

INDAGINE SUL CONSUMO DIGITALE NELLA REGIONE LAZIO

INDAGINE QUANTITATIVA

Ricerca n. 205-2017
24 APRILE 2018

Istituto Piepoli S.p.A.
20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493
00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917
www.istitutopiepoli.it istituto@istitutopiepoli.it P.IVA: 03779980964 REA 1701566



Documento redatto per:



PREMESSA E METODOLOGIA

AECI ha realizzato un'indagine di mercato, con l'obiettivo di misurare il consumo digitale dei cittadini della Regione Lazio .

La ricerca è stata realizzata da Istituto Piepoli attraverso la somministrazione di **1010 interviste CATI/CAWI** ad un campione della popolazione della Regione Lazio di età compresa tra i 16 e i 75 anni rappresentativo per genere, età e provincia di residenza.

Le interviste sono state realizzate dal 18 al 23 aprile 2018

Il presente sondaggio è stato eseguito rispettando il codice deontologico ASSIRM ed ESOMAR.



GENERE



UOMO

47%



DONNA

53%

CLASSE DI ETÀ



18-34 ANNI

26%



35-54 ANNI

37%



54-75 ANNI

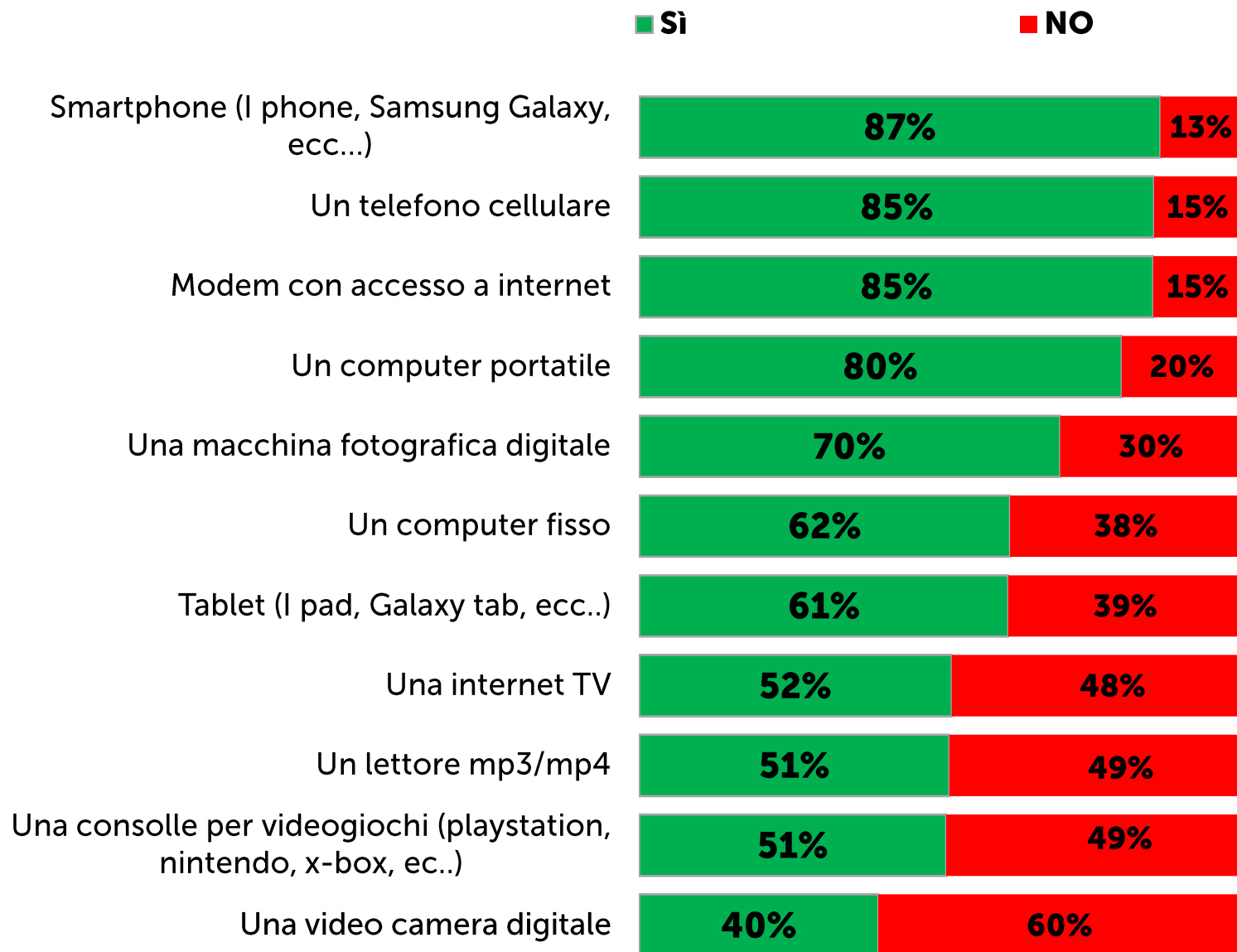
37%



L'utilizzo della tecnologia

L'utilizzo della tecnologia

Per ciascuno di questi oggetti potrebbe dirmi se li possiede?



Base dati: TOTALE CAMPIONE

L'utilizzo della tecnologia – dettaglio per fasce d'età

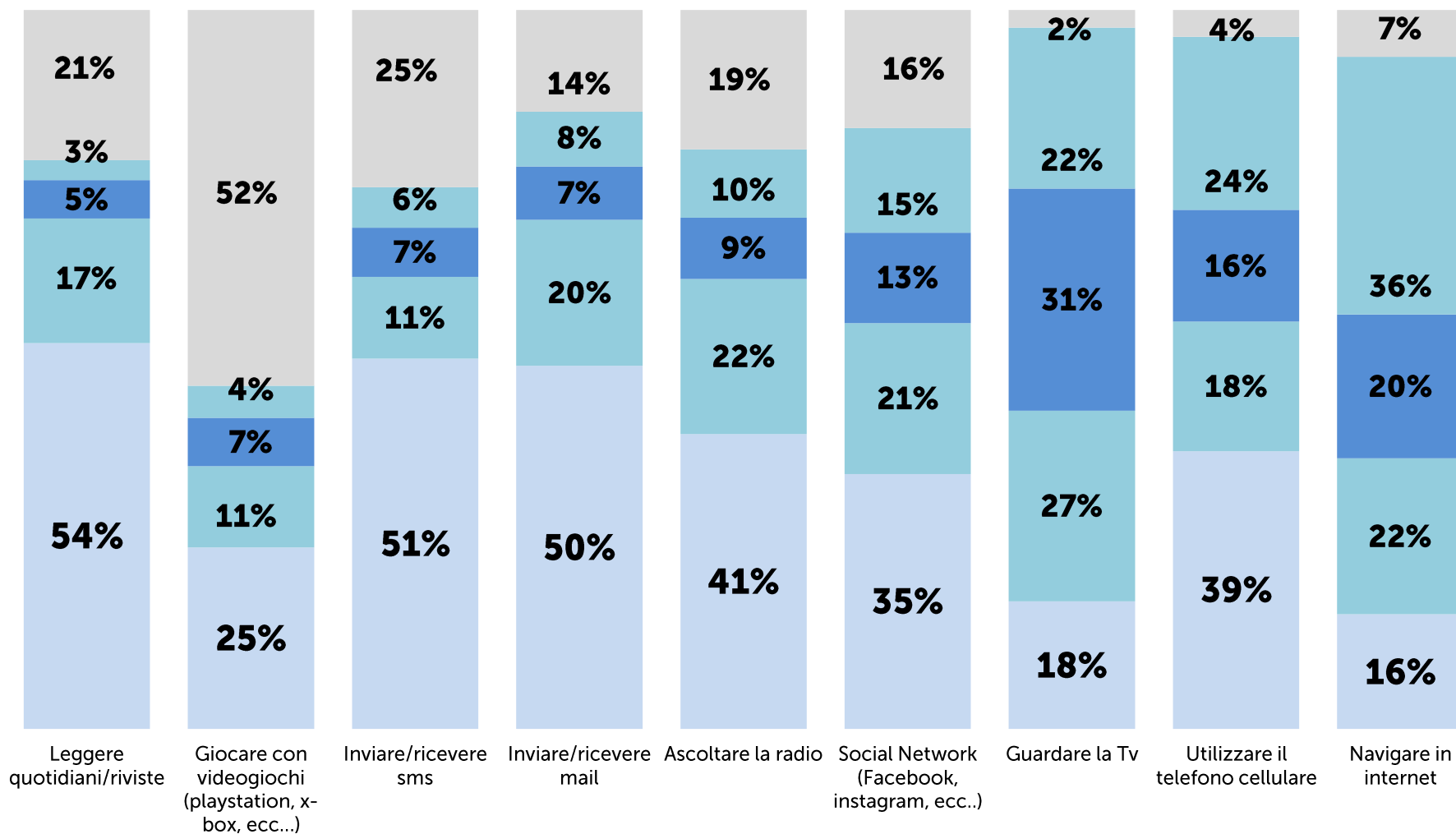
Per ciascuno di questi oggetti potrebbe dirmi se li possiede?

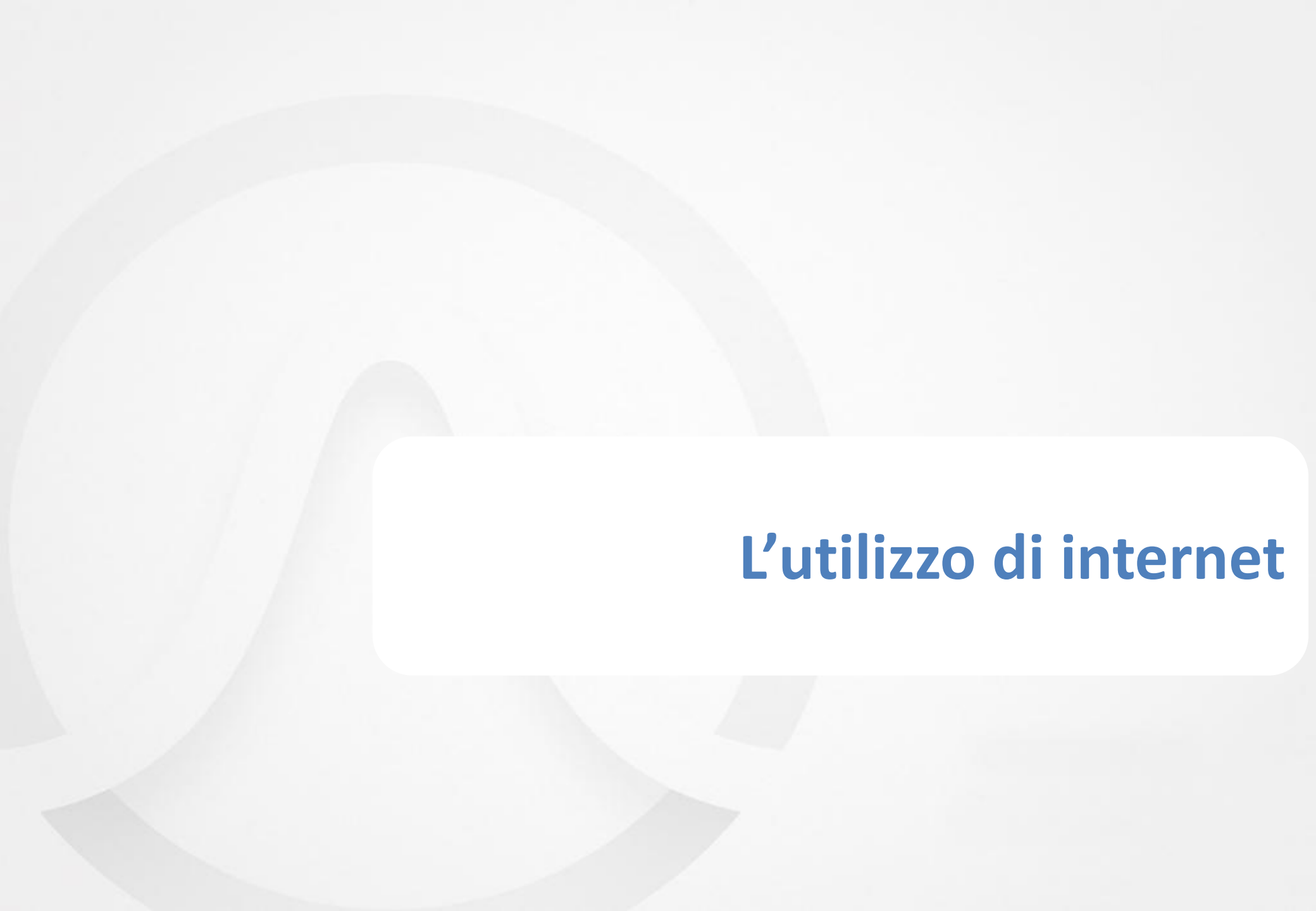
<u>Sì</u>	Totale	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 -75
Smartphone (I phone, Samsung Galaxy, ecc...)	87%	100%	99%	99%	98%	93%	85%	58%
Un telefono cellulare	85%	95%	86%	78%	80%	82%	87%	95%
Modem con accesso a internet	85%	90%	93%	97%	90%	93%	89%	63%
Un computer portatile	80%	83%	92%	92%	93%	85%	78%	55%
Una macchina fotografica digitale	70%	68%	76%	78%	81%	79%	68%	48%
Un computer fisso	62%	70%	67%	66%	62%	63%	70%	49%
Tablet (I pad, Galaxy tab, ecc..)	61%	60%	73%	76%	80%	69%	55%	31%
Una internet TV	52%	60%	64%	68%	63%	54%	42%	31%
Un lettore mp3/mp4	51%	60%	61%	74%	65%	58%	46%	20%
Una consolle per videogiochi (playstation, nintendo, x-box, ec..)	51%	85%	68%	77%	66%	61%	37%	11%
Una video camera digitale	40%	35%	39%	49%	54%	46%	38%	19%

Navigare in internet risulta l'attività dove si dedica più tempo

Ogni giorno quanto tempo dedichi alle seguenti attività?

■ Al massimo 1 ora ■ Da 1 a 2 ore ■ Da 2 a 3 ore ■ Più di 3 ore ■ non dedico nemmeno un minuto

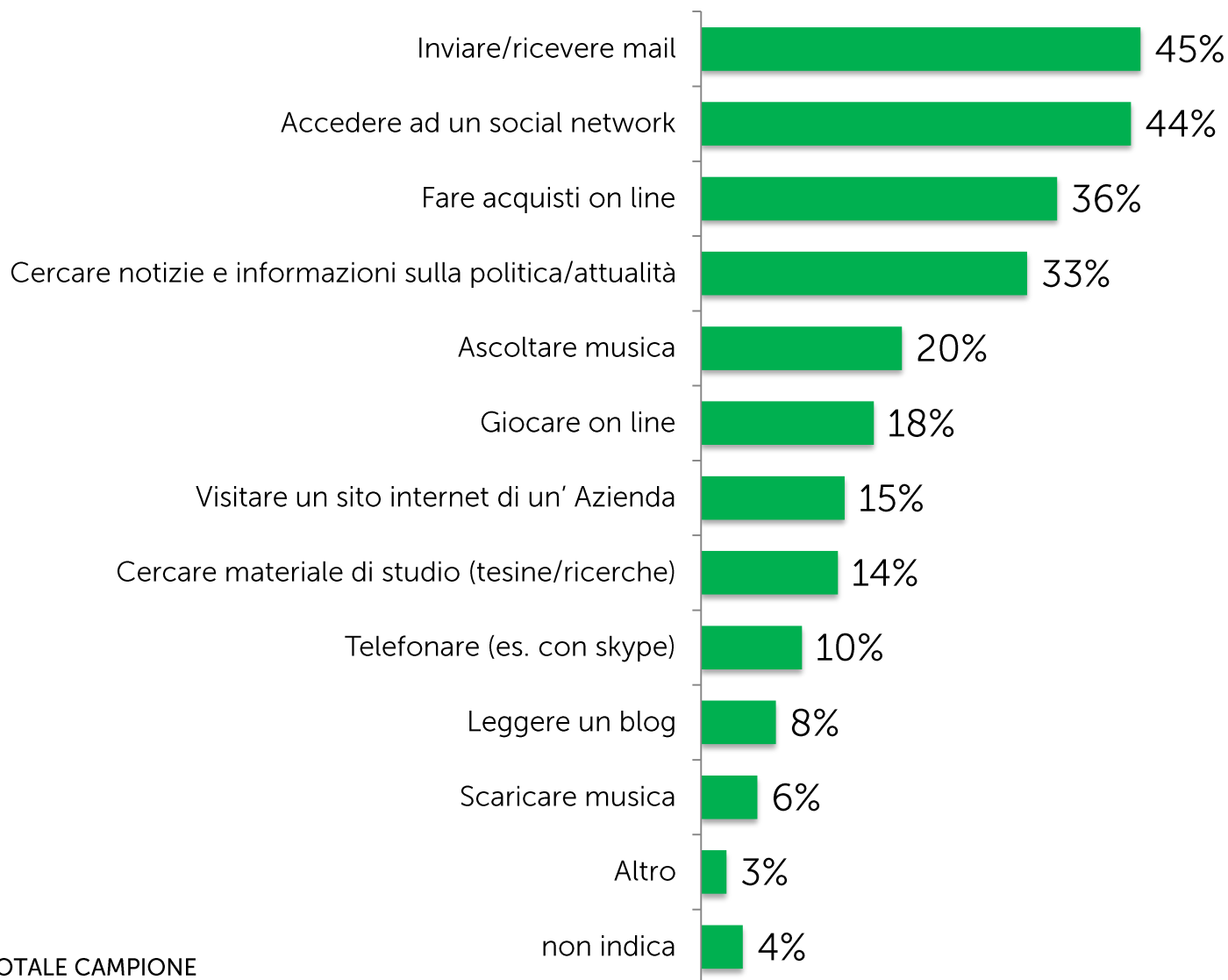




L'utilizzo di internet

L'utilizzo di internet

Negli ultimi 3 mesi quale di queste attività ti è capitato di fare più frequentemente?(risposta multipla)



L'utilizzo di internet – dettaglio per fasce d'età

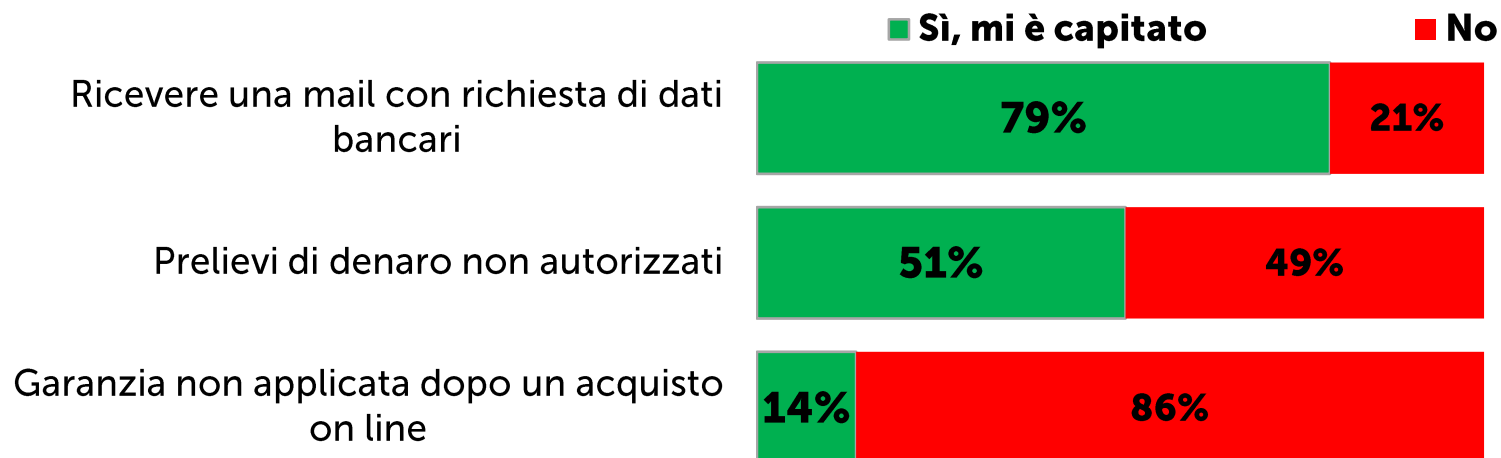
Negli ultimi 3 mesi quale di queste attività ti è capitato di fare più frequentemente?(risposta multipla)

	Totale	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 -75
Inviare/ricevere mail	45%	23%	25%	47%	50%	62%	56%	30%
Accedere ad un social network	44%	53%	50%	57%	51%	45%	44%	24%
Fare acquisti on line	36%	25%	37%	45%	50%	46%	31%	17%
Cercare notizie e informazioni sulla politica/attualità	33%	15%	25%	21%	32%	37%	50%	36%
Ascoltare musica	20%	43%	40%	27%	20%	13%	14%	15%
Giocare on line	18%	28%	20%	24%	22%	19%	15%	8%
Visitare un sito internet di un' Azienda	15%	5%	8%	16%	17%	20%	15%	11%
Cercare materiale di studio (tesine/ricerche)	14%	35%	39%	9%	6%	16%	13%	10%
Telefonare (es. con skype)	10%	8%	12%	10%	12%	10%	5%	13%
Leggere un blog	8%	5%	8%	11%	11%	5%	8%	5%
Scaricare musica	6%	20%	11%	9%	7%	3%	3%	1%
Altro	3%	0%	0%	1%	1%	2%	3%	7%
non indica	4%	3%	0%	1%	1%	2%	1%	15%

Base dati: TOTALE CAMPIONE

L'utilizzo di internet

Per ciascuno di questi problemi che potrebbero derivare dall'utilizzo di internet potrebbe dirmi se le è mai capitato da quando lo utilizza?

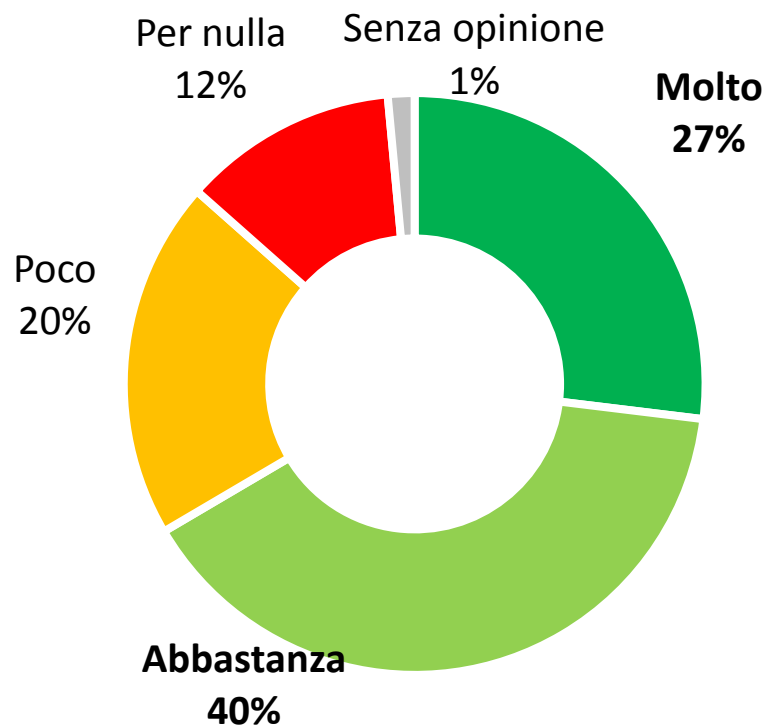


	<i>Sì, mi è capitato</i>							
	Totale	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-75
Ricevere una mail con richiesta di dati bancari	79%	93%	98%	95%	91%	84%	74%	48%
Prelevi di denaro non autorizzati	51%	28%	46%	67%	65%	61%	51%	26%
Garanzia non applicata dopo un acquisto on line	14%	28%	18%	22%	16%	15%	7%	5%

Base dati: TOTALE CAMPIONE

L'utilizzo di internet

In generale l'utilizzo di internet (e dei social network) in che misura ha modificato le tue abitudini?



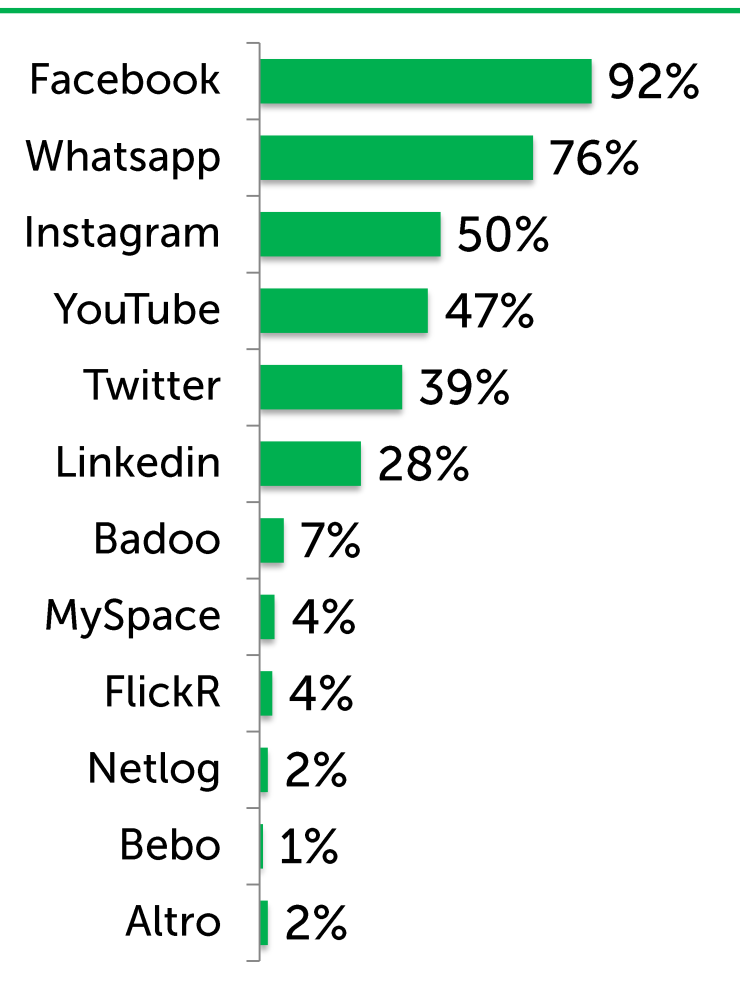
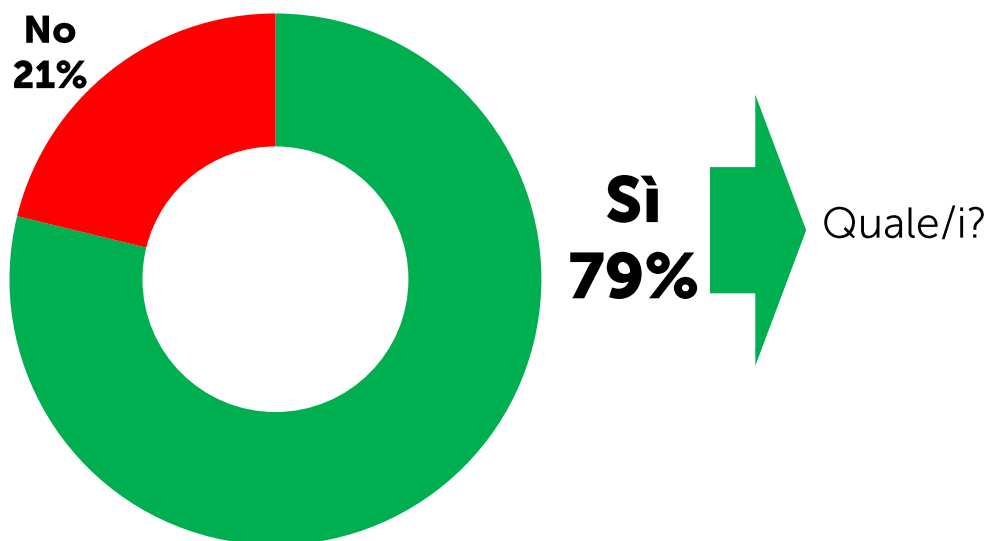
MOLTO + ABBASTANZA
67%



I Social Network

I Social Network

Sei iscritto/hai un profilo (o più di uno) su un social network?



I Social Network – dettaglio per fasce d'età

Sei iscritto/hai un profilo (o più di uno) su un social network?

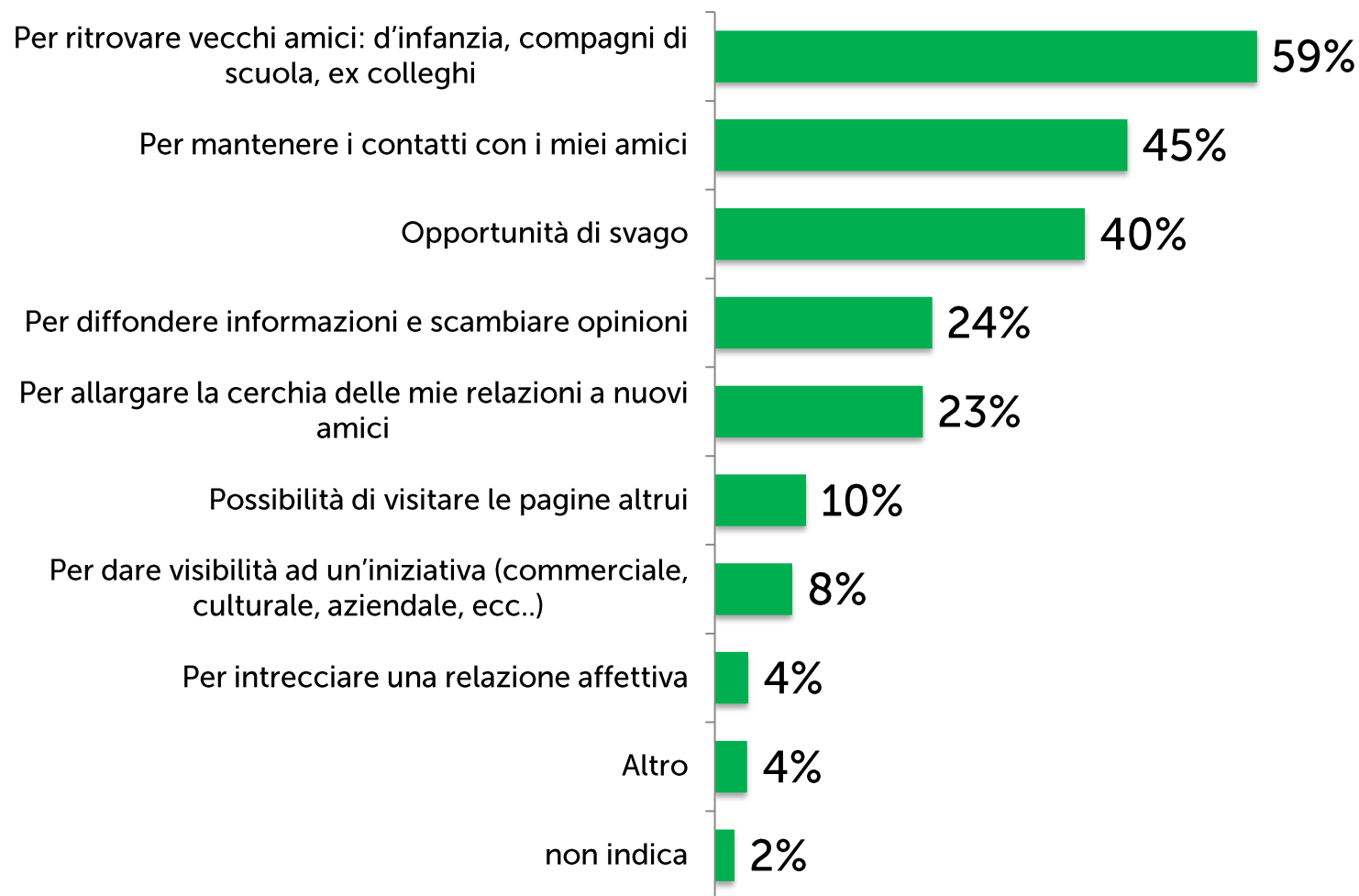
Quale/i?

	Totale	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 -75
<i>Sì</i>	79%	93%	98%	95%	91%	84%	74%	48%
Facebook	92%	84%	98%	96%	91%	92%	87%	91%
Whatsapp	76%	84%	83%	80%	82%	80%	67%	55%
Instagram	50%	78%	83%	66%	54%	41%	31%	20%
YouTube	47%	65%	73%	60%	50%	39%	32%	23%
Twitter	39%	32%	50%	44%	47%	41%	32%	22%
Linkedin	28%	5%	22%	36%	36%	29%	22%	23%
Badoo	7%	3%	4%	12%	11%	5%	3%	3%
MySpace	4%	0%	2%	7%	9%	3%	2%	0%
Flickr	4%	3%	5%	5%	5%	2%	4%	1%
Netlog	2%	3%	2%	4%	5%	1%	0%	0%
Bebo	1%	3%	1%	1%	2%	1%	0%	0%
Altro	2%	5%	1%	3%	2%	2%	2%	2%

Base dati: TOTALE CAMPIONE

I motivi dell'utilizzo dei social network

Per quale motivo ti sei iscritto a Facebook/altro social network? (risposta multipla)



I motivi dell'utilizzo dei social network – dettaglio per fasce d'età

Per quale motivo ti sei iscritto a Facebook/altro social network? (risposta multipla)

	Totale	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 -75
Per ritrovare vecchi amici: d'infanzia, compagni di scuola, ex colleghi	59%	38%	44%	64%	58%	65%	64%	57%
Per mantenere i contatti con i miei amici	45%	38%	48%	48%	42%	48%	42%	44%
Opportunità di svago	40%	49%	38%	51%	43%	41%	37%	24%
Per diffondere informazioni e scambiare opinioni	24%	19%	28%	22%	24%	23%	27%	20%
Per allargare la cerchia delle mie relazioni a nuovi amici	23%	19%	26%	24%	30%	21%	13%	19%
Possibilità di visitare le pagine altrui	10%	14%	20%	12%	13%	6%	6%	3%
Per dare visibilità ad un'iniziativa (commerciale, culturale, aziendale, ecc..)	8%	8%	10%	6%	11%	8%	7%	10%
Per intrecciare una relazione affettiva	4%	0%	6%	5%	5%	3%	3%	2%
Altro	4%	8%	1%	1%	4%	4%	3%	5%
non indica	2%	5%	2%	1%	2%	1%	2%	5%

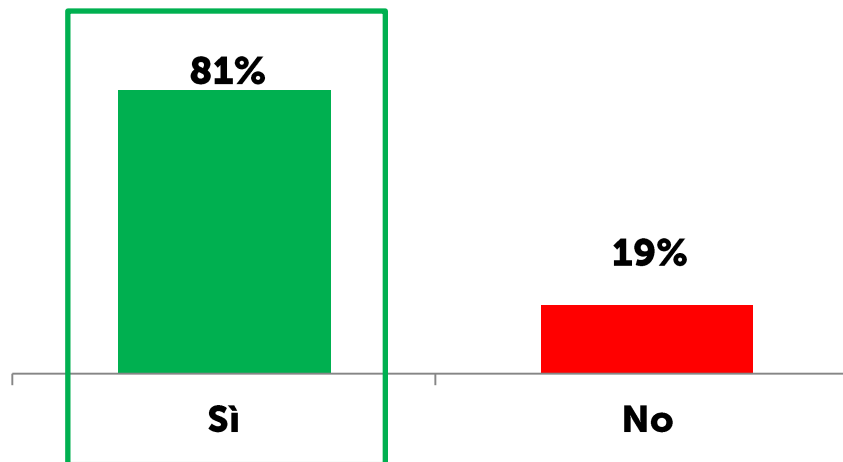
Base dati: TOTALE CAMPIONE



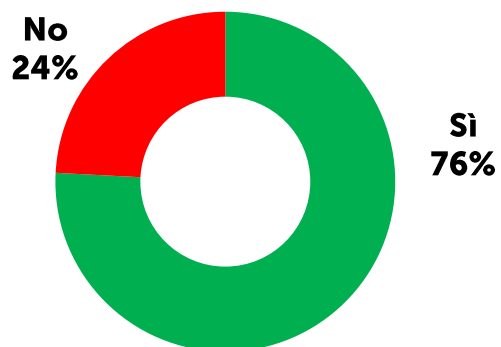
Gli acquisti on line

Gli acquisti on line

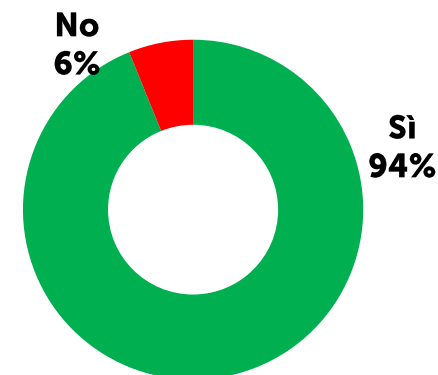
Le è capitato di effettuare acquisti on line?



Prima di procedere all'acquisto ha letto le condizioni contrattuali?

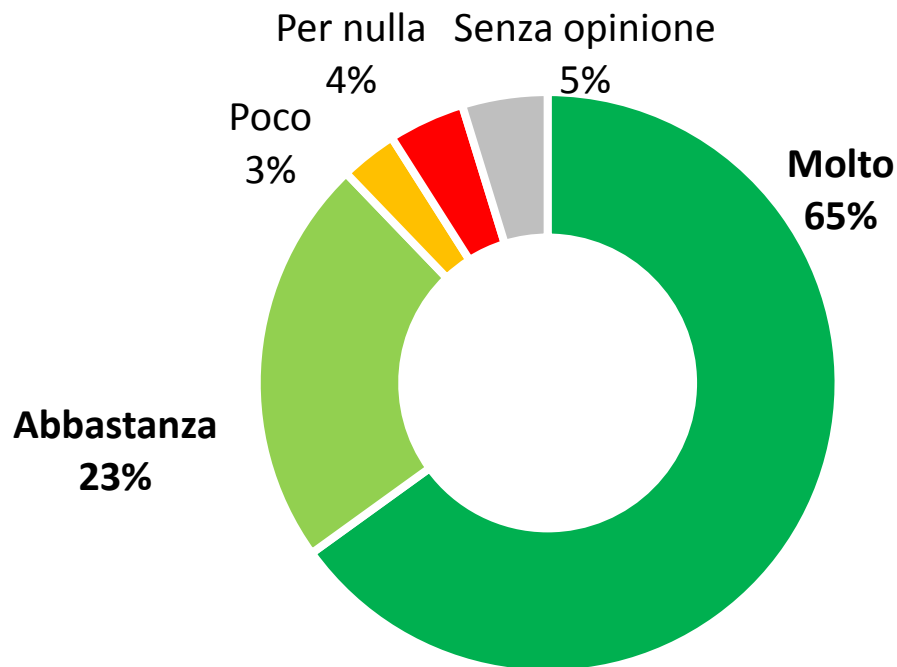


Prima di procedere all'acquisto del servizio o prodotto ha verificato l'attendibilità/affidabilità dell'azienda?

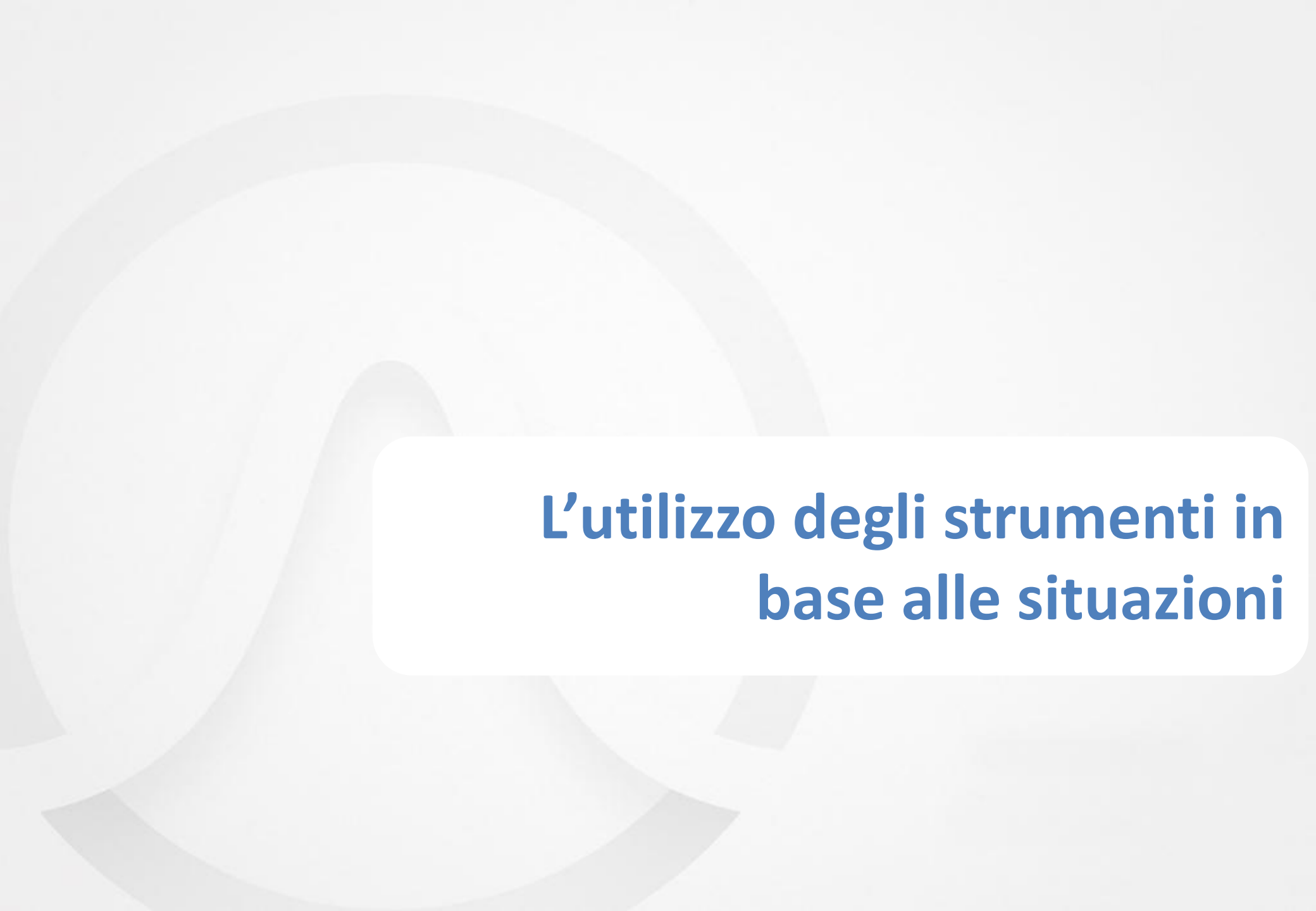


L'affidabilità dell'azienda per un acquisto on line

In generale, in che misura è importante per lei l'attendibilità/affidabilità dell'azienda ai fini di un acquisto on line?



IMPORTANTE
MOLTO + ABBASTANZA
88%



**L'utilizzo degli strumenti in
base alle situazioni**

Quale strumento utilizzare?

Per ciascuna delle seguenti situazioni, quale strumento preferisci utilizzare prevalentemente?

■ Telefono fisso

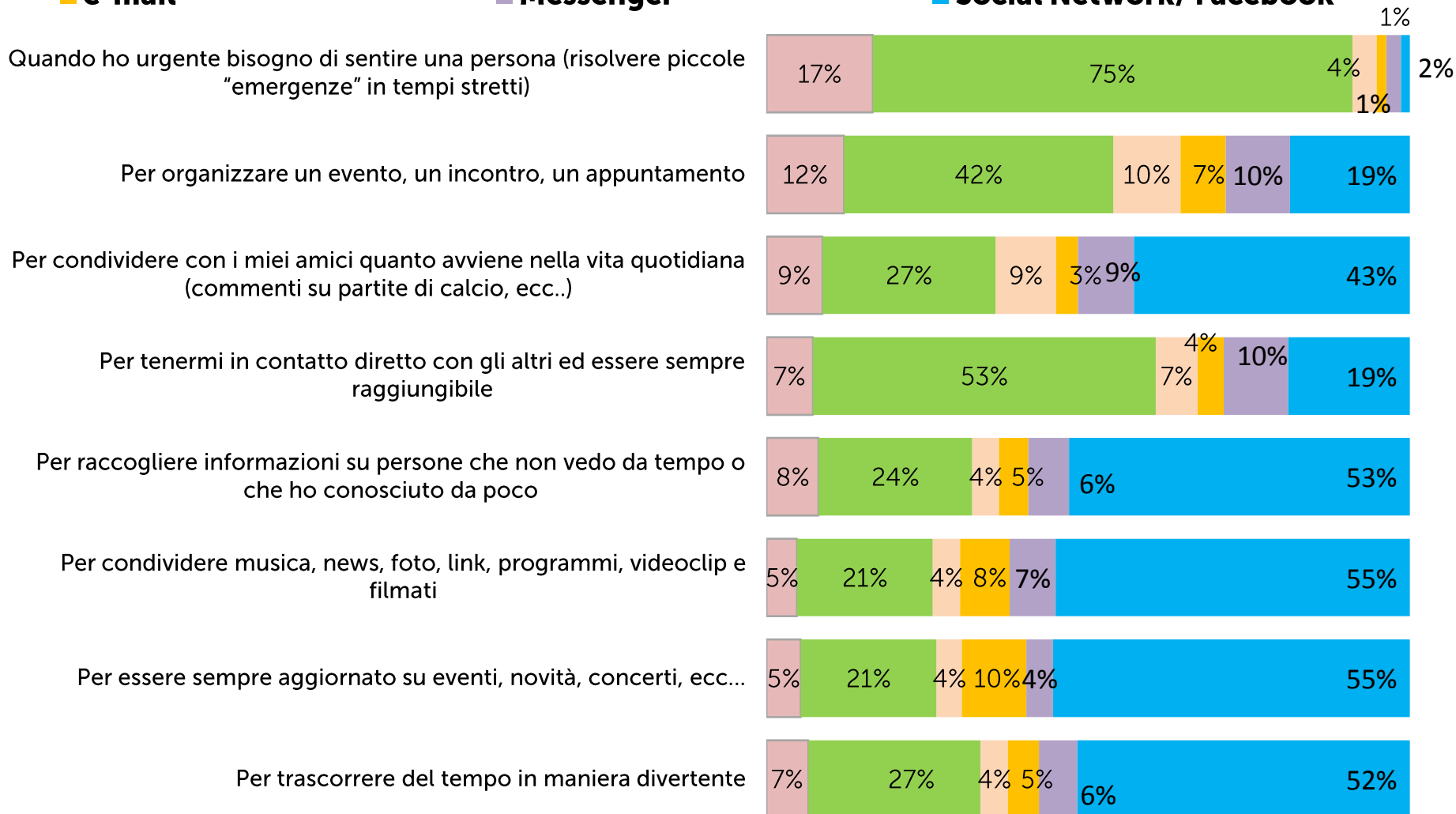
■ Telefono cellulare

■ sms

■ e-mail

■ Messenger

■ Social Network/ Facebook



Base dati: TOTALE CAMPIONE

GRAZIE DELL'ATTENZIONE



UFFICIO DI MILANO

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493



UFFICIO DI ROMA

00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917



ISTITUTO PIEPOLI

www.istitutopiepoli.it | istituto@istitutopiepoli.it | P.IVA: 03779980964 | REA 1701566

