

HUBITS
IL LAB DELLE RICERCHE DI MERCATO

Fun&Media Talks

In collaborazione con

MONDADORI
MEDIA

Bva Doxa

LICENSING
Italia

OFFICIAL REPRESENTATIVE OFFICE
LICENSING
INTERNATIONAL

SCENARIO ENTERTAINMENT
2023

Popolazione rappresentativa

INTERVISTATE:

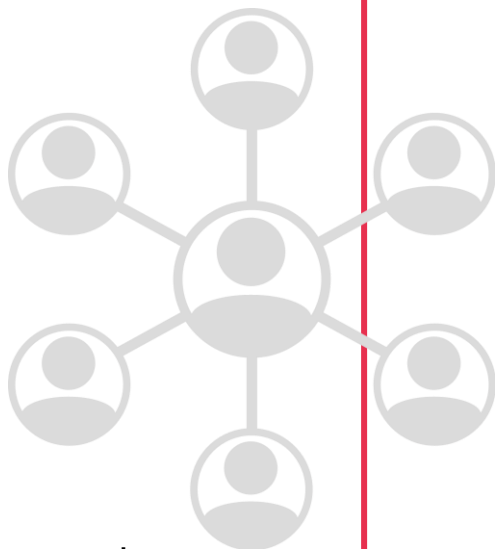
**+3000
Persone**

**IN TUTTA ITALIA
Dai 18 ai 74 anni**

Dal 1 al 15 Febbraio 2023

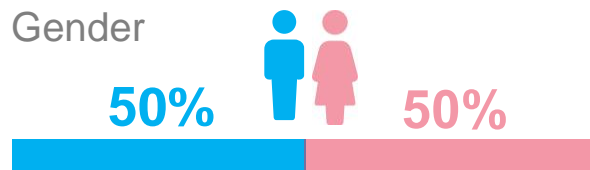
È stato intervistato un campione rappresentativo della popolazione italiana web 18-75 anni, equivalente a circa:

**38.500.000
Persone**

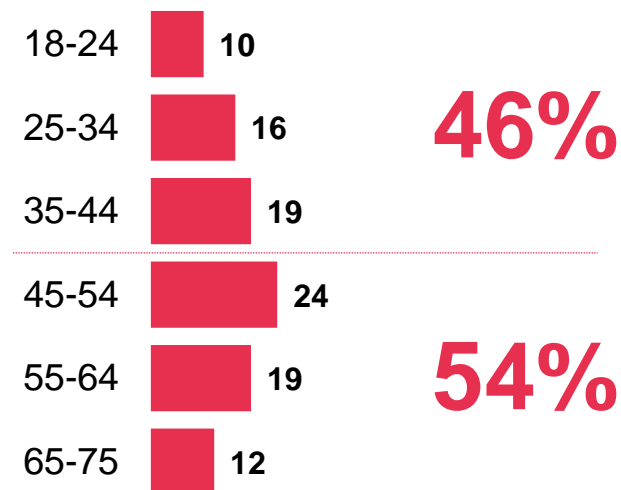


Caratteristiche socio-demografiche

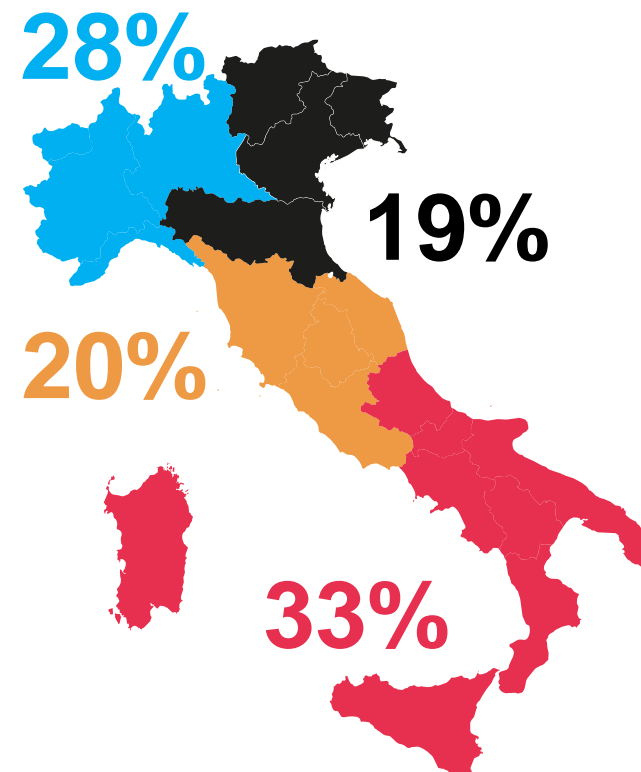
Gender



Age (in years)



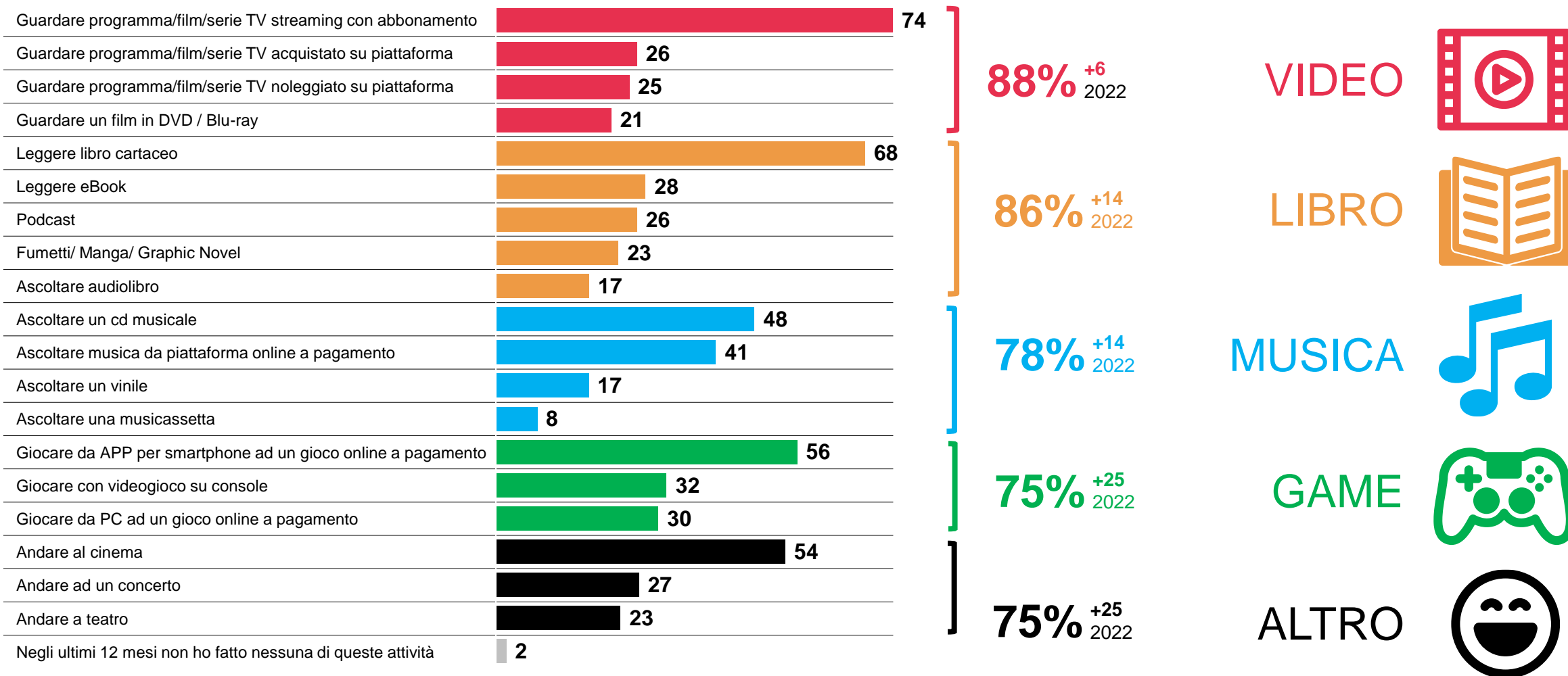
Geographical areas



Habits negli ultimi 12 mesi



Negli ultimi 12 mesi quali di queste attività ti è capitato di fare almeno una volta?

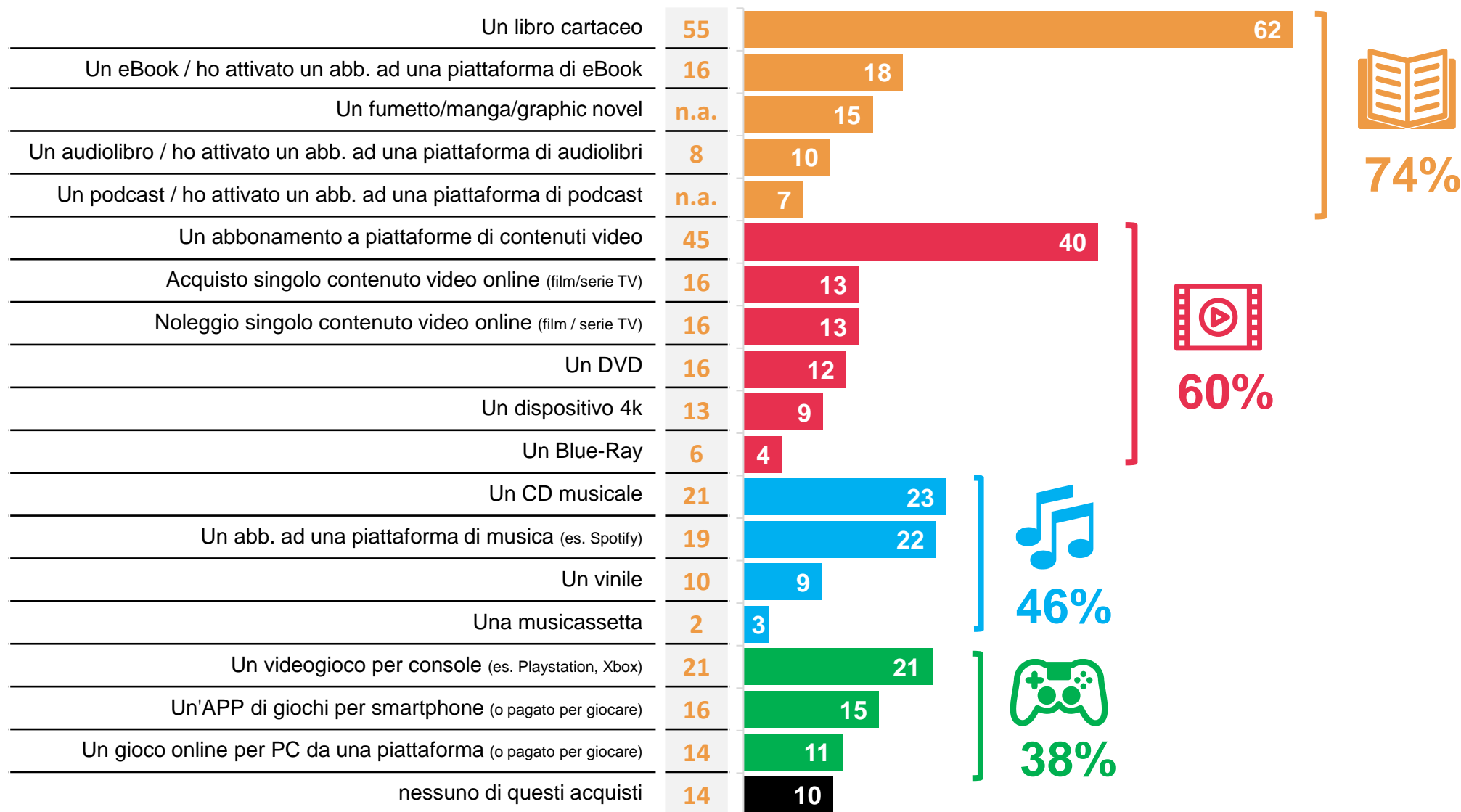


Acquisti **ULTIMI 12 MESI**

TOTALE 2022



Sempre pensando agli ultimi 12 mesi, hai acquistato...?



74%



60%



46%



38%

Acquisti

ULTIMI 12 MESI

Le celle in verde rappresentano una significativa differenza di attitudini tra i target socio-demografici

	TOT	Uomo	Donna	18 -24	25 – 34	35 – 44	45 –54	55 –64	65-74	Famiglia con Figli	Senza figli
Un libro cartaceo	62	59	66	55	61	61	64	65	62	74	81
Abb. a piattaforme video	40	42	37	47	56	42	39	34	27	46	41
Un CD musicale	23	25	21	24	19	23	22	28	23	27	31
Abb. piattaforma musica	22	23	21	44	34	23	16	14	7	26	20
Videogioco per console	21	24	17	28	31	29	22	12	6	30	16
Un eBook o piattaforma	18	16	20	21	21	20	17	15	14	22	19
Un fumetto/manga	15	17	13	14	17	18	16	13	10	20	16
Un'APP di giochi	15	17	13	22	21	18	16	11	7	20	16
Un DVD	12	13	10	13	11	14	12	12	10	14	18
Video acquisto singolo	13	14	11	16	16	14	12	13	7	17	12
Video noleggio singolo	13	15	10	17	13	16	14	10	6	17	12
Un gioco online per PC	11	12	10	20	17	12	11	8	4	14	9
Un audiolibro o piattaforma	10	10	10	17	11	12	10	7	6	14	9
Un dispositivo 4K	9	10	7	14	15	12	6	7	5	11	9
Un vinile	9	11	7	11	9	8	9	9	8	11	12
Un podcast o piattaforma	7	8	6	13	12	9	5	4	2	9	8
Un Blu-ray	4	6	3	5	6	6	4	4	1	5	7
Una musicassetta	3	4	2	6	5	3	2	2	2	4	2

Gli articoli di intrattenimento più acquistati sono i libri cartacei, soprattutto per le donne e per chi non ha figli. Seguono gli abbonamenti a piattaforme video.

Coloro che spendono in E-book, Audiolibri e Podcast insieme alle App di giochi e ai contenuti video sono soprattutto gli Early-Adopters (coloro che adottano le novità tecnologiche prima degli altri).

Habits dopo la PANDEMIA



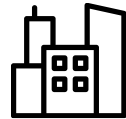
In quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente sempre pensando al tuo comportamento prima della pandemia?



92%

Attitudini indoor più marcate

Guardare film a casa	47
Stare a casa di famigliari	38
Uscire meno in generale	33
Uscire meno per risparmiare	32
Stare a casa di amici	31
Paura del contagio	19



45%

Divertimento e socialità outdoor

Uscire per locali	22
Andare a fiere	20
Partecipare ad eventi live	15
Andare al cinema	10



66%

Acquisti online e lettura post pandemia

Usare più e-commerce	40
Leggere di più	30
Fare la spesa online	14



49%

Fun&Media in mobilità

Ascoltare musica in viaggio	27
Leggere libri in viaggio	23
Vedere film in viaggio	17



41%

Savers (Accettano la pubblicità per abbattere i costi)

Sull'abbonamento Musica	28
Sull'abbonamento Video	24

Acquisti personali e regali



Per ciascuno degli acquisti che hai fatto, per chi hai acquistato?

L'acquisto è sicuramente per uso e consumo familiare; video e musica in streaming, libri cartacei ed ebook sono le più «acquistate per sé stessi», seguono, giochi via app e podcast. La categoria più regalata è quella dei libri cartacei, seguono quasi a pari merito strumenti fisici per musica e video (CD, vinili, Dvd e Blu Ray).



VIDEO



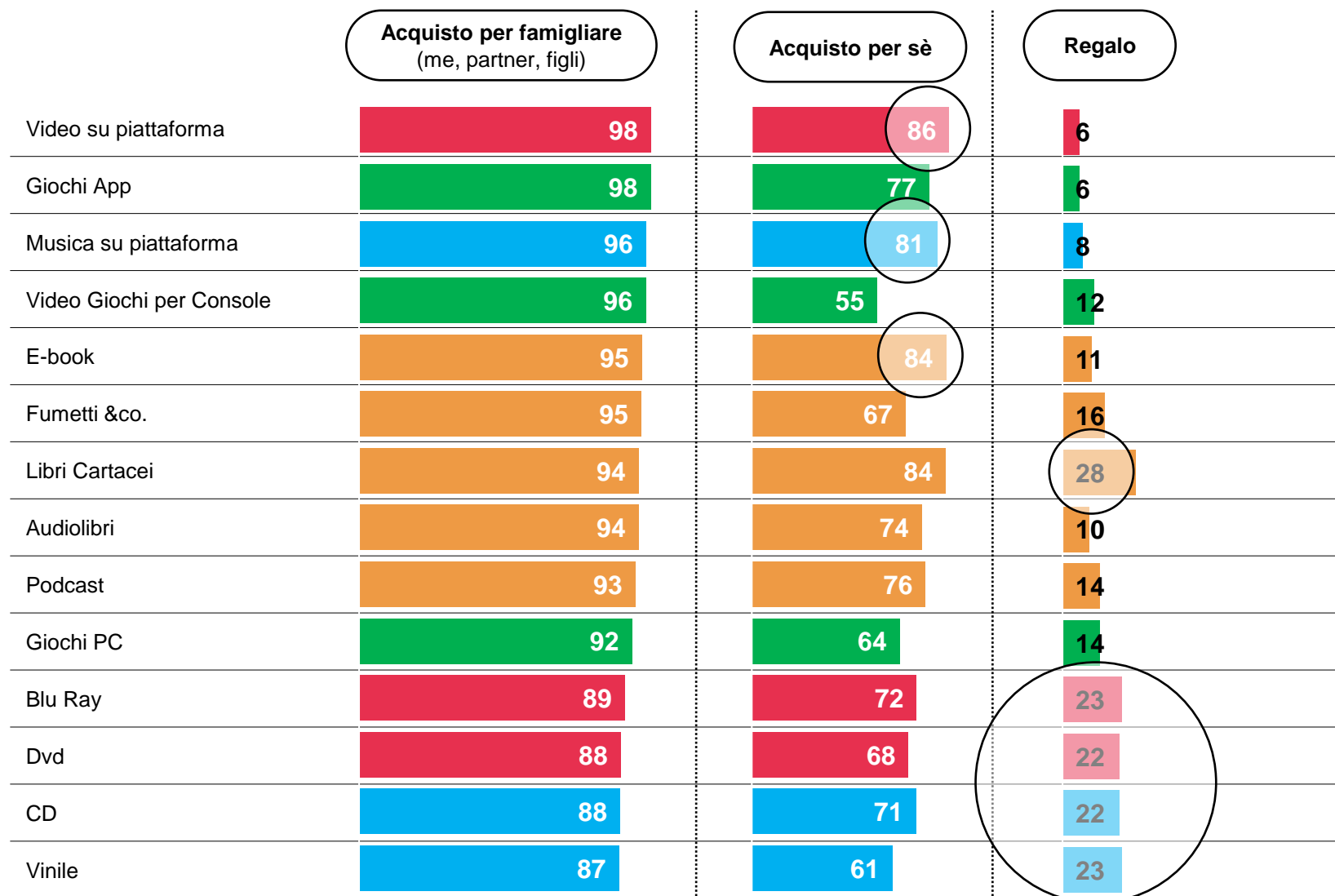
LIBRO



MUSICA



GAME



Lettura nei 12 Mesi

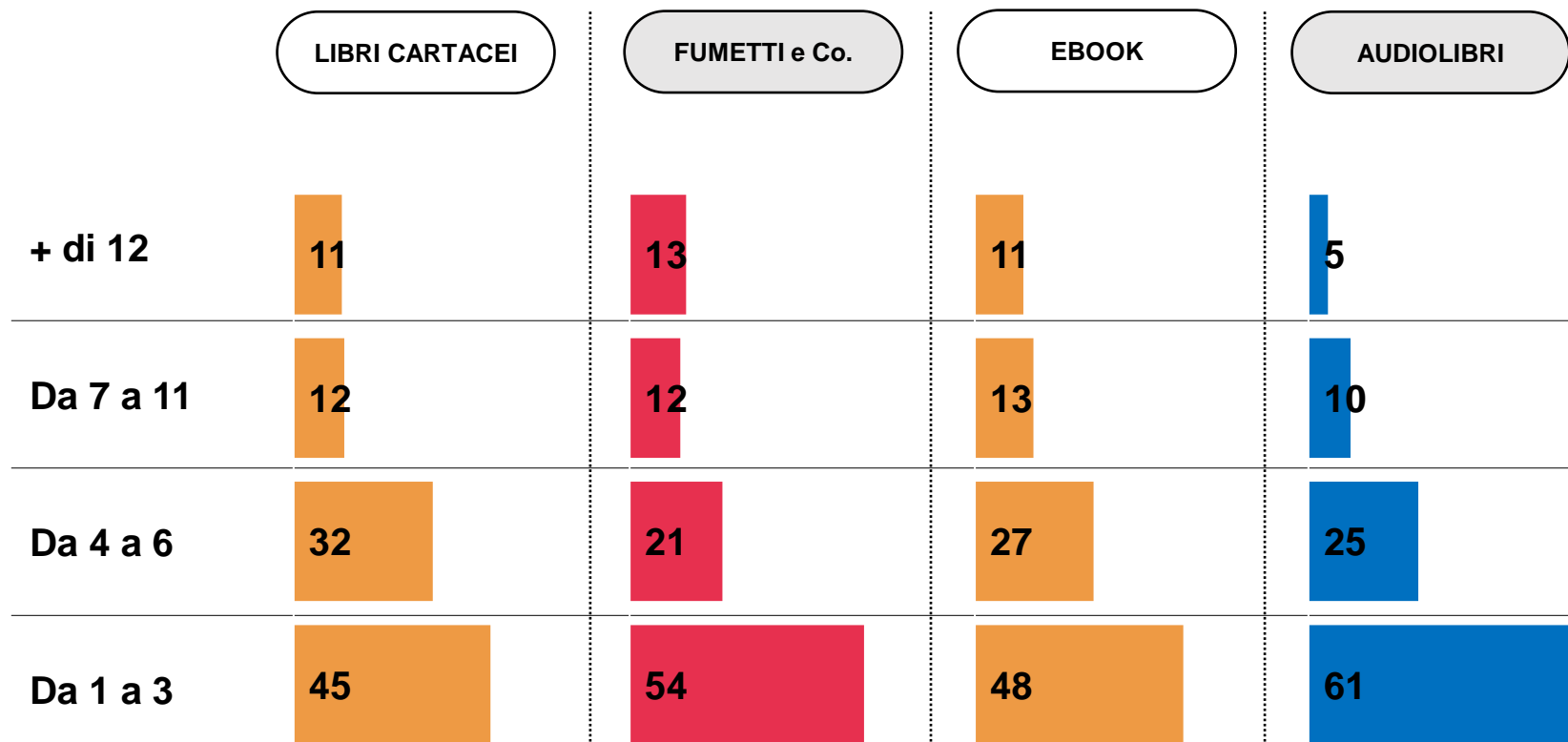


Negli ultimi 12 mesi, quanti libri di ciascuna delle seguenti tipologie hai letto/ascoltato?

La distribuzione degli E-Book letti nell'ultimo anno è molto simile a quella dei libri cartacei, mentre l'ascolto degli audiolibri è più limitato: il 61% ne ha ascoltati meno di 3.

Poco più di metà del campione ha letto da 1 a 3 fumetti nell'ultimo anno.

Non si registrano differenze significative rispetto al 2022.



Motivi principali della Lettura

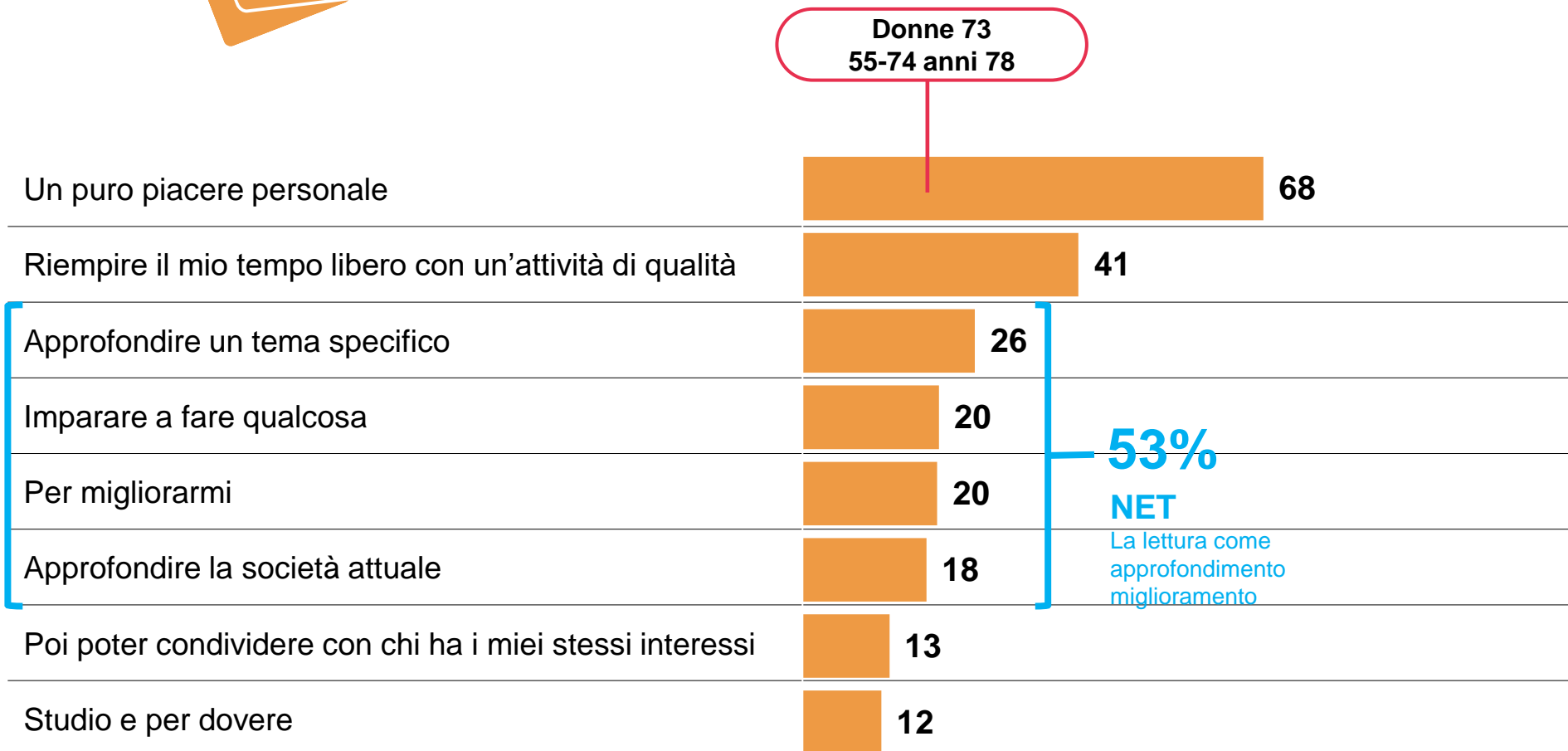


Quali sono i motivi principali per cui leggi/ ascolti libri ?

2/3 dei lettori legge per puro piacere personale,

4 su 10 per trascorrere del tempo di qualità.

Interessante come metà dei lettori si dia alla lettura per migliorarsi, per imparare nuovi stimoli e informarsi.



Frequenza utilizzo mediale MUSICA & VIDEO

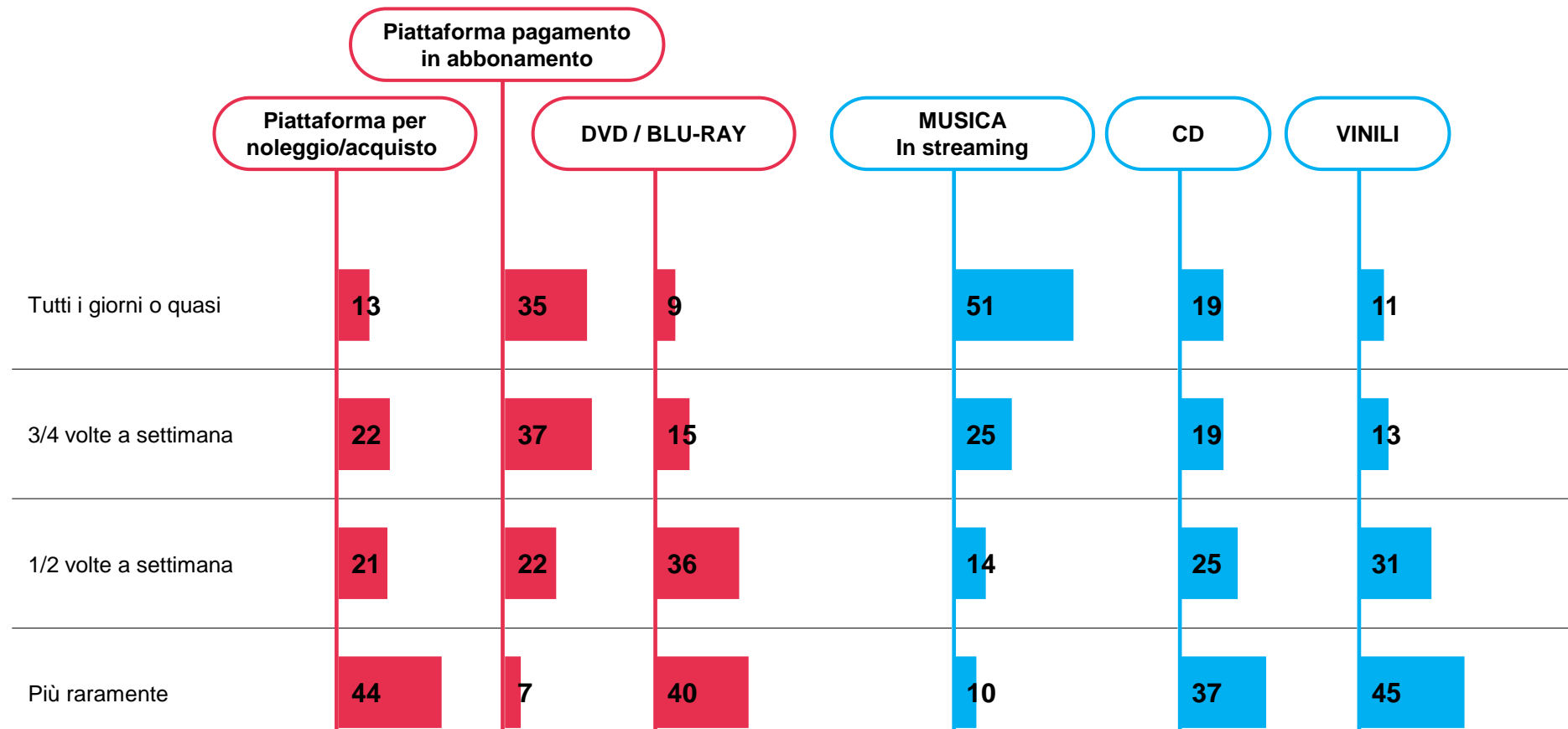


in media, alla settimana, con
che frequenza guardi questi
contenuti dai seguenti
dispositivi/piattaforme?

in media, alla settimana,
con che frequenza ascolti ...

L'ascolto di musica
in streaming e la visione
di contenuti video
in abbonamento sono
per più della metà degli
user un'attività giornaliera,
a discapito dei device fisici.

CD e vinili infatti sono
ascoltati raramente
come anche i DVD/Blu-ray,
sebbene circa la metà
degli user li usa almeno
una volta a settimana.



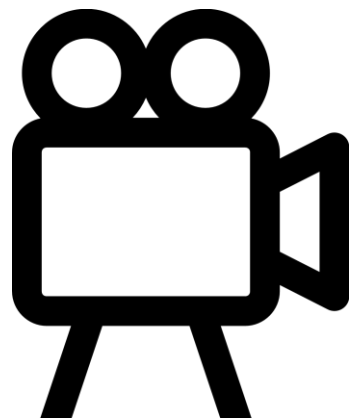
Frequenza CINEMA Pre e post pandemia

In generale, gli italiani hanno frequentato meno i cinema rispetto a prima della pandemia.

il 42% ha mantenuto o incrementato la frequenza al cinema rispetto alle abitudini pre pandemia.

Di questi la metà ci va al massimo 3 volte l'anno.

Il 27% invece dichiara di non andare più al cinema.

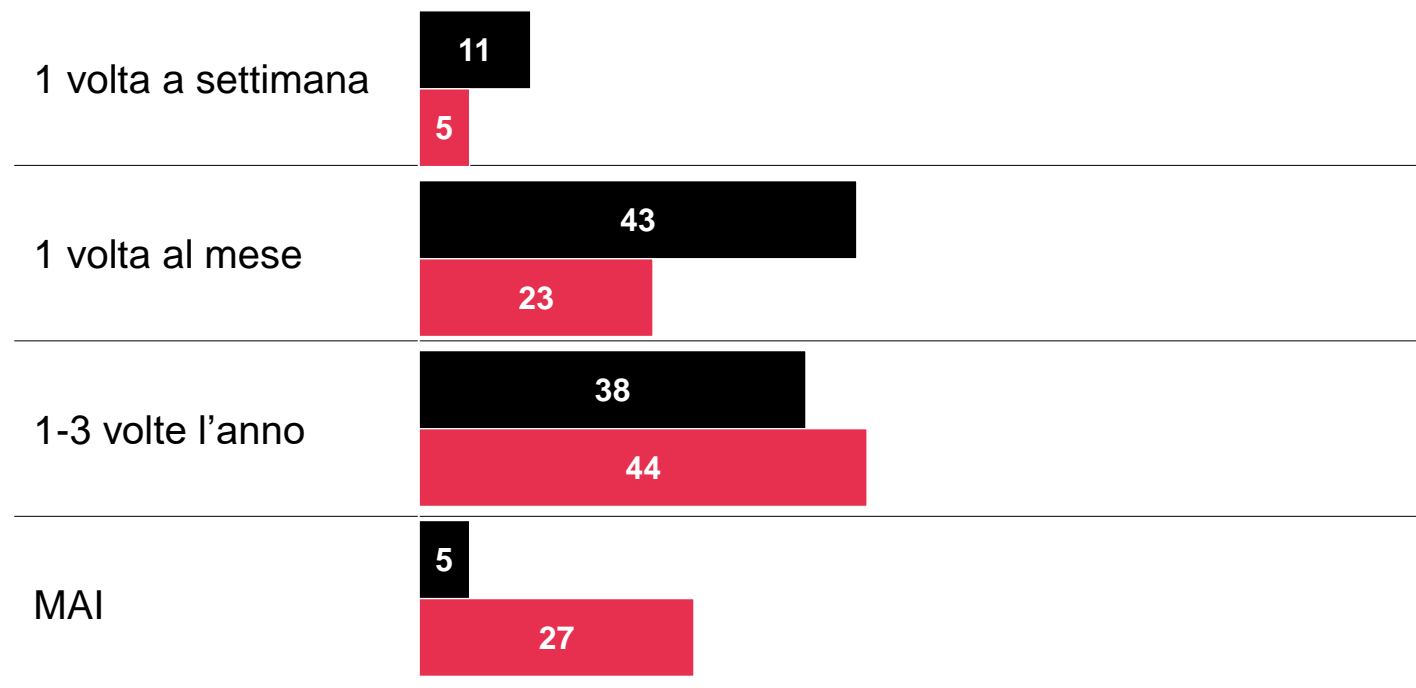


● Pre-pandemia
● Ultimo anno



Prima della pandemia, quante volte ti capitava di andare al cinema?

Nell'ultimo anno invece quante volte ti è capitato di andare al cinema?



Film nelle sale cinematografiche

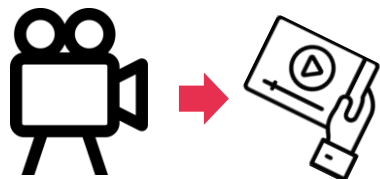
Poco più del 60% dei viewer delle piattaforme in streaming pensa che i film siano disponibili nelle piattaforme entro un paio di mesi.



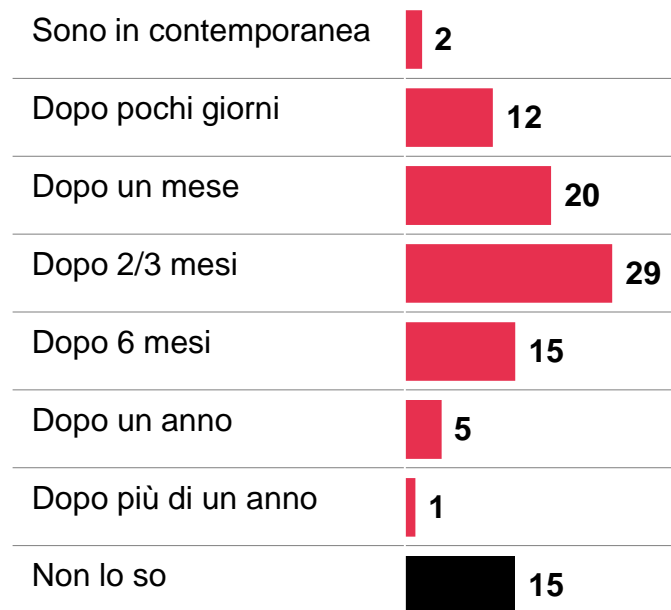
Poter avere la possibilità di vedere qualsiasi film dove e quando si vuole, porta quasi **6 viewer su 10 ad andare meno al cinema.**



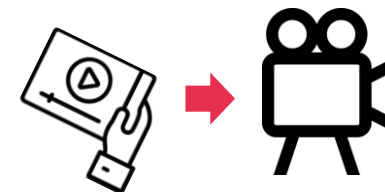
Secondo te, dopo quanto tempo un film presente nelle sale cinematografiche va poi sulle piattaforme online (in streaming, on demand, in abbonamento o a noleggio)?



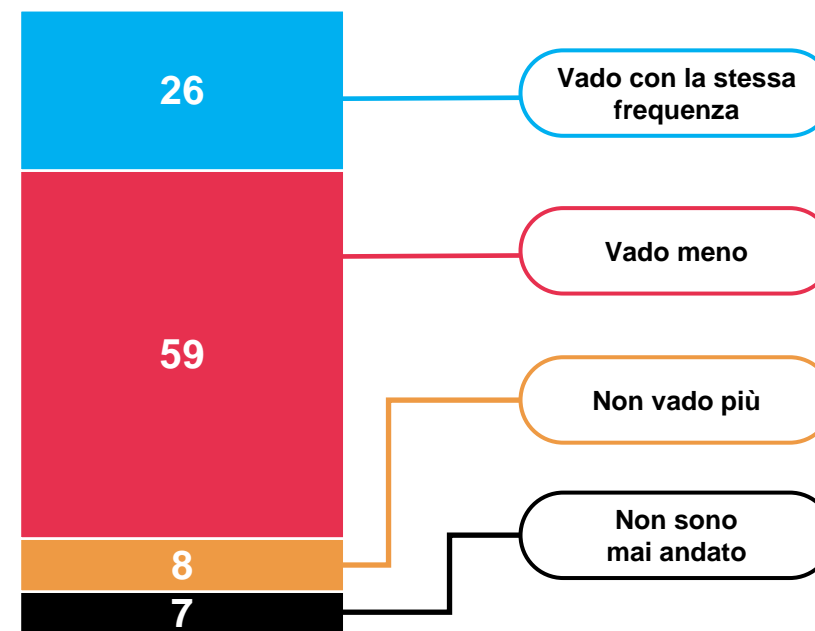
Film dal cinema alle piattaforme online



La possibilità di vedere film e altri contenuti video sulle piattaforme online (in streaming, on demand, in abbonamento o a noleggio), cambia la tua propensione ad andare al cinema? In che modo?



frequenza cinema avendo piattaforme video online



HUBITS

IL LAB DELLE RICERCHE DI MERCATO

Fun&Media *Talks*

In collaborazione con

MONDADORI
MEDIA

BVA Doxa

Grazie mille
pamela.saiu@hubits.it