

INDAGINE STATISTICA SU

MUSICA E VIDEO NELLE ABITUDINI DEI CITTADINI



CONVENZIONE MIBACT-ISTAT PER LA REALIZZAZIONE DELL'INDAGINE STATISTICA DI SUPPORTO
CONOSCITIVO PER L'EMANAZIONE DEL D.M. DI AGGIORNAMENTO DELLE TARIFFE DA EQUO COMPENSO
PER COPIA PRIVATA AI SENSI DELL'ART. 71 SEPTIES, 2° CO., DELLA LEGGE 22 APRILE 1941, N. 633
"PROTEZIONE DEL DIRITTO D'AUTORE E DI ALTRI DIRITTI CONNESSI AL SUO ESERCIZIO" (l.d.a)

INDICE¹

1. INTRODUZIONE

2. PRINCIPALI RISULTATI

2.1. L'ascolto di musica e la visione di film nelle abitudini dei cittadini

2.2. La modalità di fruizione di contenuti audio e video

2.2.1. La copia di musica e di film/video

2.2.2. Lo streaming della musica e dei film/video

3. ASPETTI ORGANIZZATIVI E METODOLOGICI

3.1. Il disegno campionario

3.2. L'organizzazione e la qualità della fase di raccolta dati

3.3. La procedura per il calcolo delle stime

3.4. Approfondimento della fase di raccolta dati

3.4.1. L'andamento delle interviste CAWI e CATI

3.4.2. L'attività di supporto del *contact center*

¹ Il report è frutto del lavoro congiunto di tutti gli autori. Tuttavia ai soli fini dell'attribuzione si specifica che il paragrafo 1 è stato scritto da Anna Maria Sgamba, i paragrafi 2.1, 2.2, 2.2.1, 3.2, 3.4.1 e 3.4.2 da Manuela Murgia, il paragrafo 2.2.2 da Damiana Cardoni, i paragrafi 3.1 e 3.3 da Claudia De Vitiis, Alessio Guandalini, Francesca Inglese e Marco Dionisio Terribili

1. - Introduzione

Il presente documento è stato redatto nell'ambito delle attività di realizzazione dell'indagine statistica di supporto conoscitivo affidata all'Istat per l'aggiornamento del decreto di determinazione delle tariffe da equo compenso per copia privata² emanato dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (MIBACT).

Tali attività si collocano nel quadro più ampio dei lavori di studio e analisi del Tavolo tecnico istituito con DPCM del 8 gennaio del 2015 presso il MIBACT, di cui anche l'Istat è componente, avente compiti di monitoraggio delle dinamiche reali del mercato dei supporti e degli apparecchi interessati dal prelievo di copia privata e di formulazione di proposte ai fini dell'aggiornamento del suddetto decreto.

Il Tavolo tecnico, composto da rappresentanti di diverse Istituzioni, Associazioni di categoria e Enti interessati, in considerazione della funzione istituzionale dell'Istat e quindi della sua posizione di terzietà rispetto a tutte le Parti coinvolte e della sua competenza tecnico scientifica, ha espresso l'esigenza di un diretto affidamento allo stesso Istituto di alcune attività di ricerca e analisi, tra cui la realizzazione dell'indagine statistica di supporto conoscitivo all'attività istruttoria da condurre per l'aggiornamento del prossimo decreto. Tale aggiornamento, sottoposto a procedura di legge, necessita infatti di un'attenta istruttoria che tiene conto di una pluralità di fonti informative tra cui ricerche, studi e indagini statistiche finalizzate all'ottenimento di dati utili alla verosimile rappresentazione del fenomeno.

L'indagine statistica è stata realizzata dall'Istat mediante uno specifico accordo³ con il MIBACT che ha formalizzato i rapporti di collaborazione nell'ambito dei quali l'Istituto ha assunto l'impegno, nella propria autonomia tecnico-scientifica, di diretta conduzione di tutte le fasi e attività dell'indagine statistica quindi la progettazione, rilevazione e controllo, l'elaborazione e l'analisi dei dati; il questionario d'intervista è stato realizzato dall'Istat in accordo con il MIBACT secondo le esigenze conoscitive da quest'ultimo rappresentate e il disegno complessivo dell'indagine statistica è stato presentato al Tavolo tecnico riunito in adunanza plenaria il 20 ottobre 2016.

L'indagine è stata progettata dall'Istat in modo da colmare i gap conoscitivi su questo tema, ricorrendo a modelli organizzativi e soluzioni metodologiche avanzate, che pongono la rilevazione ad un livello qualitativo coerente con gli standard adottati dall'Istituto.

In tale contesto, l'indagine statistica – che ha coinvolto circa 7.600 rispondenti - ha avuto come obiettivo conoscitivo generale le modalità di fruizione di contenuti audiovisivi da parte dei cittadini, in considerazione della più specifica esigenza informativa sul fenomeno della copia privata, intesa come atto di duplicazione di tali contenuti su dispositivi o supporti per fini di utilizzo personale. La numerosità campionaria raggiunta è in linea con le indagini Istat finalizzate ad ottenere stime significative a livello nazionale.

Il presente report descrive i risultati principali dell'indagine statistica *"Musica e video nelle abitudini dei cittadini"*, realizzata dall'Istat nel corso del 2017, offrendo un profilo sintetico dei principali aspetti comportamentali della popolazione nella fruizione di contenuti audiovisivi e definendo una solida base

² Ai sensi dell'art. 71 septies, 2° co., della legge 22 aprile 1941, n. 633 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio" (l.d.a).

³ Convenzione MIBACT-ISTAT del 12 agosto 2016 e successive integrazioni.

concettuale ed empirica d'informazione statistica utile a supportare e migliorare il processo decisionale normativo in atto. A questo proposito, come risultato principale utile ai fini delle decisioni di policy, dall'indagine emerge che la percentuale di cittadini in età compresa tra i 14 e i 74 anni che dichiarano di aver effettuato copie di contenuti audiovisivi negli ultimi 12 mesi si attesta al 26,5% del totale della popolazione della stessa classe di età. I valori percentuali mostrano che l'attività di copia è prevalentemente rivolta ai contenuti musicali (24,8%) piuttosto che ai film o video (11,6%).

Il documento è strutturato come segue: nel paragrafo 2 vengono illustrati i principali risultati relativi alle due maggiori tematiche indagate sulla fruizione di contenuti audiovisivi, ossia l'attività di copia e di streaming; il paragrafo 3 riporta informazioni sugli aspetti organizzativi e metodologici dell'indagine.

2. - Principali risultati

Nel seguito sono riportati i principali risultati della rilevazione dei dati in merito all'ascolto, visione, copia e streaming di musica, film o video in termini di frequenza di fruizione e di utilizzo dei principali dispositivi e supporti. I risultati contenuti nel report si riferiscono alla popolazione di 14-74 anni di età residente in Italia (pari a circa 44,9 milioni di persone).

2.1 - L'ascolto di musica e la visione di film nelle abitudini dei cittadini

L'abitudine ad **ascoltare musica e vedere film o video** è largamente diffusa fra i cittadini di 14-74 anni di età. La fruizione di contenuti audiovisivi avviene soprattutto attraverso dispositivi "tradizionali" come la radio e la televisione ai quali si affiancano quelli di più recente generazione come computer e smartphone. In particolare:

- oltre il 90% ha fruito almeno una volta di contenuti audiovisivi nel corso degli ultimi 12 mesi, con una frequenza quotidiana che si attesta al 53,9% per la musica e al 47,4% per film/video.

Ascolto di musica negli ultimi 12 mesi	% (*)
Si	93,3
- Tutti i giorni	53,9
- Qualche volta a settimana	27,4
- Qualche volta al mese (meno di 4 volte)	7,5
- Meno di una volta al mese	4,5
No, mai	6,7

Visione di film/video negli ultimi 12 mesi	% (*)
Si	95,3
- Tutti i giorni	47,4
- Qualche volta a settimana	35,6
- Qualche volta al mese (meno di 4 volte)	8,9
- Meno di una volta al mese	3,4
No, mai	4,7

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

- Per l'ascolto della musica l'80% dei cittadini utilizza la radio a cui seguono la televisione, lo smartphone e il computer utilizzati rispettivamente dal 59,5%, 54,3% e 50,7% della popolazione. Per la visione dei film/video è la TV il dispositivo più utilizzato, 91,8%, seguito dal computer, utilizzato dal 42,8% dei cittadini.

Utilizzo dispositivi		
Ascolto musica % (*)		Visione film/video % (*)
80,3	Radio/autoradio	--
59,5	TV/Smart Tv	91,8
54,3	Smartphone	32,5
50,7	Computer	42,8
25,8	Tablet	19,9
46,0	Impianti stereo	--
21,2	Lettori musicali	--
--	Console per videogiochi	9,4
1,0	Lettori CD/DVD	9,5

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

2.2 - La modalità di fruizione di contenuti audio e video

Tra le modalità di fruizione di contenuti audiovisivi indagate, si riportano a seguire i principali risultati sulla pratica della **copia** e dello **streaming**. L'attività di copia è intesa come duplicazione di contenuti audio o video su vari dispositivi o supporti per ascoltarli e vederli quando e dove si vuole, mentre per streaming si intende la fruizione di questi contenuti direttamente dalla rete Internet.

2.2.1 - La copia di musica e di film/video

La percentuale di cittadini che dichiarano di aver effettuato copie di contenuti audiovisivi negli ultimi 12 mesi si attesta al 26,5% del totale della popolazione di 14-74 anni (pari a circa 11,9 milioni di persone). I valori percentuali mostrano che l'attività di copia è prevalentemente rivolta ai contenuti musicali (24,8%) piuttosto che ai film o video (11,6%).

Negli ultimi 12 mesi:	% (*)
Hanno copiato musica o film/video	26,5
Hanno copiato musica	24,8
Hanno copiato film/video	11,6

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

L'errore campionario delle stime sopra riportate è di dimensione contenuta, come mostra la tabella sottostante relativa agli intervalli di confidenza. I dati mostrano che, ad esempio, la percentuale dei 'copiatori negli ultimi 12 mesi', la cui stima è pari al 26,5%, cade, con una probabilità del 95%, nell'intervallo che varia da un minimo del 25,1% a un massimo del 28% .

Negli ultimi 12 mesi:	Intervalli di confidenza al 95%		
	Limite inferiore	% (*)	Limite superiore
Hanno copiato musica o film/video	25,1%	26,5	28,0%
Hanno copiato musica	23,4%	24,8	26,2%
Hanno copiato film/video	10,5%	11,6	12,7%

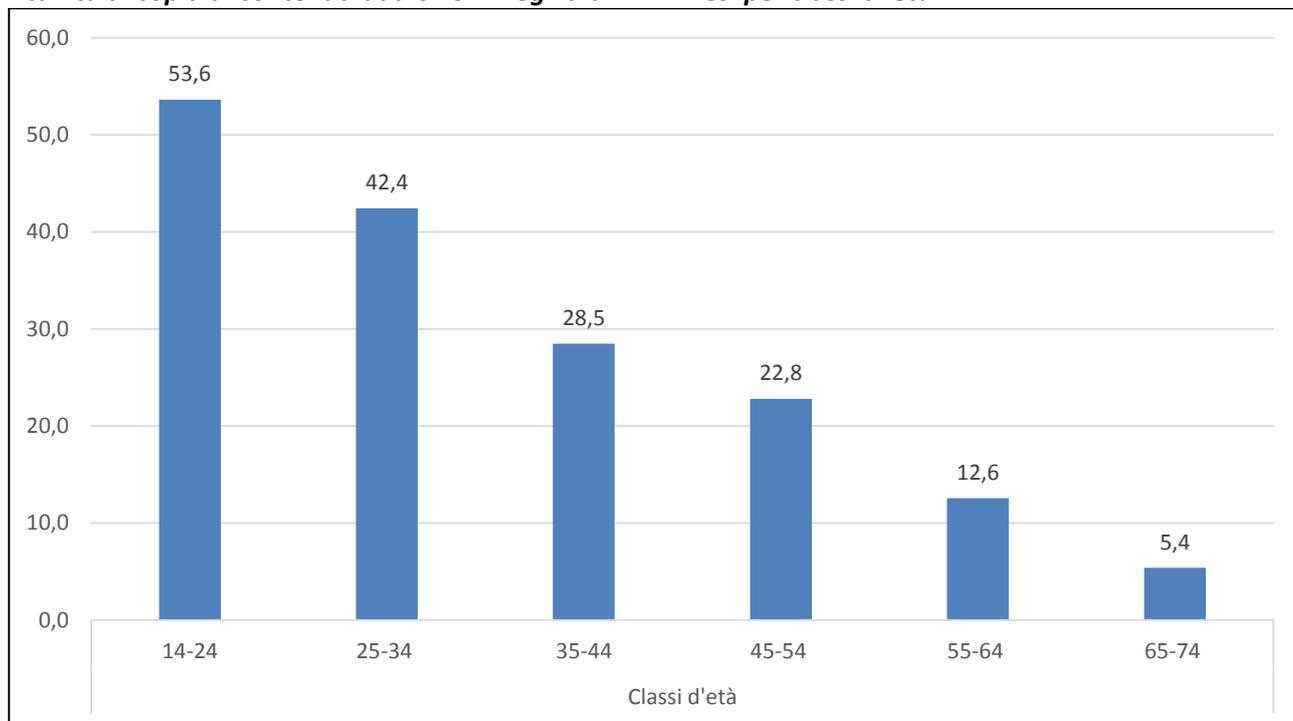
(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

L'analisi dei dati per classi di età mostra che sono i cittadini di età compresa tra i 14 e i 24 anni ad essere i più 'attivi' nell'attività di copia, utilizzata da poco più della metà dei giovani per i contenuti musicali (51,7%) e da poco meno di un quarto per i film o video (24,1%).

Negli ultimi 12 mesi:	Popolazione per classi di età (*)						
	14-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Totale
Valori percentuali							
Hanno copiato musica o film/video	53,6	42,4	28,5	22,8	12,6	5,4	26,5
Hanno copiato musica	51,7	40,8	26,4	20,4	11,0	4,9	24,8
Hanno copiato film/video	24,1	17,9	13,5	9,0	5,7	2,3	11,6

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione delle rispettive classi di età.

Attività di copia di contenuti audiovisivi negli ultimi 12 mesi per classi di età



Utilizzo negli ultimi 12 mesi di dispositivi e supporti per l'attività di copia

Per copiare brani musicali o film/video, il dispositivo maggiormente utilizzato dalla popolazione di 14-74 anni è il computer (21,4%) soprattutto in riferimento alla copia di brani musicali. Volendo valutare tale percentuale rispetto agli utenti del computer stesso (che rappresentano l'80,9% del totale della popolazione di riferimento), si osserva che tra questi effettuano attività di copia attraverso il pc il 26,4%, a favore soprattutto della musica (24,1%).

Gli altri dispositivi sono utilizzati per l'attività di copia in modo nettamente inferiore rispetto al pc, ossia da quote di persone che non superano mai il 10% né della popolazione né degli utilizzatori dei singoli dispositivi.

Dispositivi utilizzati per la copia	Popolazione 14-74 anni (*)			Utenti dispositivi (*)	Utenti dei singoli dispositivi (**)			
	Valori percentuali	Copia di musica o video	Copia di musica		Copia di film/video	Copia di musica o video	Copia di musica	Copia di film/video
COMPUTER		21,4	19,5	8,8	80,9	26,4	24,1	10,9
TABLET		1,7	1,6	0,8	50,1	3,4	3,1	1,5
SMARTPHONE		6,8	6,7	1,2	80,5	8,5	8,3	1,5
TV/SMART TV con funzione di registrazione		1,2	0,7	0,8	36,4	3,3	2,0	2,3
VIDEO REGISTRATORE DIGITALE o DECODER con funzione di registrazione		2,5	0,9	2,0	29,8	8,4	3,0	6,6
LETTORI MUSICALI		3,5	3,5	0,3	41,2	8,5	8,4	0,8
IMPIANTI RADIO-STEREO con funzione di registrazione		0,5	0,5	--	26,4	2,0	2,0	--

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(**) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli dispositivi negli ultimi 12 mesi

Inoltre, le tabelle seguenti, che riportano i valori riferiti alla popolazione di 14-74 anni, evidenziano che il pc è usato soprattutto come strumento di **tramite** per salvare le copie di contenuti audiovisivi su altri dispositivi o supporti, piuttosto che come **'repository'** delle copie effettuate.

Per gli altri dispositivi, invece, si osserva una situazione diversa a seconda che si consideri la copia di musica o di film/video:

- per la copia di musica, i tablet e gli impianti radio-stereo sono usati prevalentemente come **tramite**, mentre i restanti dispositivi sono usati soprattutto per salvare sulla loro memoria le copie di musica con essi effettuate;
- per quanto riguarda la copia di film o video, tutti i dispositivi (con l'unica eccezione del pc) sono utilizzati prevalentemente come **'repository'** piuttosto che come **tramite** delle copie con essi realizzate.

Copia di musica: utilizzo dei dispositivi come repository o come tramite (ultimi 12 mesi)	Non utilizzatori di dispositivi per COPIA di musica (*)	Utilizzatori di dispositivi per COPIA di musica (*)	Di cui: utilizzano i dispositivi come repository o come tramite (**)	
			repository	tramite
Valori percentuali				
COMPUTER	75,9	24,1	44,8	89,6
TABLET	96,9	3,1	63,2	78,5
SMARTPHONE	91,7	8,3	83,4	54,2
TV/SMART TV con funzione di registrazione	98,0	2,0	63,6	46,8
VIDEO REGISTRATORE DIGITALE o DECODER con funzione di registrazione	97,0	3,0	67,6	48,4
LETTORI MUSICALI	91,6	8,4	86,4	55,3
IMPIANTI RADIO-STEREO con funzione di registrazione	98,0	2,0	34,7	86,9

(*) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli dispositivi negli ultimi 12 mesi

(**) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli dispositivi per copia di musica negli ultimi 12 mesi

Copia di film/video: utilizzo dei dispositivi come repository o come tramite (ultimi 12 mesi)	Non utilizzatori di dispositivi per COPIA di film/video (*)	Utilizzatori di dispositivi per COPIA di film/video (*)	Di cui: utilizzano i dispositivi come repository o come tramite (**)	
			repository	tramite
Valori percentuali				
COMPUTER	89,1	10,9	34,2	90,8
TABLET	98,5	1,5	73,3	62,9
SMARTPHONE	98,5	1,5	71,1	65,7
TV/SMART TV con funzione di registrazione	97,7	2,3	55,7	50,2
VIDEO REGISTRATORE DIGITALE o DECODER con funzione di registrazione	93,4	6,6	79,0	25,8

(*) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli dispositivi negli ultimi 12 mesi

(**) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli dispositivi per copia di film/video negli ultimi 12 mesi

Oltre all'uso dei dispositivi per effettuare copie di musica e di film o video è stato indagato anche l'uso dei **supporti di memoria** sui quali salvare le copie effettuate. Tra i supporti analizzati, la tabella seguente mostra che negli ultimi 12 mesi sono le **chiavette USB** a essere maggiormente utilizzate a tale scopo dalla popolazione di 14-74 anni (17,4%), seguite a distanza da Hard Disk esterni e SSD (6,4%) e Memory card/Schede SD (5,9%). Si può notare inoltre che:

- anche i supporti, come i dispositivi, sono utilizzati maggiormente per copiare musica piuttosto che i film/video;
- circa un quarto degli utilizzatori delle chiavette USB (25,1%) le usa per salvare le copie di audiovisivi; alle chiavette USB seguono gli hard-disk esterni (17,0% degli utilizzatori) e i cd vergini o riscrivibili (13,2%);
- gli hard disk esterni sono il supporto usato più frequentemente per memorizzare le copie di film o video (11,2%).

Supporti utilizzati per la copia	Popolazione 14-74 anni (*)			Utenti dei supporti (*)	Utenti dei singoli supporti (**)		
	Copia di musica o video	Copia di musica	Copia di film/video		Copia di musica o video	Copia di musica	Copia di film/video
Valori percentuali							
CHIAVETTE USB	17,4	16,2	5,6	69,6	25,1	23,4	8,1
MEMORY CARD/SCHUDE SD	5,9	5,6	1,3	51,3	11,4	11,0	2,5
HARD-DISK ESTERNI E SSD	6,4	5,3	4,2	37,8	17,0	14,1	11,2
CD VERGINI O RISCRIVIBILI	5,1	4,8	1,5	39,0	13,2	12,3	3,7
DVD VERGINI O RISCRIVIBILI	2,3	1,8	1,3	31,4	7,3	5,7	4,1
SPAZI DI MEMORIA SU CLOUD	2,0	1,7	0,6	21,7	9,1	7,8	2,9

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(**) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli supporti

I canali di acquisizione dei contenuti audiovisivi

I brani musicali o i film/video originali che sono stati oggetto di copia negli ultimi 12 mesi, sono stati acquisiti da diversi canali tra i quali prevale Internet gratuito seguito dai CD/DVD originali.

Canali di acquisizione dei contenuti audiovisivi copiati				
Musica			Film/video	
% (*)	% (***)		% (*)	% (***)
18,8	76,0	Internet gratuito	7,3	63,1
8,5	34,4	Internet a pagamento	3,2	27,8
12,4	49,9	CD/DVD originali	5,4	46,7
1,5	6,0	Trasmissioni televisive	2,5	21,3
1,3	5,2	Trasmissioni radiofoniche	--	--
0,6	2,3	Audiocassette originali	--	--
--	--	Videocassette VHS originali	0,4	3,6

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(***) Percentuali calcolate sul totale della popolazione che ha effettuato copie di musica negli ultimi 12 mesi

(****) Percentuali calcolate sul totale della popolazione che ha effettuato copie di film/video negli ultimi 12 mesi

Il profilo dei 'copiatori'

Il profilo dei 'copiatori' può essere descritto sia rispetto al tipo di contenuti copiati nel corso degli ultimi 12 mesi che all'attività di copia nel corso del tempo.

I copiatori degli ultimi 12 mesi sono interessati soprattutto alla copia di musica, come mostra la tabella sottostante, dove la quota di color che copiano esclusivamente brani musicali è decisamente più alta di chi effettua solo copie di film o video (14,9% contro 1,7%).

	Totale %
Negli ultimi 12 mesi:	
Hanno copiato <u>solo</u> musica	14,9
Hanno copiato <u>solo</u> film/video	1,7
Hanno copiato sia musica che film	9,9
Totale dei copiatori	26,5

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

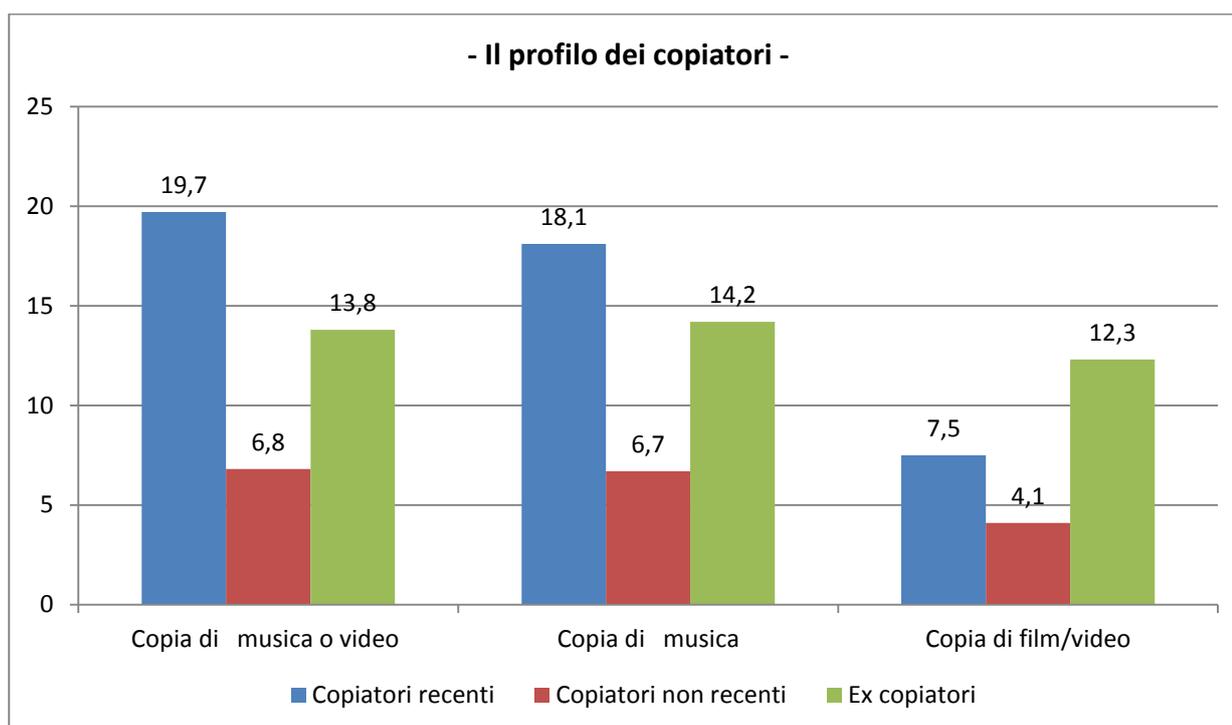
L'analisi dell'attività di copia nel corso del tempo, riportata nella seguente tabella, offre un ulteriore elemento descrittivo del profilo dei copiatori.

Dichiarano di aver copiato: (*)	Copia di musica e film/video	Copia di musica	Copia di film/video
Valori percentuali			
Negli ultimi 12 mesi	26,5	24,8	11,6
- di cui negli ultimi 3 mesi	19,7	18,1	7,5
- di cui da 3 mesi a 1 anno fa	6,8	6,7	4,1
Più di 1 anno fa	13,8	14,2	12,3
Mai	59,6	61,0	76,1
Totale	100	100	100

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

E' possibile distinguere 3 profili di 'copiatori':

- i **'copiatori recenti'** ossia coloro che hanno copiato almeno un contenuto audiovisivo nel corso degli **ultimi 3 mesi**. Questo gruppo si attesta intorno al 20% della popolazione (19,7%). Rispetto alla tipologia di contenuti copiati, si osserva un 18,1% di *copiatori recenti di musica* e un 7,5% di *copiatori recenti di film/video*;
- i **'copiatori non recenti'**, ossia coloro che hanno copiato nel corso dell'anno, ma **non negli ultimi 3 mesi**, che raggiungono circa il 7% della popolazione (6,8%);
- gli **'ex copiatori'** ossia coloro che hanno effettuato copie, ma **più di un anno fa**, pari al 13,8% della popolazione. Quest'ultimo gruppo rappresenta la quota di copiatori potenzialmente persi.



Inoltre, analizzando la frequenza di copia rispetto al passato **‘Negli ultimi 12 mesi ha effettuato copie/duplicazioni di brani musicali/film o video originali con frequenza minore, uguale o maggiore rispetto all’anno precedente?’**, emerge che percentuali analoghe di *copiatori recenti* dichiarano una frequenza di copia uguale o minore rispetto all’anno precedente. Tra i *copiatori non recenti* è decisamente più spiccata l’attitudine a farlo meno frequentemente, sebbene circa un 30% di questi continui a farlo in misura uguale rispetto al passato.

MUSICA		Negli ultimi 12 mesi ha effettuato copie/duplicazioni di brani musicali/film o video originali con frequenza minore, uguale o maggiore rispetto all’anno precedente?	FILM/VIDEO	
<i>copiatori recenti</i>	<i>copiatori non recenti</i>		<i>copiatori recenti</i>	<i>copiatori non recenti</i>
% (*)	% (**)		% (***)	% (****)
44,1	67,5	Con frequenza minore	44,9	64,1
45,6	30,1	Con frequenza uguale	42,1	33,3
10,3	2,5	Con frequenza maggiore	13,1	2,6
100	100		100	100

(*) Percentuali calcolate sul totale dei ‘copiatori recenti’ di musica

(**) Percentuali calcolate sul totale dei ‘copiatori non recenti’ di musica

(***) Percentuali calcolate sul totale dei ‘copiatori recenti’ di film/video

(****) Percentuali calcolate sul totale dei ‘copiatori non recenti’ di film/video

Le ragioni principali con cui viene motivato il perché di un uso meno frequente della copia di contenuti audiovisivi sono la “mancanza di tempo” e “il preferire come modalità di fruizione lo streaming”.

MUSICA		Per quali motivi ha copiato/duplicato brani musicali/film o video originali meno frequentemente rispetto all’anno precedente?	FILM/VIDEO	
% (*)	% (**)		% (*)	% (***)
6,3	50,7	Non ho tempo	2,9	47,9
5,4	43,1	Preferisco ascoltarli/vederli in streaming	2,5	42,0
2,7	21,9	Non mi interessa più	1,3	21,3
1,4	11,2	Non mi fido	0,7	11,3
0,7	6,0	La qualità copie non è soddisfacente	0,4	7,0

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(**) Percentuali calcolate su chi ha effettuato copie di musica negli ultimi 12 mesi con frequenza minore rispetto all’anno precedente

(***) Percentuali calcolate su chi ha effettuato copie di film negli ultimi 12 mesi con frequenza minore rispetto all’anno precedente

2.2.2 - Lo streaming della musica e dei film/video

La percentuale di cittadini che dichiarano di aver fruito di contenuti audiovisivi in streaming negli ultimi 12 mesi si attesta al 42,8% sul totale della popolazione di 14-74 anni. Relativamente alle tipologie di contenuti, questa percentuale è pari al 34,7% per la musica e al 27,8% per i film/video.

Negli ultimi 12 mesi:	% (*)
Hanno usato lo streaming per musica o film/video	42,8
Hanno usato lo streaming per la musica	34,7
Hanno usato lo streaming per i film/video	27,8

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

L'analisi dei dati per classi di età mostra che fruire di musica e di film o video direttamente dalla rete Internet sia un'attività più diffusa presso il target dei cittadini più giovani.

Negli ultimi 12 mesi:	Popolazione per classi di età (*)						
	14-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Totale
Valori percentuali							
Hanno usato lo streaming per musica o film/video	84,9	65,4	43,8	37,9	24,2	9,3	42,8
Hanno usato lo streaming per la musica	73,8	57,7	36,6	27,8	15,3	6,4	34,7
Hanno usato lo streaming per i film/video	63,1	45,9	24,8	21,8	15,3	5,0	27,8

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione delle rispettive classi di età.

Utilizzo negli ultimi 12 mesi di dispositivi per lo streaming

Per fruire in streaming di contenuti audiovisivi i cittadini si avvalgono di una gamma articolata di dispositivi tra i quali prevalgono il computer e lo smartphone, utilizzati in particolar modo per l'ascolto in streaming della musica.

Dispositivi utilizzati per lo streaming <i>Valori percentuali</i>	Popolazione 14-74 anni (*)			Utenti dispositivi (*)	Utenti dei singoli dispositivi		
	Streaming di musica o video	Streaming di musica	Streaming di film/video		Streaming di musica o video	Streaming di musica	Streaming di film/video
COMPUTER	33,4	26,4	21,9	80,9	41,3	32,7	27,1
TABLET	14,0	11,3	8,5	50,1	28,0	22,6	17,0
SMARTPHONE	30,5	27,5	12,6	80,5	37,9	34,2	15,6
TV/SMART TV	21,0	12,8	14,7	94,8	22,2	13,5	15,5
VIDEO REGISTRATORE DIGITALE o DECODER	3,7	2,0	2,4	29,8	12,3	6,8	8,1
LETTORI MUSICALI	5,1	5,1	--	41,2	12,3	12,3	--
IMPIANTI RADIO-STEREO	9,9	9,9	--	65,3	15,1	15,1	--

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(**) Percentuali calcolate sugli utilizzatori dei singoli dispositivi

Copia versus streaming

Prima di descrivere il profilo degli utilizzatori dello streaming, appare interessante confrontare le percentuali di utilizzo dei singoli dispositivi per la copia e per lo streaming nell'ambito degli utenti dei dispositivi stessi.

Come si può osservare dalla tabella sottostante, i vari dispositivi sono utilizzati più per lo streaming che per la copia di audiovisivi, con differenze di utilizzo che variano da circa +4 punti percentuali per i lettori musicali e il video registratore digitale a +29,4 punti percentuali per lo smartphone.

Dispositivi utilizzati per la copia <i>Valori percentuali</i>	Utenti dispositivi (*)	Utenti dei singoli dispositivi	
		Copia di musica o video	Streaming di musica o video
COMPUTER	80,9	26,4	41,3
TABLET	50,1	3,4	28,0
SMARTPHONE	80,5	8,5	37,9
TV/SMART TV	94,8	--	22,2
TV/SMART TV con funzione di registrazione	36,4	3,3	--
VIDEO REGISTRATORE DIGITALE o DECODER con funzione di registrazione	29,8	8,4	12,3
LETTORI MUSICALI	41,2	8,5	12,3
IMPIANTI RADIO-STEREO	65,3	--	15,1
IMPIANTI RADIO-STEREO con funzione di registrazione	26,4	2,0	--

Accanto a un utilizzo dei dispositivi maggiormente rivolto allo streaming piuttosto che all'attività di copia, si osserva anche che è maggiore la quota dei cittadini che usano lo streaming ma non la copia per la fruizione dei contenuti audiovisivi. In particolare:

- utilizzano lo streaming e non la copia per l'ascolto della musica il 19,6% dei cittadini rispetto al 9,7% che utilizza la copia ma non lo streaming come modalità di fruizione della stessa;
- in modo analogo per i film/video, si osserva che gli utilizzatori dello streaming e non della copia si attestano al 21,1% contro il 4,8% dei 'copiatori' che non usano streaming.

Negli ultimi 12 mesi:			
<i>Valori percentuali</i>	di Musica	di Film/video	Totale
Hanno effettuato <u>solo</u> copie	9,7	4,8	7,7
Sono andati <u>solo</u> in streaming	19,6	21,1	24,0
Hanno effettuato copie e sono andati in streaming	15,1	6,8	18,8

Il profilo degli utilizzatori dello streaming

In modo analogo a quanto fatto per l'attività di copia, il profilo degli utilizzatori dello streaming può essere descritto sia rispetto al tipo di contenuti fruiti nel corso degli ultimi 12 mesi che in base alla fruizione in streaming nel corso del tempo.

Così come accade per l'attività di copia, anche lo streaming risulta particolarmente rivolto alla fruizione di musica: la quota di coloro che utilizzano lo streaming esclusivamente per l'ascolto di brani musicali è infatti quasi il doppio di quella relativa all'uso esclusivo dello streaming per la visione dei film o video (14,9% contro 8,2%).

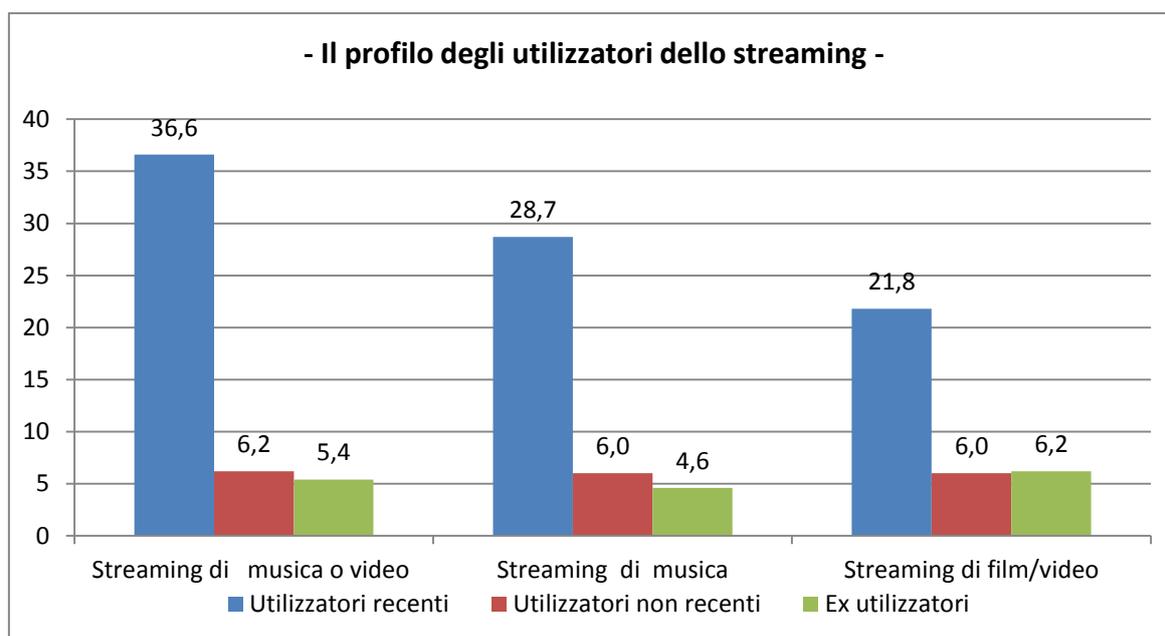
Negli ultimi 12 mesi:	Totale %
Hanno usato lo streaming <u>solo</u> per musica	14,9
Hanno usato lo streaming <u>solo</u> per film	8,2
Hanno usato lo streaming sia per musica che per film	19,7
Totale streaming	42,8

L'utilizzo dello streaming nel corso del tempo è riassunto nella tabella sottostante, dalla quale, come fatto per l'attività di copia, è possibile individuare tre profili di utilizzatori dello streaming:

- gli **'utilizzatori recenti di streaming'** ossia coloro che lo hanno utilizzato nel corso degli **ultimi 3 mesi** che sono pari al 36,6%. Rispetto alla tipologia di contenuti, si osserva un 28,7% di *utilizzatori recenti dello streaming di musica* e un 21,8% di *utilizzatori recenti dello streaming di film/video*;
- gli **'utilizzatori non recenti di streaming'**, ossia coloro che hanno usato lo streaming nel corso dell'anno, ma **non negli ultimi 3 mesi**, che raggiungono il 6,2% della popolazione;
- gli **'ex utilizzatori di streaming'** ossia coloro che hanno usato lo streaming, ma **più di un anno fa**, pari al 5,4% della popolazione. Quest'ultimo gruppo rappresenta la quota di utilizzatori dello streaming potenzialmente persi.

Dichiarano di aver usato lo streaming: Valori percentuali (*)	Streaming di musica e film/video	Streaming di musica	Streaming di film/video
Negli ultimi 12 mesi	42,8	34,7	27,8
- di cui negli ultimi 3 mesi	36,6	28,7	21,8
- di cui da 3 mesi a 1 anno fa	6,2	6,0	6,0
Più di 1 anno fa	5,4	4,6	6,2
Mai	51,8	54,0	61,2
Totale	100	100	100

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni



Analizzando la frequenza dell'uso dello streaming rispetto al passato (***Negli ultimi 12 mesi ha ascoltato/visto brani musicali/film o video in streaming con frequenza minore, uguale o maggiore rispetto all'anno precedente?***), la maggioranza dei due sottoinsieme esprime un'attitudine all'utilizzo per lo più invariata rispetto all'anno precedente.

Tuttavia, tra i rispondenti residui si osserva che, mentre tra gli utilizzatori recenti sono più numerosi (quasi un terzo) quanti dichiarano di aver fruito dello streaming con frequenza maggiore rispetto all'anno passato, tra gli utilizzatori non recenti sono più numerosi quanti dichiarano di averne fruito con frequenza minore.

MUSICA		<i>Negli ultimi 12 mesi ha ascoltato/visto brani musicali/film o video in streaming con frequenza minore, uguale o maggiore rispetto all'anno precedente?</i>	FILM/VIDEO	
<i>Utilizzatori recenti di streaming</i>	<i>Utilizzatori non recenti di streaming</i>		<i>Utilizzatori recenti di streaming</i>	<i>Utilizzatori non recenti di streaming</i>
% (*)	% (**)		% (***)	% (****)
14,2	37,0	Con frequenza minore	15,3	31,0
56,3	50,9	Con frequenza uguale	50,8	56,1
29,6	12,1	Con frequenza maggiore	34,0	12,9
100	100		100	100

(*) Percentuali calcolate sul totale degli 'utilizzatori recenti' di streaming di musica

(**) Percentuali calcolate sul totale degli 'utilizzatori non recenti' di streaming di musica

(***) Percentuali calcolate sul totale degli 'utilizzatori recenti' di streaming di film/video

(****) Percentuali calcolate sul totale degli 'utilizzatori non recenti' di streaming di film/video

Le ragioni principali per cui viene utilizzato lo streaming in maniera più frequente rispetto allo scorso anno sono riportate nella tabella seguente.

MUSICA		<i>Per quali motivi ha ascoltato/visto brani musicali/film o video in streaming più frequentemente rispetto all'anno precedente?</i>	FILM/VIDEO	
% (*)	% (**)		% (*)	% (***)
3,1	33,8	E' aumentata l'offerta di siti che offrono lo streaming	4,1	50,5
3,6	39,2	C'è molta più varietà di musica da ascoltare/film da vedere	4,0	48,5
4,9	52,9	Posso ascoltare musica/vedere film dove e quando voglio	3,1	37,9
4,2	46,2	Posso ascoltare musica/vedere film con qualsiasi dispositivo dotato di connessione Internet	3,2	38,7
2,5	26,9	E' più conveniente	2,4	29,7
1,5	16,5	La qualità dell'audio/immagini è migliorata	2,0	24,5
1,2	13,6	Sono aumentati i luoghi che offrono il Wi-Fi gratuito	0,9	10,6

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(**) Percentuali calcolate su chi ha usato lo streaming di musica negli ultimi 12 mesi con frequenza maggiore rispetto all'anno precedente

(***) Percentuali calcolate su chi ha usato lo streaming di film negli ultimi 12 mesi con frequenza maggiore rispetto all'anno precedente

Infine, tra chi ha utilizzato lo streaming negli ultimi 12 mesi è netto il ricorso a siti web che lo offrono gratuitamente.

Musica		La fruizione in streaming negli ultimi 12 mesi di contenuti audiovisivi gratuiti o a pagamento	Film/video	
% (*)	% (**)		% (*)	% (***)
26,9	77,8	Solo gratuito	16,5	59,5
1,3	3,6	Solo a pagamento	4,6	16,5
6,4	18,6	Sia gratuito che a pagamento	6,7	24,0
34,7	100	Totale	27,8	100

(*) Percentuali calcolate sul totale della popolazione di 14-74 anni

(**) Percentuali calcolate su chi ha usato lo streaming di musica negli ultimi 12 mesi

(***) Percentuali calcolate su chi ha usato lo streaming di film/video negli ultimi 12 mesi

3. - Aspetti organizzativi metodologici

3.1 - Il disegno campionario

Il campione di individui per l'indagine "*Musica e video nelle abitudini dei cittadini*" è stato selezionato a partire dall'insieme delle famiglie rispondenti alle due edizioni dell'indagine Multiscopo Annuale Aspetti della Vita Quotidiana (AVQ) condotte nel 2014 e nel 2015. Tale insieme di individui costituisce un campione rappresentativo della popolazione residente in Italia nel 2014 e 2015. Le stime dell'indagine pertanto, pur avendo come anno di riferimento il 2017, sono relative alla popolazione residente in Italia negli anni 2014-2015 e tuttora residente in famiglia, al netto di coloro che sono nel frattempo deceduti e trasferiti all'estero o in convivenze.

Le ragioni alla base della scelta di tale universo di campionamento sono legate al fatto che per queste famiglie si disponeva di tutte le informazioni rilevate dall'indagine AVQ, utilizzabili sia in fase di campionamento sia in fase di produzione delle stime. L'indagine AVQ viene condotta dall'ISTAT con cadenza annuale utilizzando un disegno campionario a due stadi, nel quale le unità di primo stadio sono i comuni, stratificati sulla base della loro ampiezza demografica, e le unità di secondo stadio sono le famiglie. I comuni sono selezionati con probabilità proporzionale alla popolazione, mentre le famiglie sono selezionate con probabilità uguali dalle liste anagrafiche dei comuni campione. Sono inclusi nel campione tutti gli individui appartenenti alle famiglie di fatto rispondenti alle edizioni di AVQ del 2014 e 2015. Complessivamente l'unione dei campioni dei due anni risulta composto da circa 93.000 individui, di cui circa 70.000 in età eleggibile, 14-74 anni.

Al fine di definire il campione per l'indagine in oggetto, le famiglie rispondenti all'indagine AVQ con almeno un individuo eleggibile sono state dapprima agganciate alle liste anagrafiche riferite alle annualità successive rispetto alle due indagini e poi abbinata alle liste di telefonia fissa; sulla base di tale abbinamento è stato possibile, da un lato, identificare gli individui che nel frattempo erano usciti dalla popolazione per decesso o trasferimento all'estero o in convivenze, dall'altro suddividere il campione in due sotto-insiemi a seconda che fosse stato agganciato o meno almeno un numero di telefono. Dai due collettivi di famiglie sono stati selezionati due campioni di individui da intervistare, estraendo casualmente un individuo tra gli eleggibili di ciascuna famiglia: il primo campione (composto da 10.771 individui) è stato assegnato alla tecnica Computer-Assisted Telephone Interviews (CATI) e il secondo (costituito da 20.392 individui) alla tecnica Computer Assisted Web Interviews (CAWI).

Gli individui rispondenti sono stati 3.612 dalla rilevazione CATI e 4.039 dalla rilevazione CAWI.

3.2 - L'organizzazione e la qualità della fase di raccolta dati

La raccolta dei dati è avvenuta sulla base di un questionario d'indagine i cui contenuti sono stati definiti in accordo con il MIBACT, tenendo conto delle osservazioni formulate dal Tavolo tecnico in una fase preliminare.

Il questionario si articola nelle seguenti sezioni tematiche:

- Sezione 1: informazioni socio-anagrafiche
- Sezione 2: l'ascolto di musica e visione di film o video - abitudini e tecnologia.
- Sezione 3: utilizzo dei dispositivi per la copia di brani musicali e film o video
- Sezione 4: utilizzo dei supporti
- Sezione 5: utilizzo dei supporti per la copia di brani musicali e film o video
- Sezione 6: le fonti di acquisizione dei brani musicali, film o video originali oggetto di copia/duplicazione
- Sezione 7: comportamenti di copia nel passato
- Sezione 8: lo streaming dei brani musicali, film o video
- Sezione 9: internet e consumi culturali

Per le due tecniche di rilevazione è stato utilizzato un questionario identico nella forma, nei contenuti e nei controlli, fermo restando i dovuti adattamenti dei testi al tipo di somministrazione dei quesiti: auto-compilazione per il CAWI e comunicazione orale per il CATI.

L'indagine CAWI è stata organizzata interamente all'interno dell'Istat che si è occupata della gestione delle dei diversi momenti della raccolta dati: invio delle informative a tutto il campione, sviluppo e test del questionario elettronico, invio dei solleciti postali ai non rispondenti.

L'indagine CATI si è svolta con l'ausilio di una ditta esterna selezionata a seguito di una procedura di gara della quale si riportano, in breve, i principali passaggi:

- pubblicazione del bando di gara del in data 22/12/2016: invito a presentare le offerte a 10 società individuate a sorteggio fra le 20 che avevano manifestato interesse a partecipare;
- scadenza presentazione offerte 23/01/2017;
- aggiudicazione della gara: 02/04/2017;
- avvio dei lavori: 02/05/2017.

La società selezionata ha messo a disposizione un *contact center* (numero verde) per fornire supporto ai rispondenti di entrambe le rilevazioni e un *call center* per la realizzazione delle interviste telefoniche.

L'Istat si è occupata anche della formazione sia degli operatori del *contact center* che degli intervistatori CATI. La formazione è avvenuta, come di consueto, attraverso sessioni teorico-pratiche finalizzate a fornire agli operatori tutti gli elementi conoscitivi sul contenuto dell'indagine, sulla gestione delle diverse tipologie di esito di contatto e sulle modalità di gestione e soluzione di eventuali problemi tecnici.

La raccolta dei dati si è svolta in un arco temporale di circa 3 mesi, con periodi di tempo appositamente diversi per le due tecniche al fine di ottimizzare i rispettivi tassi di risposta. In particolare:

- la rilevazione CAWI è iniziata l'8 maggio e si è conclusa il 31 luglio 2017;
- la rilevazione CATI è iniziata circa un mese dopo, ossia il 12 giugno e si è conclusa il 31 luglio 2017.

La fase di raccolta dati si è conclusa nei tempi stabiliti ottenendo le quantità di interviste preventivate, ed ossia:

- 4.039 interviste per il CAWI: tale numerosità è stata raggiunta grazie alla strategia di solleciti adottata (inviati 3 solleciti postali ai non rispondenti) e al supporto del *contact center*;
- 3.612 interviste per il CATI.

Il *contact center* ha svolto attività di supporto tecnico-contenutistico per tutto il periodo di rilevazione, iniziando qualche giorno prima dell'avvio della rilevazione CAWI, ossia dall'8 maggio al 20 luglio 2017, e con orari che coprivano tutto l'arco della giornata (dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 21:00; il sabato dalle 10:00 alle 13:00. Inoltre lo stesso *contact center* ha gestito anche le richieste di supporto pervenute tramite la casella di posta elettronica dedicata all'indagine.

A corredo delle precedenti informazioni si riportano a seguire altri indicatori di qualità della fase di raccolta dati.

Tassi di copertura e di interruzione definitiva

	CATI	CAWI
Tasso di copertura ¹	33,5%	19,6%
Tasso di interruzione definitiva ²	1,1%	4,0%

¹ Tasso di copertura = Percentuale di interviste concluse sul totale del campione teorico

² Tasso di interruzione definitiva = Percentuale di interruzione definitive sul totale nominativi contattati tra i quali sono inclusi le interviste, i rifiuti e le interruzioni definitive

3.3 - La procedura per il calcolo delle stime

Le stime dei parametri di interesse dell'indagine sono state ottenute assegnando a ciascun individuo rispondente un peso campionario che indica il numero di unità della popolazione rappresentate dall'unità stessa.

I pesi campionari per l'indagine "*Musica e video nelle abitudini dei cittadini*" sono stati definiti a partire dai pesi campionari assegnati alle medesime unità dall'indagine AVQ⁴ tenendo conto del processo di selezione casuale di un individuo per famiglia. Tali pesi sono stati aggiustati per correggere l'effetto distorsivo della mancata risposta totale dell'indagine, applicando un fattore correttivo per garantire la rappresentatività dei rispondenti rispetto al campione teorico selezionato.

I fattori correttivi della mancata risposta sono stati determinati attraverso due modelli logistici, uno per l'insieme delle unità intervistate con tecnica CAWI, l'altro per il campione intervistato con tecnica CATI. In questi modelli si è tenuto conto di alcune variabili ausiliarie rilevate nelle indagini AVQ, quindi note sia per i rispondenti che per i non rispondenti. I modelli sono stati studiati separatamente perché la propensione degli individui alla risposta con le due diverse tecniche di rilevazione è determinata da caratteristiche differenti.

Infatti, le variabili ausiliarie utilizzate⁵ nei modelli spiegano adeguatamente la propensione alla risposta, ma in maniera fortemente differenziata per i campioni CAWI e CATI; nel CAWI ciò che determina maggiormente la risposta è l'essere laureato, occupato e non appartenere ad una famiglia monocomponente, nel CATI invece i più propensi a rispondere sono gli individui che hanno superato i 45 anni o che vivono da soli.

⁴ I pesi di riporto all'universo dell'indagine AVQ sono calcolati mediante uno stimatore di calibrazione che vincola tali pesi ai totali di fonte demografica per sesso e classi di età a livello regionale.

⁵ Le variabili rilevate dall'indagine AVQ e utilizzate nei modelli sono: classe d'età, sesso, titolo di studio, condizione occupazionale, tipologia del nucleo familiare, numero di nuclei di cui si compone la famiglia, ripartizione geografica, tipologia comunale, occupazione nel settore dell'IT, tipologia familiare.

I modelli restituiscono le distribuzioni di probabilità di risposta con le due tecniche. Tali distribuzioni sono state suddivise in cinque gruppi della stessa numerosità sulla base dei quintili, con lo scopo di individuare gruppi omogenei di individui. Ai rispondenti di ciascun gruppo è stato assegnato un fattore correttivo, pari all'inverso del tasso di risposta osservato nel gruppo di appartenenza.

I pesi campionari corretti per mancata risposta sono stati infine calibrati per garantire il rispetto dei totali noti derivanti dal campione AVQ. Tali totali sono rappresentati dalla popolazione residente media tra il 2014 ed il 2015, al netto degli usciti dalla popolazione stessa, che è stato necessario stimare da fonte demografica. I totali per la calibrazione dei pesi finali sono quindi definiti dall'incrocio delle modalità delle seguenti variabili:

- ripartizione geografica (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud, Isole), classe d'età (14-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65-74) e sesso;
- ripartizione geografica (Nord, Centro, Sud), classe d'età (14-35, 35-54, 55-74) e titolo di studio (licenza media o elementare, diploma, laurea o post-laurea);
- ripartizione geografica (Nord, Centro, Sud) e le 4 modalità definite da un indicatore di partecipazione ad attività culturali⁶.

I pesi finali e la stima degli errori campionari delle stime dell'indagine sono stati calcolati utilizzando il software generalizzato Regenesees disponibile in ISTAT.

⁶ Questo indice è stato definito sulla base di quante tra le seguenti attività di partecipazione culturale fuori casa sono state svolte dall'individuo negli ultimi 12 mesi: musei o mostre, concerti di musica classica, altri concerti, monumenti, teatro, cinema. Le modalità che l'indicatore assume sono: nemmeno una, una, due o tre, più di tre.

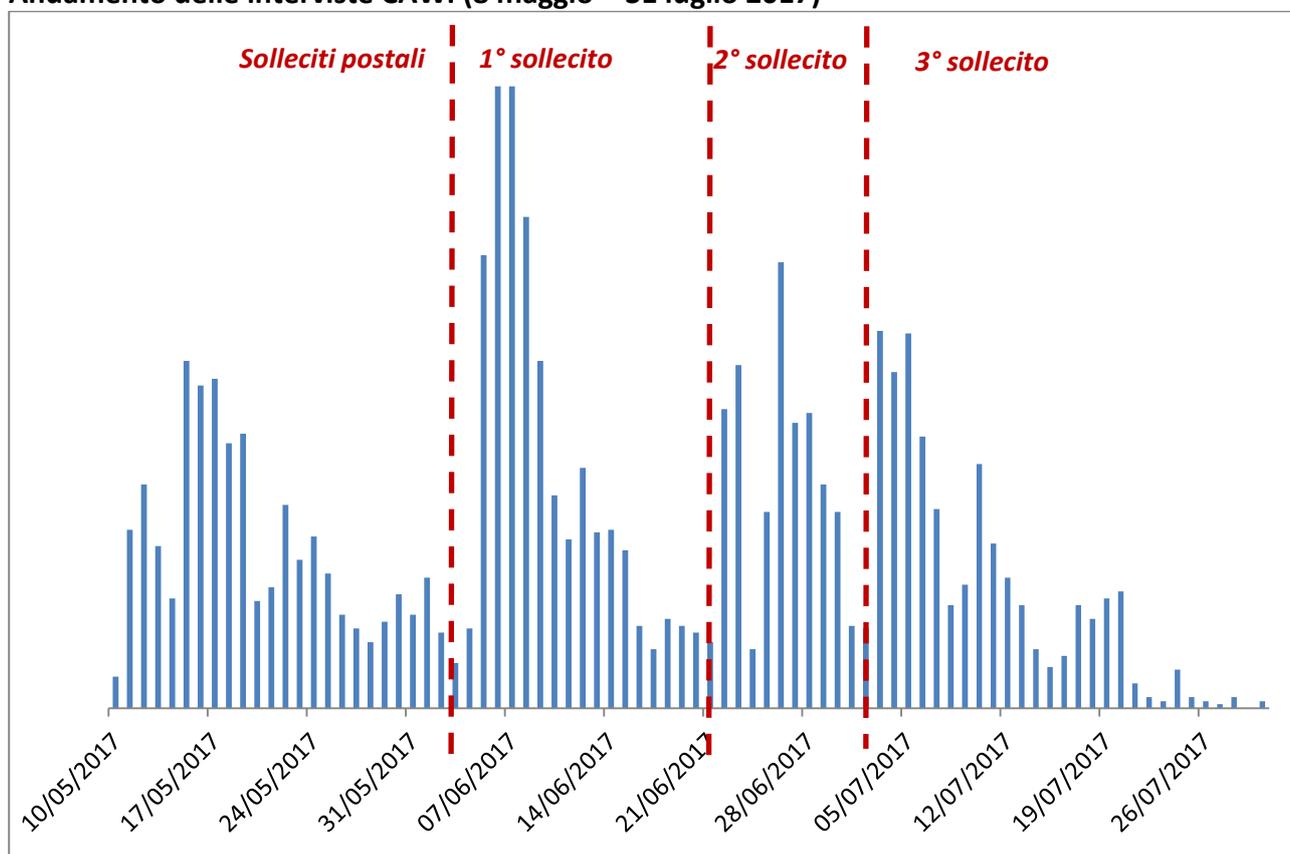
3.4. Approfondimento sulla fase di raccolta dati

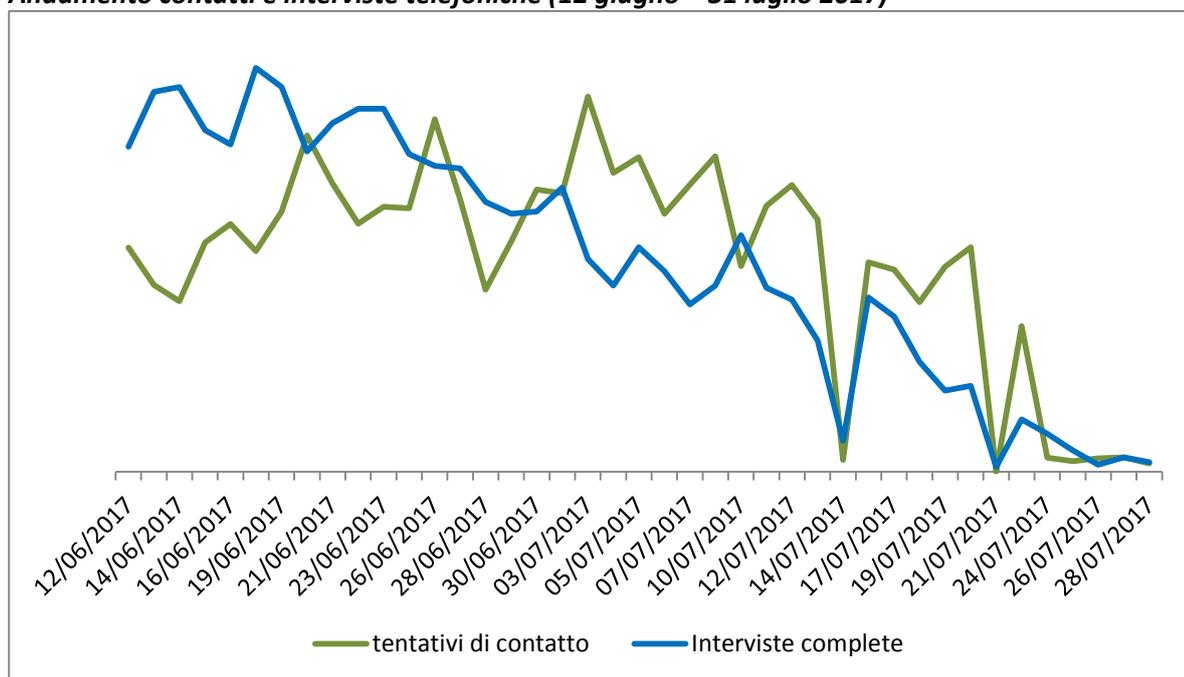
Si riportano altri dettagli informativi sulla fase di raccolta dati relativi all’andamento delle interviste nel corso del tempo, all’effetto dei solleciti postali e all’attività di supporto fornita dal *contact center*.

3.4.1 L’andamento delle interviste CAWI e CATI

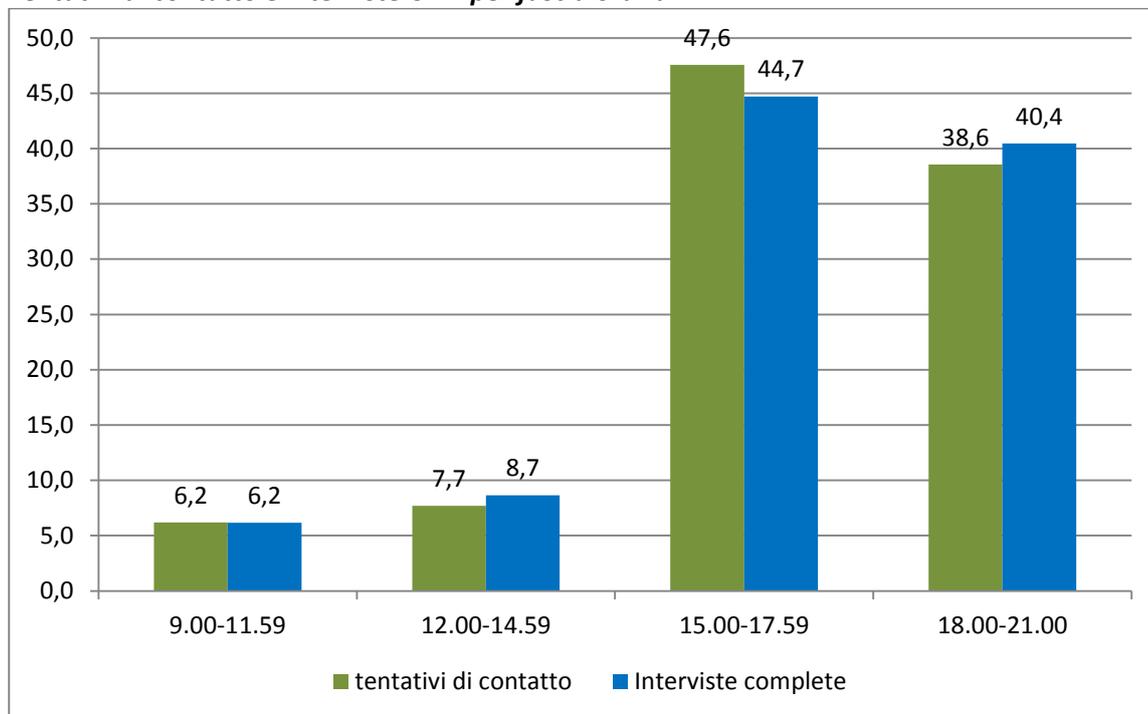
L’andamento della rilevazione CAWI è riportato nel grafico sottostante, dal quale si può osservare come i solleciti postali siano stati uno strumento efficace per incrementare la partecipazione dei rispondenti. Il grafico mostra infatti come la quota di interviste complete aumenti dopo l’arrivo della lettera di sollecito.

Andamento delle interviste CAWI (8 maggio – 31 luglio 2017)



Andamento contatti e interviste telefoniche (12 giugno – 31 luglio 2017)

L'andamento delle interviste telefoniche tende, come di consueto, a decrescere nel corso del tempo al passare del quale restano in lavorazione i numeri telefonici meno produttivi (liberi, occupati, appuntamenti, ecc.) che necessitano, tra l'altro, di un numero maggior di tentativi di chiamata prima di riuscire a stabilire un contatto con il rispondente. Questo è visibile osservando l'andamento congiunto dei tentativi di contatto e delle interviste complete: nella prima fase della rilevazione la proporzione delle interviste realizzate supera la proporzione dei tentativi necessari ad ottenerle; al passare del tempo si verifica esattamente l'opposto.

Tentativi di contatto e interviste CATI per fascia oraria

L'85,1% delle interviste si è svolto prevalentemente nelle fasce orarie dalle 15:00 alle 21:00, ossia negli orari in cui è più facile trovare i rispondenti presso le proprie abitazioni.

La fascia serale, dopo le 18:00, è risultata, come di consueto, quella più produttiva in termini di tentativi necessari ad ottenere un'intervista. Produttiva anche la prima parte della giornata in quanto utilizzata per effettuare interviste su appuntamento.

3.4.2 L'attività di supporto del contact center

Il contact center ha fornito supporto ai rispondenti di entrambe le rilevazioni per tutto il periodo della fase di raccolta dati, mettendo a disposizione sia un numero verde che una casella di posta elettronica. Come si può osservare dalla tabella sottostante il canale telefonico è stato quello più utilizzato soprattutto da parte dei rispondenti alla CAWI che hanno visto risolto il loro problema.

CHIAMATE O EMAIL DEI RISPONDENTI AL CONTACT CENTER

Totale chiamate ed email verso il contact center	1.862
Di cui:	
- Chiamate al numero verde	1.711
- email inviate all'indirizzo di posta dedicato	151
Provenienti da:	
- rispondenti CAWI	1.767
- rispondenti CATI	95
Esito della chiamata/email:	
- problema risolto	1.849
- problema irrisolto	13

I principali motivi che hanno indotto i rispondenti a contattare il contact center sono descritti nella tabella sottostante: 'problemi di accesso o di registrazione', 'assenza di una connessione Internet' o 'preferenza a fare l'intervista telefonicamente' sono i motivi più frequenti fra i rispondenti alla CAWI, mentre 'comunicare un nuovo recapito telefonico', 'chiedere un appuntamento per fare l'intervista' e 'la necessità di avere maggiori informazioni sull'indagine' lo sono fra i rispondenti alla CATI.

MOTIVI DEL RICORSO AL CONTACT CENTER

	v.a.		%	
	CAWI	CATI	CAWI	CATI
Rifiuto	411	14	23,0	14,1
Ha problemi di accesso/accreditamento	404	--	22,6	--
Non ha internet	296	--	16,6	--
Preferirebbe fare l'intervista telefonicamente	278	--	15,6	--
Chiede informazioni su: Istat, obiettivi indagine, privacy, ecc.	172	14	9,6	14,1
Problemi tecnici nella compilazione del questionario (es. salvataggio, scorrimento pagine, messaggi di errore, etc.)	72	--	4,0	--
Grave malattia	52	3	2,9	3,0
Chiede chiarimenti su alcuni quesiti del questionario	30	3	1,7	3,0
Trasferito estero	16	4	0,9	4,0
Chiede nuovo invio credenziali/lettera (via email)	12	--	0,7	--
Assente per tutta la durata della rilevazione	11	2	0,6	2,0
Deceduto	10	--	0,6	--
Comunica un nuovo numero di telefono	--	32	--	32,3
Vuole comunicare una data per l'intervista	--	18	--	18,2
Altro (specificare)	20	9	1,1	9,1
Totale	1785	99	100	100