

**I libri di testo:
la percezione delle famiglie
italiane**

**Indagine quantitativa commissionata
dall'Associazione Italiana Editori –**

Terza edizione

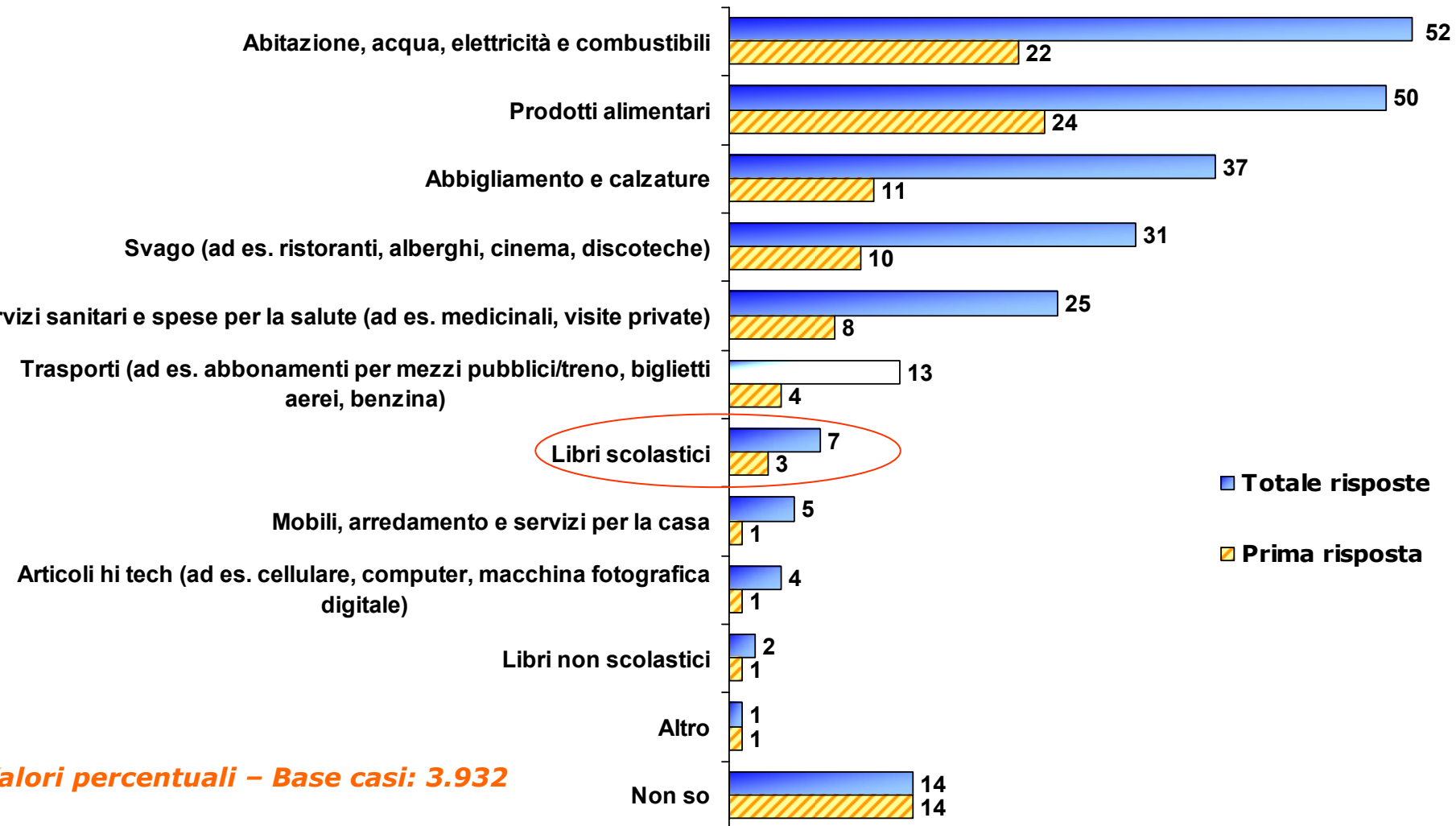
21 Luglio 2005

✓ **La percezione dell'incremento dei prezzi**

La percezione dell'incremento dei prezzi

"Per quali di questi prodotti Lei direbbe di aver notato nell'ultimo anno un aumento dei prezzi rilevante?"

POSSIBILI TRE INDICAZIONI – totale popolazione

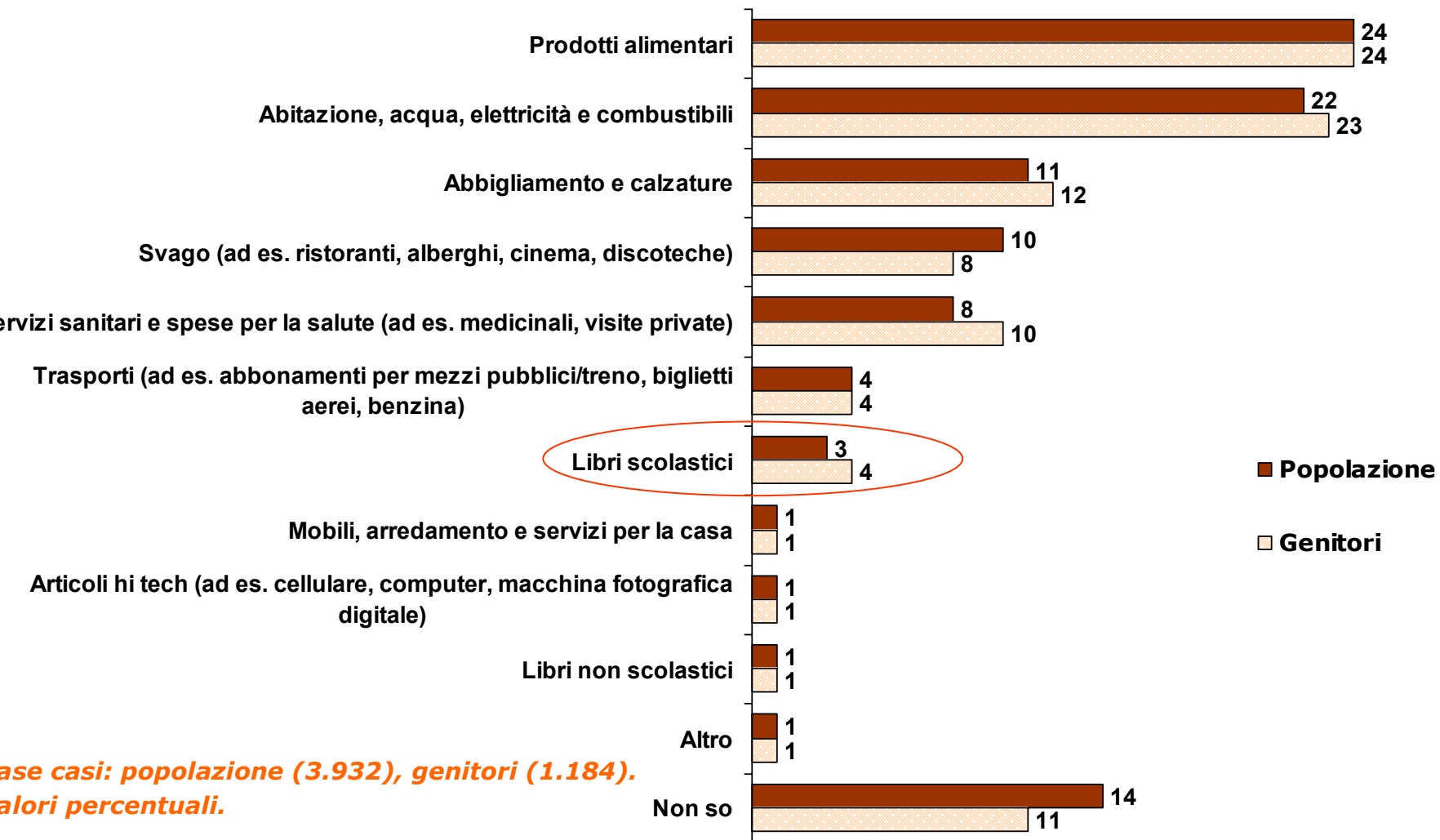


Valori percentuali – Base casi: 3.932

La percezione dell'incremento dei prezzi

"Per quali di questi prodotti Lei direbbe di aver notato nell'ultimo anno un aumento dei prezzi rilevante?"

Indicazione prima risposta - confronto fra genitori con figli che vanno a scuola e popolazione



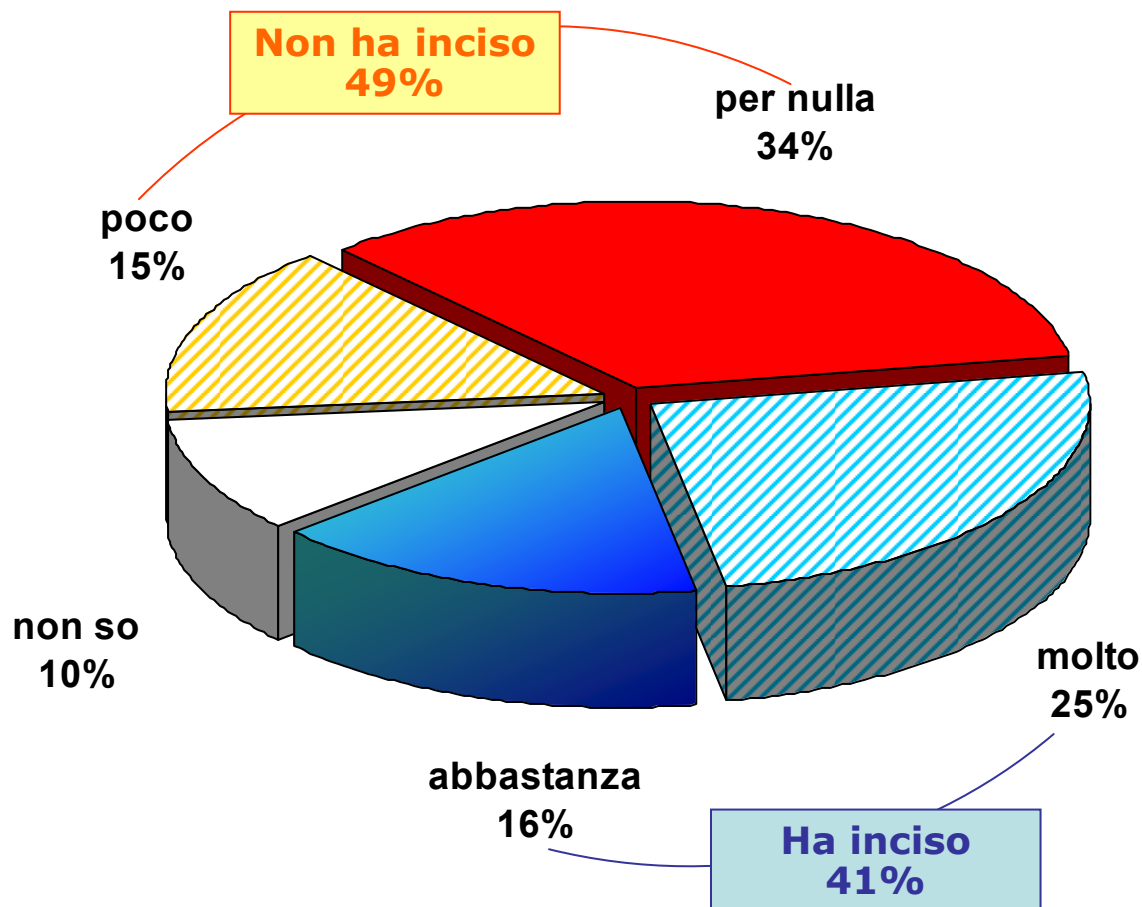
*base casi: popolazione (3.932), genitori (1.184).
valori percentuali.*

✓ **Le spese familiari per l'istruzione**

Le spese familiari per l'istruzione

"Indichi quanto ha inciso la spesa per i libri di testo nella spesa complessiva che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi 12 mesi per i figli"

SOLO A CHI HA FIGLI CHE VANNO A SCUOLA



Le spese familiari per l'istruzione

"Indichi quanto ha inciso la spesa per i libri di testo nella spesa complessiva che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi 12 mesi per i figli"

SOLO A CHI HA FIGLI CHE VANNO A SCUOLA

Tra chi la considera come ...

	Totale	Un investimento	Una necessità	Un obbligo
▪ Non ha inciso	49%	61%	52%	40%
▪ Ha inciso	41%	31%	43%	56%
▪ Non so	10%	8%	5%	4%
▪ Totale	100%	100%	100%	100%

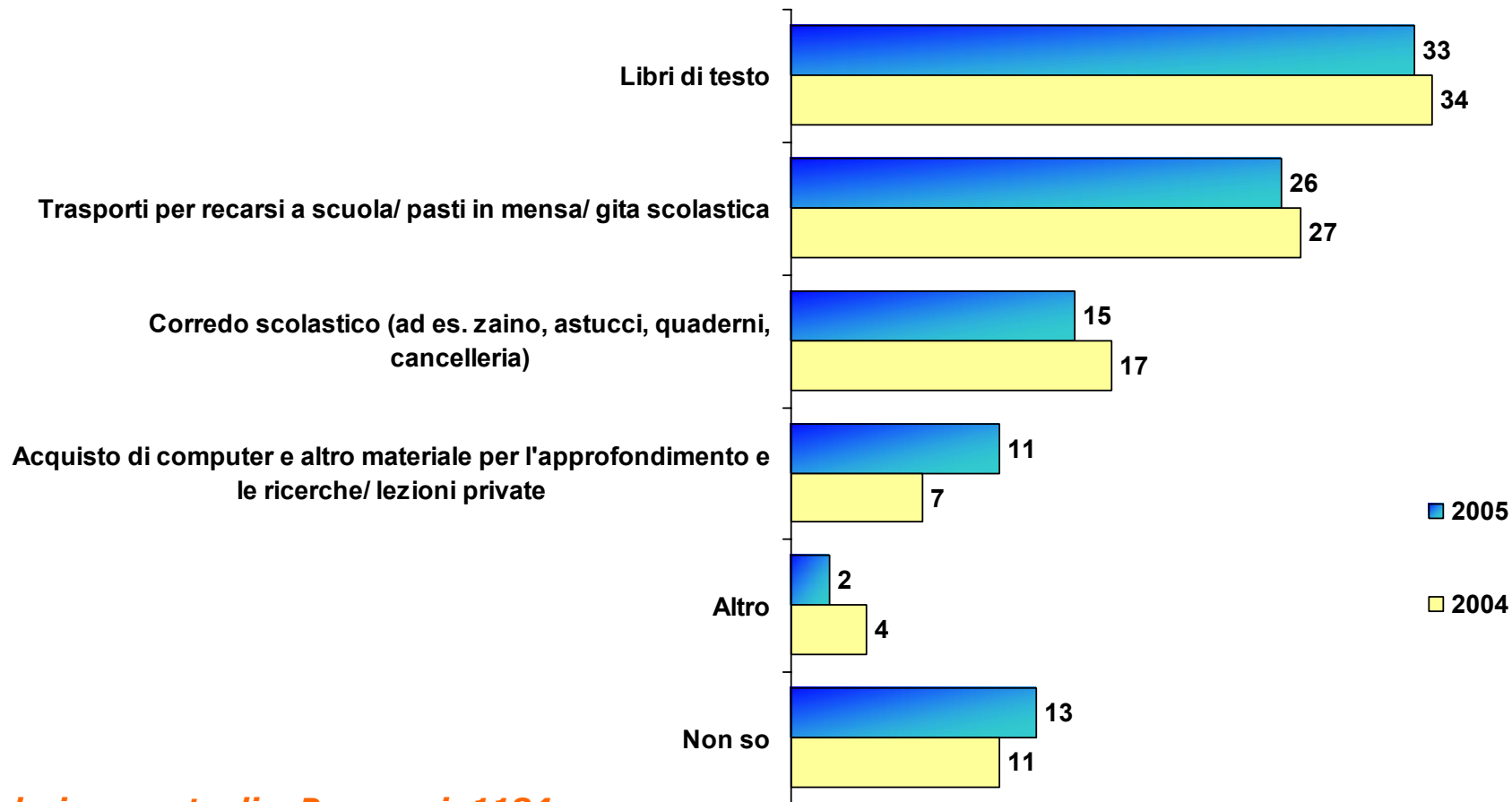
Valori percentuali – Base casi: 1184

Le spese familiari per l'istruzione

Tra le spese affrontate durante l'intero anno scolastico appena concluso (da settembre 2004 a giugno 2005), quali secondo Lei hanno inciso di più nella spesa familiare?"

SOLO A CHI HA FIGLI CHE VANNO A SCUOLA - TREND

Indicazione prima risposta



Valori percentuali – Base casi: 1184

LA SCHEDA DELLA RICERCA

Nota informativa (in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002 e 237/03/CSP del 9/12/2003)

- **Soggetto realizzatore:** ISPO – Istituto per gli Studi sulla Pubblica Opinione
- **Committente – acquirente:** AIE
- **Tipo e oggetto del sondaggio:** sondaggio di opinione a livello nazionale
- **Metodo di raccolta delle informazioni:** panel telematico – interviste registrate a domicilio mediante computer
- **Universo di riferimento:** popolazione > 13 anni residente in Italia
- **Campione:** rappresentativo della popolazione > 13 anni residente in Italia per genere, età, istruzione, condizione professionale, zona geografica di residenza e ampiezza demografica del comune di residenza
- **Estensione territoriale:** nazionale
- **Consistenza numerica del campione:** 3.932 casi
- **Rispondenti:** informazione allegata ai risultati del sondaggio (cfr. % non sa)
- **Elaborazione dati:** SPSS
- **Margine di errore:** $\pm 1,5\%$
- **Periodo / date di rilevazione:** **8-10** luglio 2005
- **Testo integrale delle domande rivolte:** informazione allegata alle tabelle illustrative i risultati del sondaggio

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it. In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata, a pena di gravi sanzioni. ISPO non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza.