



I GIOVANI E L'AUDIOVISIVO: UNA RELAZIONE INEDITA ED ECLETTICA

PREMESSA E OBIETTIVI

La ricerca ha avuto l'obiettivo di approfondire il **consumo di contenuti audiovisivi** dei giovani, per generare evidenze che saranno presentate in un evento pubblico dedicato alla **valenza socio-culturale ed economica dell'audiovisivo per il Paese**.

Per rispondere a tali obiettivi Ipsos, che da quasi un decennio raccoglie e analizza annualmente i dati sulla pirateria audiovisiva in Italia per conto di Fapav, ha realizzato 2 attività:

- 1) Rielaborazione e analisi dei dati relativi al segmento di popolazione 16-25enne su tutte le domande presenti nell'indagine Fapav-Ipsos sulla Pirateria audiovisiva in Italia relative a: abitudini di consumo di contenuti audiovisivi, incidenza della pirateria vs. tot. popolazione adulta, focus su IPTV illecite, ruolo dei social network e delle app di messaggistica (come canale d'informazione e veicolo di download/streaming), ruolo del passaparola e accettazione sociale, percezione dei danni socio-economici e del reato
- 2) Nuova indagine ad hoc per indagare le abitudini di consumo audiovisivo con un focus su motivazioni, dispositivi e occasioni per la fruizione domestica, identificare eventuali influencer della scelta (amici, cerchia dei pari nel mondo virtuale/social, familiari, fonti di informazione/media, ...), rilevanza dei rimandi cross-culturali (es: da libro a film, da serie tv a musica), tratti distintivi e complementarità percepita tra consumi home video, servizi di streaming on demand gratuiti e pay e sala, motivazioni principali per cui si fruisce di contenuti non legali e cosa potrebbe portare a rinunciare a consumi non legali, ad esempio maggiore disponibilità di contenuti legali a prezzi accessibili, maggiore consapevolezza/riconoscibilità di quali sono i contenuti legali e quali sono i contenuti illegali, ...

METODOLOGIA: INDAGINE QUANTITATIVA AD HOC

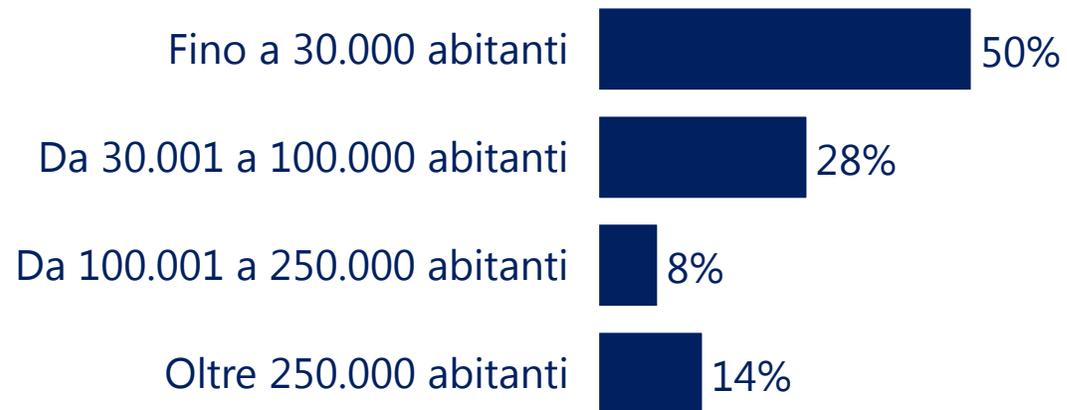
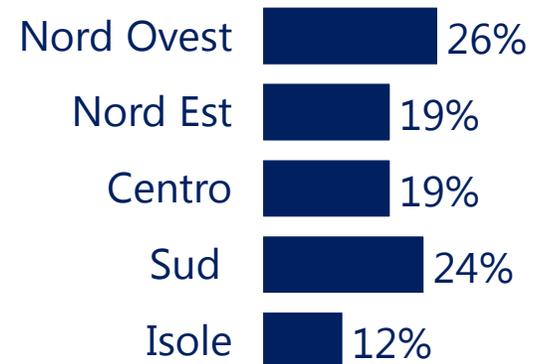
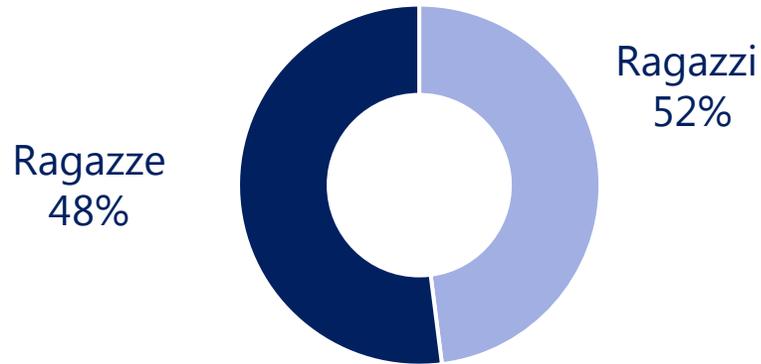


- 📁 Interviste quantitative online con tecnica CAWI
- 📁 Campione rappresentativo nazionale di ragazzi e ragazze di età compresa tra 16 e 25 anni
- 📁 Numerosità del campione: 1000 casi
- 📁 Il campione è stato estratto dall'Access Panel online di Ipsos
- 📁 Durata di intervista: 10 minuti
- 📁 Per garantire la coerenza e consentire sinergie con lo studio esistente realizzato da Ipsos per FAPAV, nel questionario della nuova indagine sono state inserite delle variabili di aggancio (domanda Q1) che sono state controllate in fase di analisi consentendo la lettura dei risultati in modo incrociato rispetto ai comportamenti in ambito piracy così come identificati e pesati dall'indagine annuale per FAPAV

CAMPIONE INDAGINE QUANTITATIVA AD HOC



Totale campione n=1000



Fonte: Istat
Sul **totale** della **popolazione** italiana dai 15 anni ed oltre **i 16-25enni sono l'11%.**

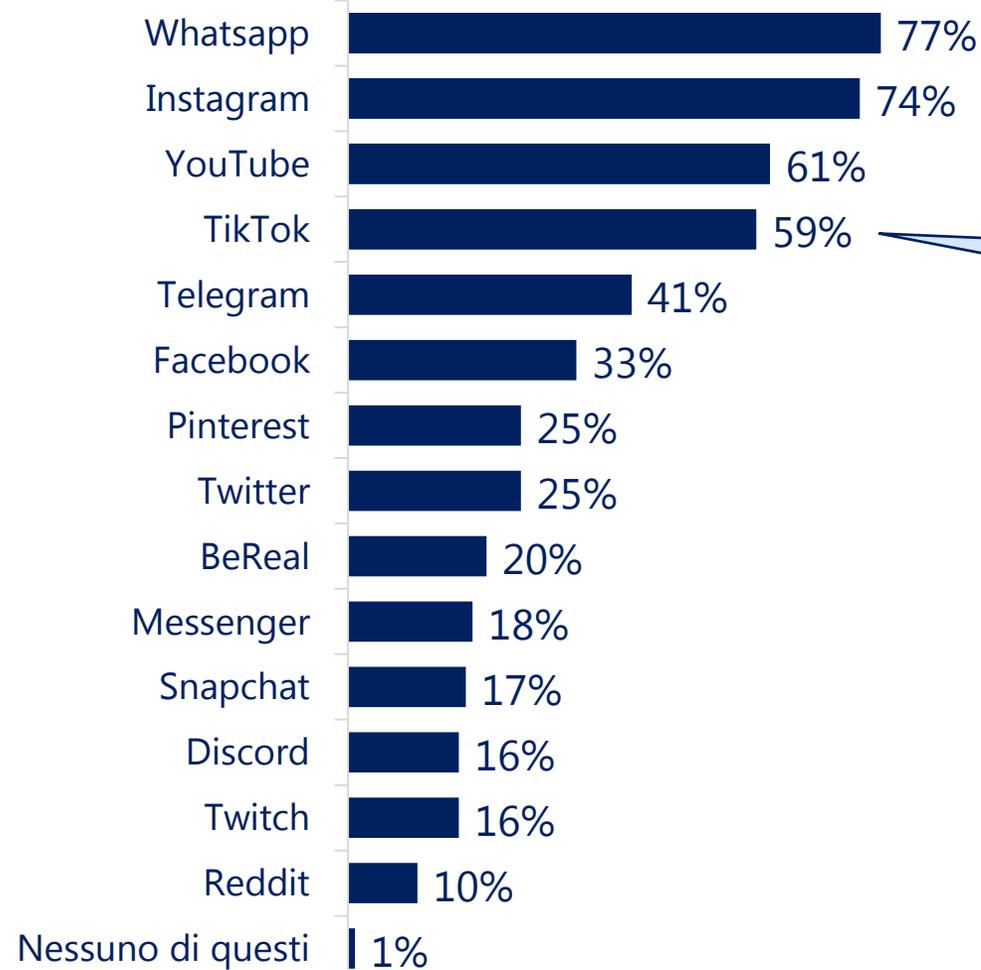
Fonte: Istat
Sul totale della **popolazione** dai 15 anni ed oltre **che guarda la TV anche solo occasionalmente i 16-25enni sono il 10%**

IDENTIKIT

Una vita densa di attività tra social e hobby offline



LA VITA DEI RAGAZZI RUOTA INTORNO ALLA MESSAGGISTICA, AI SOCIAL (IG, TIKTOK) E YOUTUBE, CON COMBINAZIONI DIVERSE TRA RAGAZZI E RAGAZZE



UTILIZZANO TUTTI I GIORNI O QUASI

TikTok è usato quotidianamente dal **70%** degli under 21



Ragazze:
Whatsapp
TikTok
Instagram
BeReal
Pinterest



Ragazzi:
Telegram
YouTube
Twitch
Discord
Reddit

D23 Potresti indicare quale o quali di questi social network e servizi di messaggistica utilizzi abitualmente, cioè ogni giorno o quasi?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

C'È ANCHE UN TEMPO LIBERO OFFLINE, PREVALENTEMENTE DEDICATO ALLA SOCIALITÀ. PIÙ SEGMENTANTE LA FRUIZIONE DI CONTENUTI CULTURALI

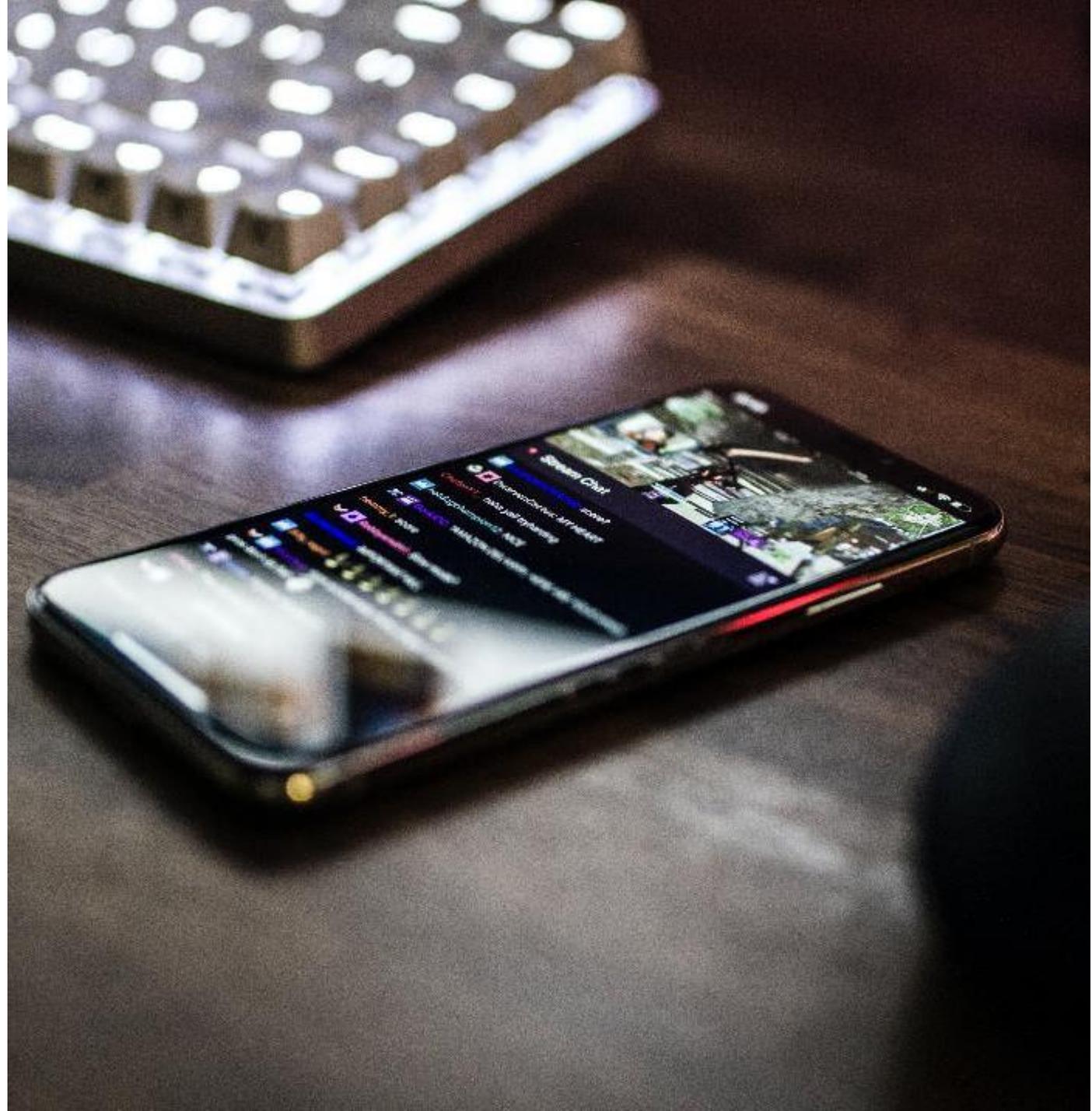


- In media indicano 3 hobby offline

D22. Quale o quali di queste attività hai come hobby?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

AUDIOVISIVO E PIRATERIA

Sono molto attivi su entrambi
i fronti, legale e illegale



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

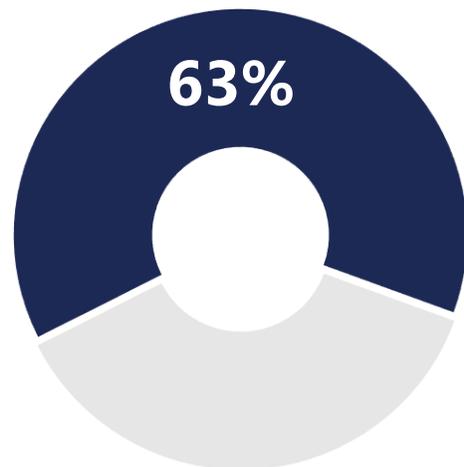
... MA FRUISCONO DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI ANCHE ILLEGALMENTE

| 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

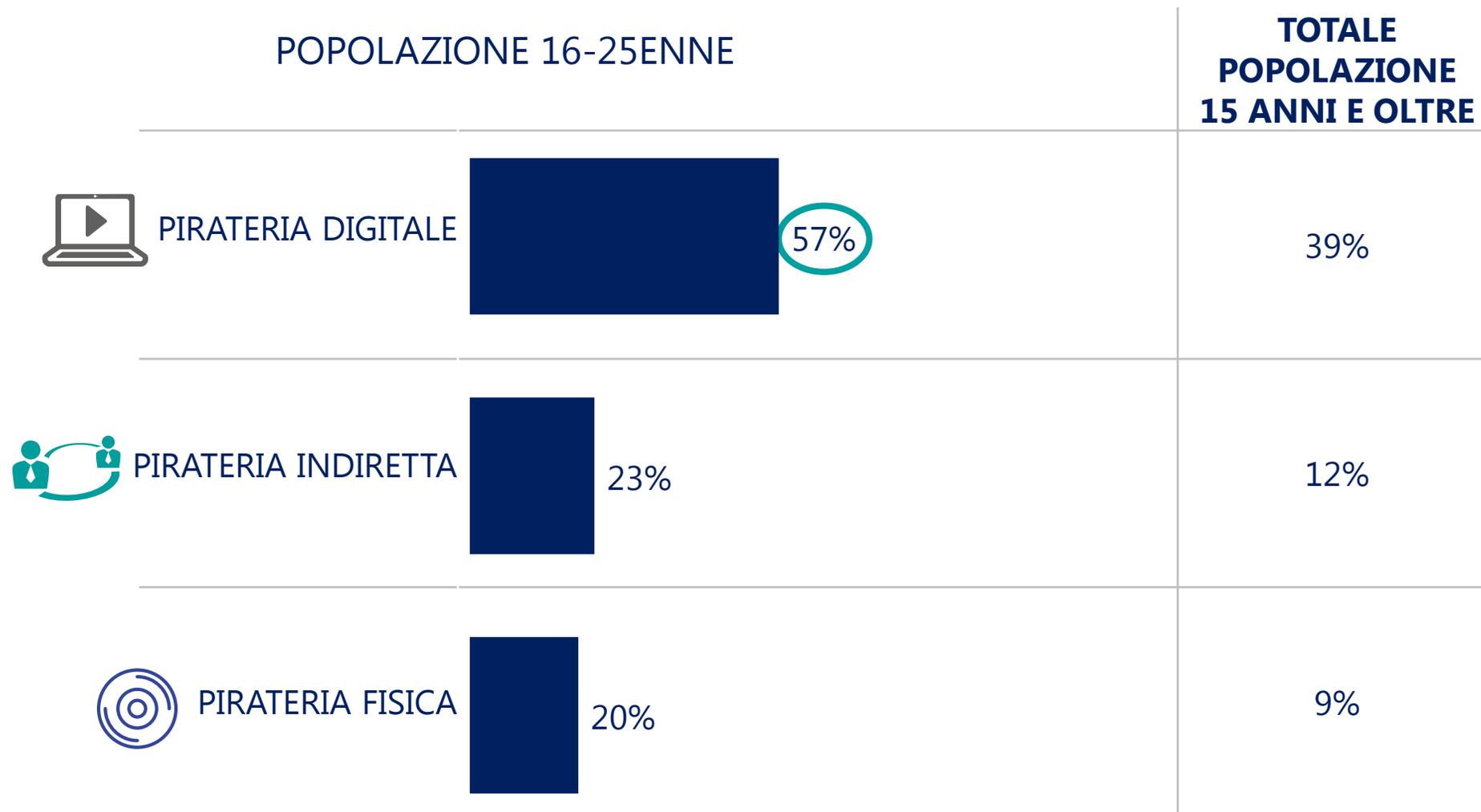
QUASI 2 GIOVANI SU 3 PIRATANO CONTENUTI AUDIOVISIVI

**QUOTA DI PIRATI
TRA I 16-25ENNI**



Sul totale popolazione
dai 15 anni ed oltre i
pirati rappresentano il
42%

IN PARTICOLARE È LA PIRATERIA DIGITALE LA TIPOLOGIA PIÙ DIFFUSA

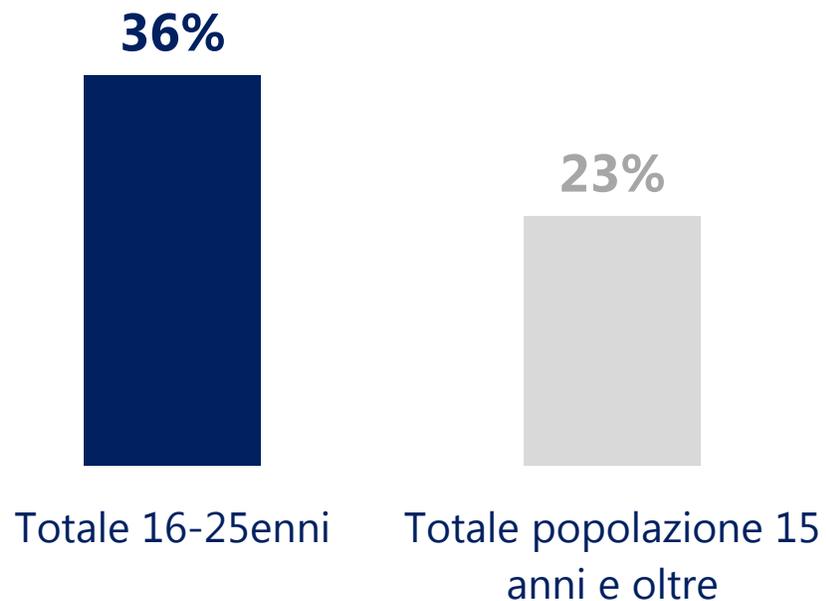


Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022
BASE: Totale intervistati

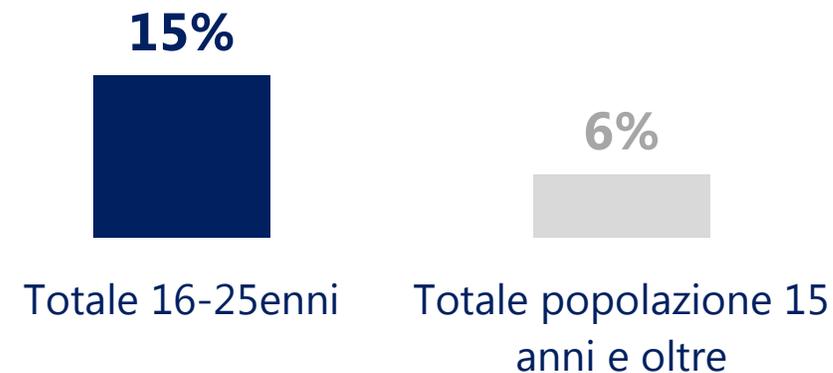
PIÙ DI UN RAGAZZO SU TRE HA FRUITO ALMENO UNA VOLTA DI IPTV ILLECITE, L'ATTIVITÀ ILLEGALE PIÙ PRATICATA

FRUITORI ALMENO UNA VOLTA DI IPTV ILLECITE

(anche solo in prova/senza abbonarsi)



ABBONATI AD ALMENO UNA IPTV ILLECITA

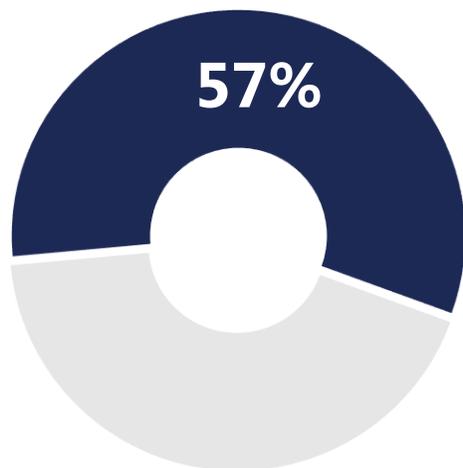


Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022
BASE: Totale intervistati

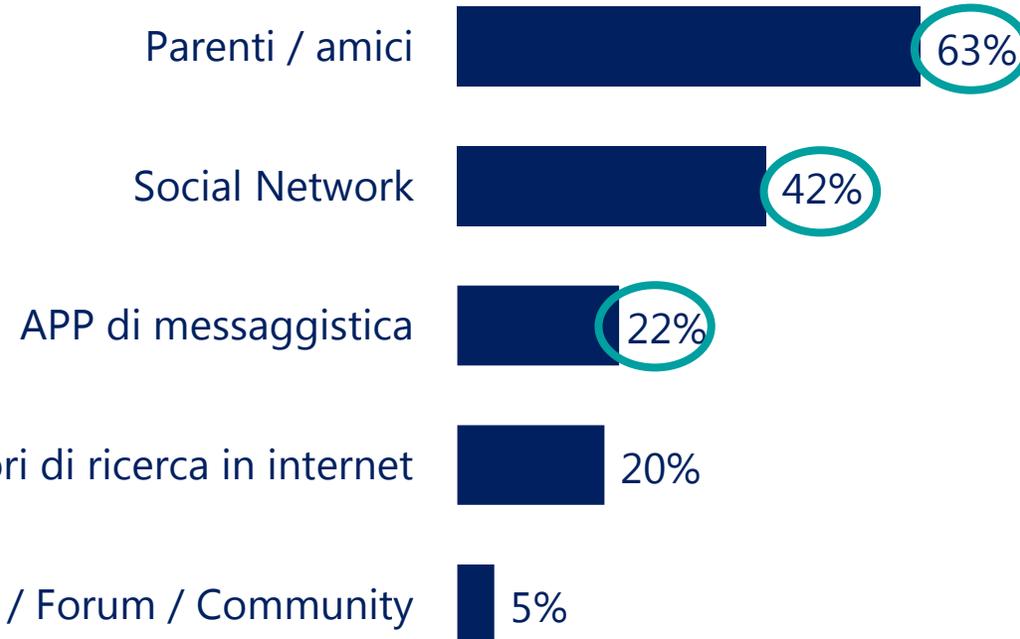
IL PASSAPAROLA TRADIZIONALE E DIGITALE È IL CANALE DI INFORMAZIONE PREFERITO PER I PIRATI

In che modo è venuto a conoscenza o si è informato sulla possibilità di scaricare, vedere in streaming o tramite servizi IPTV non ufficiali film, serie/fiction, eventi sportivi o altri programmi (informazione, intrattenimento, etc.)?

QUOTA DI PIRATI DIGITALI TRA I 16-25ENNI



PIRATI DIGITALI 16-25ENNI

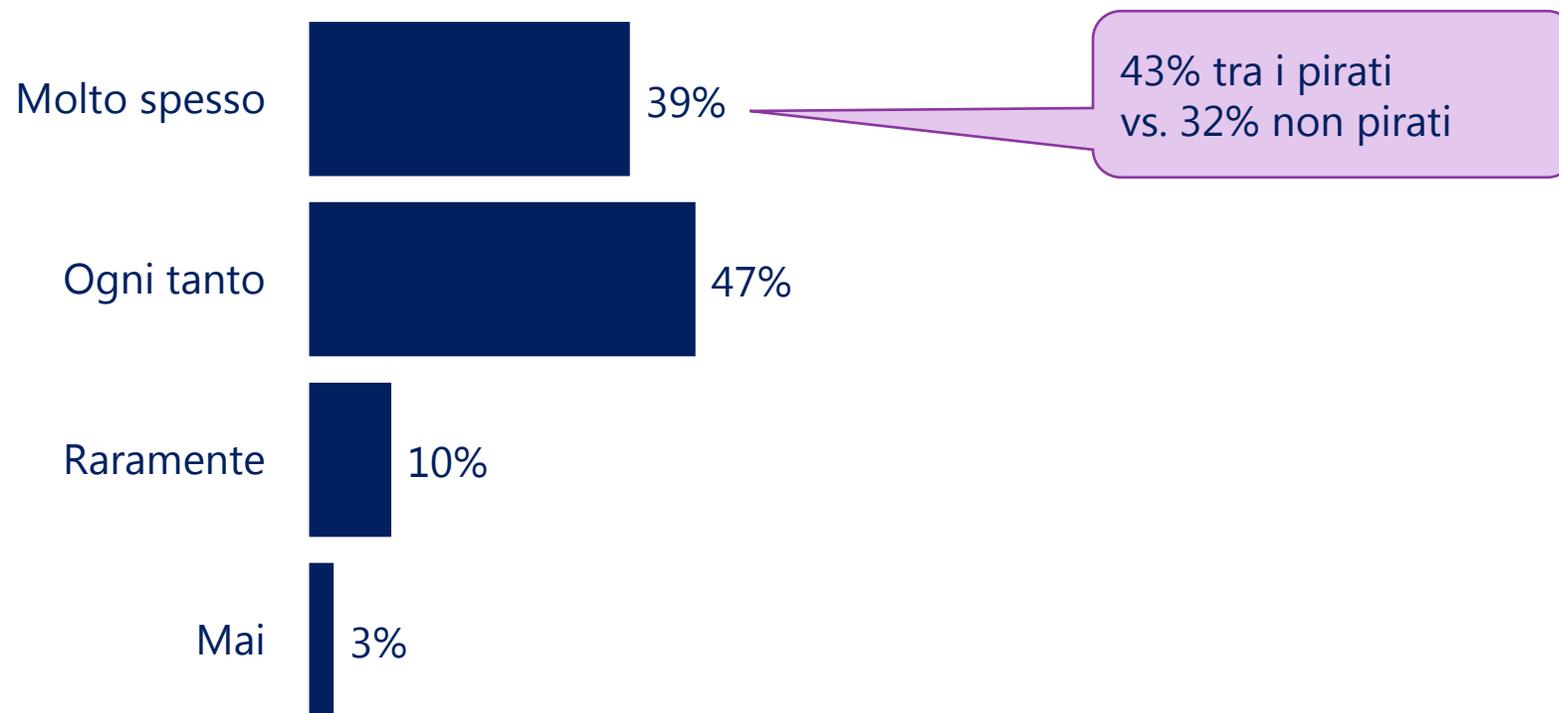


Q2Z1 In che modo è venuto a conoscenza o si è informato sulla possibilità di scaricare, vedere in streaming o tramite servizi IPTV non ufficiali film, serie/fiction, eventi sportivi o altri programmi (informazione, intrattenimento, etc.)?

Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022

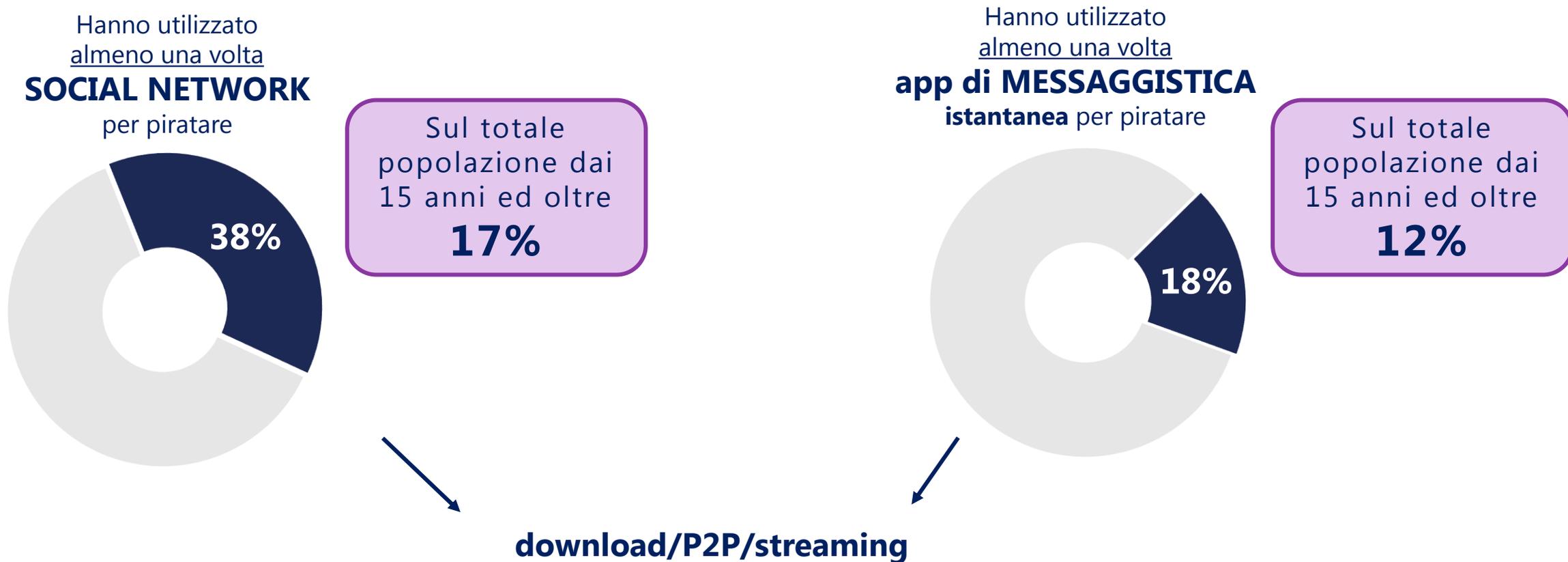
BASE: Totale pirati digitali

IL PASSAPAROLA È ACCENTUATO TRA I PIRATI MA È ANCHE ABITUDINE GENERALIZZATA TRA TUTTI I RAGAZZI DI QUESTA FASCIA DI ETÀ



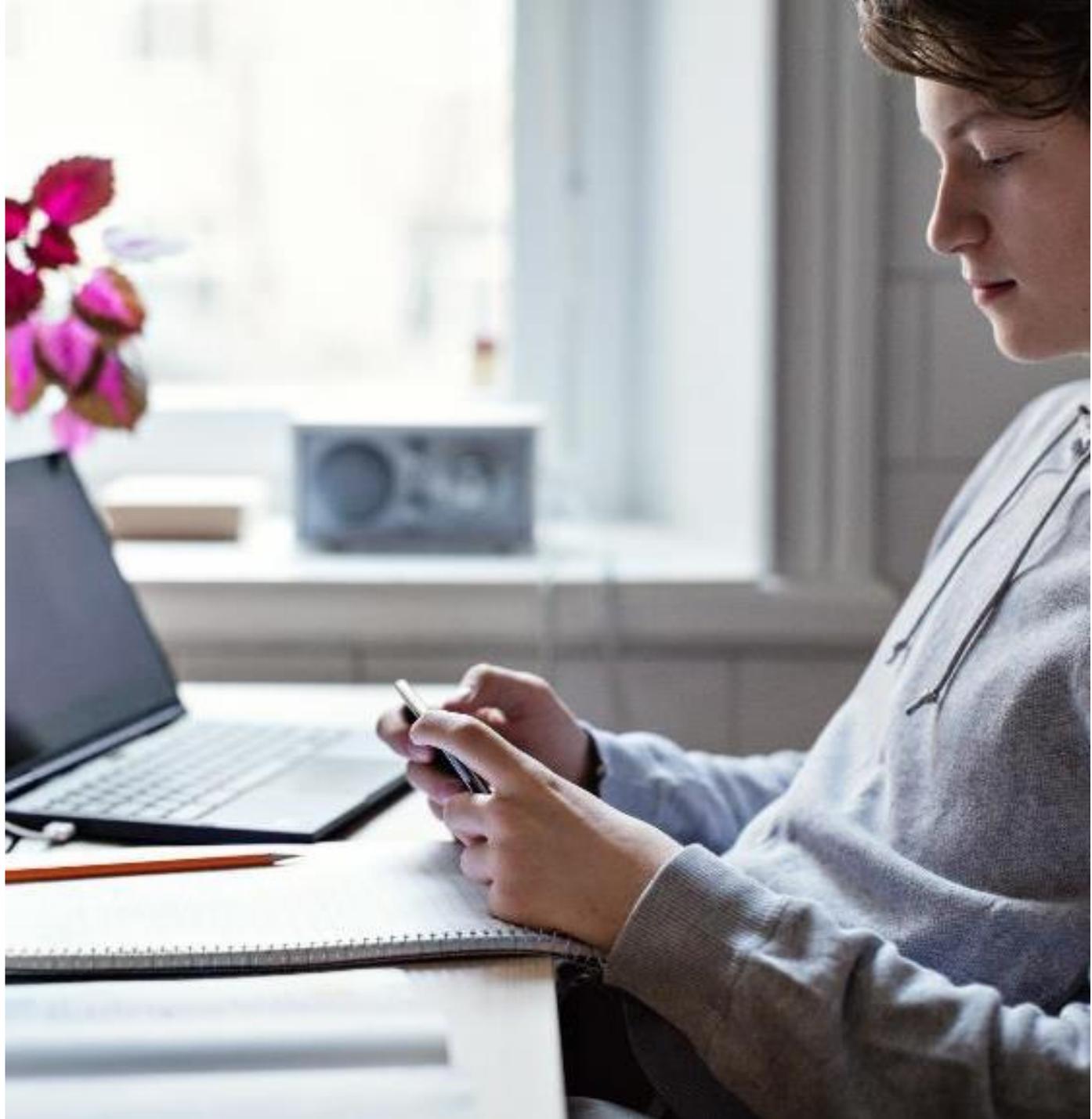
D14. Ti capita di suggerire ad altri (tuo amici o familiari) un film o una serie/fiction che ti è particolarmente piaciuta?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

PER PIRATARE VENGONO USATI PIÙ I SOCIAL NETWORK CHE LE APP DI MESSAGGISTICA



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

ATTITUDINI RISPETTO ALLA FRIZIONE DI CONTENUTI



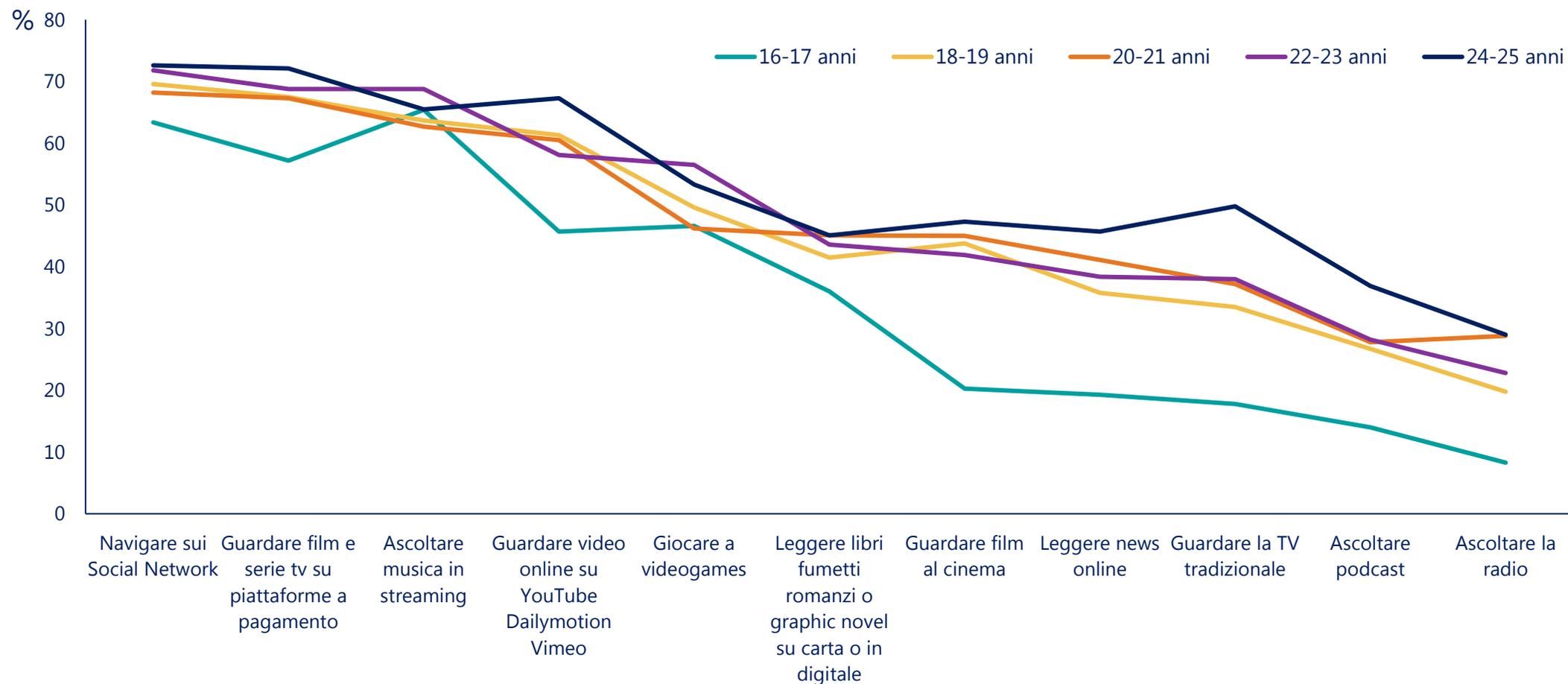
HANNO MEDIAMENTE 5 ATTIVITÀ PREFERITE IN AMBITO AUDIOVISIVO E MEDIA. CENTRALI SOCIAL NETWORK E VIDEO/AUDIO ON DEMAND



- In media **5 attività preferite**

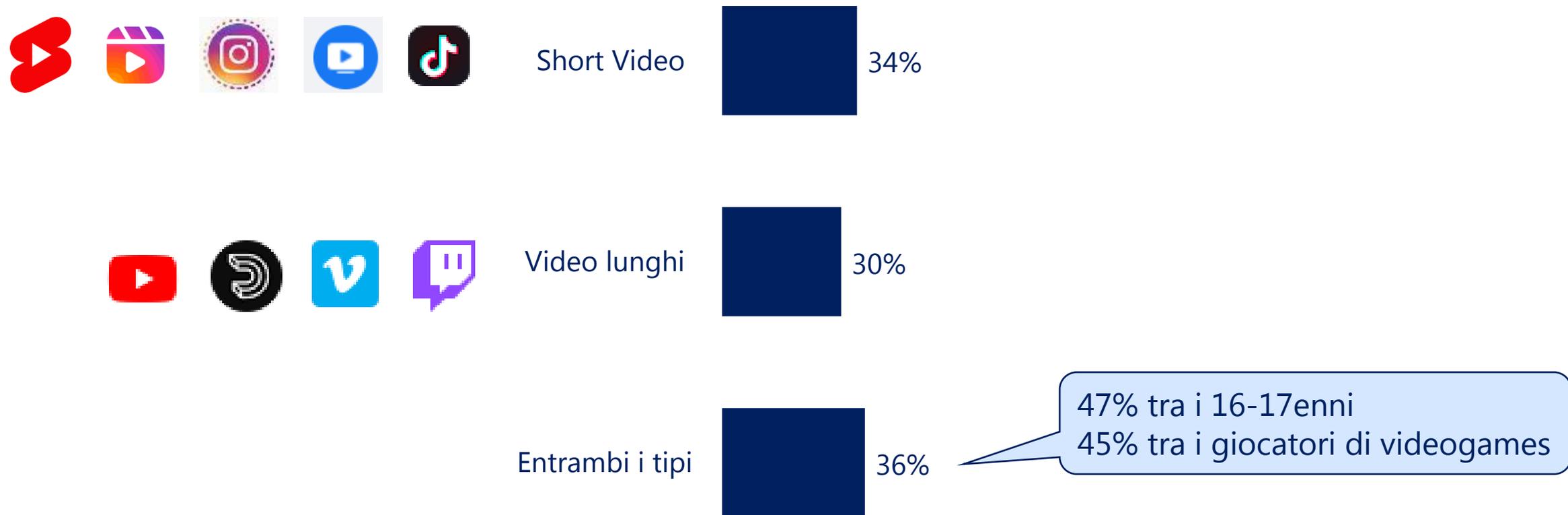
Per cominciare vorremmo parlare di ciò che ti piace fare nel tuo tempo libero, quando non studi o lavori.
D1. Qui trovi elencate alcune attività, potresti dirci quale o quali di queste preferisci fare?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

LA FRUIZIONE AUDIOVISIVA TENDE AD ARRICCHIRSI E DIVERSIFICARSI ALL'AUMENTARE DELL'ETÀ



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)

NON SOLO SHORT: LE PREFERENZE SI DISTRIBUISCONO QUASI EQUAMENTE TRA VIDEO BREVI (DISCOVERY, SNACK CONTENT) E LUNGI (PASSIONI). I RAGAZZI PIÙ GIOVANI E I GAMERS SONO I PIÙ DUTTILI



D1.2. In generale che tipo di video preferisci guardare?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

QUASI TUTTI I RAGAZZI DICHIARANO DI POTER ACCEDERE A CONTENUTI AUDIOVISIVI A PAGAMENTO. 7 SU 10 ACCEDONO ATTRAVERSO CREDENZIALI DI ALTRI

Il **95%** ha la possibilità di fruire di contenuti audiovisivi a pagamento

Al **73%** capita di farlo accedendo attraverso le **credenziali di parente/amico/collega** (al 43% capita «spesso»)

I servizi di cui i ragazzi dichiarano il maggiore utilizzo sono:

NETFLIX

67%

prime video

58%

DISNEY+

27%

sky

19%

DAZN

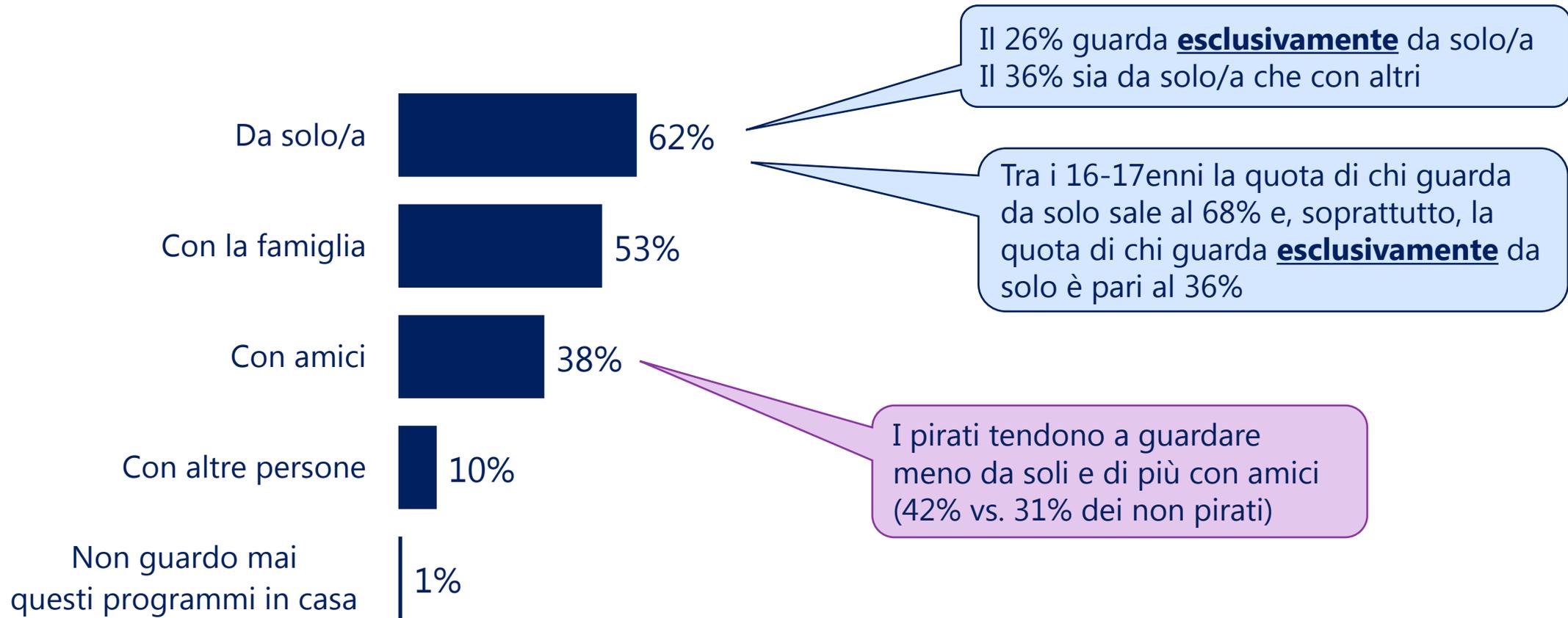
18%

D3. Attualmente hai un abbonamento a qualcuna di queste offerte di contenuti audiovisivi a pagamento?

D4. Ti capita di usufruire di un'offerta di contenuti audiovisivi a pagamento (es. Sky, Netflix, DAZN, Mediaset Infinity+, NOW, Tim Vision, Amazon Prime, Discovery+, Apple TV, etc.) accedendo attraverso le credenziali di un tuo parente, amico o collega?

BASE: Totale intervistati (n=1000)

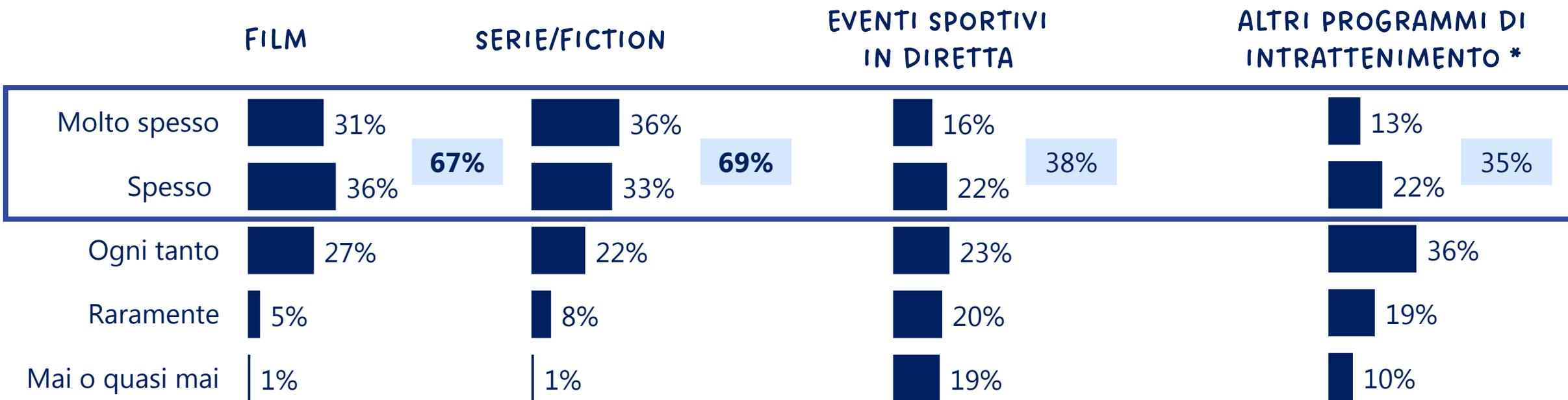
RILEVANTE LA FRUIZIONE SOLITARIA: 1 RAGAZZO SU 4 GUARDA CONTENUTI AUDIOVISIVI ESCLUSIVAMENTE DA SOLO (1 SU 3 TRA I 16-17ENNI)



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

SERIE/FICTION E FILM SONO I TIPI DI CONTENUTI GUARDATI CON MAGGIORE FREQUENZA

Parliamo in generale dei contenuti audiovisivi che guardi, ovvero film, serie, fiction, eventi sportivi, programmi di intrattenimento, programmi di informazione, su qualsiasi dispositivo li guardi, gratuitamente o a pagamento.



D5. Con che frequenza guardi ...
 BASE: Totale intervistati (n=1000)

*Eventi sportivi non in diretta, programmi di informazione, di intrattenimento, ecc.

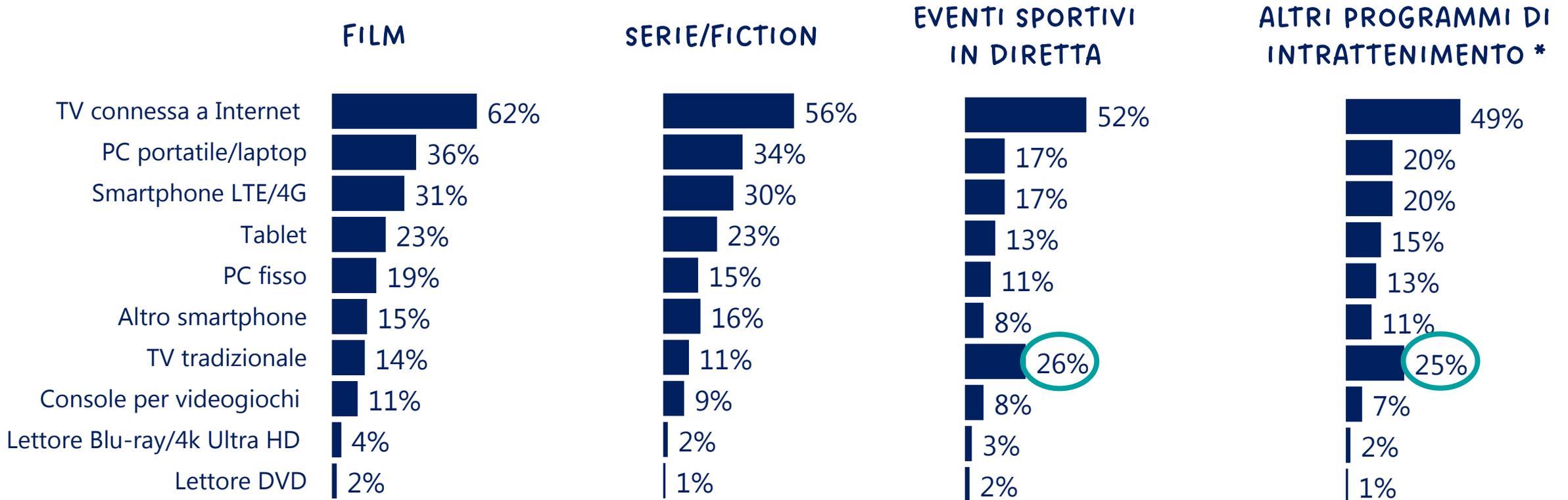
L'INTENSITÀ DI FRUIZIONE DEI DIVERSI TIPI DI CONTENUTI MOSTRA ALCUNE ACCENTUAZIONI SUI DIVERSI SUB-SEGMENTI

- 💡 Chi indica “guardare film al cinema” tra le attività preferite ha maggiori probabilità di guardare spesso **film** (l'81% guarda molto spesso/spesso vs. 58% di chi non va al cinema) e **serie/fiction** (80% vs. 61%)
- 💡 Chi guarda contenuti audiovisivi **con la famiglia** ha maggiori probabilità di guardare spesso **film** (75% vs. 68% di chi guarda da solo)
- 💡 Chi guarda contenuti audiovisivi **con la famiglia** ha maggiori probabilità di guardare spesso **eventi sportivi** in diretta (43% vs. 33% di chi guarda da solo)
- 💡 **Serie/fiction** sono guardate più spesso dalle ragazze (81% vs. 58% dei ragazzi)
- 💡 **Eventi sportivi in diretta** sono guardati più spesso dai ragazzi (51% vs. 24% delle ragazze)
- 💡 **Eventi sportivi in diretta** sono guardati più spesso da chi può accedere a Sky (55% vs. 34% di chi non accede)
- 💡 **Altri programmi di intrattenimento** sono guardati più spesso da chi può accedere a Sky (50% vs. 32%)
- 💡 La visione abituale di **altri programmi di intrattenimento** aumenta con l'età, passando dal 24% dei 16-17enni al 46% dei 24-25enni

D5. Con che frequenza guardi ...
BASE: Totale intervistati (n=1000)

TV CONNESSE E DEVICE MOBILI SONO I DISPOSITIVI PIÙ USATI PER GUARDARE FILM E SERIE. LA TV TRADIZIONALE È PIÙ USATA PER SPORT E INTRATTENIMENTO

Parliamo in generale dei contenuti audiovisivi che guardi, ovvero film, serie, fiction, eventi sportivi, programmi di intrattenimento, programmi di informazione, su qualsiasi dispositivo li guardi, gratuitamente o a pagamento.



D6. Quali dispositivi utilizzi più frequentemente per guardare film, serie/fiction, eventi sportivi in diretta o altri programmi?
 BASE: Totale intervistati (n=1000)

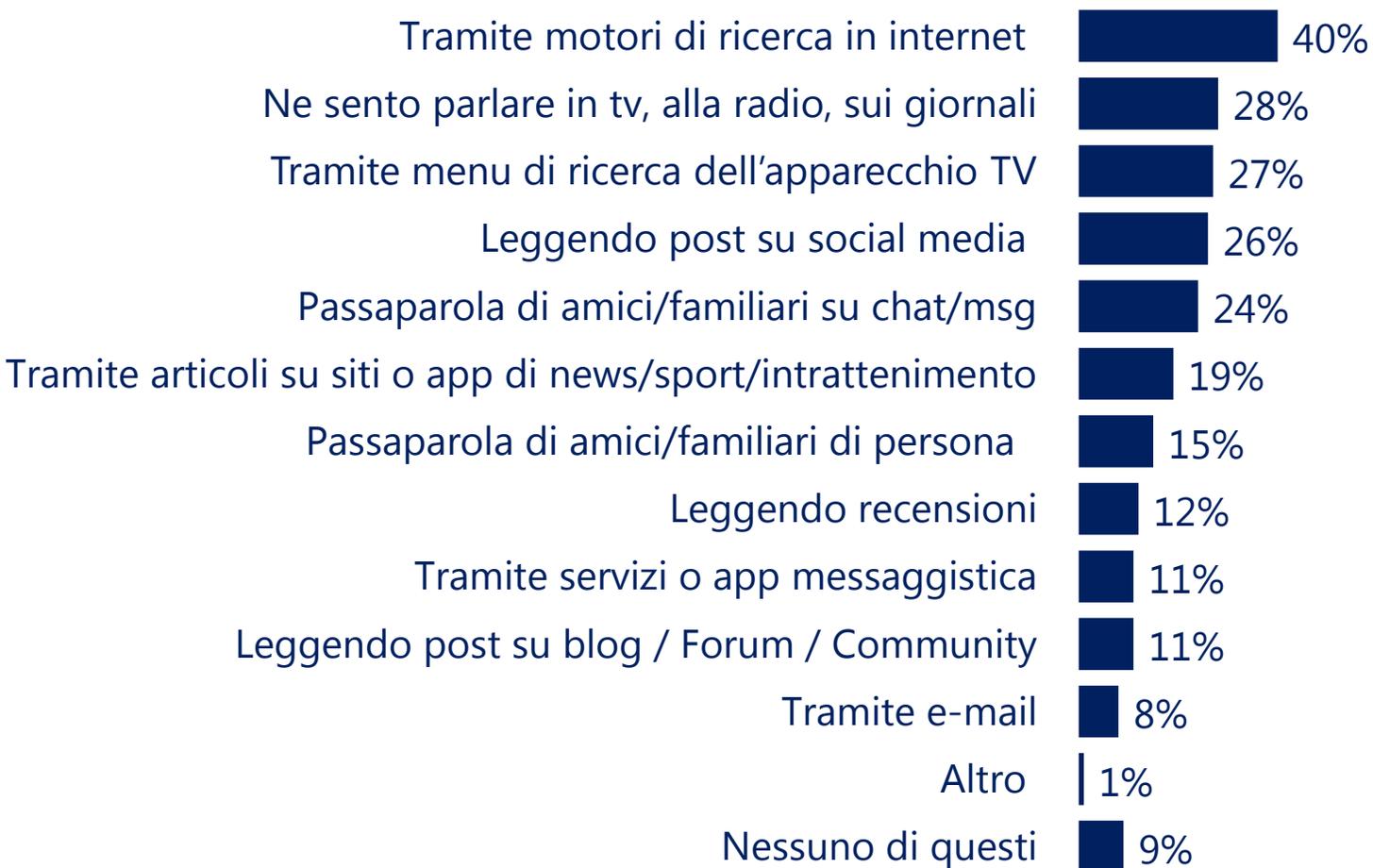
*Eventi sportivi non in diretta, programmi di informazione, di intrattenimento, ecc.

LA VISIONE DI CONTENUTI AUDIOVISIVI AVVIENE QUASI SEMPRE FACENDO ANCHE ALTRO, PRINCIPALMENTE COMUNICANDO TRAMITE SERVIZI DI MESSAGGISTICA. I PIRATI TENDONO AD ESSERE PIÙ DISTRATTI DA ALTRE ATTIVITÀ



D8. Ti capita di svolgere qualcuna di queste attività nello stesso momento in cui guardi contenuti audiovisivi, su qualsiasi piattaforma/canale?
 BASE: Totale intervistati (n=1000)

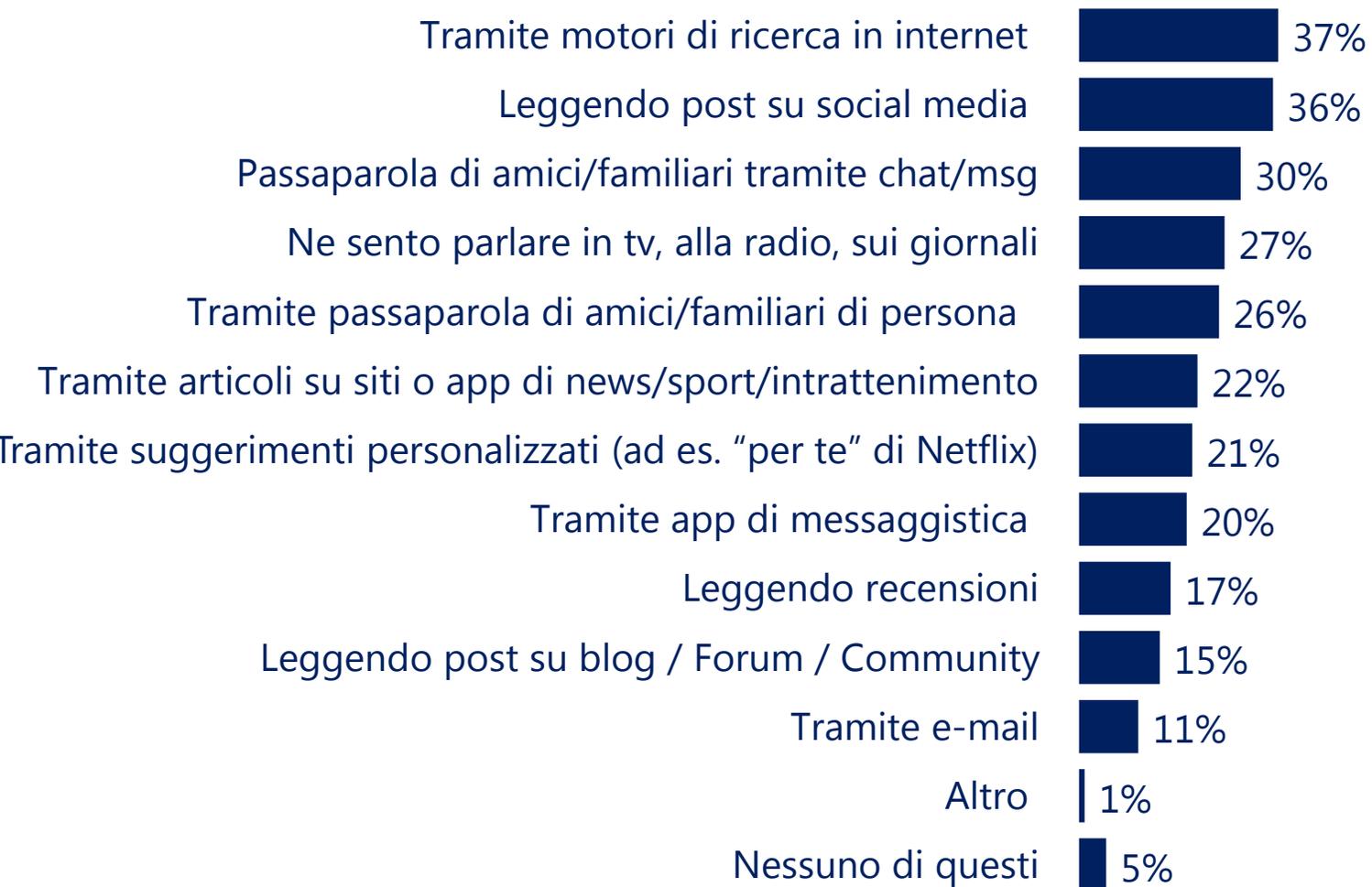
9 SU 10 USANO QUALCHE FONTE PER SCOPRIRE QUALI CONTENUTI GUARDARE SULLA TV GENERALISTA. I MOTORI DI RICERCA SONO IL CANALE PIÙ USATO. I PIRATI SONO MOLTO ATTIVI NELLA RICERCA DI INFORMAZIONI



I pirati usano di più le fonti: 96% ne utilizza almeno 1 vs. 84% dei non pirati. Soprattutto:
-motori di ricerca (44% vs. 34%)
-passaparola tramite chat/msg (29% vs. 17%)

D9. Pensa a quando guardi la tv tradizionale (Rai, Mediaset, La7, TV8, Nove). Di solito come scopri quali film, serie/fiction, eventi sportivi in diretta o altri programmi (informazione, intrattenimento, etc.) guardare in tv?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

PER SCOPRIRE CONTENUTI DELLA TV A PAGAMENTO, INVECE, OLTRE AI MOTORI DI RICERCA SI USANO SOCIAL E PASSAPAROLA TRAMITE SERVIZI DI MESSAGGISTICA. ANCHE IN QUESTO CASO I PIRATI SONO I PIÙ ATTIVI



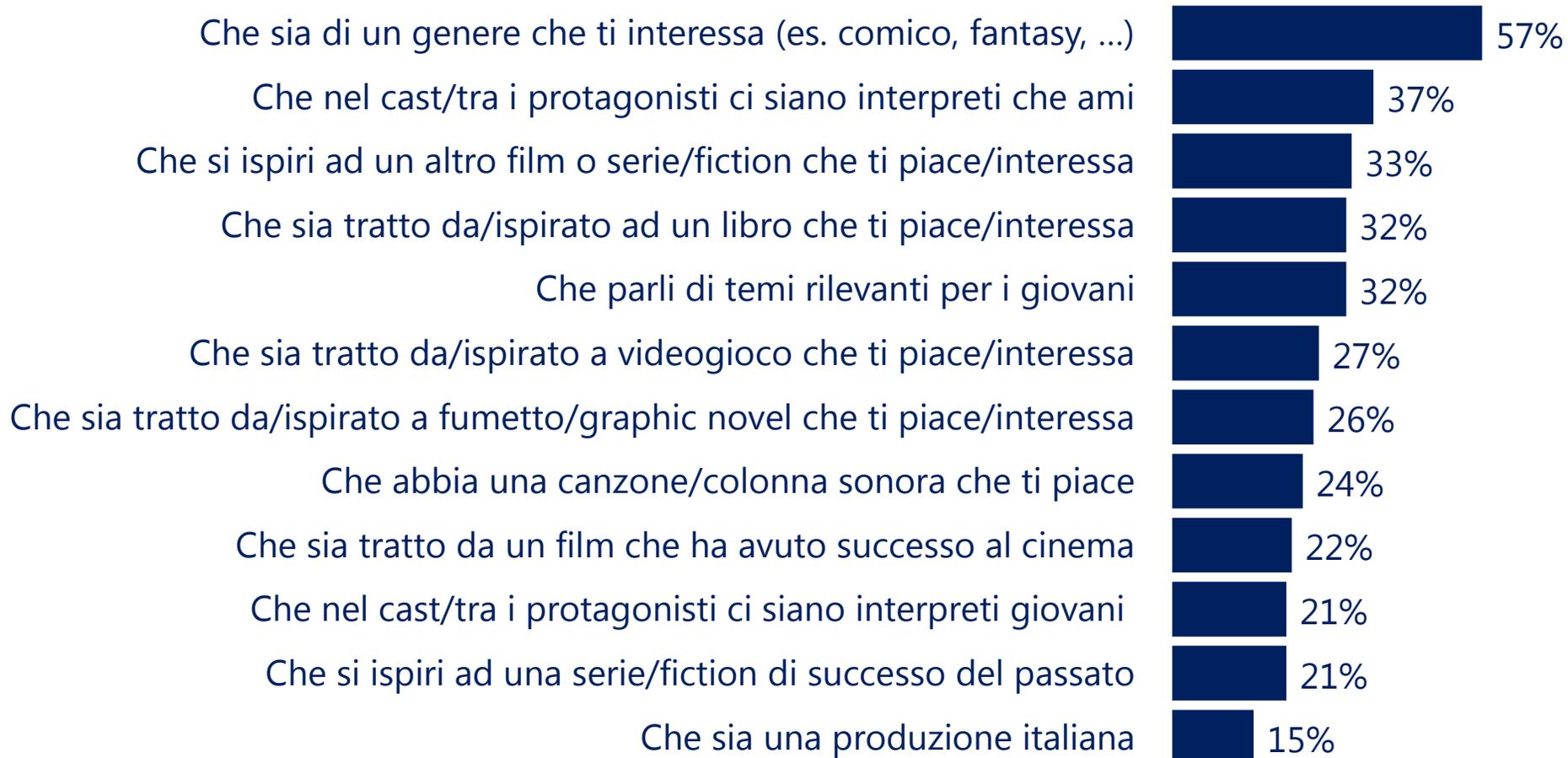
I post sui social sono particolarmente usati dai 16-17enni (42%), che invece usano molto meno tv/radio/giornali (19%)

Anche per informarsi su cosa guardare su pay tv i pirati sono i più attivi: 98% usa almeno 1 fonte vs. 90% dei non pirati. Usano di più tutte le fonti, ad eccezione di suggerimenti personalizzati, più usati dai non pirati (25% vs. 19%).

D10. Pensa a ciò che decidi di guardare sulle piattaforme tv a pagamento (Sky, Netflix, Amazon, DAZN, ...). Di solito come scopri quali film, serie/fiction, eventi sportivi o altri programmi (informazione, intrattenimento, etc.) guardare sulle piattaforme tv a pagamento?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

È LA GENERAZIONE DELLE SUB-CULTURE, LA SCELTA DI COSA GUARDARE È GUIDATA IN MODO NETTO DALL'INTERESSE PER IL GENERE. SEGUONO PER IMPORTANZA: CAST, RIMANDO AD ALTRE PRODUZIONI AUDIOVISIVE O A LIBRI GRADITI E PRESENZA DI TEMI RILEVANTI PER I GIOVANI

**IMPORTANZA AI FINI DELLA
SCELTA DI COSA GUARDARE
PUNTEGGIO 8-10**

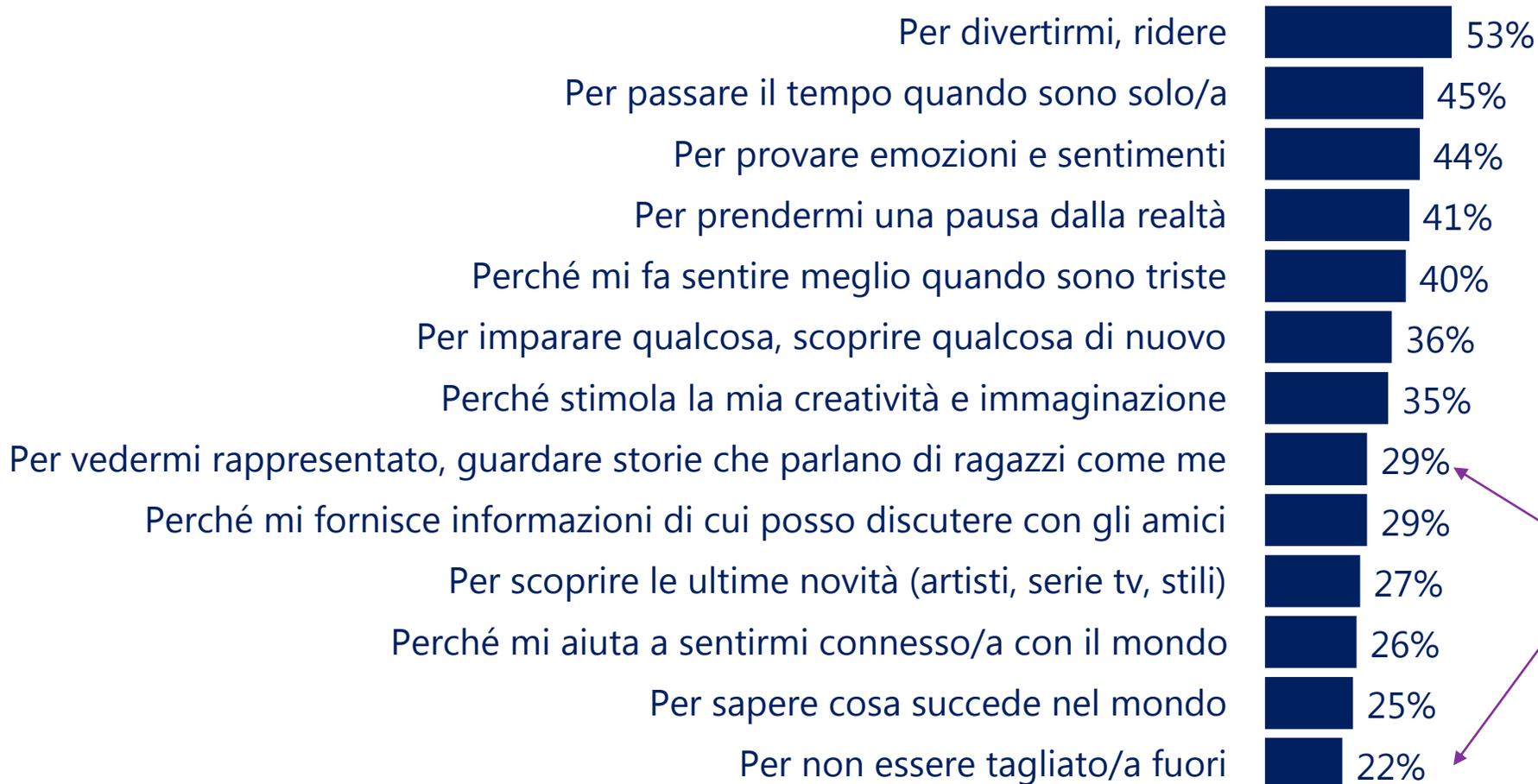


D11. Parliamo di film e serie/fiction. Qui sotto trovi elencati alcuni aspetti che possono influenzare la scelta di guardare un film o una serie/fiction in tv oppure online. Per ciascuno puoi dire quanto è importante per te? Usa un punteggio da 1 a 10 dove 1 indica "per niente importante" e 10 "importantissimo". Quanto è importante ... BASE: Totale intervistati (n=1000)

L'ADESIONE È PRINCIPALMENTE EMOTIVA. LA PARTE FORMATIVA/INFORMATIVA VIENE COLLOCATA IN SUB-ORDINE. DIVERTIMENTO, COMPAGNIA, ESCAPISMO, RICERCA DI EMOZIONI E SENTIMENTI SONO LE MOTIVAZIONI PRINCIPALI DI VISIONE DI FILM O SERIE

Guardi un film o una serie/fiction principalmente perché...

LIVELLO DI ACCORDO
8-10



I pirati appaiono più sensibili al tema della rappresentazione: sono molto più d'accordo infatti sull'item «Per vedermi rappresentato, guardare storie che parlano di ragazzi come me» (32% vs. 25%). Avvertono anche di più la FOMO e sono molto più d'accordo sull'item «Per non essere tagliato fuori» (24% vs. 18%).

D12. Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni su una scala da 1 a 10 dove 1 indica "per niente d'accordo" e 10 "completamente d'accordo"?
Guardi un film o una serie/fiction principalmente perché...
BASE: Totale intervistati (n=1000)

LA FLESSIBILITÀ DI SCELTA DI STREAMING E HOME ENT., LA POSSIBILITÀ DI SPERIMENTARE SENZA PAGARE SONO AFFERMAZIONI SU CUI CONVERGE DI PIÙ IL CONSENSO. I PIRATI SONO I PIÙ CONVINTI DEI BENEFIT DELLA VISIONE IN CASA VS. CINEMA

Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni?



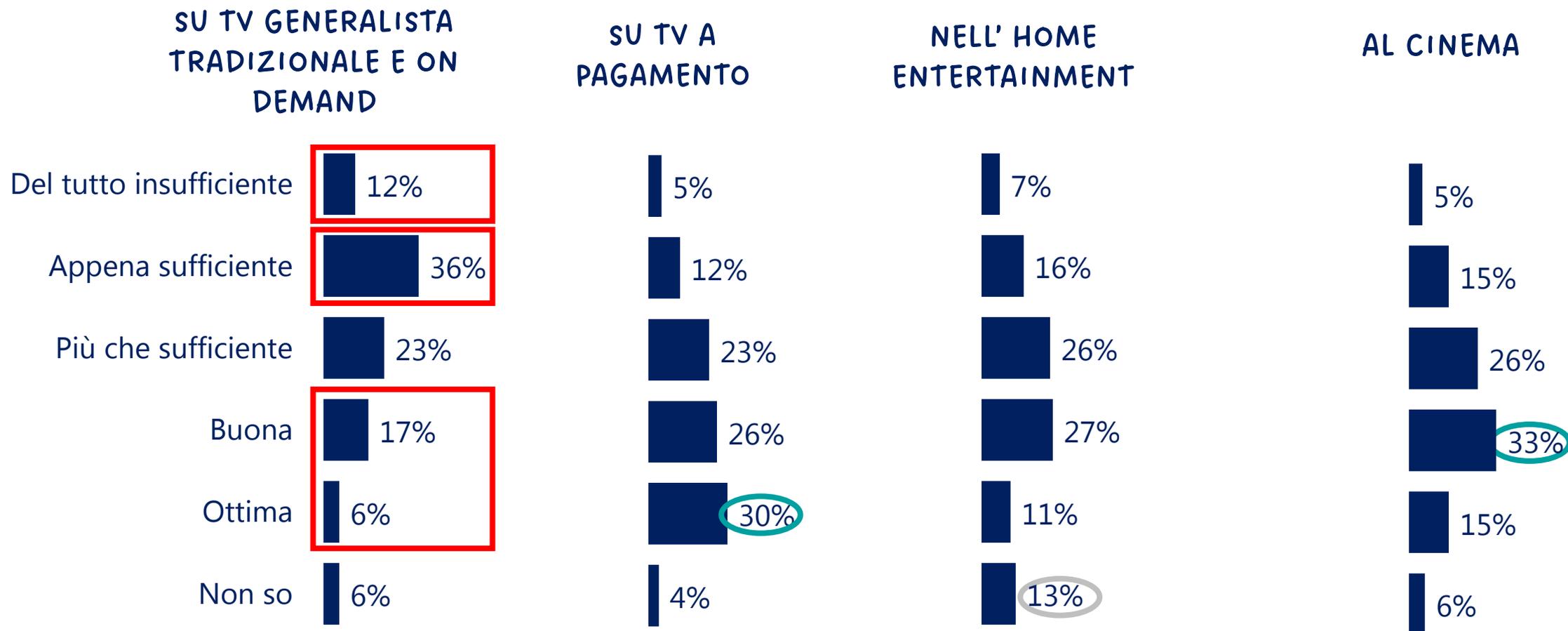
**D'ACCORDO/
FORTEMENTE
D'ACCORDO**

D13. Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni?
BASE: Totale intervistati (n=1000)



LA TV GENERALISTA È CONSIDERATA LA PIÙ CARENTE DAL PUNTO DI VISTA DELLA QUANTITÀ DI OFFERTA DEDICATA AI GIOVANI

Come definiresti la quantità di offerta di film e serie/fiction dedicata ai giovani come te ...

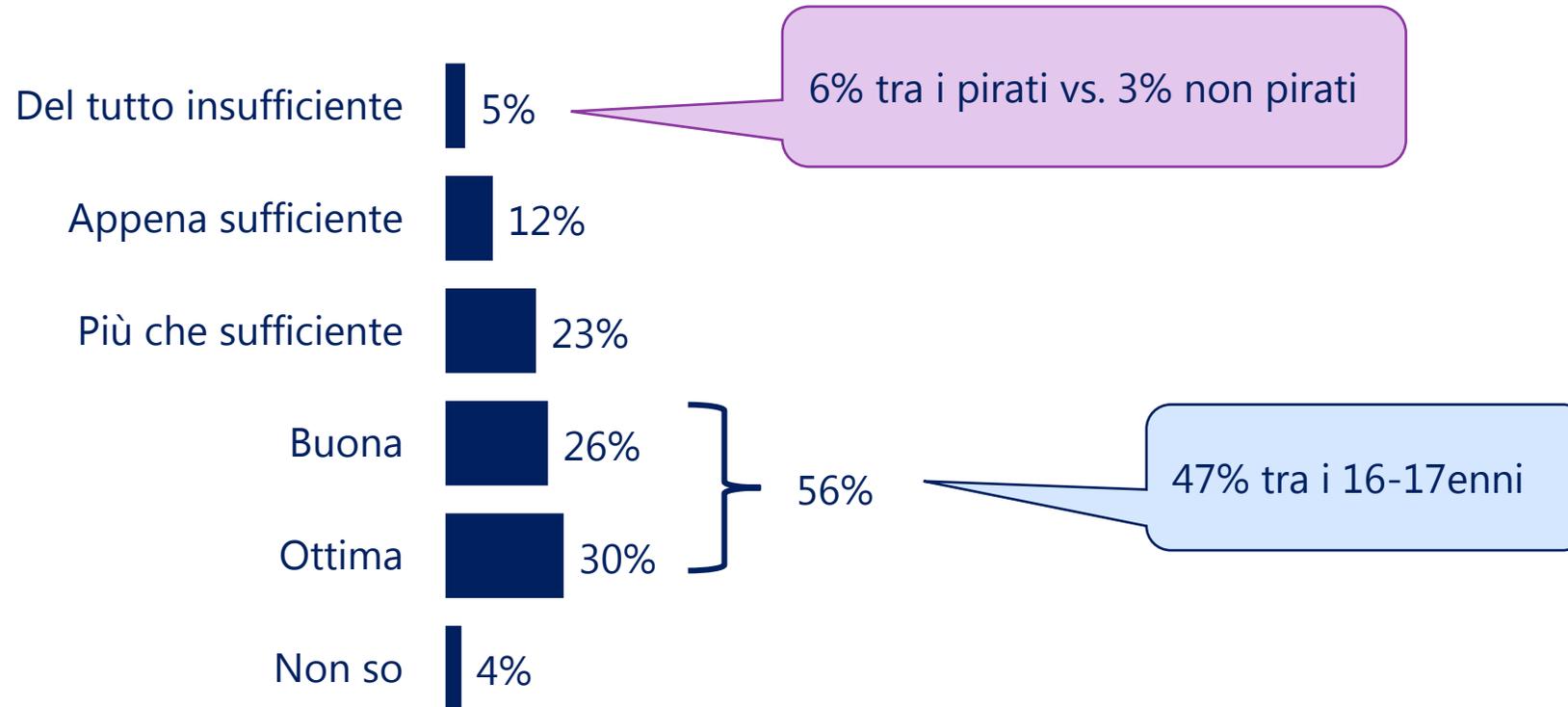


D15. Pensa alla tv generalista tradizionale e on demand (Rai, Mediaset, La7, TV8, Nove, Rai Play, Mediaset Infinity), come definiresti la quantità di offerta di film e serie/fiction dedicata ai giovani come te?

BASE: Totale intervistati (n=1000)

IL GIUDIZIO SULL' OFFERTA PER GIOVANI DELLA TV A PAGAMENTO È IN PREVALENZA POSITIVO, CON UNA MINORE CONVINZIONE TRA I GIOVANISSIMI 16-17ENNI

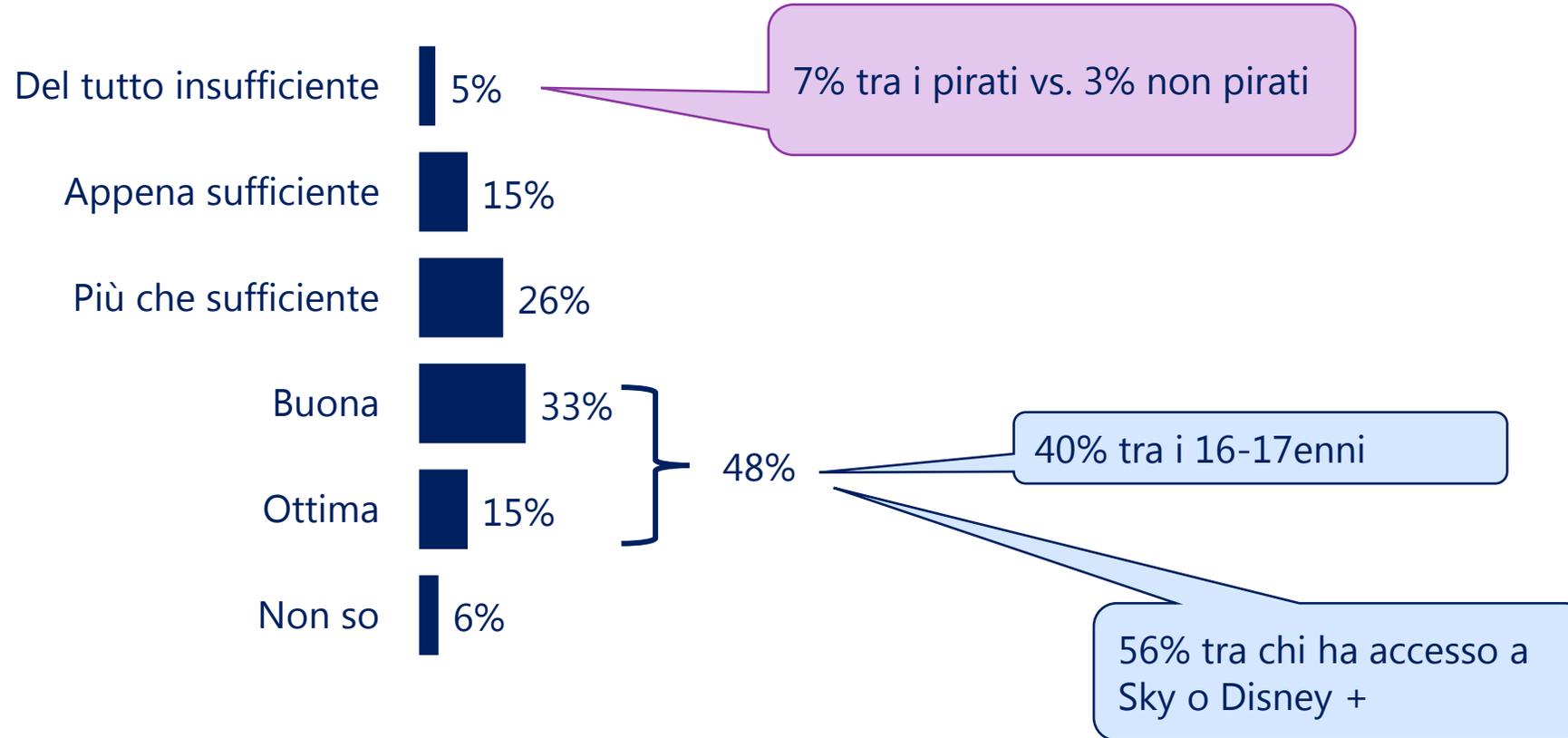
SU TV A PAGAMENTO



D16. Pensa invece alle piattaforme tv a pagamento (Sky, Netflix, Amazon Prime Video, Disney +, ...), come definiresti la quantità di offerta di film e serie/fiction dedicata ai giovani come te?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

IL GIUDIZIO SULL' OFFERTA PER GIOVANI DEL CINEMA È PIÙ POSITIVO FRA CHI ACCEDE A SKY O DISNEY +, MENO TRA I GIOVANISSIMI 16-17ENNI

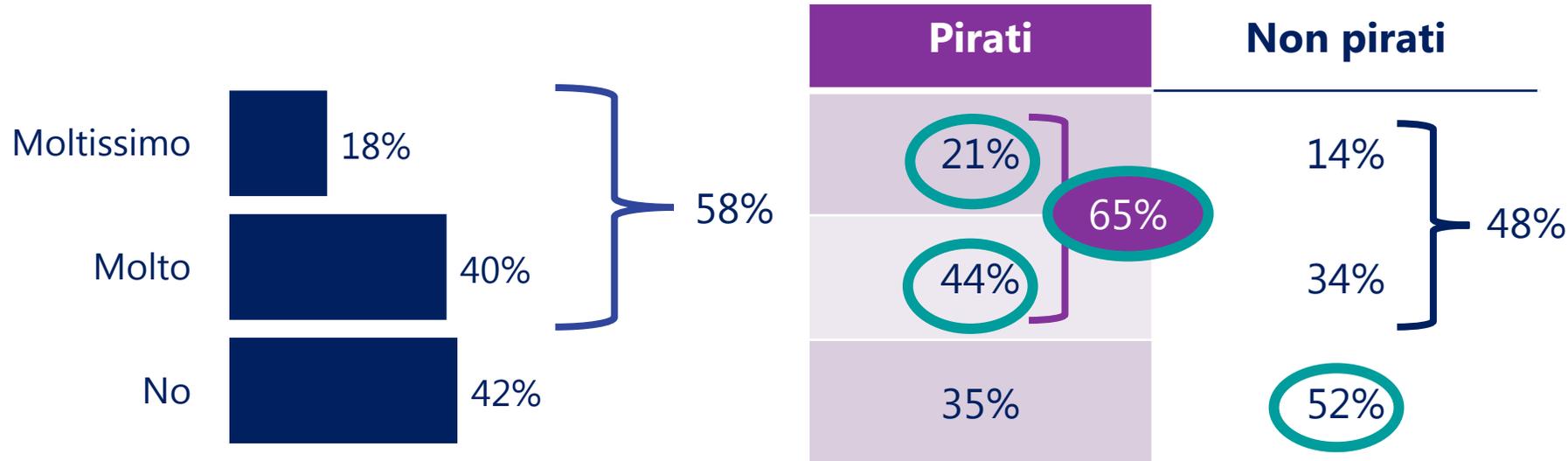
AL CINEMA



D17. Pensa ora al cinema, come definiresti la quantità di offerta di film al cinema dedicata ai giovani come te?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

IL FATTO DI POTER VEDERE A CASA UN FILM CHE INTERESSA INFLUENZA LA DECISIONE DI ANDARE O MENO AL CINEMA SOPRATTUTTO IN FUNZIONE DELLA CONSUETUDINE O MENO ALLA PIRATERIA

La tua decisione di andare o non andare al cinema è influenzata dalla possibilità di vedere a casa in seguito il film che ti interessa?



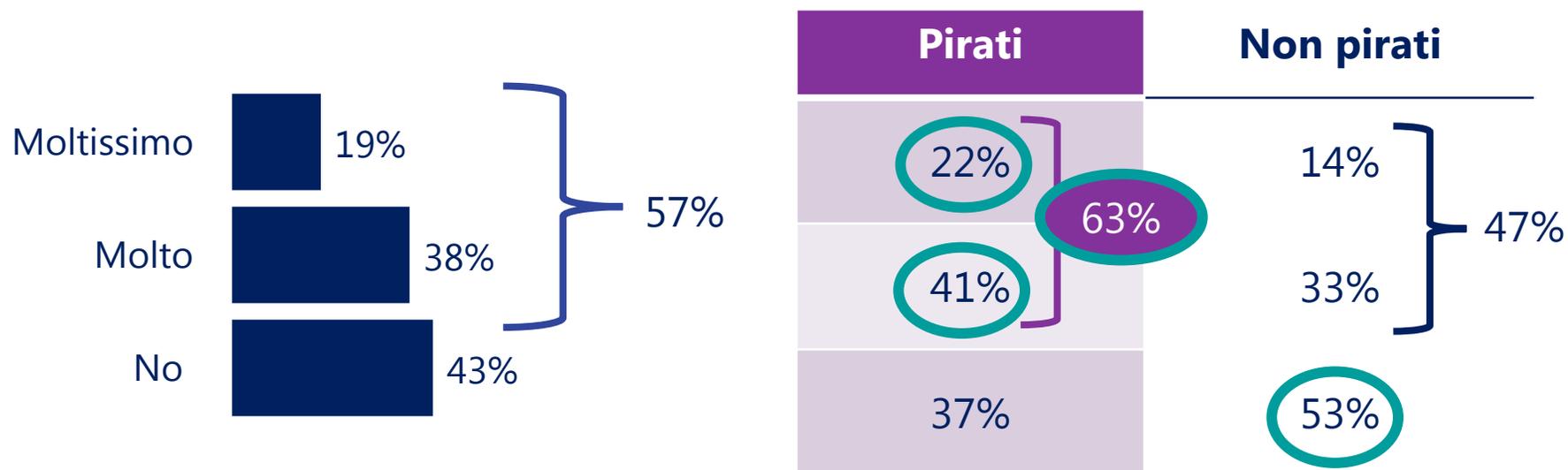
In generale chi dichiara di essere influenzato «moltissimo» è più convinto che la quantità di offerta cinematografica dedicata ai giovani sia del tutto insufficiente (10% vs. 5% del totale)

D17.1. Parliamo ancora di cinema. La tua decisione di andare o non andare al cinema è influenzata dalla possibilità di vedere a casa in seguito il film che ti interessa?

BASE: Totale intervistati (n=1000)

... ANALOGAMENTE LA DECISIONE DI ANDARE O MENO AL CINEMA È INFLUENZATA DALLA VICINANZA/LONTANANZA DI UNA SALA SOPRATTUTTO TRA COLORO CHE ACCEDONO A CONTENUTI CON MODALITÀ ALTERNATIVE, LEGALI E NON

Sempre parlando di cinema, la tua decisione di andare o non andare al cinema è influenzata dalla vicinanza/lontananza di una sala cinematografica dalla tua abitazione?

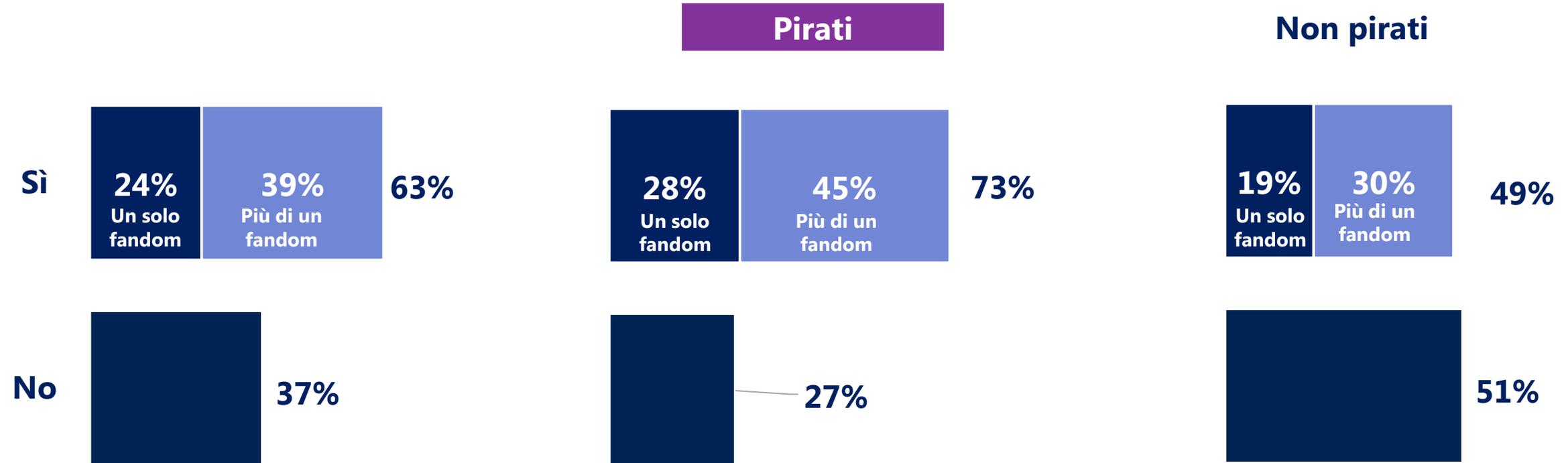


Moltissimo/molto sale al 70% tra chi dichiara che la decisione di andare o meno al cinema è influenzata «moltissimo» dalla possibilità di guardare film in streaming

D17.2. Sempre parlando di cinema, la tua decisione di andare o non andare al cinema è influenzata dalla vicinanza/lontananza di una sala cinematografica dalla tua abitazione?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

IMPORTANZA DELL'APPARTENENZA A COMUNITÀ DI PASSIONI: PIÙ DI 6 SU 10 FANNO PARTE DI FANDOM DI ATTORI/ATTRICI. TRA I PIRATI È PIÙ ACCENTUATA LA PRESENZA DI «FAN»

Fai parte di qualche fandom/ sei fan di qualche attore/attrice (nel senso che ti informi su ciò che fa, guardi i suoi film/serie, lo segui sui social ...)?



D22_BIS. Fai parte di qualche fandom/ sei fan di qualche attore/attrice (nel senso che ti informi su ciò che fa, guardi i suoi film/serie, lo segui sui social ...)?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

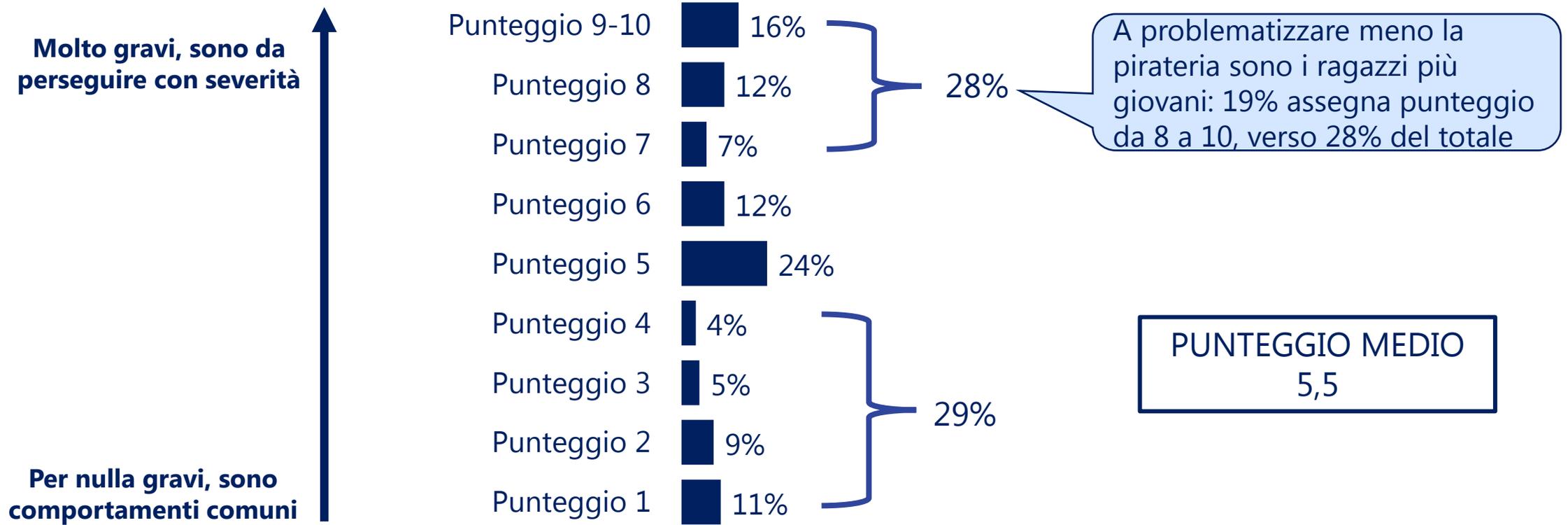
OPINIONI SU PIRATERIA

Opinioni nel complesso poco critiche e guidate soprattutto dal bisogno di non essere limitati nell'accesso a contenuti di interesse



IN GENERALE NEI GIUDIZI SUI COMPORTAMENTI PIRATA LA CONSIDERAZIONE CHE SIANO COMPORTAMENTI GRAVI DA PERSEGUIRE PREVALE DI POCO. C'È UNA GRANDE VARIETÀ DI VALUTAZIONI

Secondo te, l'acquisto, il download, la visione da sito internet, il prestito, la ricezione e la distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o la trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi (eventi sportivi non live, programmi di informazione, di intrattenimento, etc.) sono comportamenti gravi, da perseguire legalmente? Per rispondere utilizza un voto da 1 a 10 dove 1 significa "PER NULLA GRAVI, sono comportamenti comuni" e 10 significa "MOLTO GRAVI, sono da perseguire con severità".



D18. Secondo te, l'acquisto, il download, la visione da sito internet, il prestito, la ricezione e la distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o la trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi (eventi sportivi non live, programmi di informazione, di intrattenimento, etc.) sono comportamenti gravi, da perseguire legalmente? Per rispondere utilizza un voto da 1 a 10 dove 1 significa "PER NULLA GRAVI, sono comportamenti comuni" e 10 significa "MOLTO GRAVI, sono da perseguire con severità".

BASE: Totale intervistati (n=1000)

I PIRATI, SOPRATTUTTO I PIÙ GIOVANI, NON SONO COSCIENTI DELLA GRAVITÀ DEL COMPORTAMENTO

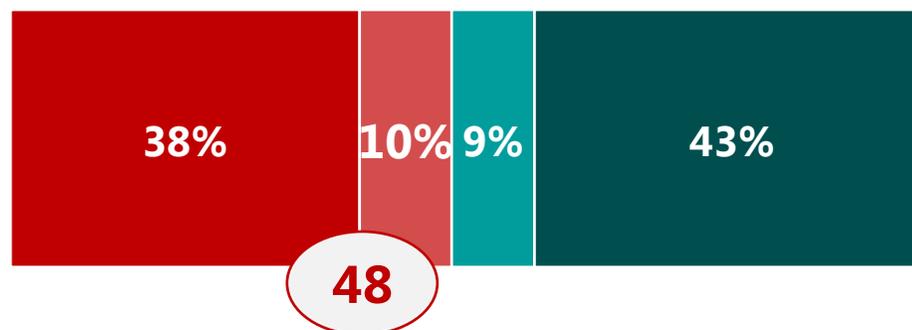
La visione/distribuzione di copie non ufficiali di film, serie e programmi è un comportamento ... (SCALA 1-10)

- Molto grave, da perseguire (8-10)
- Abbastanza grave (7)
- Non troppo grave (6)
- Per nulla grave, non crea danni (1-5)

PIRATI 16-25ENNI



PIRATI DAI 15 ANNI ED OLTRE



R0 Secondo Lei, l'acquisto, il download, la visione da sito internet, il prestito, la ricezione e la distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, eventi sportivi live e altri programmi (eventi sportivi non live, programmi di informazione, di intrattenimento, etc.) sono comportamenti gravi, da perseguire legalmente?

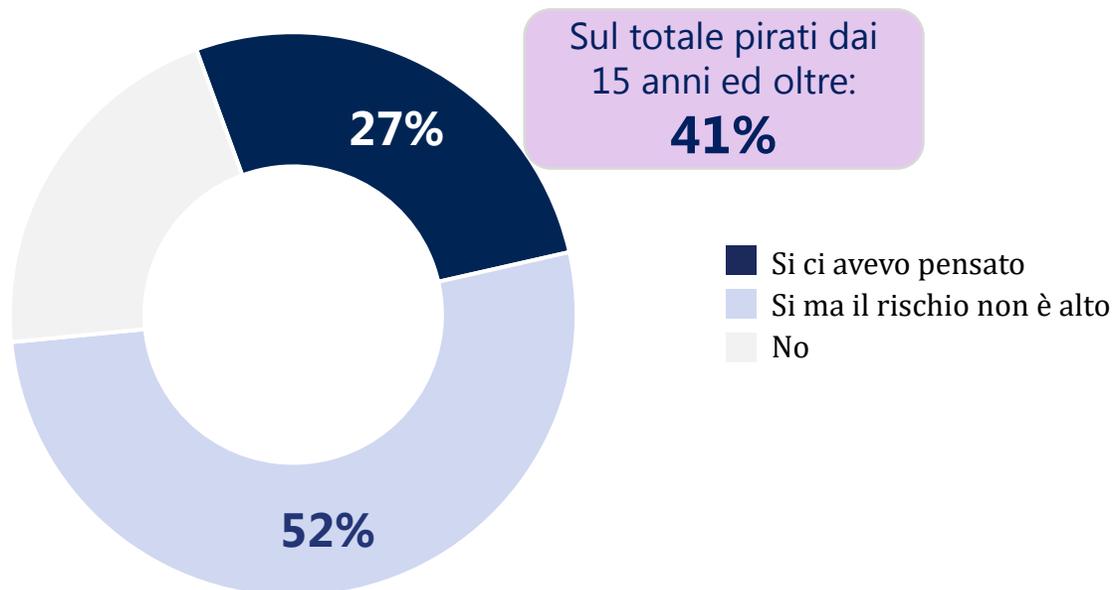
Fonte: Fapav – indagine sulla pirateria audio-visiva 2022

BASE: Totale pirati

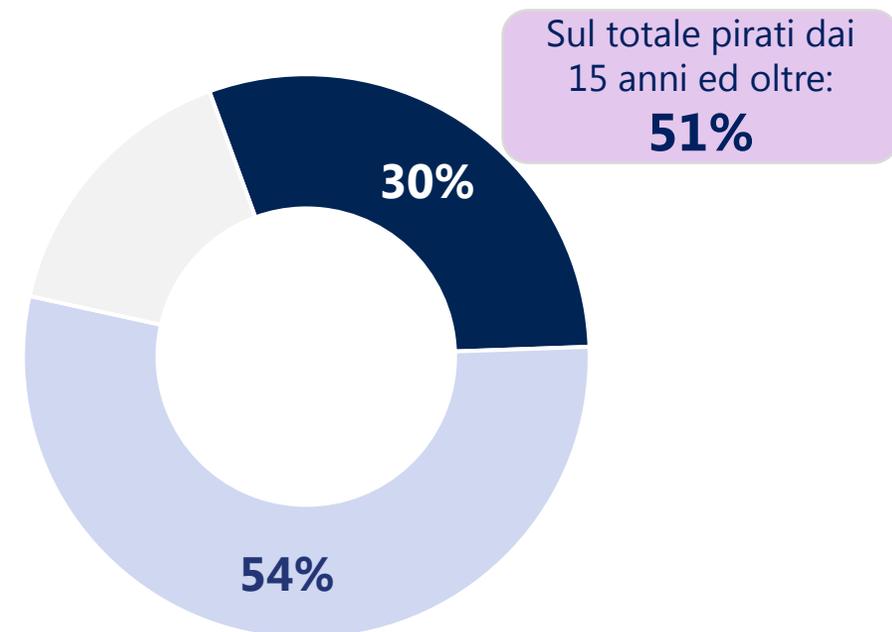
SI OSSERVA DEL RESTO CHE I PIRATI NON SONO PIENAMENTE COSCIENTI DEL DANNO CHE LA PIRATERIA ARRECA ALL'INDUSTRIA

*Alla realizzazione e trasmissione di un film, serie/fiction, evento sportivo o altro programma televisivo partecipano moltissimi lavoratori. A causa della pirateria queste persone rischiano di **PERDERE IL POSTO DI LAVORO.***

Ci aveva mai pensato?

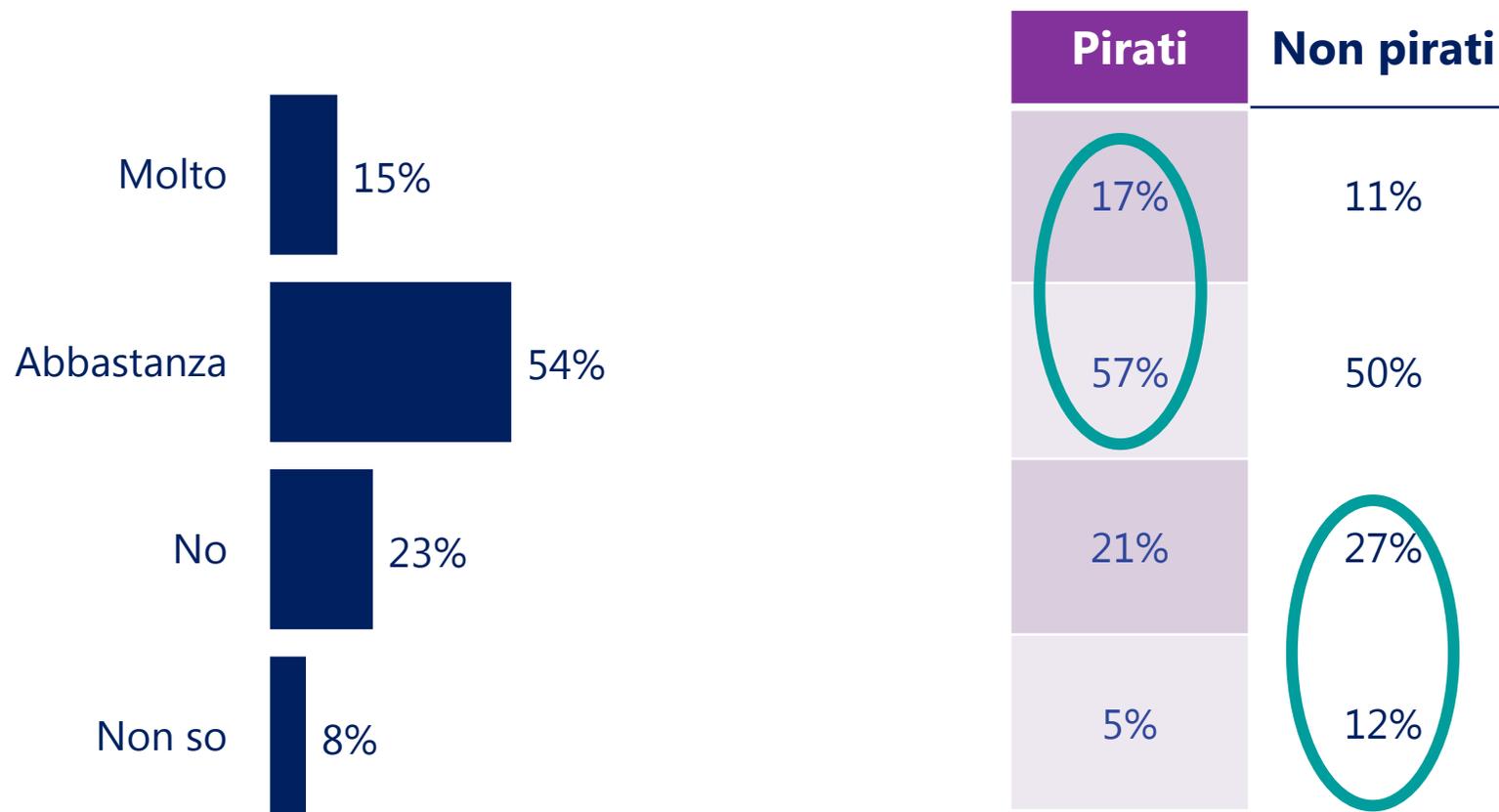


*Ha mai pensato al fatto che un alto tasso di pirateria può incidere negativamente sulla realizzazione di **NUOVI EVENTI SPORTIVI E/O NUOVE STAGIONI** di film, serie/fiction e altri programmi?*



IN GENERALE TRA I RAGAZZI PREVALE LA CONSAPEVOLEZZA CHE LA PIRATERIA È CONSIDERATA REATO, IN MODO PIÙ ACCENTUATO PROPRIO TRA I PIRATI

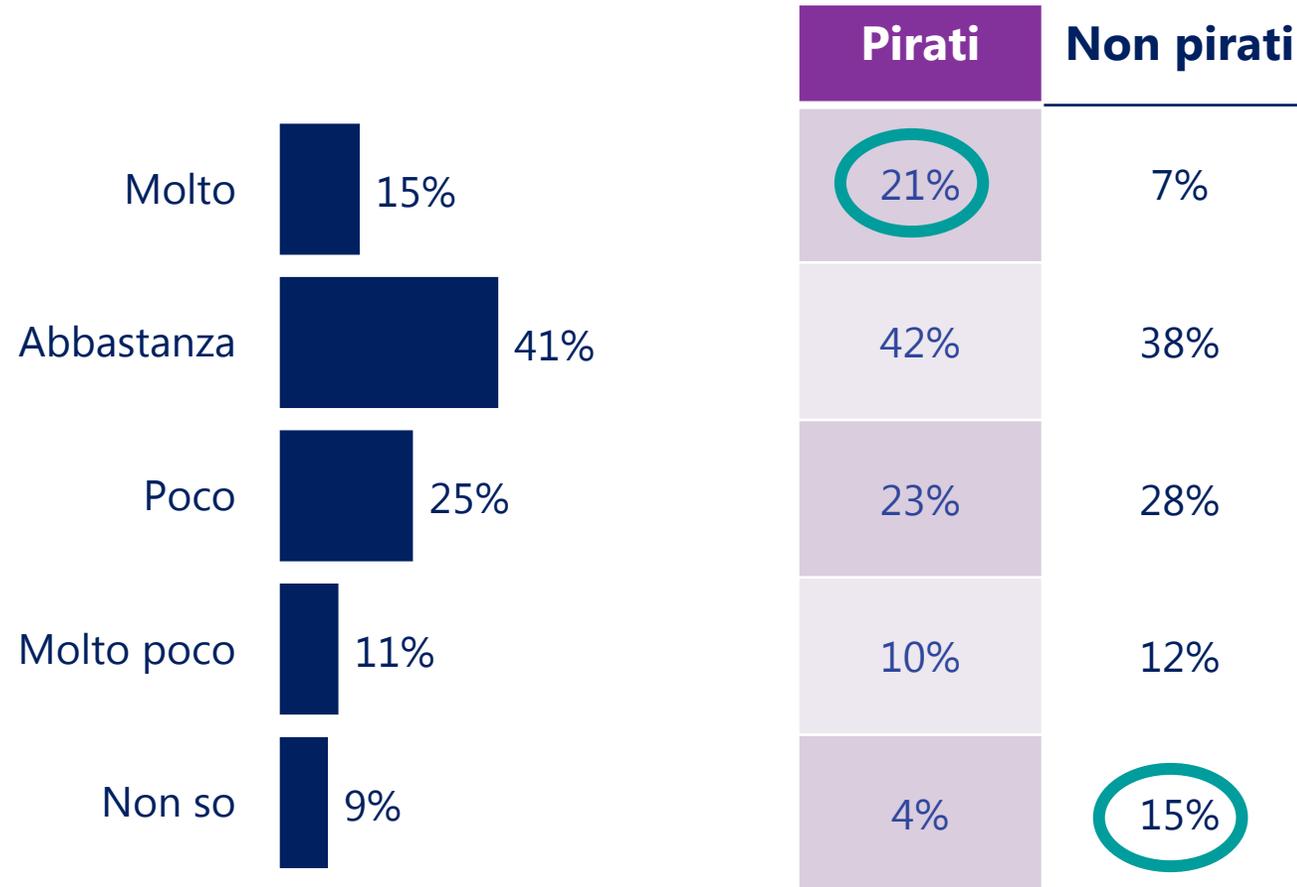
Secondo te i giovani italiani sono consapevoli del fatto che la legislazione italiana considera la pirateria (acquisto, download, streaming, ricezione e distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi) un reato?



D19 Secondo te i giovani italiani sono consapevoli del fatto che la legislazione italiana considera la pirateria (acquisto, download, streaming, ricezione e distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi) un reato?
BASE: Totale intervistati (n=1000)

COSÌ COME PREVALE L'OPINIONE CHE LA PIRATERIA SIA DIFFUSA TRA I GIOVANI ITALIANI, IN MODO PIÙ ACCENTUATO PROPRIO TRA CHI PRATICA LA PIRATERIA

In base alla tua esperienza, a ciò che accade tra i tuoi amici, quanto è diffusa la pirateria (acquisto, download, streaming, ricezione e distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi) tra i giovani italiani?

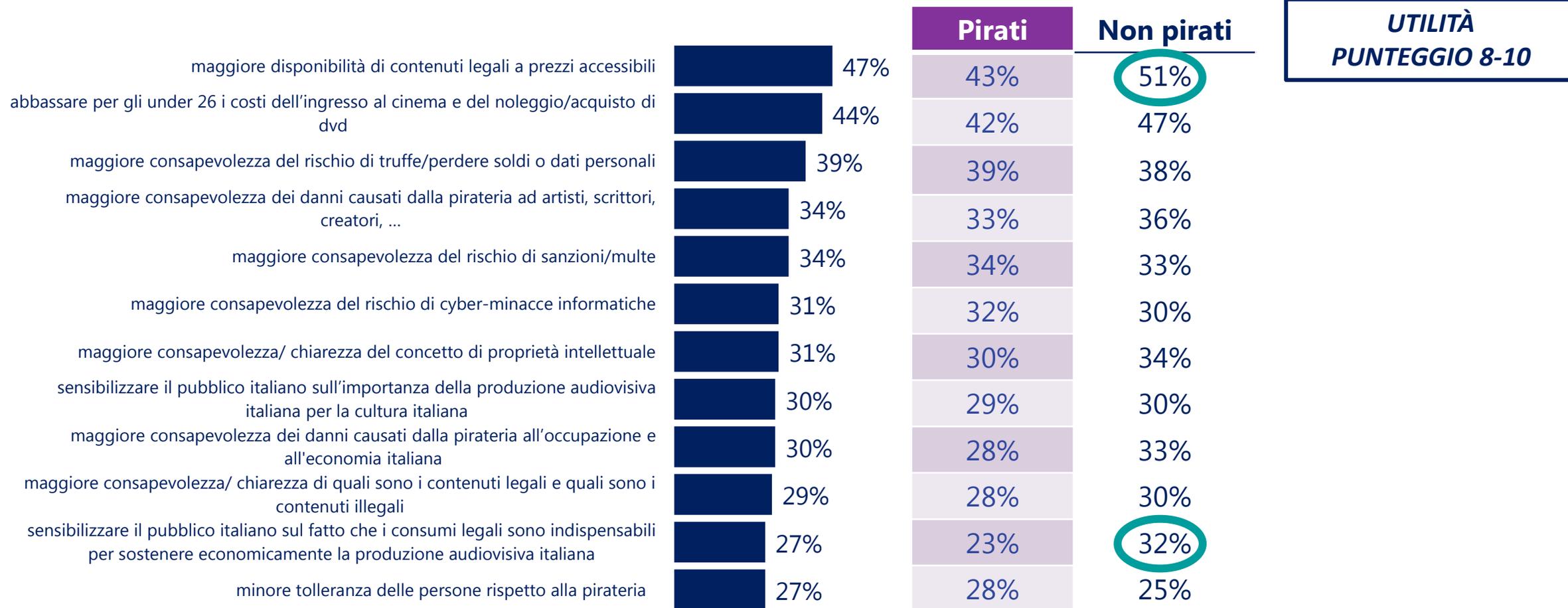


D20 In base alla tua esperienza, a ciò che accade tra i tuoi amici, quanto è diffusa la pirateria (acquisto, download, streaming, ricezione e distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi) tra i giovani italiani?

BASE: Totale intervistati (n=1000)

LE INIZIATIVE ANTI-PIRATERIA SU CUI CONVERGE LA MAGGIORANZA DEI GIOVANI CONSISTONO IN UNA MAGGIORE ACCESSIBILITÀ ECONOMICA DI CONTENUTI LEGALI E CINEMA. I PIRATI SONO POCO CONSAPEVOLI DEL DANNO RECATO MA ANCHE PIUTTOSTO DISINTERESSATI

Pensa sempre all'acquisto, il download, la visione da siti internet, il prestito, la ricezione e la distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o alla trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi. Secondo te, per limitare la diffusione di tali comportamenti tra i giovani quali tra gli aspetti indicati potrebbero essere più utili? Usa una scala da 1 a 10 per esprimere il tuo giudizio, dove 1 indica "per niente utile" e 10 indica "estremamente utile".



D21, Pensa sempre all'acquisto, il download, la visione da siti internet, il prestito, la ricezione e la distribuzione di copie non ufficiali di film, serie/fiction, o alla trasmissione non autorizzata di eventi sportivi live e altri programmi. Secondo te, per limitare la diffusione di tali comportamenti tra i giovani quali tra gli aspetti indicati potrebbero essere più utili? Usa una scala da 1 a 10 per esprimere il tuo giudizio, dove 1 indica "per niente utile" e 10 indica "estremamente utile".

BASE: Totale intervistati (n=1000)

PUNTI CHIAVE

Questa generazione adotta strategie inedite, eclettiche e anche multiformi al suo interno (in base ad età, genere, comportamenti di fruizione)

L'accesso ai contenuti è frutto di approcci molto personalizzati anche perché in molti casi la fruizione avviene in solitaria

Tuttavia anche il passaparola e l'influenza tra pari gioca un ruolo determinante, in particolare rispetto ai comportamenti di fruizione illegali

Sulla pirateria c'è un atteggiamento poco critico per lo più spiegabile con la necessità di assecondare i propri interessi superando i limiti dell'offerta in termini di qualità/quantità di contenuti accessibili

I pirati sfruttano al massimo l'offerta disponibile nei diversi punti dell'ecosistema digitale, spesso si connotano per un atteggiamento critico rispetto al value for money dei contenuti audiovisivi legali

