



Abbonati SKY

Milano, Luglio 2010

Abbonati Sky

Profilo sociodemografico

Gli abbonati Sky: il profilo sociodemografico

Età

Sono più giovani

Il 53% ha un'età compresa tra i 18 e i 44 anni

Titolo di studio

Sono meglio istruiti

Il 48% possiede un titolo di diploma o laurea

Professione

Occupano posizioni di rilievo

Oltre il 22% ricopre un ruolo di decisions makers

Componenti

Formano famiglie più numerose

Quasi la metà delle famiglie ha 4 o più componenti

CSE

Status più alto

Oltre il 27% appartiene a una condizione socioecon. alta o medio-alta

Reddito

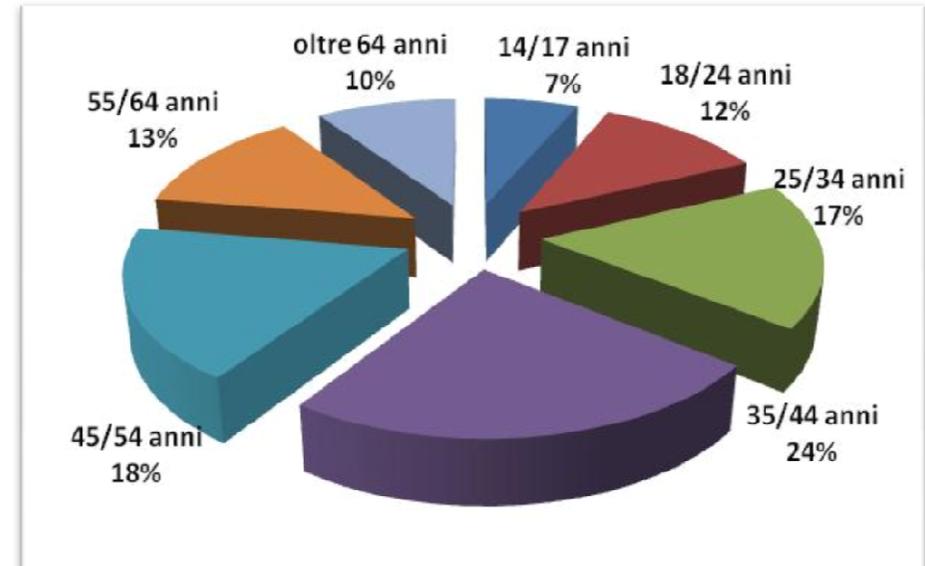
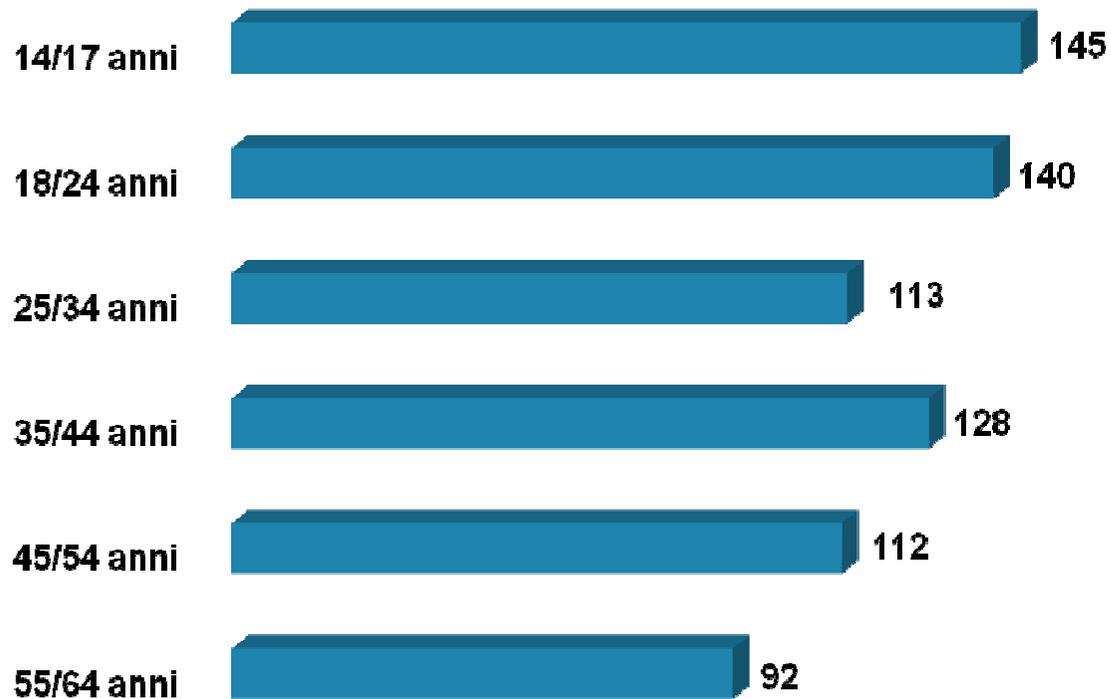
Hanno maggiore disponibilità economica

Oltre il 31% dispone di un reddito alto o medio alto

Gli abbonati Sky: fasce di età

FONTE: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



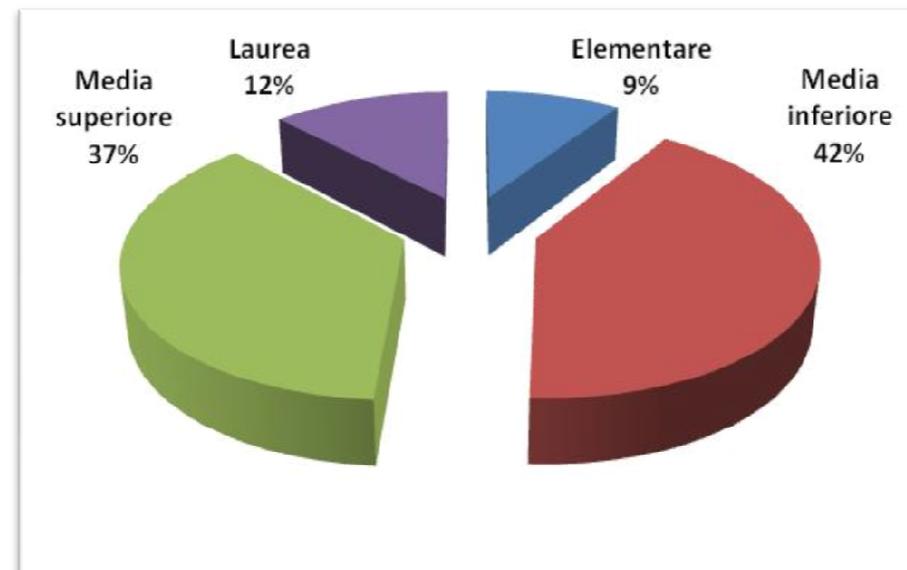
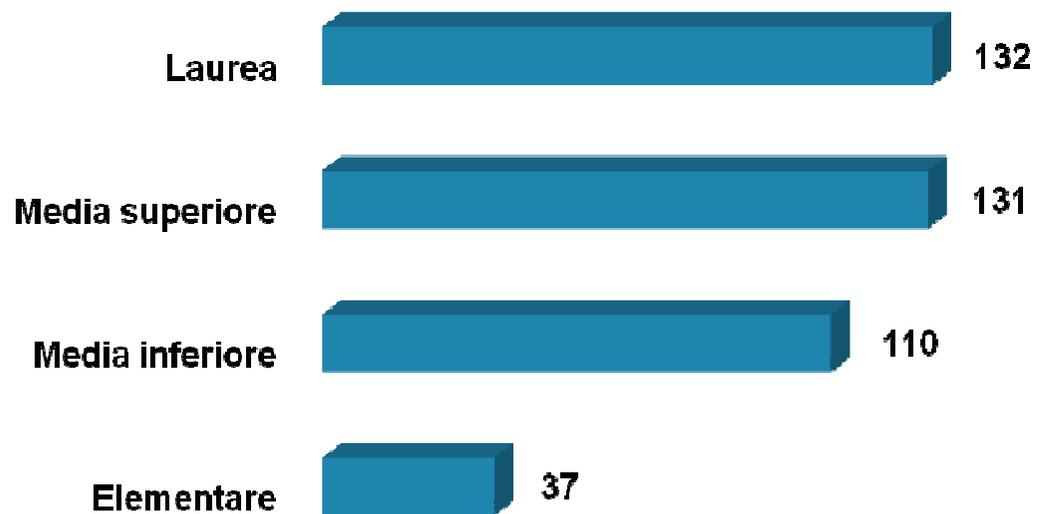
Sono più giovani



Gli abbonati Sky: titolo di studio

FONTE: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



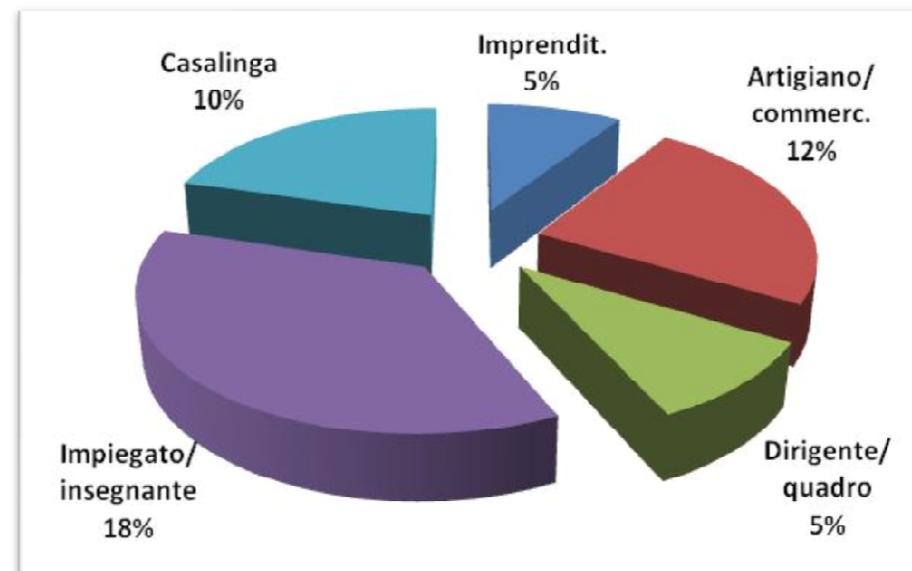
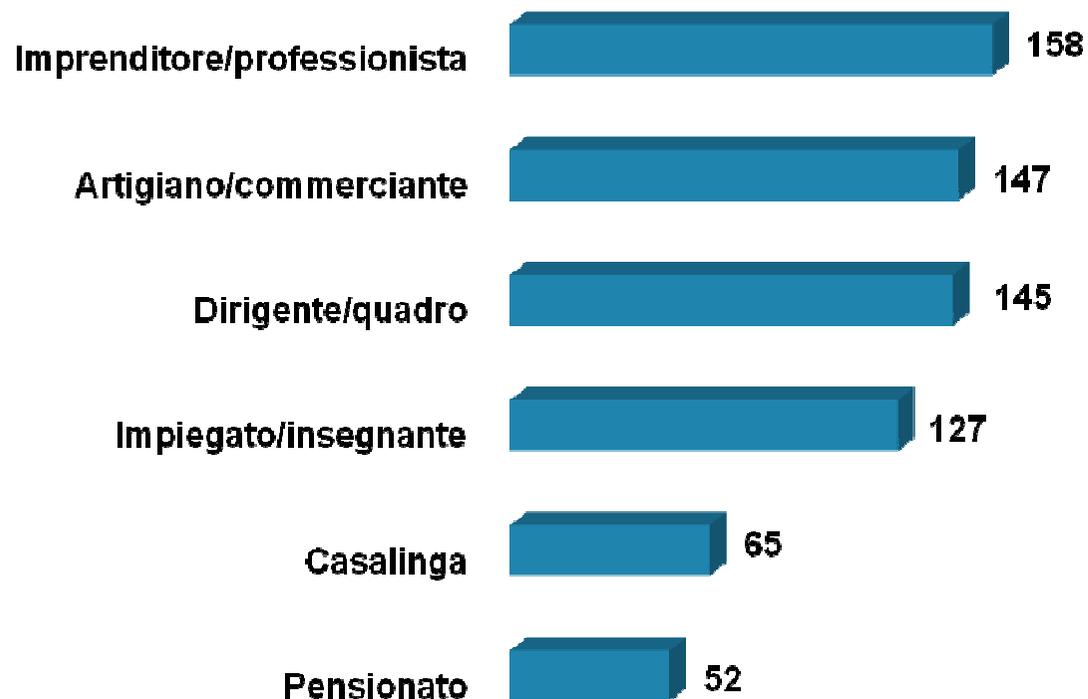
***Sono meglio
istruiti***



Gli abbonati Sky: professione dell'intervistato

FORNITORE: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



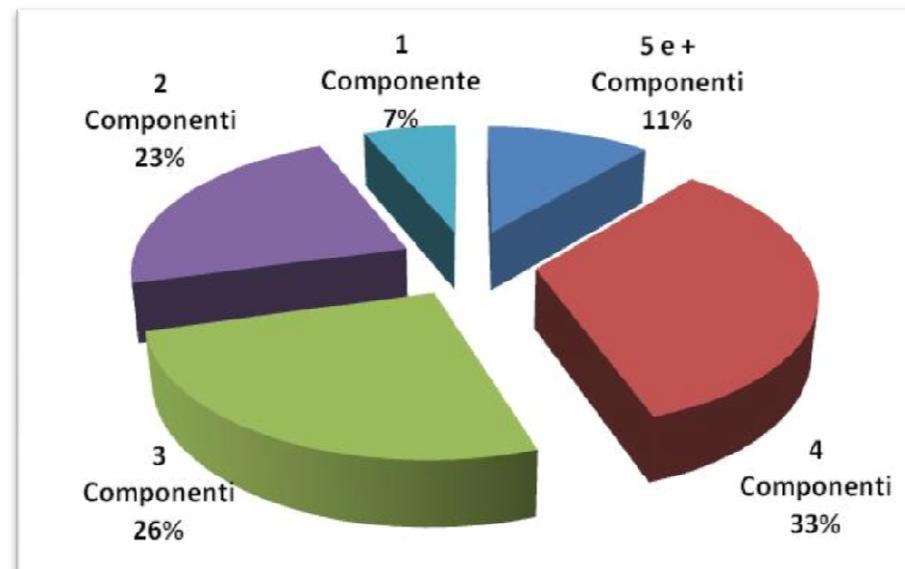
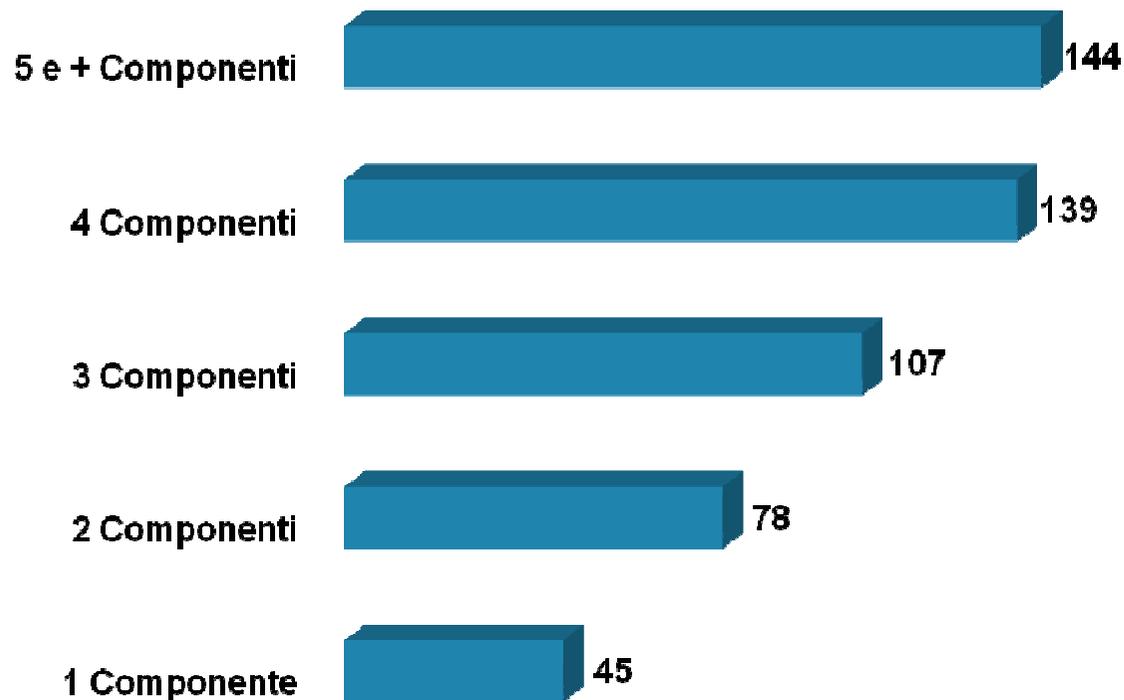
Sono meglio istruiti



Gli abbonati Sky: numero di componenti familiari

FONTI: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



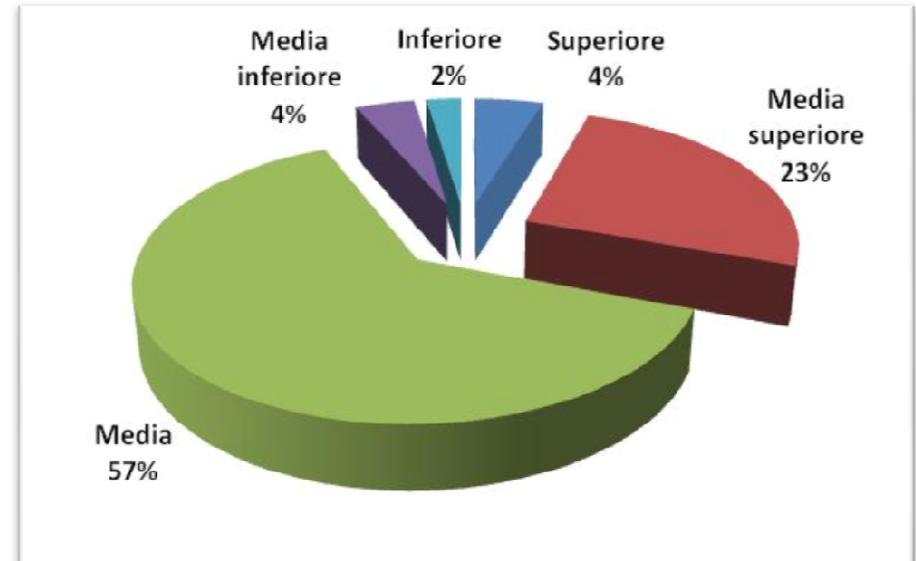
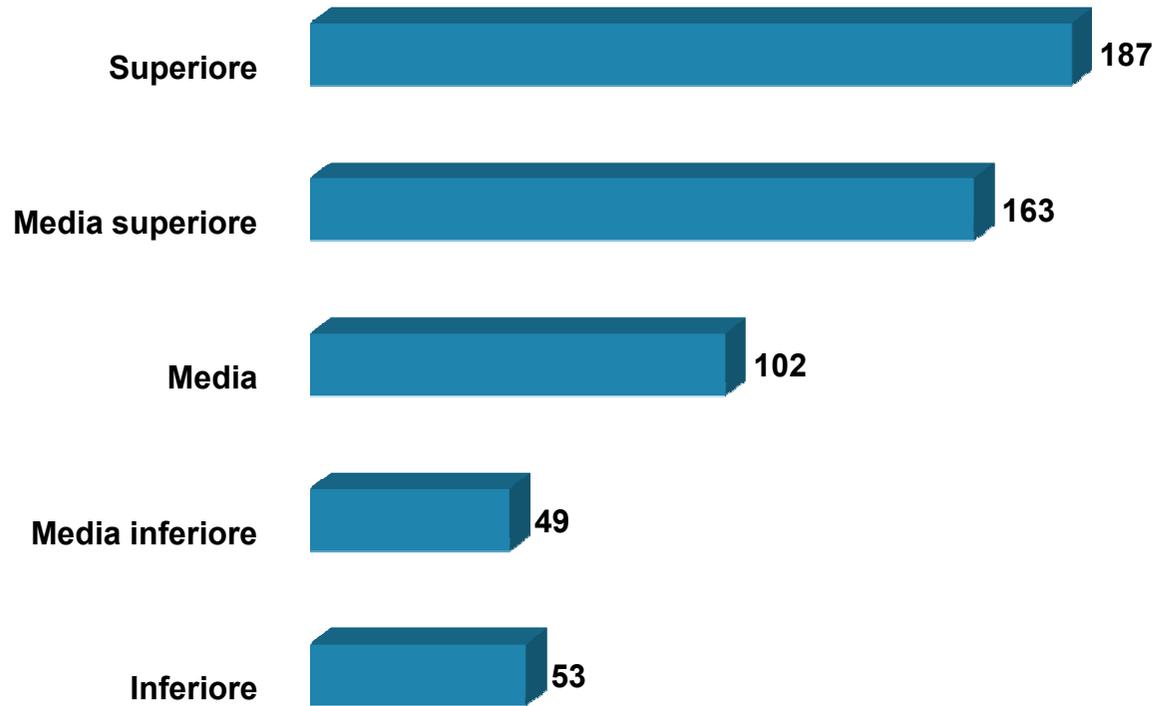
**Formano
famiglie
più numerose**



Gli abbonati Sky: condizione socioeconomica

FONTE: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



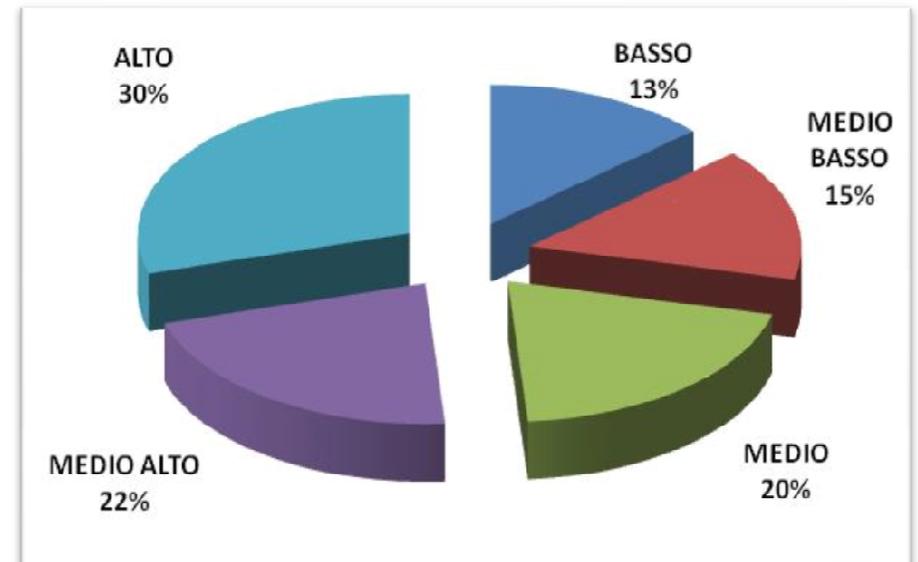
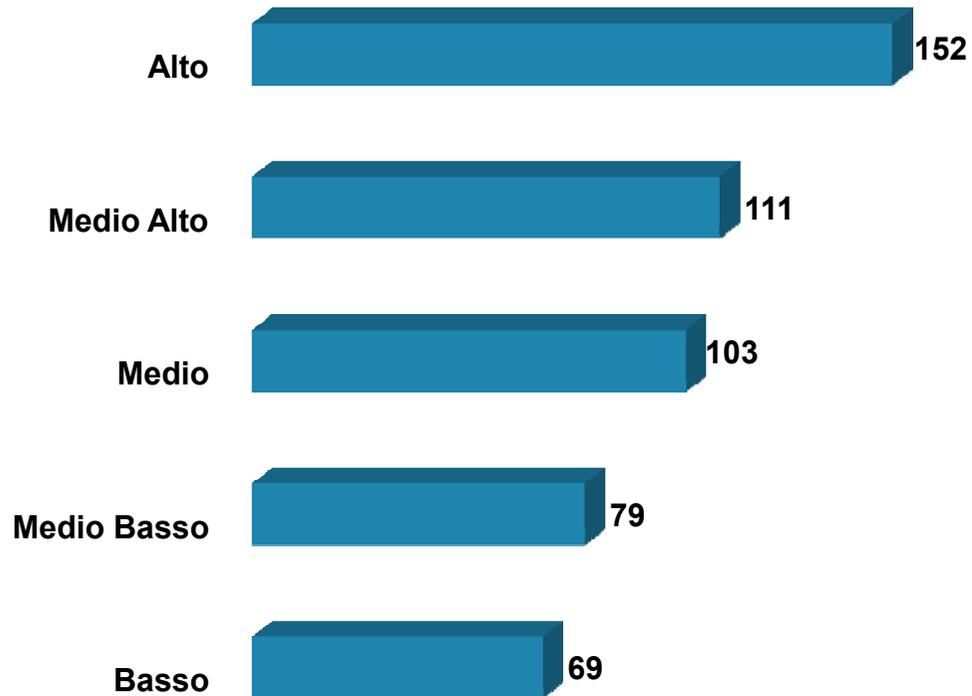
Hanno uno status più alto



Gli abbonati Sky: classi di reddito Eurisko

FONTE: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



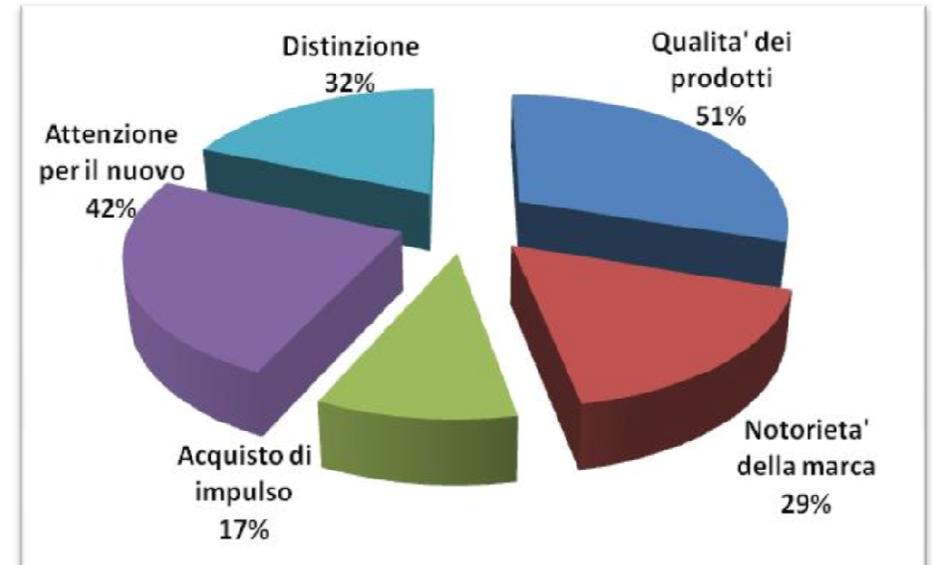
**Hanno maggiore
disponibilità
economica**



Gli abbonati Sky: criteri di acquisto (beni di consumo)

FONTE: SINOTTICA EURISKO 2010

INDICE DI AFFINITÀ ABBONATI SY



CRITERI D'ACQUISTO
gli abbonati Sky sono più inclini ad acquistare secondo informazioni derivanti dalle comunicazioni commerciali.



Sinottica Eurisko: reddito mensile dichiarato

REDDITO MENSILE FAMILIARE DICHIARATO	SKY	TOTALE POP.
meno di € 2.100	34,5%	53,3%
da € 2.100 a € 2.550	19,3%	16,3%
da € 2.550 a € 3.550	21,0%	14,5%
da € 3.500 a € 5.000	13,6%	7,4%
oltre € 5.000	4,3%	1,9%

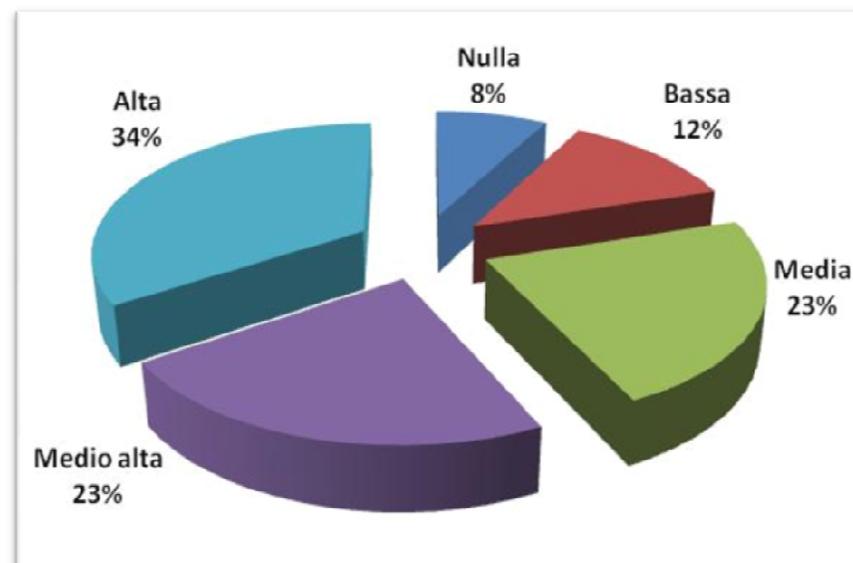
Fonte: Sinottica Eurisko 2010

Sinottica Eurisko: attenzione verso la pubblicità

	SKY	TOTALE POP.
Acquisto in base alla notorietà della marca	28,8%	24,9%
Attenzione verso i nuovi prodotti	41,7%	33,4%
Attenzione alta verso la pubblicità	34,2%	23,4%

Fonte: Sinottica Eurisko 2010

In base all'indagine Sinottica Eurisko 2010, gli abbonati SKY si confermano più ricettivi verso la pubblicità rispetto alla media.



La Grande mappa Eurisko: telespettatori a confronto

Fonte: SINOTTICA EURISKO 2010

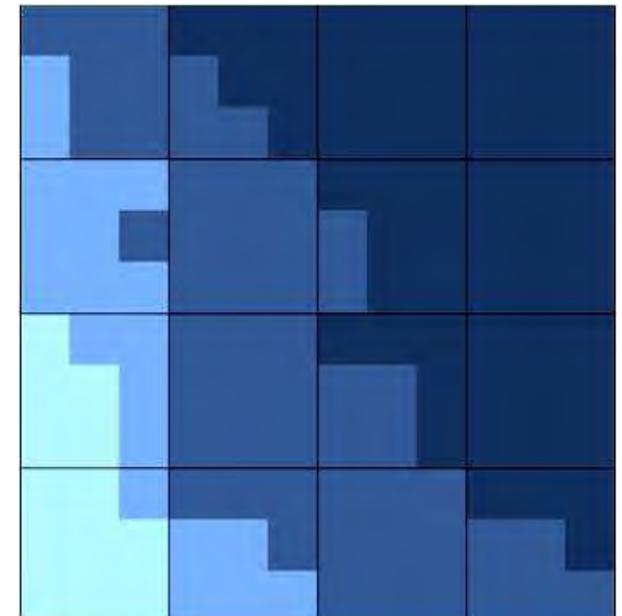
In base alla Grande Mappa Eurisko, gli abbonati **SKY** risultano maggiormente presenti nelle celle dell'**area élite**, dove si concentrano le famiglie con alta disponibilità di reddito, e nell'**area adulta maschile**. Le gradazioni di colore indicano la penetrazione dei telespettatori abituali RAI, Mediaset e Sky sulla popolazione rappresentata dalla Grande Mappa.



Telespettatori abituali MEDIASET
(non abbonati a Sky)



Telespettatori abituali MEDIASET
(non abbonati a Sky)

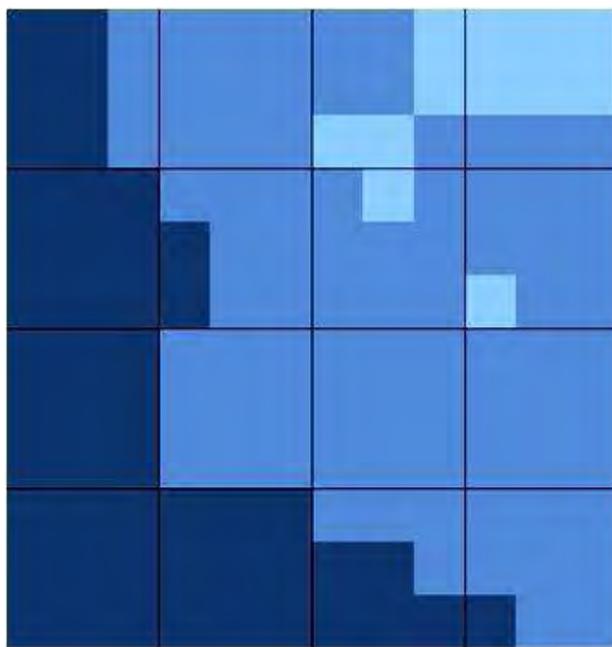


Telespettatori con abbonamento SKY

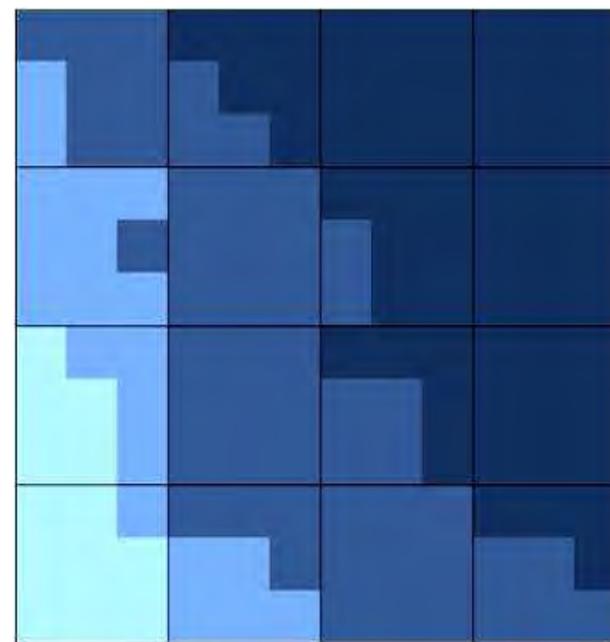
La Grande mappa Eurisko: telespettatori a confronto

FONTE: SINOTTICA EURISKO 2010

In base alla Grande Mappa Eurisko, gli abbonati **SKY** risultano maggiormente presenti nelle celle dell'**area élite**, dove si concentrano le famiglie con alta disponibilità di reddito, e nell'**area adulta maschile**. Le gradazioni di colore indicano la penetrazione dei telespettatori abituali LA7 e di quelli Sky sulla popolazione rappresentata dalla Grande Mappa.



Telespettatori abituali LA 7
(non abbonati a Sky)



Telespettatori con abbonamento SKY