

**Modalità di Copia Privata  
(per usi non professionali)  
- contenuti e dispositivi -**

**Rilevazione 2024**



## **Introduzione, metodologia e profilo campionario**

### **Sezione 1. Pratiche di fruizione contenuti e copia privata**

### **Sezione 2. Pratiche di copia dei contenuti audio e video**

### **Sezione 3. I dispositivi per la copia privata**

### **Sezione 4. Ripartizione dei contenuti nei dispositivi utilizzati per la copia**

4 a. Smartphone

4 b. Chiavette USB

4 c. Computer

4 d. CD vergini

4 e. Memory card

4 f. Tablet

4 g. Hard disk esterni

4 h. TV con porta USB

4 i. DVD vergini

4 j. Apparecchi con memoria integrata

4 k. Smartwatch

4 l. Lettori MP3

4 m. Lettori MP3/MP4

4 n. Media Center

4 o. Telefonini tradizionali

### **Sezione 5. Focus Cloud**

### **Sezione 6. Focus Ricondizionati**

### **Sezione 7. Conclusioni sintetiche**

## **Appendice – GPF Company Profile**

# INTRODUZIONE, METODOLOGIA E PROFILO CAMPIONARIO

# Contesto e Obiettivi della ricerca

---

- La ricerca si è proposta l'obiettivo di **aggiornare** al 2024 i dati sui comportamenti di copia privata rilevati in una serie di analoghe ricerche condotte con regolarità dal 2009 – e in particolare *annualmente* a partire dal 2015.
- Come per le precedenti edizioni, l'obiettivo chiave è quello di **rilevare i comportamenti dei consumatori rispetto alla pratica delle copia privata e la ripartizione tra contenuti audio e video che vengono copiati sui dispositivi** utilizzati dai fruitori di musica, video, contenuti multimedia, inclusivi di opere letterarie e arti figurative.
- In particolare, la ricerca ha mirato a investigare **i dispositivi utilizzati per la copia** di ciascuna tipologia di contenuti.

# Impostazione e metodologia utilizzata

- Per affrontare gli obiettivi prefissi, analogamente alle edizioni precedenti, si è impostato un impianto di ricerca di tipo **quantitativo**, mirante ad analizzare in modo **estensivo** i comportamenti di ottenimento / duplicazione / fruizione musicale, video e multimediale all'interno della popolazione italiana.
- Dal 2022 il campione indagato è stato ulteriormente rafforzato passando **da 7.000 a 10.000 individui** (mediamente una rilevazione campionaria si intende rappresentativa già a partire da minimo 1.000/1.500 casi), **tra i 14 e 70 anni**. Tale aumento di oltre un +40% della base campionaria ha consentito di ridurre ulteriormente il margine di errore statistico della rilevazione (che è stato portato all'attuale  $\pm 0,98\%$ , calcolato con un livello di fiducia del 95%).
- La ricerca ha incluso due **approfondimenti** (o «**focus**», intesi come focalizzazione) sui servizi **cloud** e **apparecchi ricondizionati**.

# Metodologia – descrizione dettagliata e campione (1)

- In termini di caratteristiche di definizione del target, il campione è stato selezionato con i medesimi criteri metodologici caratterizzanti le rilevazioni precedenti, è costituito da giovani e adulti italiani tra i **14 e i 70 anni**; vengono rilevati anche i comportamenti di fruizione che interessano l'utenza infantile, rilevata attraverso le risposte dei genitori, tramite una formulazione mirata della relativa domanda.
- La ricerca è stata condotta su una **base campionaria di 10000 individui** (con quote esattamente rispettate al fine di garantire la numerosità esatta), con una ripartizione tra tecniche di rilevazione online e telefonica dettagliate nella prossima pagina. Tale robusta numerosità è stata raggiunta negli anni in termini progressivi, partendo dai 4000 casi del 2015 fino ai 6000 del 2016 e successivamente 7000 casi tra il 2017 e il 2021, per arrivare a 10.000 nel 2022.
- Tali numeriche corrispondono al numero di interviste valide e complete; il numero di **contatti iniziali** effettuati corrisponde a **25671** individui.

## Metodologia – descrizione dettagliata e campione (2)

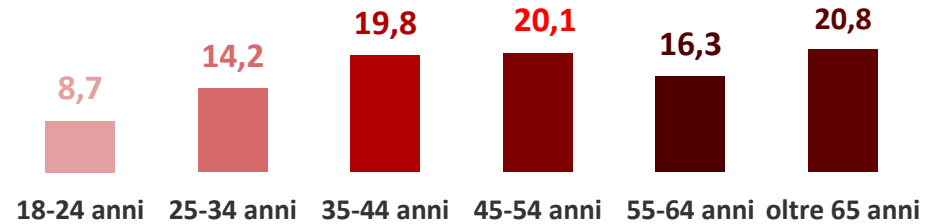
- Il sopra citato campione di **10.000**, ripartito tra **7169** intervistati con metodo **CAWI** (interviste online) e **2831** casi con metodo **CATI** (interviste telefoniche), rispettando in termini proporzionali la ripartizione tra le quote di interviste CAWI/CATI caratterizzante le scorse rilevazioni, sia quella 2022 (medesime numerosità complessive e proporzioni), sia le 5 edizioni precedenti (2017-2021), i cui 7000 casi erano ripartiti tra 5000 CAWI e 2000 CATI.
- Sempre coerentemente con le rilevazioni precedenti, gli intervistati CATI sono stati selezionati tra coloro che hanno **scarsa o nulla dimestichezza** con mezzi **informatici**, in modo da assicurarci di rilevare con basi significative i comportamenti posti in essere da individui caratterizzati da pratiche più *tradizionali* di fruizione audio-video e copia privata.
- A entrambi i target è stato somministrato il medesimo **questionario strutturato**, di durata circa **25 minuti**, caratterizzato da contenuti **analoghi** a quello delle **rilevazioni precedenti**, per garantire confrontabilità.

# Profilo del Campione

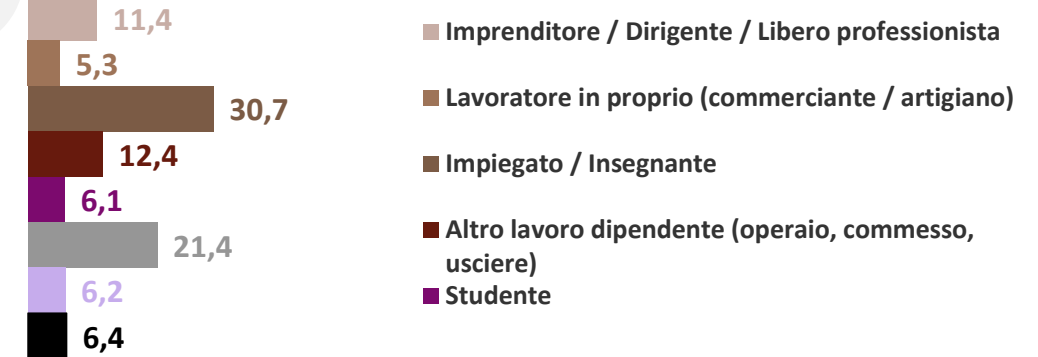


Numerosità campionaria: 10000 casi

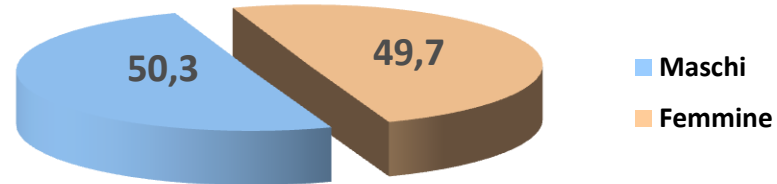
## ETÀ



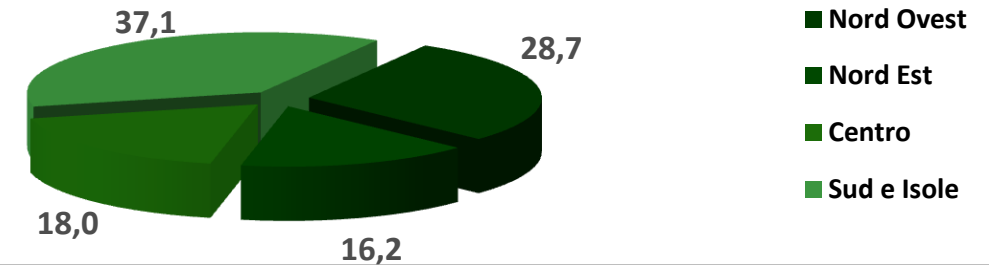
## OCCUPAZIONE



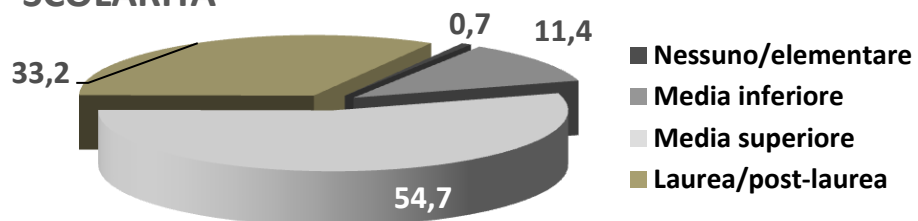
## GENERE



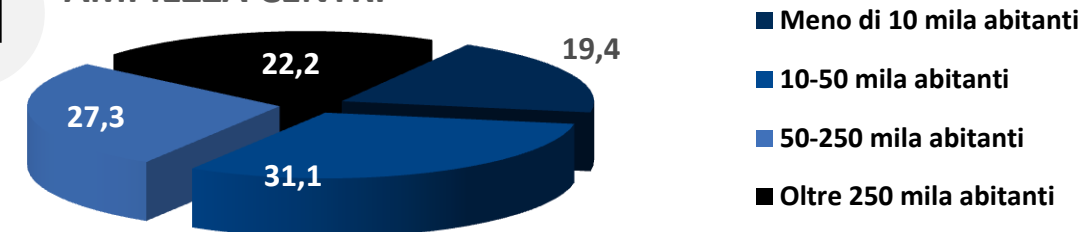
## AREA



## SCOLARITÀ



## AMPIEZZA CENTRI



Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %



# Campione CAWI (online)



7169 casi

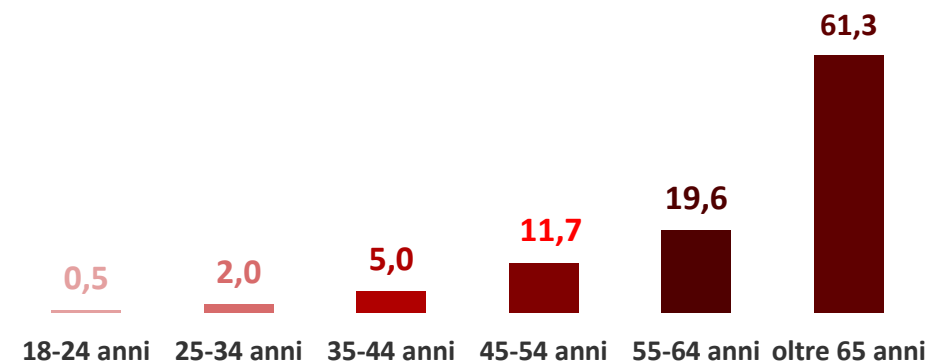
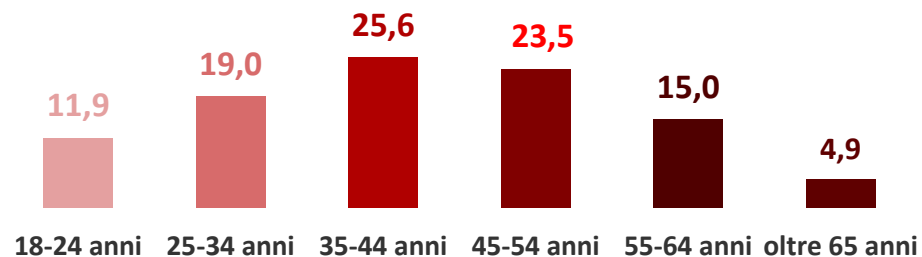
# Campione CATI (telefonico)



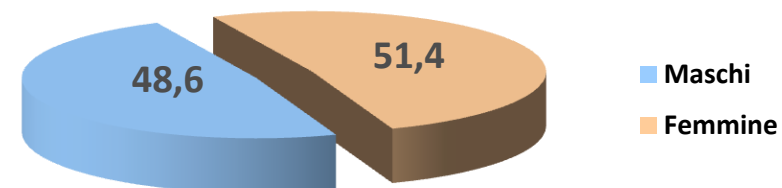
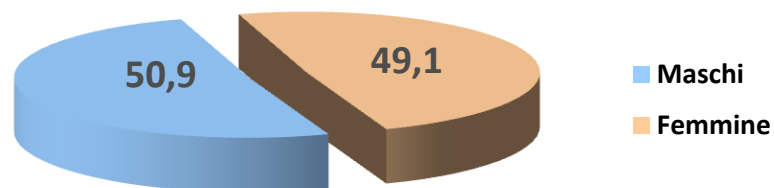
2831 casi



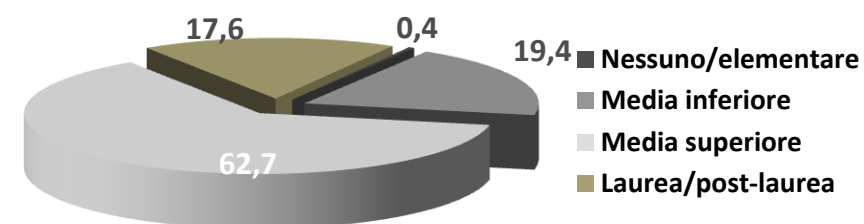
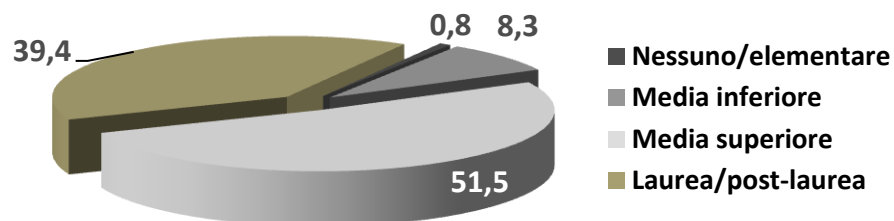
ETÀ



GENERE



SCOLARITÀ



Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %

# Campione CAWI (online)



7169 casi

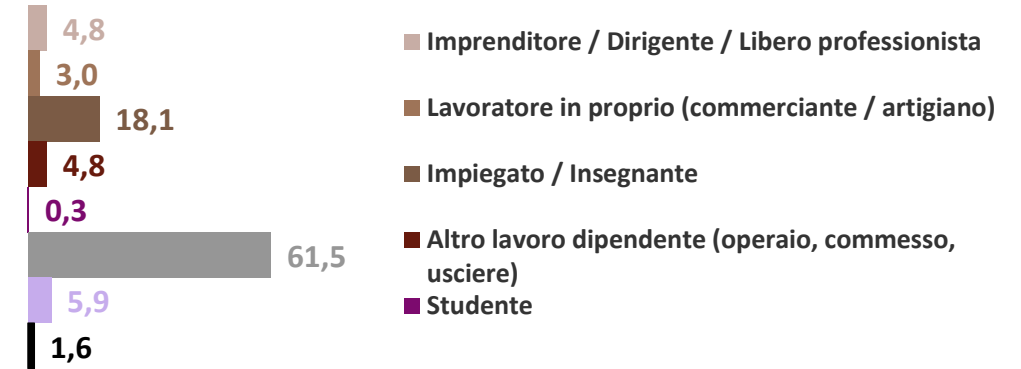
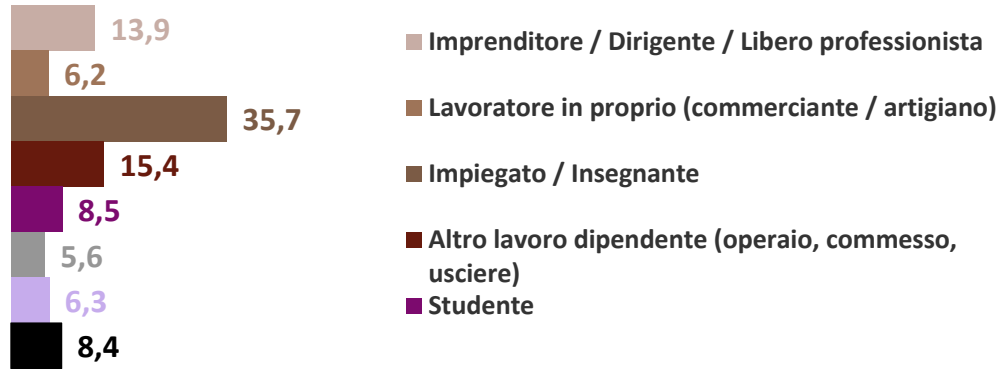
# Campione CATI (telefonico)



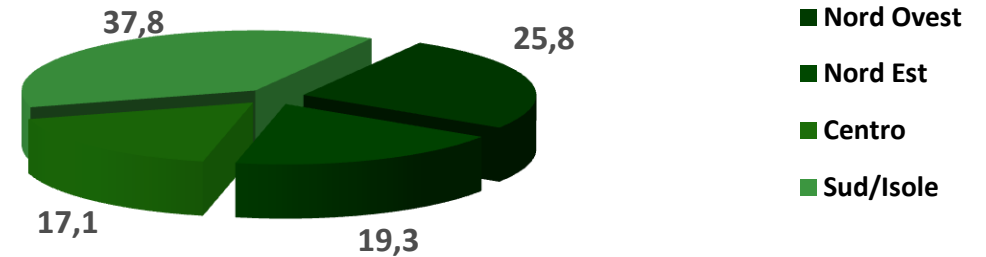
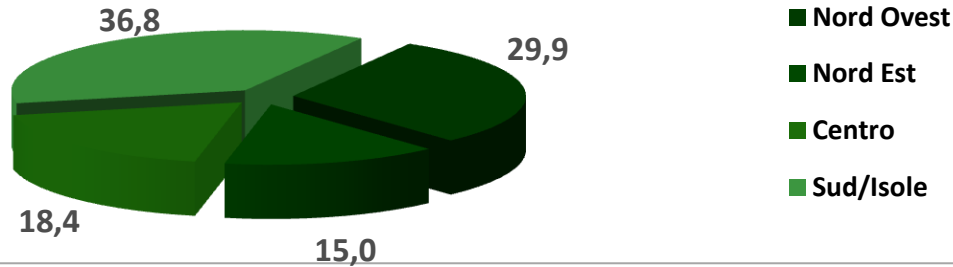
2831 casi



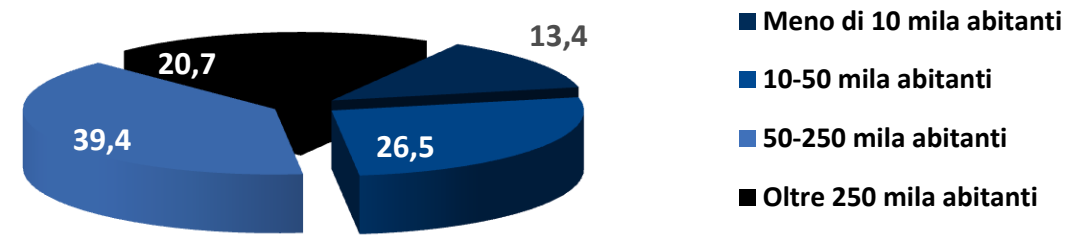
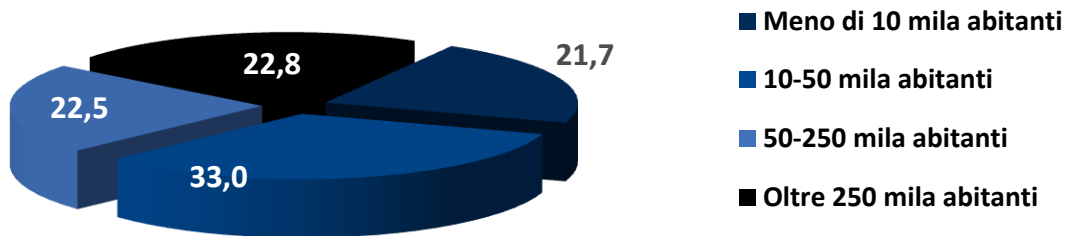
## OCCUPAZIONE



## AREA



## AMPIEZZA CENTRI



Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %

# 1

## PRATICHE DI FRUIZIONE CONTENUTI E COPIA PRIVATA

# Fruizione contenuti audio e video registrati

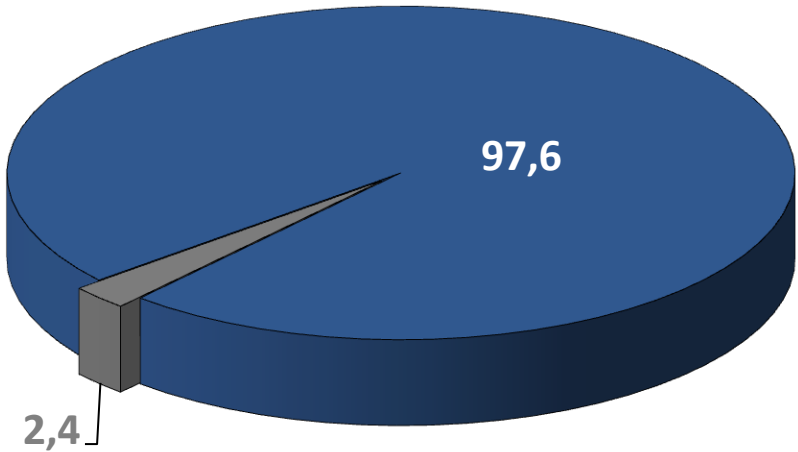
- La survey, come ogni anno, inizia con la rilevazione della percentuale di pratiche di **ascolto** di contenuti audio e **visione** di **video** registrati. Analogamente agli anni scorsi, tali comportamenti accomunano la **quasi totalità del campione**, con valori quest'anno del **97,6%** per l'**audio** (-1% sul 2023,) e **93,8%** per il **video**, in questo caso con un calo leggermente più significativo, pari al 3%, il che "annulla" il leggero incremento (meno dell'1%) sperimentato l'anno scorso sul precedente.
- In termini di frequenza di fruizione:
  - **oltre due terzi** del campione ascolta **quotidianamente musica** (66,9%, anche in questo caso più vicino ai valori 2022 che a quelli 2023, in cui si era verificato un marcato incremento), e un valore media di frequenza di ascolto pari a di 9,04 volte/mese (leggero calo rispetto al valore 2023 e 2022);
  - **quasi la metà** (47,1%, in calo rispetto ai valori degli anni scorsi, e coerentemente con quanto riportato sopra in merito alla fruizione tout court) fruisce **quotidianamente** di **contenuti video**, con una frequenza media di visione di 7,31 volte/mese (nuovamente, anch'esso in calo sull'anno scorso)
- In linea con gli anni precedenti, la **radio** rimane la fonte privilegiata di ascolto; la **TV** di visione.

# Pratiche di ascolto contenuti audio (musica)

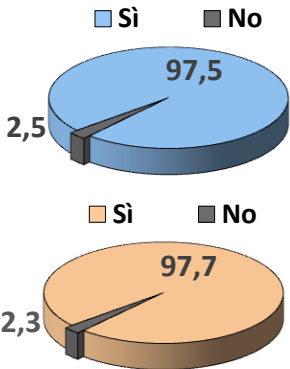
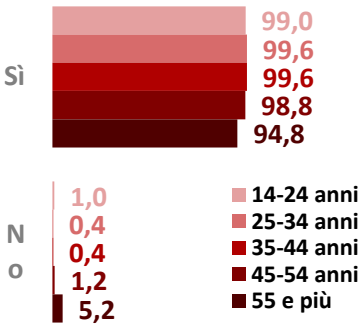
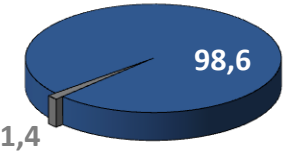
Dom. 01

“Lei ascolta musica?”

■ Sì ■ No



2023



tutti i giorni o quasi

66,9

circa 2/3 volte a settimana

16,6

circa una volta a settimana

5,6

circa una volta al mese

1,7

meno spesso

9,2

La frequenza media di ascolto di musica è pari a 9,04 volte al mese.

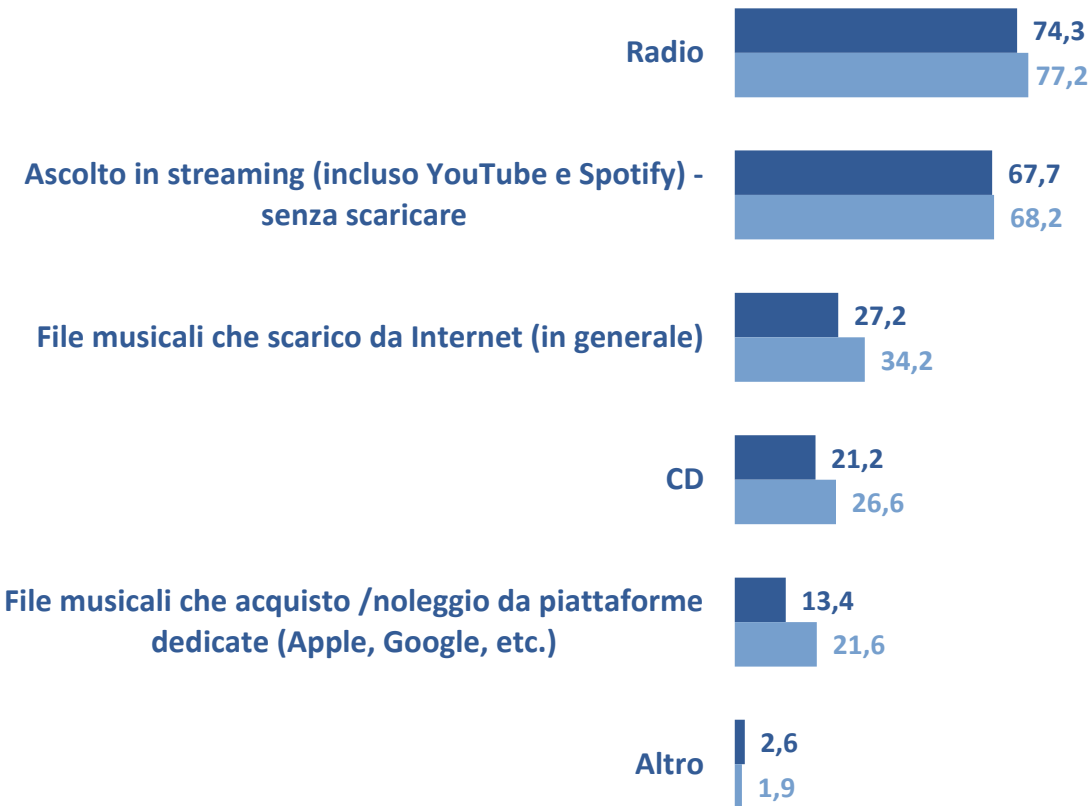
Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %

Base: fruitori audio (9760 casi) - valori in %

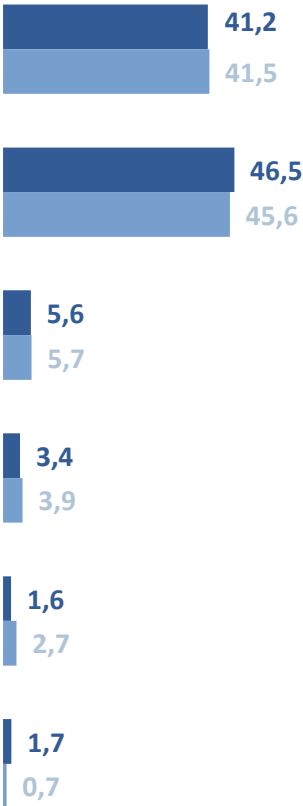
# Fonti di ascolto contenuti audio (musica)

Dom. 02a 2b

“Cosa utilizza per ascoltarla?”



“Qual è la fonte principale?”



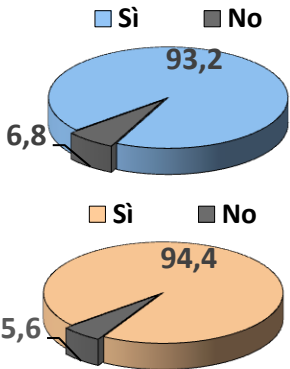
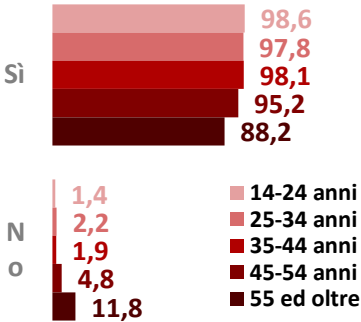
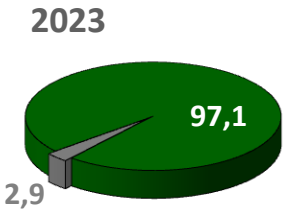
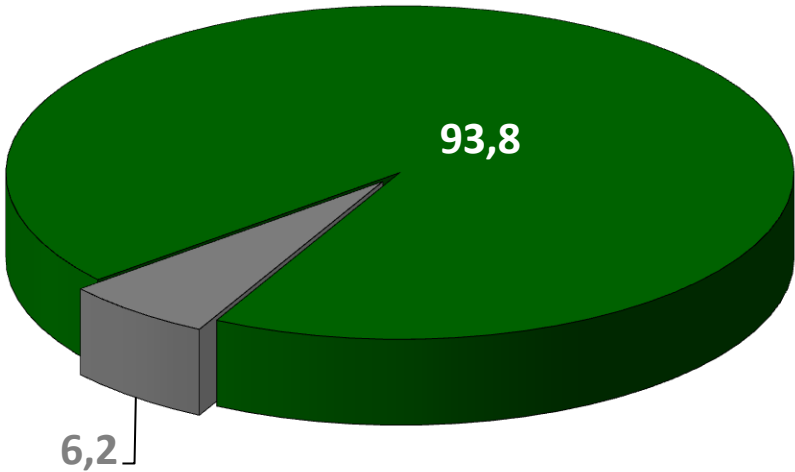
■ Dati 2024  
■ Dati 2023

Base: fruitori audio (9760 casi) - valori in %

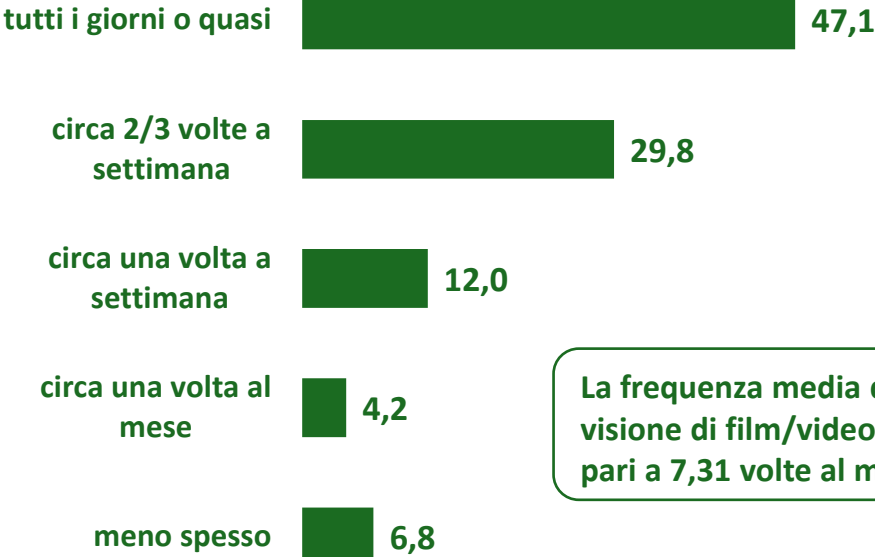
# Pratiche di visualizzazione contenuti video

Dom. 03

“Lei guarda film o video?”   ■ Sì   ■ No



Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %



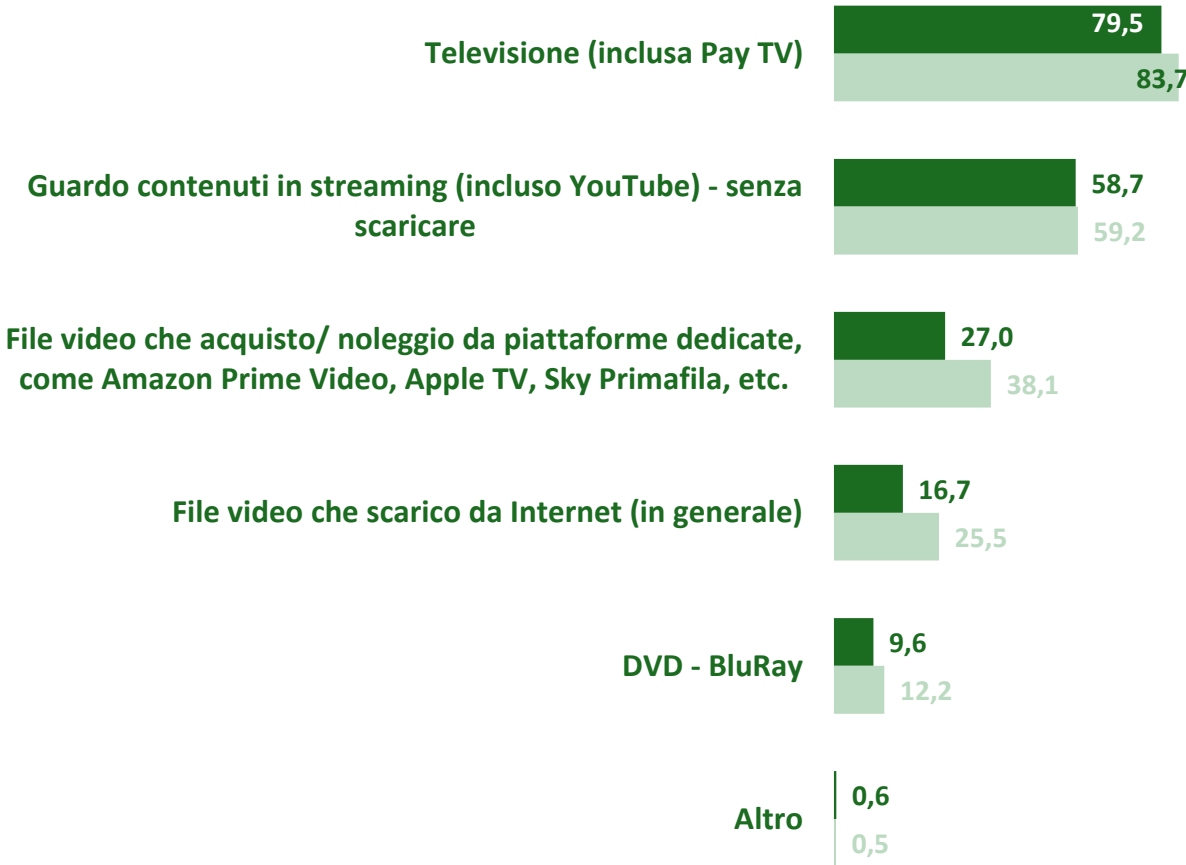
La frequenza media di visione di film/video è pari a 7,31 volte al mese.

Base: fruitori video (9383 casi) - valori in %

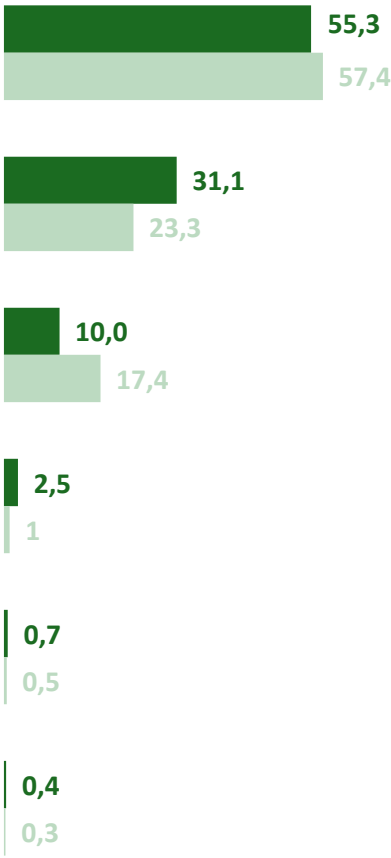
# Fonti di visualizzazione contenuti video

Dom. 04a Dom.04b

## “Cosa utilizza per guardarli?”



## “Qual è la fonte principale?”



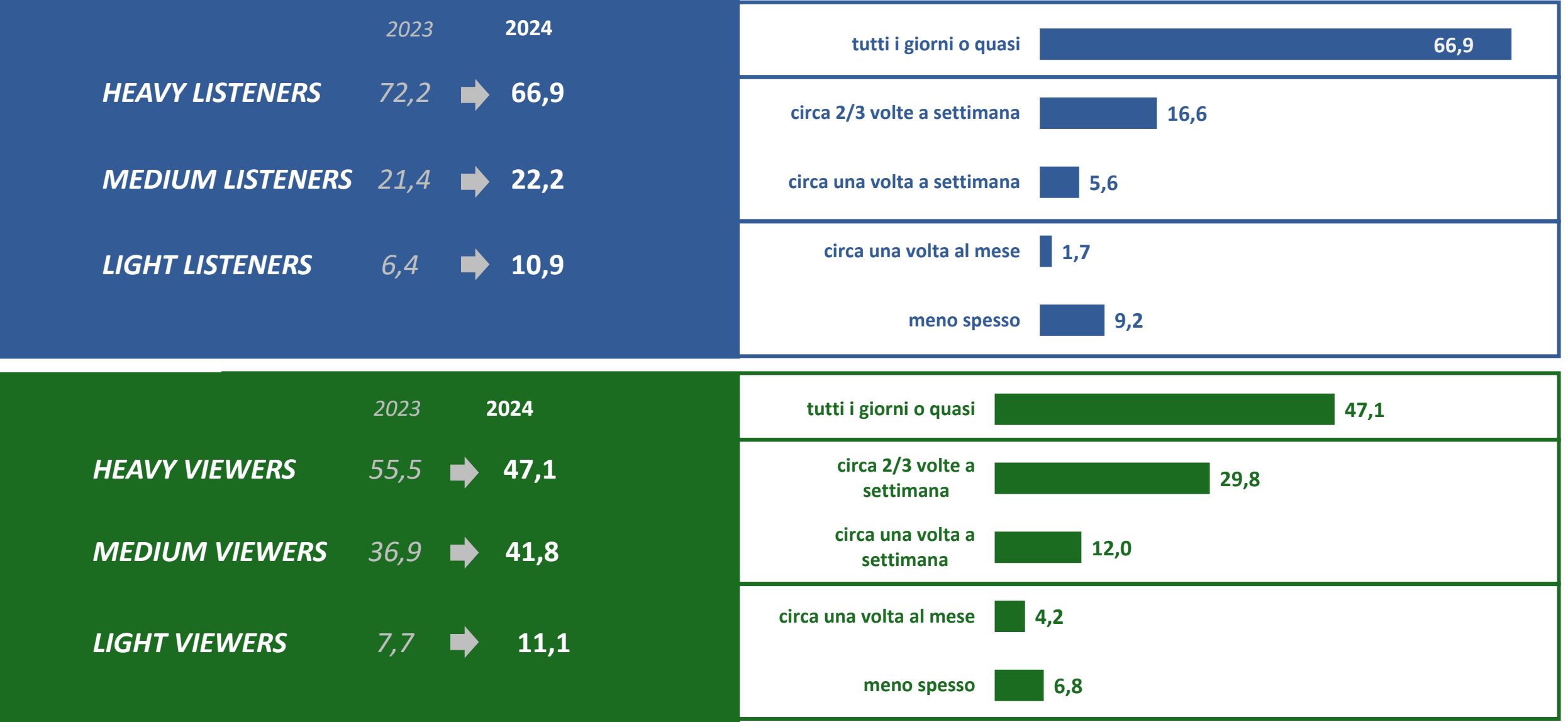
 Dati 2024  
 Dati 2023

Base: fruitori video (9383 casi) - valori in %



# Frequenza comparata di ascolto e visione

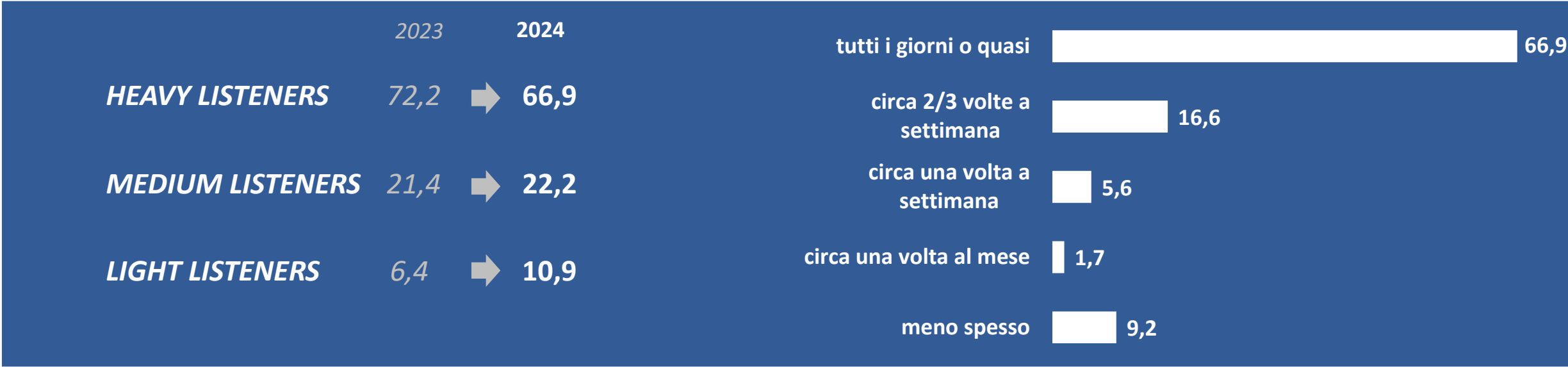
Dom. 02-04



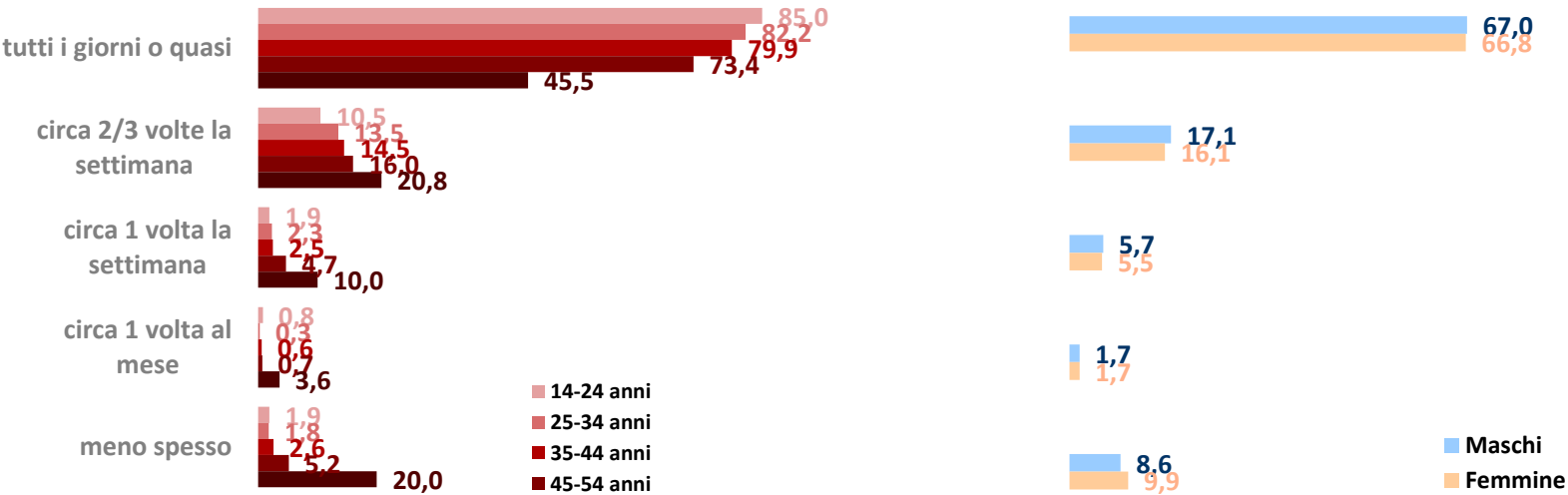
Base: fruitori audio (9760 casi) - valori in %  
Base: fruitori video (9383 casi) - valori in %

# Frequenza di ascolto – specifiche

Dom. 02



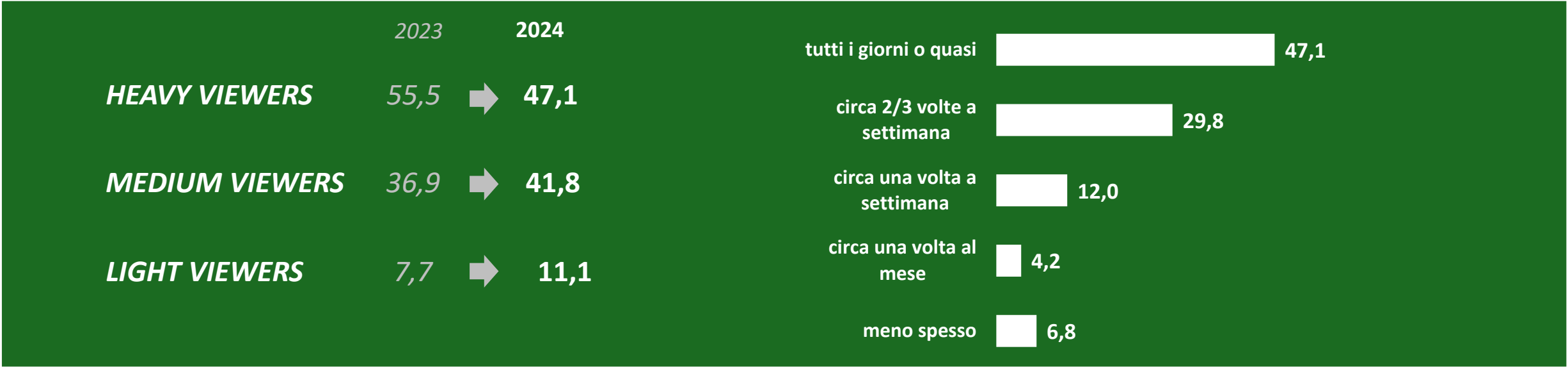
## Distribuzione per età e genere



Base: fruitori audio (9760 casi) - valori in %

# Frequenza di visione – specifiche

Dom. 04



## Distribuzione per età e genere



Base: fruitori video (9383 casi) - valori in %

# 2

## PRATICHE DI COPIA DEI CONTENUTI AUDIO E VIDEO

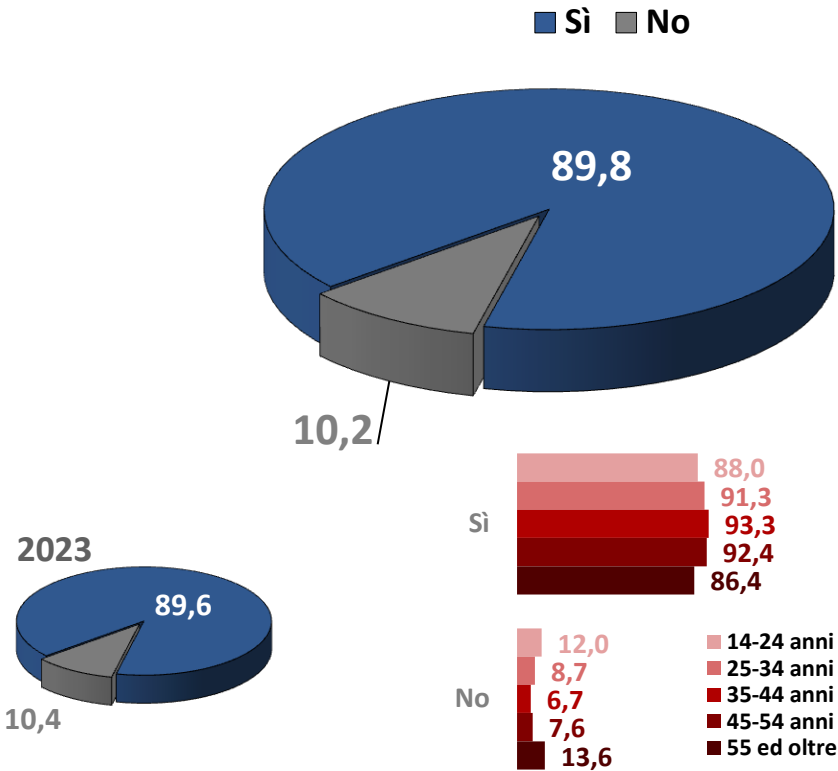
## Pratiche di Copia Privata – Audio e Video

- Estremamente stabile si conferma la quota di pratica di **copia privata audio**, con un valore pressoché identico al 2023 (0,2% in meno) e assolutamente identico al 2022. Il **video** vede invece un interessante incremento pari a poco più di 3 punti percentuali.
- Nel dettaglio: la copia privata **audio** è all'89,8% (dato relativo alla percentuale di individui a cui "*capita di effettuare una copia di brani musicali / materiale audio per proprio utilizzo personale*") e quella **video** (pratica che storicamente si pone a un livello inferiore rispetto a quanto avviene per l'audio, per motivi anche meramente tecnici, relativi alla maggior capacità richiesta nei device per le pratiche di copia) pari al 61,4%.
- La frequenza media di copia **audio** è di poco meno di 3 volte/mese: 2,93 (leggermente inferiore ai valori 2023 che erano di 3,10 volte/mese); quella di copia **video** è di converso cresciuta (coerentemente con i trend visti poco fa) a 3,10 rispetto al 2,91 del 2023 e tornato a pressoché gli stessi valori del 2022 (in cui era 3,15).
- Il **tempo di conservazione** dichiarato dei contenuti copiati è leggermente aumentato, pari quest'anno a 4 anni (4,07 per la precisione), rispetto al corrispondente valore rilevato nel 2023. Per il video, il tempo è di poco più di 3 anni e mezzo (3,58, pari a 3 anni e 7 mesi in riproiezione su base annua), in crescita.

# Pratiche di Copia Privata: Audio

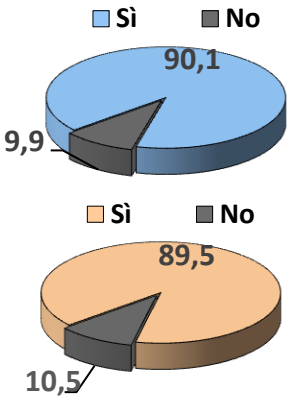
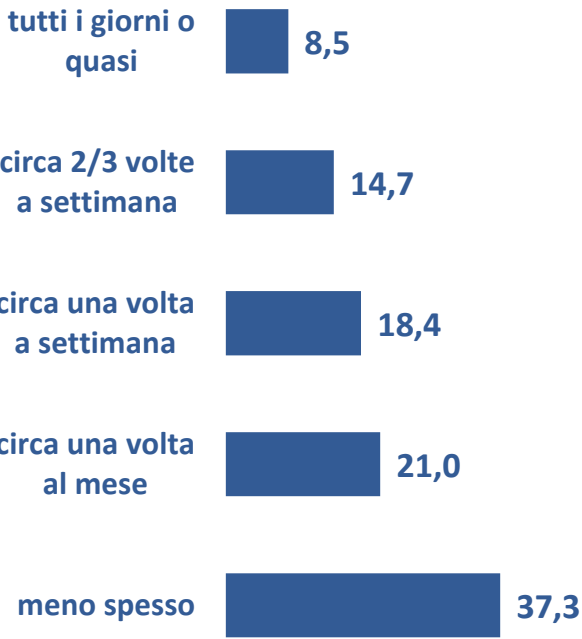
Dom. 05 Dom. 06

“Le capita di effettuare una copia di brani musicali / materiale audio per suo utilizzo personale, cioè per poterli poi risentire quando preferisce (copiandoli su supporti come CD, DVD, computer, smartphone, etc.)?”



Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %

“Con che frequenza?”



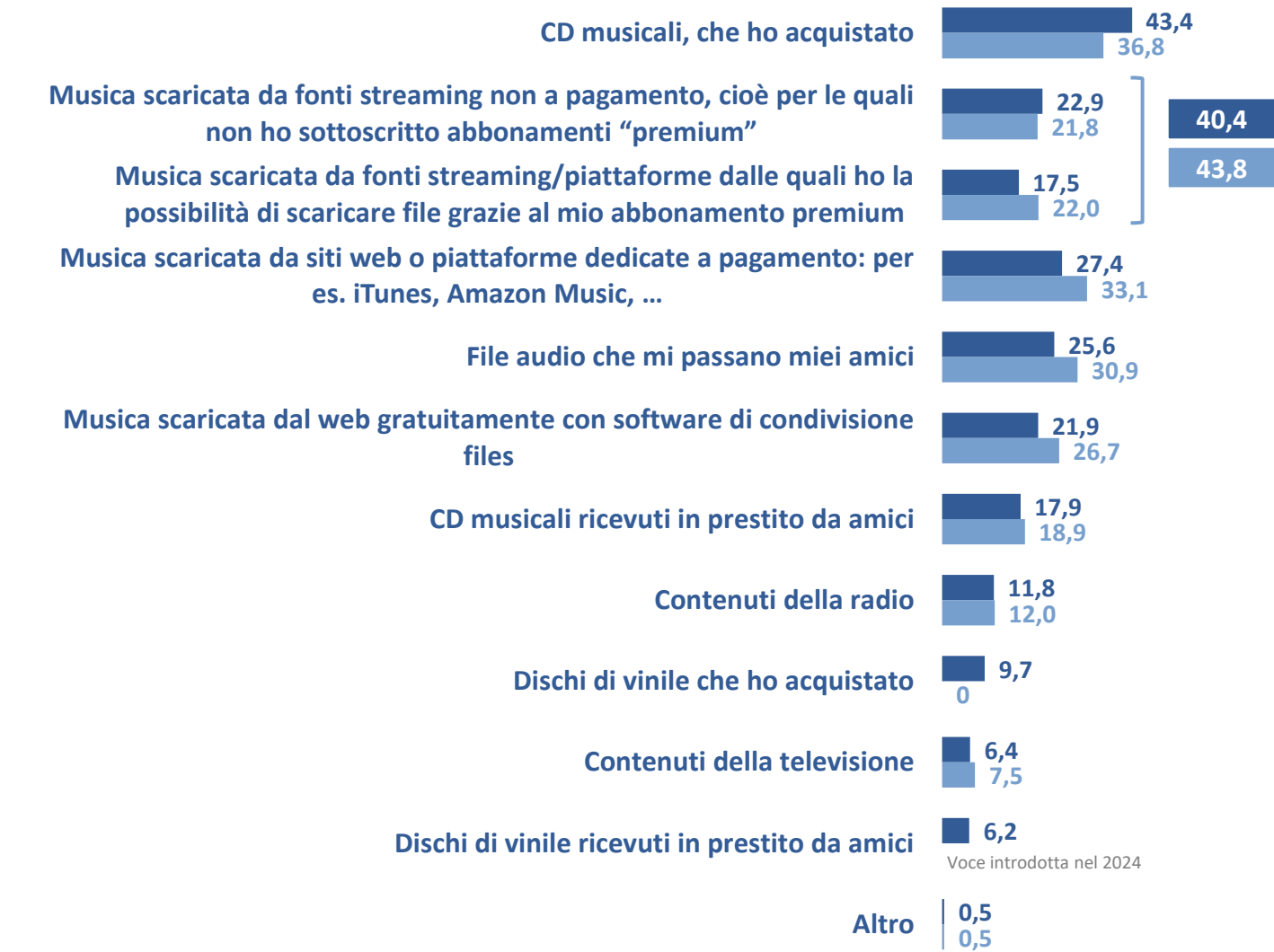
La frequenza media di copia di brani musicali/materiale audio è pari a 2,93 volte al mese.

Base: effettuano copia privata audio (8981 casi) - valori in %

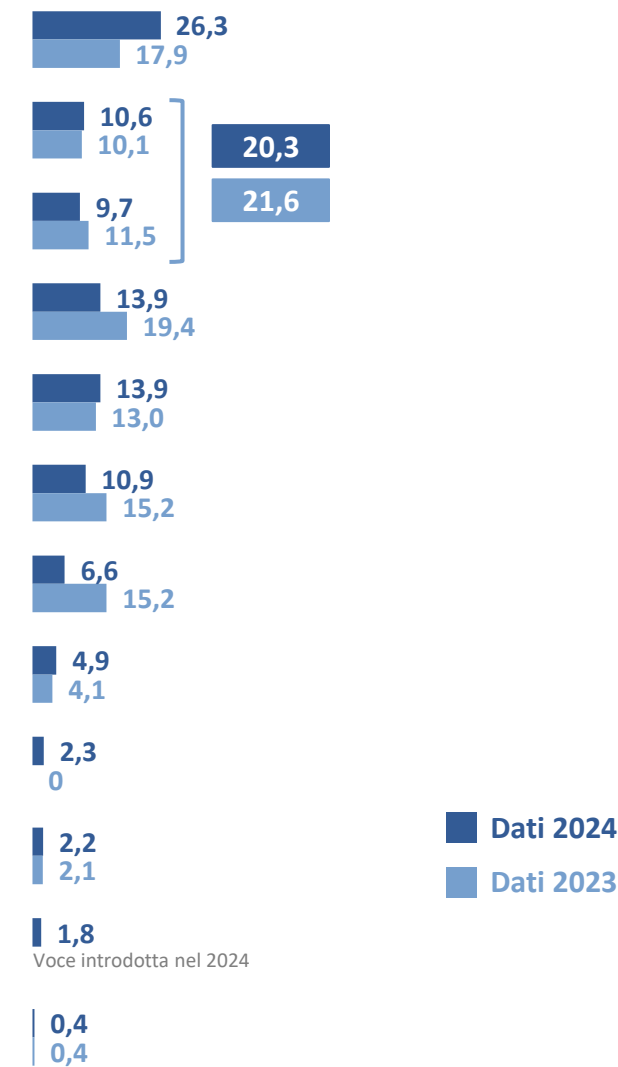
# Fonti da cui si ricavano i contenuti audio (musica) copiati

Dom. 07 Dom. 07a

## “Da quali fonti ricava la musica che copia per suo utilizzo personale?”



## “Qual è la fonte principale?”



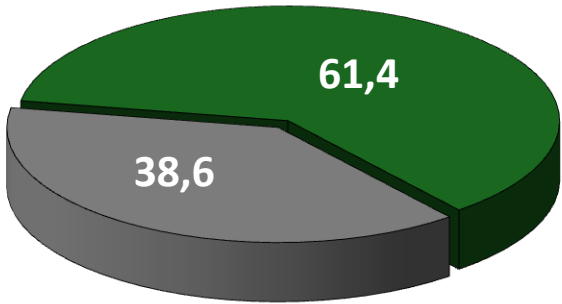
Base: effettuano copia privata audio (8981 casi) - valori in %

# Pratiche di Copia Privata: Video

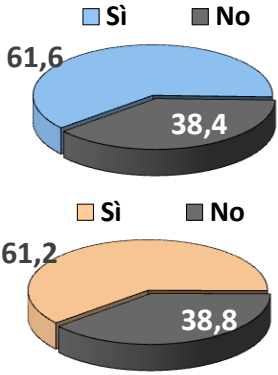
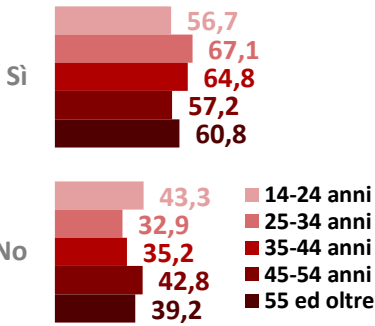
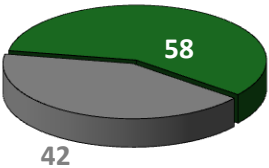
Dom. 08 Dom. 09

“Le capita di effettuare una copia di film/programmi tv/materiale video?”

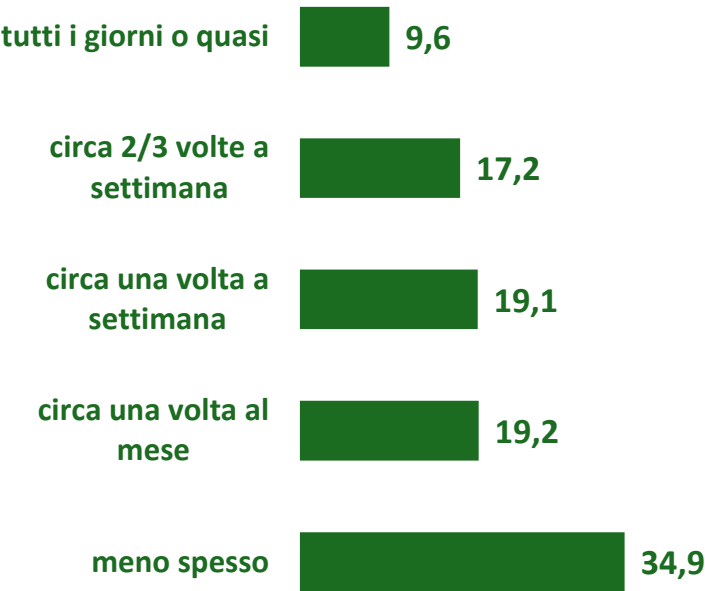
■ Sì ■ No



2023



“Con che frequenza?”



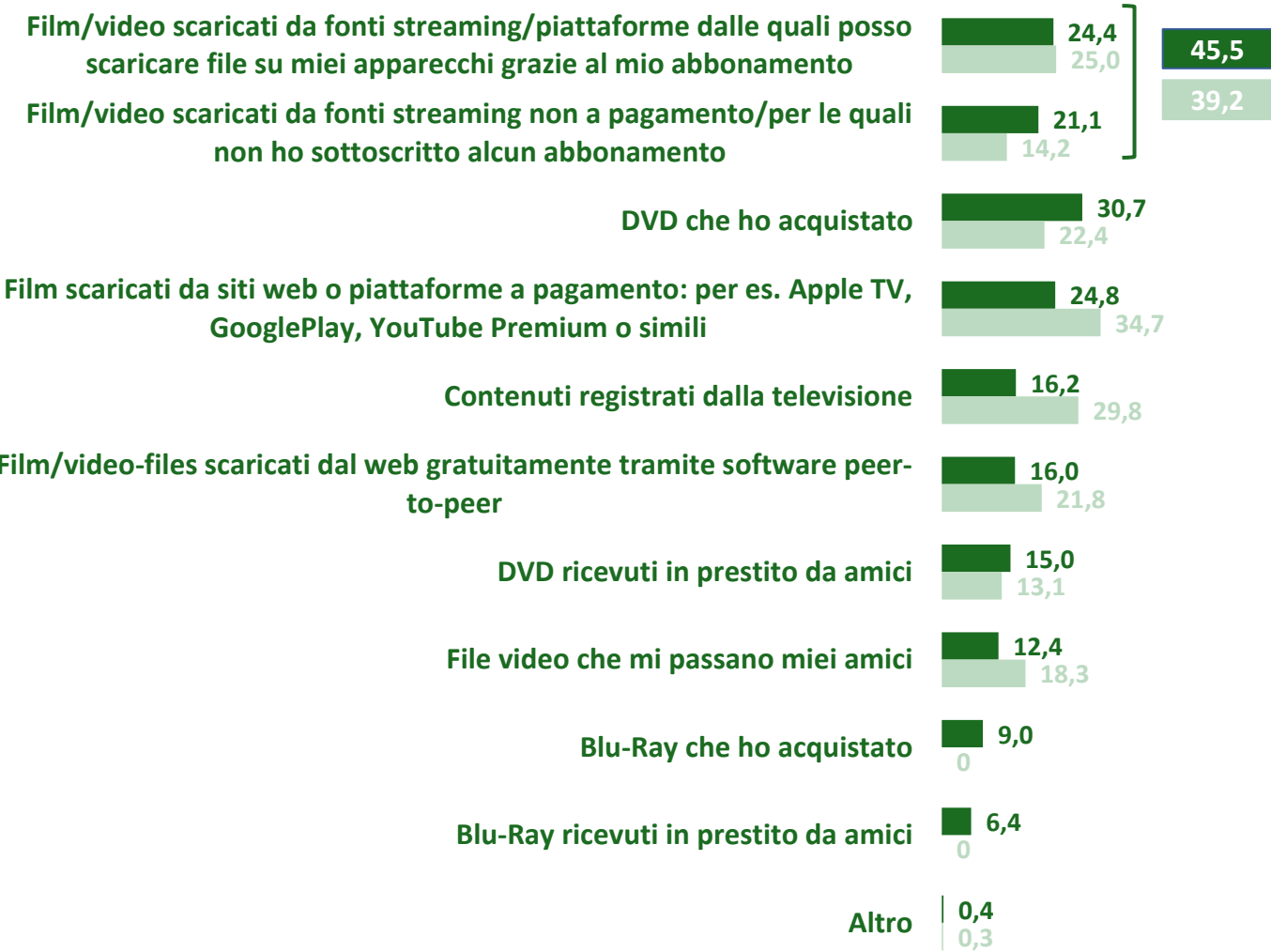
La frequenza media di copia di film/programmi tv/materiale video è pari a 3,10 volte al mese.



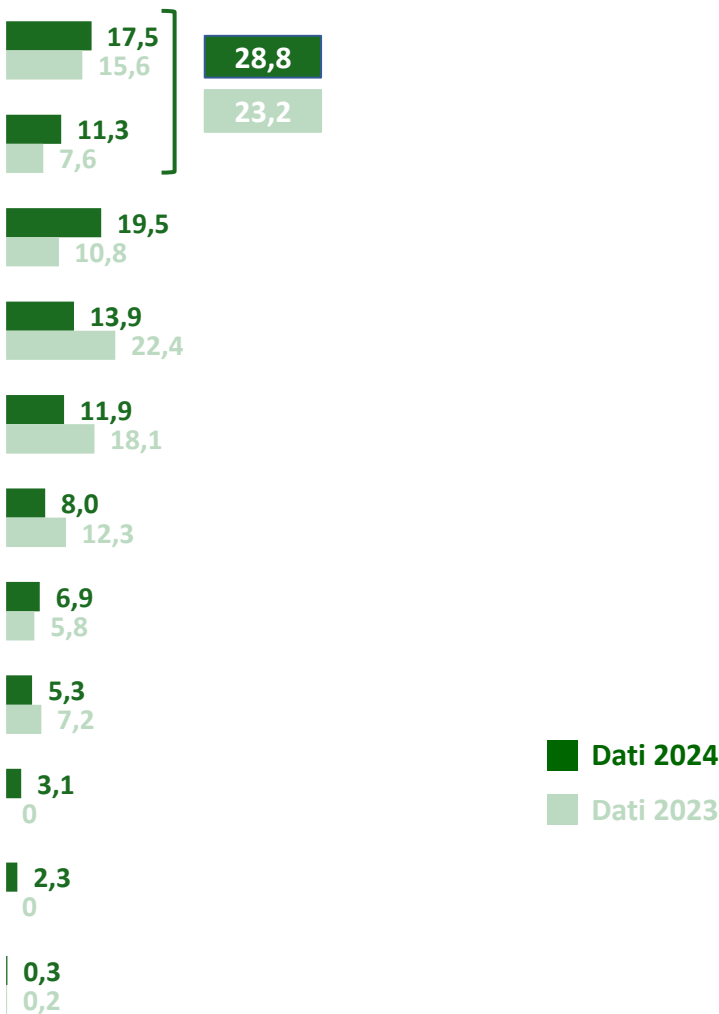
# Fonti da cui si ricavano i contenuti video copiati

Dom. 10 Dom. 10a

“Quali sono le fonti da cui lei ricava i suoi video/film?”



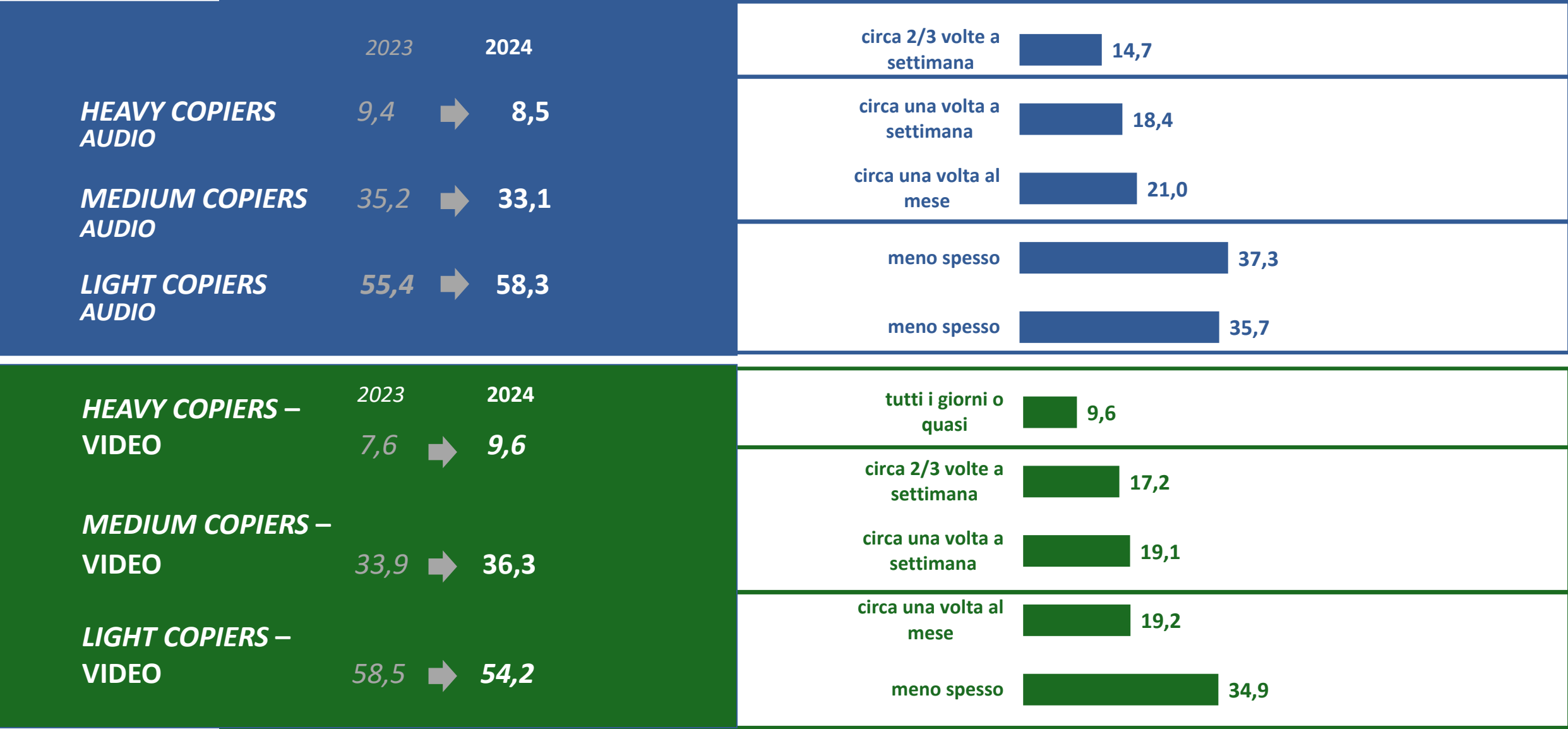
“Qual è la fonte principale?”



Base: effettuano copia privata video (6141 casi) - valori in %

# Frequenza delle pratiche di Copia Privata – Audio e Video

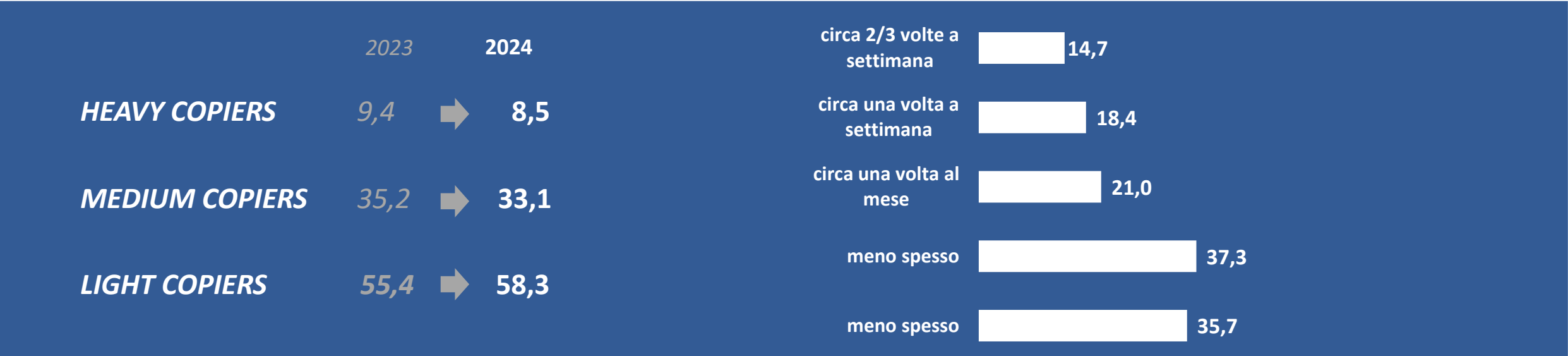
Dom. 06-09



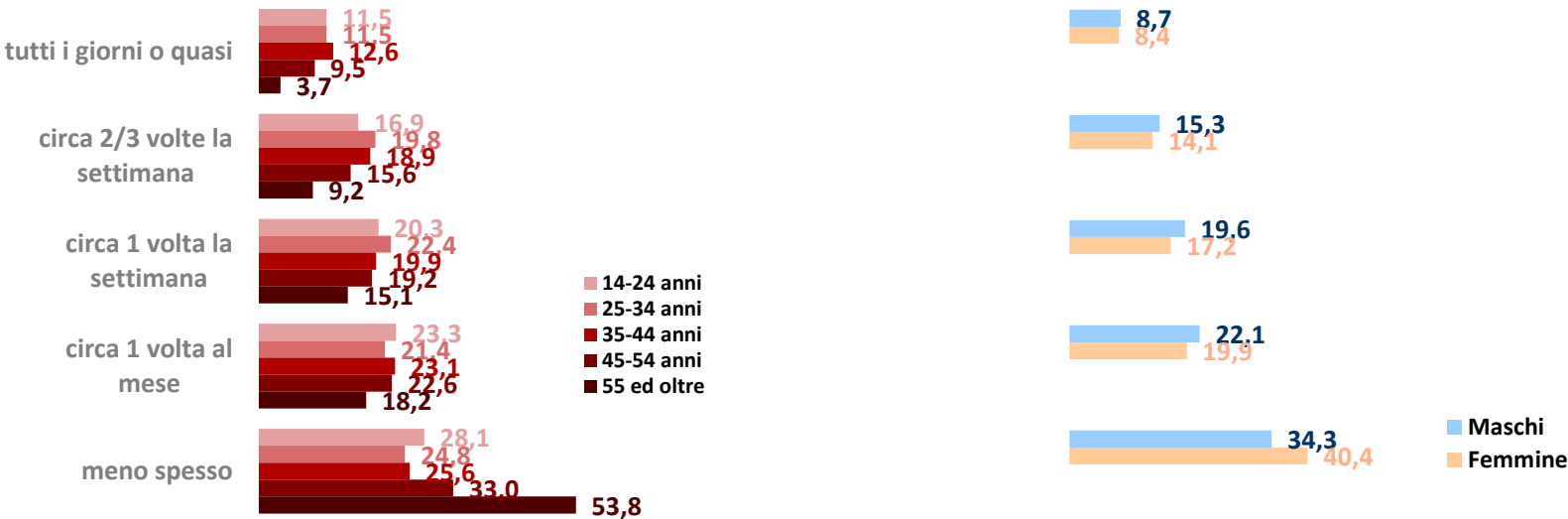
Base: effettuano copia privata audio (8981 casi) e/o video (6141 casi) - valori in %

# Frequenza delle pratiche di Copia Privata – Audio

Dom. 06



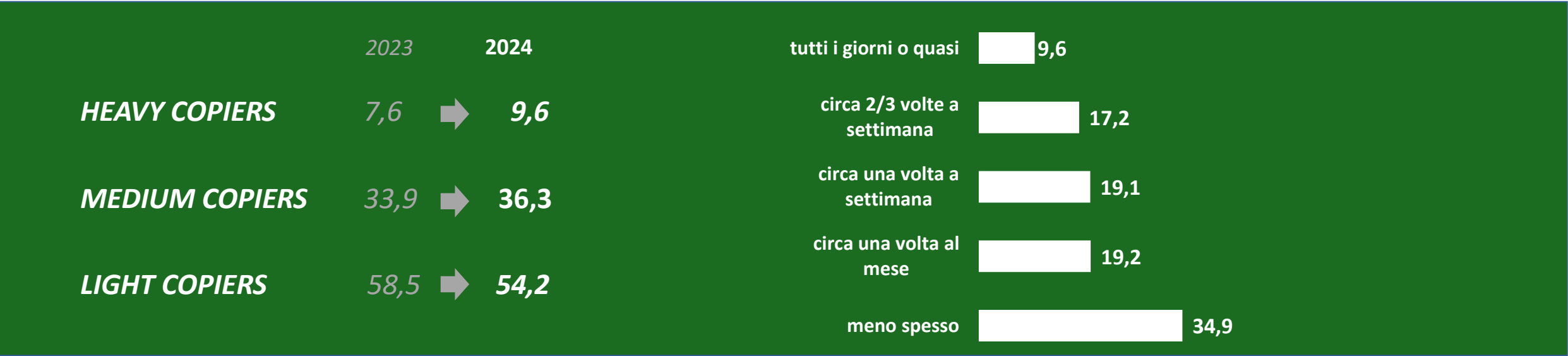
## Distribuzione per sesso ed età



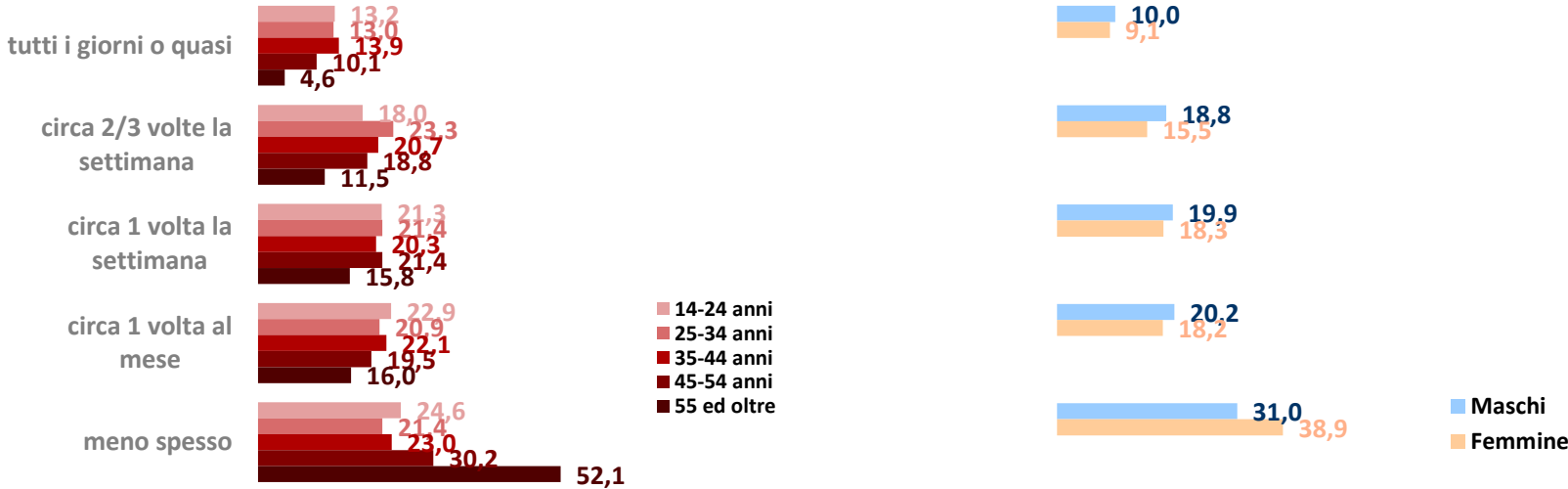
Base: effettuano copia privata audio (8981 casi) - valori in %

# Frequenza delle pratiche di Copia Privata – Video

Dom. 09



## Distribuzione per sesso ed età

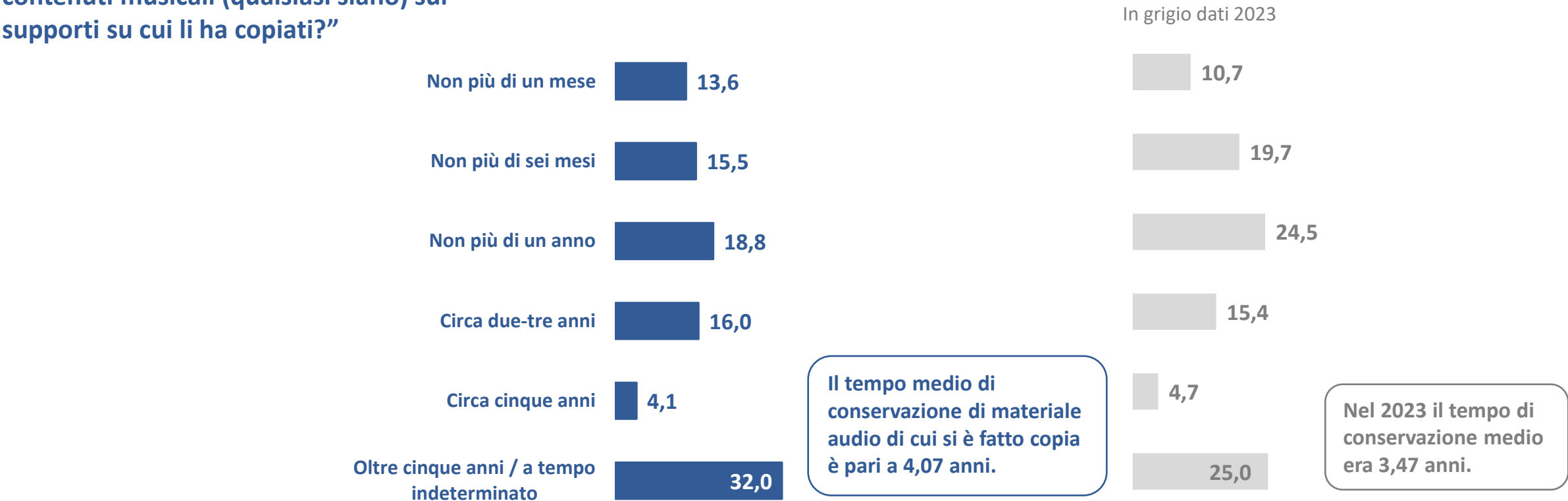


Base: effettuano copia privata video (6141 casi) - valori in %

# Tempi di conservazione della copia – Audio

Dom. 14

“Complessivamente, per quanto tempo solitamente Lei conserva / mantiene in “archivio” la copia effettuata dei contenuti musicali (qualsiasi siano) sui supporti su cui li ha copiati?”



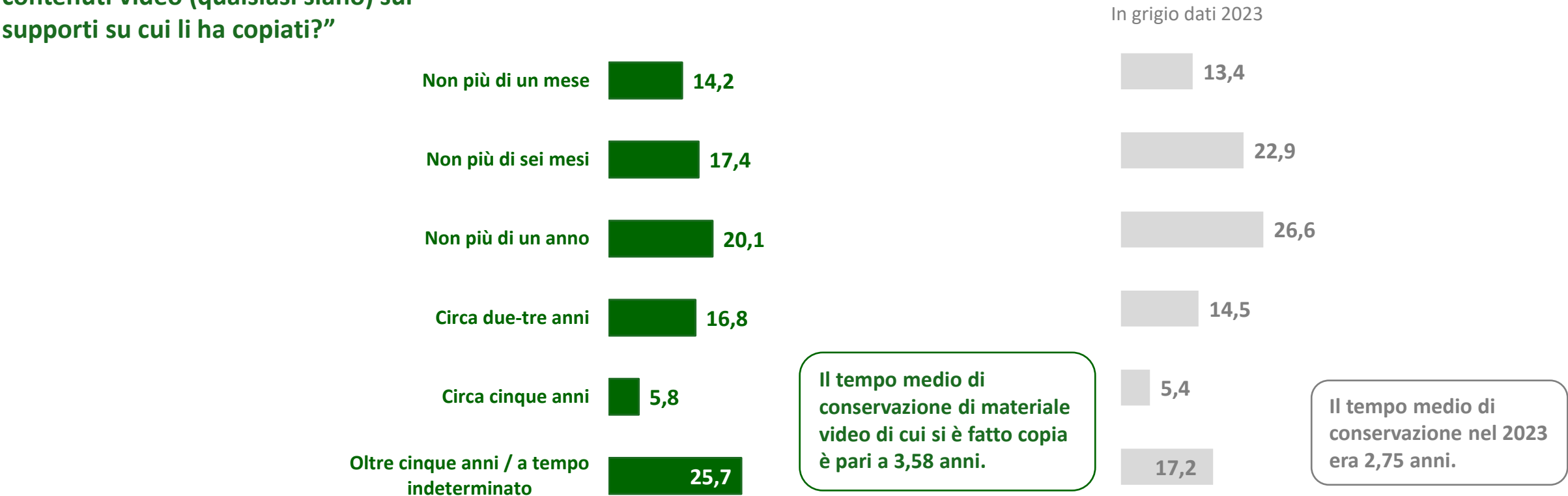
Base: effettuano copia privata audio (8981 casi) - valori in %

Nota: il tempo medio di conservazione è stato calcolato ponderando la classe aperta “oltre cinque anni / a tempo indeterminato” con un valore pari a 10 anni di conservazione.

# Tempi di conservazione della copia – Video

Dom. 15

“Complessivamente, per quanto tempo solitamente Lei conserva / mantiene in “archivio” la copia effettuata dei contenuti video (qualsiasi siano) sui supporti su cui li ha copiati?”

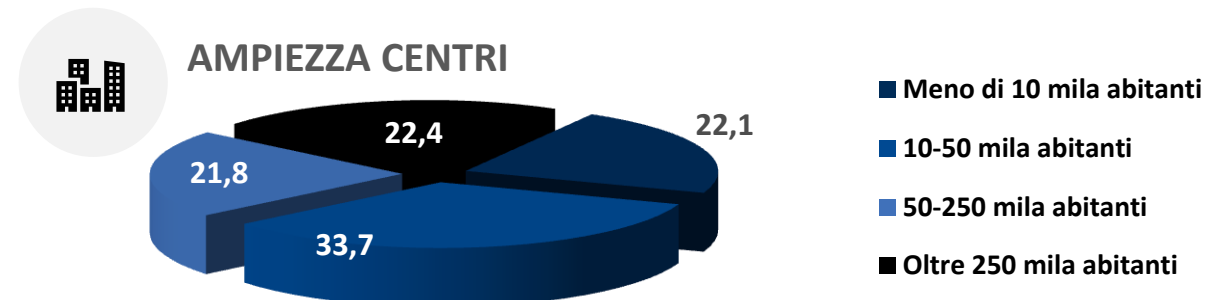
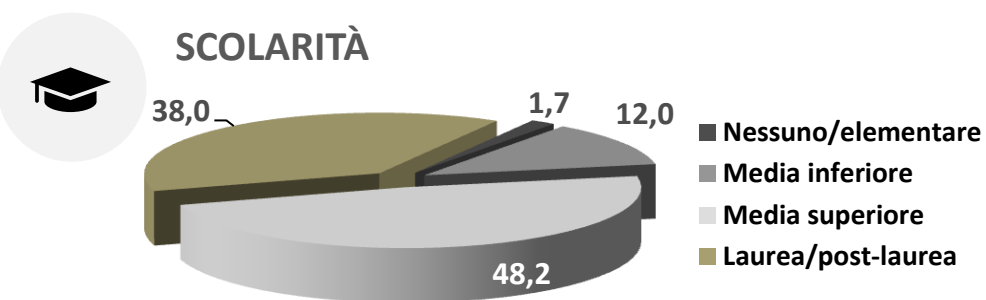
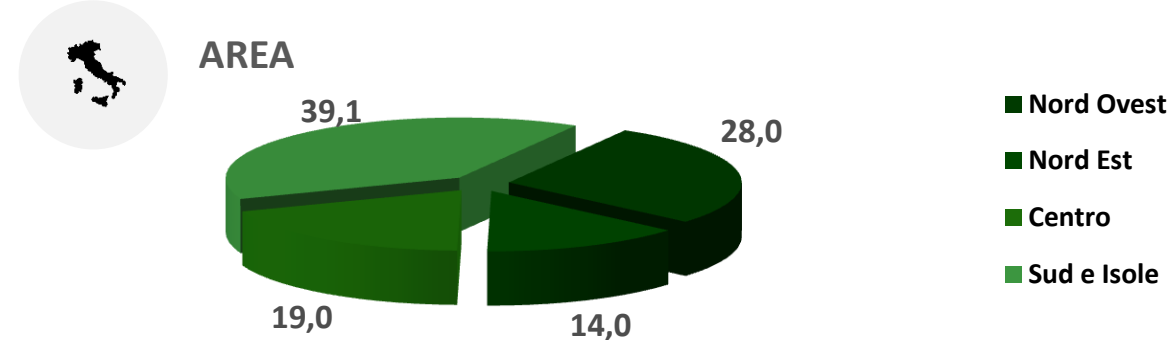
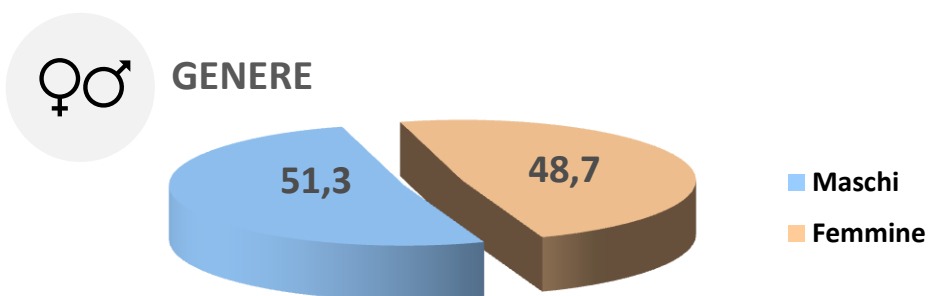
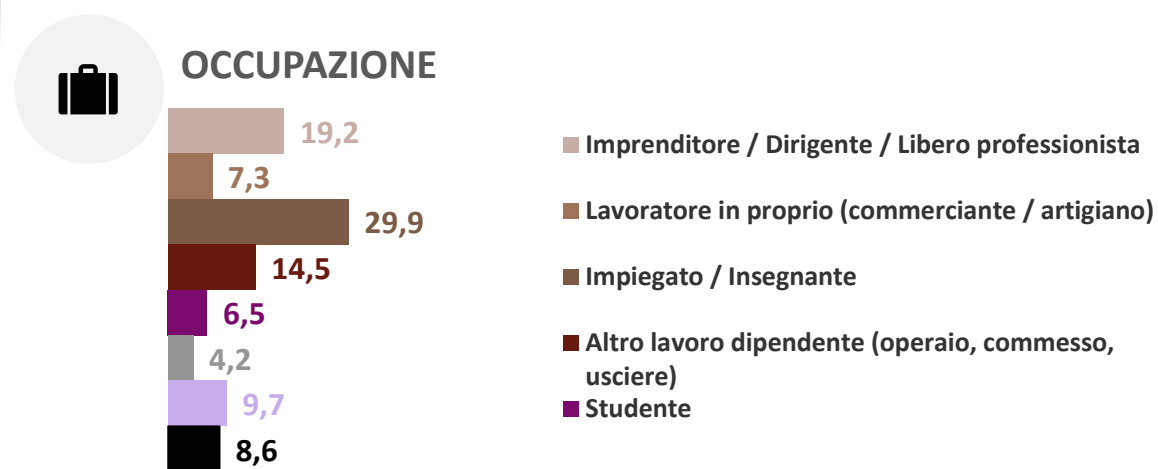
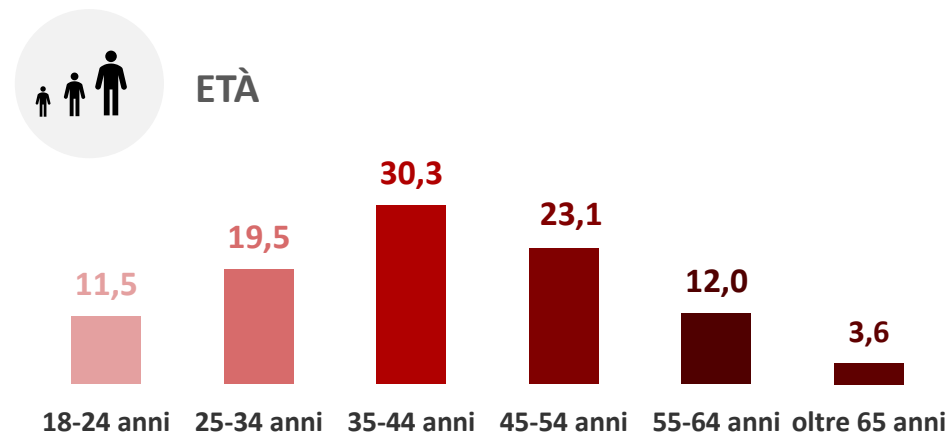


Base: effettuano copia privata video (6141 casi) - valori in %

Nota: il tempo medio di conservazione è stato calcolato ponderando la classe aperta “oltre cinque anni / a tempo indeterminato” con un valore pari a 10 anni di conservazione.

## Profilo dei “copiatori” Audio

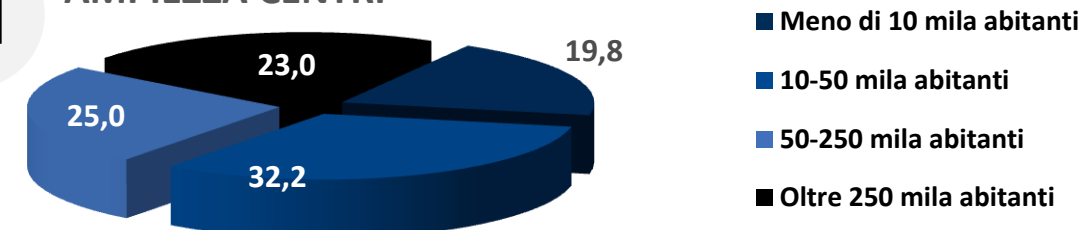
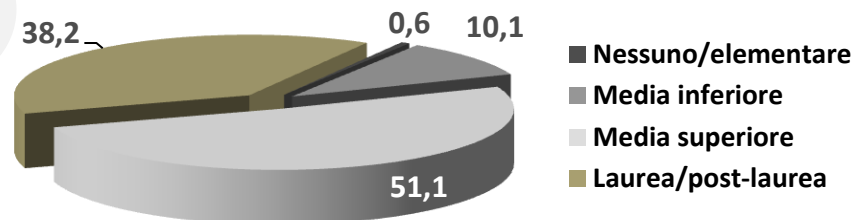
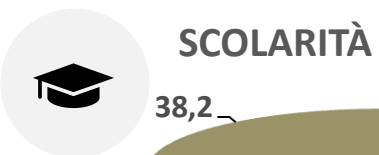
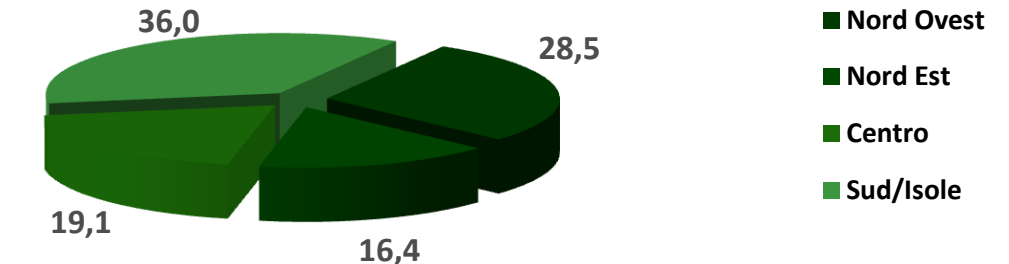
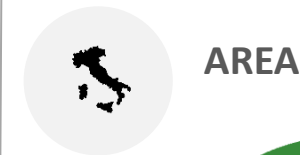
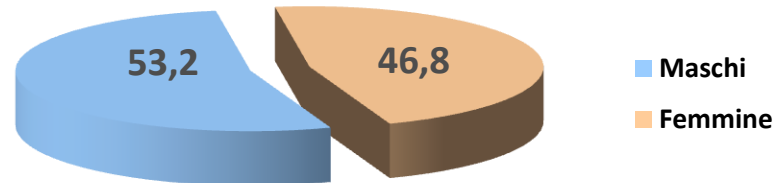
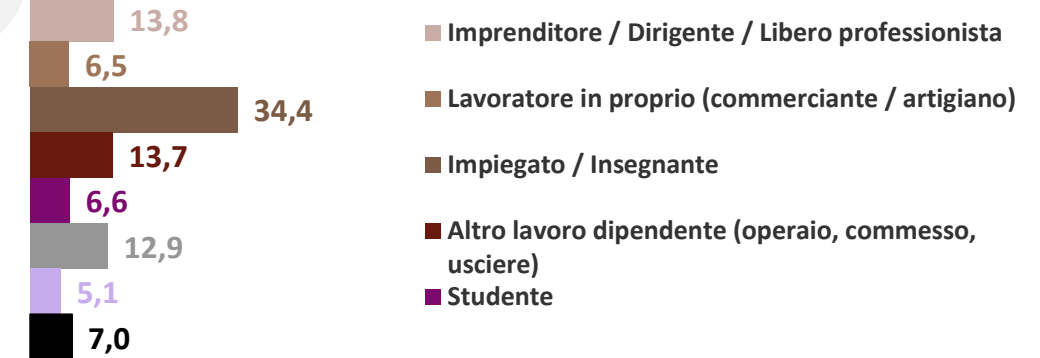
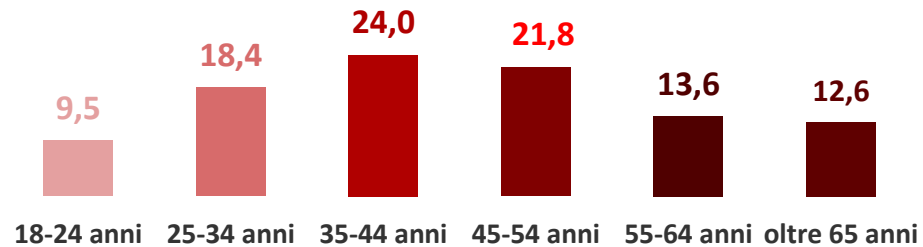
- I maggiori *copiatori* di materiale audio (**Heavy Copiers**), che effettuano la pratica di copia privata quotidianamente o quasi, corrispondono all'8,5% (leggero calo rispetto al valore dell'anno scorso, 9,4%); prevalenza maschile e fasce d'età soprattutto centrali, tra i 35 e i 44 anni.
- I **Medium Copiers** (33,1%, valore leggermente in calo rispetto al 5,2% dell'anno scorso) sono pure concentrati su una fascia d'età centrale e pure con una prevalenza maschile.
- I **Light Copiers** sono il 58,3%, in crescita sul 55,4% del 2023. Come di consueto, i "light" copiers sono maggiormente concentrati nella fasce d'età più alte, con una leggera prevalenza di genere femminile.



Base: heavy copiers audio (766 casi) - valori in %



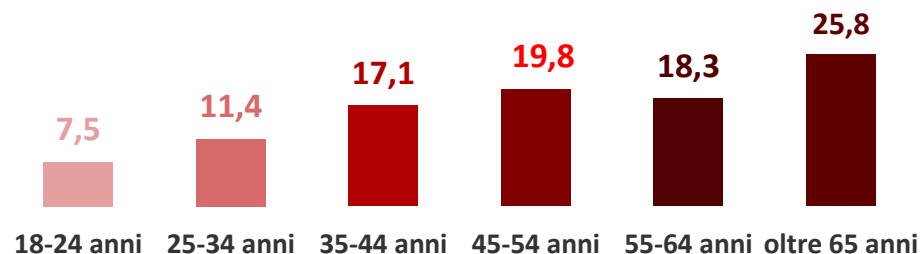
Dom. 06



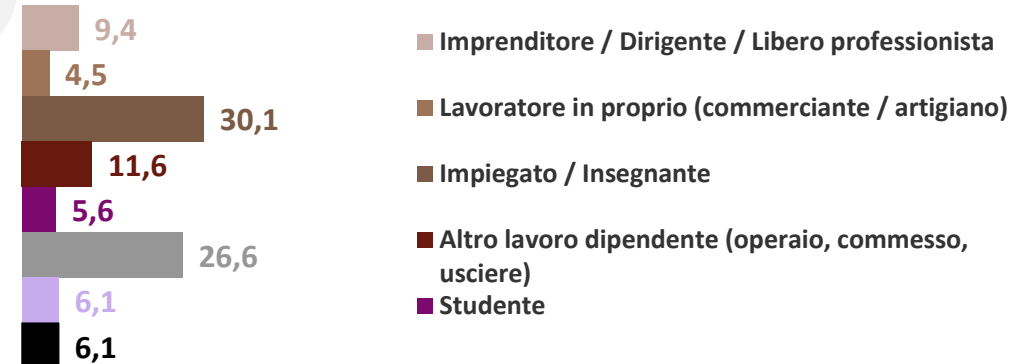
Base: medium copiers audio (2977 casi) - valori in %



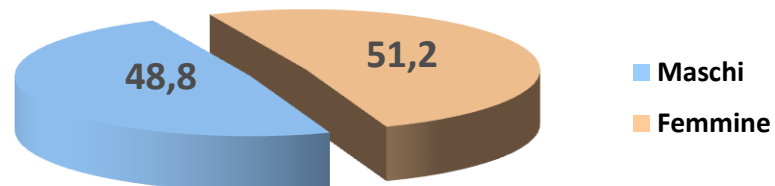
## ETÀ



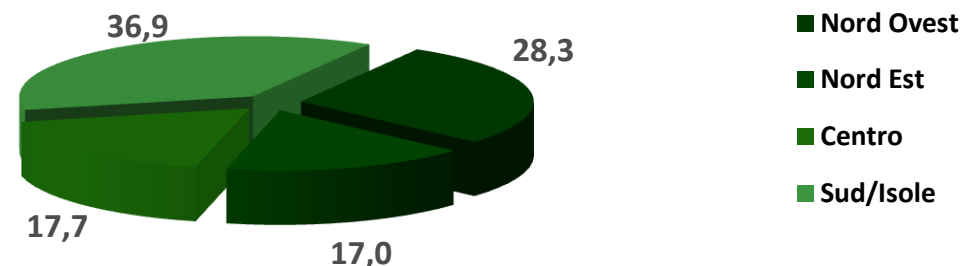
## OCCUPAZIONE



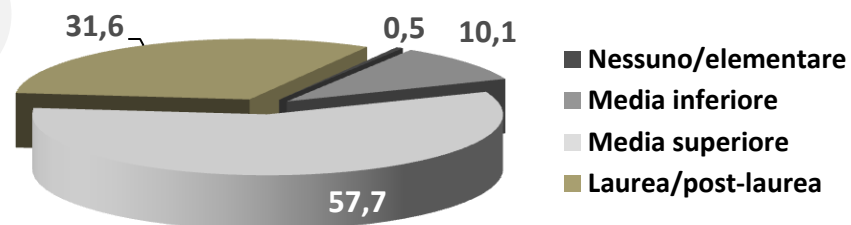
## GENERE



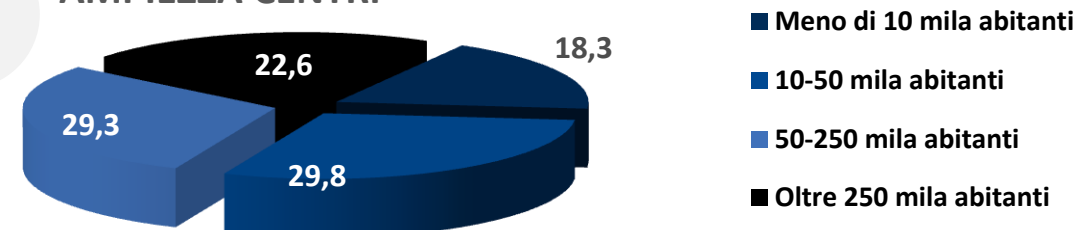
## AREA



## SCOLARITÀ



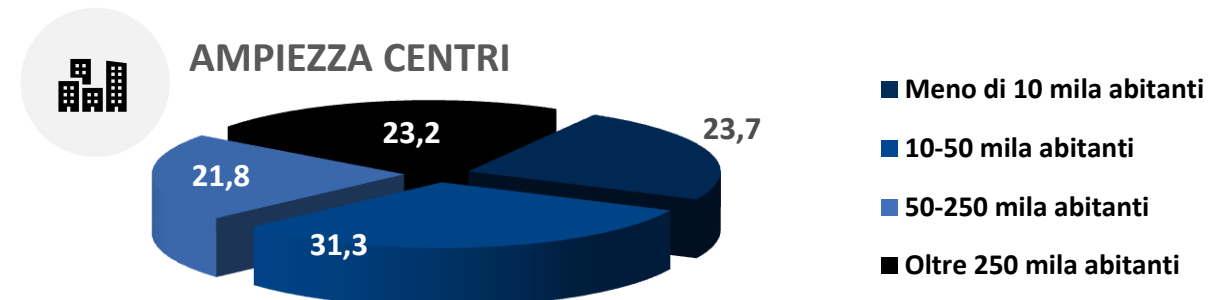
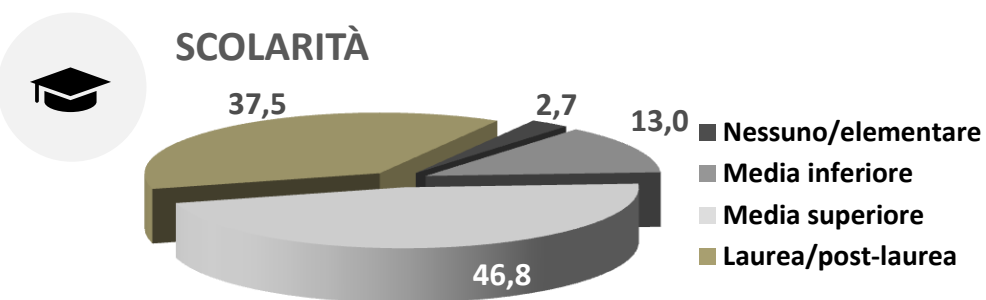
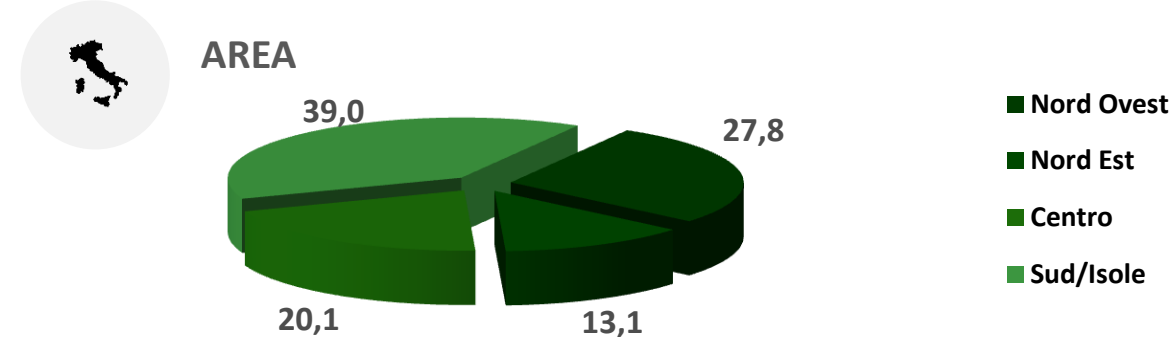
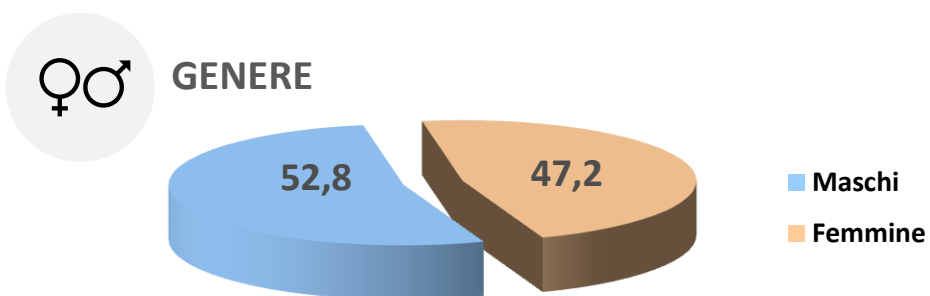
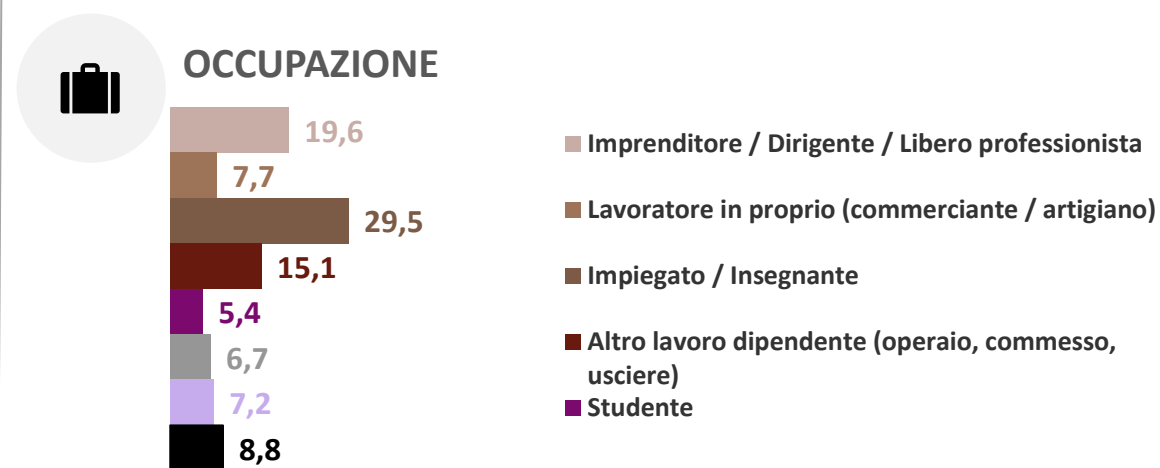
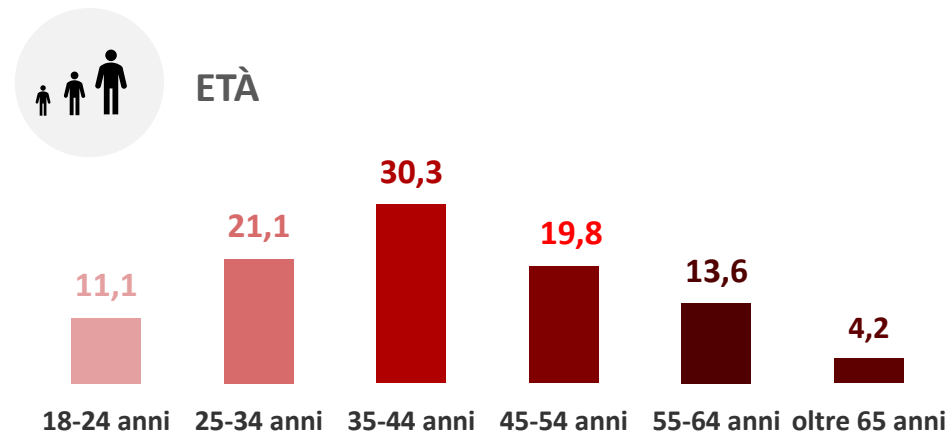
## AMPIEZZA CENTRI



Base: light copiers audio (5238 casi) - valori in %

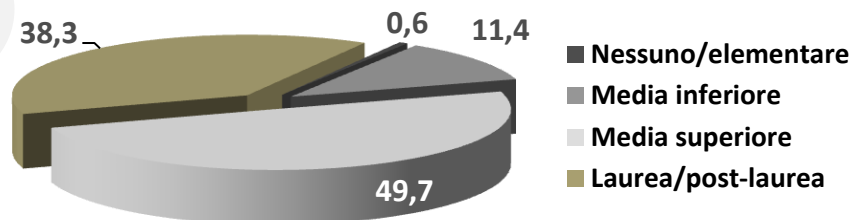
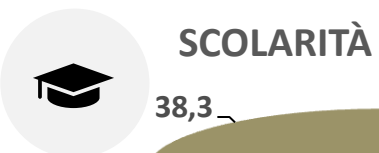
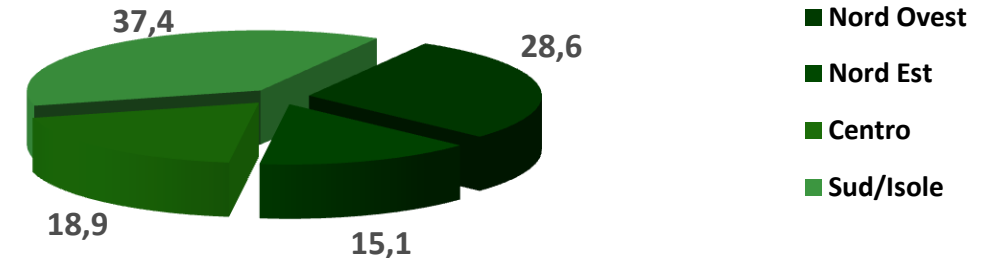
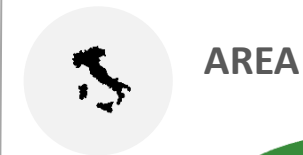
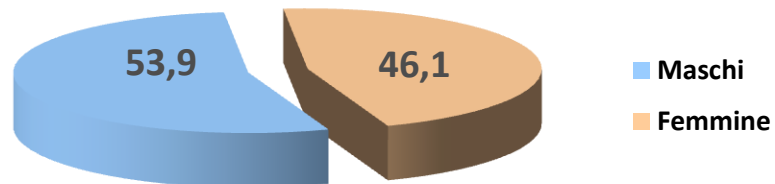
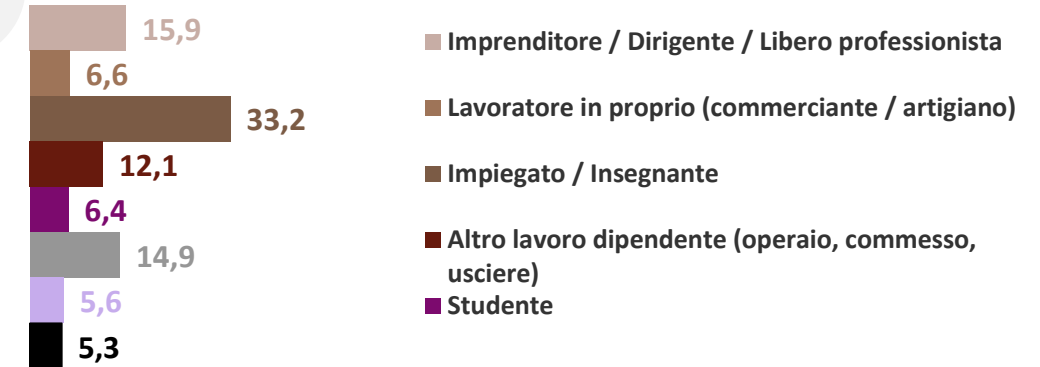
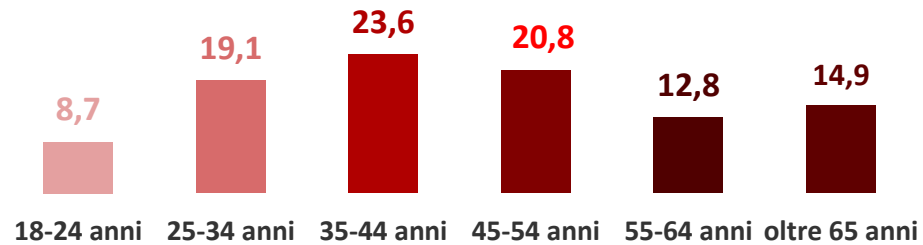
## Profilo sociodemografico “copiatori” Video

- Per quanto attiene alla copia di contenuti video, i soggetti che la applicano con maggior frequenza (o "**Heavy Copiers**") corrispondono al 9,6%, in crescita sul 7,6% del 2023, soprattutto tra i 35 e i 44 anni (in continuità con i dati dell'anno scorso) e netta prevalenza maschile.
- I **Medium Copiers** sono il 36,3%, in crescita sul 33,9% del 2023; netta prevalenza maschile anche in questo caso e distribuzione relativamente bilanciata per età (ritratto simile a quello del 2023).
- I **Light Copiers** sono il 54,2% del campione, in leggero calo rispetto al 58,5% del 2023 e coerentemente con la crescita degli "heavy" e dei "medium". Leggera prevalenza femminile, fasce d'età più mature.

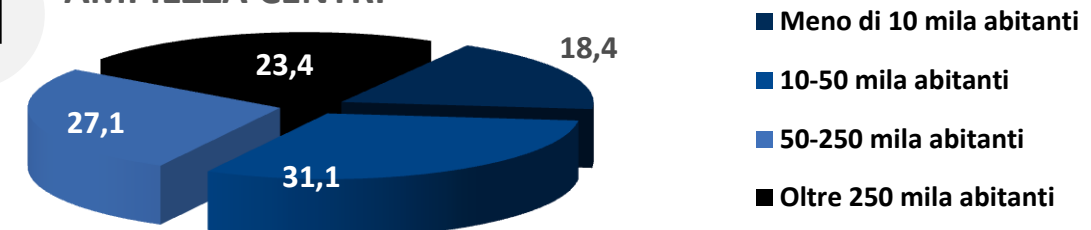


Base: heavy copiers video (588 casi) - valori in %

Dom. 06

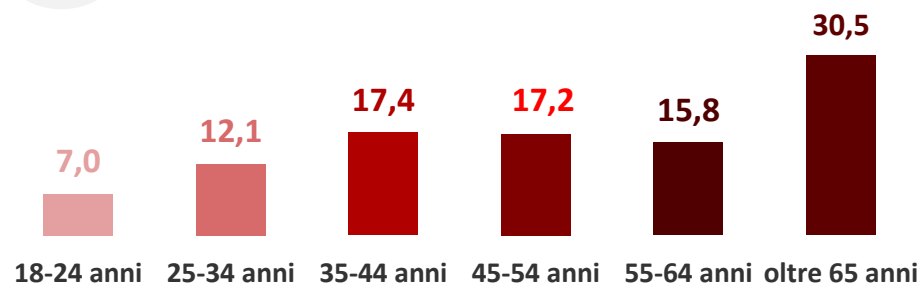


Base: medium copiers video (2226 casi) - valori in %

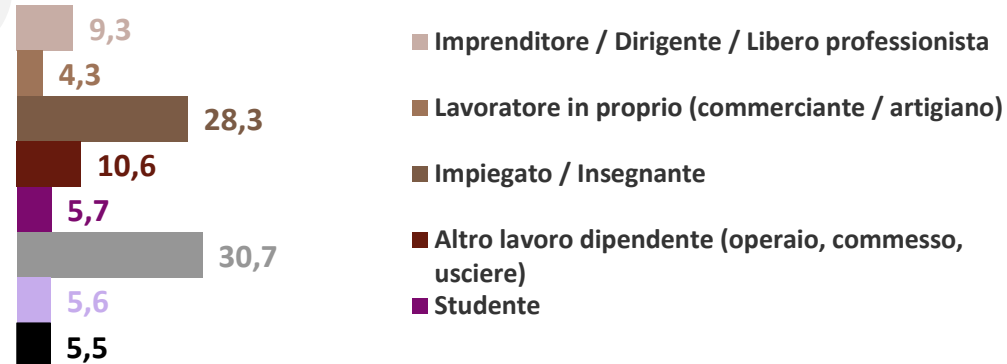




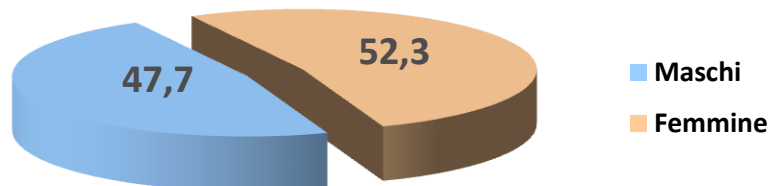
## ETÀ



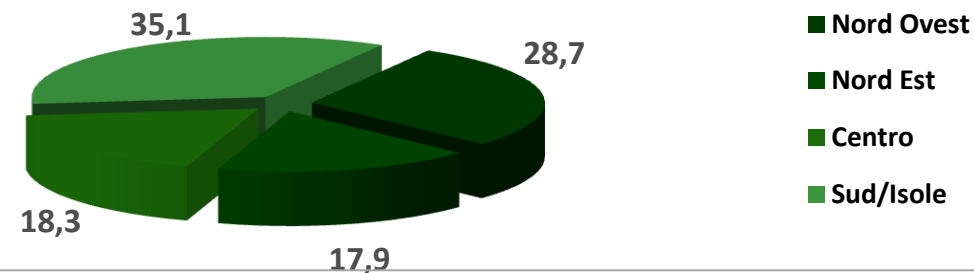
## OCCUPAZIONE



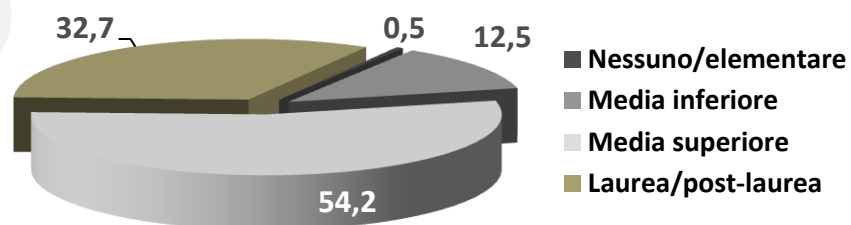
## GENERE



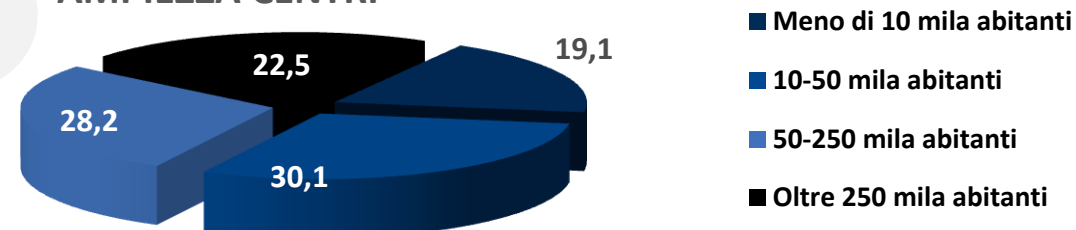
## AREA



## SCOLARITÀ



## AMPIEZZA CENTRI



Base: light copiers video (3327 casi) - valori in %

# 3

## I DISPOSITIVI PER LA COPIA PRIVATA

# Dispositivi su cui si effettua la copia privata

- Dopo alcuni anni in cui lo **smartphone** si attestava regolarmente in "seconda posizione" nella lista dei dispositivi (secondo alle chiavette USB), nel 2024 arriva a superare queste ultime e rappresenta il **dispositivo più diffuso** per ospitare contenuti da copia privata, con oltre due terzi degli utenti: il 64,9%.
- Le **chiavette USB**, secondo supporto più diffuso con un valore del 62,7%, vedono un leggero calo rispetto al 65% dell'anno scorso.
- I due dispositivi sono invece esattamente alla **pari** come device **principale utilizzato per la copia** (la risposta alla domanda singola sul prodotto più utilizzato in assoluto), con un valore del 24% ciascuno (tecnicamente la chiavetta USB rimane prima, con un valore del 24,1% rispetto al 24,0% dello smartphone, scarto tuttavia non significativo).
- Terza postazione per il **computer**, come l'anno scorso; il valore di quest'anno è del 54,1%, in calo di poco oltre due punti percentuale sul 2023.

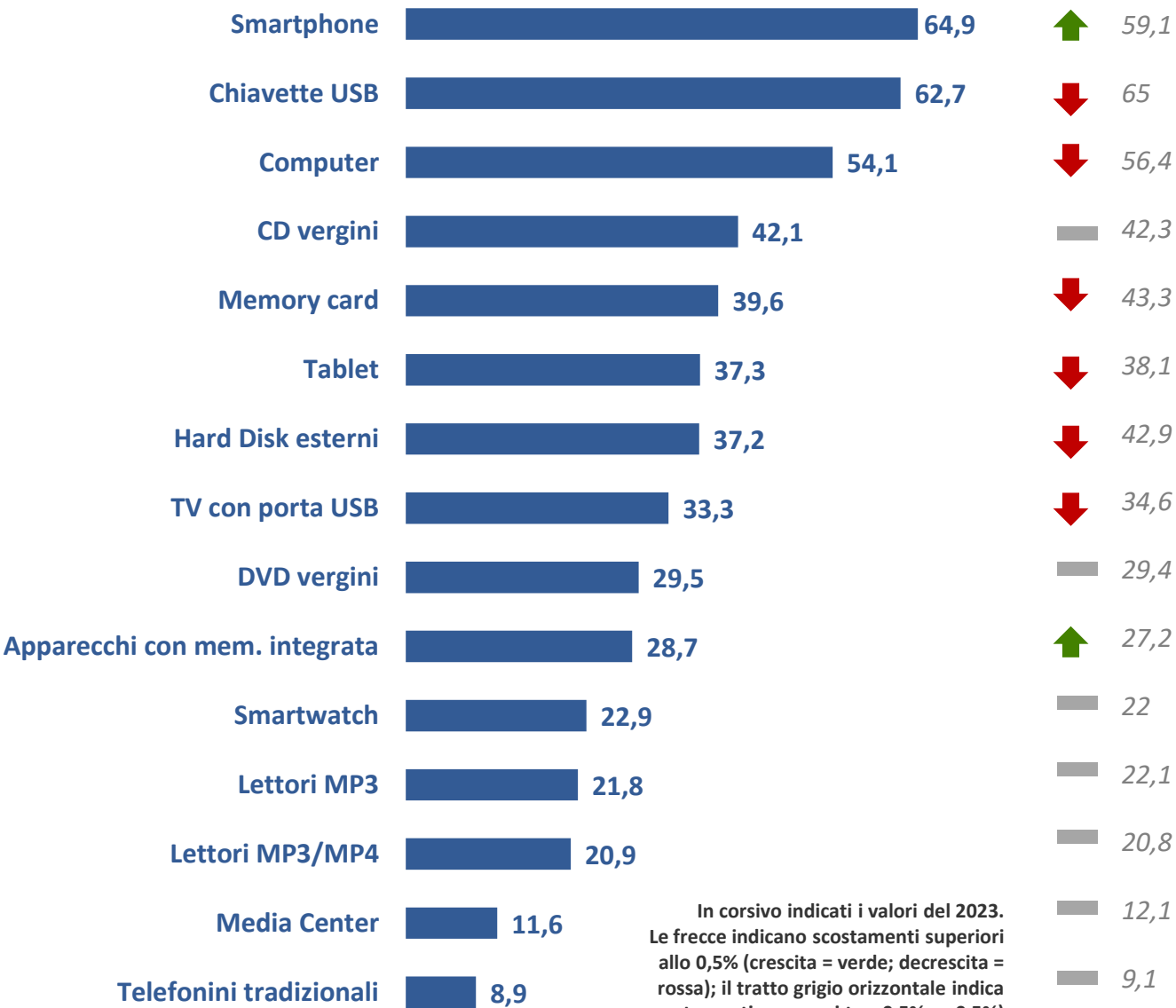


# Dispositivi su cui si effettua la copia privata - overall

Dom. 11

“Pensi ora a tutti i supporti (per es. CD, DVD, chiavette USB...) e apparecchi (per es. lettori MP3, smartphone...) su cui Lei effettua una copia di contenuti audio o video per sé o altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni. Legga con attenzione la lista di supporti e apparecchi riportata qui a seguire, e per ciascuno indichi se lo utilizza o meno per trasferire (copiare, duplicare) contenuti audio o video. Si riferisca all'utilizzo nell'ultimo anno”.

*Nota: la descrizione integrale degli apparecchi riportata nel questionario è: "Chiavette USB"; "Smartphone (iPhone, Galaxy, etc.)"; "Computer (fissi o portatili)"; "Memory card, tipo SD o simili"; "CD vergini"; "Hard Disk esterni"; "Tablet (per es. iPad, GalaxyTab), includendo Kindle Fire"; "TV con porta USB per la registrazione dei contenuti"; "DVD vergini"; "Decoder con Hard Disk integrato (es. decoder SKY) o DVD recorder con HD integrato (cioè apparecchi con memoria integrata)"; "Lettori MP3 (non abilitati a visualizzare contenuti video), es. iPod Shuffle e simili"; "Lettori MP3/ MP4 (con display dove si può visualizzare un video), es. iPod e simili"; "Smartwatch (per es. Apple Watch, Samsung Gear, etc.)"; "Media Center (apparecchio di registrazione multimediale con un HD)"; "Telefonini tradizionali (non smartphones)";*



In corsivo indicati i valori del 2023. Le frecce indicano scostamenti superiori allo 0,5% (crescita = verde; decrescita = rossa); il tratto grigio orizzontale indica scostamenti compresi tra -0,5% e +0,5%)

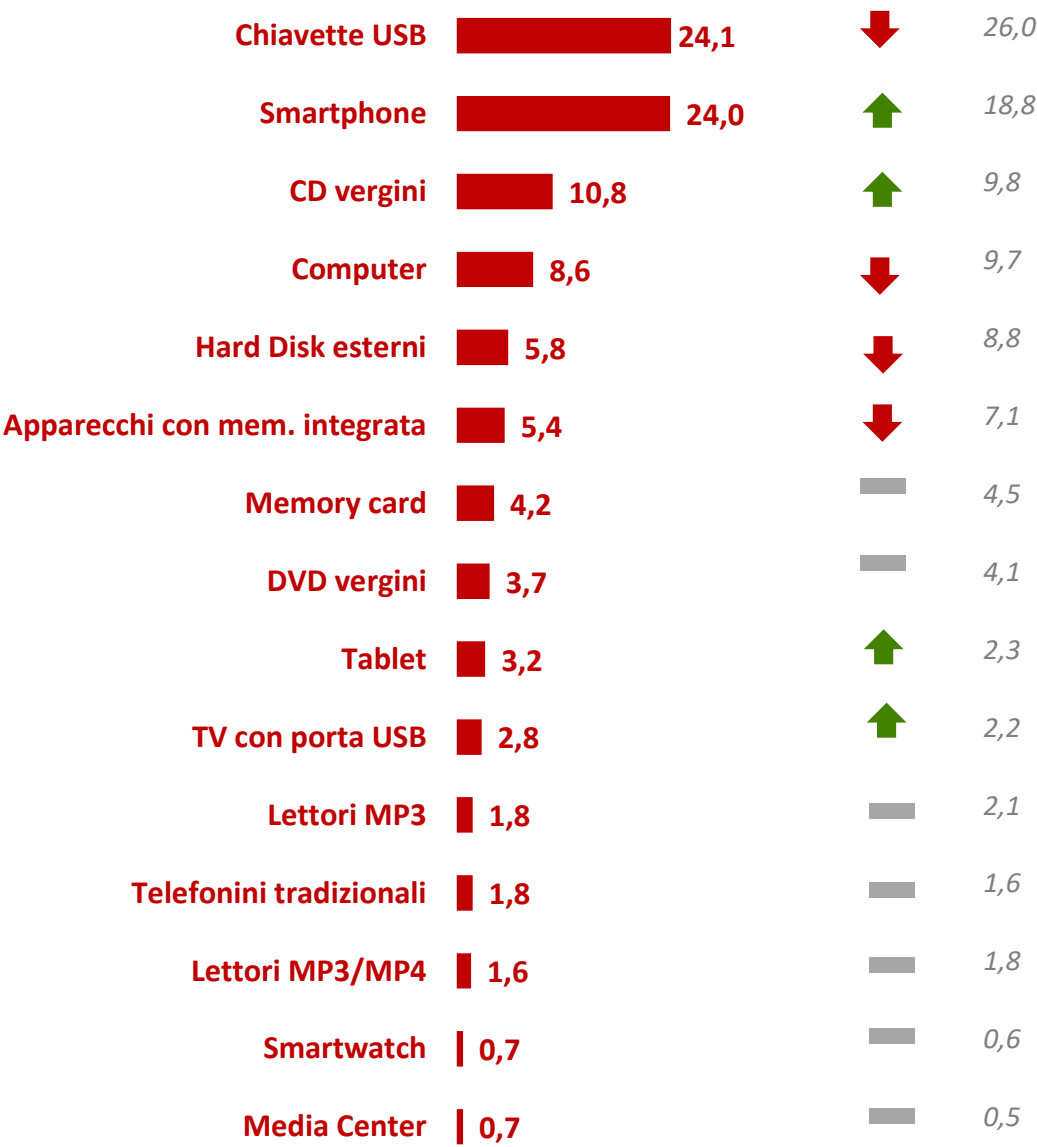
Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %

# Dispositivi su cui si effettua la copia privata – il principale

Dom. 12

“E qual è il supporto / apparecchio prevalente da Lei utilizzato per effettuare copie / duplicare contenuti audio o video per se stesso / stessa, o per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni?”.

Nota: la descrizione integrale degli apparecchi riportata nel questionario è: "Chiavette USB"; "Smartphone (iPhone, Galaxy, etc.)"; "Computer (fissi o portatili)"; "Memory card, tipo SD o simili"; "CD vergini"; "Hard Disk esterni"; "Tablet (per es. iPad, GalaxyTab), inclu-dendo Kindle Fire"; "TV con porta USB per la registrazione dei contenuti"; "DVD vergini"; "Decoder con Hard Disk integrato (es. decoder SKY) o DVD recorder con HD integrato (cioè apparecchi con memoria integrata)"; "Lettori MP3 (non abilitati a visualizzare contenuti video), es. iPod Shuffle e simili"; "Lettori MP3/ MP4 (con display dove si può visua-lizzare un video), es. iPod e simili"; "Smartwatch (per es. Apple Watch, Samsung Gear, etc.)"; "Media Center (apparecchio di registrazione multimediale con un HD)"; "Telefonini tradizionali (non smartphones)"



Base: totale intervistati validi (10000 casi) - valori in %

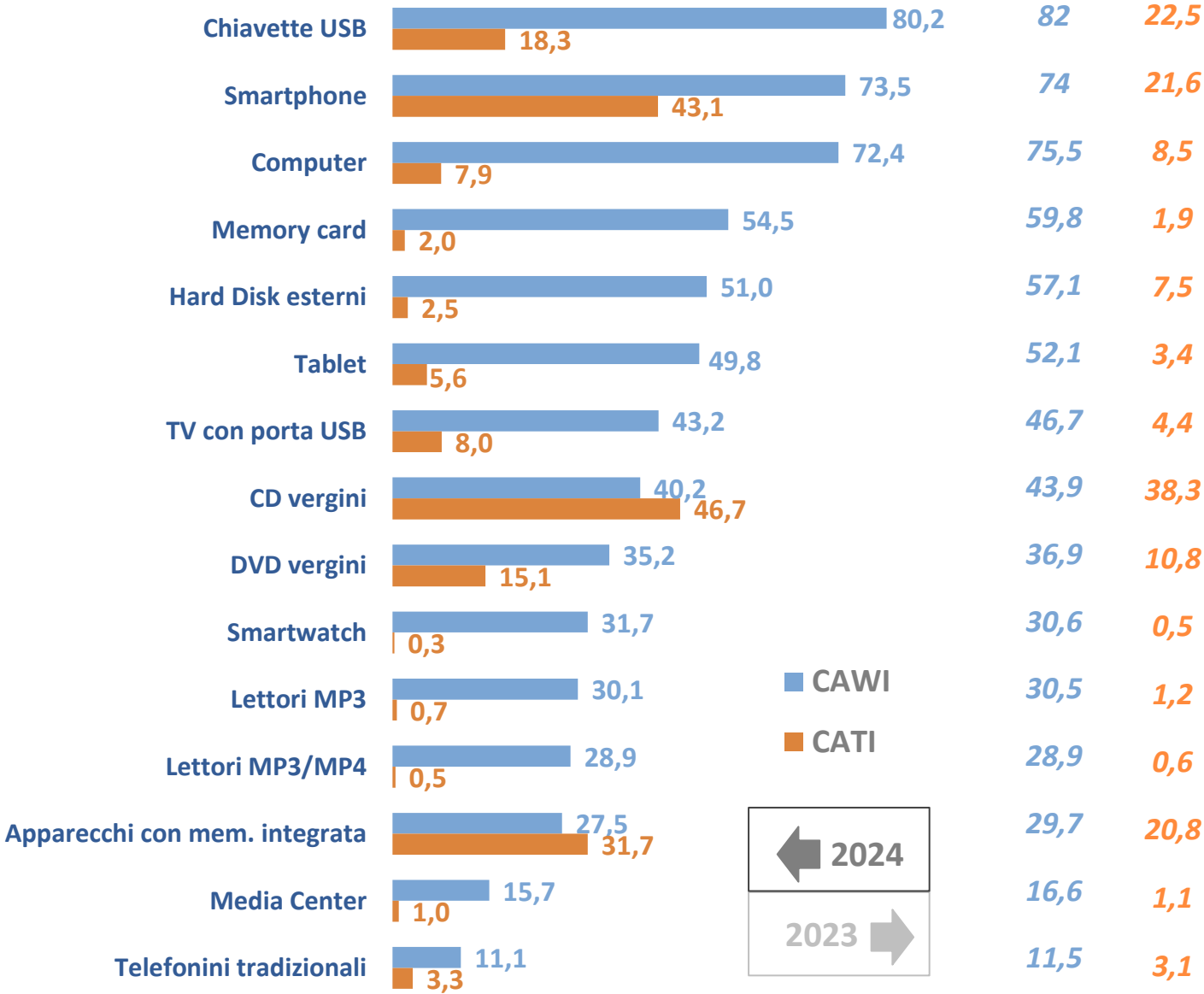
# Dispositivi su cui si effettua la copia privata – overall

Dom. 11



“Pensi ora a tutti i supporti (per es. CD, DVD, chiavette USB...) e apparecchi (per es. lettori MP3, smartphone...) su cui Lei effettua una copia di contenuti audio o video per sé o altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni. Legga con attenzione la lista di supporti e apparecchi riportata qui a seguire, e per ciascuno indichi se lo utilizza o meno per trasferire (copiare, duplicare) contenuti audio o video. Si riferisca all’utilizzo nell’ultimo anno”.

*Nota: per la descrizione integrale degli apparecchi riportata nel questionario v. le due pagine precedenti.*



Base: totale intervistati validi  
(10000 casi) - valori in %

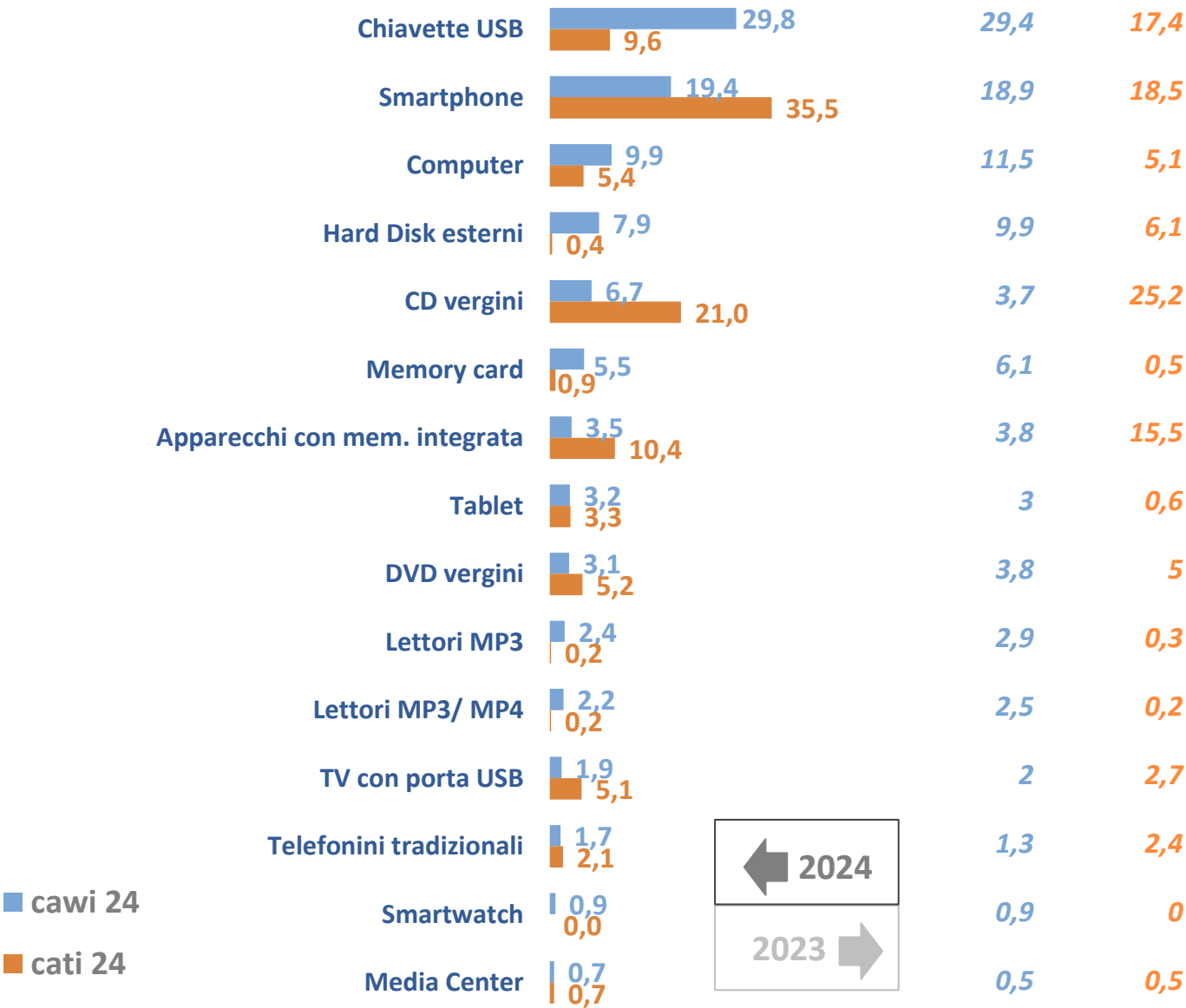
# Dispositivi su cui si effettua la copia privata – il principale

Dom. 12



“E qual è il supporto / apparecchio prevalente da Lei utilizzato per effettuare copie / duplicare contenuti audio o video per se stesso / stessa, o per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni?”

*Nota: per la descrizione integrale degli apparecchi riportata nel questionario v. le due pagine precedenti.*



Base: totale intervistati validi  
(10000 casi) - valori in %

# 4

## RIPARTIZIONE DEI CONTENUTI NEI DISPOSITIVI UTILIZZATI PER LA COPIA PRIVATA

# Ripartizione dei contenuti su ciascun device e ripartizione Audio ⇔ Video overall

- Per ciascun device, come negli anni scorsi sono stati rilevati contenuti oggetto di copia privata, sia come tipologia di contenuto (audio/video) *a prescindere* da quanto spazio occupano sui dispositivi, sia come **ripartizione percentuale di ogni contenuto su ciascun device**.
- Basandoci sulla **ripartizione percentuale di ogni contenuto su ciascun device** (calcolata sui valori espressi da ciascun rispondente) si è proceduto – come negli anni scorsi – a una **ripartizione *overall*** tra i contenuti afferenti all'ambito **audio** e **video**, secondo la classificazione indicata nella tabella **sotto a sinistra**.
- I dati si attestano su **valori estremamente simili** a quelli 2023; il dettaglio è nella **tabella sotto a destra**.

- 1. Brani Musicali ⇨ **AUDIO**
- 2. Concerti ⇨ **AUDIO**
- 3. Trasmissioni d'intratt. radiofoniche ⇨ **AUDIO**
- 4. Videoclip (brevi video musicali) ⇨ **AUDIO**
- 5. Opere Liriche – solamente l'audio ⇨ **AUDIO**
- 6. Opere Liriche – l'audio e il video ⇨ **AUDIO e VIDEO (50/50)**
- 7. Film (opere cinematografiche) ⇨ **VIDEO**
- 8. Serie TV (escl. cartoni animati) ⇨ **VIDEO**
- 9. Cartoni animati ⇨ **VIDEO**
- 10. Documentari ⇨ **VIDEO**
- 11. Trasmissioni d'intrattenimento TV ⇨ **VIDEO**
- 12. Opere Teatrali ⇨ **VIDEO**
- 13. Arti Figurative ⇨ **VIDEO**
- 14. Libri, poesie, in formato audio ⇨ **AUDIO**



Anno	Audio	Video
2024	60,66	39,34
2023	60,59	39,41
2022	62,30	37,70
2021	62,12	37,88
2020	61,32	38,68
2019	62,98	37,02
2018	63,26	36,74
2017	63,39	36,61

## 4a Smartphone



# Smartphone – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo  
supporto

64,9%

% supporto  
principale

24,0%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

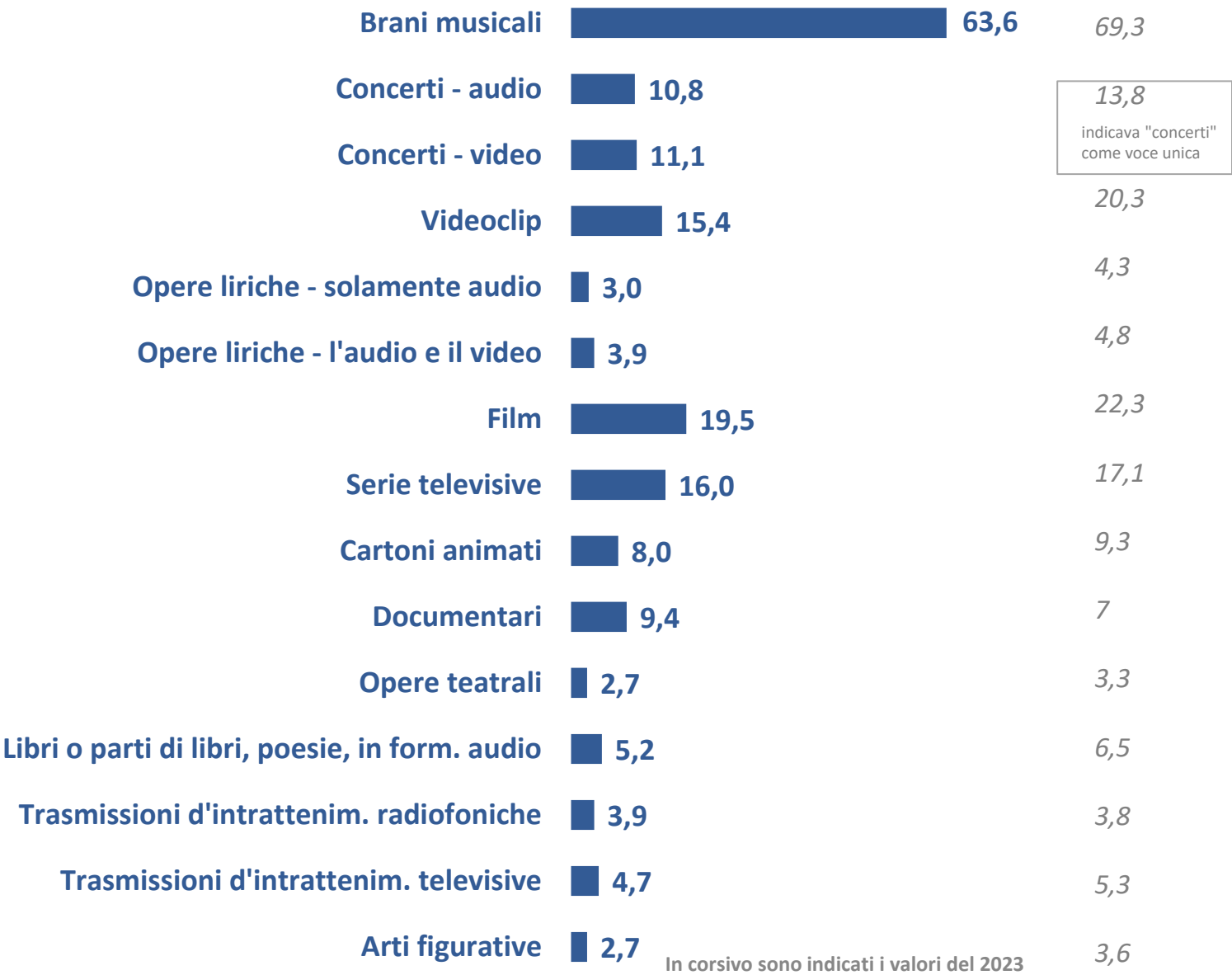
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d’intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d’intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d’autore, riproduzioni di sculture etc.)

Base: totale utilizzatori del supporto  
(6491 casi) - valori in %





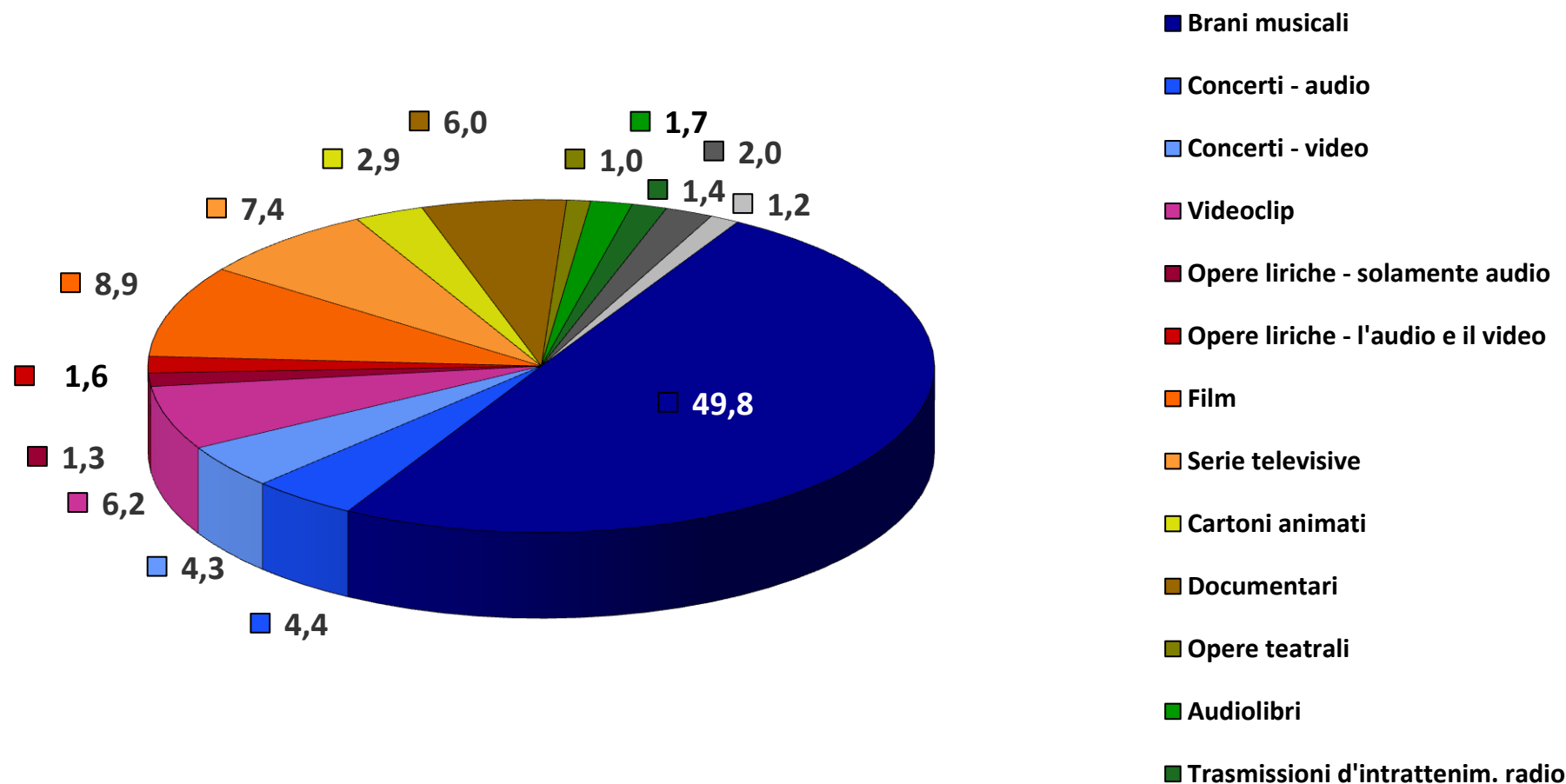
# Smartphone – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **64,9%**  
% supporto  
principale **24,0%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(6491 casi) - valori in %

## 4b Chiavette USB



# Chiavette USB – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

62,7%

% supporto principale

24,1%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

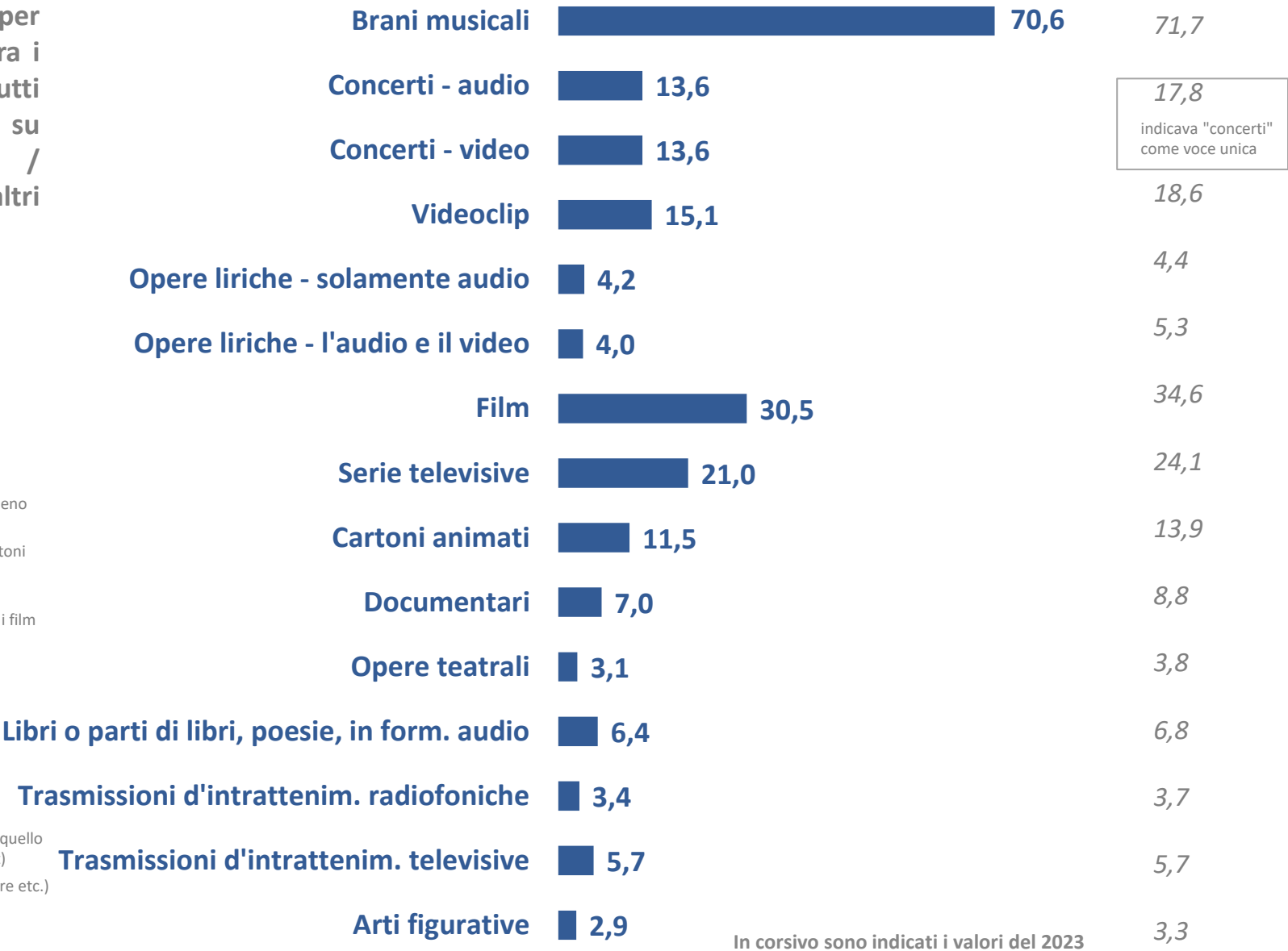
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

fin al 2023 una unica voce "concerti"



Base: totale utilizzatori del supporto  
(6268 casi) - valori in %

# Chiavette USB – ripartizione contenuti copiati

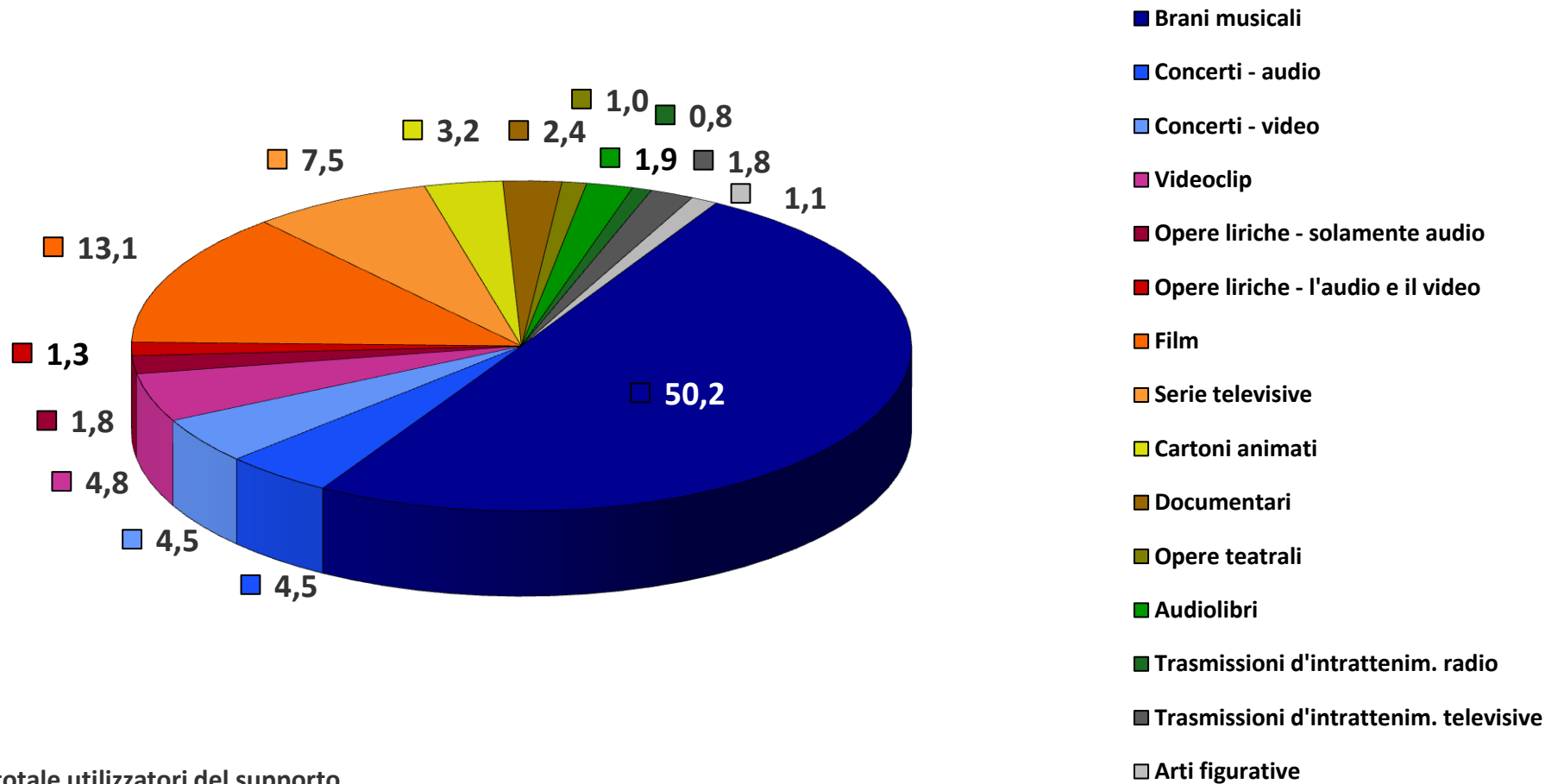
Dom. 13b

% utilizzo  
supporto62,7%

% supporto  
principale24,1%

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell’effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(6268 casi) - valori in %

# 4c Computer



# Computer – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

54,1%

% supporto principale

8,6%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

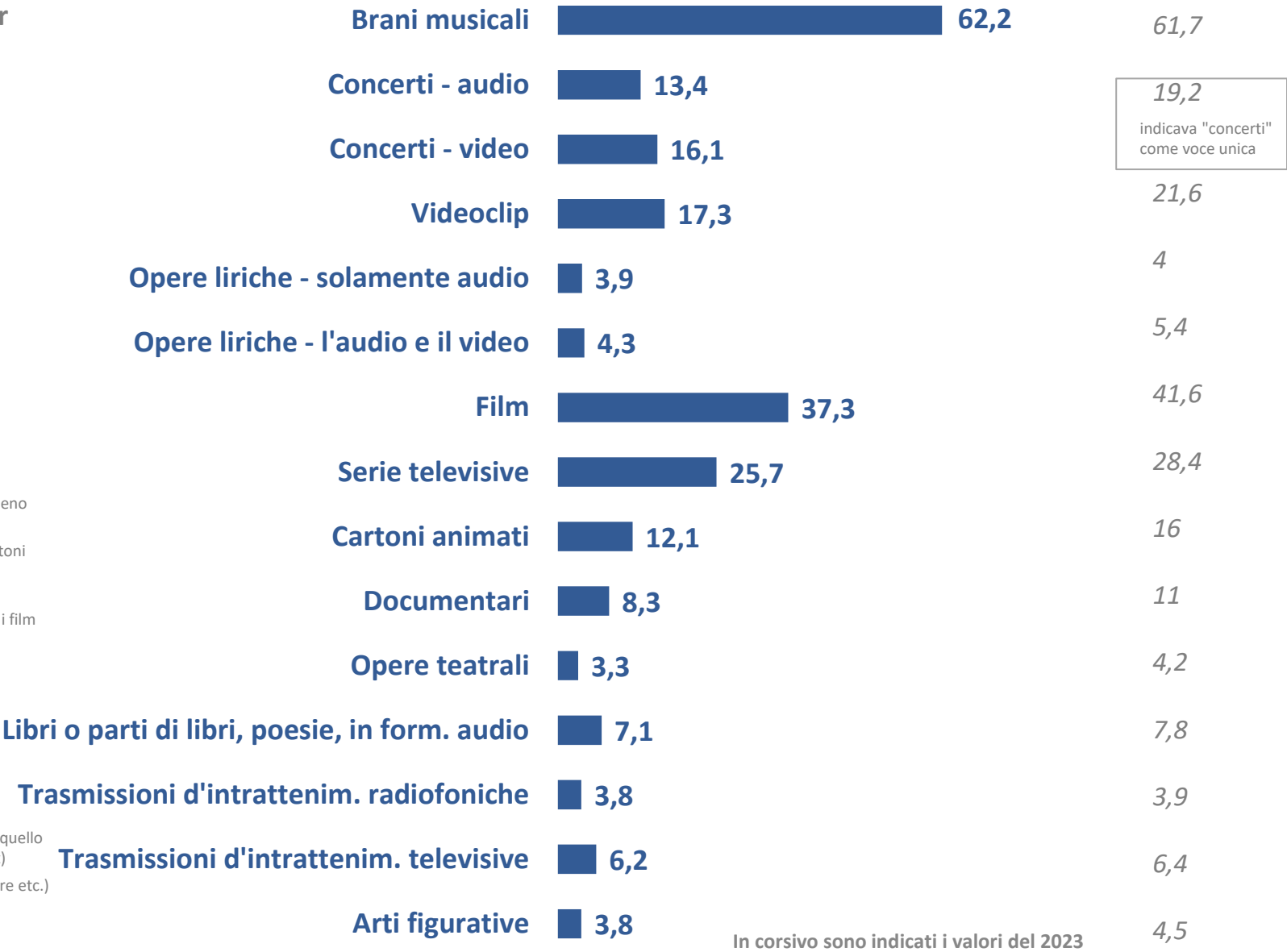
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;
10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)



Base: totale utilizzatori del supporto  
(5414 casi) - valori in %

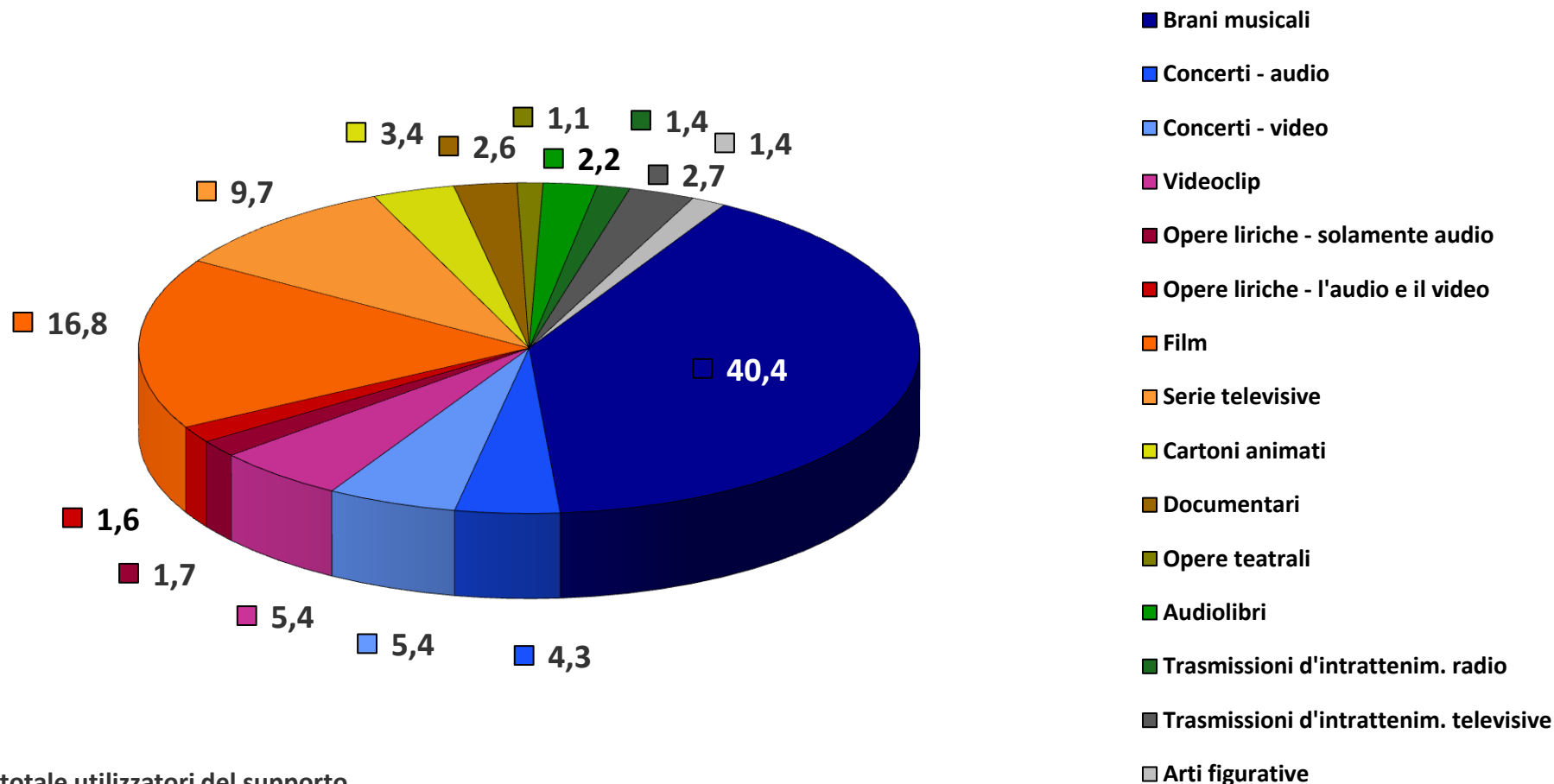
# Computer – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo supporto **54,1%**  
% supporto principale **8,6%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(5414 casi) - valori in %

# 4d CD vergini





# CD vergini – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo  
supporto42,1%

% supporto  
principale10,8%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

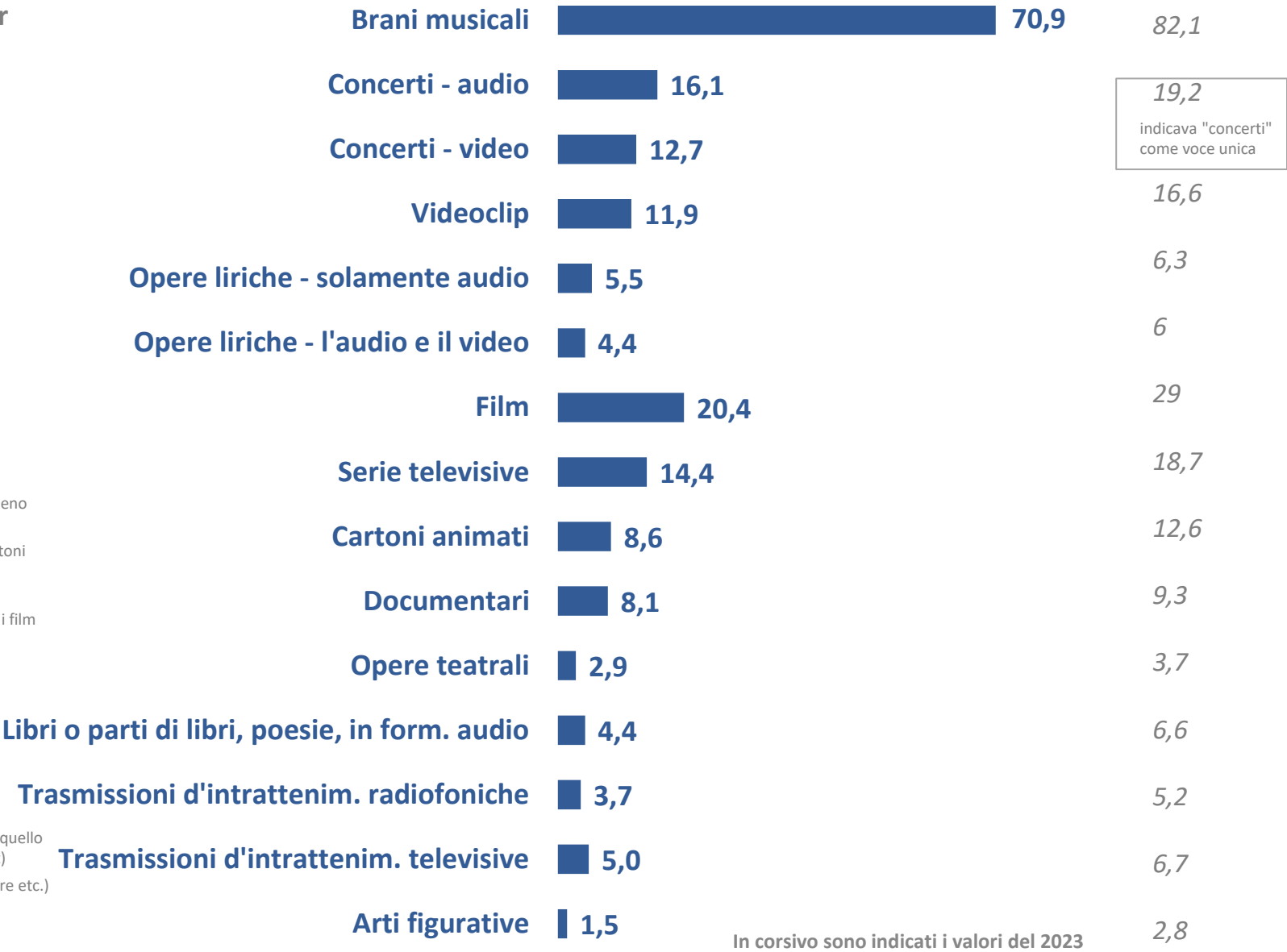
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

finò al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;
10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)



Base: totale utilizzatori del supporto  
(4206 casi) - valori in %

# CD vergini – ripartizione contenuti copiati

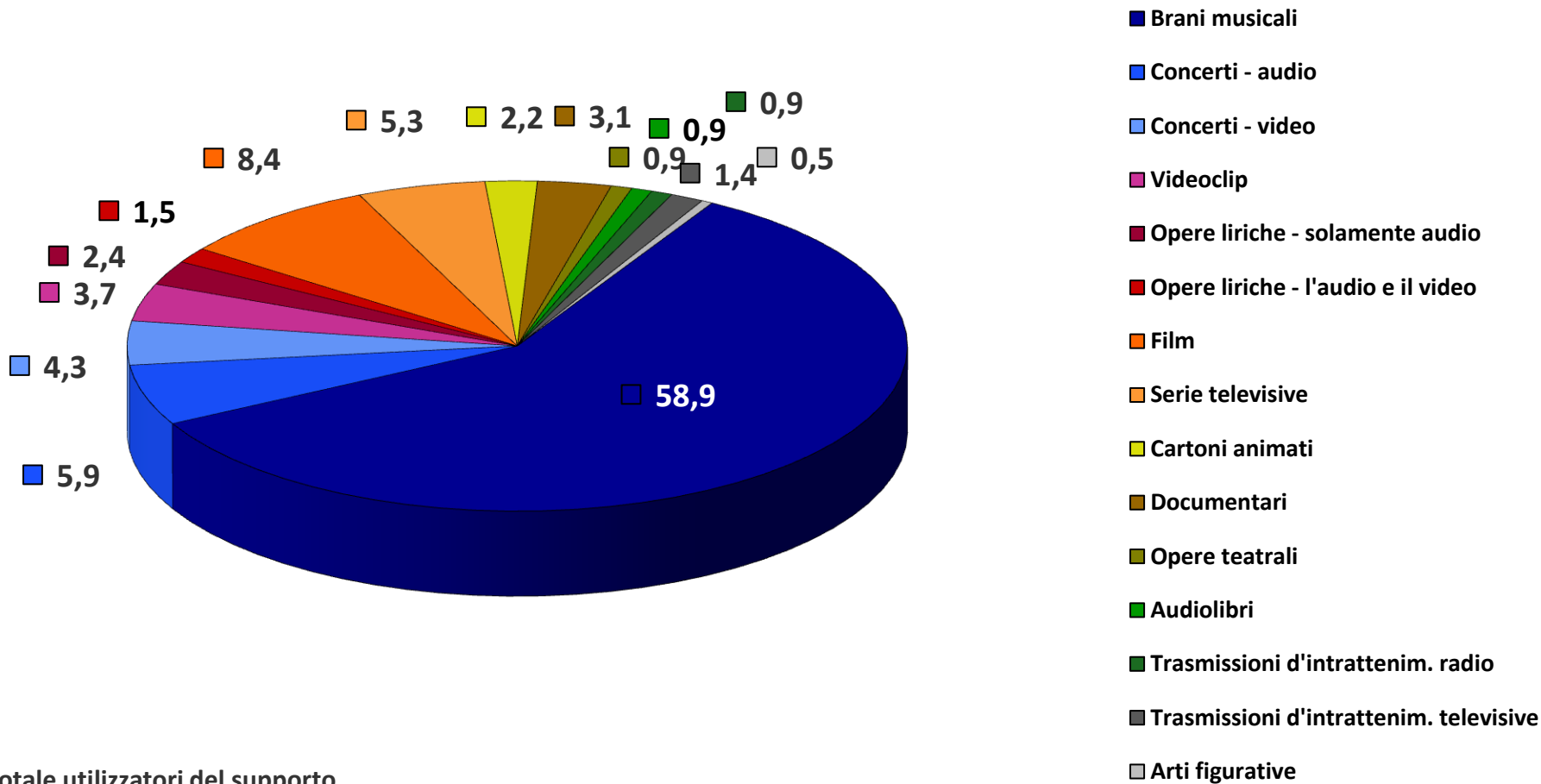
Dom. 13b

% utilizzo supporto42,1%

% supporto principale10,8%

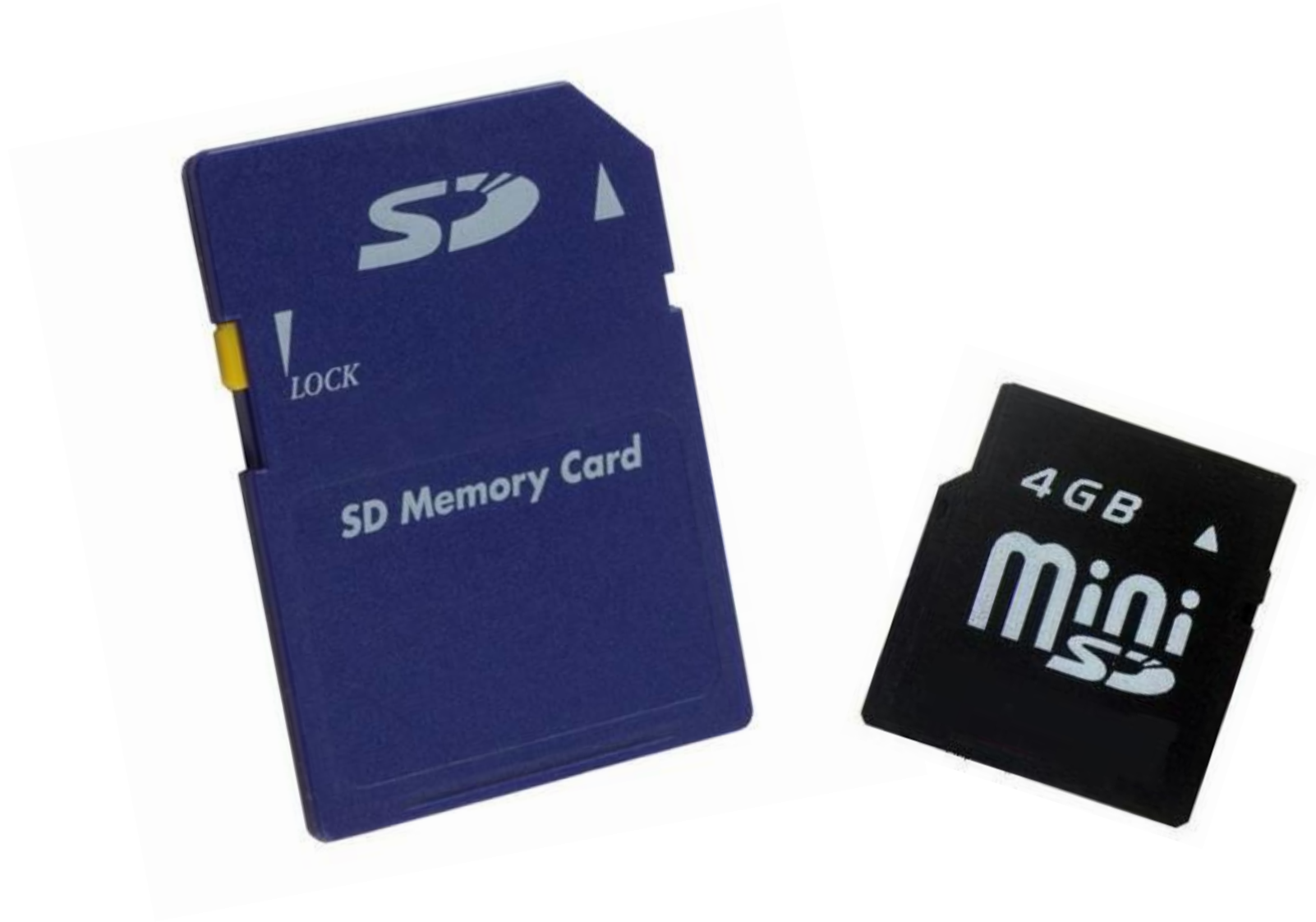
Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell’effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(4206 casi) - valori in %

## 4e Memory card



# Memory card – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

39,6%

% supporto principale

4,2%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

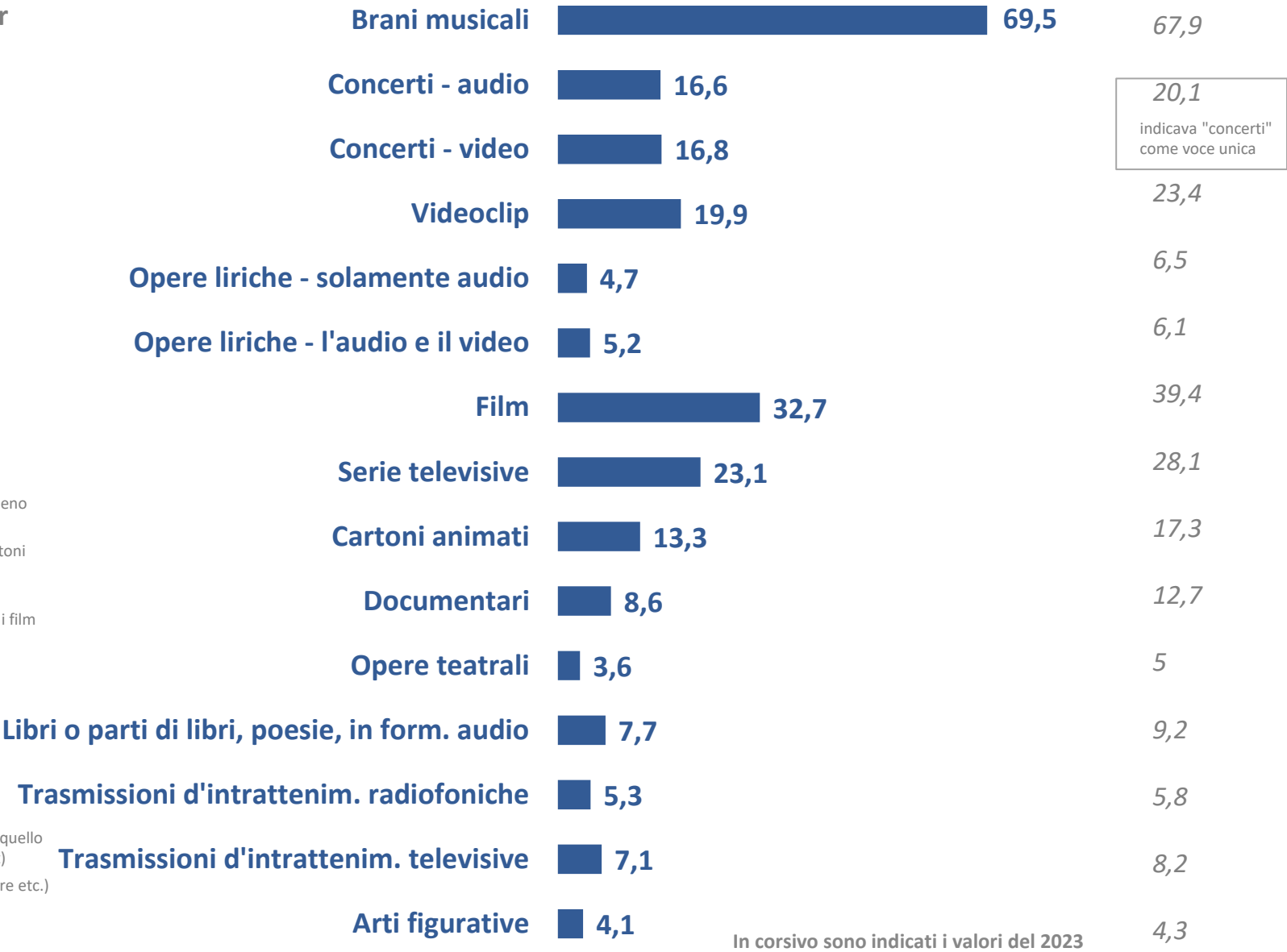
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;
10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)



Base: totale utilizzatori del supporto (3961 casi) - valori in %

In corsivo sono indicati i valori del 2023

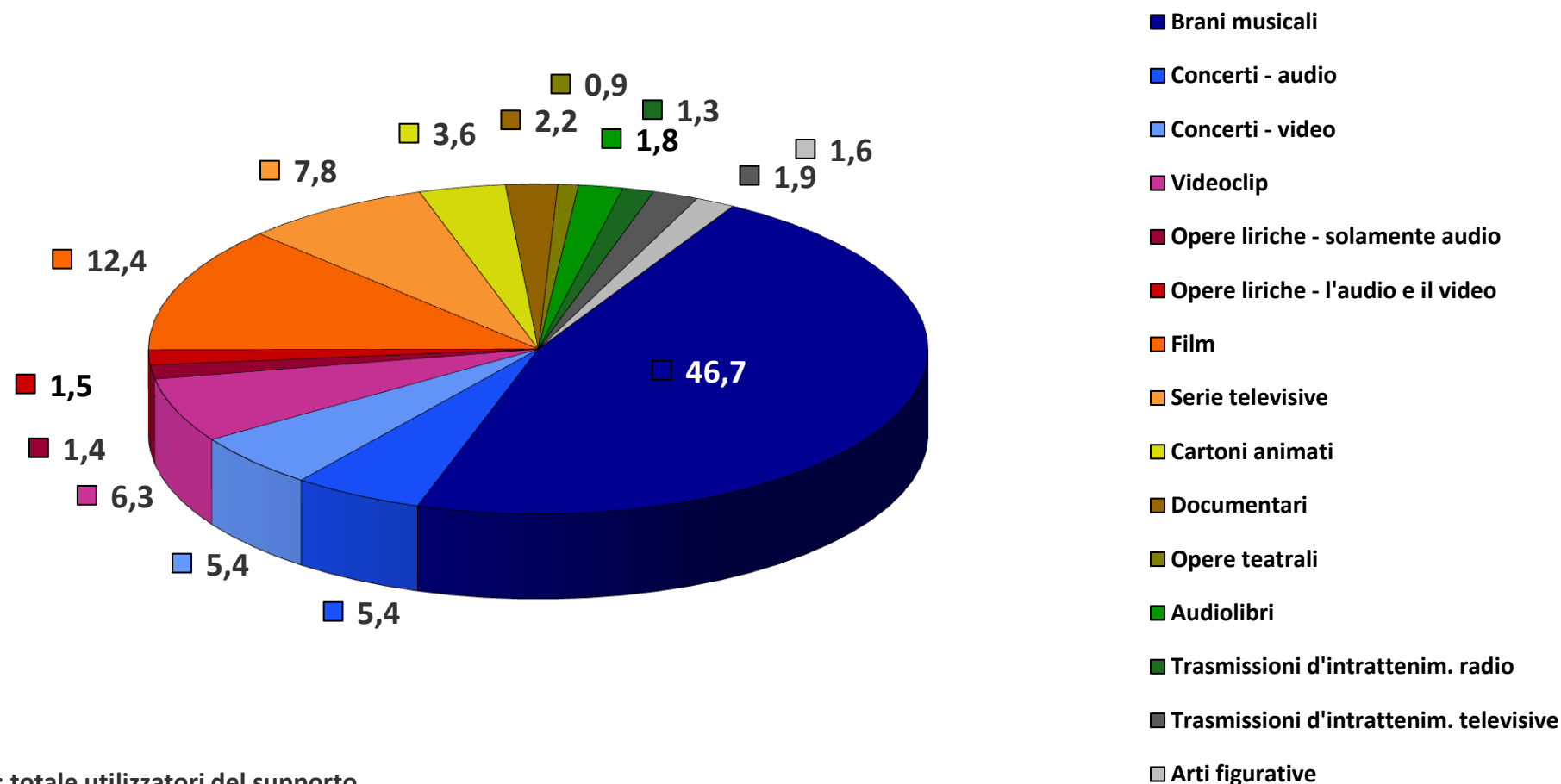
# Memory card – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **39,6%**  
% supporto  
principale **4,2%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



# 4f Tablet



# Tablet – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

37,3%

% supporto principale

3,2%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

1. Brani Musicali

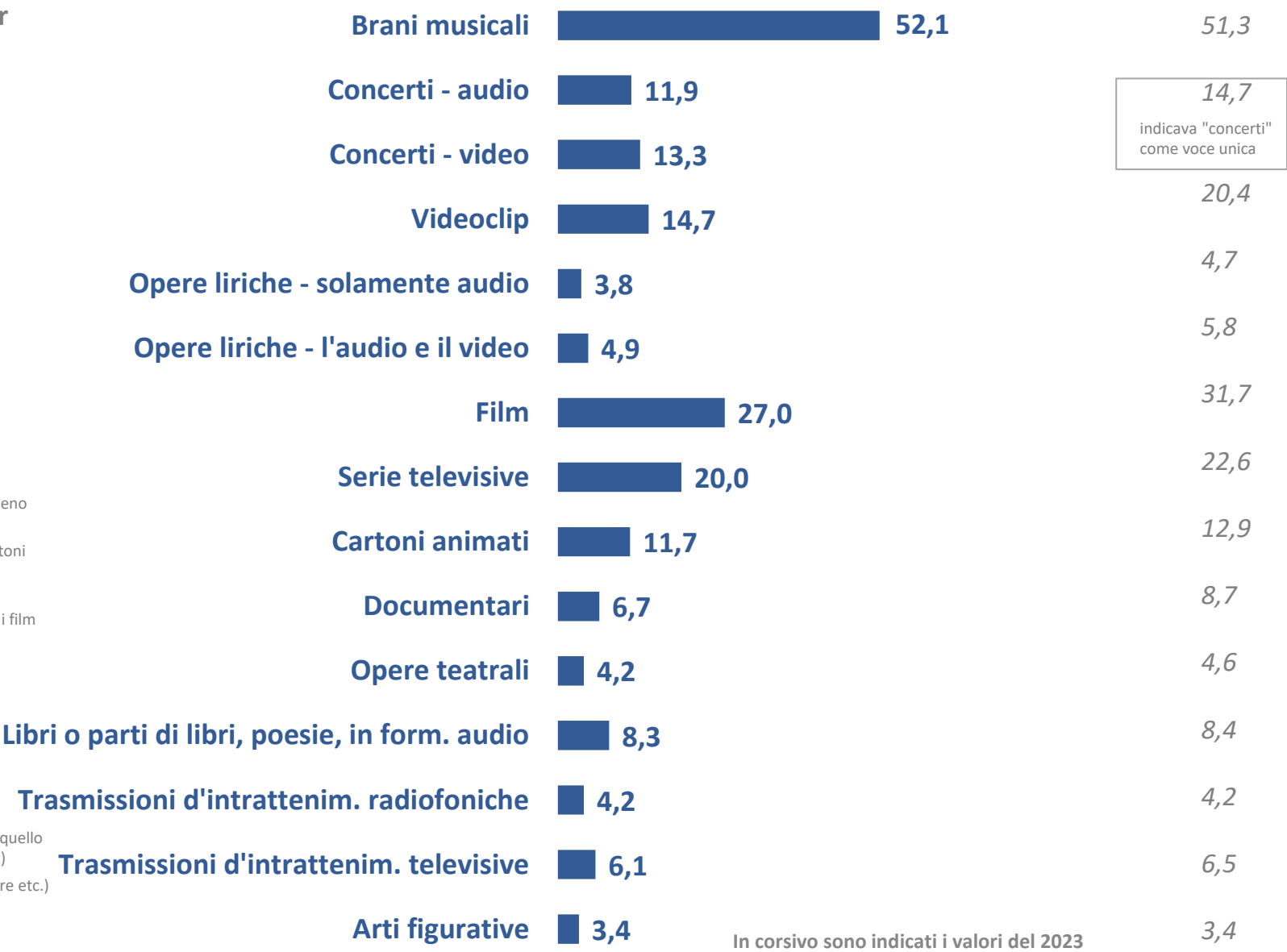
2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;
10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

Base: totale utilizzatori del supporto  
(3730 casi) - valori in %



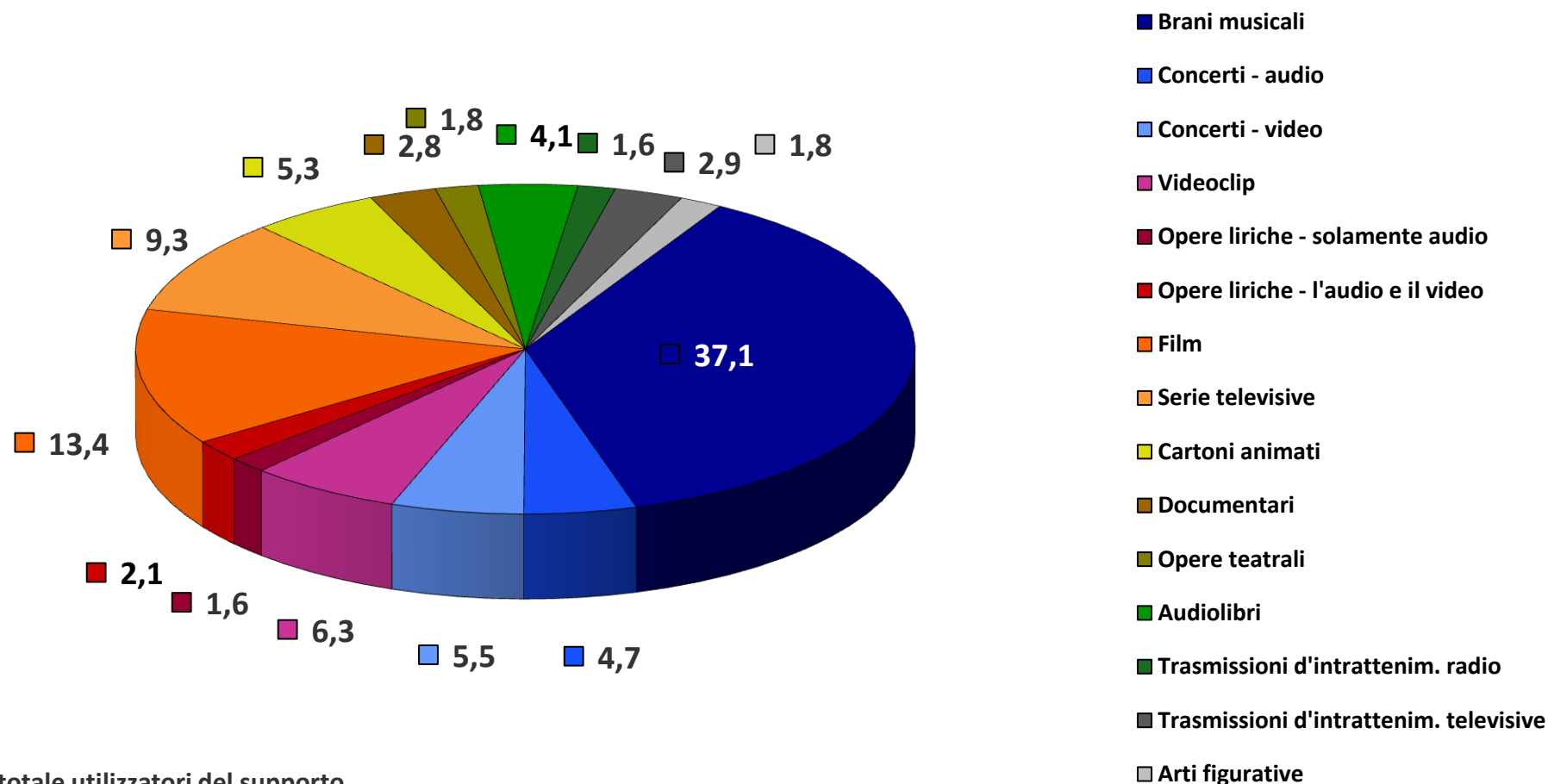
# Tablet – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **39,6%**  
% supporto  
principale **4,2%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(3730 casi) - valori in %



# 4g Hard Disk esterni



# Hard Disk esterni – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

37,2%

% supporto principale

5,8%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

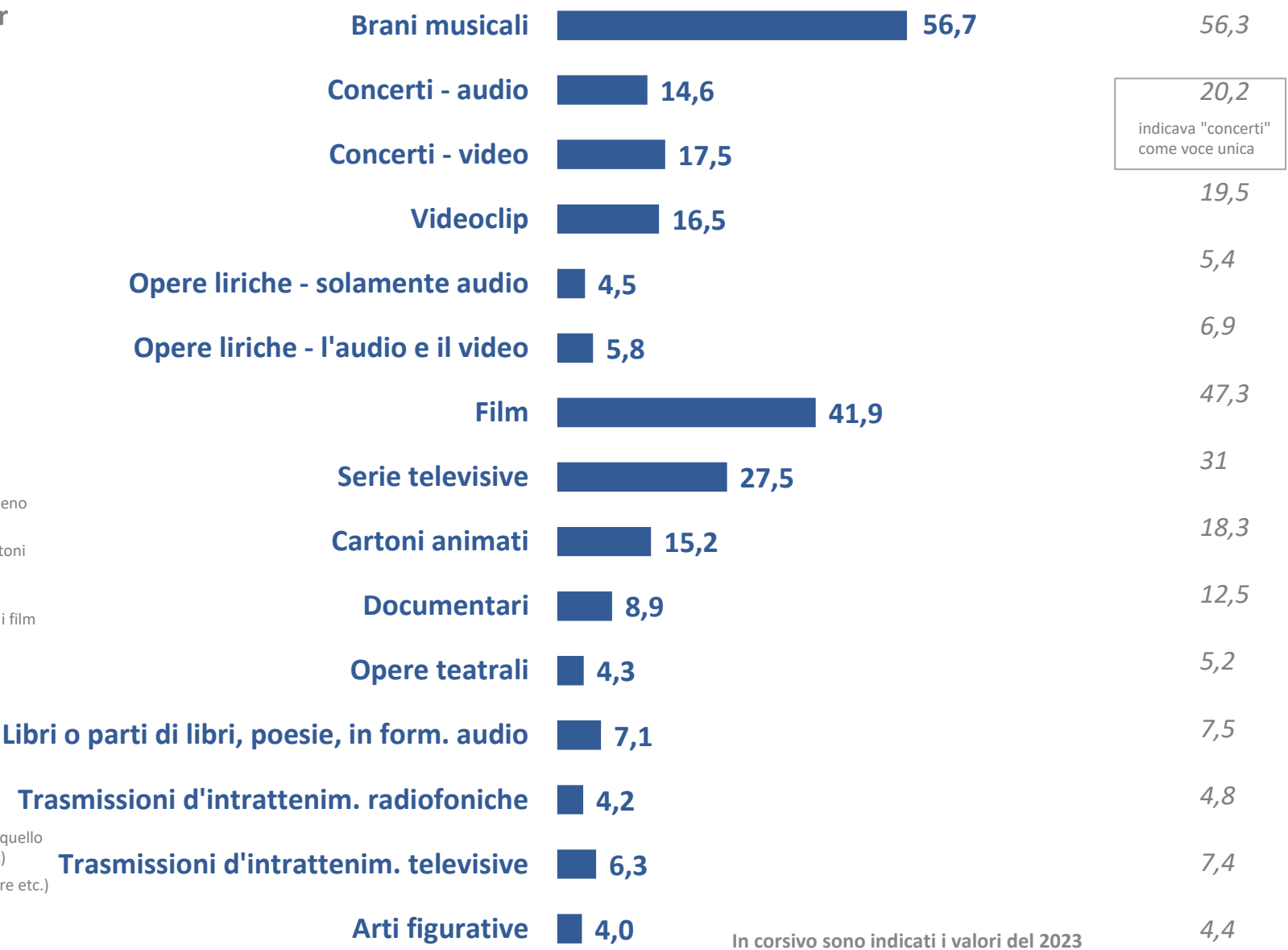
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

fin al 2023 una unica voce "concerti"



Base: totale utilizzatori del supporto (3725 casi) - valori in %

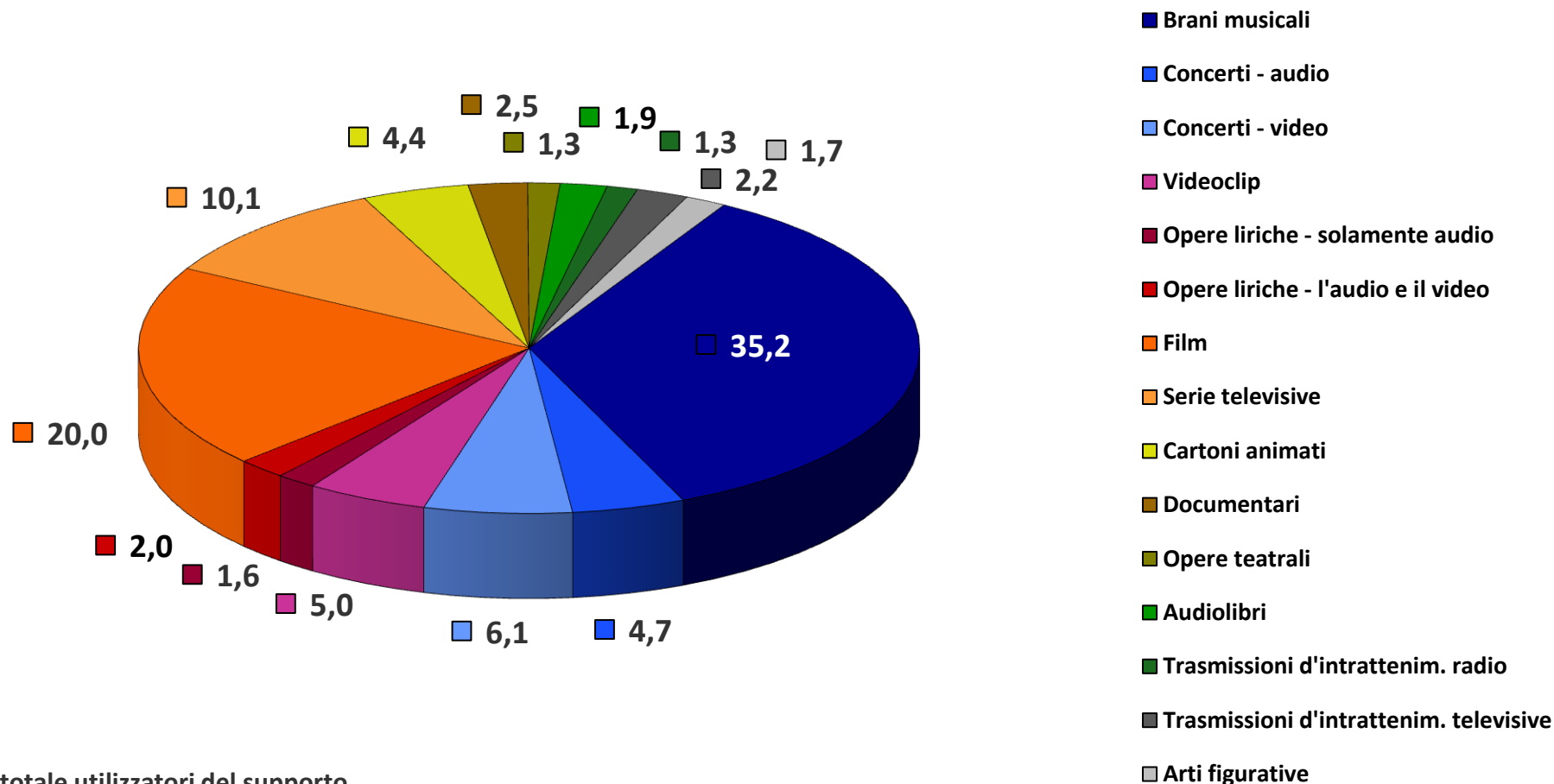
# Hard Disk esterni – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **37,2%**  
% supporto  
principale **5,8%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(3725 casi) - valori in %

# 4h TV con porta USB per registrazione contenuti



# TV con porta USB – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

33,3%

% supporto principale

2,8%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

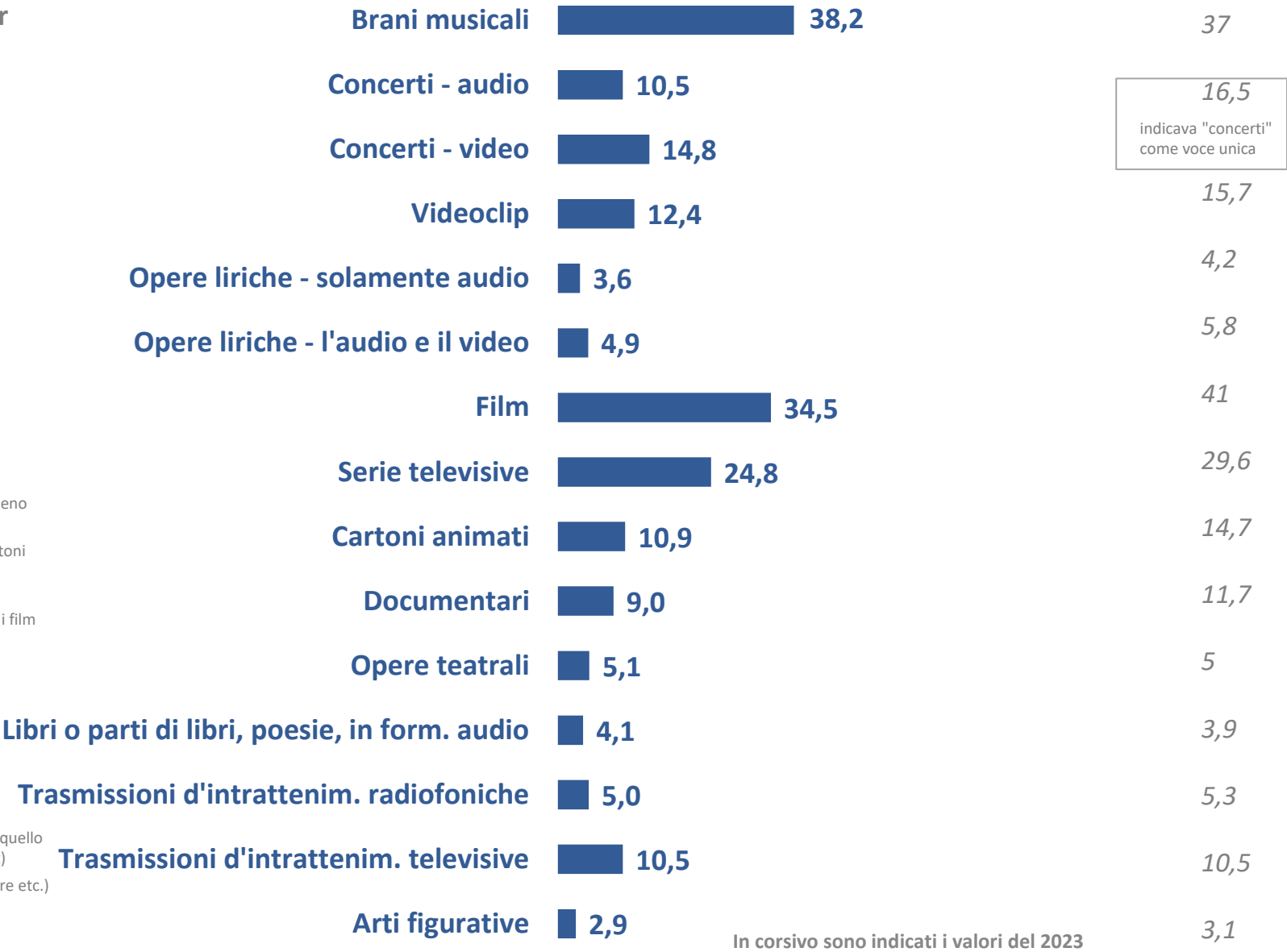
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;
10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)



Base: totale utilizzatori del supporto (3326 casi) - valori in %

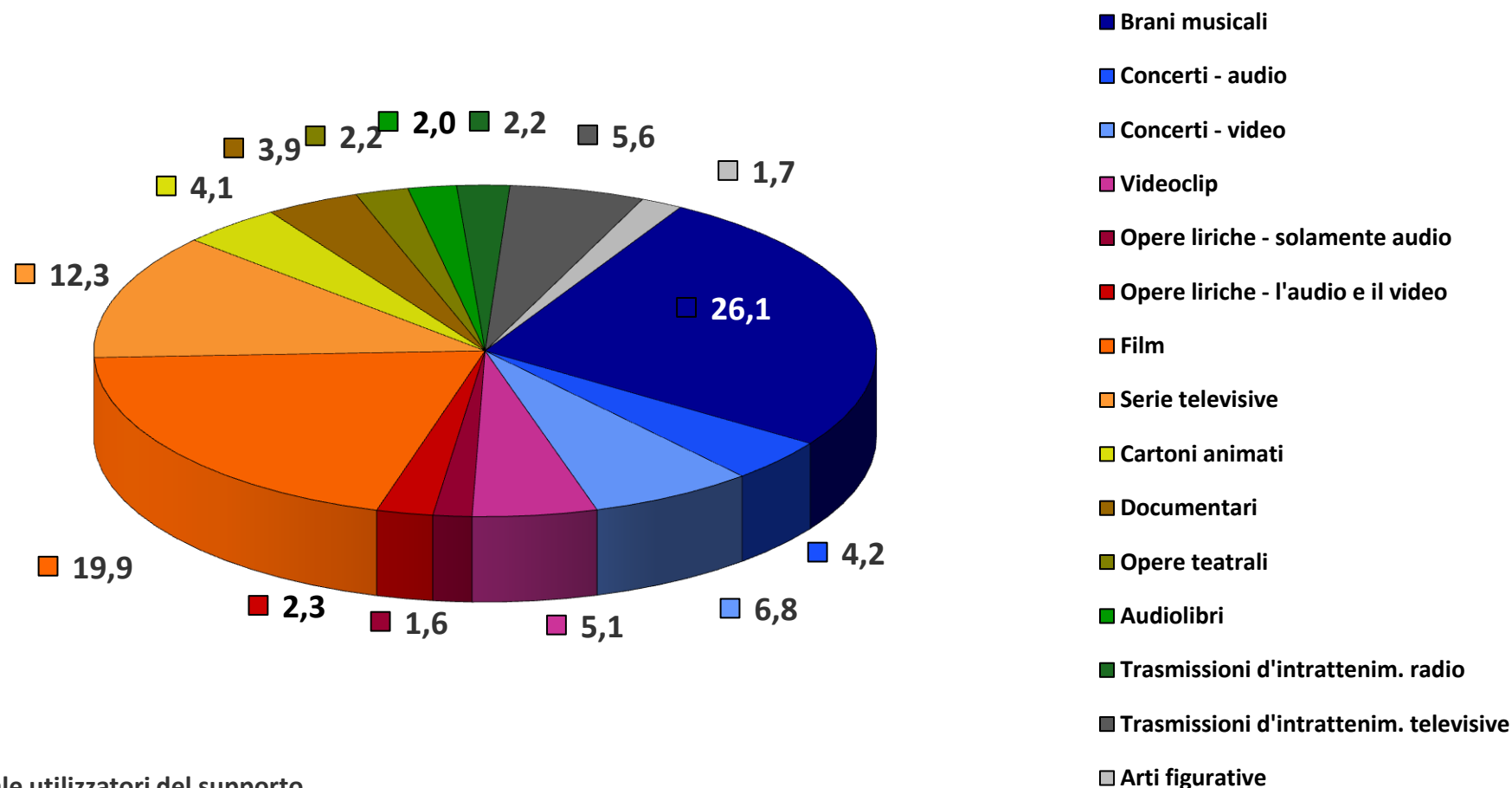
# TV con porta USB – ripartizione contenuti

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **33,3%**  
% supporto  
principale **2,8%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(3326 casi) - valori in %

## 4i DVD vergini



# DVD vergini – contenuti copiati sul supp.

Dom. 13a

% utilizzo supporto

29,5%

% supporto principale

3,7%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

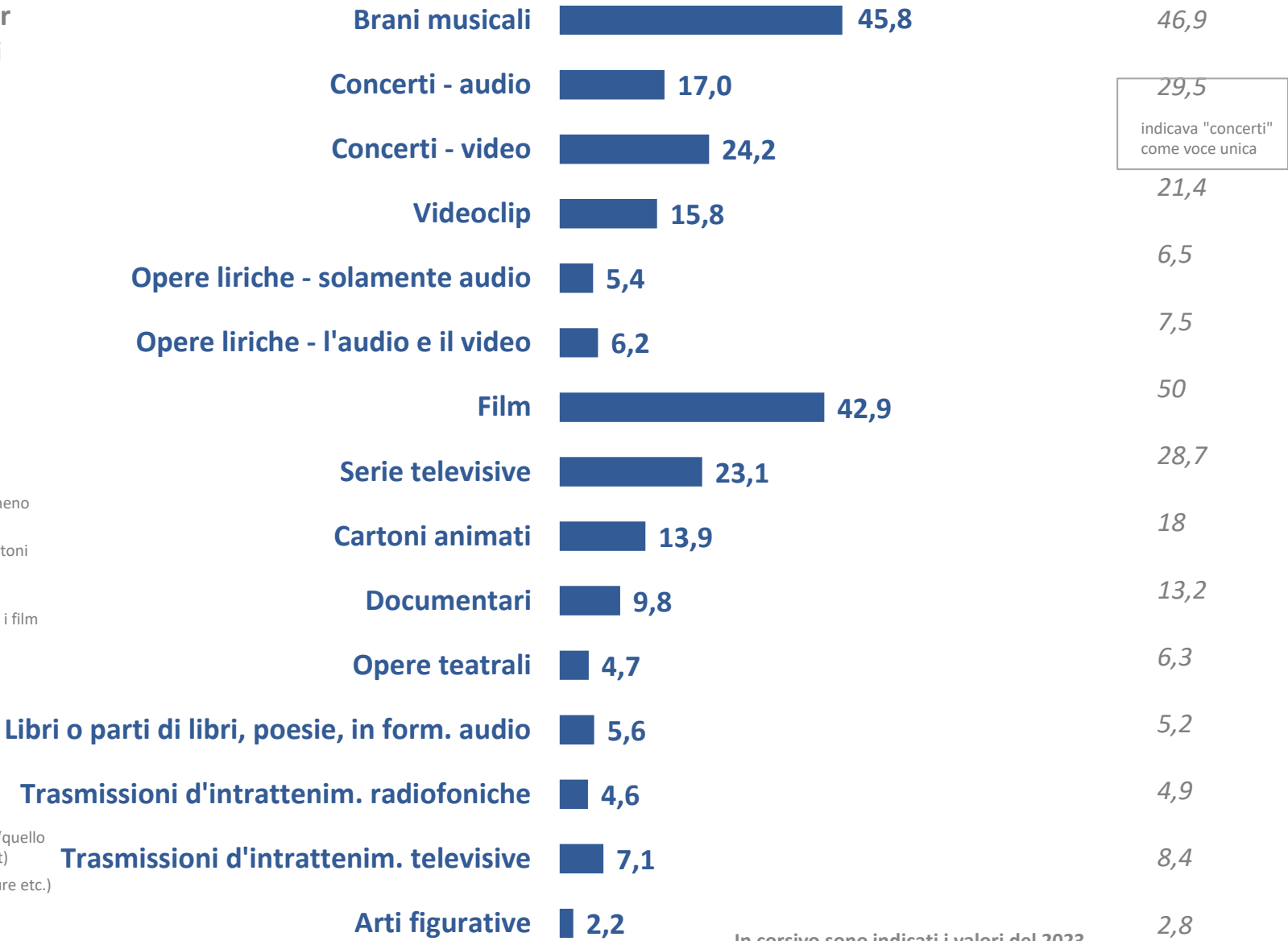
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

fin al 2023 una unica voce "concerti"



Base: totale utilizzatori del supporto (2949 casi) - valori in %

In corsivo sono indicati i valori del 2023



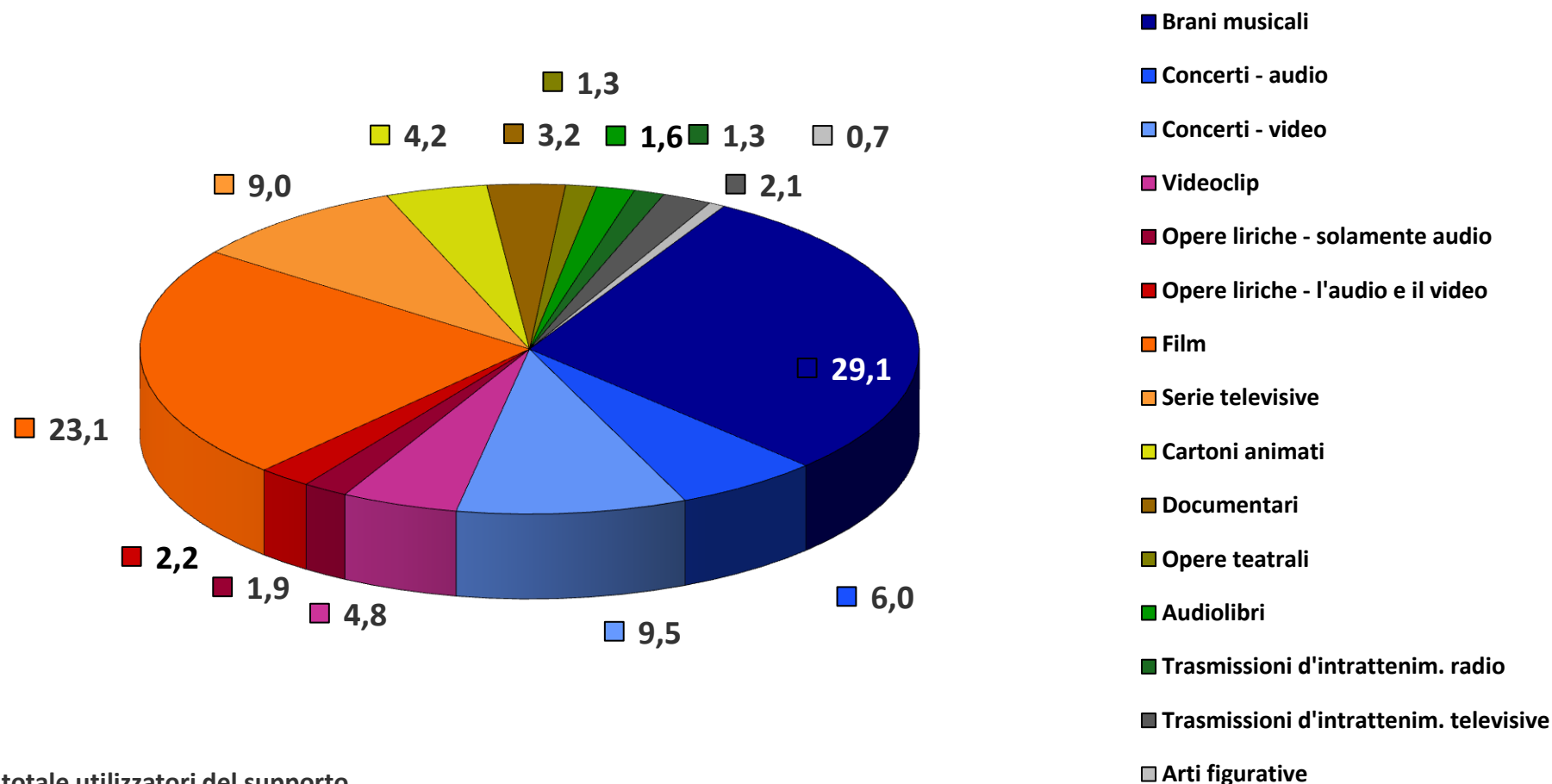
# DVD vergini – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **29,5%**  
% supporto  
principale **3,7%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



## 4j Apparecchi con memoria integrata



# Apparecchi con mem. integrata – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

28,7%

% supporto principale

5,4%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

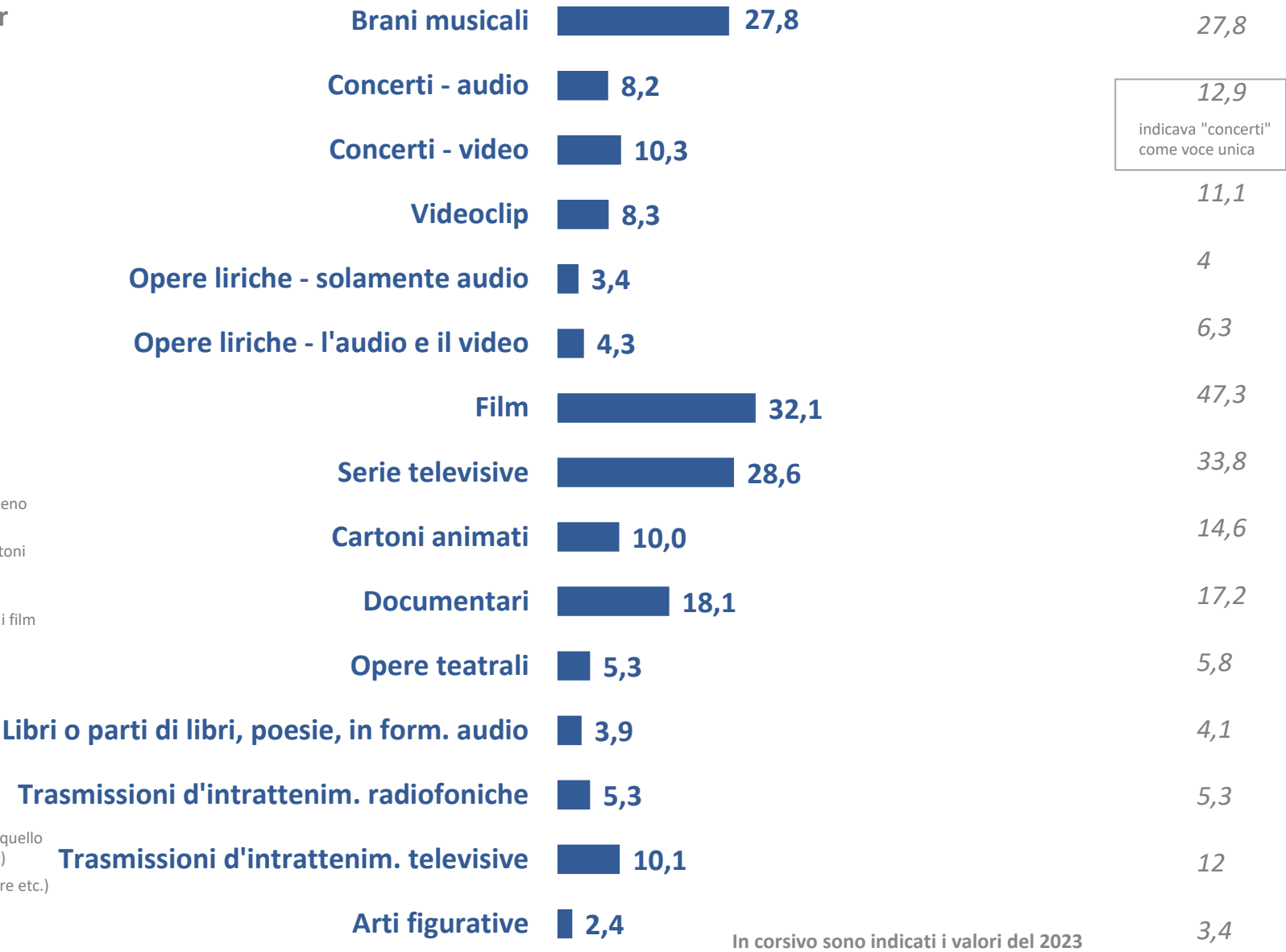
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

fin al 2023 una unica voce "concerti"



Base: totale utilizzatori del supporto  
(2873 casi) - valori in %

# Apparecchi con mem. integrata – ripartizione contenuti

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto

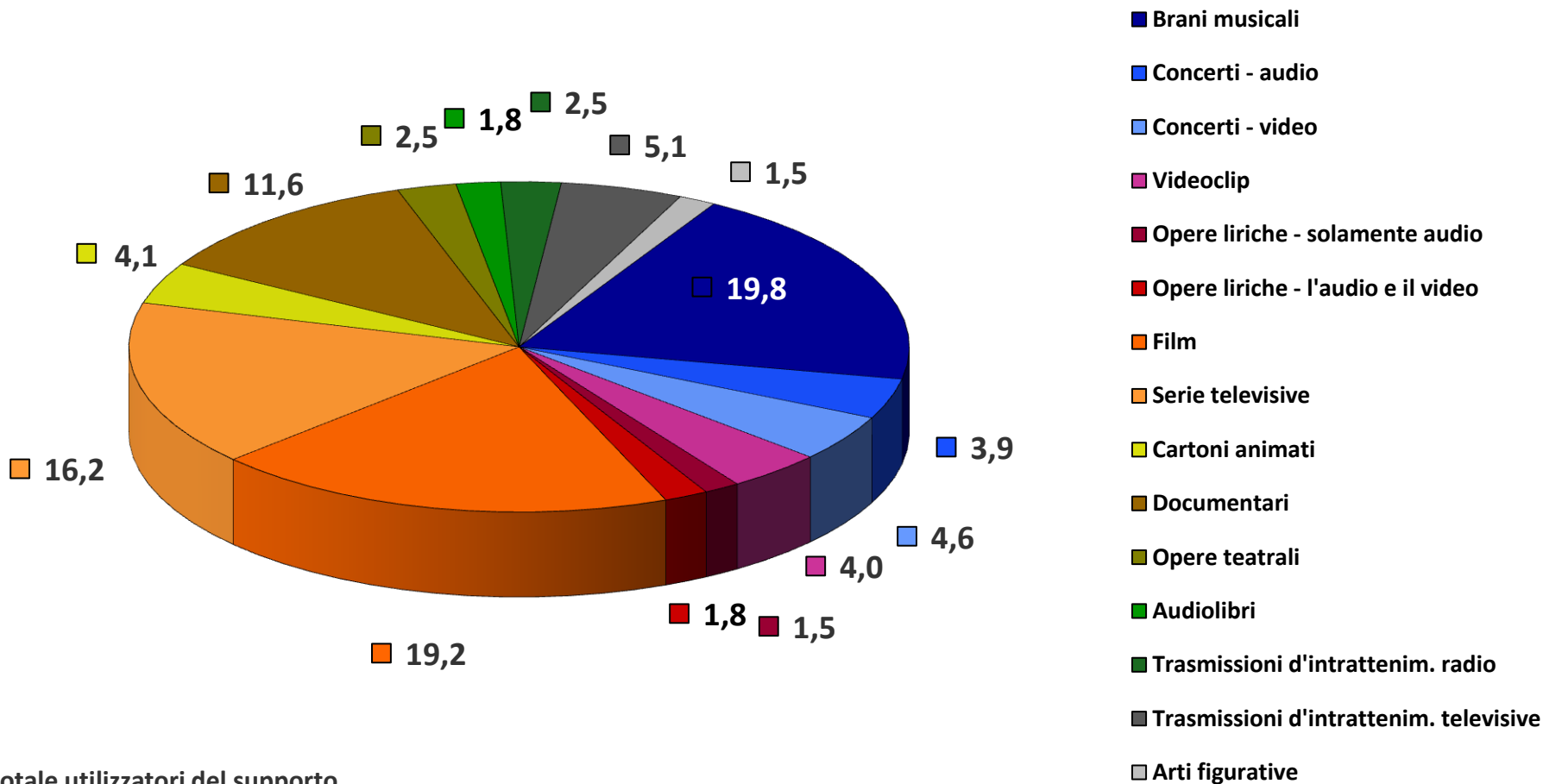
28,7%

% supporto  
principale

5,4%

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell’effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(2873 casi) - valori in %

# 4k Smartwatch



Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

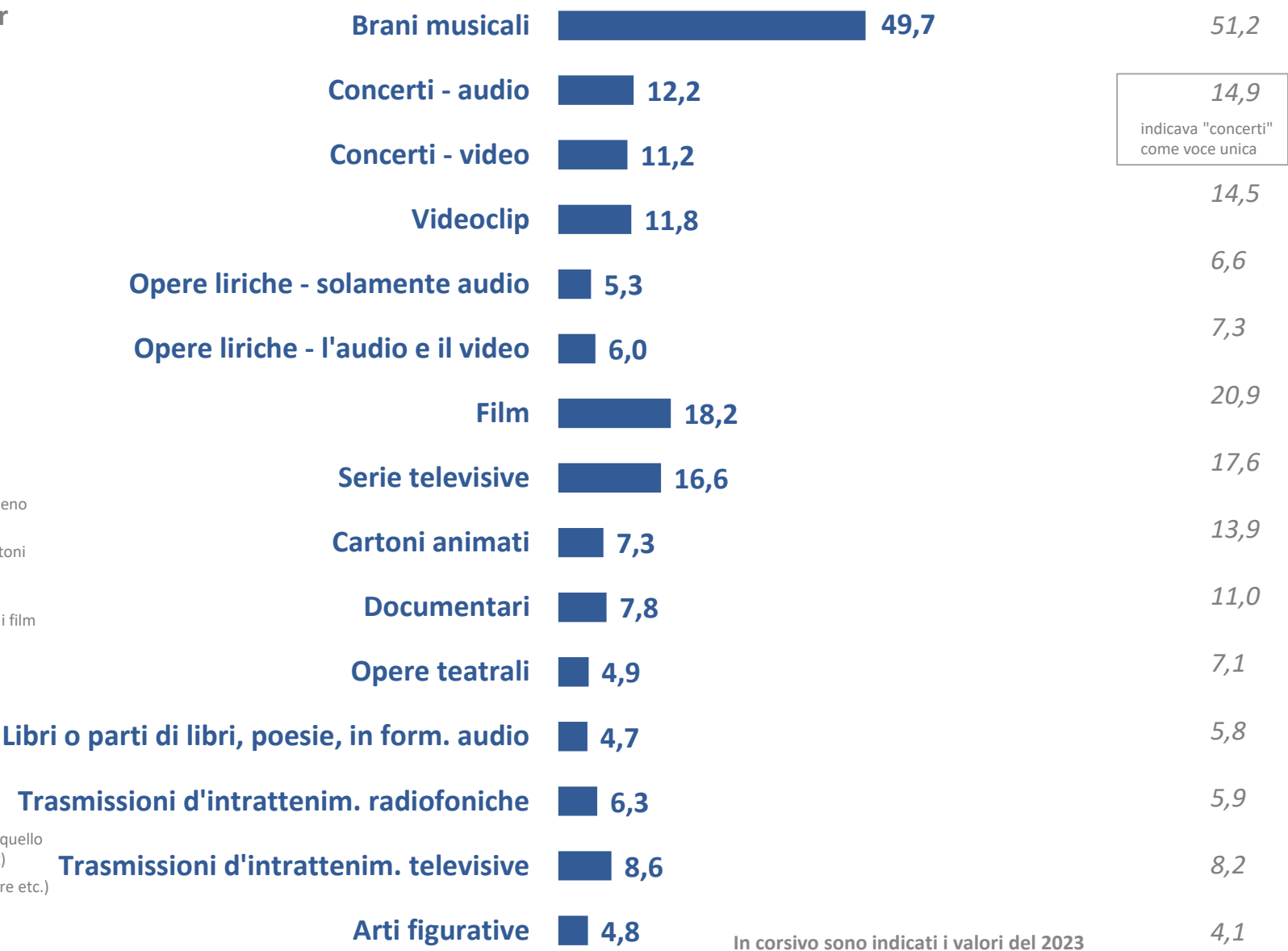
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

fin al 2023 una unica voce "concerti"



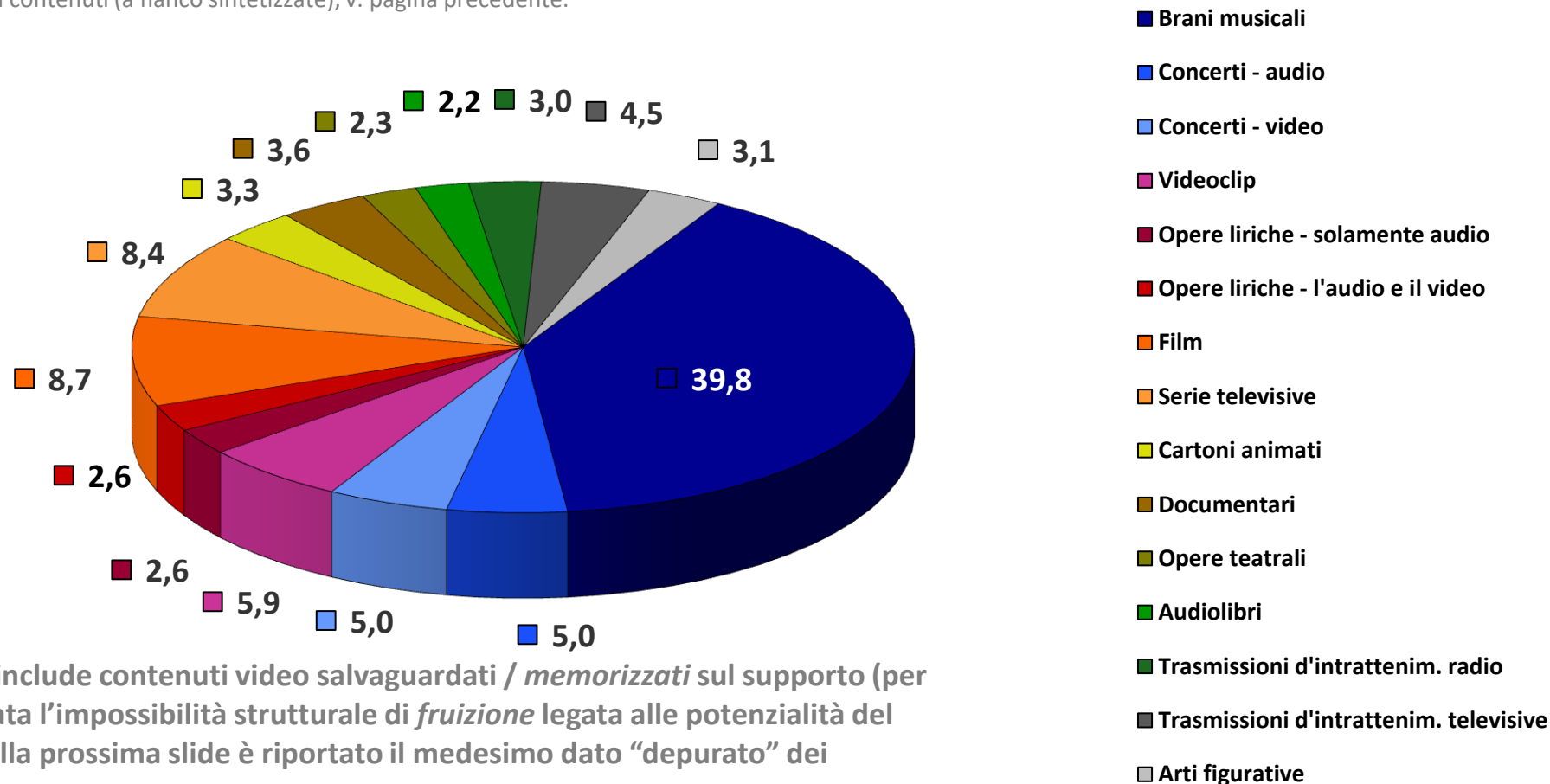
# Smartwatch – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **22,9%**  
% supporto  
principale **0,7%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(2285 casi) - valori in %

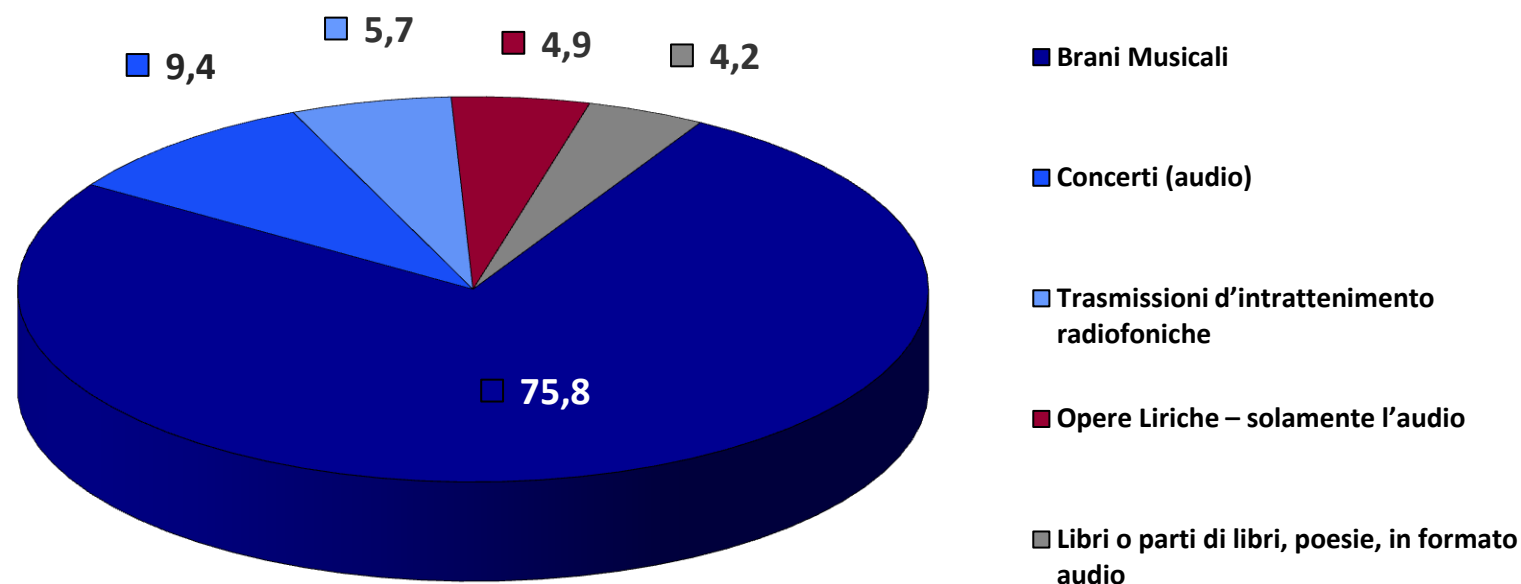
# Smartwatch – ripartizione contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **22,9%**  
% supporto  
principale **0,7%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Questa slide riporta il dato “depurato” dei contenuti video (v. nota su slide precedente), ripercenzualizzati a 100.



## 4| Lettori MP3 (senza display per video)



# Lettori MP3 (no video) – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto

21,8%

% supporto principale

1,8%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

- Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

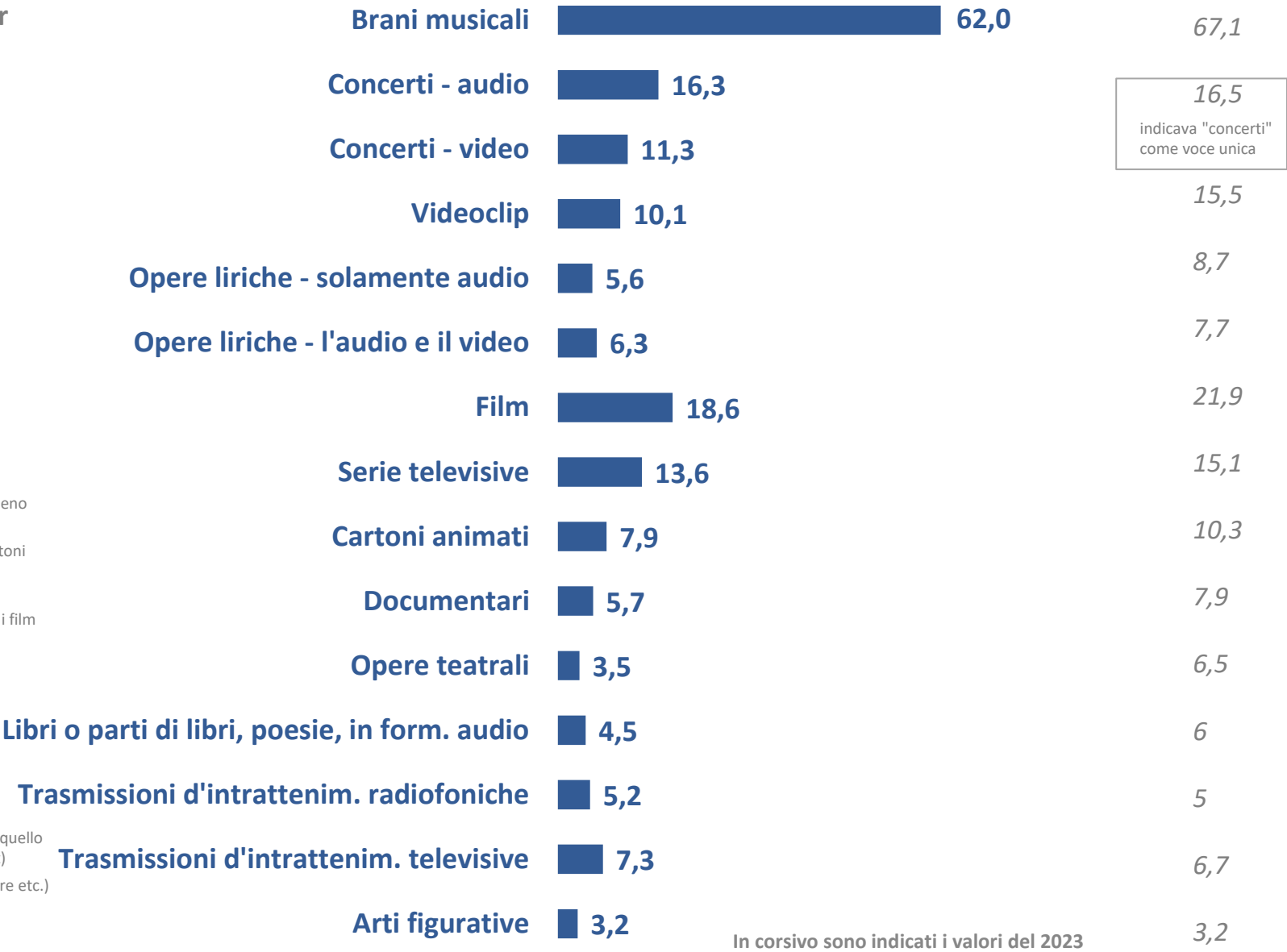
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

fin al 2023 una unica voce "concerti"



Base: totale utilizzatori del supporto (2179 casi) - valori in %

In corsivo sono indicati i valori del 2023

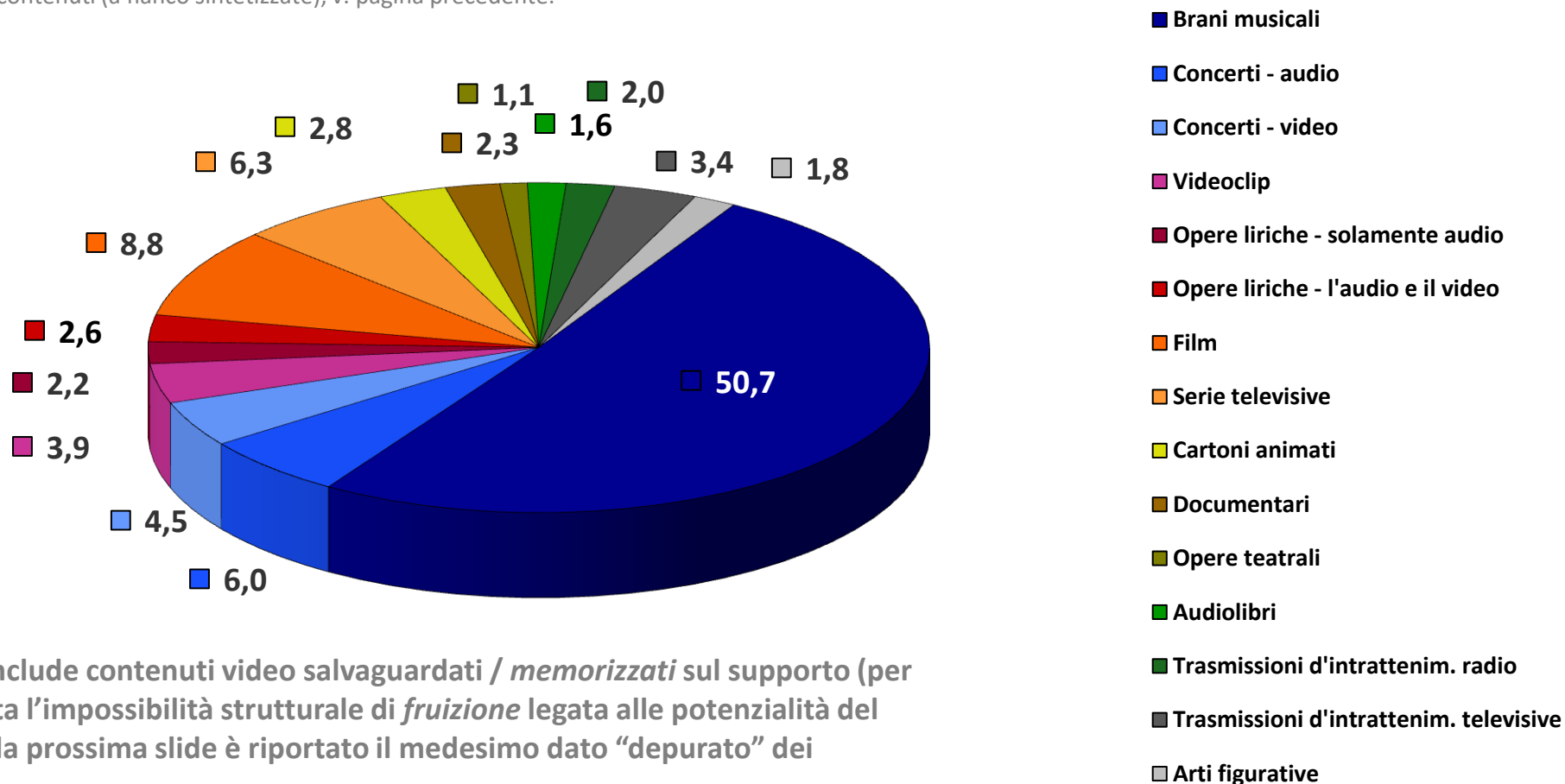
# Lettori MP3 (no video) – ripartizione contenuti

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **21,8%**  
% supporto  
principale **1,8%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Questa ripartizione include contenuti video salvaguardati / *memorizzati* sul supporto (per quanto non *fruiti*, data l'impossibilità strutturale di *fruizione* legata alle potenzialità del supporto stesso). Sulla prossima slide è riportato il medesimo dato "depurato" dei contenuti video.

Base: totale utilizzatori del supporto  
(2179 casi) - valori in %

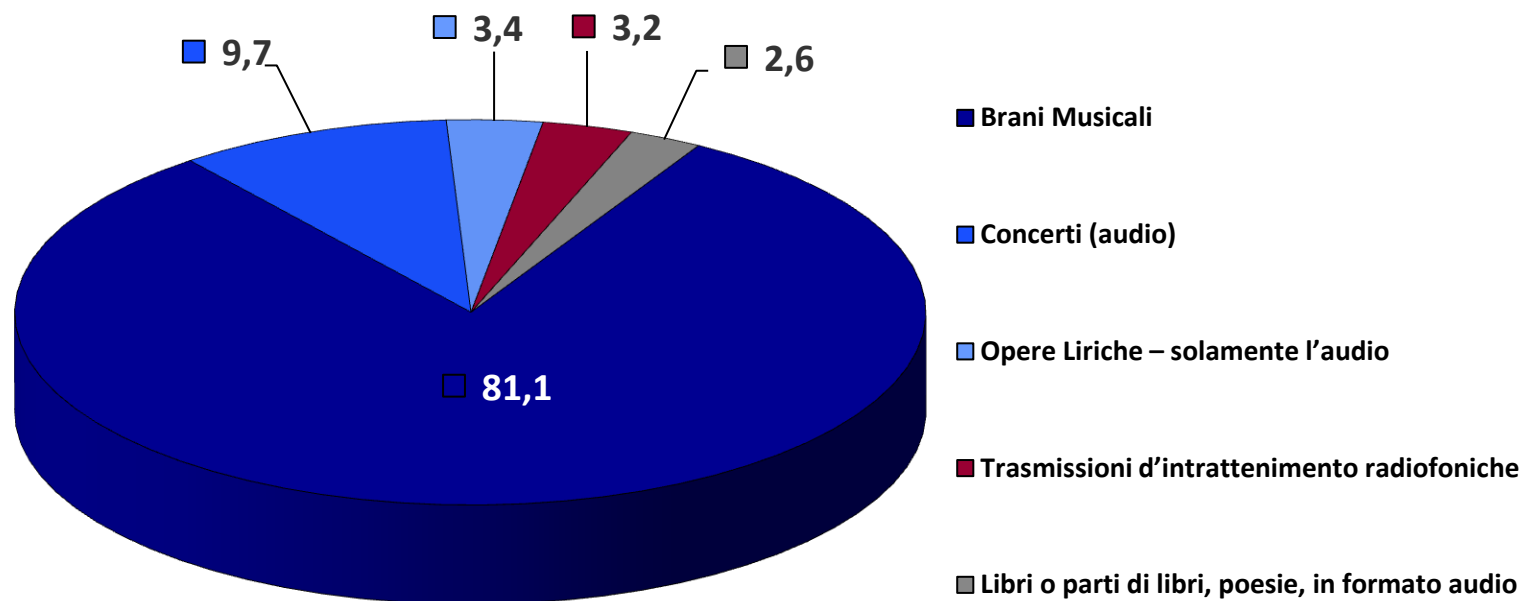
# Lettori MP3 (no video) – ripartizione contenuti

Dom. 13b

% utilizzo supporto	21,8%
% supporto principale	1,8%

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Questa slide riporta il dato “depurato” dei contenuti video (v. nota su slide precedente), ripercettualizzati a 100.

# 4m Lettori MP3/P4



# Lettori MP3/MP4 – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo  
supporto

20,9%

% supporto  
principale

1,6%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

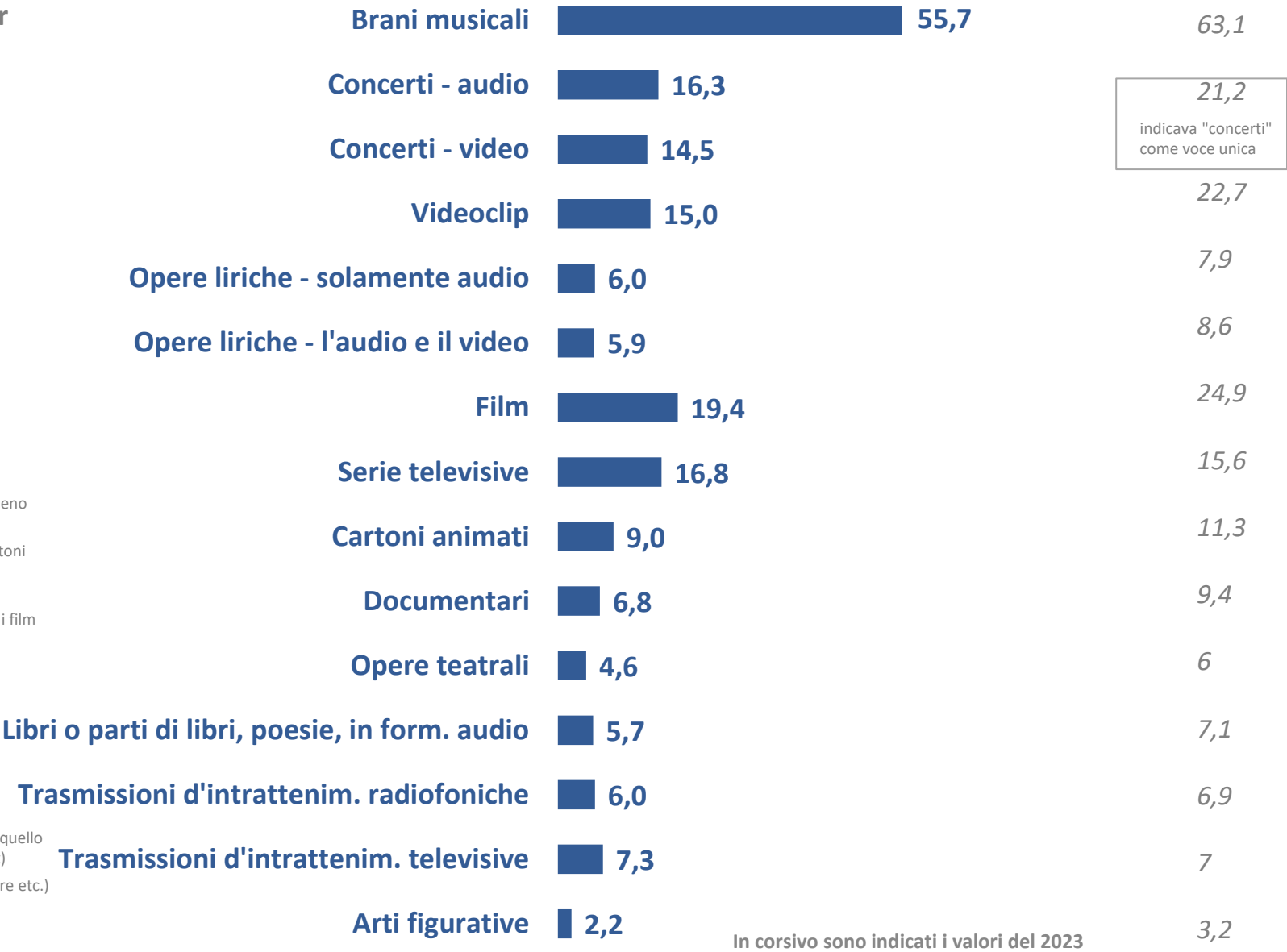
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)



Base: totale utilizzatori del supporto (2090 casi) - valori in %

In corsivo sono indicati i valori del 2023

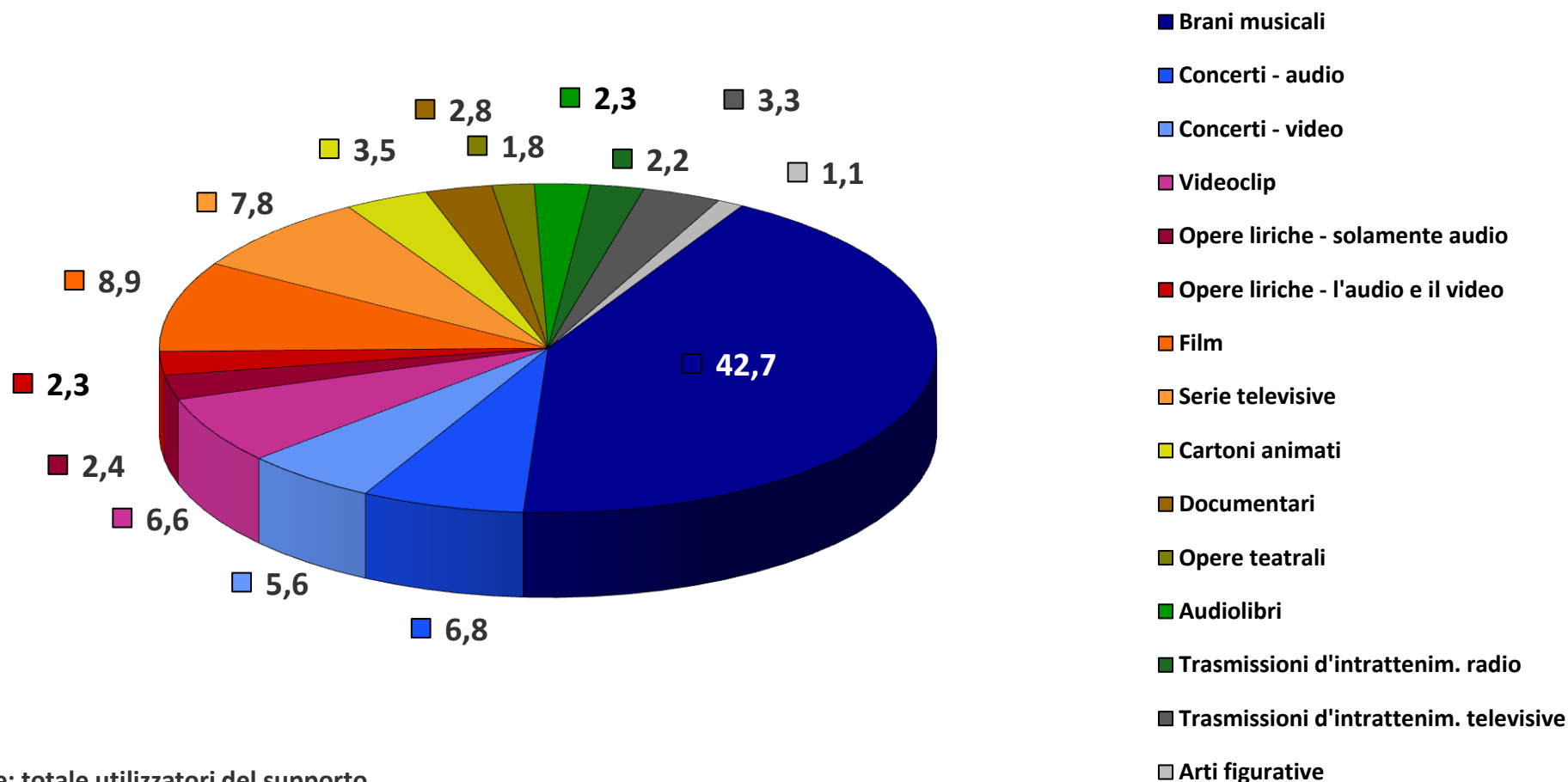
# Lettori MP3/MP4 – ripartiz. contenuti copiati

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **20,9%**  
% supporto  
principale **1,6%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell'effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(2090 casi) - valori in %

# 4n Media Center





# Media Center – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo  
supporto

11,6%

% supporto  
principale

0,7%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

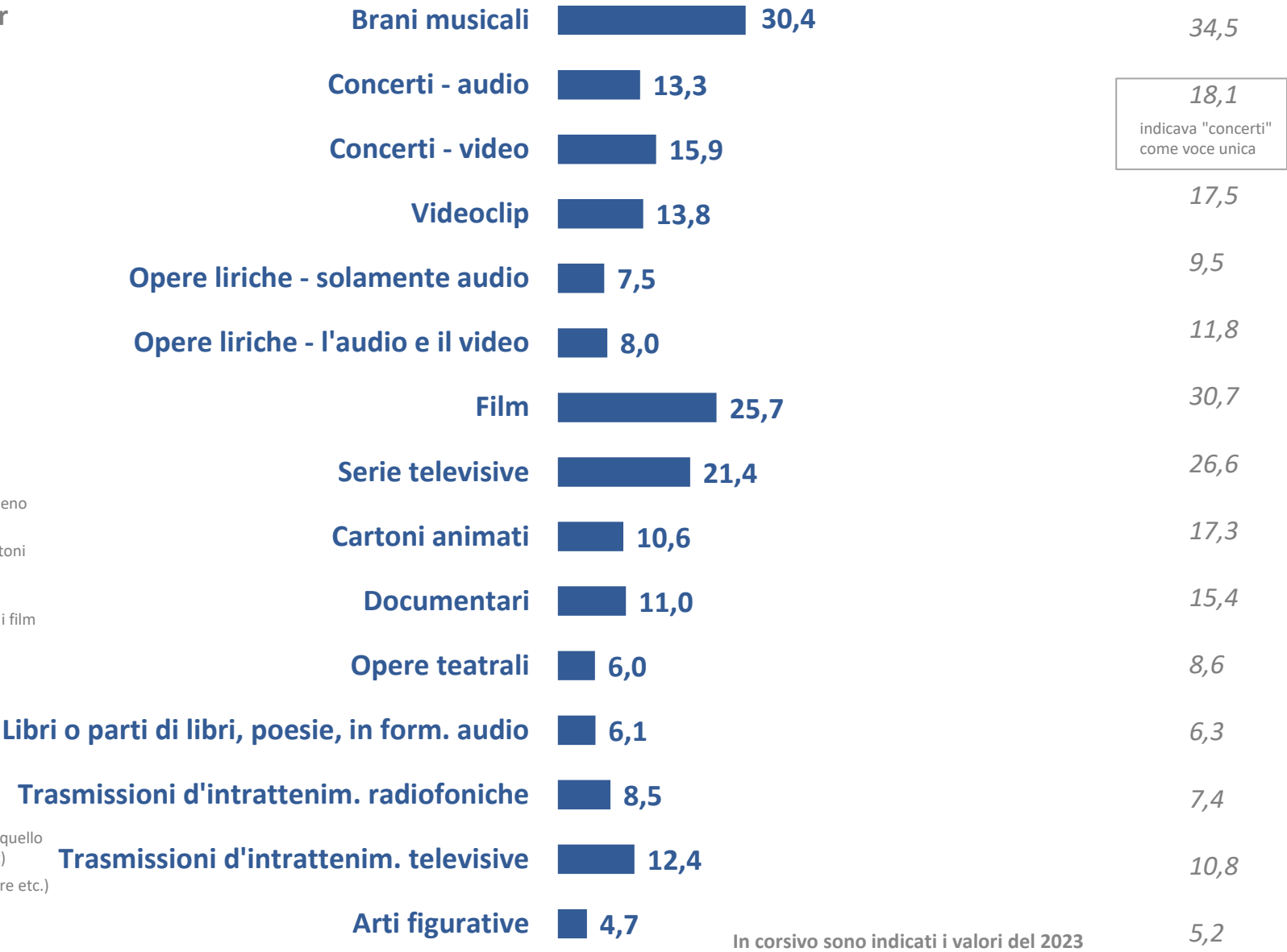
1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

}

fino al 2023 una unica voce "concerti"
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;
10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)



Base: totale utilizzatori del supporto  
(1156 casi) - valori in %

# Media Center – ripartizione contenuti copiati

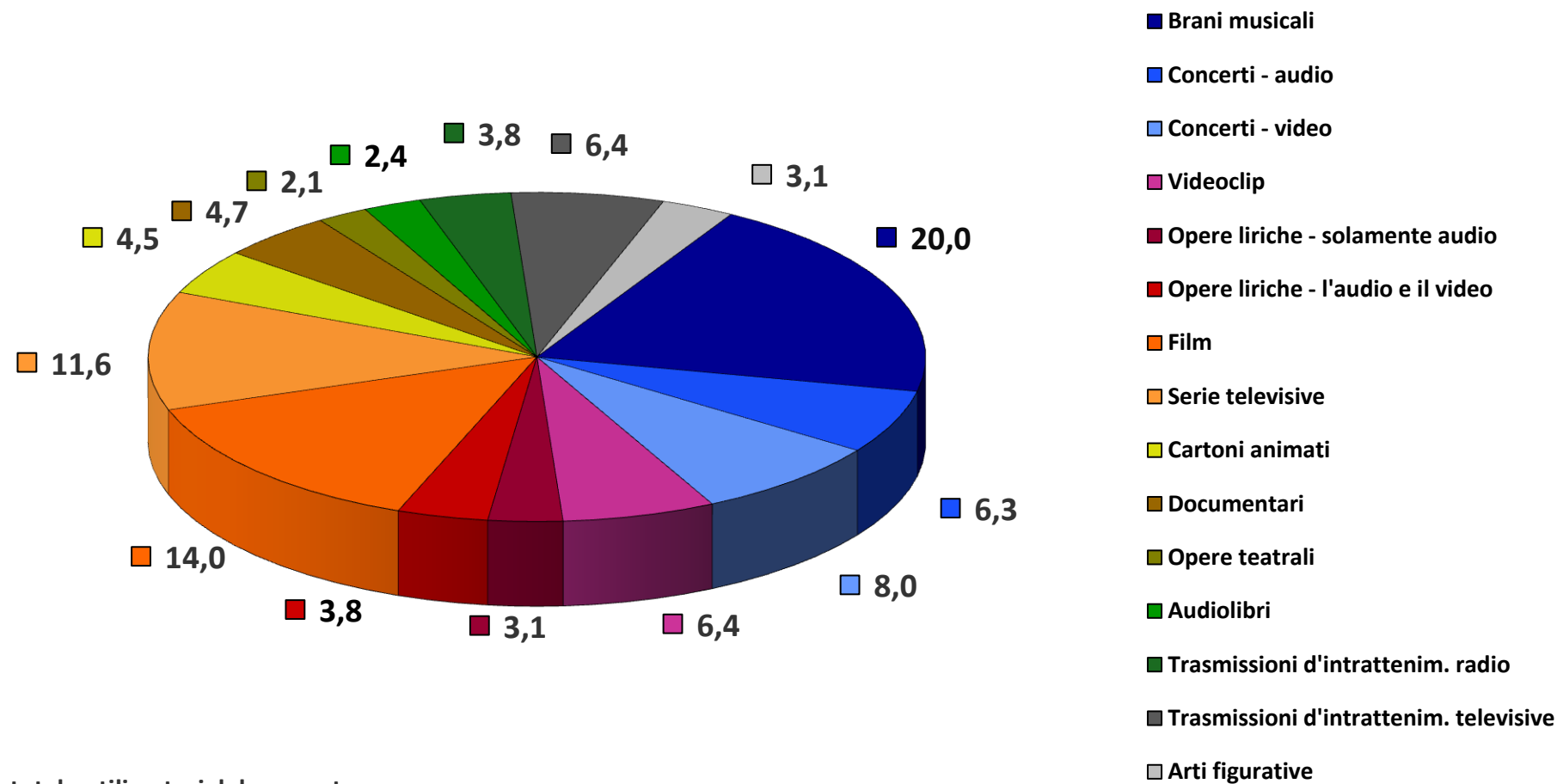
Dom. 13b

% utilizzo supporto11,6%

% supporto principale0,7%

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell’effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(1156 casi) - valori in %

## 4o Telefonini tradizionali



# Telefonini “non smart” – contenuti copiati

Dom. 13a

% utilizzo supporto8,9%

% supporto principale1,8%

Lei ha indicato di utilizzare *[questo supporto]* per effettuare copie di contenuti audio o video. Tra i seguenti contenuti, per cortesia selezioni tutti quelli che le capita di copiare / duplicare su *[questo supporto]*. Pensi sempre a copie / duplicazioni che effettua sia per sé che per altri membri della Sua famiglia minori di 14 anni.

Le definizioni complete dei contenuti (che nel grafico a fianco sono sintetizzate per garantire maggior leggibilità) sono state presentate nel questionario come segue:

1. Brani Musicali

2. Concerti audio

3. Concerti video

4. Videoclip (brevi video musicali)

5. Opere Liriche audio

6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)

7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)

8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o “docu-serie” (voci riportate successivamente)

9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che “serie di animazione” ed esclusi invece i film di animazione;

10. Documentari, includendo le “docu-serie”, cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i “Film documentario”

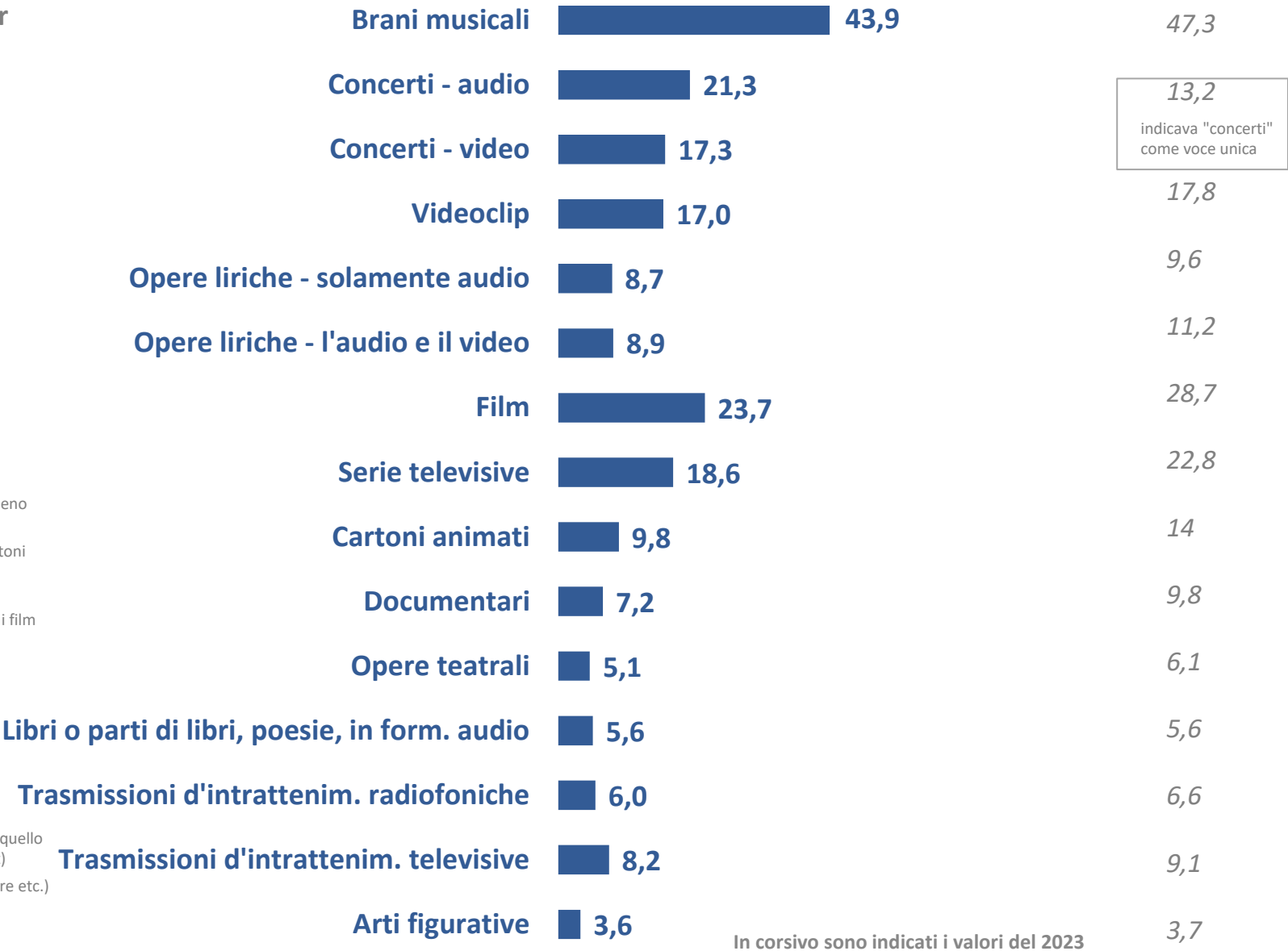
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)

12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)

13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)

14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / “quello che passa in TV”, non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)

15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)
- fin al 2023 una unica voce "concerti"



In corsivo sono indicati i valori del 2023

Base: totale utilizzatori del supporto (889 casi) - valori in %

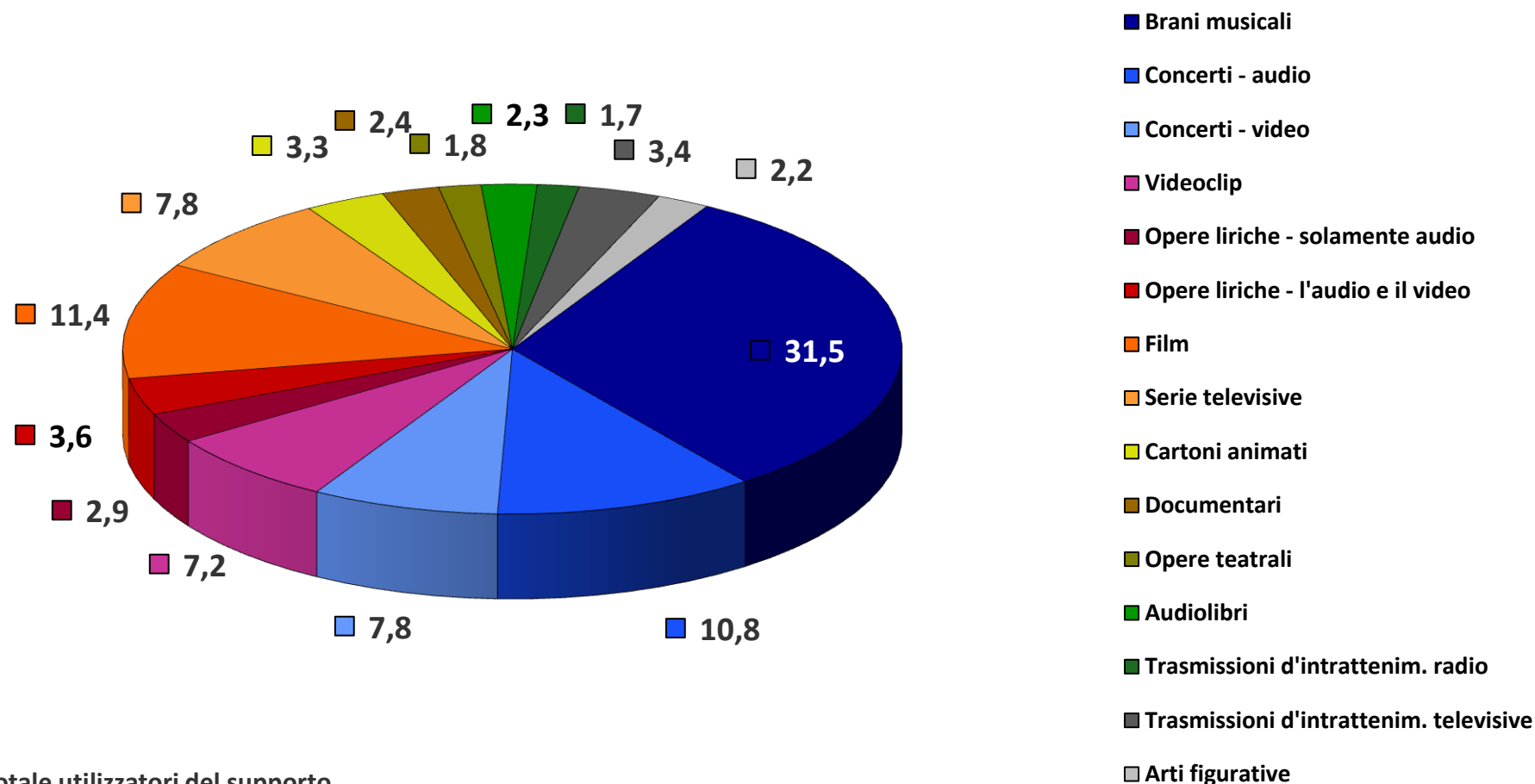
# Telefonini “non smart” – ripartizione contenuti

Dom. 13b

% utilizzo  
supporto **8,9%**  
% supporto  
principale **1,8%**

Pensando solo ai contenuti che ha copiato / duplicato su [questo supporto], indichi la percentuale di ciascun contenuto salvato su [questo supporto stesso], in termini di spazio occupato, anche gentilmente verificando sul suo apparecchio o supporto se necessario. Pensi solo a questi contenuti, non calcolandone altri eventuali (come file di lavoro o studio, etc.). Per esempio: una persona potrebbe occupare una chiavetta USB con: XX% brani musicali; XX% concerti; XX% film, XX% serie TV (etc.). Nell’effettuare il calcolo, consideri che files audio, files video, files di immagini hanno un peso diverso.

Per le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate), v. pagina precedente.



Base: totale utilizzatori del supporto  
(889 casi) - valori in %

5

FOCUS CLOUD

- La sezione di "focus" sui **servizi Cloud** beneficia di una serie storica che risale al 2017. Complessivamente ha visto una crescita lenta ma costante fino all'anno scorso; i valori di quest'anno rispetto all'utilizzo sono in linea con quelli dell'anno scorso, con una differenza (in questo caso in negativo) di appena lo 0,4%: 47,8% in questa rilevazione contro il 48,2% del 2023 (si noti che il dato di partenza nel 2017 era del 37%).
- Si nota una grande crescita dello spazio occupato nella piattaforma utilizzata (dettagli alla tabella di pag. 99).
- La piattaforma più utilizzata risulta essere **Google Drive** con oltre il 57% di utenti sulla base di *user di servizi cloud* (è pertanto il 57% del 47,8%), seguita dalla piattaforma Apple **iCloud** con il 33,1% (in leggera crescita). Si noti che, trattandosi di due piattaforme e servizi conferiti di default agli user dei rispettivi ecosistemi (Google e Apple), può esservi per tali due piattaforme (e specialmente per Apple iCloud) una quote di user inconsapevoli (possibile che il dato, in particolare di Apple iCloud, sia anche un poco superiore). **Dropbox** (servizio che, a differenza dei due precedenti, è fruibile solo per scelta e non erogato di default) si pone al terzo posto, anche se è il primo in termini di spazio fruito. **OneDrive** (parte integrante dell'ecosistema Microsoft e **Amazon Cloud Drive** (pure fornito come bonus per pay users di Amazon) sono quarti e quinti.

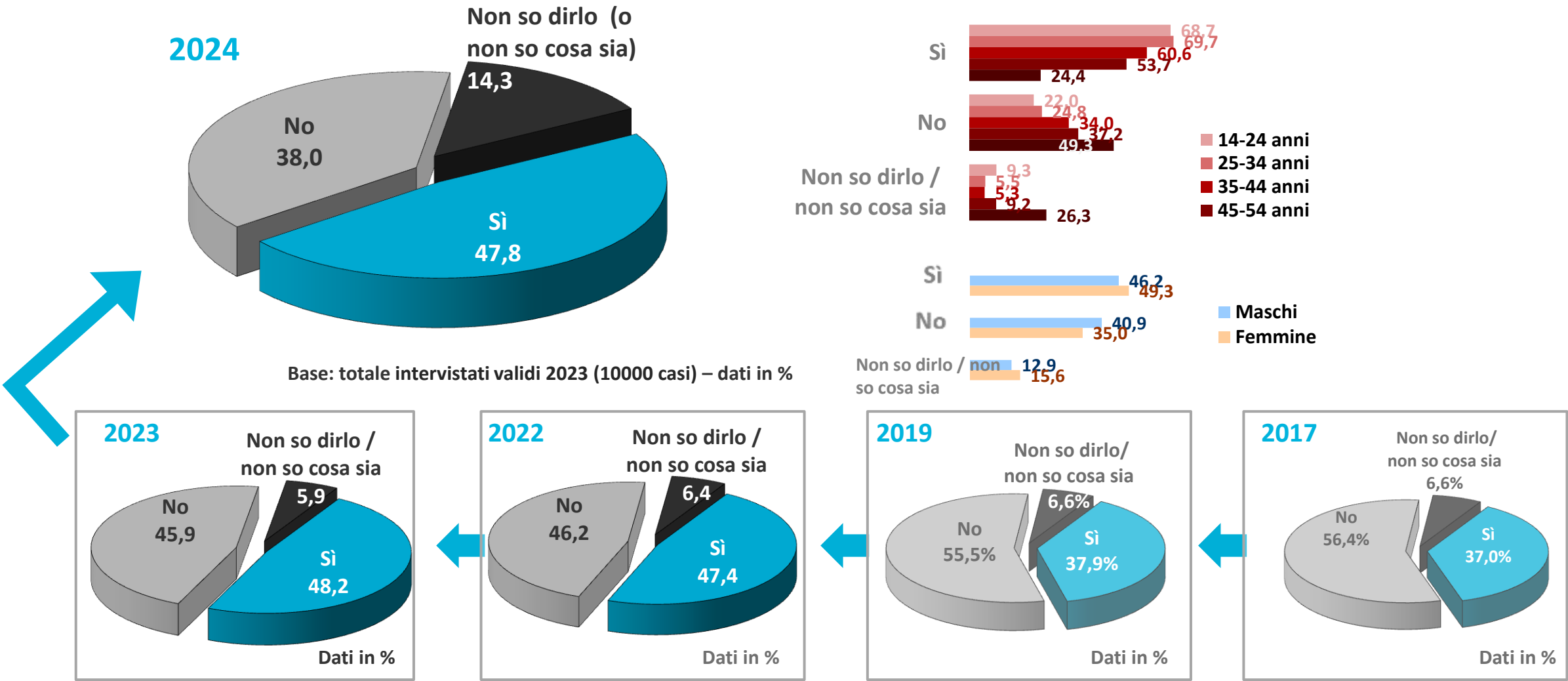
- L'utilizzo (consapevole) dei servizi cloud è cresciuto su tutte le voci: "**caricare mie foto o video**" passa da circa metà user a oltre due terzi, raggiungendo il 69,3%. Secondo utilizzo: **caricare i propri documenti** (pure in forte crescita), seguito dalla possibilità di **condivisione** (tramite link o shared space) **con altri utenti**.
- **L'utilizzo per copia privata** (quello che più pertiene alla finalità-chiave della ricerca) **cresce molto**: il valore relativo all'effettuazione di copia privata è del **29,1%** (in crescita di circa 7 punti percentuali sul 2023) e del 10,6% con riferimento alla condivisione di tali copie con altri utenti (il dato della precedente rilevazione era del 2,8).
- A fronte di una base di "copiatori" su Cloud più corposa (e probabilmente anche a motivo di tale incremento di base), l'utilizzo rispettivo della piattaforma per i dettagliati contenuti (riportati a pag. 101 con modalità complete e inalterate rispetto alla domanda principale oggetto della sezione 4) vede utilizzo in leggero calo relativo per quasi tutti i contenuti, eccetto i **brani musicali** che oltre a essere i primi in assoluto sono anche (minimamente: +0,3%) cresciuti, a raggiungere il 69,3%. La classifica, in termini di ordine di contenuti, è rimasta quasi inalterata (con minime eccezioni), con **film** (32,4%), **videoclip** (23,2%) e **serie TV** (22,51%).
- **Smartphone, computer e tablet** sono i device attraverso cui più sovente si accede ai servizi cloud.



# Diffusione dei servizi Cloud

Dom. 16

Lei utilizza una piattaforma cosiddetta “cloud” (per esempio DropBox, Google Drive, iCloud per conservare foto, musica, video o file di Suoi documenti?)



# Piattaforme Cloud utilizzate: overall / principale

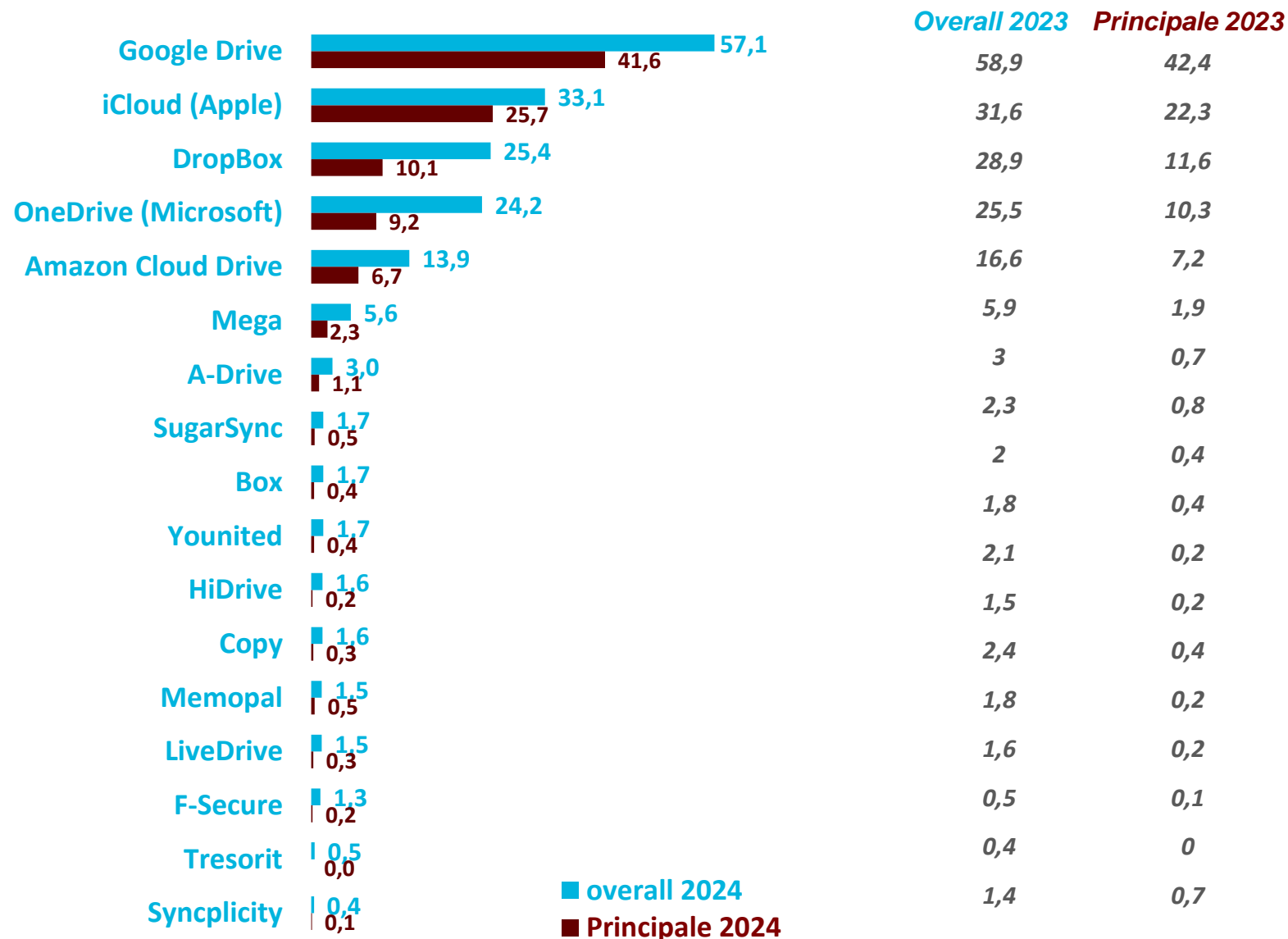
Dom. 17-19

% complessiva user  
servizi "cloud"

47,8%

Tra le seguenti piattaforme di Cloud, per favore indichi quelle che utilizza

E qual è la piattaforma che utilizza di più?



# Spazio disponibile e utilizzato nei servizi Cloud

Dom. 18

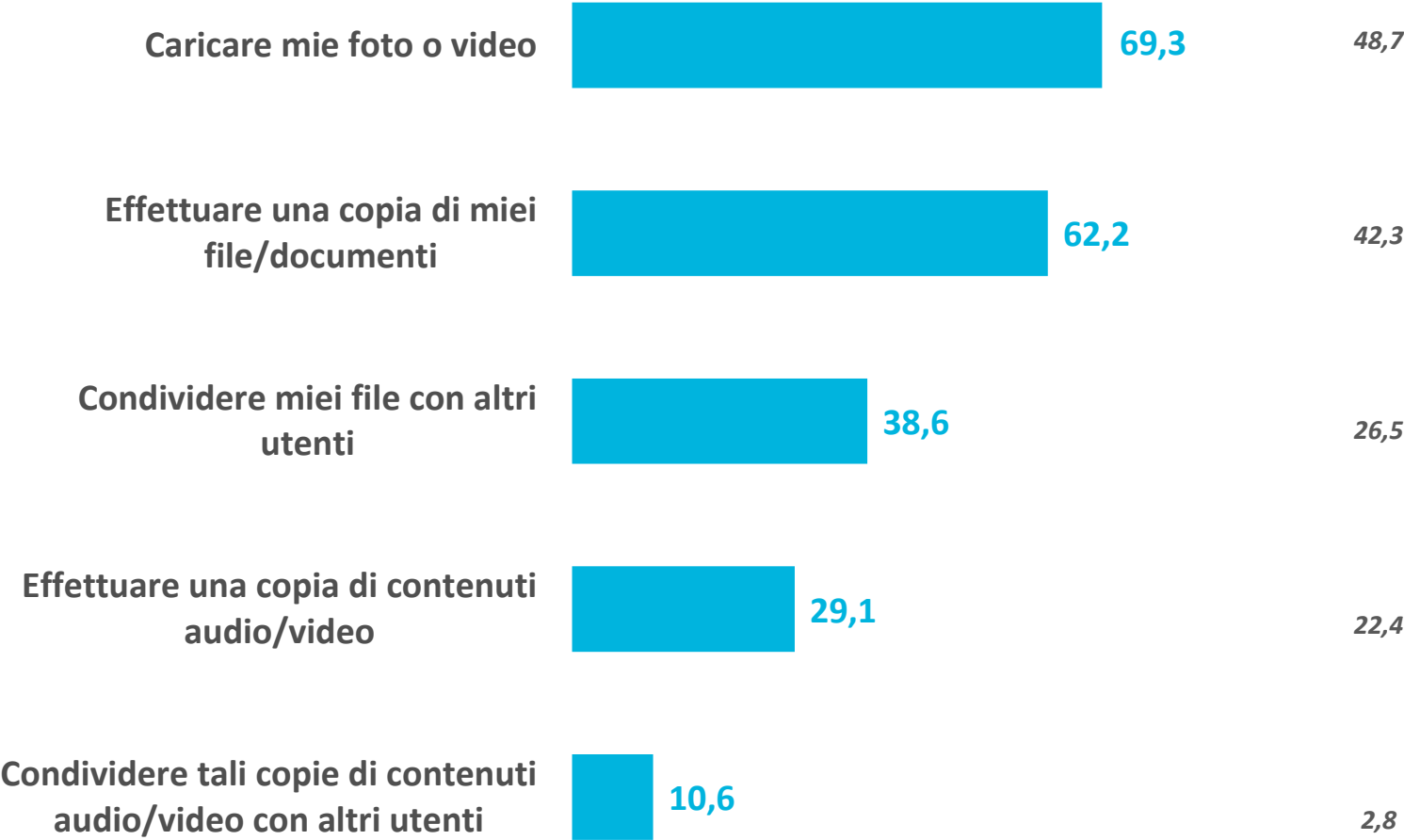
% complessiva user  
servizi "cloud"

47,8%

Quanto spazio utilizza all'interno delle piattaforme Cloud che usa? Lo indichi in "Gigabyte" (Giga, GB); se lo spazio fosse in Terabyte (Tera, TB), per cortesia lo indichi comunque in Giga (GB), tenendo presente che un Tera = 1000 GB (per es., se ha 1 Tera, indichi 1000 GB; se 2 Tera, indichi 2000 GB, etc.). Se fosse inferiore a un Giga, lo indichi con decimali: es., 0,5 Giga (corrisponde a 500 MB) o 0,2 Giga (= 200 MB), etc.

	Spazio utilizzato 2024 (in GB)	<i>Dato spazio utilizzato 2023</i>
Dropbox	248,5	184,5
iCloud	267,5	184,4
OneDrive	231,7	251,6
Google Drive	208,4	251,6
Amazon Cloud Drive	259,7	313,5
SugarSync	50,3	141,3
Mega	160,2	136,7
A-Drive	129,6	190,2
Memopal	130,0	157,7
Younited	71,5	289,0
F-Secure	55,9	225,3
HiDrive	207,7	174,0
Copy	1489,2	171,6
Box	1399,4	339,9
LiveDrive	1690,9	272,4
Tresorit	4368,7	191,6
Syncplicity	5548,7	243,6
Altro	588,4	128,1

Tra le seguenti attività, ci indichi per favore tutte quelle che svolge in ambiente Cloud



In corsivo indicati i valori del 2023

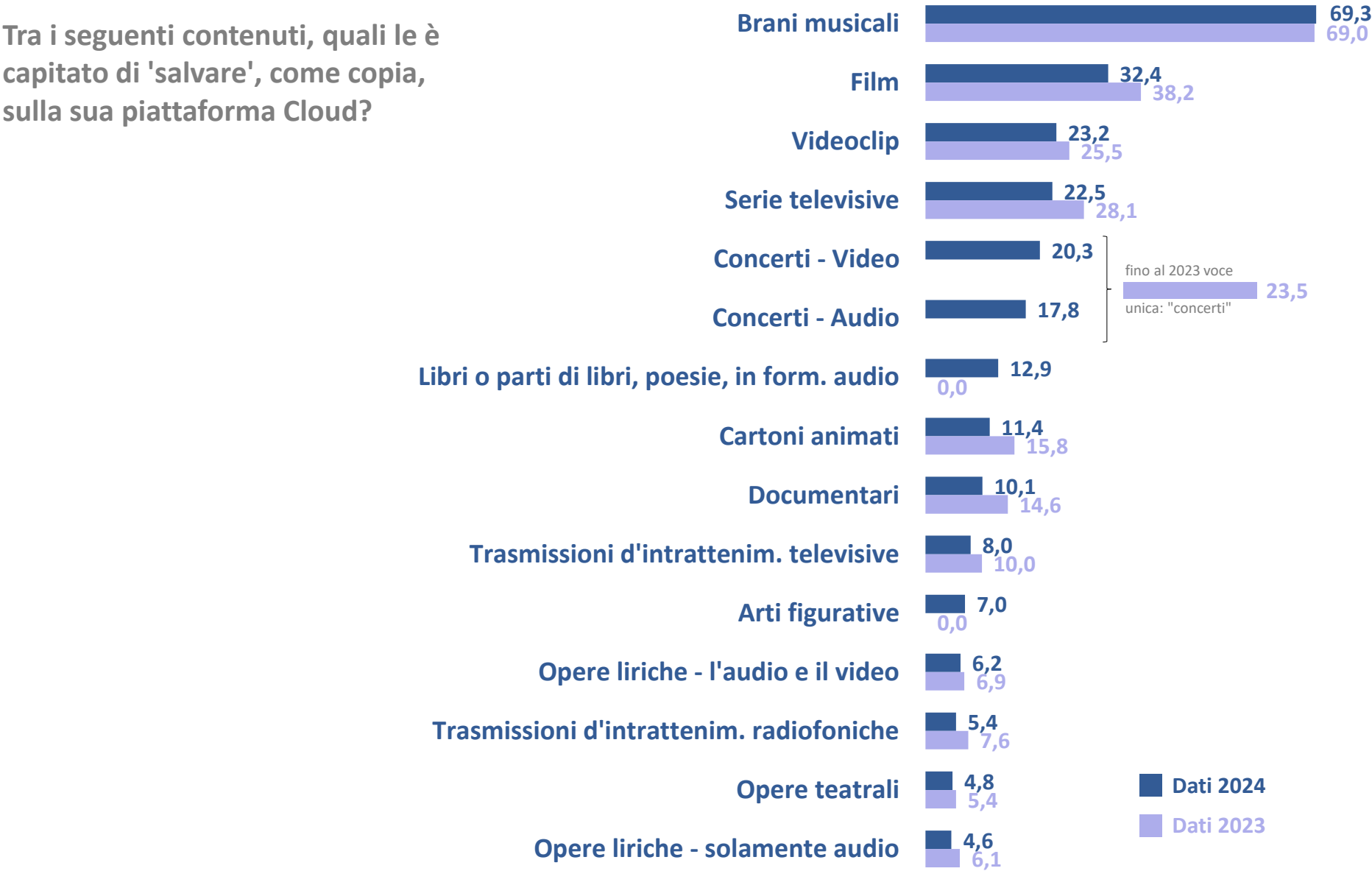
# Pratiche di copia privata attuate su piattaforme Cloud

Dom. 21

% complessiva user  
servizi "cloud"

47,8%

Tra i seguenti contenuti, quali le è capitato di 'salvare', come copia, sulla sua piattaforma Cloud?



Le definizioni complete dei contenuti (a fianco sintetizzate) sono state presentate nel questionario come segue:

1. Brani Musicali
2. Concerti audio
3. Concerti video
4. Videoclip (brevi video musicali)
5. Opere Liriche audio
6. Opere Liriche video (inclusi balletti e coreografie)
7. Film / opere cinematografiche, inclusi Film di Animazione, Film musicali e Film Documentario (cioè film, sia lungometraggi che cortometraggi, che abbiano almeno parte del contenuto di carattere documentaristico)
8. Serie televisive, incluse web series, fiction e sitcom; escluse invece le serie a cartoni animati e quelle di tipo documentaristico o "docu-serie" (voci riportate successivamente)
9. Cartoni animati, sia a episodi singoli che "serie di animazione" ed esclusi invece i film di animazione
10. Documentari, includendo le "docu-serie", cioè mini-serie TV di carattere documentaristico, ed esclusi invece i "Film documentario"
11. Opere Teatrali, inclusi cabaret, sketch, stand-up comedy, ed esclusi balletti, coreografie e opere liriche (già riportati in una voce precedente)
12. Libri, poesie, in formato audio (audiolibri e riproduzione in genere di letture)
13. Trasmissioni d'intrattenimento radiofoniche, cioè contenuti trasmessi in radio (compresi podcast, sketch, radiodrammi)
14. Trasmissioni d'intrattenimento televisive / contenuti trasmessi in televisione / "quello che passa in TV", non compresi nelle definizioni precedenti (includendo vodcast)
15. Arti Figurative (riproduzioni di quadri, fotografie d'autore, riproduzioni di sculture etc.)

Base: user servizi Cloud per effettuare copia privata di contenuti audio o video (1391 casi) - valori in %

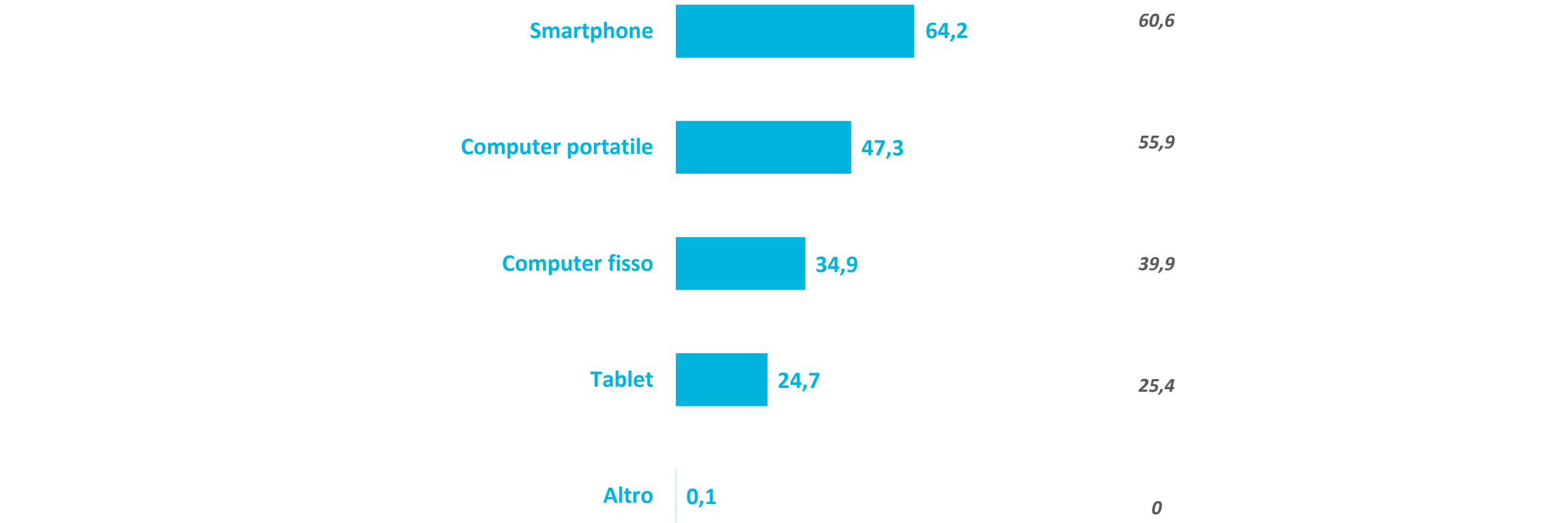
# Dispositivi attraverso cui si accede al Cloud

Dom. 23

% complessiva user  
servizi "cloud"

47,8%

Attraverso quali dispositivi lei accede alle sue piattaforme cloud?



*In corsivo indicati i valori del 2023*

# 6

## FOCUS RICONDIZIONATI

# Il mondo dei ricondizionati: contesto, device e brand

- Per **ricondizionati** si intendono **prodotti rimessi sul mercato e distribuiti su canali di vendita ufficiali** dopo esser stati sottoposti a **test di performance e sicurezza** con interventi per **ripristinarne funzionalità ed estetica**, che li rendono funzionalmente equivalenti di fatto ad un prodotto nuovo, idonei alla copia di contenuti audio/video.
- Per il secondo anno (consecutivo e in assoluto) nella serie di rilevazioni condotte, è stato condotto un **focus tematico mirato** sul mondo dei **ricondizionati**, un business in crescita in virtù di molteplici fattori, di natura sia economica che legati alla **crescente notorietà** di questo tipo di apparecchi tra gli user di tecnologia.
- Tale trend è confermato dall'incremento dell'ownership, che passa dal **26%** del 2023 al **27,4%** di quest'anno.
- Tra chi ha acquistato un dispositivo ricondizionato, per oltre 7 su 10 l'acquisto ha riguardato uno **smartphone** (72,2%), seguito da **tablet** (30,6%) e un **computer** (25,1%) *[la lista è a risposta multipla, in quanto un utente può naturalmente aver acquistato più di un tipo di device ricondizionato]*.



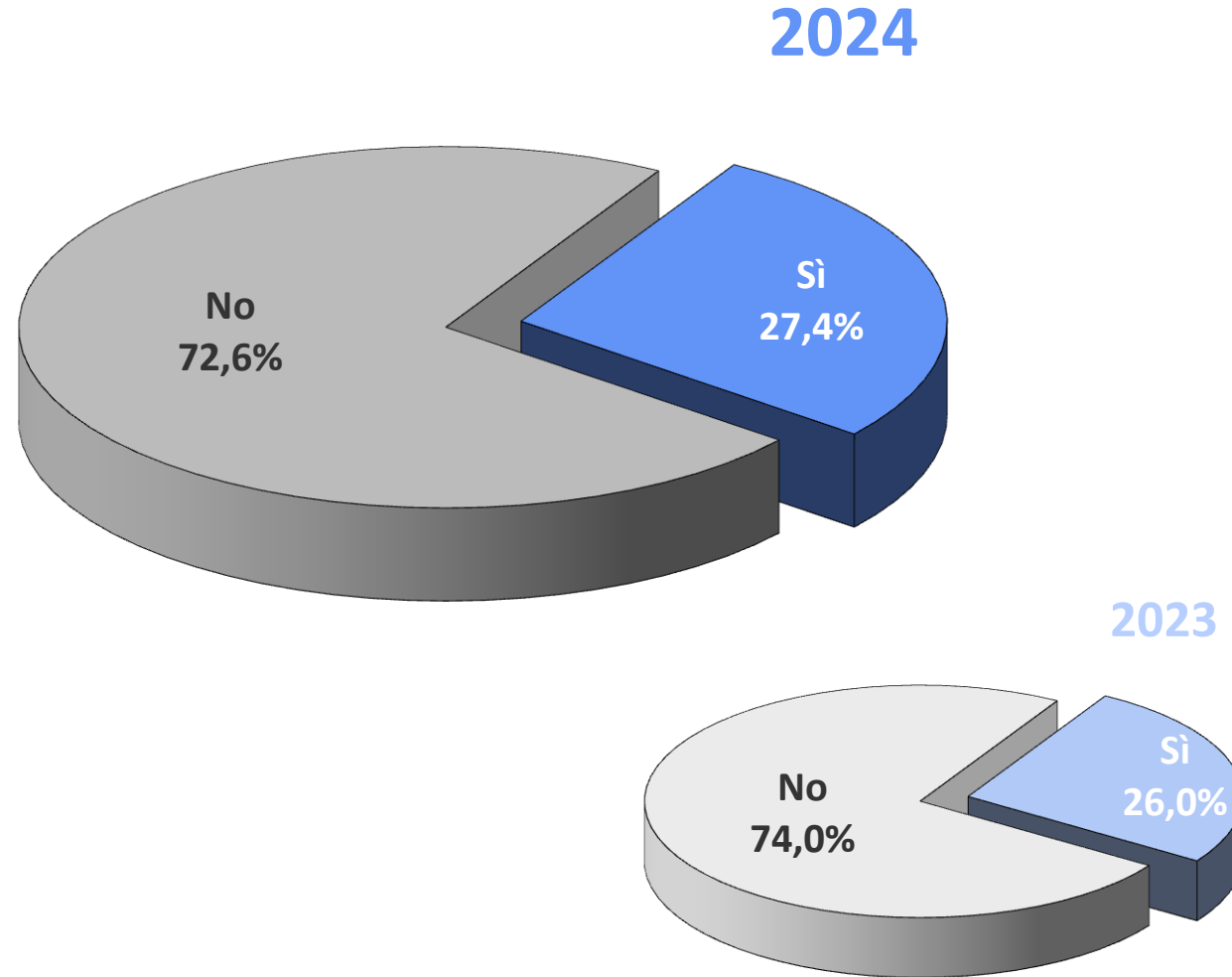
## Il mondo dei ricondizionati: contesto, device e brand

- **Apple** e **Samsung** sono i principali brand prescelti dagli acquirenti di ricondizionati per smartphone (nell'ordine esatto citato) e tablet (ordine invertito); per i computer, il first in class è Lenovo.
- La **capacità** del device segue – per ogni apparecchio – sostanzialmente un andamento **gaussiano** (più irregolare per i computer), con la capacità più frequente (**moda**) pari a **128 MB** per **smartphone** e **tablet**, e **512 MB** per il **computer** (esattamente come l'anno scorso).
- Il canale d'acquisto principale è l'**online generalista**, con **Amazon** primo (con grande distacco sui successivi); secondo canale d'acquisto è quello (sempre **online**) dedicato, relativo al **produttore specifico** (primo **Apple**, secondo **Samsung**), seguiti dal canale fisico della GDS elettronica (catene come Euronics o Trony) e il **negozio monomarca** fisico per i key brand.

# Acquisto dispositivo ricondizionato

Dom. 24

Lei ha acquistato un dispositivo/apparecchio (per es. uno smartphone, tablet o computer) ricondizionato? Si tratta di quei prodotti rimessi sul mercato e distribuiti su canali di vendita ufficiali dopo esser stati sottoposti a test di performance e sicurezza, anche con interventi per ripristinarne funzionalità ed estetica. Ne hai mai acquistati?

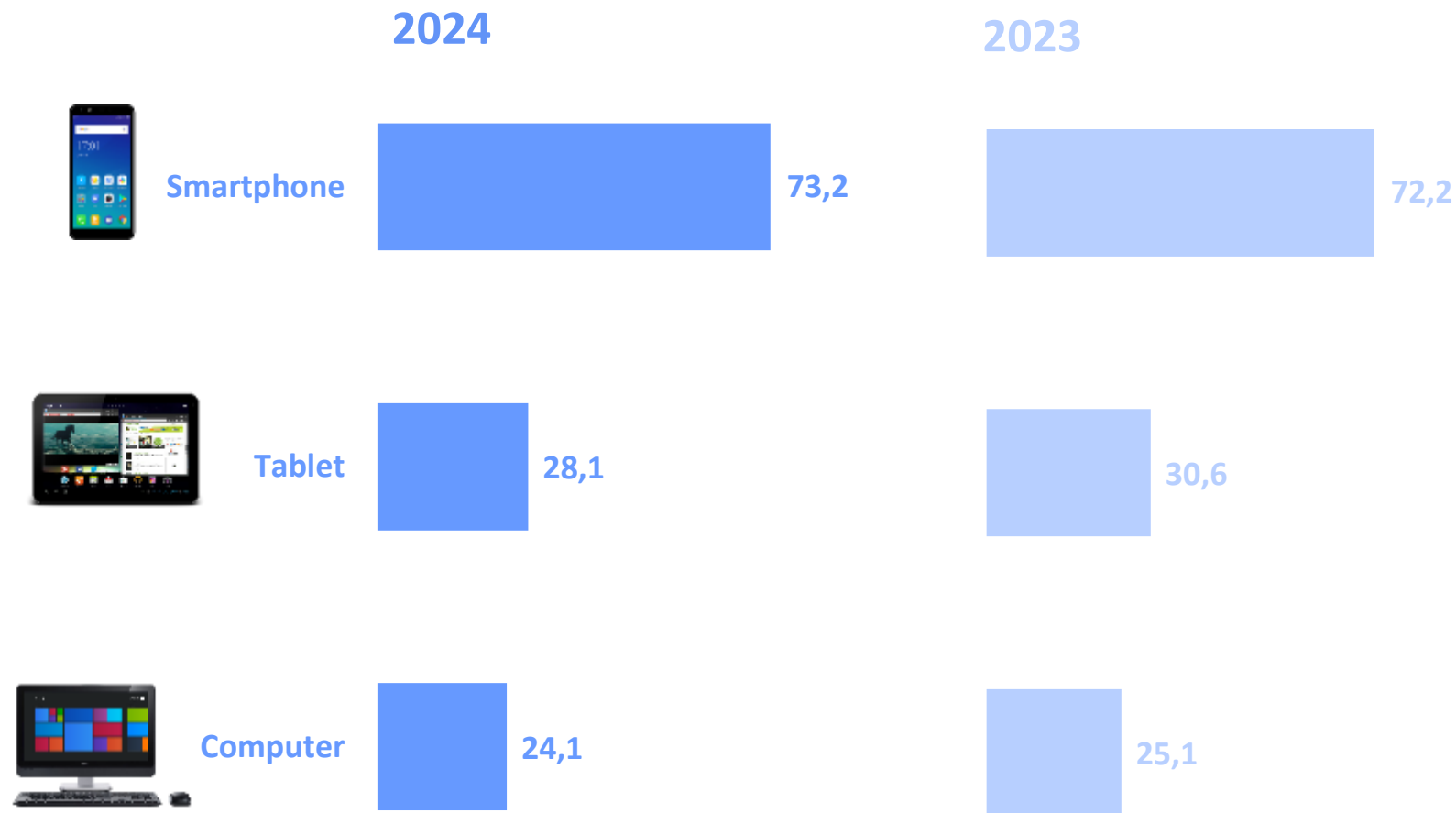


Base: totale intervistati 2023 (10000 casi) - valori in %

# Tipologia di dispositivi ricondizionato acquistato

Dom. 25

Quali dispositivi ricondizionati le è capitato di acquistare, tra i seguenti? Selezioni tutti i tipi di dispositivo per i quali le è capitato almeno una volta di acquistare un ricondizionato.



Base: coloro che hanno acquistato almeno un dispositivo ricondizionato  
(2744 casi) - valori in %

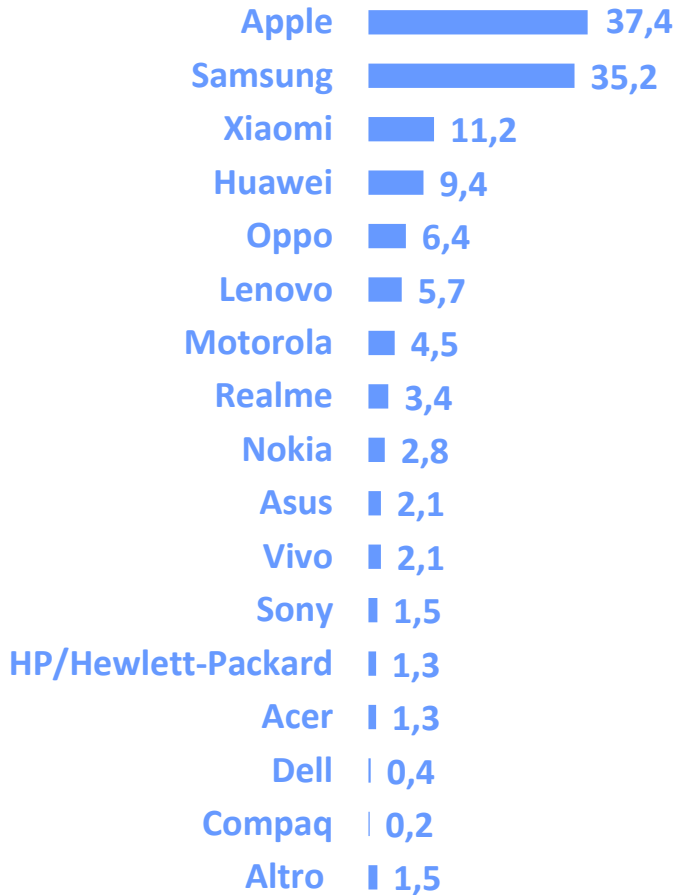
# Marca del dispositivo ricondizionato acquistato (dati 2024)

Dom. 25

Di che marca è il suo ...



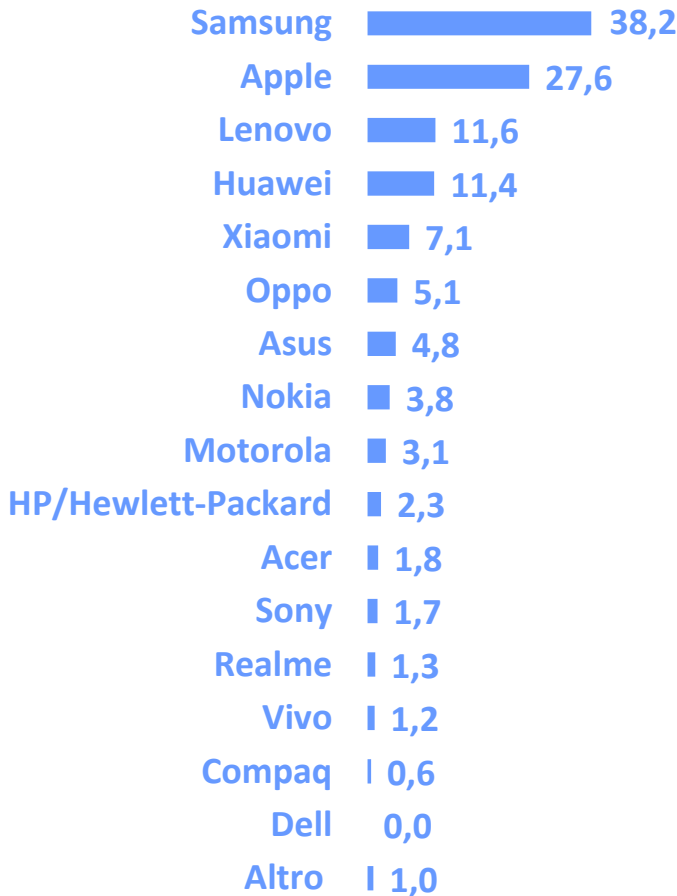
## Smartphone



Smartphone (2010 casi)



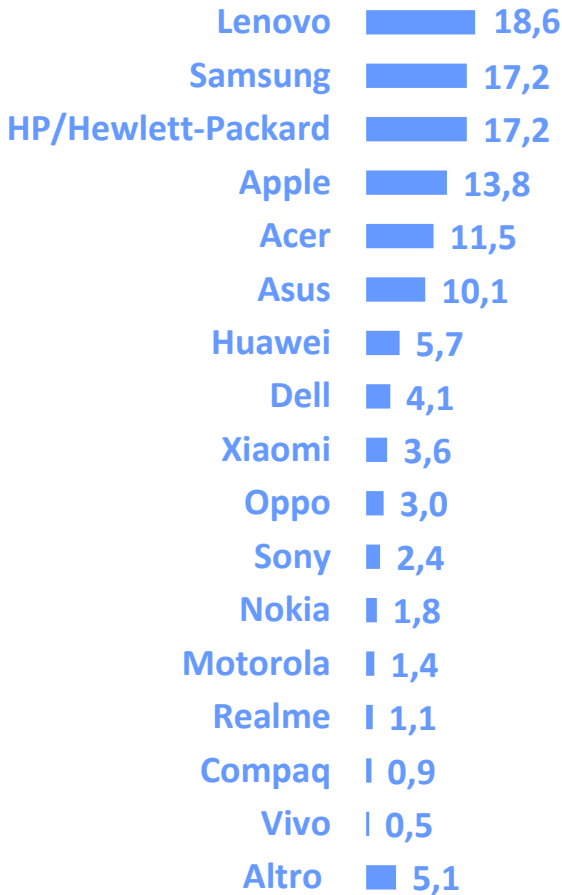
## Tablet



Tablet (771 casi)



## Computer (fisso o portatile)



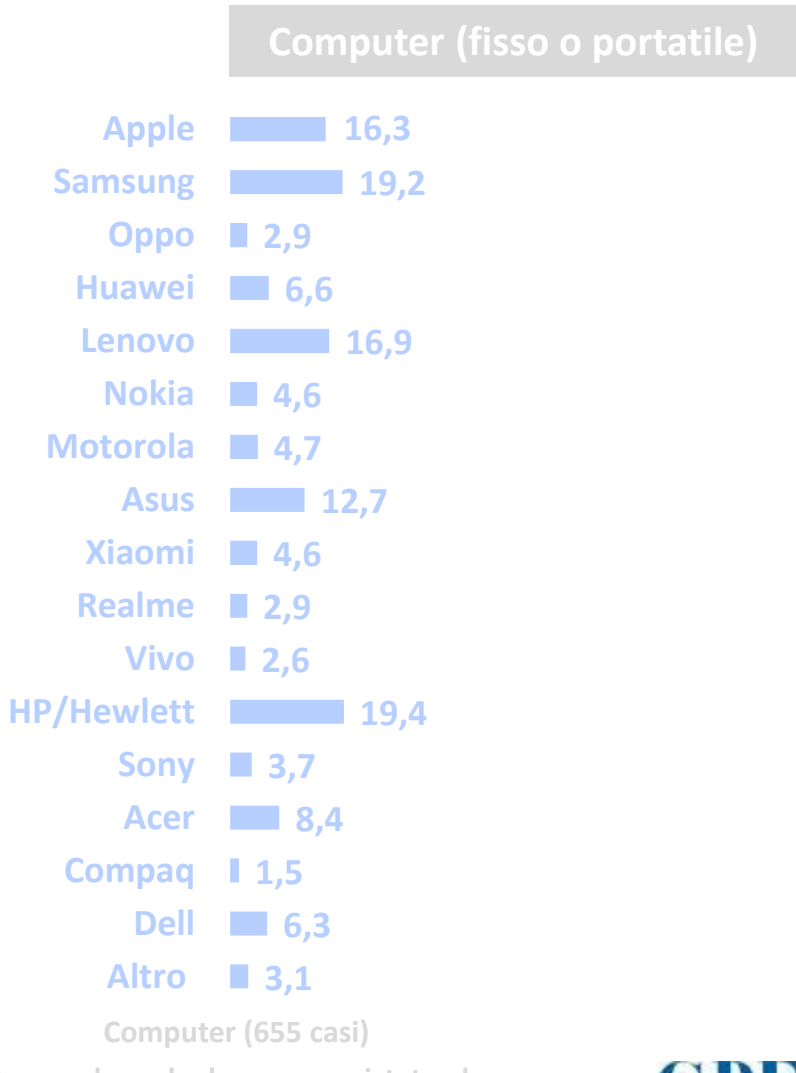
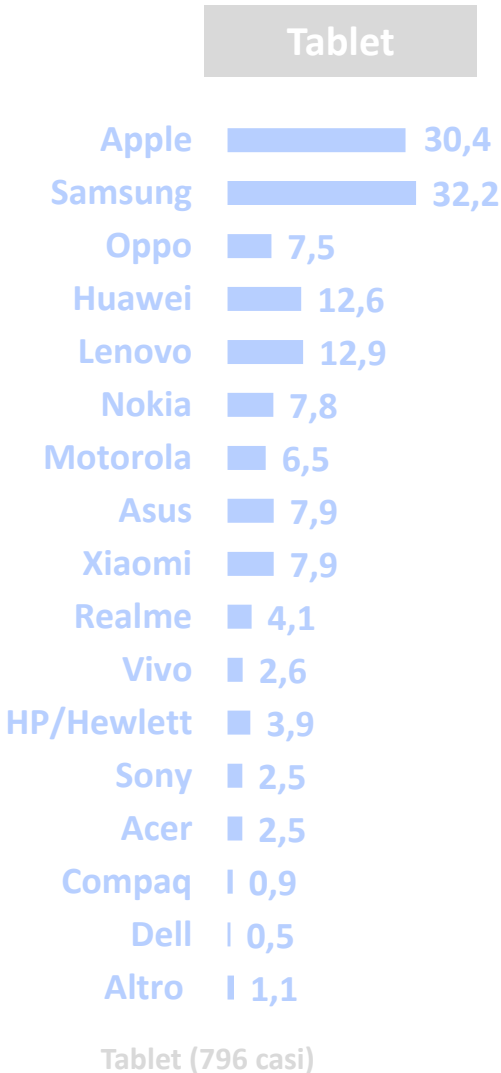
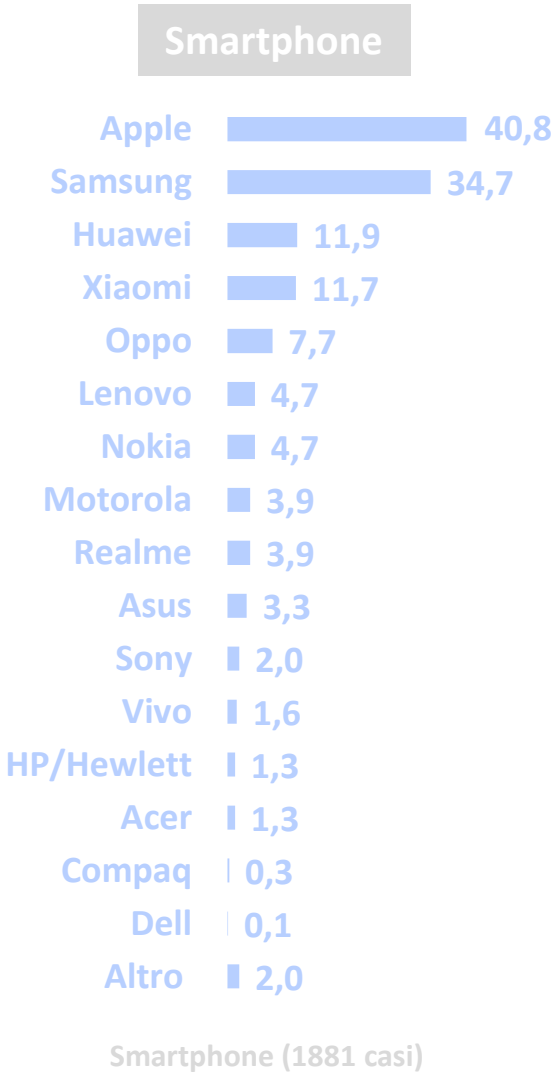
Computer (661 casi)

Base: coloro che hanno acquistato almeno un dispositivo ricondizionato - valori in %

# Marca del dispositivo ricondizionato acquistato: reminder dati 2023

Analoga Dom. 26 del 2023

Di che marca è il suo ...



Base: coloro che hanno acquistato almeno un dispositivo ricondizionato - valori in %

# Capacità del dispositivo ricondizionato acquistato

Dom. 26

Pensi al suo  
...(smartphone/tablet/computer) ricondizionato  
(se ne ha più di uno, pensi al principale). Di  
che capacità è? Ci  
riferiamo alla capacità  
(da alcuni chiamata  
“memoria”)  
dell’apparecchio,  
espressa in Gigabyte  
(GB) o Terabyte (TB).  
Selezioni la capacità  
dalla lista sotto. Se la  
capacità del suo  
dispositivo è  
leggermente diversa da  
quanto riportato in lista,  
selezioni dalla lista la  
voce più vicina alla sua  
capacità effettiva.



## Smartphone

(meno di 8 GB)	2,5
8 GB	4,4
16 GB	10,7
32 GB	11,0
64 GB	18,6
128 GB	27,6
256 GB	16,3
512 GB	5,7
1 TB	1,7
2 TB	0,7
(più di 2 TB)	0,6

Smartphone (2010 casi)



## Tablet

(meno di 8 GB)	1,6
8 GB	4,5
16 GB	7,5
32 GB	13,6
64 GB	21,0
128 GB	21,9
256 GB	15,5
512 GB	8,6
1 TB	3,0
2 TB	1,7
(più di 2 TB)	1,0

Tablet (771 casi)



## Computer (fisso o portatile)

16 GB (o meno)	5,4
32 GB	4,8
64 GB	10,0
128 GB	13,2
256 GB	16,6
300 GB	5,3
512 GB	18,9
700 GB	2,1
750 GB	3,9
1 TB	13,2
2 TB	2,7
oltre 2 TB	3,8

Computer (661 casi)

Base: coloro che hanno acquistato almeno un  
dispositivo ricondizionato - valori in %

# Capacità del dispositivo ricondizionato acquistato: reminder dati 2023

Analoga Dom. 27 del 2023

Pensi al suo  
...(smartphone/tablet/computer) ricondizionato  
(se ne ha più di uno, pensi al principale). Di  
che capacità è? Ci  
riferiamo alla capacità  
(da alcuni chiamata  
“memoria”)  
dell’apparecchio,  
espressa in Gigabyte  
(GB) o Terabyte (TB).  
Selezioni la capacità  
dalla lista sotto. Se la  
capacità del suo  
dispositivo è  
leggermente diversa da  
quanto riportato in lista,  
selezioni dalla lista la  
voce più vicina alla sua  
capacità effettiva.

Smartphone	Tablet	Computer (fisso o portatile)
(meno di 8 GB)   1,9	(meno di 8 GB)   2,0	16 GB   5,6
8 GB   4,3	8 GB   5,4	32 GB   5,6
16 GB   7,2	16 GB   9,7	64 GB   8,4
32 GB   13,1	32 GB   12,7	128 GB   11,1
64 GB   21,6	64 GB   18,3	256 GB   15,7
128 GB   28,2	128 GB   22,6	300 GB   6,0
256 GB   14,0	256 GB   14,4	512 GB   18,6
512 GB   4,7	512 GB   6,7	700 GB   3,1
1 TB   2,6	1 TB   4,6	750 GB   5,2
2 TB   1,6	2 TB   2,6	1 TB   11,5
(più di 2 TB)   0,7	(più di 2 TB)   0,9	2 TB   5,2
		oltre 2 TB   4,0

Smartphone (1881 casi)

Tablet (796 casi)

Computer (655 casi)

Base: coloro che hanno acquistato almeno un  
dispositivo ricondizionato - valori in %

# Periodo di utilizzo dall'acquisto del dispositivo ricondizionato

Dom. 28

Pensi al suo  
...(smartphone/tablet/co  
mputer) ricondizionato  
(se ne ha più di uno,  
pensi al principale). Da  
quanto tempo ha il suo ...  
(smartphone/tablet/  
computer)  
ricondizionato?

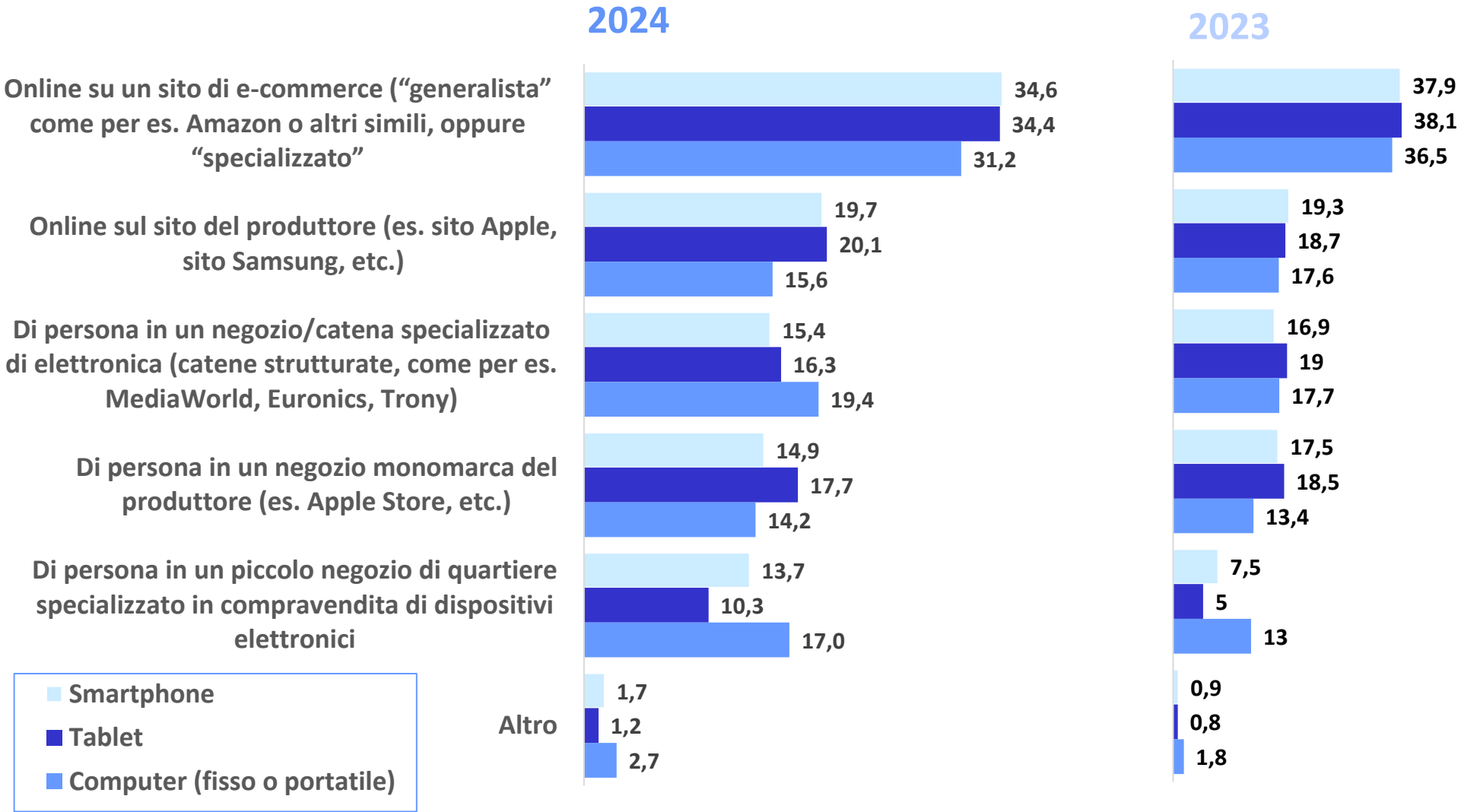




# Canale di acquisto del dispositivo ricondizionato

Dom. 28

E sempre pensando al suo ...  
(smartphone/tablet/computer) ricondizionato, su che canale di acquisto l'ha acquistato? In caso di più ...  
(smartphone / tablet/computer) ricondizionati, pensi al suo ...  
(smartphone / tablet/computer) ricondizionato principale.



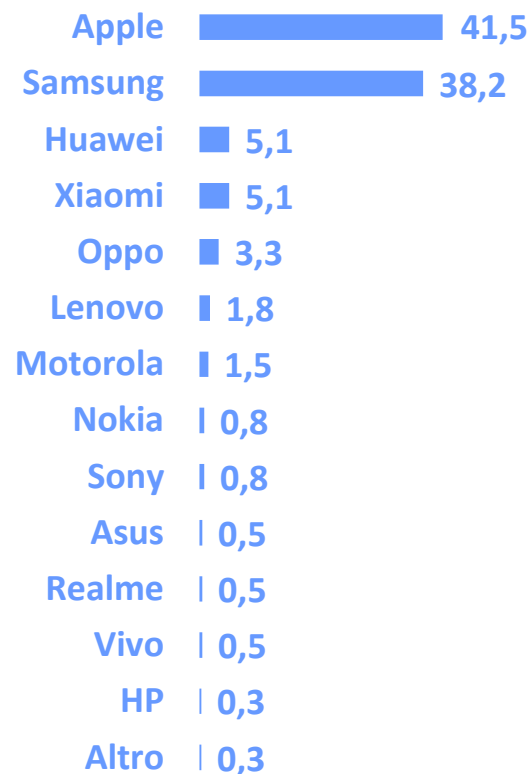
# Canale di acquisto online del produttore del dispositivo ricondizionato

Dom. 28

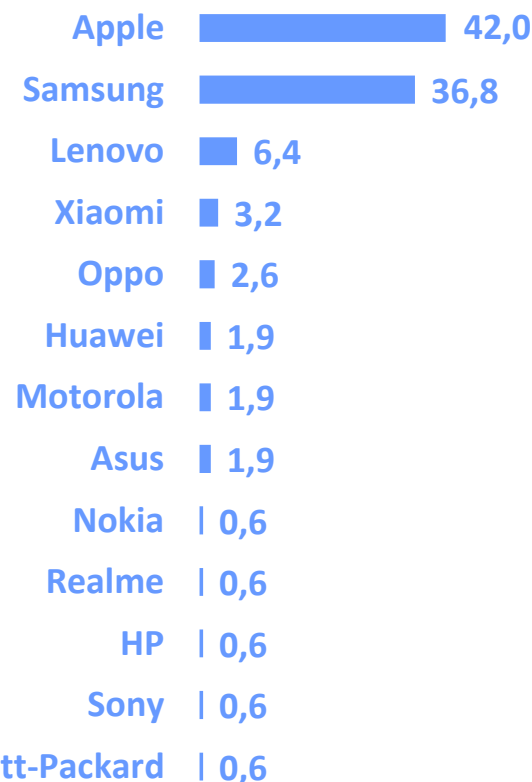
Quale? (canale di acquisto online presso il produttore). In caso di più ricondizionati, pensi sempre al suo principale



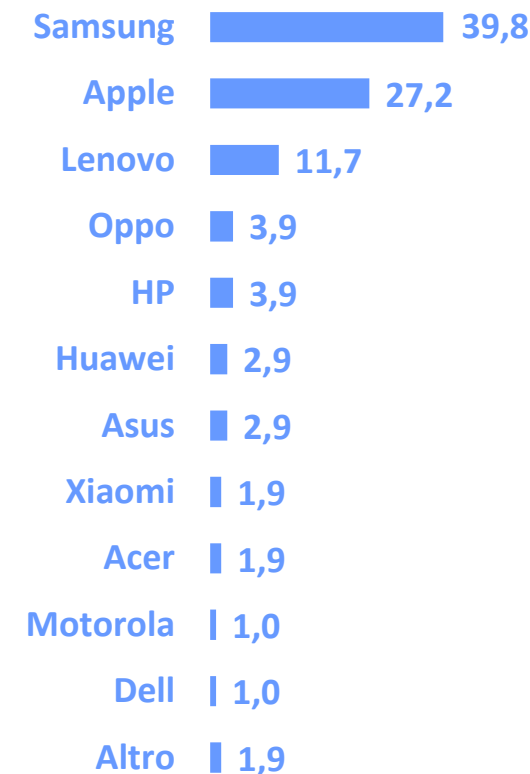
## Smartphone



## Tablet



## Computer (fisso o portatile)



Base: coloro che hanno acquistato almeno un dispositivo ricondizionato  
smartphone (396 casi); tablet (155 casi); Computer (103 casi) - valori in % 114

# Canale di acquisto online su sito e-commerce del dispositivo ricondizionato

Dom. 28

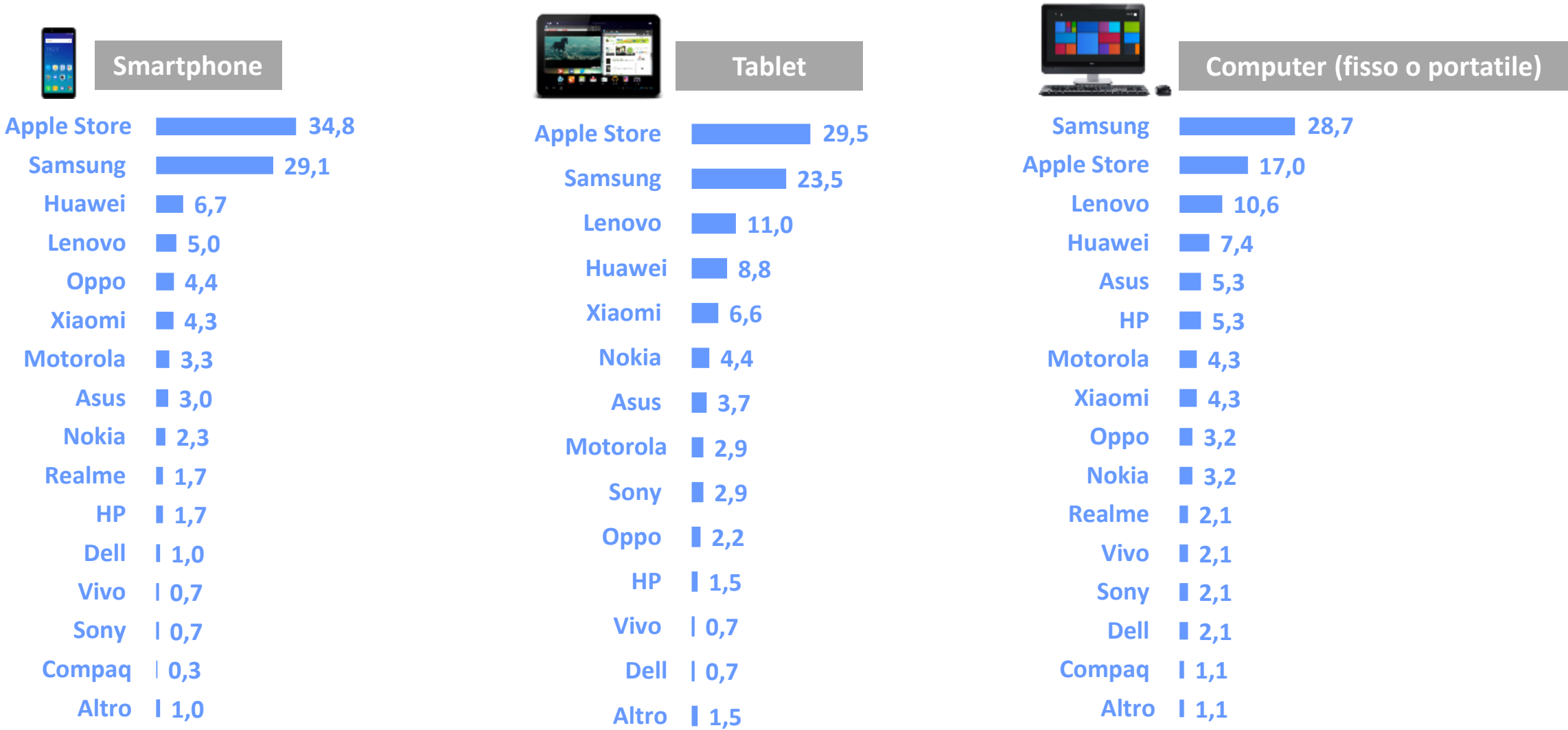
Quale? (canale di acquisto online su sito di e-commerce). In caso di più ricondizionati, pensi sempre al suo principale



# Canale fisico (di persona) in un negozio monomarca del produttore del disp. ricondiz.

Dom. 28

Quale? (canale fisico presso negozio monomarca del produttore). *In caso di più ricondizionati, pensi sempre al suo principale*

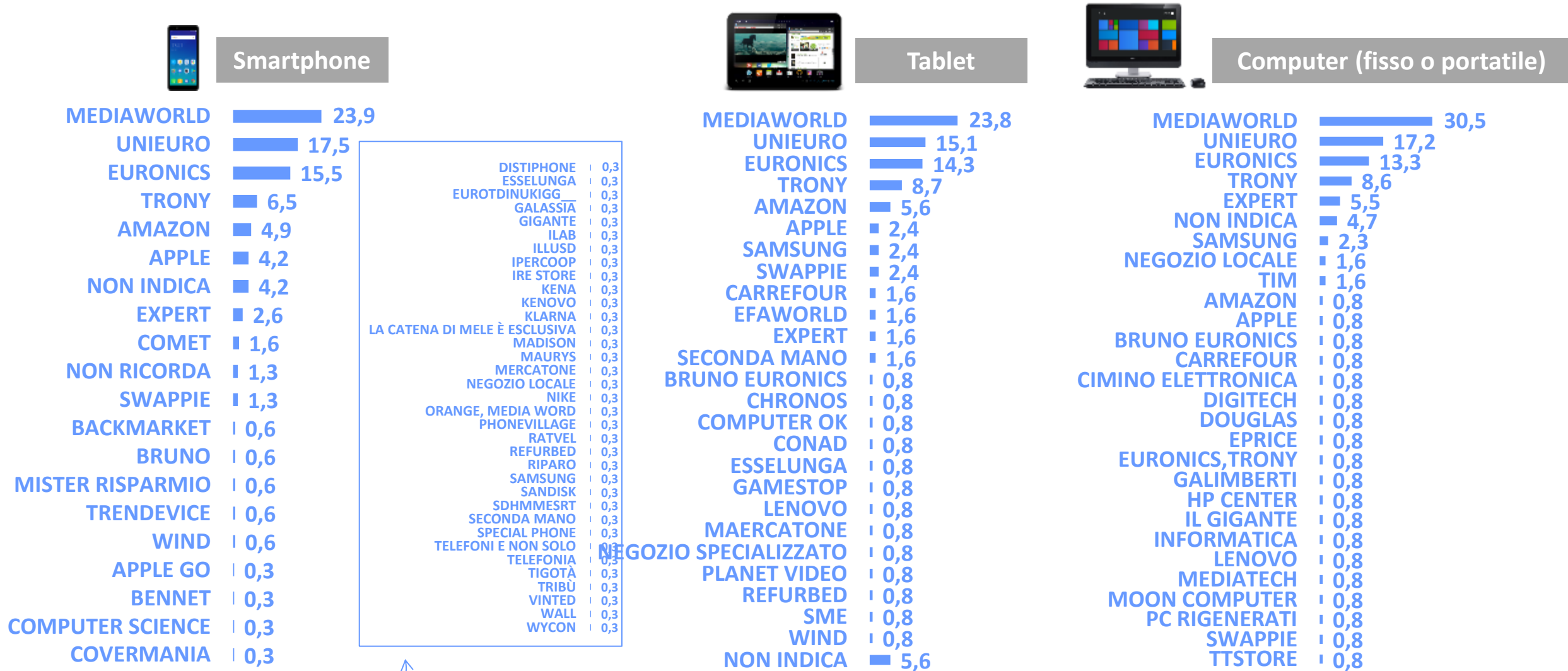


Base: coloro che hanno acquistato almeno un dispositivo ricondizionato  
smartphone (300 casi); tablet (136 casi); Computer (94 casi) - valori in %

# Canale fisico (di persona) in negozio specializzato o grande distribuzione

Dom. 30

Quale? (canale fisico presso negozio specializzato/GDS o GDO). *In caso di più ricondizionati, pensi sempre al suo principale*



Base: coloro che hanno acquistato almeno un dispositivo ricondizionato  
smartphone (309 casi); tablet (126 casi); Computer (128 casi) - valori in % 117

**7**

# **CONCLUSIONI SINTETICHE**

# Conclusioni sintetiche

- La rilevazione 2024 conferma un tasso di "*consumo*" di **musica e video** estremamente ampio, che arriva alla quasi totalità del campione, in linea con quanto rilevato nelle rilevazioni precedenti.
- La fonte/**mezzo prevalente** da cui si **ascolta musica** è la **radio**; per quanto riguarda il **video**, la fonte/mezzo prevalente di fruizione è la **televisione**.
- La copia privata **audio** è estremamente diffusa, accomunando quasi 9 utenti su 10: 89,8%; quella **video**, storicamente meno diffusa, si attesta al 61,4% (quest'ultima in crescita rispetto al 2023; quella audio è stabile).
- I dispositivi più diffusi su cui si effettua la copia privata sono: lo smartphone, che detiene, per la prima volta, quest'anno il gradino più alto del podio, superando pur se di poco il device che occupa la seconda posizione, le **chiavette USB**; terzo, il **computer**.

# Conclusioni sintetiche

- I servizi **cloud** rimangono stabili rispetto al 2023, con poco meno della metà del campione che dichiara di utilizzarli. L'utilizzo per copia privata cresce molto: il valore relativo all'effettuazione di copia privata è del 29,1% (in crescita di circa 7 punti percentuali sul 2023). **Cresce** molto il **tasso di occupazione** medio degli spazi cloud, sia gratuiti che a pagamento.
- Il comparto dei device **ricondizionati** vede una maggior ownership, che supera il 27% del campione, con smartphone device principale, seguito nell'ordine da tablet e computer a seguire. Il canale principale di acquisto è quello online, prima generalista (Amazon) e poi legato al produttore (Apple e Samsung in primis).



***APPENDICE***

**GPF – COMPANY PROFILE**





# GPF

Inspiring research.

Viviamo in un mondo mutevole, volatile, complesso e ambiguo. Le prime attitudini da acquisire sono la capacità di leggere il contesto e la flessibilità.

Fare ricerca rende vincenti le tue strategie. GPF intercetta desideri e bisogni, interpreta i driver che determinano comportamenti e scelte, individua la tua unicità.



# Chi siamo

**GPF Inspiring Research**, fondato nel 1982 da Giampaolo Fabris, è uno tra i più autorevoli istituti di ricerca sociale e di mercato.

Da oltre 40 anni è specializzato nell'analisi dei trend socioculturali e di mercato, con una radicata competenza in analisi di **scenario**, Customer **Experience** e **Branding** Analysis.

L'istituto è composto da un **pool di ricercatori e consulenti** con diverse formazioni ed esperienze, di matrice sociologica, statistica, psicologica, semiotica, economica, che integrate forniscono l'unicità del nostro approccio.

Si ispira a una **filosofia di ricerca forward-oriented**, basata su un mix unico di rigore, innovazione e creatività.

Una buona ricerca  
risponde alle  
domande che ti fai  
oggi. Una ricerca  
utile dà risposte ai  
problemi che  
scoprirai domani.

# Cosa facciamo



## La nostra piattaforma fondativa: **MōNITōR 3SC®**

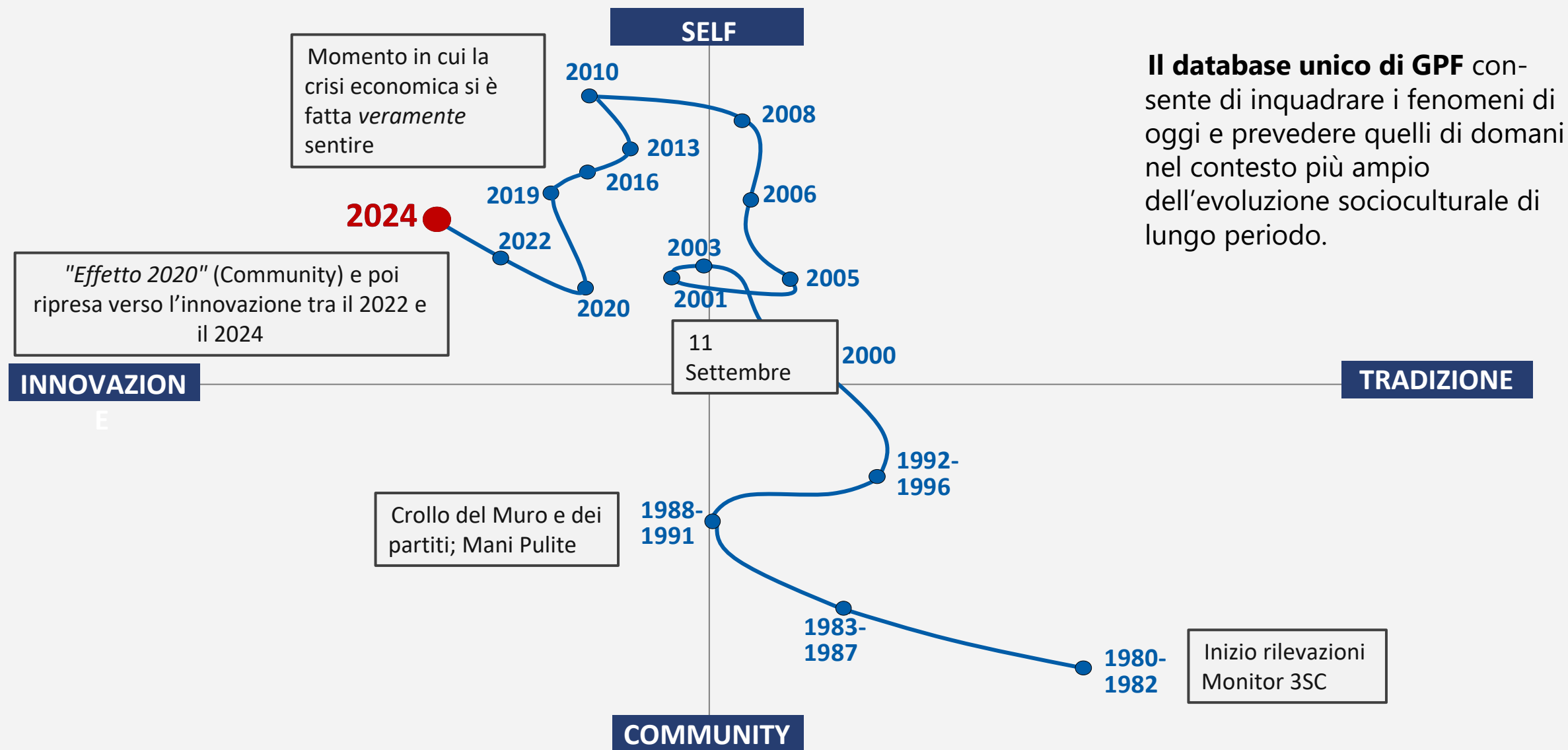


**Strumento di lettura sociale** innovativo da 40 anni, il Monitor 3SC è una ricerca costitutiva di GPF che analizza l'evoluzione delle **tendenze socioculturali e di consumo**.

Consente di **anticipare le esigenze** e definire strategie di posizionamento, sviluppo, marketing e comunicazione.

Il suo focus è sull'insieme dei **valori**, degli **atteggiamenti**, stili di vita, **opinioni** e i **comporta-menti** che definiscono i trend di consumo, le scelte politiche, le scelte di vita.

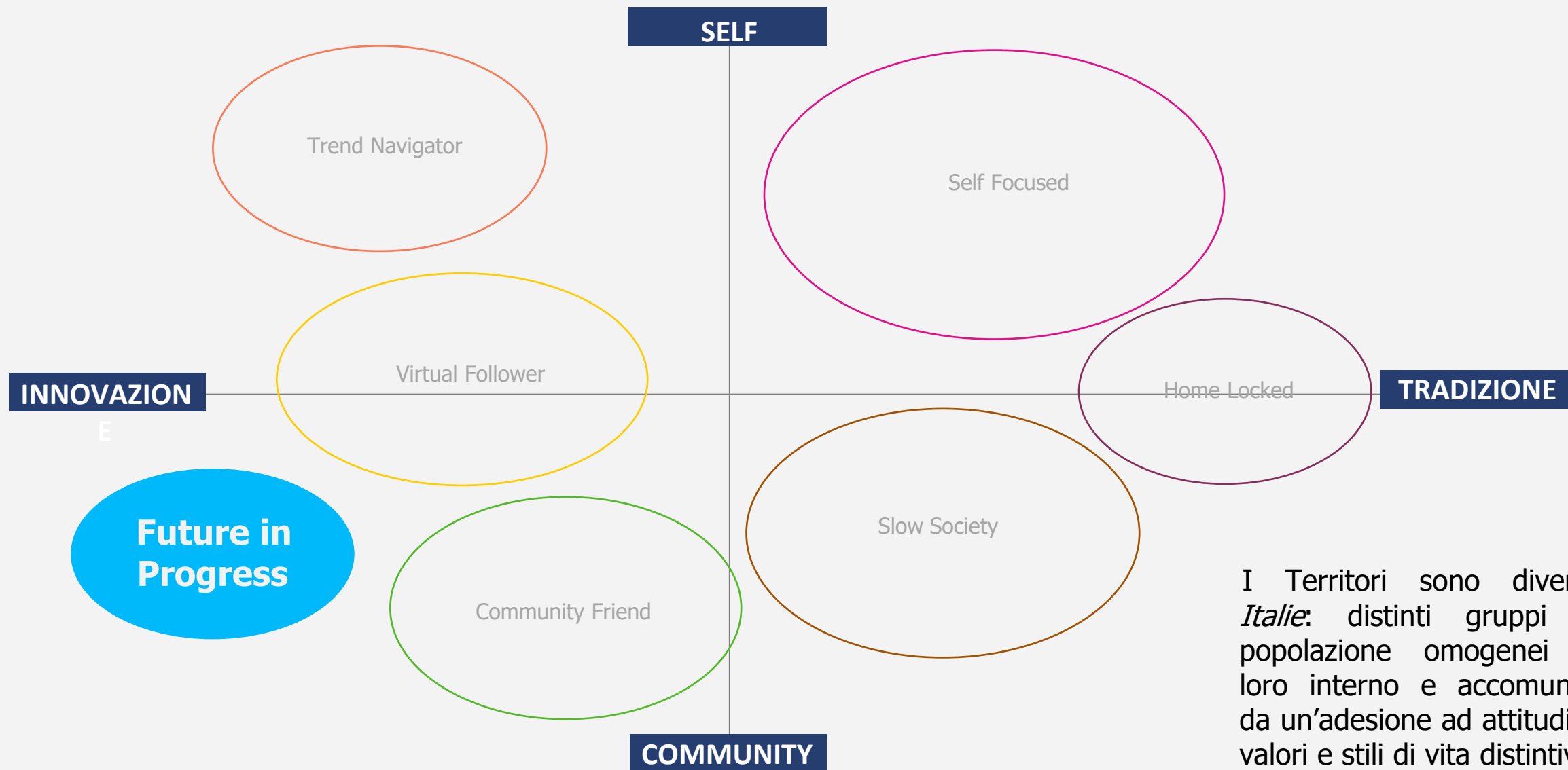
# La Mappa 3SC in prospettiva diacronica



## Esempio di posizionamento: testate di stampa



## Esempio di focus su un Territorio Socioculturale: **Future in Progress**



I Territori sono diverse *Italie*: distinti gruppi di popolazione omogenei al loro interno e accomunati da un'adesione ad attitudini, valori e stili di vita distintivi.



# Esempio di focus su un Territorio Socioculturale: **Future in Progress**

## Philosophy

*Il Futuro è Globale*

*Viaggi, esplorazione*

*Guardare avanti*

*Open mindedness*

*Cogliere la Modernità*

*(Social) Networking*

*Arte e cultura*

*Sostenibilità Sociale e Ambientale*

*Visionari*

*Metaverso*

*«Fatti non foste a viver come bruti ma per seguir virtute e canoscenza»*

## Interests and affinities



*EV, eBike, sharing*



*Bio, superfood*



*Stampante 3D*



*Musei in presenza e in digital experience*



## Icons

**Future in Progress**



# Panoramica delle nostre metodologie qualitative

## FOCUS GROUPS

Tradizionali (su molteplicità di target ad hoc, da consumer a opinion leader), gruppi creativi, online e phygital (v. sotto).

## PHYGITAL GROUPS

Focus Group innovativi e altamente coinvolgenti, con solidi output qualitativi.

## OSSERVAZIONI ETNOGRAFICHE

Online e offline, approcci al daily routine della vita privata e di quella professionale.

## STUDI IPERQUALITATIVI

Trend Watching su tendenze emergenti / segnali deboli ed epifenomeni, con approccio etnografico diretto o desk su fonti selezionate.

## FOCUS CON INFLUENCER

Con partecipazione diretta di influencer o di consumatori selezionati da influencer (metodi fondativi di Influencer e FanFocus rispettivamente, v. pagine precedenti).

## ONLINE FORUM E FGD

Un approccio all'insight classico in chiave social media, nuove interazioni e approcci alla persona.

## ONLINE SHOPALONG

Seguire i nuovi percorsi di acquisto, journey tra piattaforme di shopping aperte 24/7.

## IN-DEPTH INTERVIEWS

Interviste socratiche in profondità a Opinion Leader e Stakeholder (metodo fondativo dello Stakeholder Engagement System v. pag. 20).

# Panoramica delle nostre metodologie quantitative

## **RICERCHE ESTENSIVE NAZIONALI E GLOBALI**

Su campioni rappresentativi dell'universo / target d'interesse – popolazione generale, consumatori o conoscitori di beni e servizi, etc.

## **INDAGINI TELEFONICHE / CATI**

Tramite call center dedicati con operatori di alta professionalità specializzati in rilevazioni per ricerche di mercato (non attività ibride telemarketing inbound o outbound).

## **INDAGINI REAL TIME**

Piattaforma esclusiva per indagini online su DB del cliente.

## **ONLINE DEDICATED STUDIES**

Panel studies, user experience, customer satisfaction, tracking su prodotti e idee.

## **TECNICHE DI RILEVAZIONE CAWI / CAMI**

Su piattaforma esclusiva di informatizzazione e invio questionari strutturati online.

## **SOCIAL MEDIA / ONLINE BUZZ**

Rilevazione del percepito di Brand, servizi, personalità, comunicazione (etc.) attraverso piattaforme di scanning dei contenuti online e interfaccia con la strumentazione proprietaria GPF.

## **BIG DATA ANALYSIS**

Ricerche estese su big data / dati terzi non provenienti da surveys.

## Ci hanno scelti... (selezione)



Qubit



carmieubertis

The Full Project

**Modalità di Copia Privata  
(per usi non professionali)  
- contenuti e supporti -**

**Rilevazione 2024**