6	12,2
CASA FACILE	65,1	4,8	15,5	14,6
COME STAI	65,0	2,9	16,7	15,5
IN SELLA	64,2	1,0	15,2	19,5
FOCUS	64,0	8,5	12,5	15,0
A TAVOLA	63,7	4,1	21,2	11,0
AMICI DI CASA	62,7	4,4	17,4	15,4
AM AUTOMESE	62,4	-	19,2	18,5
VILLE & CASALI	62,1	5,5	11,9	20,4
MERIDIANI	61,5	7,2	16,5	14,8
BELL' EUROPA	59,5	10,8	9,4	20,3
FOX UOMO	58,6	2,8	15,2	23,4

QUARK	57,2	10,7	12,4	19,7
STARBENE	57,0	3,5	17,6	21,9
CASE DA ABITARE	56,5	3,1	16,6	23,9
IN VIAGGIO	56,4	2,2	16,2	25,2
TUTTOMOTO	55,5	2,2	21,1	21,3
TUTTOTURISMO	55,4	6,3	14,5	23,8
SILHOUETTE DONNA	55,4	2,3	22,1	20,2
QUATTRORUOTE	55,1	3,3	18,1	23,4
ELLE DECOR	54,9	12,3	12,6	20,1
BRAVA CASA	54,9	11,4	16,8	16,9
CASAVIVA	54,4	12,2	15,4	18,0
CIAK	53,5	8,5	15,3	22,8
AUTO	53,0	2,5	16,6	27,9
AD ARCHITECTURAL DIGEST	51,0	18,7	14,3	16,0
COSMOPOLITAN	50,8	7,3	16,7	25,2
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	50,6	19,7	14,1	15,6
GLAMOUR	50,6	6,9	19,4	23,0
GENTE VIAGGI	50,2	6,8	14,7	28,3
NEWTON	50,0	15,6	14,0	20,5
JACK	49,4	9,3	17,3	23,9
BELL' ITALIA	49,1	11,2	12,5	27,2
MARIE CLAIRE	48,6	9,8	15,8	25,8
NATURAL STYLE	48,2	12,0	17,6	22,3
AIRONE	48,0	12,4	14,1	25,6
FOR MEN MAGAZINE	47,9	2,8	17,1	32,1
GENTE MOTORI	47,8	3,3	20,3	28,6
DOVE	47,6	18,0	16,9	17,4
FLAIR	47,5	7,7	15,9	28,9
INSIEME	47,2	16,0	13,6	23,1
DONNA & MAMMA	46,0	24,9	13,1	16,0
MEN'S & HEALTH	45,7	6,9	20,6	26,8
CLASS	43,6	7,4	21,9	27,1
BIMBISANI & BELLI	43,0	17,1	21,8	18,0
GULLIVER	42,9	23,2	16,0	17,9
MAX	42,5	4,9	19,5	33,0
IO E IL MIO BAMBINO	42,2	27,2	14,9	15,7
CAPITAL	42,2	6,4	15,7	35,7
LE SCIENZE	41,7	21,8	10,3	26,2
VIAGGI E SAPORI	41,7	11,3	17,9	29,1
AMICA	41,1	4,2	19,6	35,0
ELLE	40,7	13,0	17,2	29,1
PANORAMA TRAVEL	39,6	12,8	13,4	34,2
GQ	39,6	9,0	18,3	33,0
GENTE MESE	39,5	1,4	25,2	33,9
VERA MAGAZINE	38,4	1,1	22,8	37,6
VOGUE ITALIA	34,1	5,5	21,4	39,0
SELEZIONE READER'S DIGEST	31,4	33,4	19,4	15,8
CIPRIA	19,1	5,6	42,6	32,7

QUI TOURING	15,5	64,7	10,9	8,9
CLUB 3	14,6	57,6	12,4	15,4
MESSAGERO DI S.ANTONIO	9,2	65,8	13,6	11,3
MEDIA	54,1			

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 7

TESTATE CON ALMENO IL 10% di fonte dichiarata "ABBONAMENTO"

LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

	FONTE PROVENIENZA COPIA (valori %)			
	Comperata	Abbonamento	Prestata	Trovata
MESSAGERO DI S.ANTONIO	9,2	65,8	13,6	11,3
QUI TOURING	15,5	64,7	10,9	8,9
CLUB 3	14,6	57,6	12,4	15,4
SELEZIONE READER'S DIGEST	31,4	33,4	19,4	15,8
IO E IL MIO BAMBINO	42,2	27,2	14,9	15,7
DONNA & MAMMA	46,0	24,9	13,1	16,0
GULLIVER	42,9	23,2	16,0	17,9
LE SCIENZE	41,7	21,8	10,3	26,2
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	50,6	19,7	14,1	15,6
AD ARCHITECTURAL DIGEST	51,0	18,7	14,3	16,0
DOVE	47,6	18,0	16,9	17,4
BIMBISANI & BELLI	43,0	17,1	21,8	18,0
INSIEME	47,2	16,0	13,6	23,1
NEWTON	50,0	15,6	14,0	20,5
ELLE	40,7	13,0	17,2	29,1
PANORAMA TRAVEL	39,6	12,8	13,4	34,2
AIRONE	48,0	12,4	14,1	25,6
ELLE DECOR	54,9	12,3	12,6	20,1
CASAVIVA	54,4	12,2	15,4	18,0
NATURAL STYLE	48,2	12,0	17,6	22,3
BRAVA CASA	54,9	11,4	16,8	16,9
VIAGGI E SAPORI	41,7	11,3	17,9	29,1
BELL' ITALIA	49,1	11,2	12,5	27,2
BELL' EUROPA	59,5	10,8	9,4	20,3
QUARK	57,2	10,7	12,4	19,7

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 8**TESTATE ORDINATE SECONDO LA VOCE "PRESTATATA O TROVATA"**

LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

FONTE PROVENIENZA COPIA (valori %)

	Comperata	Abbonamento	Prestata o Trovata
CIPRIA	19,1	5,6	75,3
VERA MAGAZINE	38,4	1,1	60,4
VOGUE ITALIA	34,1	5,5	60,4
GENTE MESE	39,5	1,4	59,1
AMICA	41,1	4,2	54,6
MAX	42,5	4,9	52,5
CAPITAL	42,2	6,4	51,4
GQ	39,6	9,0	51,3
FOR MEN MAGAZINE	47,9	2,8	49,2
CLASS	43,6	7,4	49,0
GENTE MOTORI	47,8	3,3	48,9
PANORAMA TRAVEL	39,6	12,8	47,6
MEN'S & HEALTH	45,7	6,9	47,4
VIAGGI E SAPORI	41,7	11,3	47,0
ELLE	40,7	13,0	46,3
FLAIR	47,5	7,7	44,8
AUTO	53,0	2,5	44,5
GENTE VIAGGI	50,2	6,8	43,0
TUTTOMOTO	55,5	2,2	42,4
GLAMOUR	50,6	6,9	42,4
SILHOUETTE DONNA	55,4	2,3	42,3
COSMOPOLITAN	50,8	7,3	41,9
MARIE CLAIRE	48,6	9,8	41,6
QUATTRORUOTE	55,1	3,3	41,5
IN VIAGGIO	56,4	2,2	41,4
JACK	49,4	9,3	41,2
CASE DA ABITARE	56,5	3,1	40,5
NATURAL STYLE	48,2	12,0	39,9
BIMBISANI & BELLI	43,0	17,1	39,8
BELL' ITALIA	49,1	11,2	39,7
AIRONE	48,0	12,4	39,7
STARBENE	57,0	3,5	39,5
FOX UOMO	58,6	2,8	38,6
TUTTOTURISMO	55,4	6,3	38,3
CIAK	53,5	8,5	38,1
AM AUTOMESE	62,4	-	37,7
INSIEME	47,2	16,0	36,7
LE SCIENZE	41,7	21,8	36,5

SELEZIONE READER'S DIGEST	31,4	33,4	35,2
IN SELLA	64,2	1,0	34,7
NEWTON	50,0	15,6	34,5
DOVE	47,6	18,0	34,3
GULLIVER	42,9	23,2	33,9
BRAVA CASA	54,9	11,4	33,7
CASAVIVA	54,4	12,2	33,4
CAMBIO	65,4	1,9	32,8
AMICI DI CASA	62,7	4,4	32,8
ELLE DECOR	54,9	12,3	32,7
VILLE & CASALI	62,1	5,5	32,3
COME STAI	65,0	2,9	32,2
A TAVOLA	63,7	4,1	32,2
QUARK	57,2	10,7	32,1
MERIDIANI	61,5	7,2	31,3
ASTRA	68,1	0,9	30,9
IO E IL MIO BAMBINO	42,2	27,2	30,6
AD ARCHITECTURAL DIGEST	51,0	18,7	30,3
CASA FACILE	65,1	4,8	30,1
AL VOLANTE	68,6	1,7	29,7
BELL' EUROPA	59,5	10,8	29,7
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	50,6	19,7	29,7
RAGAZZA MODERNA	68,0	2,7	29,2
CASA IN FIORE	67,4	3,5	29,1
DONNA & MAMMA	46,0	24,9	29,1
NAUTICA	66,8	5,2	28,0
CLUB 3	14,6	57,6	27,8
FOCUS	64,0	8,5	27,5
COSE DI CASA	69,0	3,6	27,4
PC PROFESSIONALE	65,4	7,6	27,1
IO CUCINO	71,2	2,0	26,8
RAKAM	67,1	6,1	26,7
SALE & PEPE	66,7	7,2	26,1
TOP GIRL	70,0	4,6	25,5
EXPLORA	69,4	5,0	25,5
BURDA	72,8	2,0	25,3
PC WORLD ITALIA	70,1	4,9	25,1
MESSAGERO DI S.ANTONIO	9,2	65,8	24,9
GARDENIA	65,6	10,0	24,4
CUCINA MODERNA	71,7	4,3	24,1
PARTIAMO	78,1	-	21,9
LA CUCINA ITALIANA	70,5	8,0	21,5
QUI TOURING	15,5	64,7	19,8
CUCINARE BENE	78,0	2,5	19,4
CUCINA NO PROBLEM	81,7	1,9	16,4
SUBITO PRONTO IN CUCINA	86,5	0,5	13,1
MEDIA			36,1

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 9**Peso dei lettori ACQUIRENTI e dei lettori AGGIUNTI**

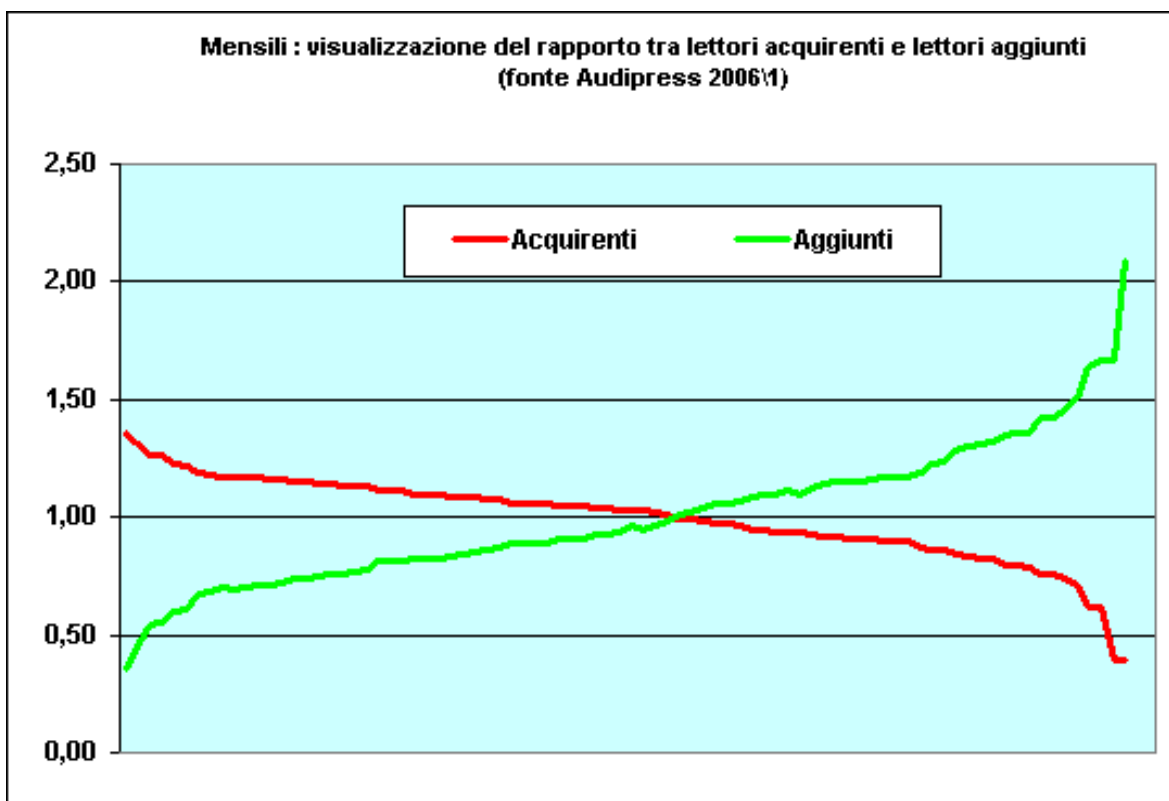
LETTORI NUMERO MEDIO

base: ADULTI

	Acquirenti	Index	Aggiunti	Index
SUBITO PRONTO IN CUCINA	87,0	1,36	13,1	0,36
CUCINA NO PROBLEM	83,6	1,31	16,4	0,45
CUCINARE BENE	80,5	1,26	19,4	0,54
QUI TOURING	80,2	1,26	19,8	0,55
LA CUCINA ITALIANA	78,5	1,23	21,5	0,60
PARTIAMO	78,1	1,22	21,9	0,61
CUCINA MODERNA	76,0	1,19	24,1	0,67
GARDENIA	75,6	1,18	24,4	0,68
PC WORLD ITALIA	75,0	1,17	25,1	0,70
MESSAGERO DI S.ANTONIO	75,0	1,17	24,9	0,69
BURDA	74,8	1,17	25,3	0,70
TOP GIRL	74,6	1,17	25,5	0,71
EXPLORA	74,4	1,16	25,5	0,71
SALE & PEPE	73,9	1,16	26,1	0,72
IO CUCINO	73,2	1,15	26,8	0,74
RAKAM	73,2	1,15	26,7	0,74
PC PROFESSIONALE	73,0	1,14	27,1	0,75
COSE DI CASA	72,6	1,14	27,4	0,76
FOCUS	72,5	1,13	27,5	0,76
CLUB 3	72,2	1,13	27,8	0,77
NAUTICA	72,0	1,13	28,0	0,78
CASA IN FIORE	70,9	1,11	29,1	0,81
DONNA & MAMMA	70,9	1,11	29,1	0,81
RAGAZZA MODERNA	70,7	1,11	29,2	0,81
AL VOLANTE	70,3	1,10	29,7	0,82
BELL' EUROPA	70,3	1,10	29,7	0,82
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	70,3	1,10	29,7	0,82
CASA FACILE	69,9	1,09	30,1	0,83
AD ARCHITECTURAL DIGEST	69,7	1,09	30,3	0,84
IO E IL MIO BAMBINO	69,4	1,09	30,6	0,85
ASTRA	69,0	1,08	30,9	0,86
MERIDIANI	68,7	1,08	31,3	0,87
COME STAI	67,9	1,06	32,2	0,89
QUARK	67,9	1,06	32,1	0,89
A TAVOLA	67,8	1,06	32,2	0,89
VILLE & CASALI	67,6	1,06	32,3	0,89
CAMBIO	67,3	1,05	32,8	0,91
ELLE DECOR	67,2	1,05	32,7	0,91
AMICI DI CASA	67,1	1,05	32,8	0,91
CASAVIVA	66,6	1,04	33,4	0,93

BRAVA CASA	66,3	1,04	33,7	0,93
GULLIVER	66,1	1,03	33,9	0,94
NEWTON	65,6	1,03	34,5	0,96
DOVE	65,6	1,03	34,3	0,95
IN SELLA	65,2	1,02	34,7	0,96
SELEZIONE READER'S DIGEST	64,8	1,01	35,2	0,98
LE SCIENZE	63,5	0,99	36,5	1,01
INSIEME	63,2	0,99	36,7	1,02
AM AUTOMESE	62,4	0,98	37,7	1,04
CIAK	62,0	0,97	38,1	1,06
TUTTOTURISMO	61,7	0,97	38,3	1,06
FOX UOMO	61,4	0,96	38,6	1,07
STARBENE	60,5	0,95	39,5	1,09
AIRONE	60,4	0,95	39,7	1,10
BELL' ITALIA	60,3	0,94	39,7	1,10
NATURAL STYLE	60,2	0,94	39,9	1,11
BIMBISANI & BELLI	60,1	0,94	39,8	1,10
CASE DA ABITARE	59,6	0,93	40,5	1,12
JACK	58,7	0,92	41,2	1,14
IN VIAGGIO	58,6	0,92	41,4	1,15
MARIE CLAIRE	58,4	0,91	41,6	1,15
QUATTORRUOTE	58,4	0,91	41,5	1,15
COSMOPOLITAN	58,1	0,91	41,9	1,16
TUTTOMOTO	57,7	0,90	42,4	1,17
SILHOUETTE DONNA	57,7	0,90	42,3	1,17
GLAMOUR	57,5	0,90	42,4	1,17
GENTE VIAGGI	57,0	0,87	43,0	1,19
AUTO	55,5	0,86	44,5	1,23
FLAIR	55,2	0,86	44,8	1,24
ELLE	53,7	0,84	46,3	1,28
VIAGGI E SAPORI	53,0	0,83	47,0	1,30
MEN'S & HEALTH	52,6	0,82	47,4	1,31
PANORAMA TRAVEL	52,4	0,82	47,6	1,32
GENTE MOTORI	51,1	0,80	48,9	1,35
CLASS	51,0	0,80	49,0	1,36
FOR MEN MAGAZINE	50,7	0,79	49,2	1,36
CAPITAL	48,6	0,76	51,4	1,42
GQ	48,6	0,76	51,3	1,42
MAX	47,4	0,74	52,5	1,45
AMICA	45,3	0,71	54,6	1,51
GENTE MESE	40,9	0,62	59,1	1,64
VOGUE ITALIA	39,6	0,62	60,4	1,67
VERA MAGAZINE	39,5	0,39	60,4	1,67
CIPRIA	24,7	0,39	75,3	2,09
MEDIA	63,9		36,1	

GRAFICO 3



IL COMPORTAMENTO DI LETTURA NEL PERIODO LUNGO

Dai dati della **tavola 10** si rileva che **in media** il **64%** dei rispondenti ha risposto con una frequenza compresa tra **1 e 3 numeri**, il **25%** con una frequenza compresa **tra 4 e 8 numeri** e solo l'**11%** ha dichiarato una frequenza compresa tra **9 e 12 numeri**.

Inoltre va sottolineato che la percentuale dei "**lettori fedeli**" (**11%**) varia tra un minimo del **3%** ed un massimo del **40%** e che solo **4** testate presentano un valore dal **30%** in su (Luoghi dell'infinito, QUI Touring, Messaggero di S. Antonio e Club 3).

Tutto ciò evidenzia una **saltuarietà** nella lettura dei mensili maggiore rispetto ai settimanali e quindi nel loro impiego pubblicitario **occorre praticamente essere presenti su quasi tutti i numeri**.

2° parte

AUDIPRESS 2006/1

TAVOLA 10**Distribuzione dei lettori ULTIMI 12 NUMERI secondo CLASSE DI FREQUENZA**

base: ADULTI

	LETTORI ultimi 12 mesi	BASSA 1\3	MEDIA 4\8	ALTA 9\12
GENTE VIAGGI	3.113	75	22	3
CAPITAL	2.153	75	20	4
COME STAI	1.212	63	33	4
VERA MAGAZINE	1.546	74	22	4
IN VIAGGIO	1.237	80	16	4
FLAIR	2.083	72	23	5
FOX UOMO	2.035	71	24	5
MAX	4.831	74	21	5
MERIDIANI	1.208	72	22	5
SILHOUETTE DONNA	4.830	64	31	5
AMICA	5.203	66	28	6
ASTRA	1.594	86	9	6
CASE DA ABITARE	1.714	69	25	6
CLASS	965	77	16	6
FOR MEN MAGAZINE	2.001	72	22	6
GENTE MESE	4.408	68	26	6
GULLIVER	1.412	75	19	6
STARBENE	7.454	63	31	6
TUTTOTURISMO	1.294	72	22	6
VOGUE ITALIA	3.083	76	19	6
AIRONE	2.616	71	22	7
GENTE MOTORI	5.054	64	29	7
GQ	2.837	71	22	7
PANORAMA TRAVEL	1.825	73	20	7
VIAGGI E SAPORI	1.214	73	20	7
VILLE & CASALI	2.250	72	21	7
AMICI DI CASA	931	65	27	8
BELL' ITALIA	2.736	70	23	8
COSMOPOLITAN	3.118	67	25	8
ELLE	2.200	73	19	8
ELLE DECOR	684	69	22	8
MEN'S & HEALTH	2.653	71	22	8
NATURAL STYLE	547	78	14	8
PARTIAMO	501	77	14	8
QUARK	3.008	65	27	8
A TAVOLA	716	66	26	8
BELL' EUROPA	1.371	70	21	9
BRAVA CASA	3.770	60	31	9
BURDA	2.100	69	21	9
CASA IN FIORE	1.765	67	24	9
CASAVIVA	4.861	62	29	9
COSE DI CASA	6.150	60	31	9
IO CUCINO	833	53	38	9
MARIE CLAIRE	2.708	69	22	9

AUTO	2.953	57	33	10
CAMBIO	907	61	29	10
CASA FACILE	3.311	60	30	10
CUCINA MODERNA	4.081	57	34	10
EXPLORA	960	61	29	10
GLAMOUR	3.758	63	27	10
JACK	1.892	69	21	10
RAGAZZA MODERNA	1.340	59	31	10
CIPRIA	838	60	29	11
DOVE	1.466	66	23	11
QUATTRORUOTE	14.076	60	29	11
RAKAM	1.364	66	23	11
TUTTOMOTO	3.001	56	33	11
CUCINARE BENE	3.056	55	33	12
GARDENIA	1.137	63	25	12
INSIEME	1.412	63	24	12
NATIONAL GEOGRAPHIC ITALIA	3.417	64	24	12
NEWTON	2.235	60	28	12
SALE & PEPE	2.989	61	27	12
SUBITO PRONTO IN CUCINA	737	55	33	12
BIMBISANI & BELLI	3.027	59	28	13
CIAK	1.705	66	21	13
LA CUCINA ITALIANA	2.798	60	28	13
CUCINA NO PROBLEM	728	58	29	13
NAUTICA	1.013	60	27	13
SELEZIONE READER'S DIGEST	1.221	62	25	13
TOP GIRL	1.841	53	33	14
AD ARCHITECTURAL DIGEST	2.056	63	22	15
PC WORLD ITALIA	1.706	53	31	16
AL VOLANTE	6.340	50	34	16
AM AUTOMESE	1.193	57	27	17
LE SCIENZE	1.145	59	25	17
IN SELLA	3.157	49	33	17
DONNA & MAMMA	1.358	49	33	18
FOCUS	15.583	47	35	18
PC PROFESSIONALE	1.919	50	32	18
IO E IL MIO BAMBINO	2.205	48	33	19
LUOGHI DELL'INFINITO	271	50	18	32
QUI TOURING	1.408	47	19	34
MESSAGERO DI S.ANTONIO	2.549	42	19	39
CLUB 3	340	44	16	40
MEDIA		64	25	11