

JUNIOR 2004

Indagine sui ragazzi tra i 5 e i 13 anni

Realizzata per:

- ✓ DE AGOSTINI EDITORE
- ✓ FILA (*Fabbrica Italiana Lapis e Affini*)
- ✓ GRUNER UND JAHR/MONDADORI
- ✓ RAI – RADIO TELEVISIONE ITALIANA
- ✓ THE WALT DISNEY COMPANY
- ✓ VODAFONE
- ✓ WALT DISNEY TELEVISION ITALIA

Cosa è DOXA Junior?

Junior è l'indagine sui ragazzi di età compresa tra i 5 e i 13 anni, condotta ogni anno (dal 1988) da Doxa.

Junior 2004 è un'indagine realizzata per un gruppo di committenti, e precisamente:

- **THE WALT DISNEY COMPANY**
- **WALT DISNEY TELEVISION ITALIA**
- **FILA (FABBRICA ITALIANA LAPIS ED AFFINI)**
- **GRUNER UND JAHR/MONDADORI**
- **ISTITUTO GEOGRAFICO DE AGOSTINI**
- **RAI – RADIO TELEVISIONE ITALIANA**
- **VODAFONE**

Dal 2004, Doxa Junior ha raddoppiato la sua frequenza (con una nuova edizione autunnale) ed è stata estesa ai bambini di 3-4 anni (*Junior Baby*) e ai ragazzi di 14-18 anni (*Junior Teen*).

Come viene realizzata DOXA Junior?

- ❑ L'edizione 2004 dell'indagine Junior è stata realizzata sulla base di interviste ad un campione statistico di 2.500 ragazzi, rappresentativo della popolazione di tutti i ragazzi italiani della fascia di età compresa tra i 5 anni e 13 anni compiuti.
- ❑ Il campione è stato pre-stratificato geograficamente e per fasce di età in base alla reale distribuzione della popolazione.
- ❑ L'universo di riferimento è stimato, per il 2004, in **4.820.000 ragazzi**, di cui 2.482.000 maschi e 2.338.000 femmine.
- ❑ Le interviste, sono state effettuate tra il 12 Maggio e il 11 Giugno 2004, ad opera di circa 200 intervistatori, in 250 comuni diversi distribuiti sull'intero territorio nazionale.
- ❑ L'intervista è stata condotta con interviste personali CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*) nell'abitazione del ragazzo intervistato, con l'autorizzazione e alla presenza di un adulto della famiglia.
- ❑ Il questionario è stato somministrato rivolgendo le domande direttamente al ragazzo. Solo l'ultima parte dell'intervista, ha visto coinvolto direttamente l'adulto, mediante domande integrative aventi lo scopo di ottenere informazioni accessorie sulla famiglia.

L'uso del tempo libero: aspetti generali

- ❑ Occupati a scuola per l'intera mattinata (e, nel ciclo elementare, spesso anche per buona parte del pomeriggio), i ragazzi dichiarano di avere circa **quattro ore e mezzo al giorno di tempo libero** da impegni "obbligatori" (prima di tutto la scuola, quindi il sonno, i pasti, l'igiene, l'aiuto in casa, ecc.)... come per gli adulti anche per i ragazzi il tempo libero è una risorsa limitata, da impiegare nel migliore dei modi
- ❑ L'impiego del tempo libero tra i ragazzi dipende da molti fattori come l'età, il sesso, il luogo di residenza (città o campagna) il livello sociale e culturale della famiglia, ecc.
- ❑ In generale i ragazzi tendono a riempire il tempo libero con un ricco menù di attività diverse, che si strutturano su tre grandi aree:
 - ✓ **il consumo di media** (TV, giornalini, libri, radio, internet, ecc....)
 - ✓ **il gioco** (i giochi tradizionali, i giochi elettronici, la pratica sportiva, le attività manuali/creative, ecc.)
 - ✓ **la socialità** (secondo l'età vedersi in casa con amici, uscire, trovarsi in locali pubblici)
- ❑ L'importanza di ciascuna area varia secondo l'età: i risultati di Junior ci mostrano come tra i 10 e gli 11 anni diminuisce l'importanza del gioco tradizionale e aumenta il tempo e l'energia dedicata alle attività socializzanti.

Le attività nel tempo libero

- ❑ Le tra aree di attività individuate sono molto legate tra di loro:
 - ➔ in particolare il consumo di media si lega tanto al gioco (ad es. giornali da usare come strumenti di gioco,) quanto alla socialità (ad es. programmi televisivi da condividere con amici, film da vedere insieme, cellulare per)
 - ➔ il consumo di media resta quindi centrale, sia per i bambini (5-10 anni) che tra i ragazzi di 11-13 anni.
- ❑ **Guardare la televisione** è la prima attività del tempo libero dei ragazzi. La quasi totalità dei ragazzi dedica quotidianamente del tempo alla televisione (in media, oltre 2 ore al giorno). L'esposizione alla televisione (pur se a programmi in parte diversi) interessa i ragazzi di entrambi i sessi e di tutte le età.
- ❑ **Giocare** (in casa o fuori casa) e **uscire** per incontrare amici sono le altre attività praticate quotidianamente dalla larga maggioranza dei ragazzi.
- ❑ Le altre attività riguardano non la totalità dei ragazzi, ma segmenti specifici, anche di grandi dimensioni. Ad esempio, nel "giorno medio" il 15% dei ragazzi ha fatto sport, 14% ha giocato con videogiochi, 11% ha letto giornalini, 8% ha usato il pc, 7% ha letto un libro, 2% ha navigato su internet.
- ❑ Ragazzi e ragazze condividono le medesime attività, con poche differenze (come i videogiochi, attività decisamente maschile).

Le attività nel tempo libero

- ❑ Per quanto riguarda le attività socializzanti, molto diffusa l'abitudine di **organizzare** o **andare a feste di amici** (lo fa la quasi totalità dei ragazzi), di incontrarsi presso un fast food, nuova “piazza” dei ragazzi italiani (i fast food sono frequentati da due bambini su tre tra i 5 e i 9 anni e da tre ragazzi su quattro tra i 10 e i 13 anni).
- ❑ Tra i ragazzi è molto diffusa l'abitudine di fare piccoli regali agli amici, ad esempio in occasione di compleanni o altre ricorrenze. Gli oggetti più regalati sono **giochi e giocattoli** (dai 5 agli 11 anni) e **capi di abbigliamento** (dai 12 anni in avanti). Questo cambio di preferenze ci segnala questa età come momento di forte cambiamento nelle scelte dei ragazzi: da bambini diventano adolescenti.
- ❑ Discorso analogo per la frequentazione a **concerti** e **discoteche**: iniziano ad essere destinazioni frequenti verso i 12 anni, per crescere progressivamente (soprattutto per le discoteche) con l'aumentare dell'età, fino a raggiungere un 70% di frequentatori di discoteche tra i 18enni.
- ❑ La pratica sportiva a scuola riguarda circa l'80% dei ragazzi. Più interessante notare che 4 ragazzi su 10 dichiarano di praticare sport fuori dall'ambito scolastico. Lo sport “fuori scuola” non è solo calcio (il 19% dei ragazzi lo pratica nel tempo libero), ma anche nuoto (15%), danza (10%) pallavolo (6%), ginnastica e basket (entrambi col 6% dei ragazzi che lo praticano “fuori scuola”).

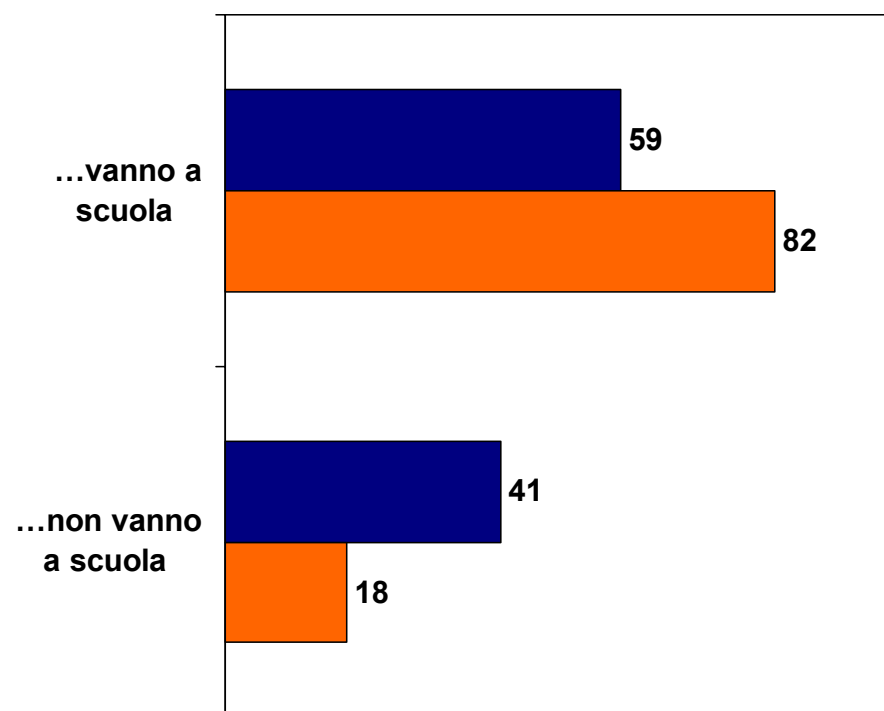
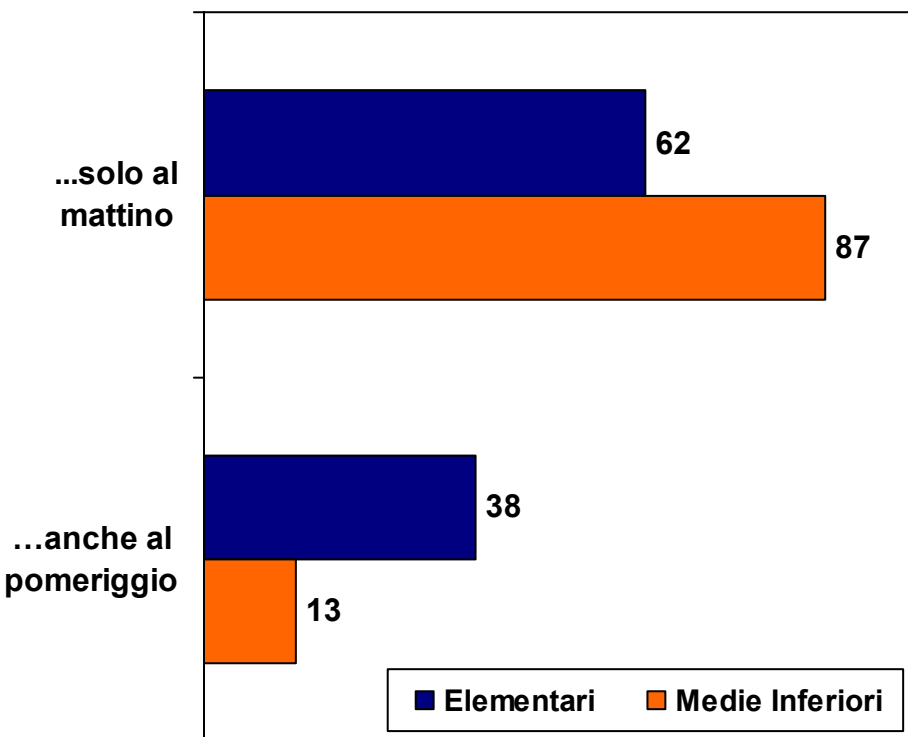
Gli orari di scuola - per ciclo frequentato

Valori %

Base: totale ragazzi che frequentano scuole elementari o medie inferiori

Durante la settimana
(dal lunedì al venerdì) hanno lezione...

Il sabato...

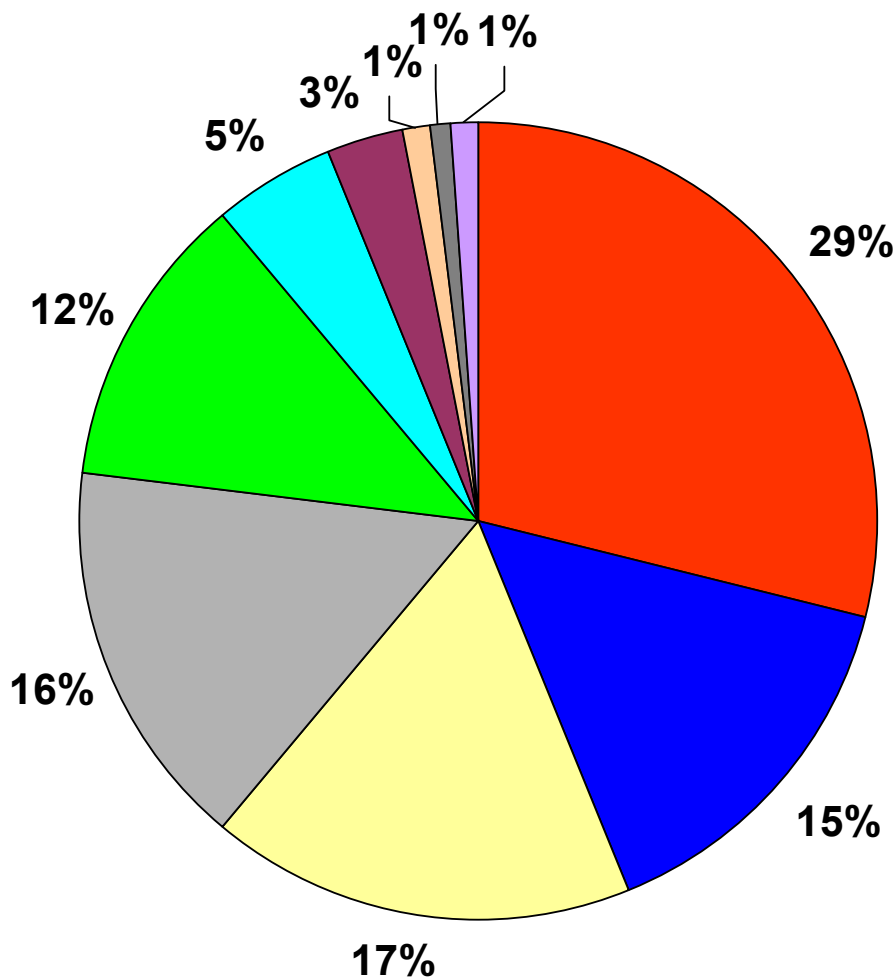


Ripartizione % del tempo libero tra le diverse attività

Indicata dai ragazzi - ultimo giorno feriale precedente l'intervista -

Valori %
Base: totale ragazzi

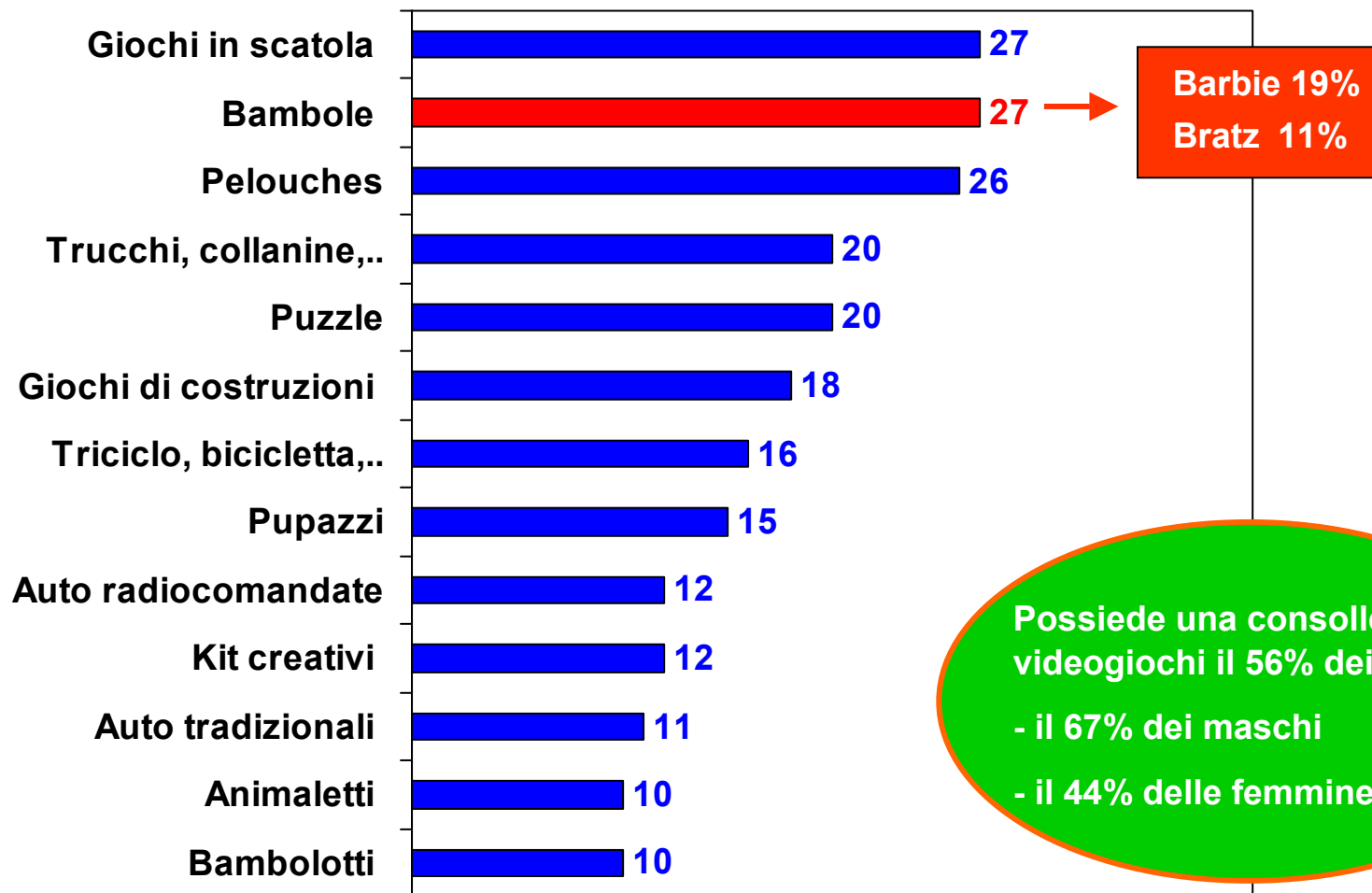
IN MEDIA, 4 ORE E 37min (277') DI "TEMPO LIBERO"



- guardare la TV
- studiare
- giocare fuori casa
- uscire
- giocare a casa
- fare sport
- videogames console
- computer
- leggere i giornalini
- leggere i libri

I giochi comprati o ricevuti in regalo negli ultimi 12 mesi

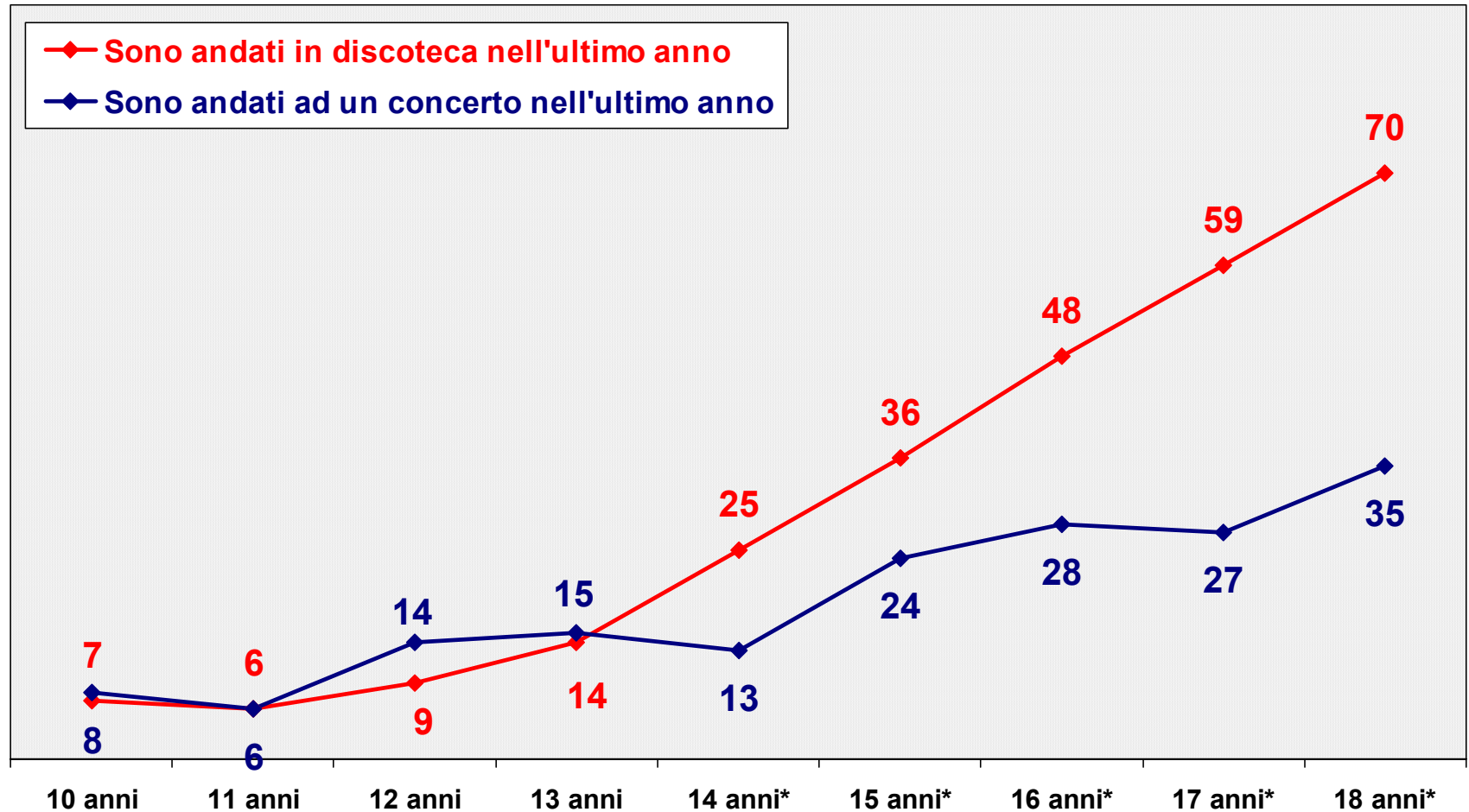
Valori %
Base: totale ragazzi



La discoteca e i concerti

Valori %

Base: ragazzi di 10 anni e oltre



*Fonte Junior Teens

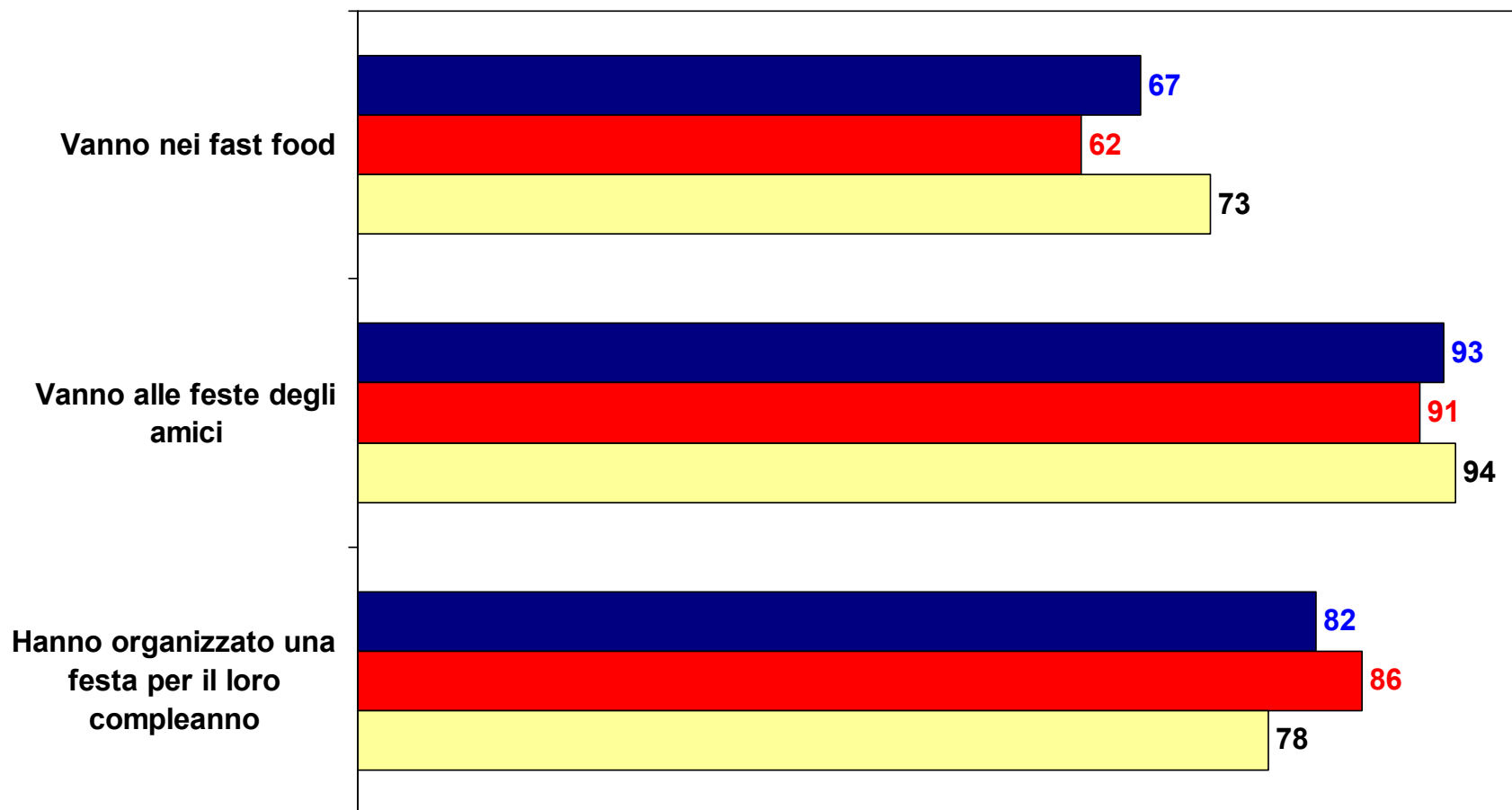
Le feste con gli amici e i fast food

Valori %
Base: totale ragazzi

■ Totale campione

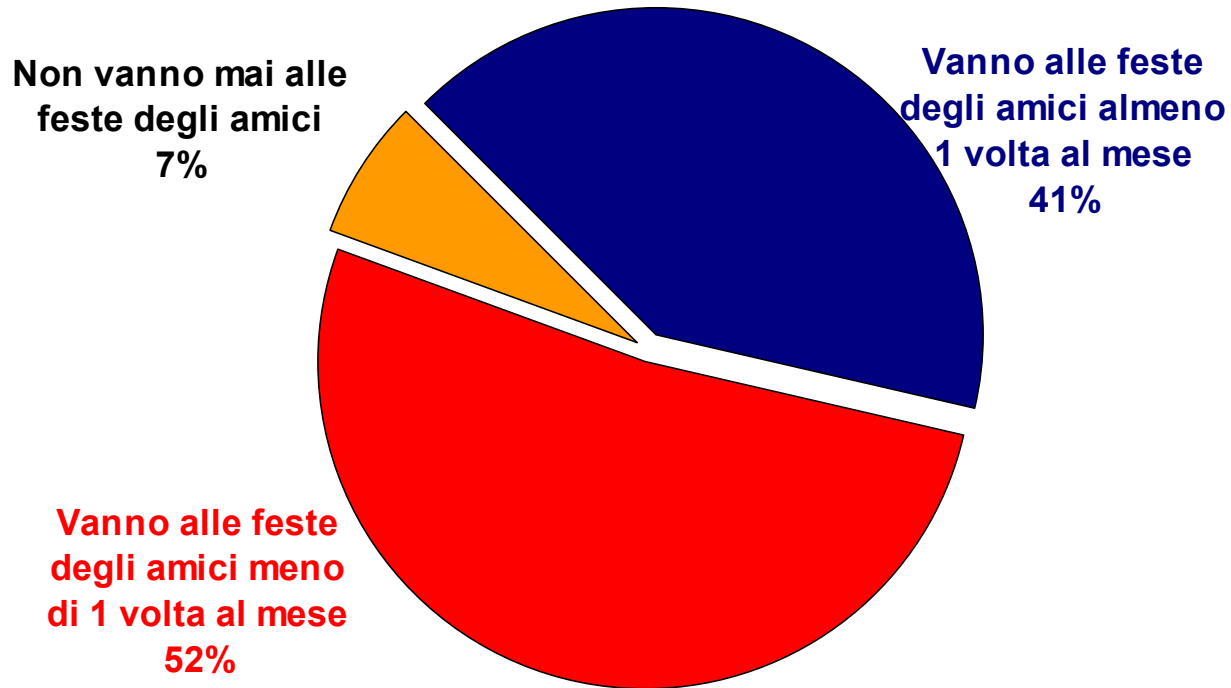
■ 5-9 anni

■ 10-13 anni



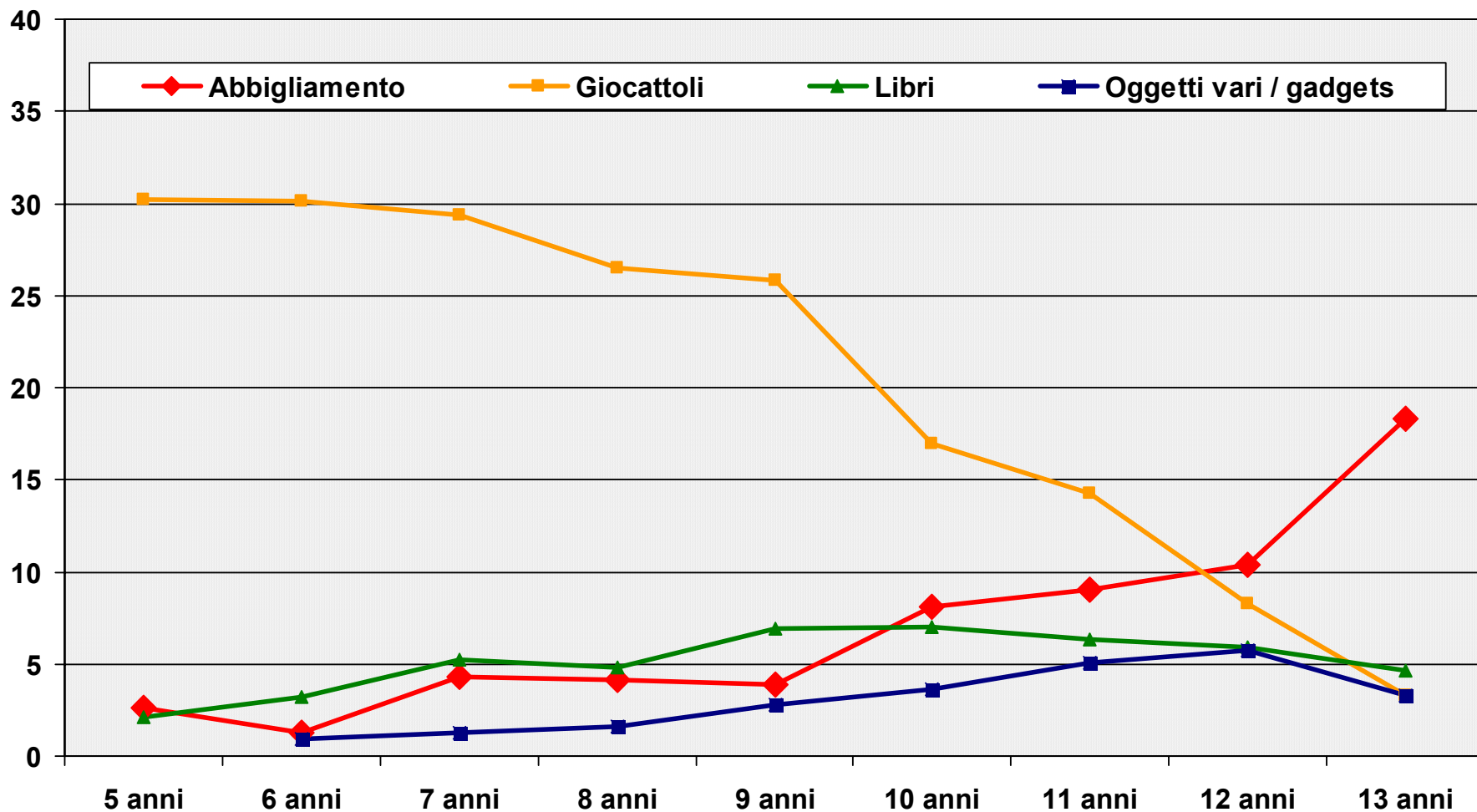
Le feste con gli amici: con che frequenza vi partecipano

Valori %
Base: totale ragazzi



Cosa preferiscono regalare agli amici quando vanno alle feste - per età

Valori % - Base: totale ragazzi



La lettura: i periodici e i libri

I periodici analizzati nel 2004

SETTIMANALI

- Cioè
- Donna Moderna
- Famiglia Cristiana
- Gente
- Il giornalino
- L'Espresso
- Panorama
- Oggi
- Sorrisi e canzoni Tv
- Topolino
- Sportweek

- Art attack
- Barbie
- Ciak
- Cip & Ciop
- Controcampo
- Diabolik
- Disney in cucina
- Dylan dog
- Focus
- Focus Junior
- I grandi classici
- Isa & bea

MENSILI

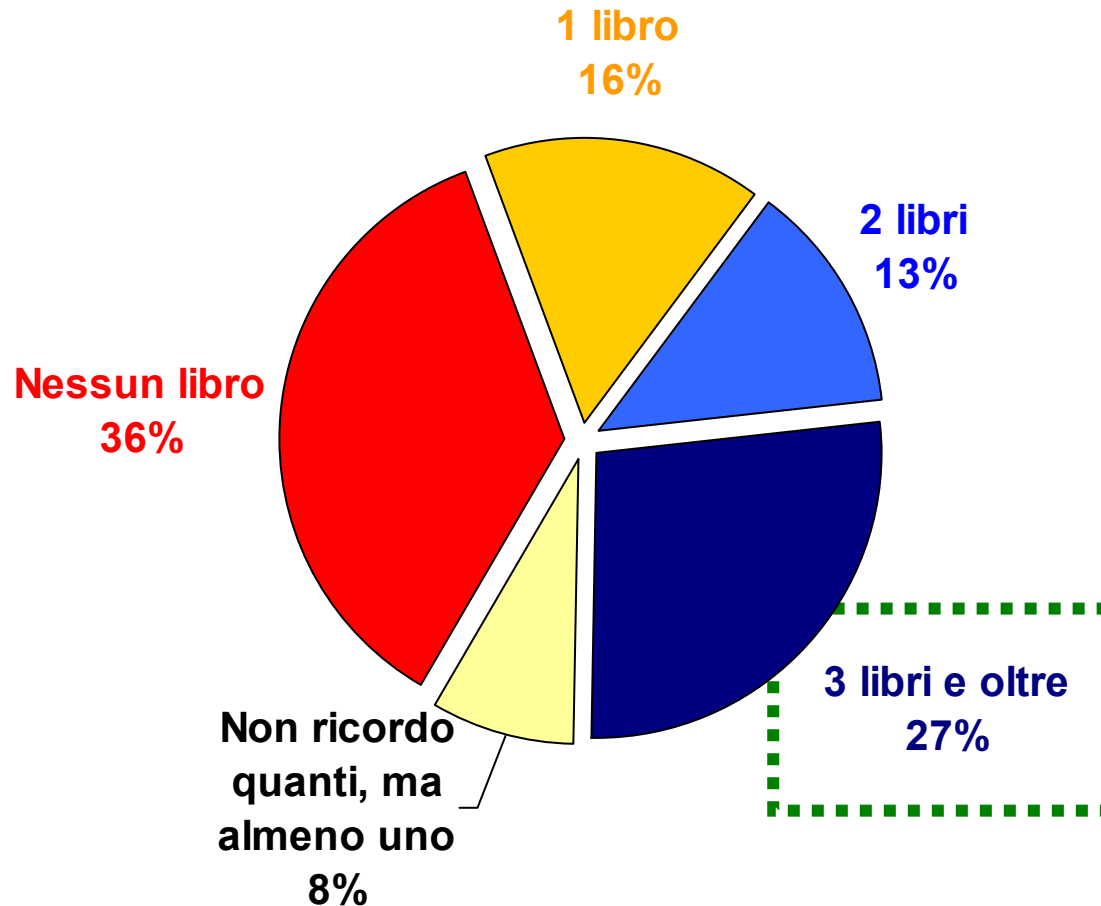
- Macchina del tempo
- Manga (vari)
- Martin mistere
- Mega 3000
- Minni
- Nathan never
- Newton
- Paperinik
- Paperino
- Pk
- Pop's
- Prezzemolo
- Principesse
- Quark
- Quattroruote
- Ragazza moderna
- Sissi
- Tex
- Top girl
- Tre fate per amiche
- Tweens
- Winnie the Pooh
- Winx Club
- Witch

La lettura: periodici e libri

- ❑ La lettura di periodici interessa una larga maggioranza dei ragazzi tra i 5 e i 13 anni: il 69% ha letto almeno un settimanale negli ultimi tre mesi, 75% almeno un mensile nell'ultimo anno.
 - ⇒ I periodici sono letti un po' più dalle ragazze che dai ragazzi; dai ragazzi di età superiore ai 10 anni che tra i bambini di 5-9 anni.
- ❑ Fortemente legato alla lettura di periodici per ragazzi è il tema dei **personaggi dei fumetti e dei cartoni animati**. Questi personaggi accompagnano la vita dei ragazzi, passando dalla TV alla carta stampata (o viceversa), a giochi, bambole e figurine, agli oggetti di uso comune come diari, quaderni, zainetti.
 - ⇒ Tra i personaggi si distinguono quelli che restano nel tempo importanti per i ragazzi – come *Topolino*, *Paperino*, *Barbie* – e quelli più effimeri, soggetti di mode momentanee.
 - ⇒ In questa seconda categoria sembrano rientrare molti personaggi di origine giapponese – ieri *Dragonbal* e *Pokemon*, oggi *Jugioh*.
- ❑ Tra i molti **personaggi proposti dalle TV e dai giornalini**, solo pochi comunque sembrano capaci di affermarsi e di mantenere la loro attrattività: in questo i bambini si dimostrano capaci di creare nuovi eroi molto rapidamente, ed in modo egualmente celere di sostituire gli eroi del momento.
- ❑ Se i periodici per ragazzi godono di un ampio pubblico di lettori fedeli, **la lettura di libri** è una pratica meno radicata e molto segmentante.
 - ⇒ Se è vero che circa due terzi dei ragazzi 5-13 dichiara di avere avuto in regalo o acquistato almeno un libro (una “quota” di ragazzi che hanno ricevuto libri in sostanziale stabilità negli ultimi anni), il numero medio di libri letti nell'ultimo anno supera di poco le due unità.
 - ⇒ Nel dettaglio, oltre un terzo dei ragazzi dichiara di non aver letto nessun libro e poco più di un quarto si può classificare come lettore regolare (almeno 3 libri letti).

Ragazzi: numero di libri letti nell'ultimo anno

Valori %
Base: totale ragazzi



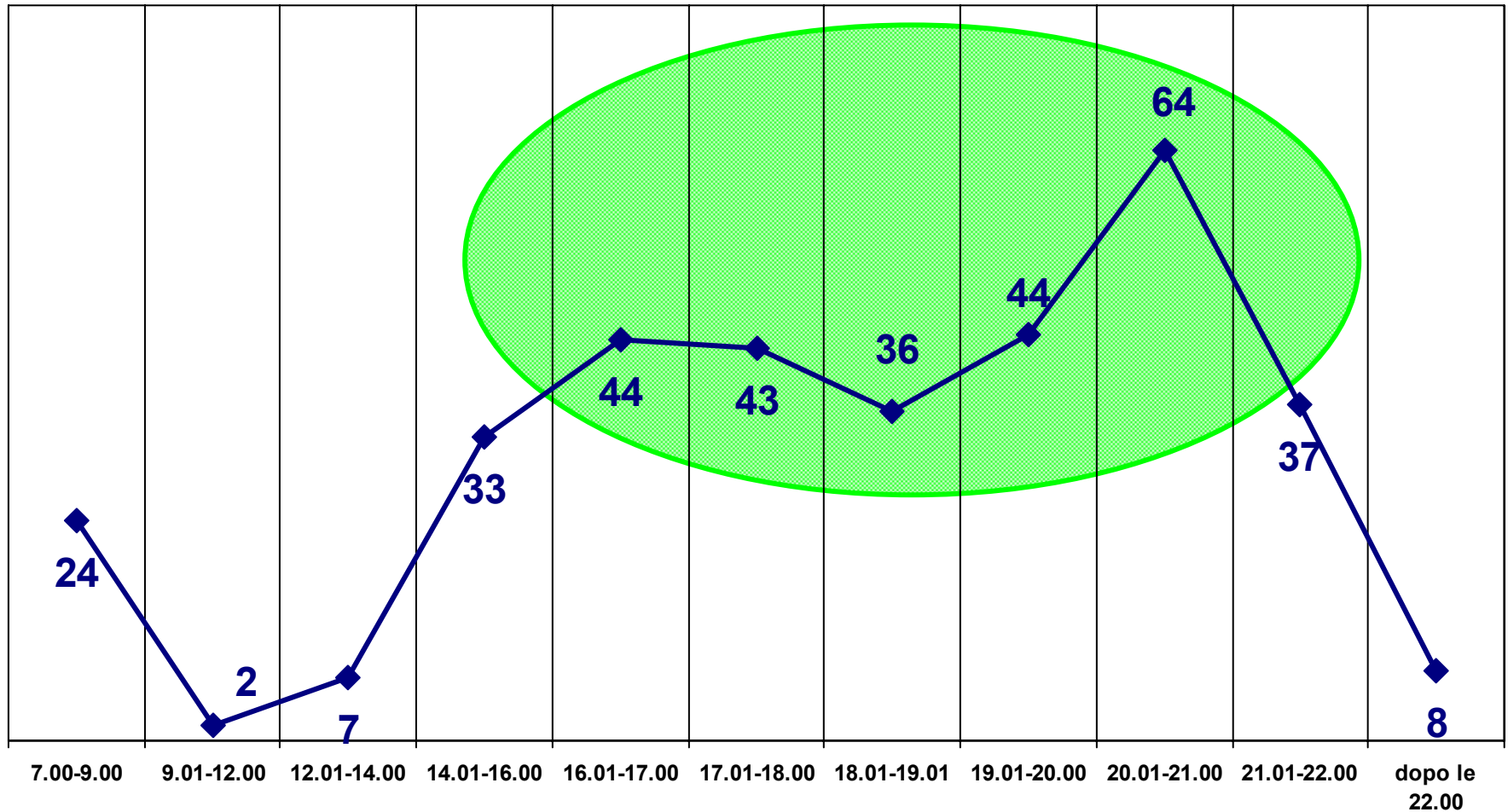
La televisione e la radio

La televisione: modalità di ascolto

- ❑ La percentuale di ragazzi che ha guardato la TV “ieri” (nel giorno medio feriale) diminuisce leggermente rispetto al 2003, in tutte le classi di età.
- ❑ **Aumenta il tempo dedicato alla visione della TV:** la diminuzione del numero di ragazzi riguarda probabilmente in misura maggiore i ragazzi “basso ascoltatori”, meno legati al mezzo televisivo.
- ❑ Il risultato è che, in determinate fasce orarie, una quota consistente dei ragazzi è di fronte al televisore. Ciò è particolarmente vero nel pomeriggio – soprattutto tra le 16 e le 18, nel **preserale** (19-20) e in **prima serata** (soprattutto tra le 20.30 e le 22).
- ❑ Rispetto ai dati del 2003, l’ascolto dei ragazzi aumenta nella fascia oraria compresa tra le 18 e le 21 (preserale e programmi access). Si registra un calo invece nella fascia compresa tra le 16 e le 17; stabili le altre fasce pomeridiane e la prima serata.

Orari di visione abituale della TV durante la settimana

% di ragazzi che guardano la TV nella fascia oraria
Base: totale ragazzi



L'ascolto dei programmi quotidiani

- ❑ Nella lettura dei dati sull'ascolto dei programmi bisogna considerare il periodo in cui viene realizzata l'indagine (fine maggio). Ci si riferisce quindi ai programmi andati in onda nella primavera 2004.
- ❑ Tre **programmi quotidiani** non specificamente indirizzati a questo target - *Striscia, Passaparola e Affari Tuoi* - sono i più ascoltati dai ragazzi. Queste trasmissioni sono collocate nella fascia 20-21, il momento di massimo ascolto per il target (quasi 2/3 dei ragazzi guarda abitualmente la TV in questa fascia).
 - ⇒ *Passaparola e Affari Tuoi* sono caratterizzati dalla forte popolarità e gradimento dei loro conduttori nel target ragazzi 5-13
- ❑ Tra i programmi specificamente indirizzati ai ragazzi, *La Melevisione* è il programma quotidiano più visto dai bambini tra i 5 e i 6 anni e uno dei più visti tra i ragazzi di 7-10 anni.
- ❑ Anche *Le Storie del Fantabosco* sono un programma molto visto tra i 5 e i 10 anni.
- ❑ Tra gli altri programmi quotidiani della primavera 2004 analizzati:
 - ⇒ buon successo di *Sabrina, vita da strega* e *Settimo cielo*. Entrambi sono stati visti più spesso da ragazze, di età compresa tra i 7 e i 13 anni.
 - ⇒ Successo di *Camera Cafè* tra i preadolescenti (11-13 anni, soprattutto maschi).
 - ⇒ *L'Eredità* è vista maggiormente dai ragazzi di 11-13 anni (maschi), mentre rispetto al concorrente *Passaparola* è relativamente debole tra i 5-10 anni e tra le ragazze.
 - ⇒ *Screensaver* e *GT Ragazzi* hanno ascolti limitati, concentrati tra i 7 e i 13 anni, senza particolari differenze tra i sessi.

L'ascolto dei programmi settimanali

- ❑ I programmi settimanali di maggiore ascolto si distribuiscono tra generi e collocazioni orarie molto diverse:
 - ⇒ **programmi di prima serata**, di genere comico (*Zelig, Stasera Pago Io, Mai dire Domenica, Le Iene*)
 - ⇒ **reality show** (*GF, La Fattoria*)
 - ⇒ **programmi dedicati ai ragazzi** (*Art Attack, Amici, Top of the Pops, Disney Club, l'Albero Azzurro, 3-2-1 Baila, ecc.*)

- ❑ Ciascun programma si caratterizza poi per concentrazioni di ascolto all'interno del target 5-13:
 - ⇒ alcuni programmi sono visti soprattutto dai bambini fino ai 10 anni (*programmi Disney, Albero Azzurro, Ziggie*)
 - ⇒ in molti casi i bambini fino a 10 anni guardano programmi indirizzati a ragazzi più grandi; in questo gioca un ruolo importante la presenza di ragazzi di varie età all'interno della medesima famiglia
 - ⇒ i ragazzi di 10-13 anni sono in generale forti consumatori di trasmissioni settimanali; raggiungono indici di ascolto molto elevati nel caso dei reality e delle trasmissioni comiche
 - ⇒ non si notano invece differenze rilevanti per sesso nelle abitudini di ascolto di programmi settimanali, con alcune eccezioni significative (*Amici di Maria De Filippi per le femmine, programmi sportivi per i maschi*).

L'ascolto dei cartoni animati

- ❑ I cartoni animati sono in assoluto il genere televisivo preferito dai ragazzi del target “junior”: oltre l’85% dei ragazzi dichiara di guardarli, senza differenze rilevanti tra i più piccoli e i più grandi.
- ❑ L’offerta di cartoni animati è molto vasta: nell’indagine sono stati considerati circa 60 cartoni. Tra questi, una ventina di cartoni emergono per popolarità tra i ragazzi (sono citati come visti da oltre un quarto dei ragazzi)
- ❑ Tra i cartoni che emergono per gli ascolti dichiarati notiamo:
 - ✓ cartoni ormai “classici”, noti e affermati da diversi anni (*Simpson, Braccio di ferro, Pantera Rosa, Dragonball. ecc.*)
 - ✓ cartoni “emergenti” (*Hamtaro, e i piccoli criceti* in onda dallo scorso anno, *Yi-gi-ho* in onda a partire da quest’anno)
 - ✓ cartoni programmati in fasce orarie di grande ascolto (*‘i cartoni delle 20’*)
- ❑ In alcuni casi i cartoni “segmentano” per età e sesso:
 - ⇒ cartoni per bambini piccoli (*Hamtaro e i piccoli criceti, Albero Azzurro, Ape Maia*)
 - ⇒ cartoni per ragazzini / ragazzi (*Simpson, Detective Conan, Lupin III*)
 - ⇒ cartoni più maschili (*Simpson, Detective Conan, Dragonball, Yi-gi-ho*)
 - ⇒ cartoni più femminili (*Ape Maia, Sabrina, Magica Doremi*)

I generi televisivi – ascolto e gradimento

- ❑ Nell'indagine Junior 2004, rispetto all'edizione 2003, la lista dei generi televisivi sottoposta agli intervistati è stata integrata e messa a punto, con l'introduzione di generi in precedenza non considerati singolarmente: film, programmi di musica, reality, miniserie/fiction.
 - L'inserimento di questi generi può aver influenzato l'analisi in trend dei dati di ascolto abituale dichiarato
- ❑ In termini di ascolto:
 - ⇒ il genere più visto dai ragazzi 5-13 sono i **cartoni animati**, guardati abitualmente da quasi il 90% dei ragazzi.
 - ⇒ film, programmi comici, quiz, intrattenimento, musica e reality sono gli altri generi visti più spesso dai ragazzi 5-13.
 - ⇒ per i soli maschi frequente la visione di eventi e trasmissioni sportive; le ragazze sembrano avere – rispetto ai maschi – un menù più ricco di generi, e particolare preferenza per telefilm e fiction.
- ❑ In termini di gradimento si conferma tra i ragazzi la preferenza per i cartoni animati e i **programmi comici e di intrattenimento**.
- ❑ La programmazione della prima serata ha assunto un'importanza decisiva per il target in oggetto, come dimostrano i dati di ascolto della fascia oraria.
 - ⇒ verificiamo una buona corrispondenza tra i generi graditi dai ragazzi e quello che i genitori ritengono adatti a loro: cartoni animati, programmi comico umoristici e film.
 - ⇒ la conferma di questa tendenza ci arriva dal successo dei programmi testati con queste caratteristiche

Televisione satellitare, VHS e DVD

- ❑ Il tempo passato davanti al televisore, si ripartisce, a livello di totale campione, tra canali terrestri, satellitari e visione di videocassette o dvd. Si conferma la prevalenza dei canali terrestri, che assorbono circa due terzi del tempo televisivo dei ragazzi.
 - ⇒ *Rispetto al 2003 aumenta leggermente la quota di tempo dedicata alla visione di videocassette e DVD (i DVD hanno visto la loro presenza in famiglia passare dal 19% al 41%)*
 - ⇒ *In leggero aumento anche il tempo dedicato alla TV satellitare.*

- ❑ I ragazzi sono molto interessati al mezzo televisivo, e dimostrano una elevata attenzione ai nuovi canali proposti dal satellite: circa due terzi ne conosce almeno uno (con un forte incremento rispetto al 2003), ed in particolare Disney Channel, Cartoon Network, Fox Kids, Boomerang e Rai Sat Ragazzi.

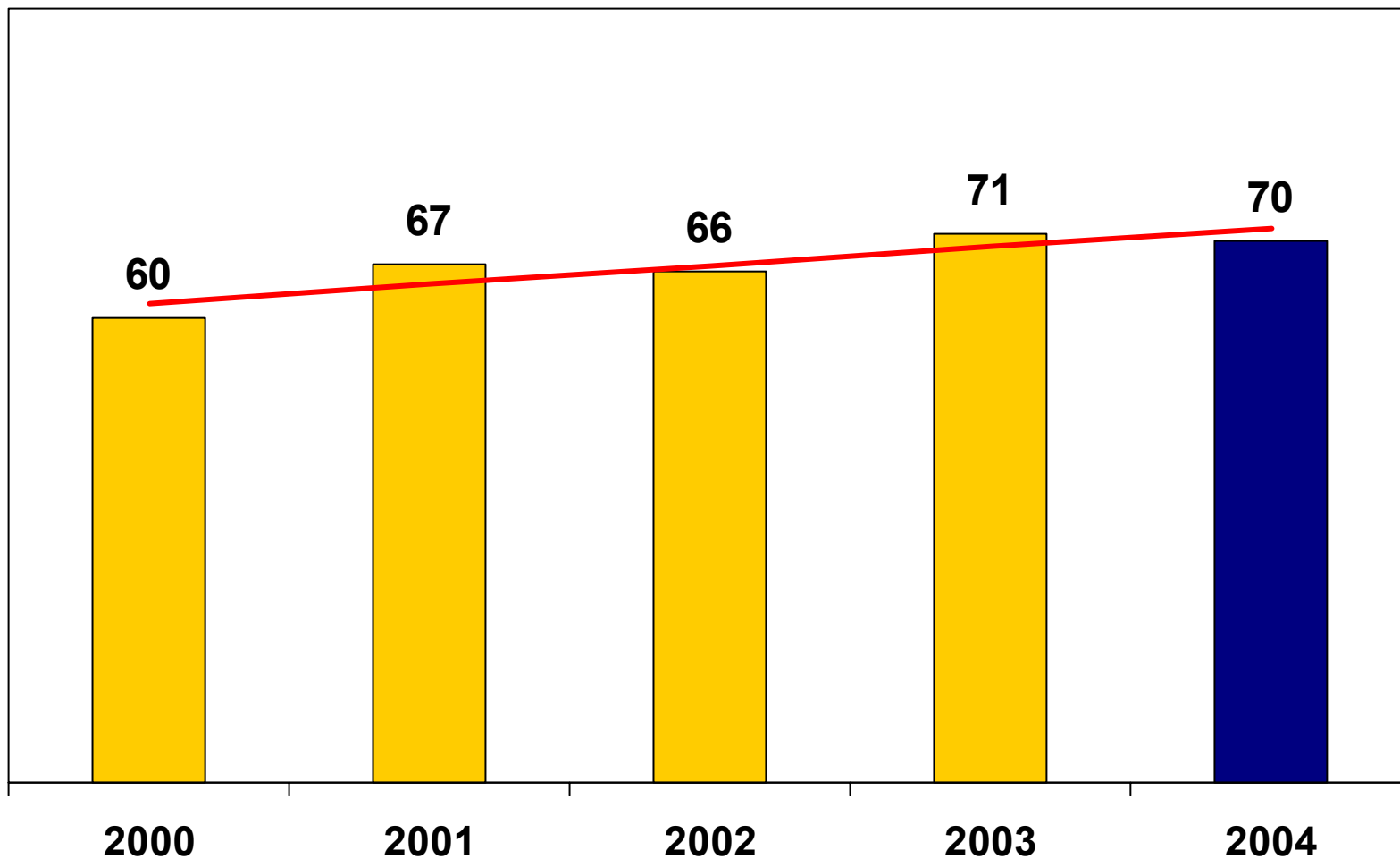
- ❑ Oltre che strumento di visione dei canali trasmessi, il televisore è molto utilizzato dai ragazzi per la visione di programmi, film e cartoni riprodotti su videoregistratore o lettore DVD. Il videoregistratore è presente nella quasi totalità delle abitazioni dei ragazzi, e la visione di videocassette è un'abitudine per otto ragazzi su dieci. Il 2004 ha visto una vera esplosione dei lettori DVD, che hanno più che raddoppiato la loro presenza nelle case dei 5-13enni (dal 19% al 41%).

La radio e il cinema

- ❑ La radio è un altro mezzo molto importante per questo “target”. Ascolta abitualmente la radio il 55% dei ragazzi, con una forte progressione per età: si passa infatti da un 39% di ascoltatori tra i bambini di 5-7 anni a un 75% tra i ragazzi di 12-13 anni.
- ❑ La frequenza al cinema interessa, nel 2004, il 70% dei 5-13enni. La quota di ragazzi che vanno al cinema è in lenta ma costante crescita, ed è passata dal 60% del 2000 al 70% del 2004. La frequenza al cinema aumenta con l'età: ha visto almeno un film il 35% dei bambini di 5-7 anni contro il 79% dei ragazzi di 12-13 anni.
- ❑ In assoluto i ragazzi preferiscono i film di cartoni animati, avventura e i film comici. Sensibili differenze si notano per sesso (ragazze: più film comici, di magia / mistero, commedie; ragazzi: più fantascienza e avventura) e per età (dove i più piccoli premiano i cartoni e la magia / mistero, i più grandi la comicità e l'avventura).

Sono andati al cinema negli ultimi 12 mesi - trend

Valori % - Base: totale ragazzi



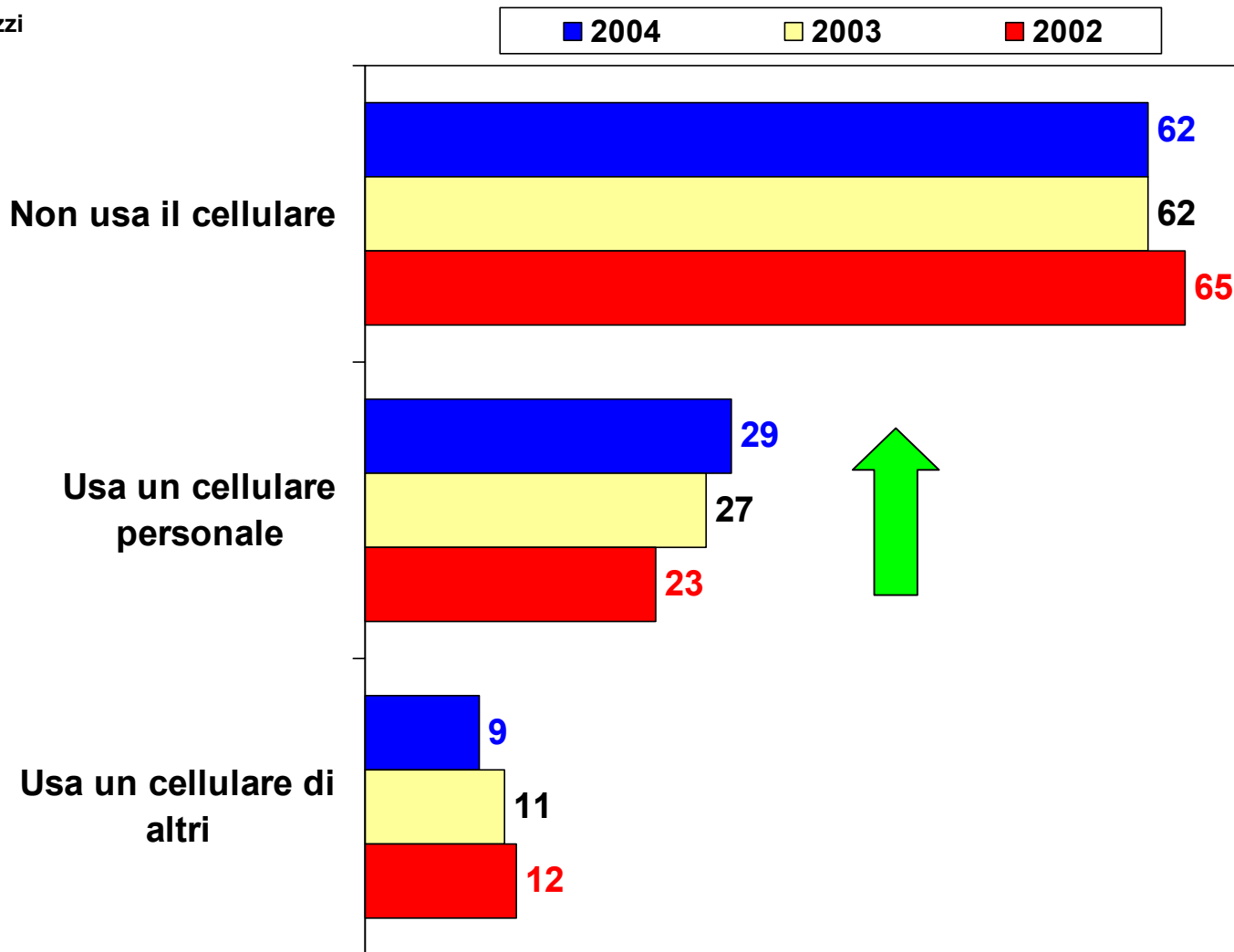
Ragazzi e la tecnologia

I media digitali

- ❑ Il **telefono cellulare** continua ad aumentare la sua presenza tra i ragazzi. Nel complesso, il 29% dei ragazzi (contro il 23% del 2002) ha un telefonino personale.
 - ⇒ I dati lasciano pensare ad un futuro ulteriore incremento della presenza di telefonia mobile nel target; se oggi oltre 1,6 milioni di ragazzi hanno un telefonino personale, vi è un potenziale ulteriore di almeno 1 milione di nuovi utilizzatori.
- ❑ Il **Personal Computer** è presente in due case su tre ove abitano ragazzi tra i 5 e i 13 anni. Il 2004 è il primo anno – dopo oltre un decennio – in cui il trend non vede ulteriori incrementi. E' presto per dire se questo mercato è giunto ad una sua saturazione o se si tratti di una momentanea battuta d'arresto.
- ❑ Positivo il dato sull'utilizzo del Pc a scuola, che è passato tra il 2003 e il 2004 dal 15 al 19 % dei ragazzi.
- ❑ Continua ad aumentare il numero di ragazzi che utilizzano il pc da casa, soprattutto per giocare, disegnare, scrivere e guardare CD e DVD.
- ❑ L'utilizzo del pc a casa aumenta col crescere dell'età, passando dal 42% dei bambini di 6 anni al 78% dei ragazzi di 13. Resta molto simile nelle diverse età la frequenza media di utilizzo (circa 2,2 volte nella settimana), probabilmente molto influenzata dalle abitudini di uso del pc dei genitori.
- ❑ Nella fascia di età 5-13 anni la larga parte dell'utilizzo del pc non riguarda internet.
- ❑ L'utilizzo di internet è ancora limitato a una minoranza dei 5-13enni, ed in particolare varia da un minimo del 3% di utilizzatori (tra i bambini di 5-7 anni) a un massimo del 28% (tra i 12-13 anni).

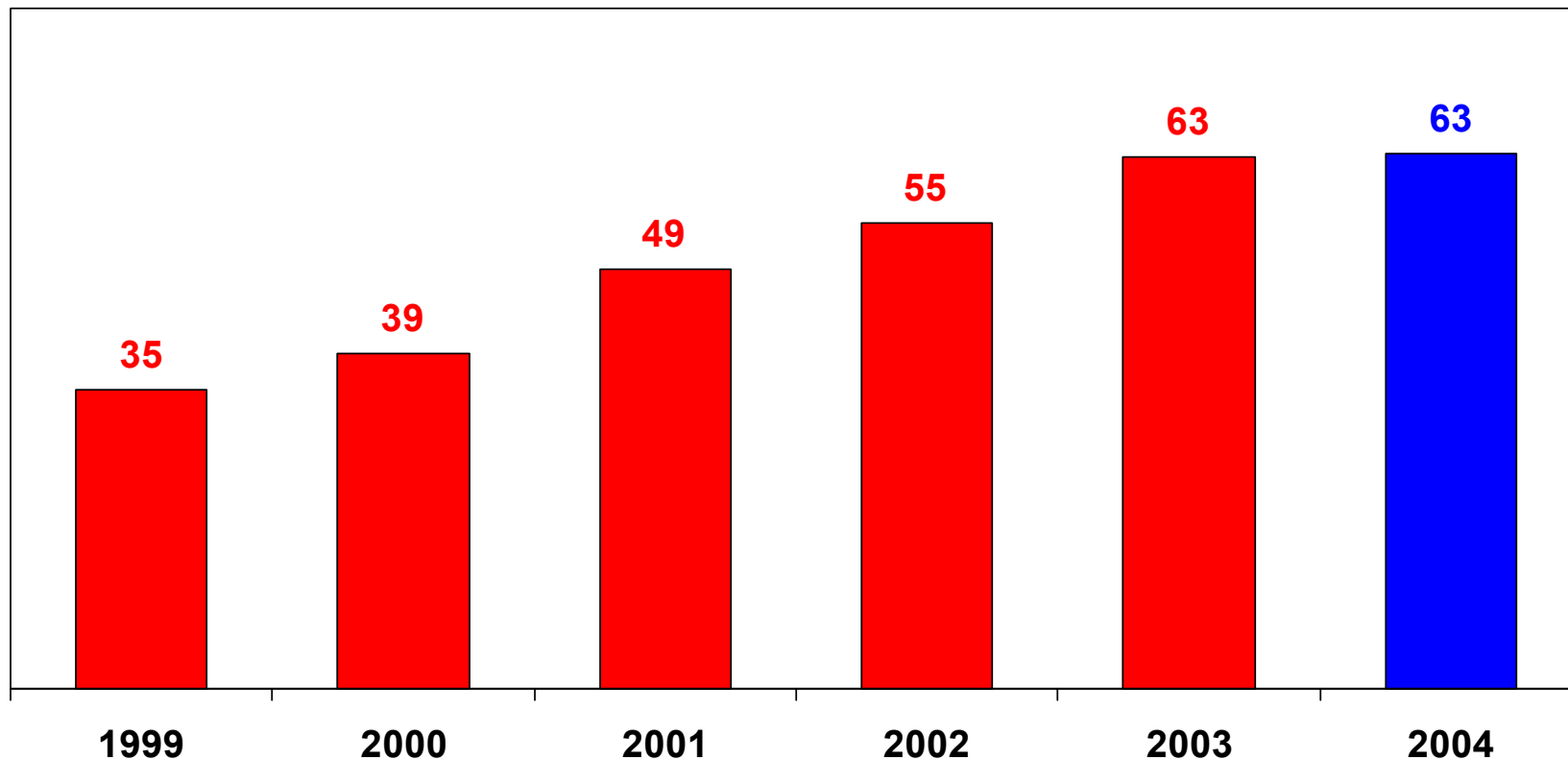
Uso del telefono cellulare - trend

Valori %
Base: totale ragazzi



Presenza in casa del PC → Trend

Valori %
Base: totale ragazzi



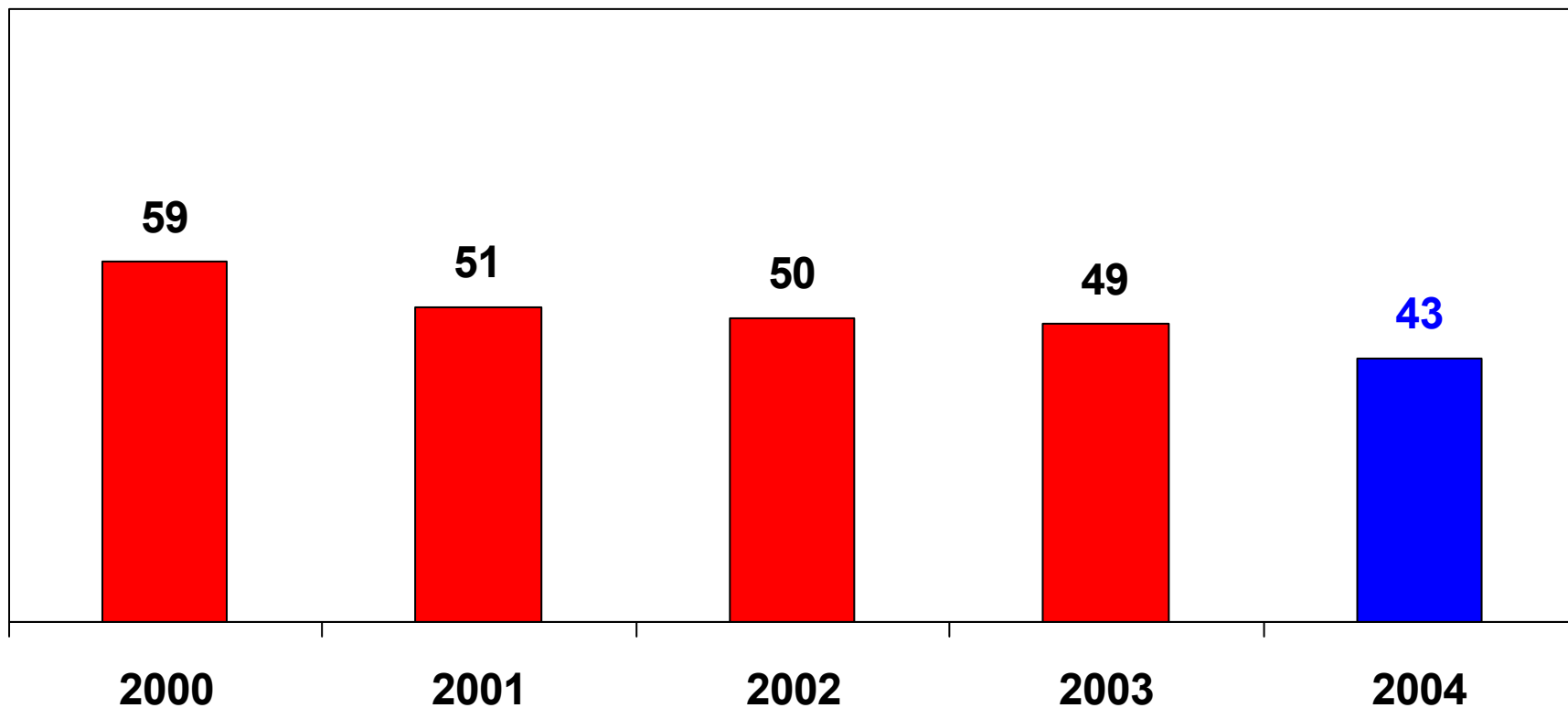
Il denaro e le influenze d'acquisto

Denaro e influenze d'acquisto

- ❑ L'abitudine di dare una "paghetta" settimanale al figlio è in lento, ma costante declino. Nel 2004 riceve una paghetta il 43% dei ragazzi, contro il 59% del 2000.
- ❑ In media i ragazzi ricevono una paghetta settimanale di € 2,47; rispetto a quanto ricevevano nel 2000 (€ 2,30), notiamo una leggera perdita a valori reali.
- ❑ I dati sulla paghetta sono molto diversi tra:
 - ✓ I bambini di 5-9 anni di cui la larga maggioranza non riceve paghetta o - quando la riceve – ottiene in media la cifra simbolica di € 1.27
 - ✓ I ragazzi di 10-13 anni, di cui i due terzi ricevono una paghetta che ammonta, in media, a €4,05
- ❑ In sintesi, diminuisce l'abitudine di dare al figlio a cadenze regolari una somma di denaro da gestire per le piccole spese; si preferisce acquistare al ragazzo ciò che lui richiede / dare di volta in volta la somma di denaro necessaria per permettergli di acquistarla.
- ❑ I ragazzi hanno un forte potere di influenzare le decisioni di acquisto dei loro genitori, in termini di che tipo di prodotti e – soprattutto – che marche acquistare.
- ❑ Nell'indagine Junior i genitori intervistati ci indicano un potere decisionale maggioritario dei figli per le categorie di prodotto di loro diretto interesse, come gli articoli scolastici , giocattoli e l'abbigliamento.
- ❑ L'opinione dei figli è in molti casi decisiva e influenza quindi le decisioni di acquisto anche per altri tipi di prodotto, di interesse generale per la famiglia, come gli alimentari, i prodotti per la cura del corpo o le scelte di acquisto legato alla gestione del tempo libero della famiglia.

Ricevono la “paghetta” dai genitori - trend

Valori %
Base: totale genitori



Influenza media del genitore e del ragazzo nelle decisioni di acquisto

Valori medi (influenza dei genitori=100; influenza dei ragazzi=0)
Base: Totale genitori

