

Chi è degno del Paradiso?

Il pubblico di Più libri più liberi.

Seconda indagine sul profilo dei frequentatori.

UN PARADISO DI TENTAZIONI DA SFOGLIARE.



ROMA, 7-11 DICEMBRE 2011
EUR Palazzo dei Congressi

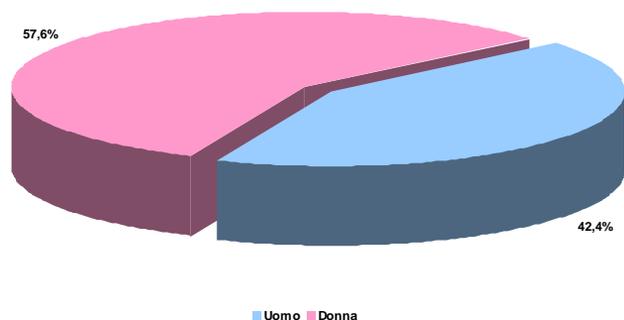
Più libri
Ogni anno più fiera.



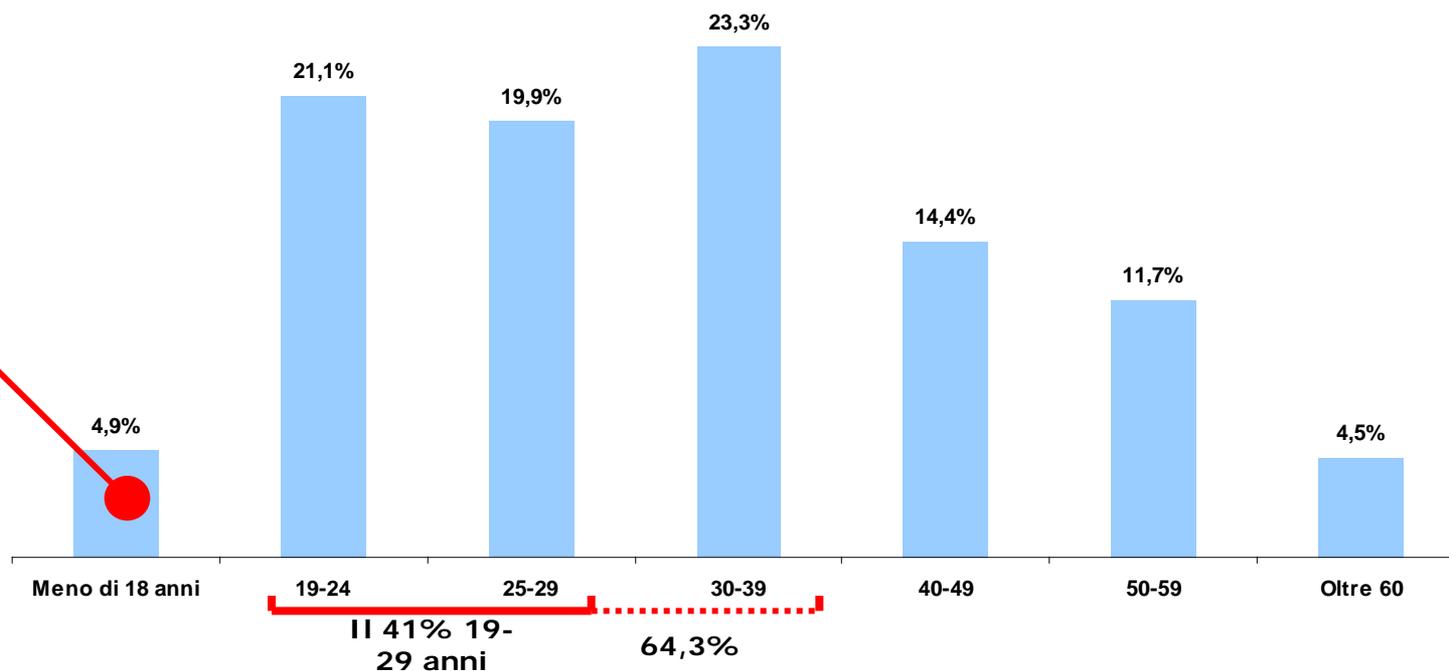
Indagine realizzata dall'Ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori, e dall'Università di Tor Vergata (Roma)

Profilo sociodemografico: età e sesso.

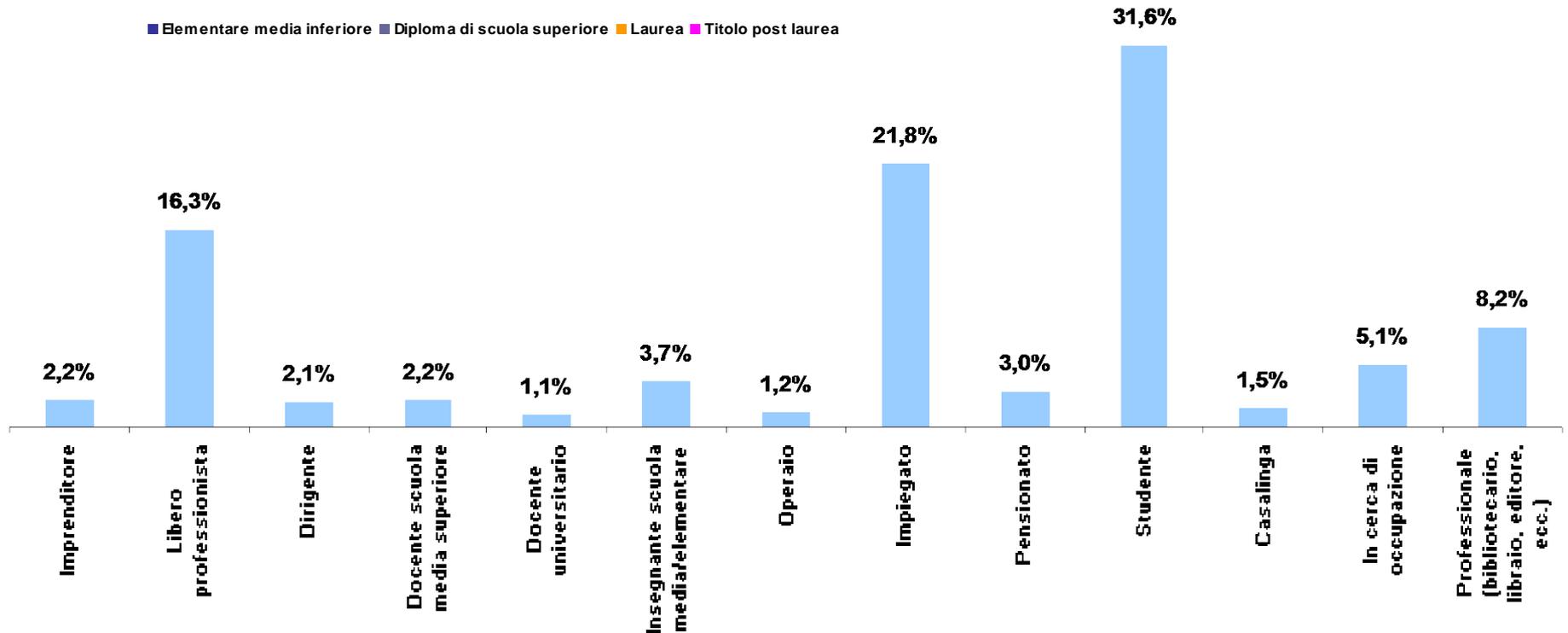
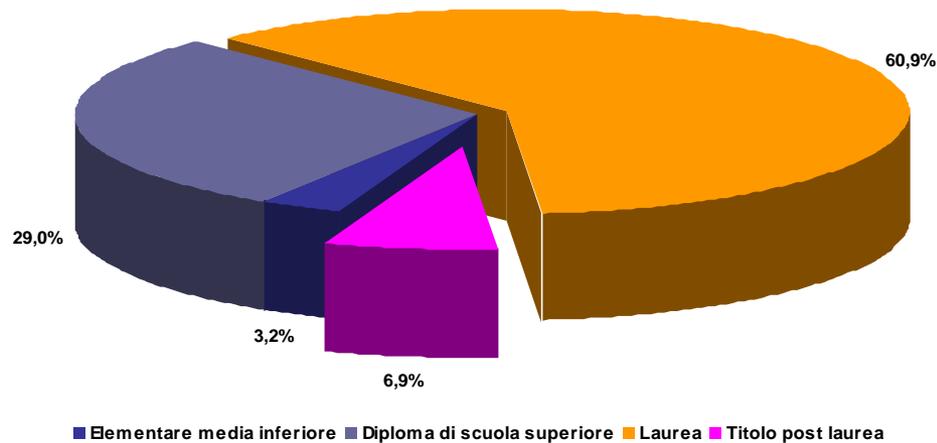
« Una fiera con un pubblico giovane di frequentatori: il 69,2% < 39 anni. Investimento sul futuro della lettura. »»



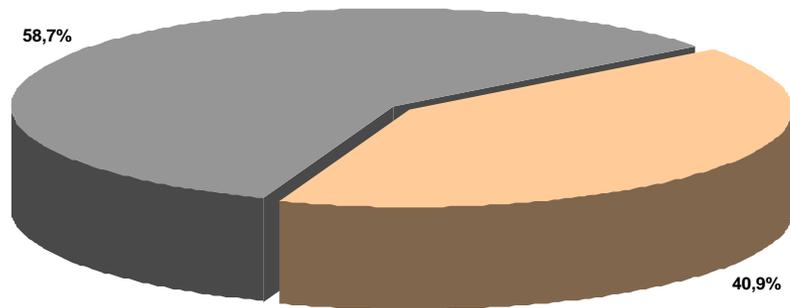
Non sono state prese in considerazione nelle interviste le visite effettuate dalle scuole



Profilo sociodemografico: titolo di studio e professione.



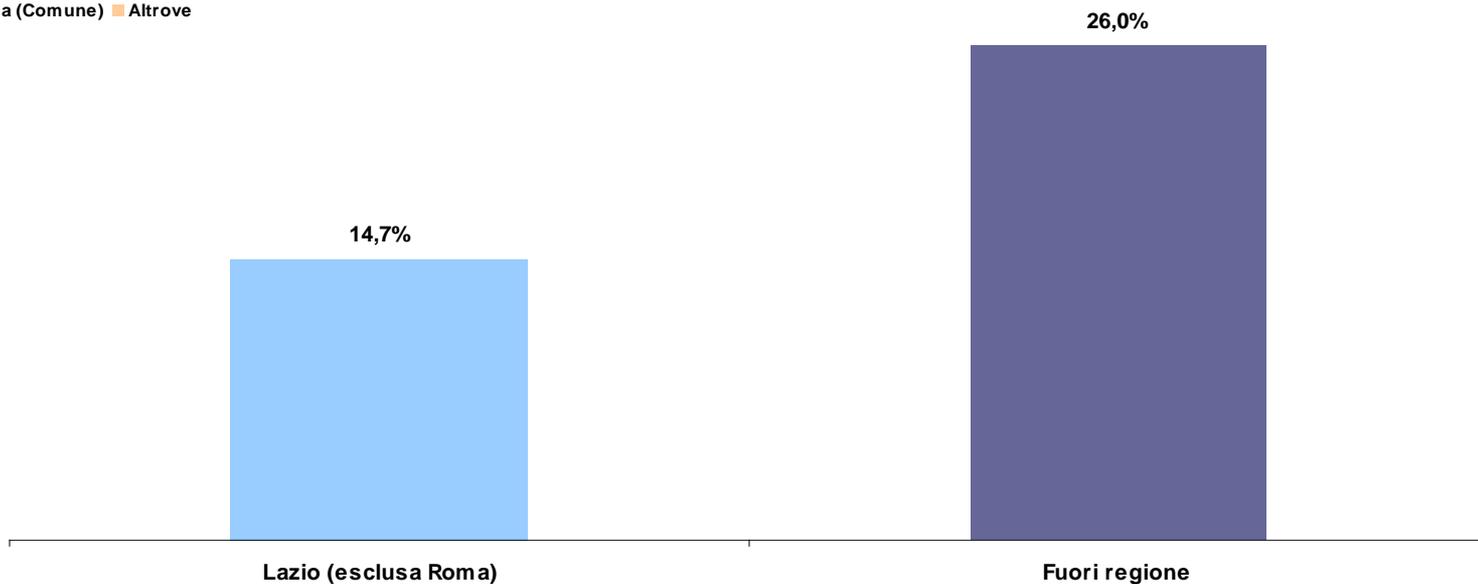
Provenienza dei visitatori.



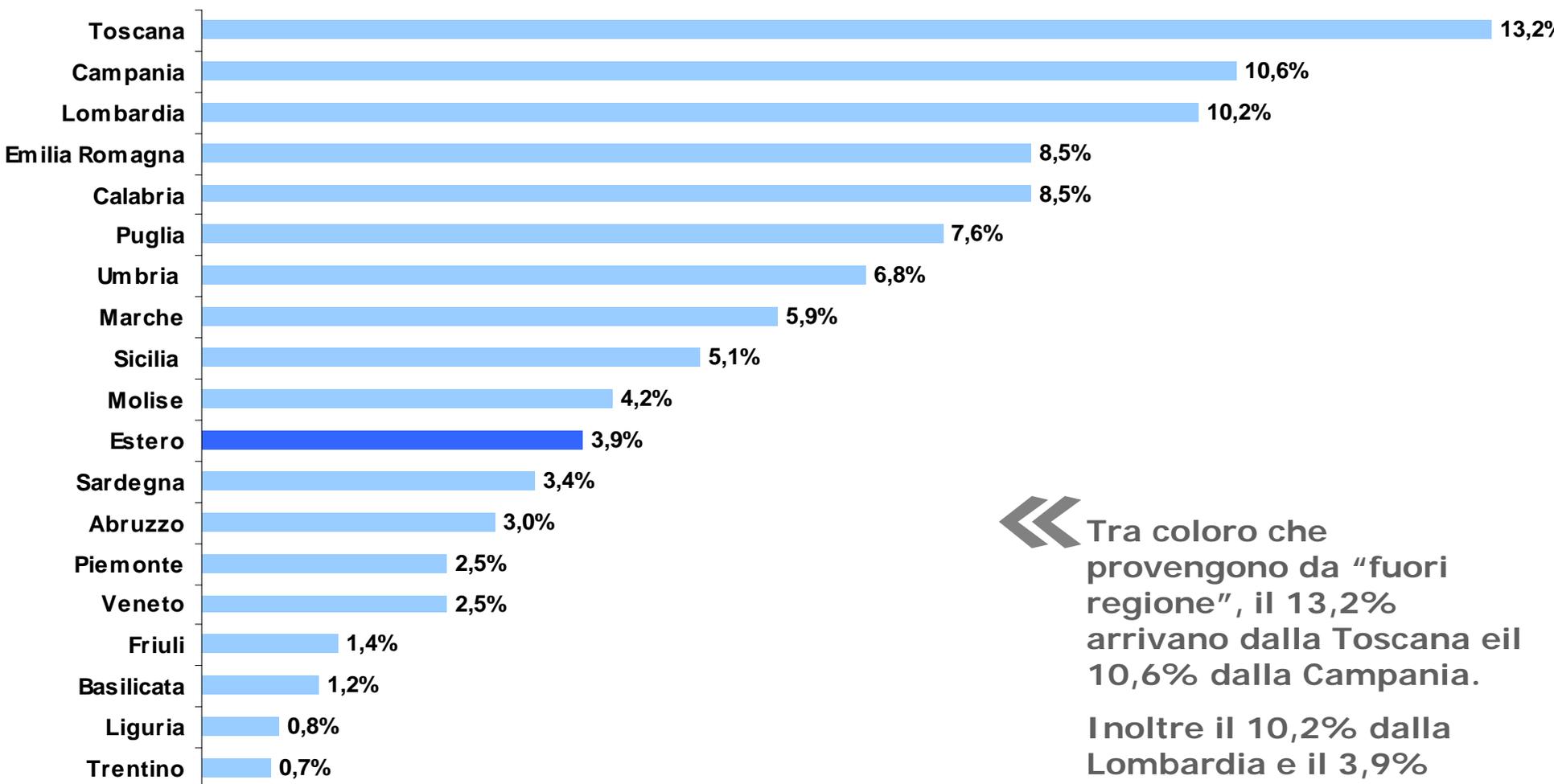
■ Roma (Comune) ■ Altreve

« Il 26% dei visitatori viene da "fuori Regione".

PLPL è la "fiera di Roma" (69% dei visitatori, ma sempre più una fiera con capacità attrattive nazionali.



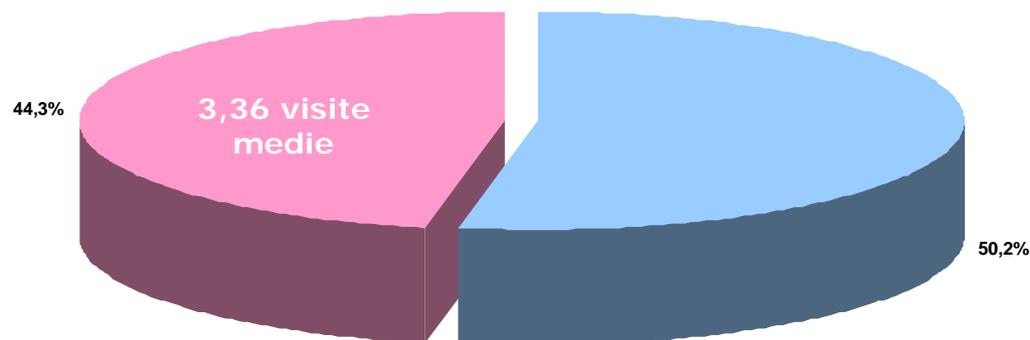
Regione di provenienza dei visitatori.



« Tra coloro che provengono da "fuori regione", il 13,2% arrivano dalla Toscana e il 10,6% dalla Campania.

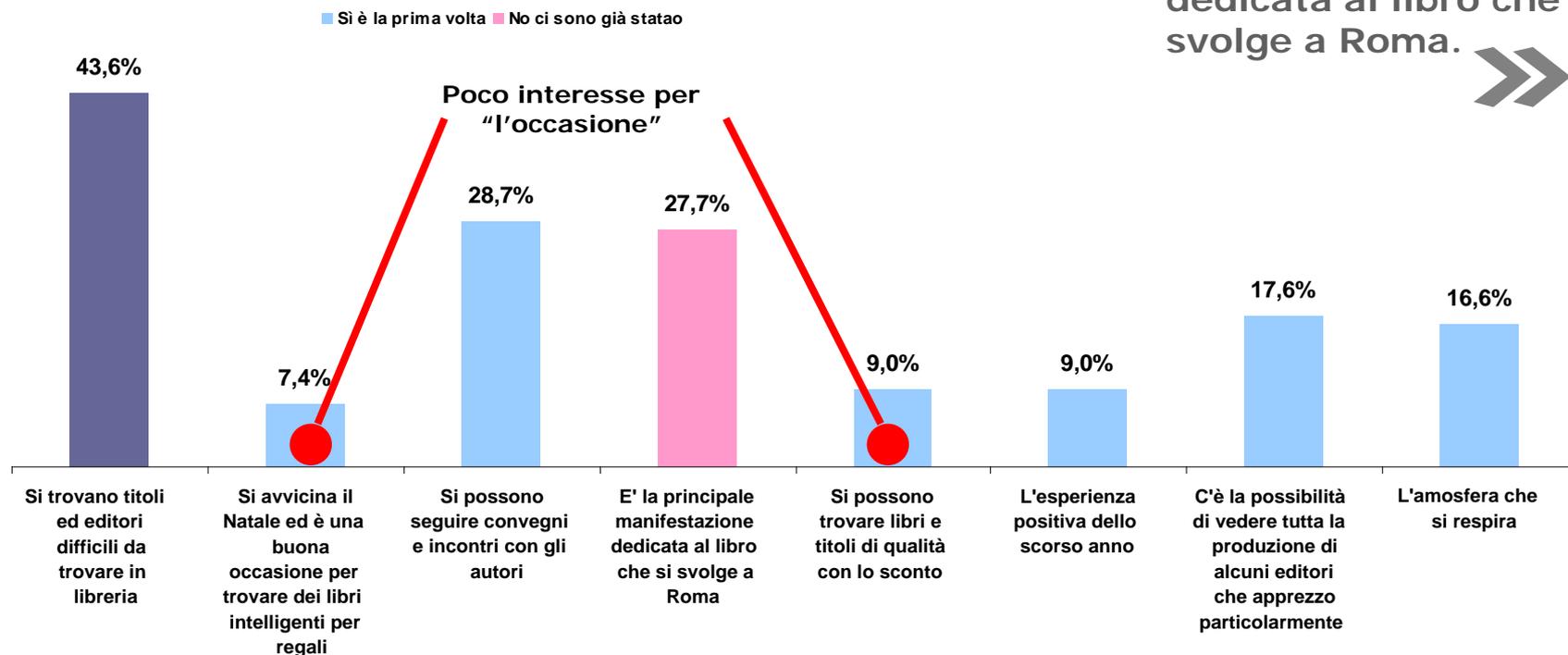
Inoltre il 10,2% dalla Lombardia e il 3,9% dall'estero »

Fedeltà a PLPL e ragioni della visita.



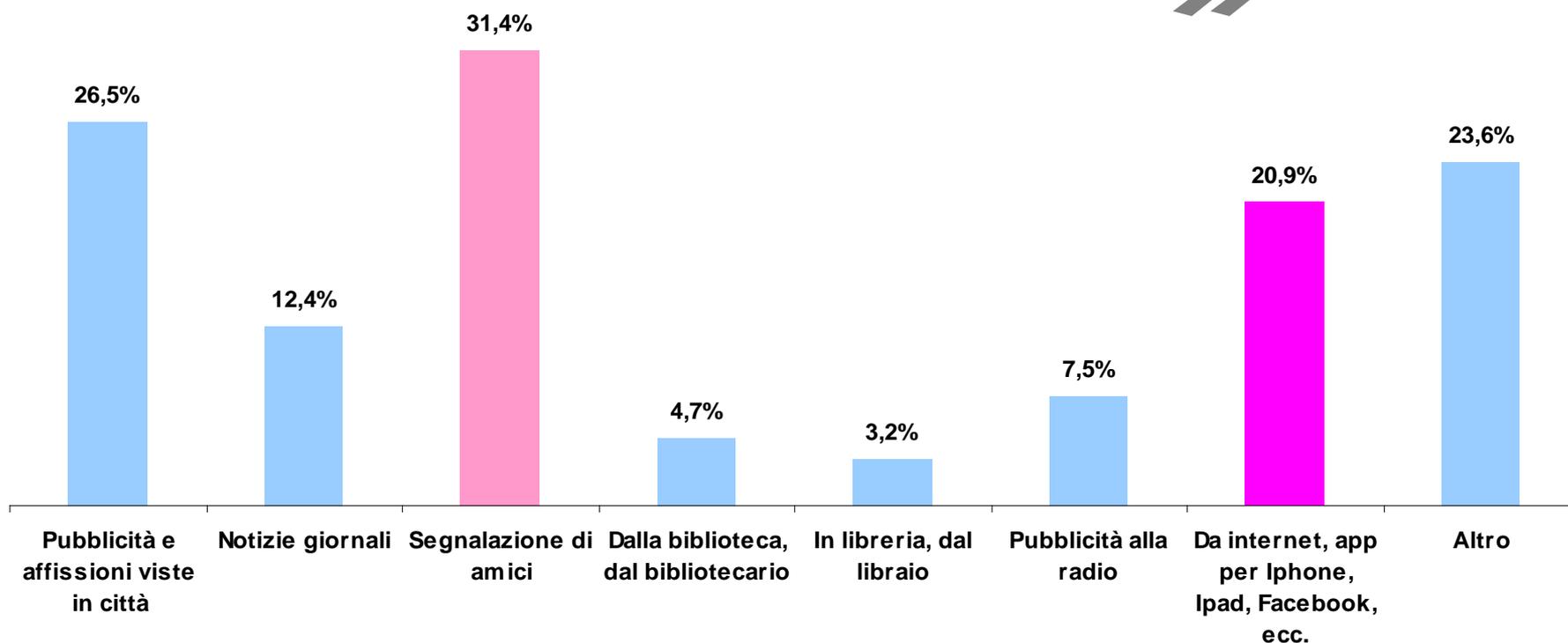
« Un pubblico fedele (44%) con una media di visite di 3,36.

Visita PLPL per l'offerta (l'assortimento proposto dagli editori: 44%) ma anche perché è la principale manifestazione dedicata al libro che si svolge a Roma. »



« Molte le fonti di informazione.

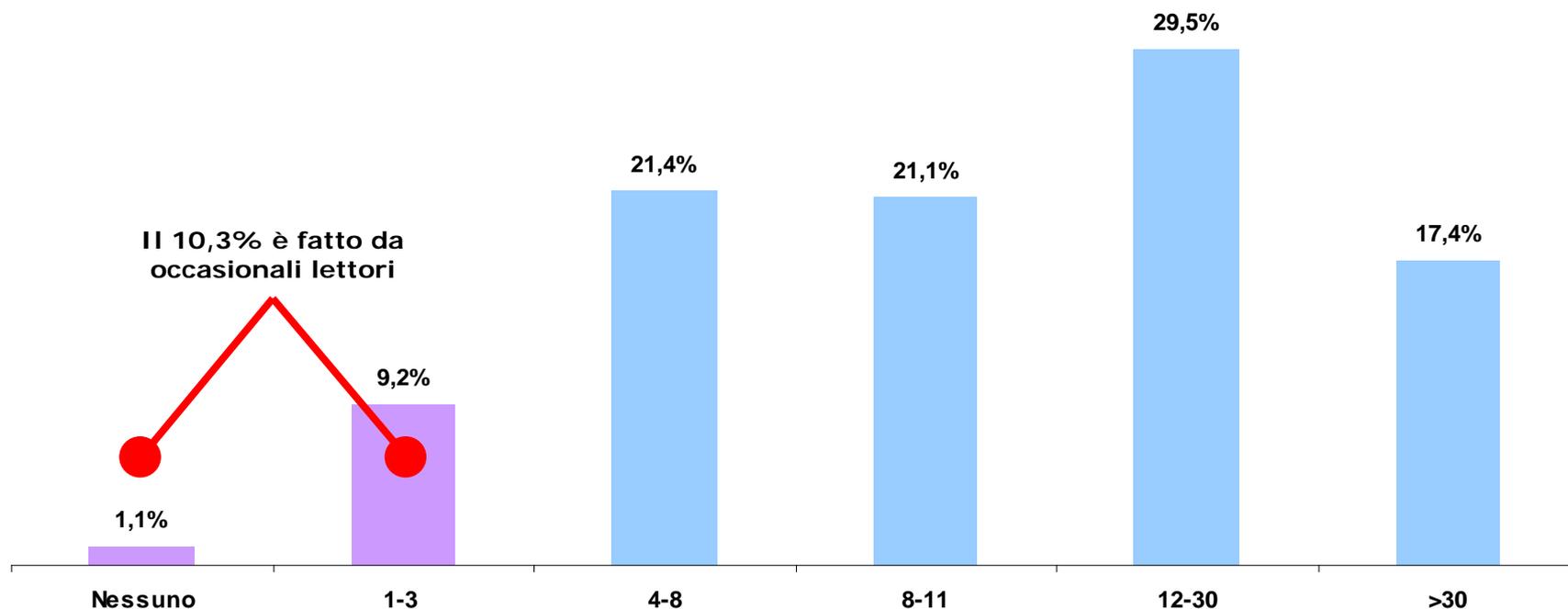
Se il “passaparola” rappresenta il 31% delle indicazioni, Internet e il Web.2.0 per il pubblico di PLPL sono la terza fonte di informazioni (21%) non lontana dalla pubblicità tradizionale.



PLPL: un pubblico di lettori, ma non solo.

« Se (come è prevedibile) il 47% è composto da visitatori che leggono uno o più libri al mese, il 10% delle persone che entrano a PLPL sono lettori occasionali e deboli.

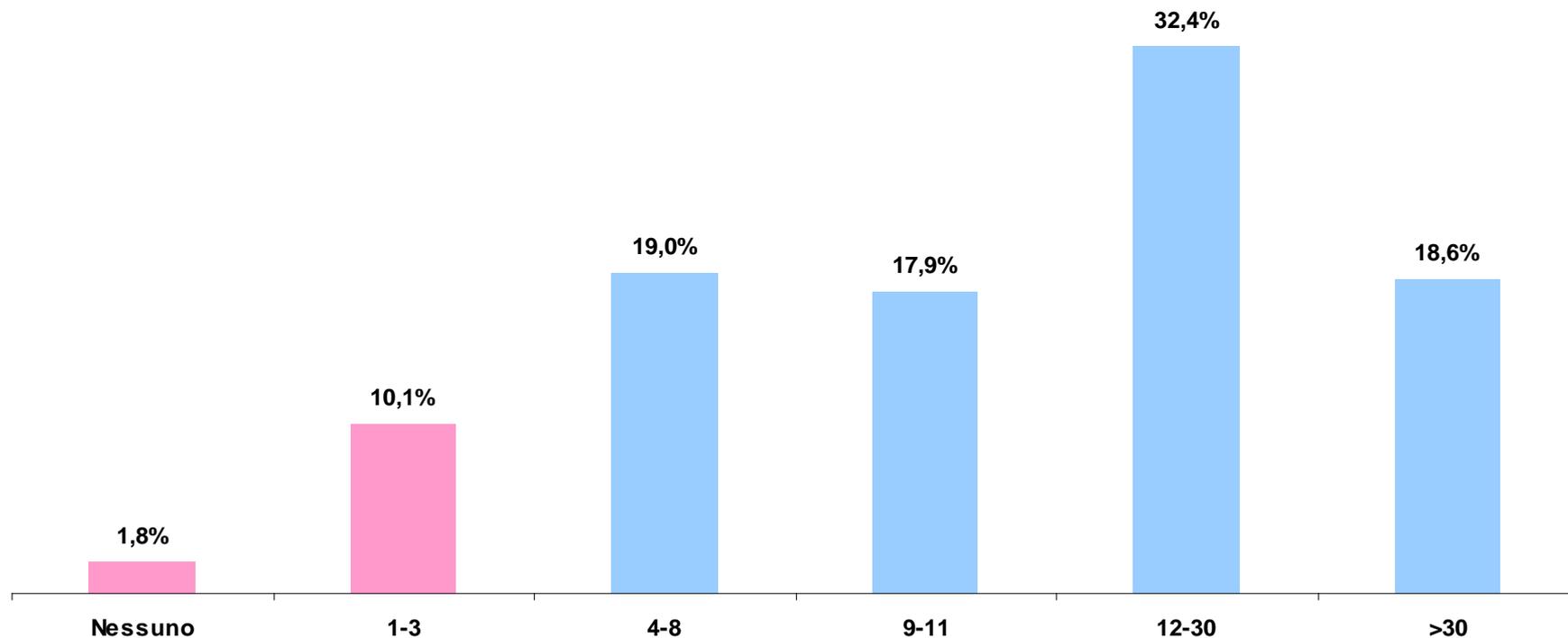
Ruolo delle fiere e saloni del libro come occasioni di promozione della lettura. »



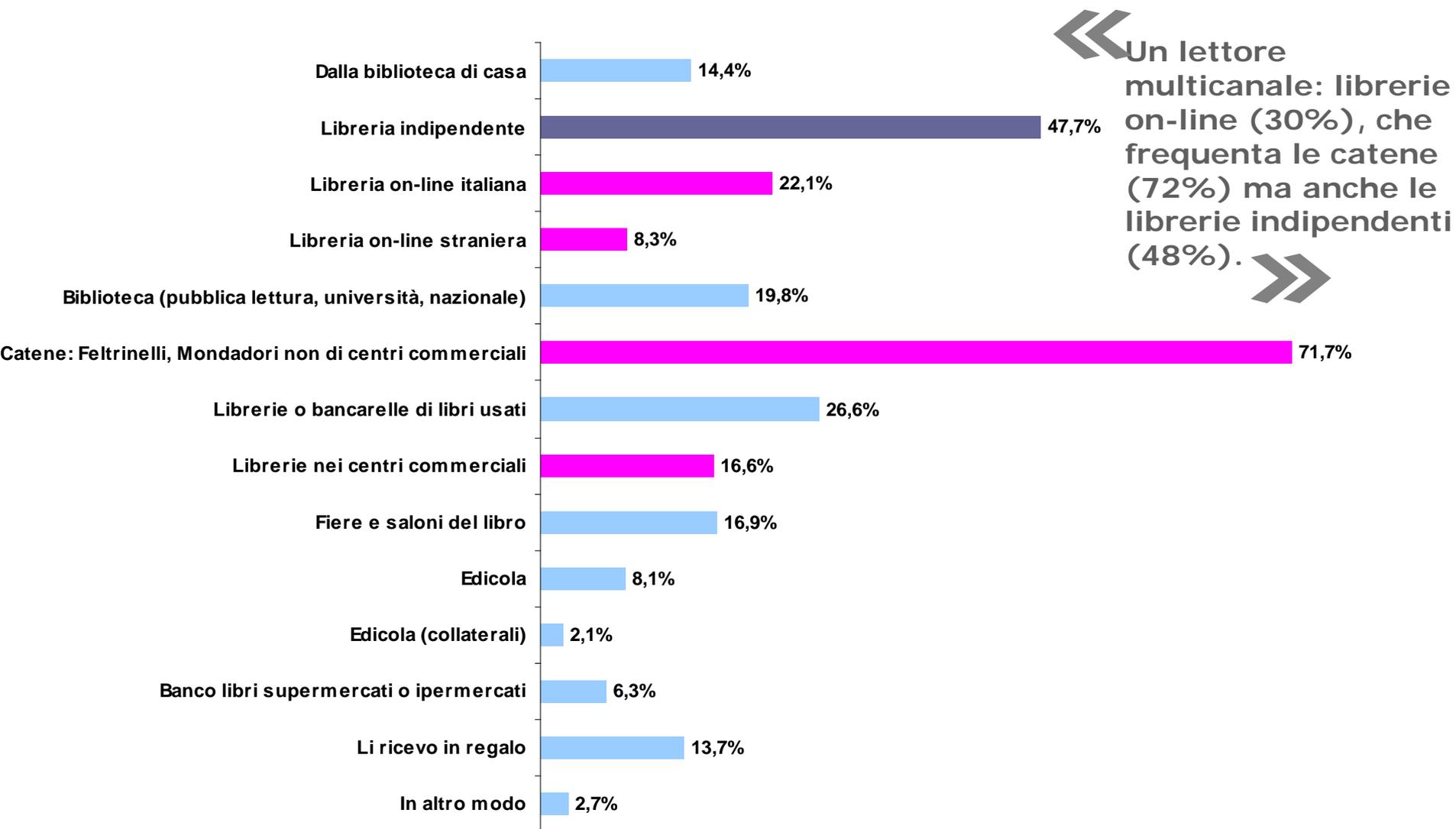
PLPL: un pubblico di forti acquirenti...

« Un pubblico che compra non solo in occasione di fiere e saloni, ma lungo tutto il corso dell'anno.

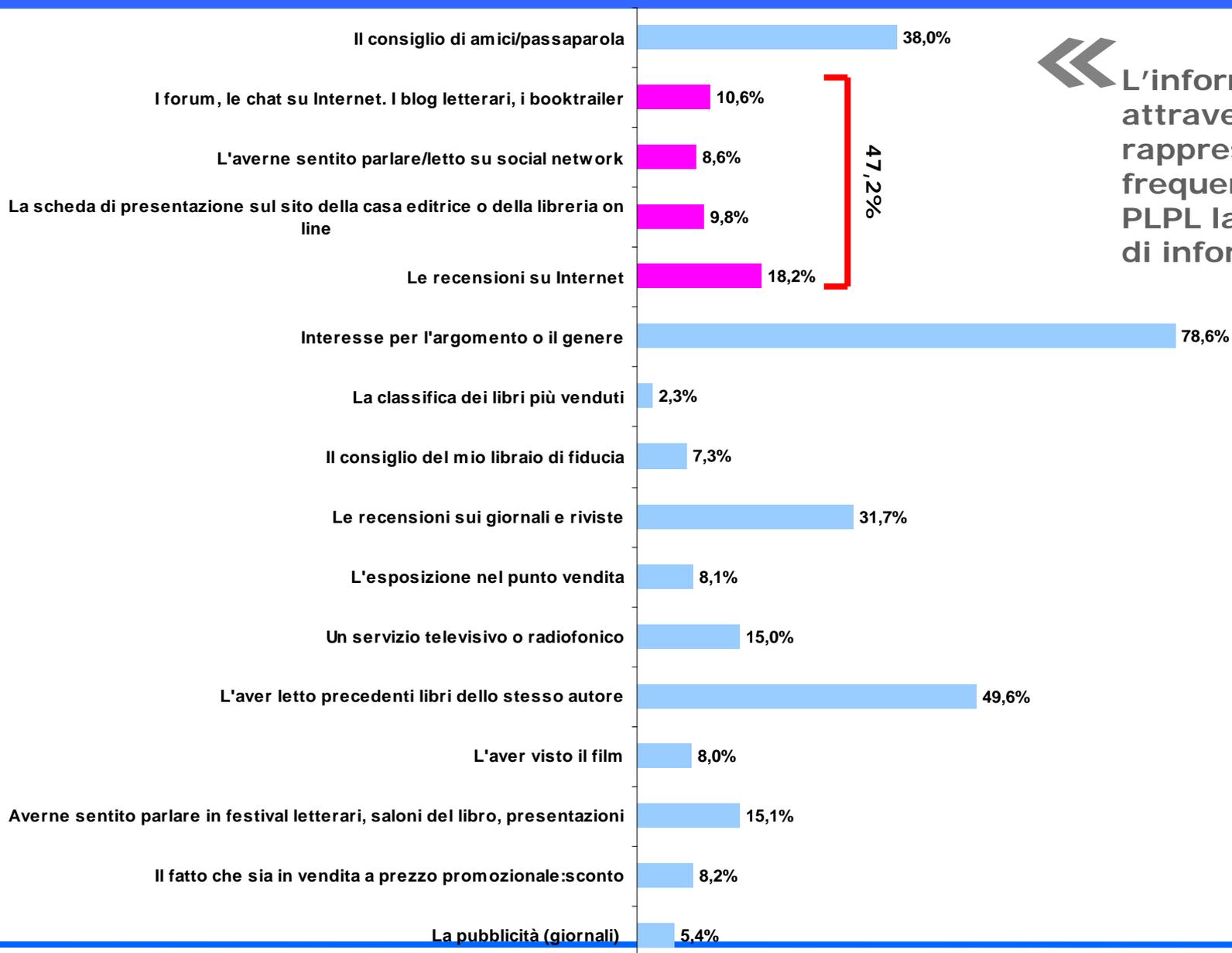
Il 51% compra più di un libro al mese.



... che si procura i libri ovunque (anche nelle formule moderne)



... e si informa attraverso il Web



« L'informazione attraverso il Web rappresenta per il frequentatore di PLPL la prima fonte di informazione. »»

Più libri *e*

Ogni anno più fiera.

Grazie

giovanni.peresson@aie.it