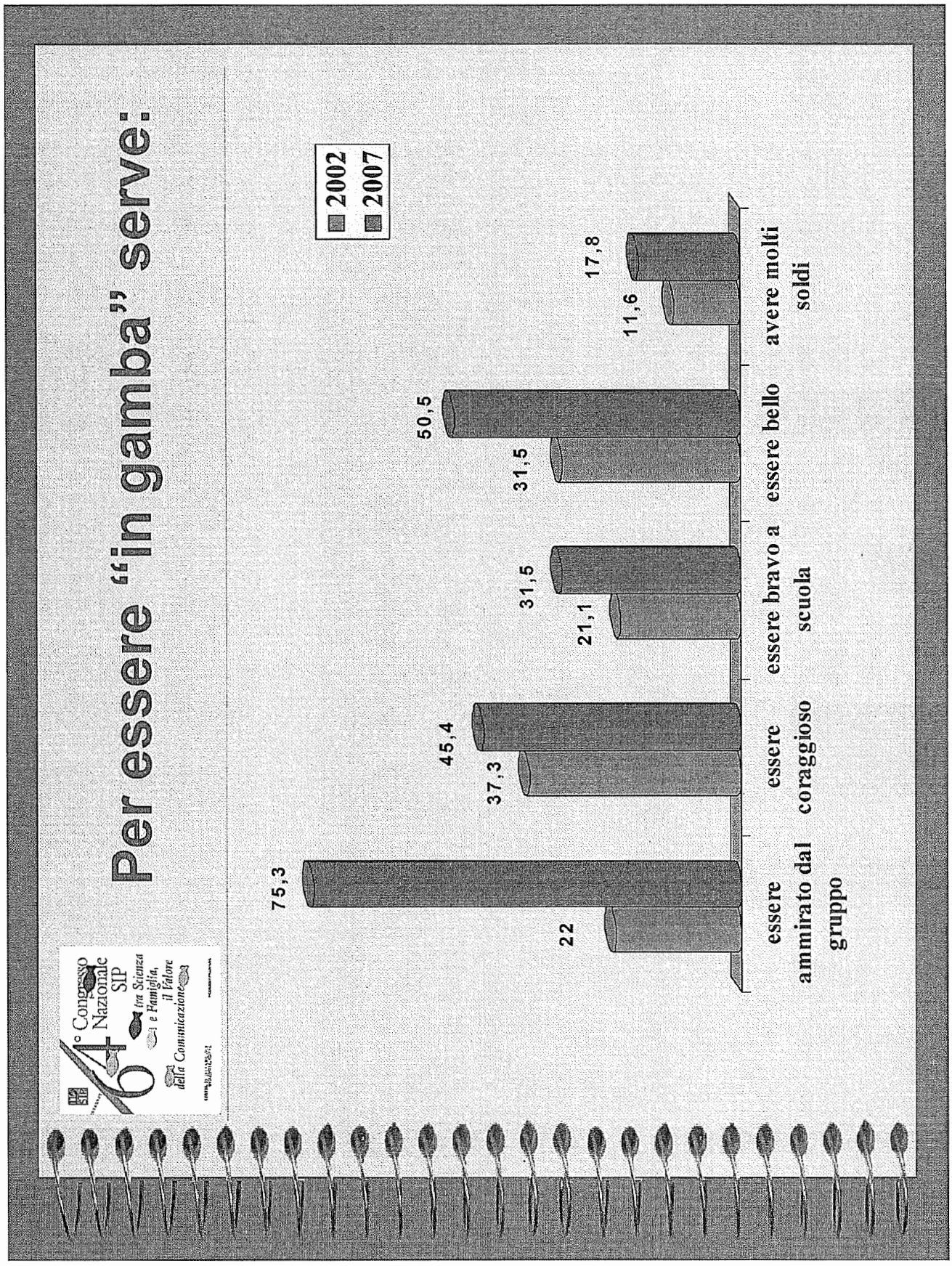
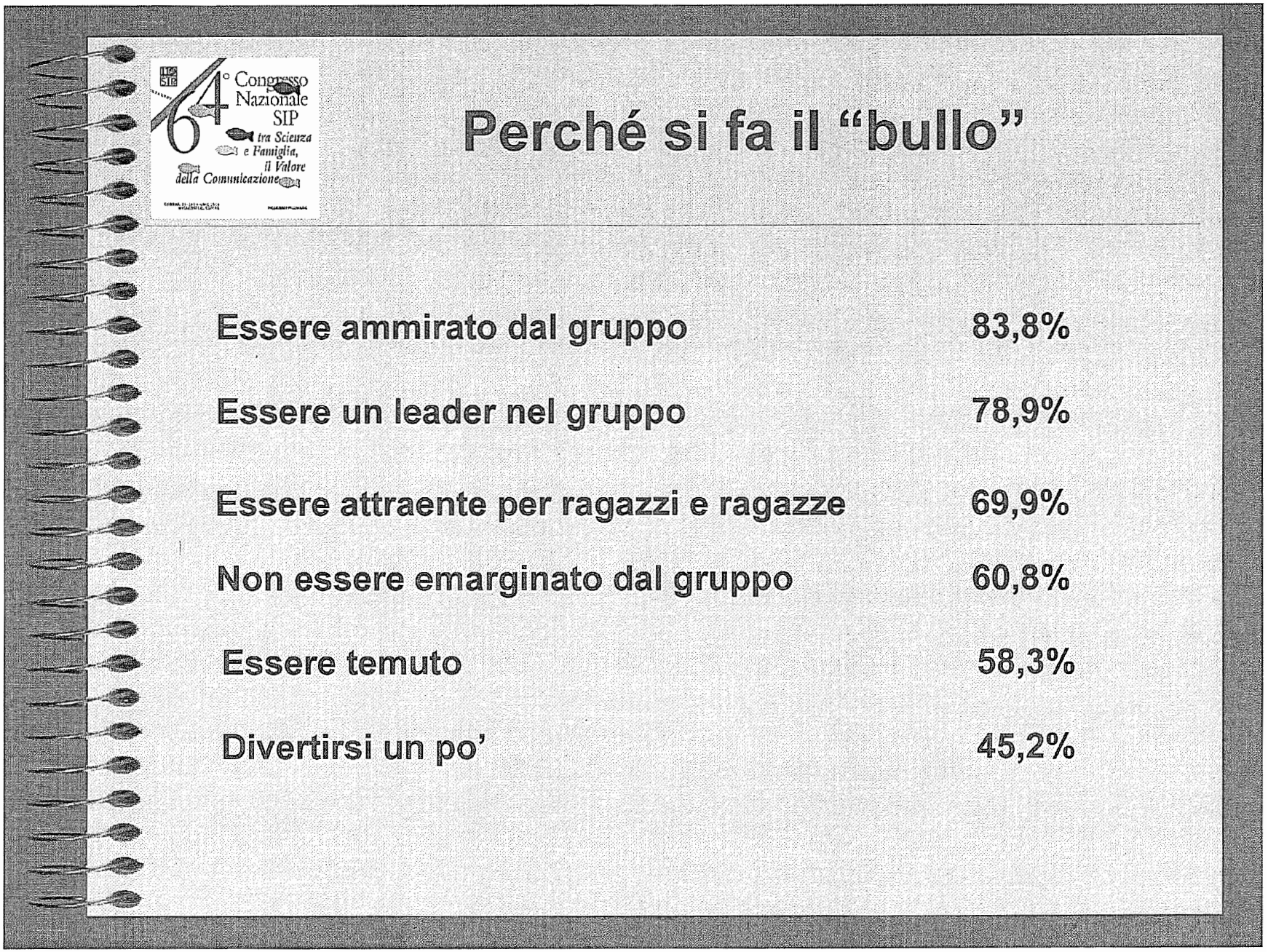

Per essere "in gamba" serve:
2002
2007
75,3
22
45,4
37,3
31,5
21,1
50,5
31,5
17,8
11,6
essere ammirato dal gruppo
essere coraggioso
essere bravo a scuola
essere bello
avere molti soldi
Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione


64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Perché si fa il "bullo"
Essere ammirato dal gruppo 83,8%
Essere un leader nel gruppo 78,9%
Essere attraente per ragazzi e ragazze 69,9%
Non essere emarginato dal gruppo 60,8%
Essere temuto 58,3%
Divertirsi un po' 45,2%

64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione

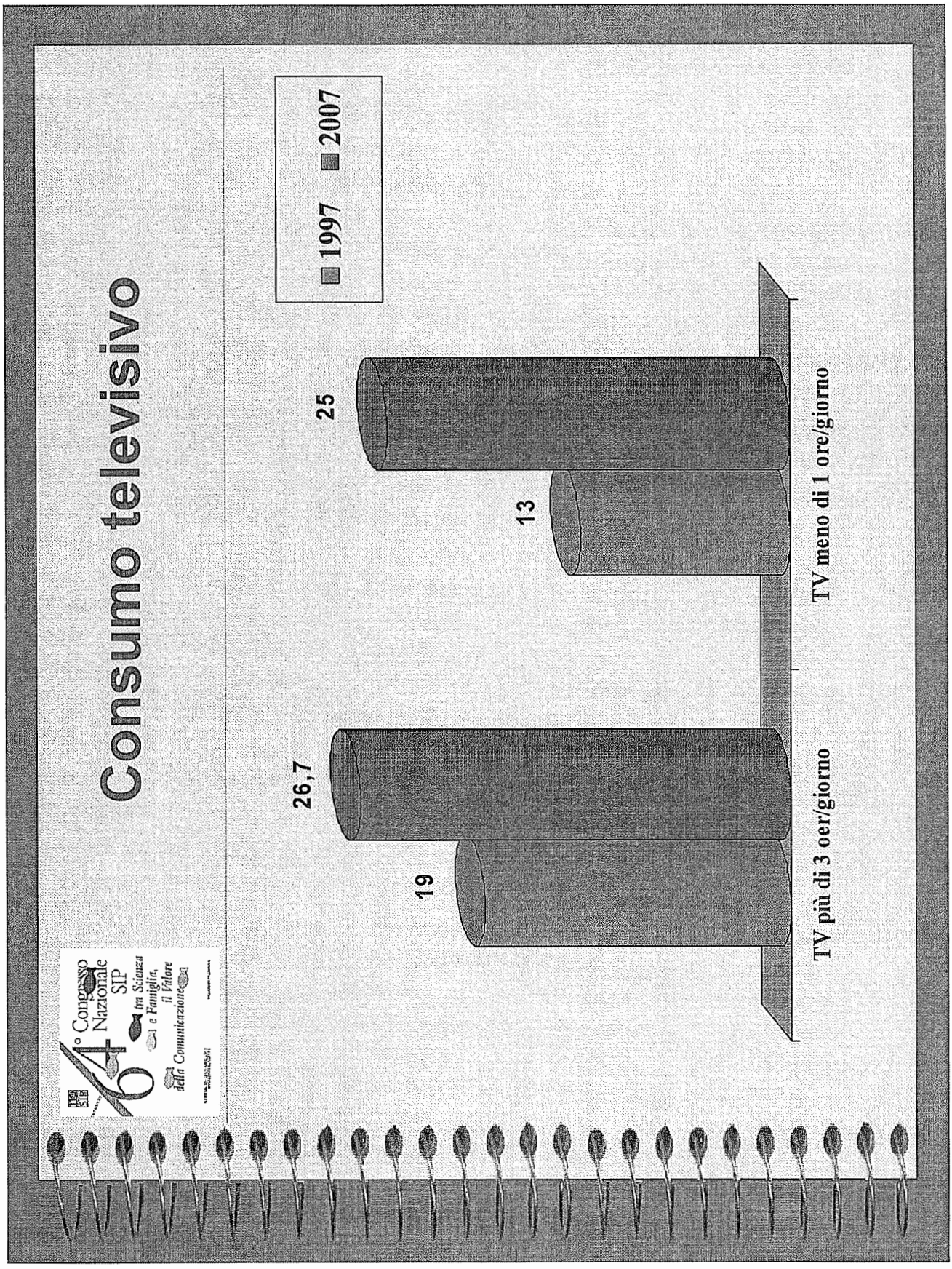
Ho assistito ad episodi di bullismo

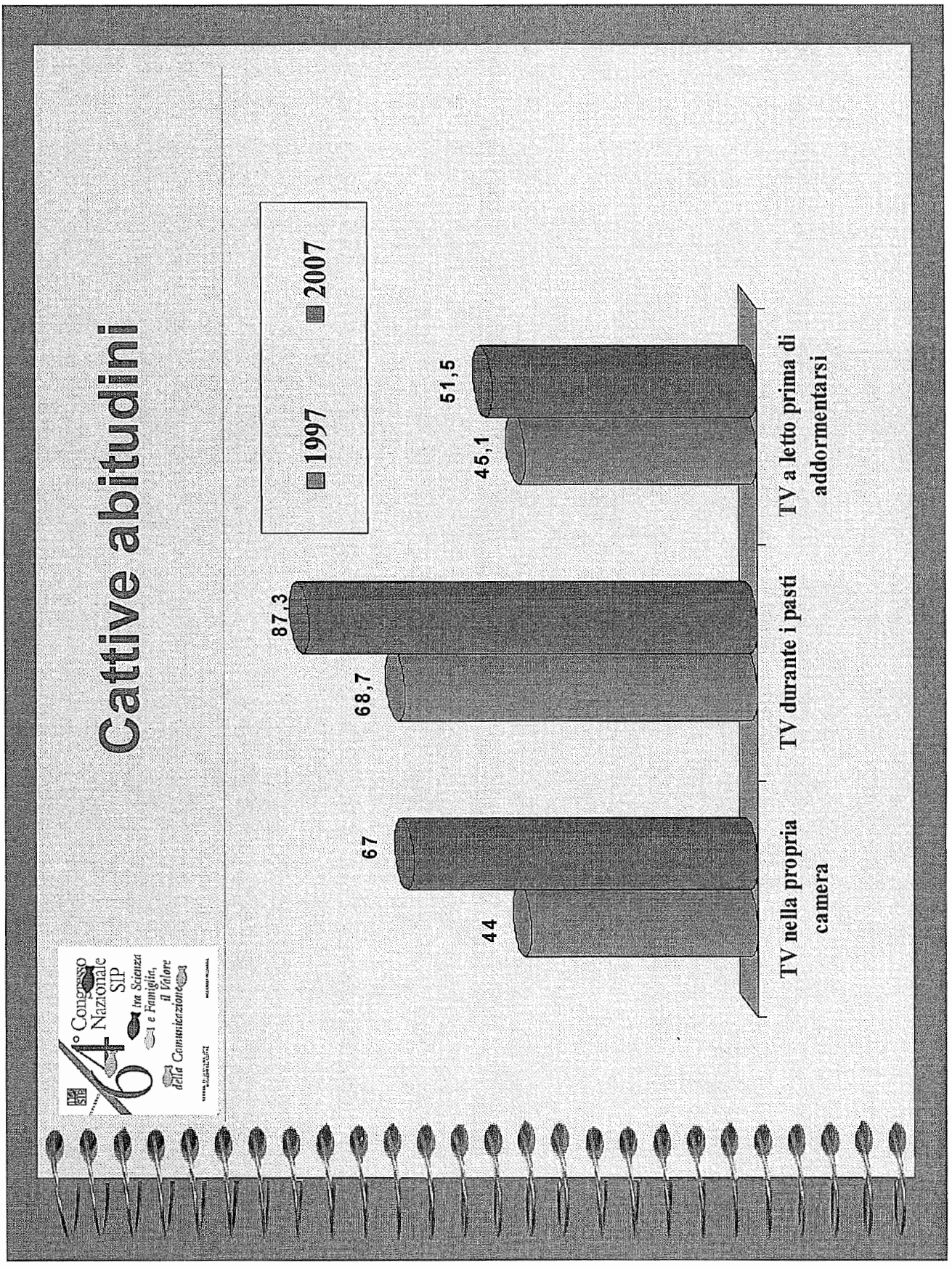
64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione

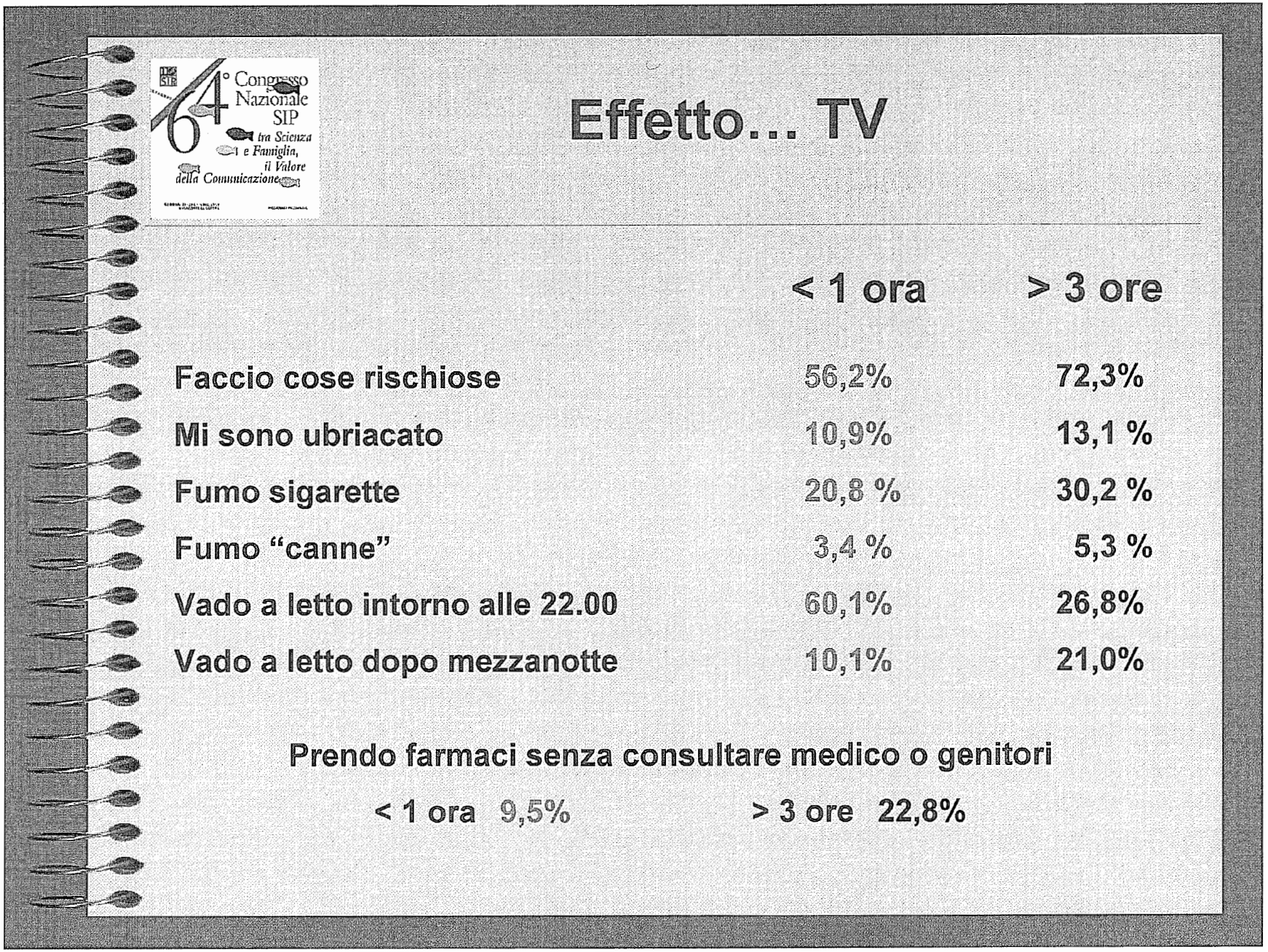
OGM?

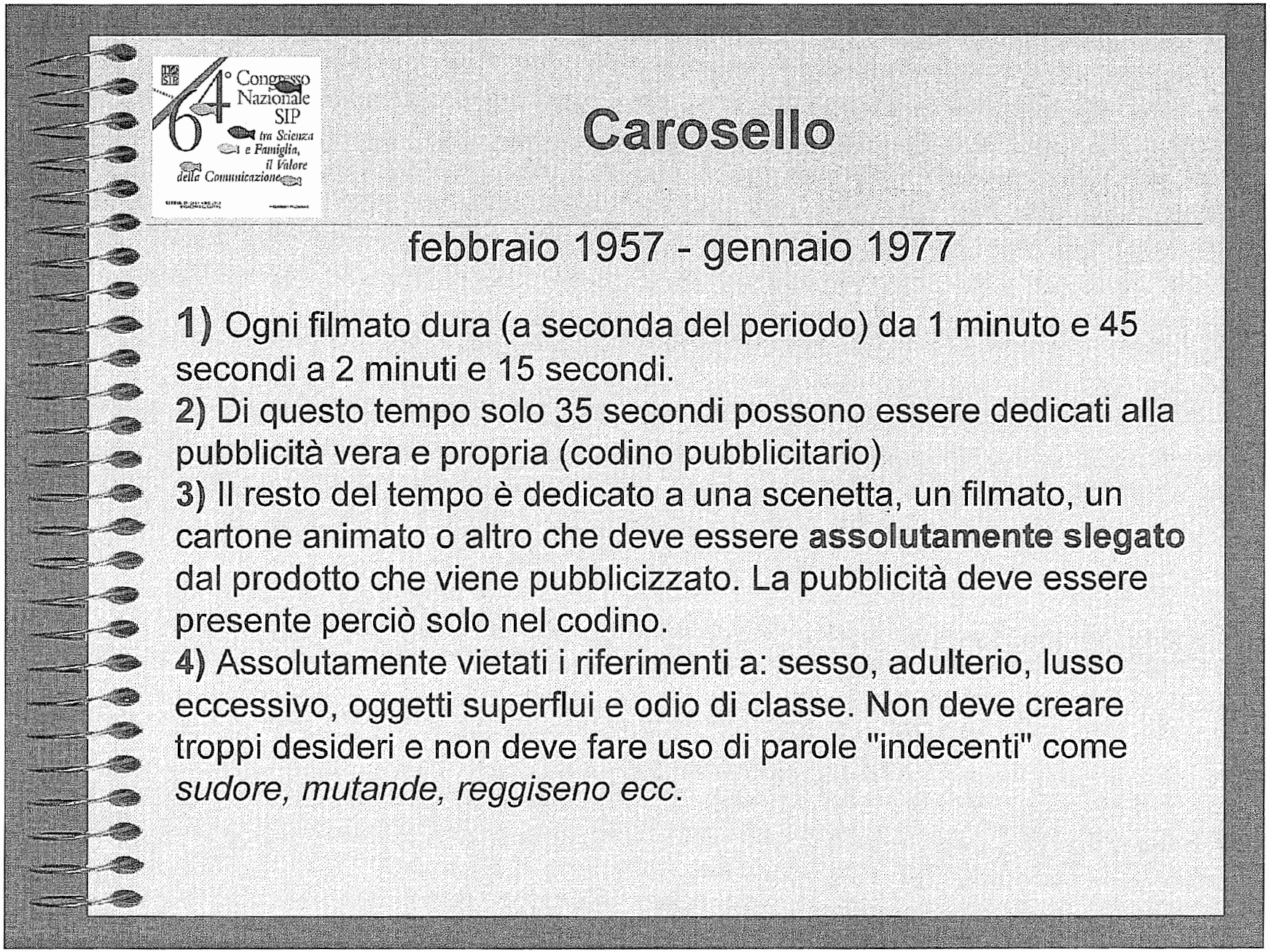
Gli adolescenti di oggi sono profondamente diversi da quelli di 10 anni fa, ma non sono stati…geneticamente modificati.

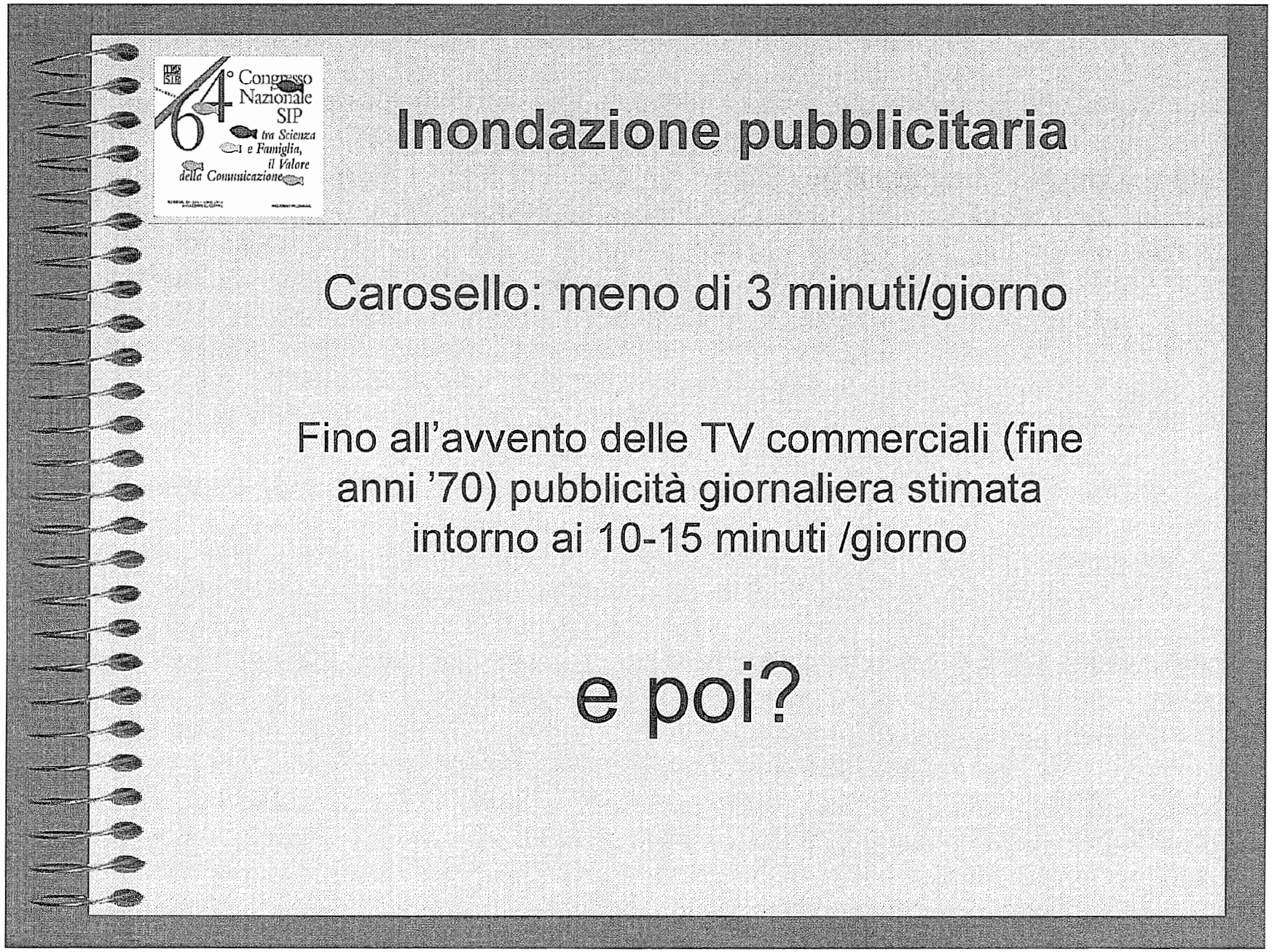
A cambiarli hanno inciso significativamente l'ambiente i cui vivono, i modelli di riferimento, le sollecitazioni che ricevono e che – forse non ce ne rendiamo bene conto – sono molto diversi da quelli di 10 anni fa


Consumo televisivo
1997
2007
25
13
26,7
19
TV più di 3 oer/giorno
TV meno di 1 ore/giorno
Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione

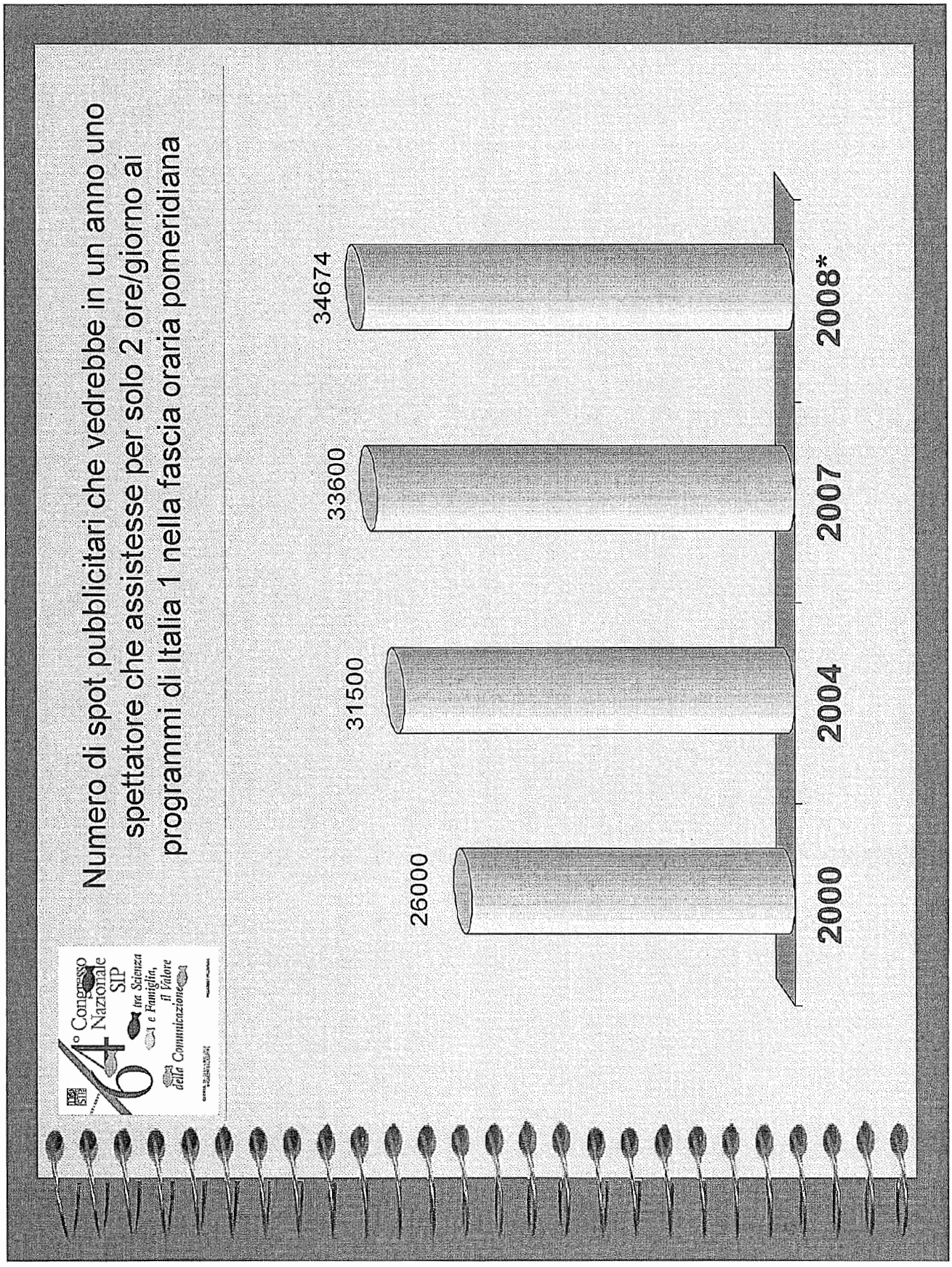

Cattive abitudini
1997
2007
87,3
68,7
67
44
51,5
45,1
TV nella propria camera
TV durante i pasti
TV a letto prima di addormentarsi
Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione

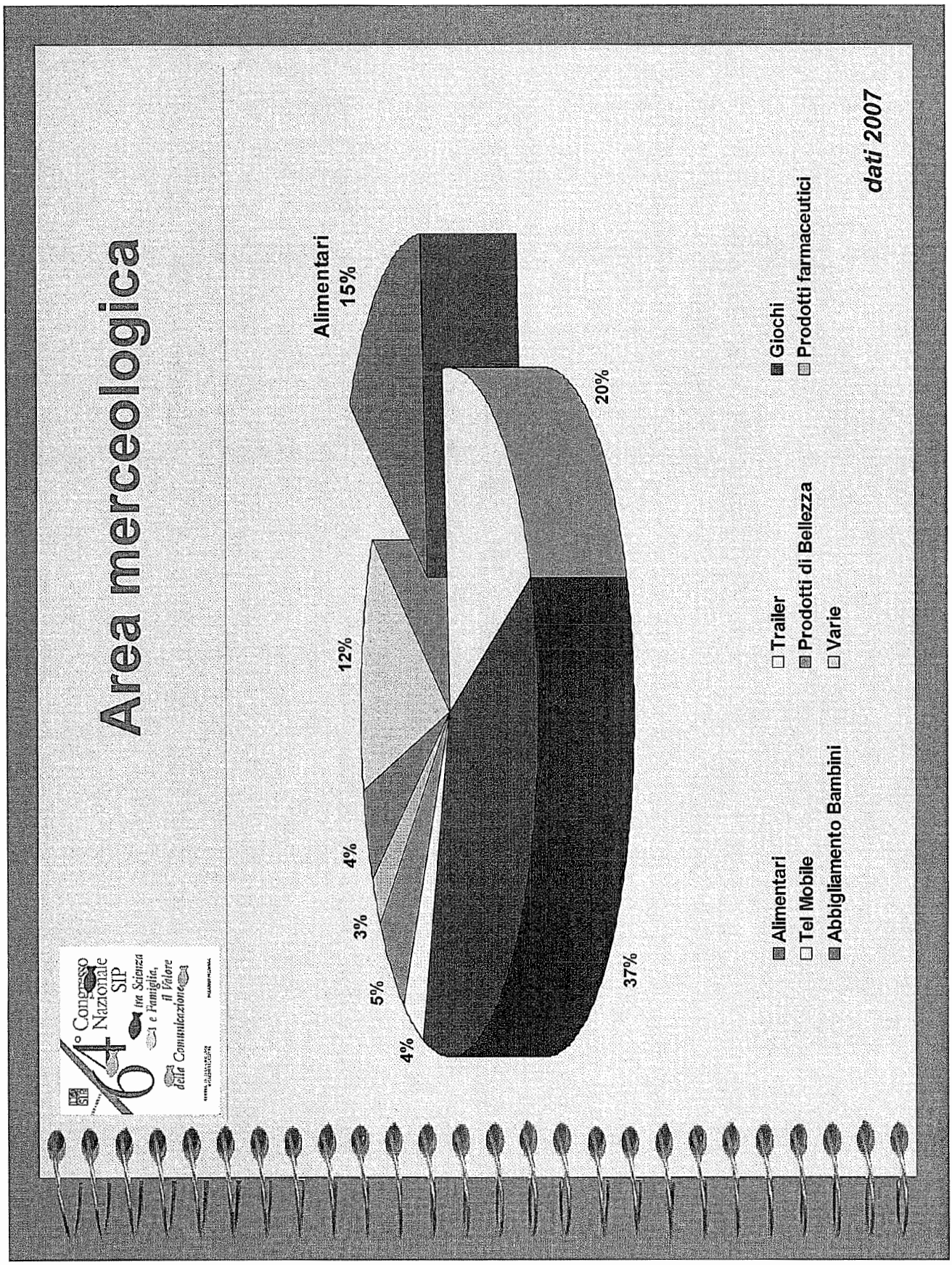

64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Effetto... TV
< 1 ora
> 3 ore
Faccio cose rischiose 56,2% 72,3%
Mi sono ubriacato 10,9% 13,1 %
Fumo sigarette 20,8 % 30,2 %
Fumo "canne" 3,4 % 5,3 %
Vado a letto intorno alle 22.00 60,1% 26,8%
Vado a letto dopo mezzanotte 10,1% 21,0%
Prendo farmaci senza consultare medico o genitori
< 1 ora 9,5%
> 3 ore 22,8%

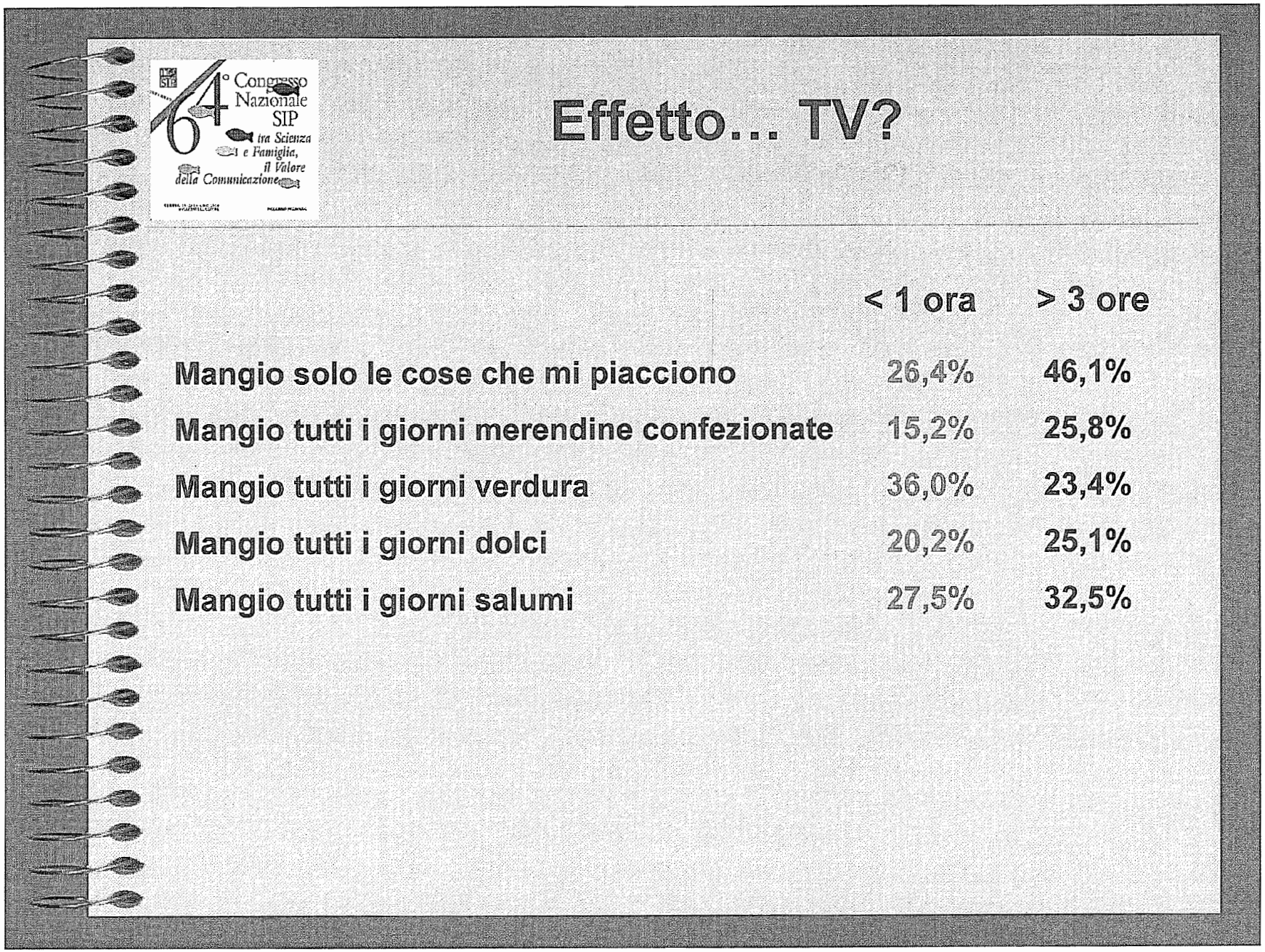

64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Carosello
febbraio 1957 - gennaio 1977
1) Ogni filmato dura (a seconda del periodo) da 1 minuto e 45 secondi a 2 minuti e 15 secondi.
2) Di questo tempo solo 35 secondi possono essere dedicati alla pubblicità vera e propria (codino pubblicitario)
3) Il resto del tempo è dedicato a una scenetta, un filmato, un cartone animato o altro che deve essere assolutamente slegato dal prodotto che viene pubblicizzato. La pubblicità deve essere presente perciò solo nel codino.
4) Assolutamente vietati i riferimenti a: sesso, adulterio, lusso eccessivo, oggetti superflui e odio di classe. Non deve creare troppi desideri e non deve fare uso di parole "indecenti" come sudore, mutande, reggiseno ecc.

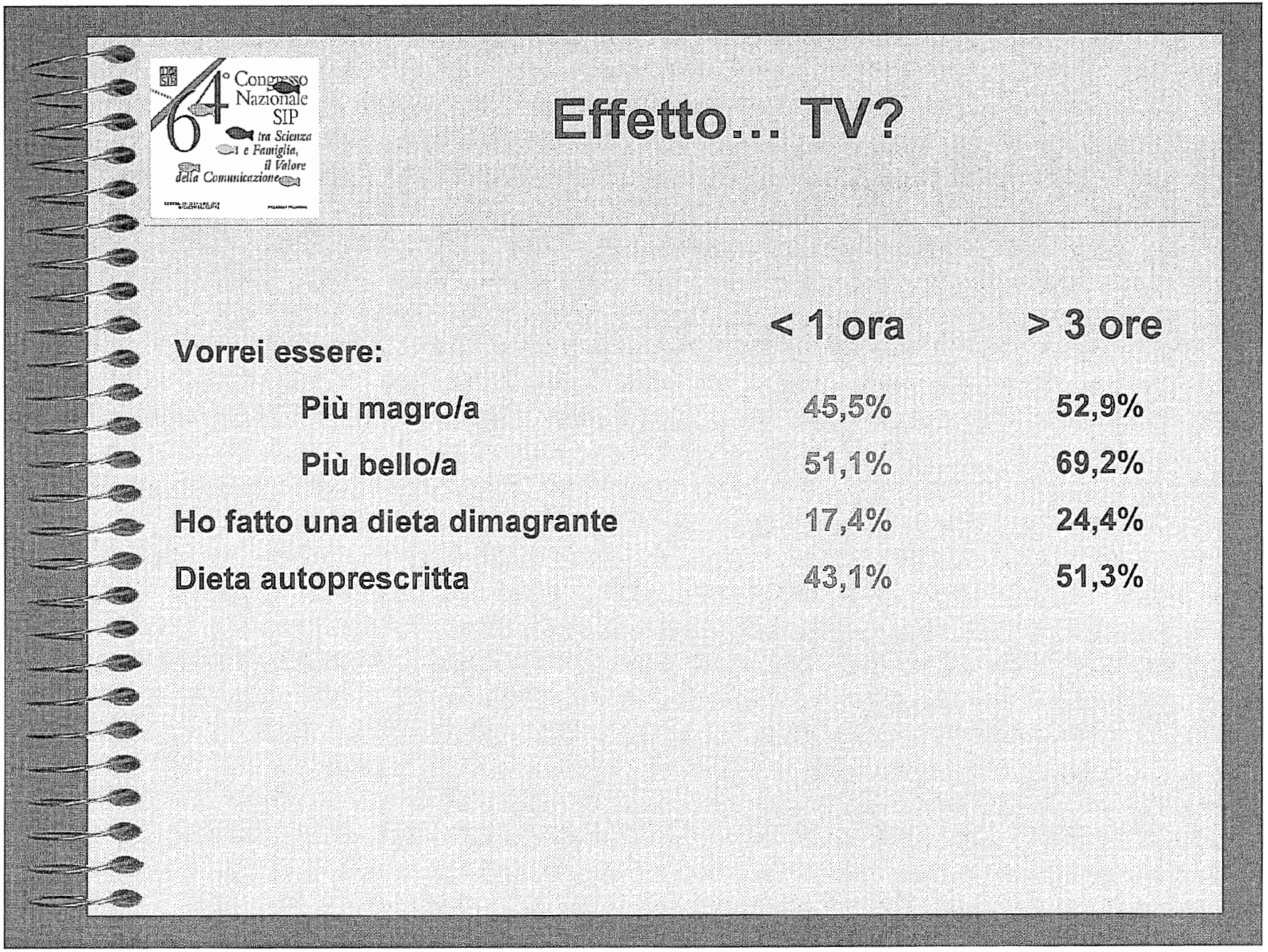

64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Inondazione pubblicitaria
Carosello: meno di 3 minuti/giorno
Fino all'avvento delle TV commerciali (fine anni '70) pubblicità giornaliera stimata intorno ai 10-15 minuti /giorno
e poi?

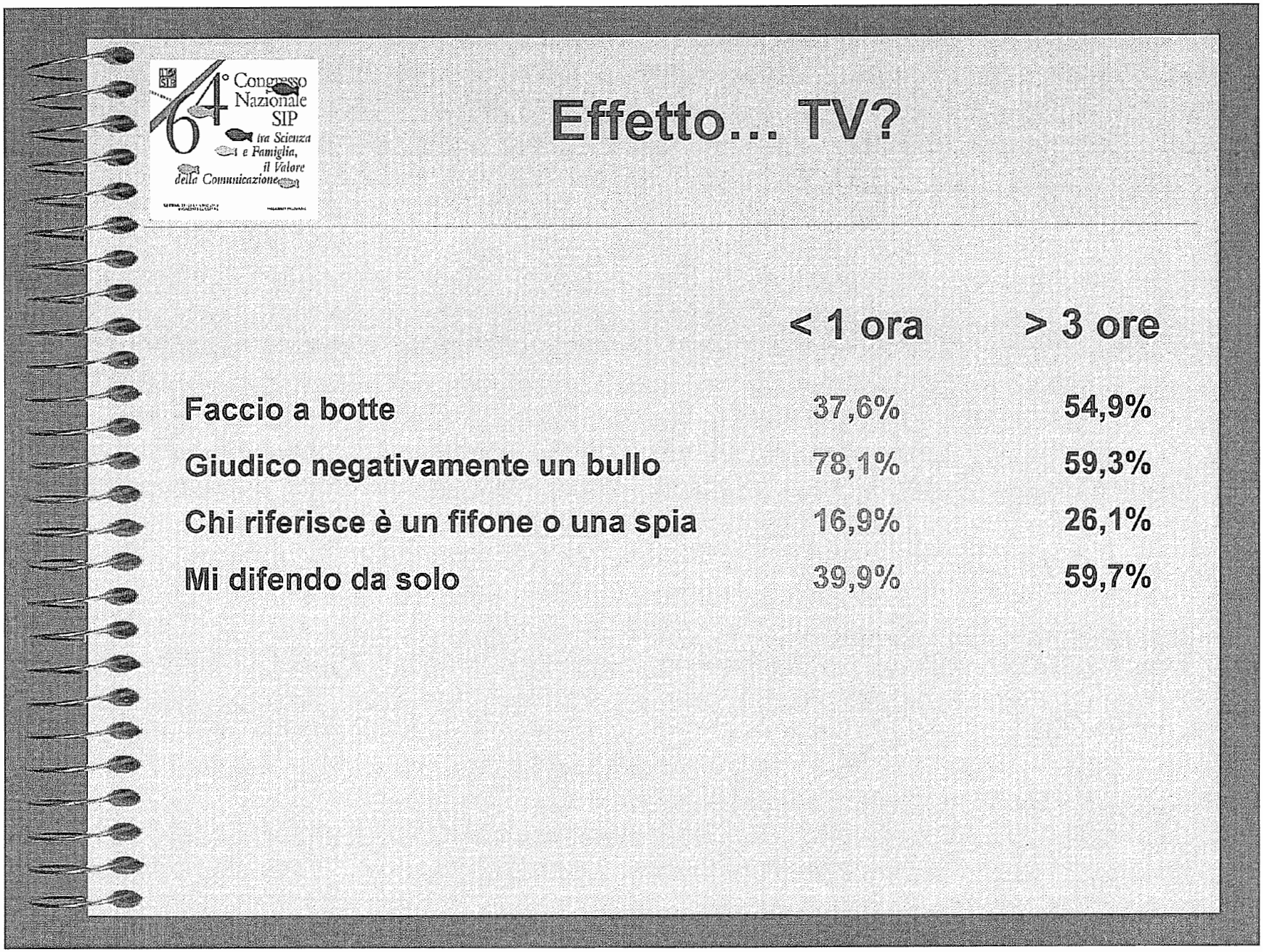

64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Italia 1 (la più "amata" dagli adolescenti)
Monitoraggio SIP
Fascia oraria 15.30-18.30
(fascia protetta)
Primo quadrimestre 2008
15 min 18 sec /ora
25,5% tempo
45,3 spot/ora
Secondo quadrimestre 2008
15 min 46 sec /ora
26,3% tempo
47,6 spot/ora

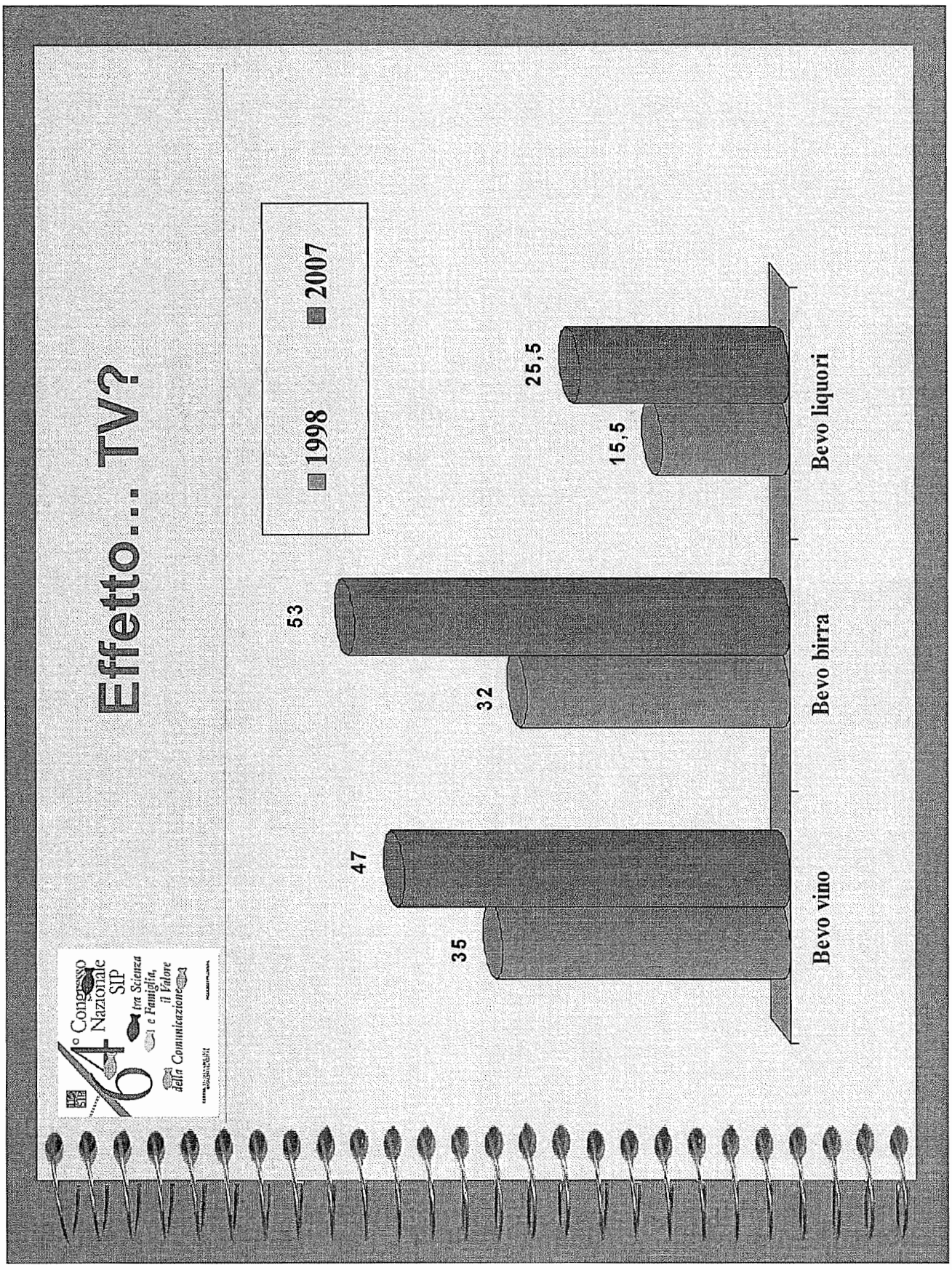

Numero di spot pubblicitari che vedrebbe in un anno uno spettatore che assistesse per solo 2 ore/giorno ai programmi di Italia 1 nella fascia oraria pomeridiana
4° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
26000
31500
33600
34674
2000
2004
2007
2008*


Area merceologica
Alimentari
15%
20%
37%
4%
5%
3%
4%
12%
Alimentari
Tel Mobile
Abbigliamento Bambini
Trailer
Prodotti di Bellezza
Varie
Giochi
Prodotti farmaceutici
dati 2007
4° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione


64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Effetto... TV?
< 1 ora
> 3 ore
Mangio solo le cose che mi piacciono
26,4%
46,1%
Mangio tutti i giorni merendine confezionate
15,2%
25,8%
Mangio tutti i giorni verdura
36,0%
23,4%
Mangio tutti i giorni dolci
20,2%
25,1%
Mangio tutti i giorni salumi
27,5%
32,5%


64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Effetto... TV?
Vorrei essere:
< 1 ora
> 3 ore
Più magro/a
45,5%
52,9%
Più bello/a
51,1%
69,2%
Ho fatto una dieta dimagrante
17,4%
24,4%
Dieta autoprescritta
43,1%
51,3%


64° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione
Effetto... TV?
< 1 ora
> 3 ore
Faccio a botte
37,6%
54,9%
Giudico negativamente un bullo
78,1%
59,3%
Chi riferisce è un fifone o una spia
16,9%
26,1%
Mi difendo da solo
39,9%
59,7%


Effetto... TV?
1998
2007
35
47
32
53
15,5
25,5
Bevo vino
Bevo birra
Bevo liquori
4° Congresso Nazionale SIP
tra Scienza e Famiglia, il Valore della Comunicazione