

Nota metodologica

> Il campione

L'indagine è stata svolta per via telefonica (CATI) su un campione nazionale di 1600 utenti internet italiani, scelti in modo tale da essere rappresentativi delle seguenti variabili (campionamento per quote):

- **Area geografica;**
Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud, Isole
- **Ampiezza demografica dei comuni**
classi: fino a 5.000 abitanti, 5001-20.000 abitanti, 20.001-50.000 abitanti, 50.001-100.000 abitanti, oltre 100.000 abitanti.
- **Genere**
Uomini e donne
- **Età**
classi 15-24, 25-34, 35-44, 45-54, oltre 54 anni

> La rilevazione

La rilevazione telefonica è stata svolta in collaborazione con la società Netconsulting nel periodo compreso fra il 2 maggio 2006 e il 5 maggio 2006

> Il questionario

Il questionario è stato strutturato in un totale di 7 aree per un totale di 44 variabili di rilevazione così suddivise:

- Informazioni generali
- Comportamenti di consumo tecnologico
- Consumi culturali
- Consapevolezza dell'acquisto di contenuti digitali
- Modalità di accesso ai contenuti digitali
- Comportamenti di uso di contenuti digitali
- Propensione all'acquisto di contenuti digitali

> Gli indici

A partire dalle variabili di rilevazione sono stati costruiti una serie di indici il cui scopo è descrivere alcune informazioni inerenti al campione in maniera sintetica. Gli indici costruiti sono stati i seguenti:

- **Indice di familiarità con il web:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Da quanto tempo utilizza internet

Con che tipo di connessione accede a internet

Quale attività ha svolto su internet nell'ultimo mese

- **Indice dei consumi culturali:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Mediamente quante volte al mese acquista CD Musicali

Mediamente quante volte al mese noleggia/acquista Video (VHS/DVD)

Mediamente quante volte al mese si reca al cinema

Mediamente quante volte l'anno si reca a concerti eventi musicali

- **Tipologia downloader pay:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Quanti brani a pagamento ha scaricato nell'ultimo mese

Quanti video a pagamento ha scaricato nell'ultimo mese

- **Tipologia downloader free:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Quanti brani ha scaricato da altri utenti nell'ultimo mese?

Quanti video/film ha scaricato da altri utenti nell'ultimo mese?

- **Indice dei costi nascosti del file sharing:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Quale tipo di problemi le è capitato di incontrare nello scaricare contenuti da altri utenti nell'ultimo mese?

Con che frequenza le è capitato di incontrare problemi nell'uso della musica e/o video scaricati da altri utenti

- **Indice dell'impatto del download sui consumi culturali musicali:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo acquisto di CD

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo consumo di concerti/eventi musicali

- **Indice dell'impatto del download sui consumi culturali audiovisivi:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo noleggio/acquisto di DVD

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo consumo di cinema

- **Indice dell'impatto del download sui consumi culturali:**

(costruito a partire dalle seguenti domande)

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo acquisto di CD

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo noleggio/acquisto di DVD

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo consumo di cinema

Il download di contenuti digitali da internet come ha modificato il suo consumo di concerti/eventi musicali

Elenco dei partner



ANICA

Associazione Nazionale
delle Industrie Audiovisive e Multimediali



Confindustria SIT

Servizi Innovativi e Tecnologici



FAPAV

Federazione Anti Pirateria Audiovisiva



Fastweb



FPM

Federazione contro la Pirateria Musicale



IMAIE

Istituto per la tutela dei Diritti
degli Artisti Interpreti Esecutori



Telecom Italia



Univideo

Unione Italiana Editoria Audiovisiva

Comitato scientifico

DIRETTORE DELLA RICERCA

Daide Bennato

Fondazione Luigi Einaudi Roma

COMITATO SCIENTIFICO

Alberto Abruzzese

Università IULM Milano

Fausto Colombo

Università Cattolica Milano

Giuseppe Corasaniti

LUISS Roma

Alberto Marinelli

Sapienza - Università di Roma

Giovanni Orsina

Direttore Scientifico Fondazione Luigi Einaudi Roma

Gustavo Piga

Università Tor Vergata Roma

Gruppo di ricerca

Daide Bennato

Responsabile scientifico e coordinatore del progetto

Vincenzo Colistra

Coordinatore generale e collaboratore stesura del report

Francesco D'Amato

Consulente

Francesca Minunni

Assistente analisi dati e collaboratore stesura del report

Pier Verderio

Consulente

Fondazione Luigi Einaudi di Roma
Largo dei Fiorentini, 1
00186 Roma

Tel.: 06/68.71.005 - Fax: 06/68. 71.446
email: feinaudi@flashnet.it - <http://www.fondazione-einaudi.it/>

Libercom - Osservatorio su Libertà e Comunicazione
email: relazioni.esterne@libercom.it - <http://www.libercom.it/>

Progetto grafico e copertina Segni di Segni
<http://www.segnidisegni.it>