



STUDIO UNIVIDEO/IPSOS SUL CONSUMO DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI DA PARTE DEI GIOVANI ITALIANI (16-25 ANNI)

IPERCONNESSI, CURIOSI E APPASSIONATI PREVALENTEMENTE DI FILM E SERIE TV

1 GIOVANE SU 4 FRUISCE DI CONTENUTI AUDIOVISIVI IN TOTALE SOLITUDINE QUASI 2 SU 3 (IL 42% SUL TOTALE DELLA POPOLAZIONE) UTILIZZANO COPIE/PIATTAFORME ILLEGALI

IL PASSAPAROLA, ON E OFFLINE, INFLUISCE IN MODO RILEVANTE SULLA SCELTA DI COSA GUARDARE E CON QUALI MODALITÀ

Roma, 30 ottobre 2023 – Qual è il rapporto tra l’offerta di contenuti audiovisivi e più in generale dell’home entertainment nel nostro Paese e la fruizione degli stessi da parte delle nuove generazioni? Per rispondere a questa domanda sia dal punto di vista economico-industriale sia sotto il profilo socio-culturale, Ipsos ha elaborato per conto di **UNIVIDEO**, l’associazione italiana che rappresenta gli editori audiovisivi, uno studio dal titolo: **“I giovani e l’audiovisivo, una relazione inedita ed eclettica”**.

L’analisi ha preso in esame il segmento della popolazione italiana compresa tra i 16 e i 25 anni: dai dati raccolti emerge uno scenario inedito sulla fruizione di prodotti audiovisivi da parte dei più giovani. Anzitutto è forte l’interesse verso i contenuti culturali e di intrattenimento, spesso incoraggiato anche dal passaparola, tra un consiglio dato di persona e una raccomandazione letta sui social. Si tende a fruire dei contenuti individualmente con modalità e device molto diversi tra loro. Risulta centrale per questa fascia di età la ricerca qualitativa del prodotto, a scapito della tipologia di fruizione, usufruendo a volte di servizi illegali. La ricerca infatti evidenzia come 2 ragazzi su 3 utilizzino copie/piattaforme pirata per guardare film e serie tv.

Dal punto di vista sociologico le nuove generazioni appaiono dunque molto dinamiche e flessibili, si muovono con facilità e intelligenza cognitiva all’interno dell’ecosistema mediale, avendo chiari i propri interessi e consumi culturali, cercando informazioni dentro e fuori i media digitali. Il passaparola, on e offline, è un canale di informazione primario anche da parte di chi utilizza piattaforme illegali. **La pirateria rimane una spina nel fianco dell’industria culturale e dell’home entertainment: a primeggiare nell’ecosistema illecito è lo streaming video, sia attraverso IPTV pirata sia mediante siti internet che permettono il collegamento a cyberlocker.** Seguono il download di copie non ufficiali e l’acquisto di Dvd/Blu-ray/4K Ultra HD non originali.

Parenti e amici (63%), Social Network (42%) e APP di messaggistica (22%) sono le fonti di informazione e di influenza privilegiate da parte di chi compie atti di pirateria. **In generale tra i giovani prevale una valutazione poco critica rispetto al fenomeno illegale:** chi pirata pur essendo consapevole di quello che fa, non sembra essere altrettanto consapevole dei danni economici e sociali causati dal proprio comportamento. In generale per gli intervistati l'esigenza principale è quella di riuscire a non essere limitati nell'accesso a contenuti di interesse, se poi si rimane nella legalità o si sconfinava nell'illecito è un fatto secondario.

Il contenuto è quindi ciò che conta di più per gli utenti più giovani: film e serie tv, selezionati prevalentemente per tipologia di genere, sono al primo posto delle preferenze, fruiti principalmente tramite SmartTV, Pc e Smartphone. Il 95% dei ragazzi ha dichiarato di non aver problemi ad accedere a contenuti audiovisivi a pagamento ma il 73% (7 giovani su 10) accede utilizzando credenziali di amici/parenti/colleghi. La tv generalista non affascina il mondo giovanile, invece il giudizio sull'offerta per i giovani della tv a pagamento è tendenzialmente positivo, il che si ripercuote positivamente anche sull'offerta delle sale, spesso poco frequentate per problemi più di carattere logistico che non per disaffezione reale. Ovviamente se si parla di pirati l'area di comfort per la fruizione di contenuti rimane un luogo decisamente più personale e intimo.

Interessante notare come l'utente spesso associ la fruizione dei contenuti a qualche altra attività, come ad esempio comunicare o commentare attraverso i social o i servizi di messaggistica. Questo comportamento per altro riguarda sia i pirati sia chi sceglie piattaforme legali. **Il consumo audiovisivo delle nuove generazioni ha spostato quindi il proprio baricentro verso una modalità sempre più "in solitaria" e in mobilità,** non necessariamente quindi cadenzato ritualmente in precisi momenti della giornata. Ecco quindi che si può parlare di un **atteggiamento inedito ed eclettico, non facilmente prevedibile.**

Per arginare il fenomeno della pirateria tra i giovani, il 51% dei non pirati ha dichiarato che dovrebbe esserci una maggiore disponibilità di contenuti legali a prezzi accessibili. Chi pirata è consapevole che sta compiendo un reato ma spesso è incosciente del danno che arreca all'industria.

Rispetto al ritornare nelle sale cinematografiche i giovani hanno le idee chiare: servirebbe per gli under 26 ridurre il costo del biglietto.

"Quest'indagine focalizzata sui giovani, mette in evidenza alcuni importanti elementi di riflessione rispetto al consumo dei prodotti audiovisivi da parte dei giovani italiani – ha dichiarato Pierluigi Bernasconi, Presidente di Univideo – I dati mostrano come i 16-25enni hanno un forte interesse rispetto all'home entertainment, il contenuto è al centro per loro, meno la modalità di fruizione, sempre più spesso vissuta individualmente. Il problema vero riguarda l'accesso ai contenuti in maniera illecita, se 2 giovani su 3 guardano film e serie tv attraverso streaming o IPTV pirata, si determina uno scenario davvero poco sostenibile per l'industria audiovisiva.

Per contro va notata anche la difficoltà per i giovani nel raggiungere le sale cinematografiche, a causa della loro distribuzione sul territorio e, non ultimo, il costo di accesso, ritenuto alto".

"Di questa indagine colpisce – dichiara Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - la sottovalutazione del fenomeno della pirateria da parte dei ragazzi. È cruciale quindi intervenire tempestivamente con una decisa campagna di sensibilizzazione che presidi i molteplici canali di comunicazione usati dai ragazzi e soprattutto veicoli dei messaggi chiari e rilevanti per loro. Uno di questi è enfatizzare come la pirateria, causando un danno economico al settore audiovisivo, rischi di inficiare la qualità dei contenuti che i ragazzi stessi ci dicono di cercare e apprezzare, e quindi in ultima analisi finisca con l'impoverire la loro stessa esperienza di fruizione. La campagna dovrebbe poi ricordare il rischio di sanzioni per i maggiorenni – che potrebbero non esserne consapevoli - dato che si tratta di un reato perseguibile per legge"







UNIVIDEO è l'associazione di categoria che rappresenta gli Editori Audiovisivi su media digitali (DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD) e online (piattaforme di distribuzione digitale) www.univideo.org

UFFICI STAMPA

Daniela Ballarini
Tel. 02.89011980
Mail daniela.ballarini@univideo.org

Daniele Salvaggio – Imprese di Talento
Cell. 335.6415411
Mail daniele.salvaggio@impreseditalento.com
Valeria Baiotto – Imprese di Talento
Cell. 334. 7375017
Mail valeria.baiotto@impreseditalento.com









I GIOVANI SONO I PIÙ ATTIVI NELLA FRUIZIONE AUDIOVISIVA

ATTIVITÀ SVOLTE NEGLI ULTIMI 12 MESI	POPOLAZIONE 16-25ENNE	TOTALE POPOLAZIONE 15 ANNI E OLTRE
È andato al CINEMA	 76%	52%
Ha VISTO COPIE UFFICIALI di film, serie TV o programmi televisivi direttamente DA SITI INTERNET DELLE EMITTENTI TV , da siti come iTunes o da piattaforme in abbonamento	 69%	59%
Ha SCARICATO COPIE DIGITALI UFFICIALI di film, serie TV o programmi televisivi direttamente da un sito internet: ad esempio da iTunes, Chili Tv, ecc..	 31%	17%
ACQUISTATO/NOLEGGIATO DVD/BLU-RAY/4K ULTRA HD (UHD) ORIGINALI , sia in negozio /edicola che on-line	 30%	21%
Ha VISTO DVD/BLU-RAY/4K ULTRA HD (UHD) ORIGINALI O DOWNLOAD UFFICIALI di film, serie TV o programmi televisivi che qualcun altro aveva acquistato, noleggiato, scaricato o preso a prestito	 29%	18%
Ha ricevuto in prestito o le sono stati REGALATI DVD/BLU-RAY ORIGINALI	 25%	16%

Q1 Negli ultimi dodici mesi, approssimativamente quante volte:
Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022
BASE: Totale intervistati



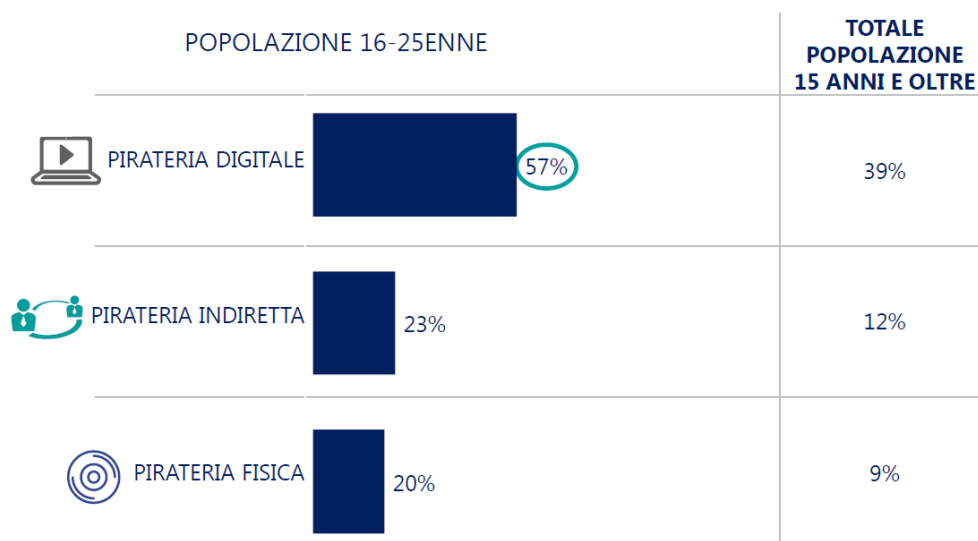
... MA FRUISCONO DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI ANCHE ILLEGALMENTE

ATTIVITÀ SVOLTE NEGLI ULTIMI 12 MESI	POPOLAZIONE 16-25ENNE	TOTALE POPOLAZIONE 15 ANNI E OLTRE
Ha VISTO IN STREAMING COPIE NON UFFICIALI di film, serie/fiction, eventi sportivi live o altri programmi TRAMITE IPTV (Internet Protocol Television) non ufficiali a pagamento	 36%	23%
Ha VISTO IN STREAMING COPIE NON UFFICIALI di film, serie TV o programmi televisivi da siti internet come Cb01, Alta Definizione...che permettono il collegamento a CYBERLOCKER	 32%	19%
Ha SCARICATO COPIE DIGITALI NON UFFICIALI di film, serie TV o programmi televisivi da siti internet come Cb01, Alta Definizione... che permettono il collegamento a CYBERLOCKER	 24%	12%
Ha ACQUISTATO DVD/BLU-RAY/4K ULTRA HD (UHD) NON ORIGINALI	 20%	9%
Ha VISTO DVD/BLU-RAY/4K ULTRA HD (UHD) NON ORIGINALI o copie digitali non ufficiali di film, serie TV o programmi televisivi che qualcun altro aveva acquistato, scaricato	 19%	9%
Ha ricevuto in prestito o le sono stati REGALATI DVD/BLU-RAY NON ORIGINALI	 18%	8%
Ha ricevuto in REGALO COPIE DIGITALI NON UFFICIALI di Film, serie TV o programmi televisivi SU MEMORY CARD /CHIAVETTA USB , hard-disk portatile o altri supporti	 17%	10%
Ha SCARICATO DA INTERNET COPIE DIGITALI NON UFFICIALI di film, serie o programmi televisivi da un sito internet BIT TORRENT oppure utilizzando software peer-to-peer	 15%	10%

Q1 Negli ultimi dodici mesi, approssimativamente quante volte:
Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022
BASE: Totale intervistati

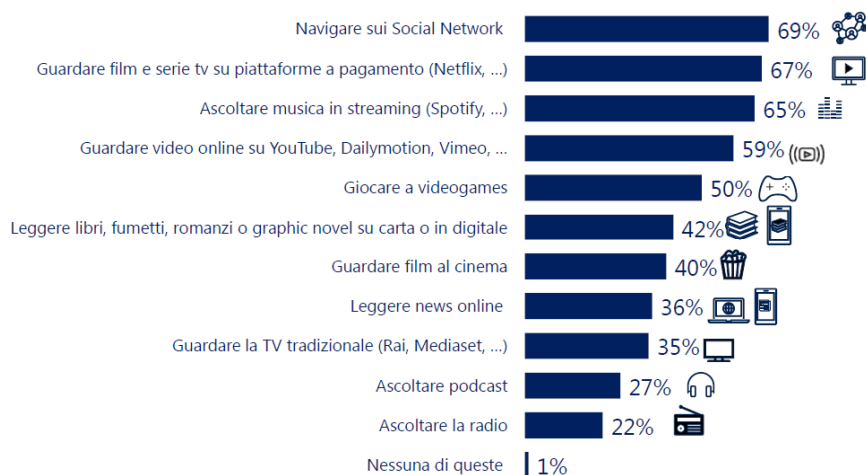


IN PARTICOLARE È LA PIRATERIA DIGITALE LA TIPOLOGIA PIÙ DIFFUSA



Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022
BASE: Totale intervistati

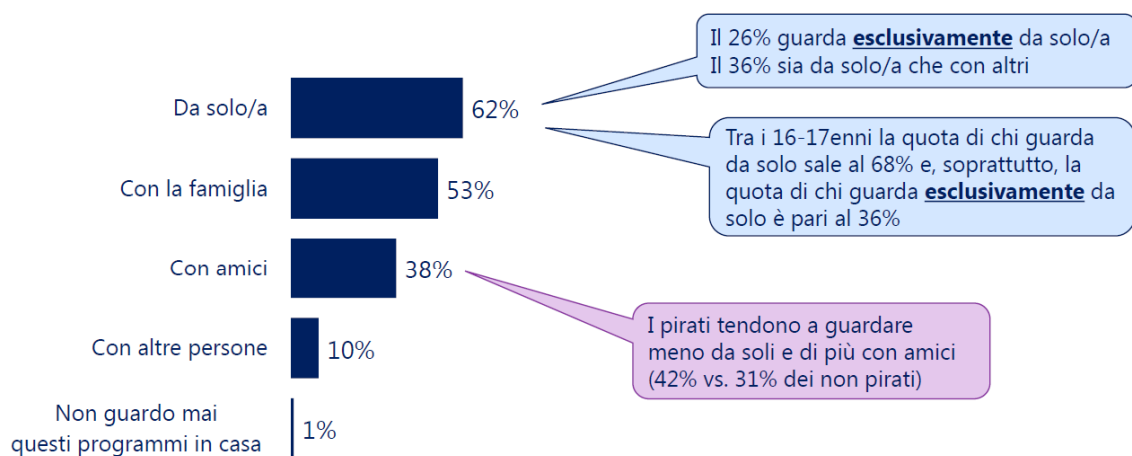
HANNO MEDIAMENTE 5 ATTIVITÀ PREFERITE IN AMBITO AUDIOVISIVO E MEDIA. CENTRALI SOCIAL NETWORK E VIDEO/AUDIO ON DEMAND



• In media **5 attività preferite**

Per cominciare vorremmo parlare di ciò che ti piace fare nel tuo tempo libero, quando non studi o lavori.
D1. Qui trovi elencate alcune attività, potresti dirci quale o quali di queste preferisci fare?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

RILEVANTE LA FRUIZIONE SOLITARIA: 1 RAGAZZO SU 4 GUARDA CONTENUTI AUDIOVISIVI ESCLUSIVAMENTE DA SOLO (1 SU 3 TRA I 16-17ENNI)



D7. Quando guardi film, serie/fiction, eventi sportivi in diretta o altri programmi IN CASA, di solito li guardi ...
BASE: Totale intervistati (n=1000)