

FAPAV

FEDERAZIONE ANTI-PIRATERIA AUDIOVISIVA

Pirateria: scenario 2011

Presentazione della ricerca Ipsos
sulla pirateria audiovisiva

© 2011 Fapav

Proprietà riservata. E' vietata la riproduzione e la divulgazione non autorizzata

1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

OBIETTIVI

Misurare la diffusione e l'evoluzione del fenomeno e descrivere i comportamenti e gli atteggiamenti di chi, con varie modalità, viene a contatto con materiale piratato. Nel dettaglio:

- *Incidenza e profilo* di chi acquista, scarica, prende a prestito film piratati
- Percezione dell'*andamento* del fenomeno
- *Numero medio* di fruizioni pirata negli ultimi 12 mesi
- *Prezzo* pagato per accedere ad una copia pirata e “*canali* di approvvigionamento”
- *Utilizzo* successivo del prodotto piratato
- *Motivazioni* “razionali” alla pirateria
- Stima del *valore* del mancato ricavo per le imprese
- Il ruolo del 3D
- *Finestra territoriale e finestra temporale*: valutazione dei concetti

METODOLOGIA

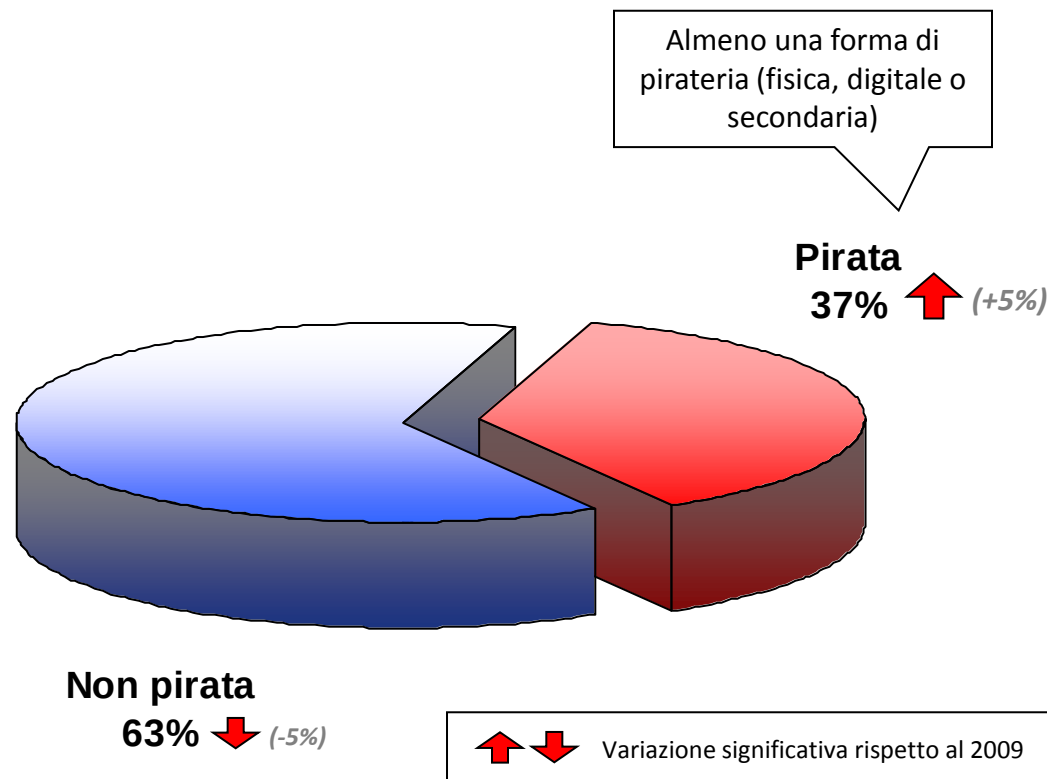
- Interviste domiciliari CAPI ad un campione di 2017 adulti (15 anni e più) rappresentativo nazionale per area, sesso, età e ampiezza del centro di residenza
- Le interviste si sono svolte dal 15 settembre al 5 ottobre 2010

1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

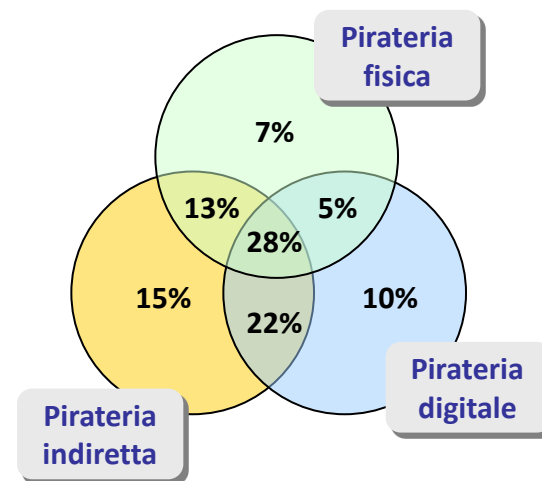


Incidenza pirateria: ultimi dodici mesi

(almeno una copia)



Sovrapposizione tra forme di pirateria



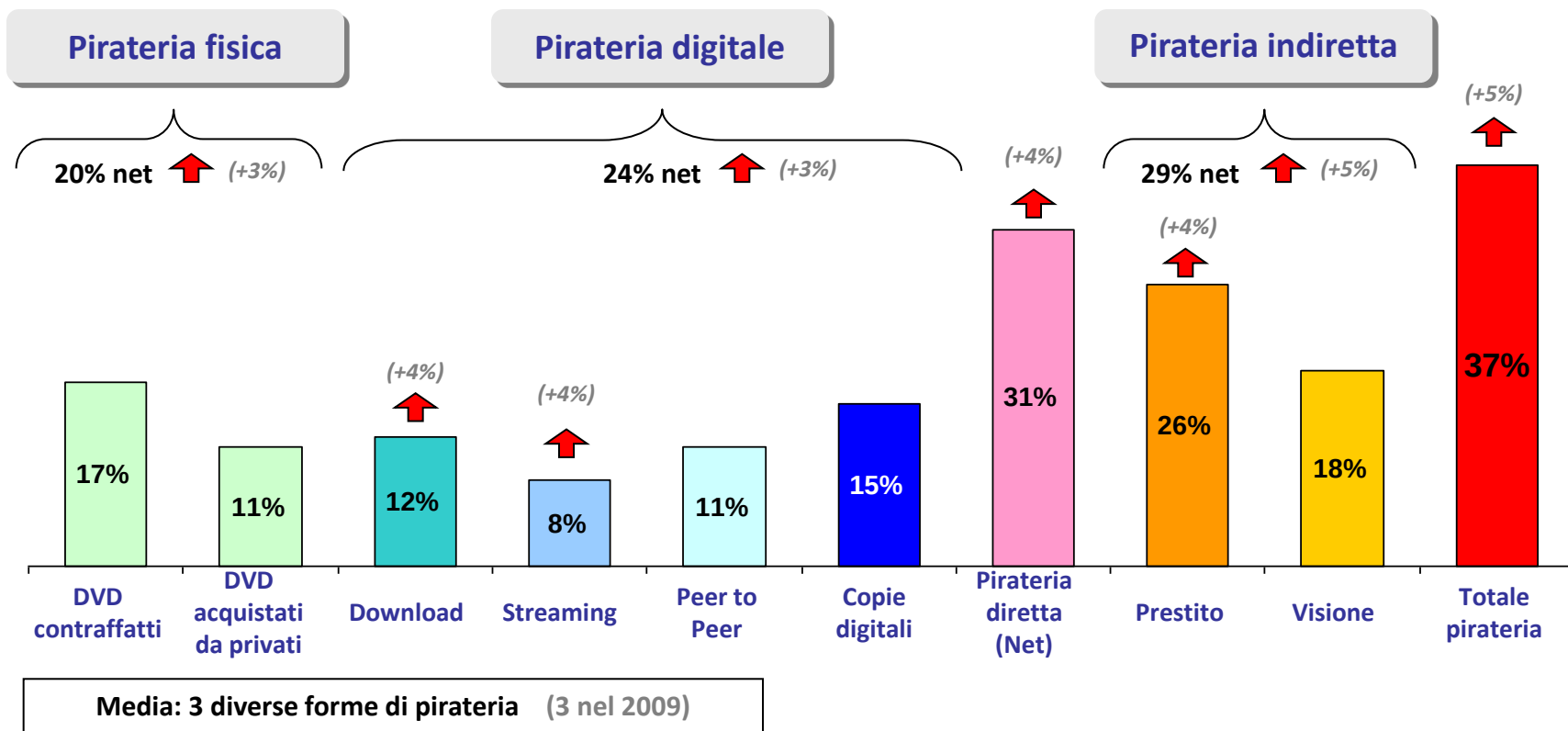
Base: totale pirateria (n=740)

Incidenza pirateria: ultimi dodici mesi

Negli ultimi dodici mesi, quanti DVD non originali ha acquistato? (almeno una copia)

Negli ultimi dodici mesi, quante copie non ufficiali di film ha scaricato /visto in internet, ricevuto in formato digitale? (almeno una copia)

Negli ultimi dodici mesi, quanti DVD non originali ha ricevuto in regalo /prestito o ha visto fil non originali a casa di amici/parenti? (almeno una copia)



Pirateria: stima annuale del numero di atti - Pirateria diretta

	Copie	Incidenza	Pirati in Italia per tipologia	Numero totale di copie pirata
DVD contraffatti	7,2	17%	8.843.000	63.756.000 (17%)
DVD acquistati da privati	5,1	11%	5.514.000	28.232.000 (7%)

Pirateria fisica: 91.988.000 (24%) (24%)

Download	8,1	12%	5.997.000	48.514.000 (13%)
Streaming	4,0	8%	4.193.000	16.813.000 (4%)
Peer to Peer	10,4	11%	5.464.000	56.653.000 (15%)
Copie digitali	5,3	15%	7.928.000	41.860.000 (11%)

Pirateria digitale: 163.840.000 (43%) (42%)

Totale atti da pirateria diretta: 255.828.000

Pirateria: stima annuale del numero di atti - Totale pirateria audiovisiva

	Copie	Incidenza	Pirati in Italia per tipologia	Numero totale di copie pirata
DVD contraffatti	7,2	17%	8.843.000	63.756.000 (17%)
DVD acquistati da privati	5,1	11%	5.514.000	28.232.000 (7%)

Pirateria fisica: 91.988.000 (24%) (24%)

Download	8,1	12%	5.997.000	48.514.000 (13%)
Streaming	4,0	8%	4.193.000	16.813.000 (4%)
Peer to Peer	10,4	11%	5.464.000	56.653.000 (15%)
Copie digitali	5,3	15%	7.928.000	41.860.000 (11%)

Pirateria digitale: 163.840.000 (43%) (42%)

Prestito	4,75	26%	13.163.000	62.522.000 (16%)
Visione	7,3	18%	9.021.000	65.851.000 (17%)

Pirateria indiretta: 128.373.000 (33%) (34%)

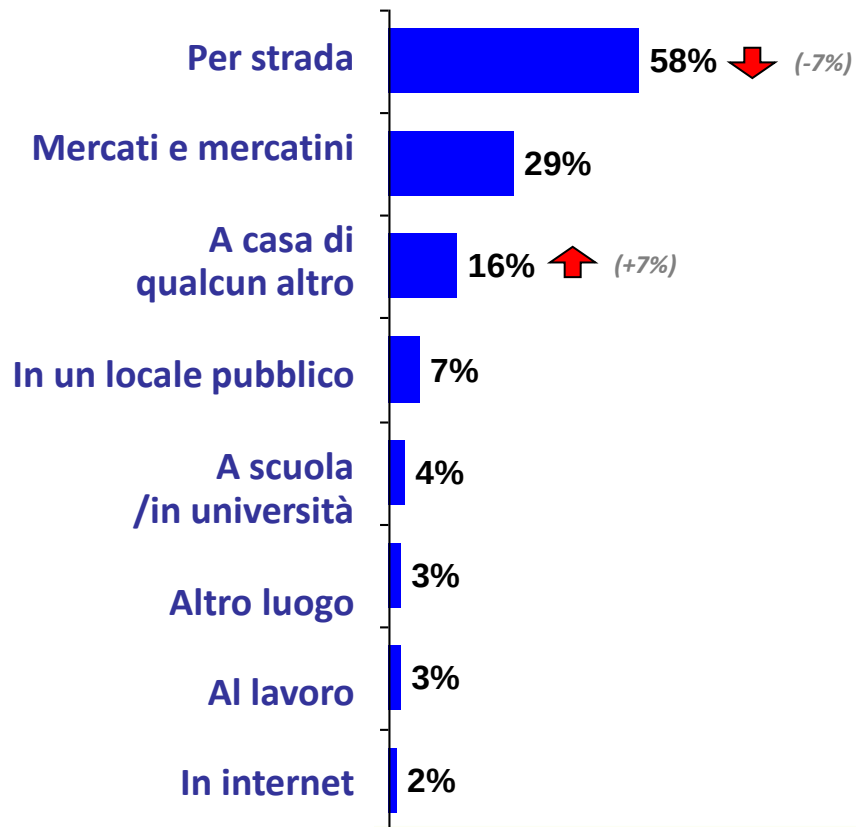
Totale atti pirata: 384.201.000

 **(+29.401.000)**

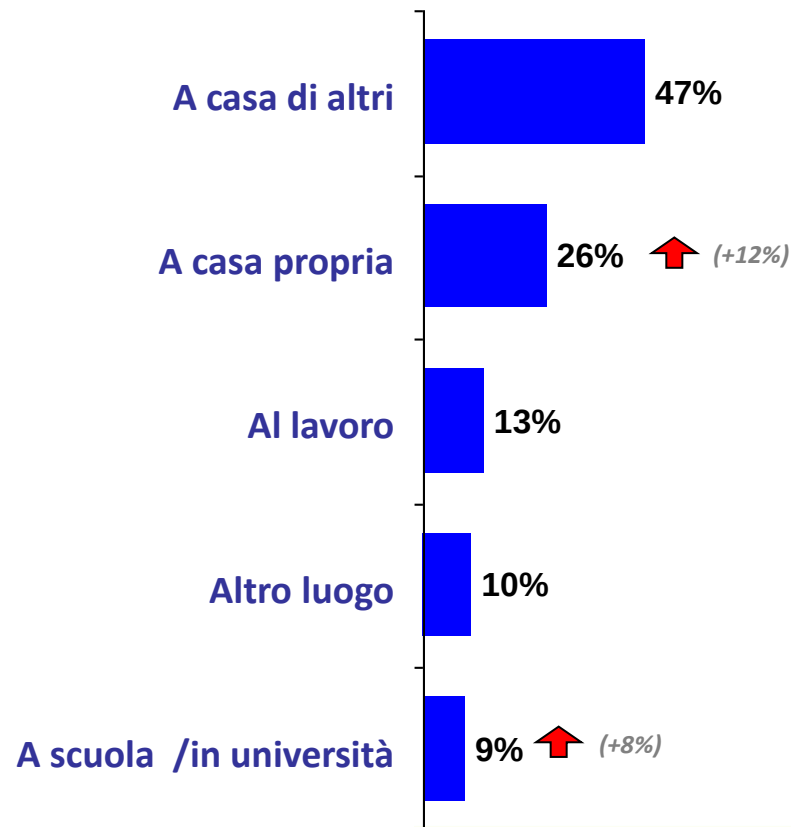
1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

Pirateria fisica: le fonti

DVD contraffatti



DVD acquistati da privati



Pirateria fisica

Media*:

Media 2009:

2,93

2,98

Pirateria digitale

3,19

3,34

3,22

3,46

3,27

3,45

3,30

3,23

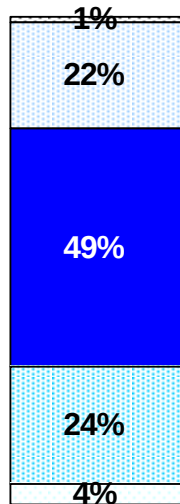
(5) Estremamente soddisfacente

(4) Molto soddisfacente

(3) Abbastanza soddisfacente

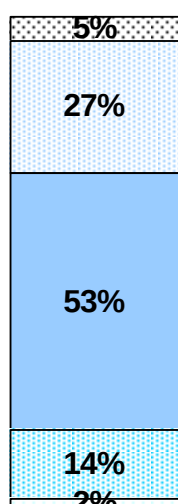
(2) Poco soddisfacente

(1) Per niente soddisfacente

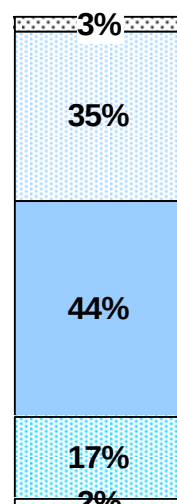


DVD

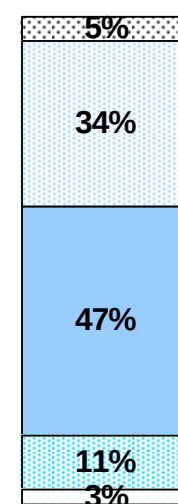
contraffatti



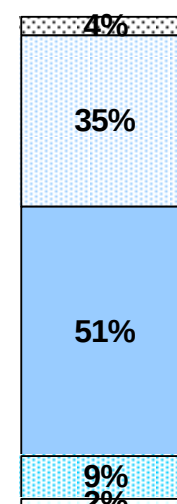
Download



Streaming



Peer to
Peer



Copie
digitali

* Media ponderata: 1 = per niente soddisfacente ... 5 = Estremamente soddisfacente

Base: DVD contraffatti (n=348) - Download (n=236) - Streaming (n=165) - Peer to Peer (n=215)
- Copie digitali (n=312)

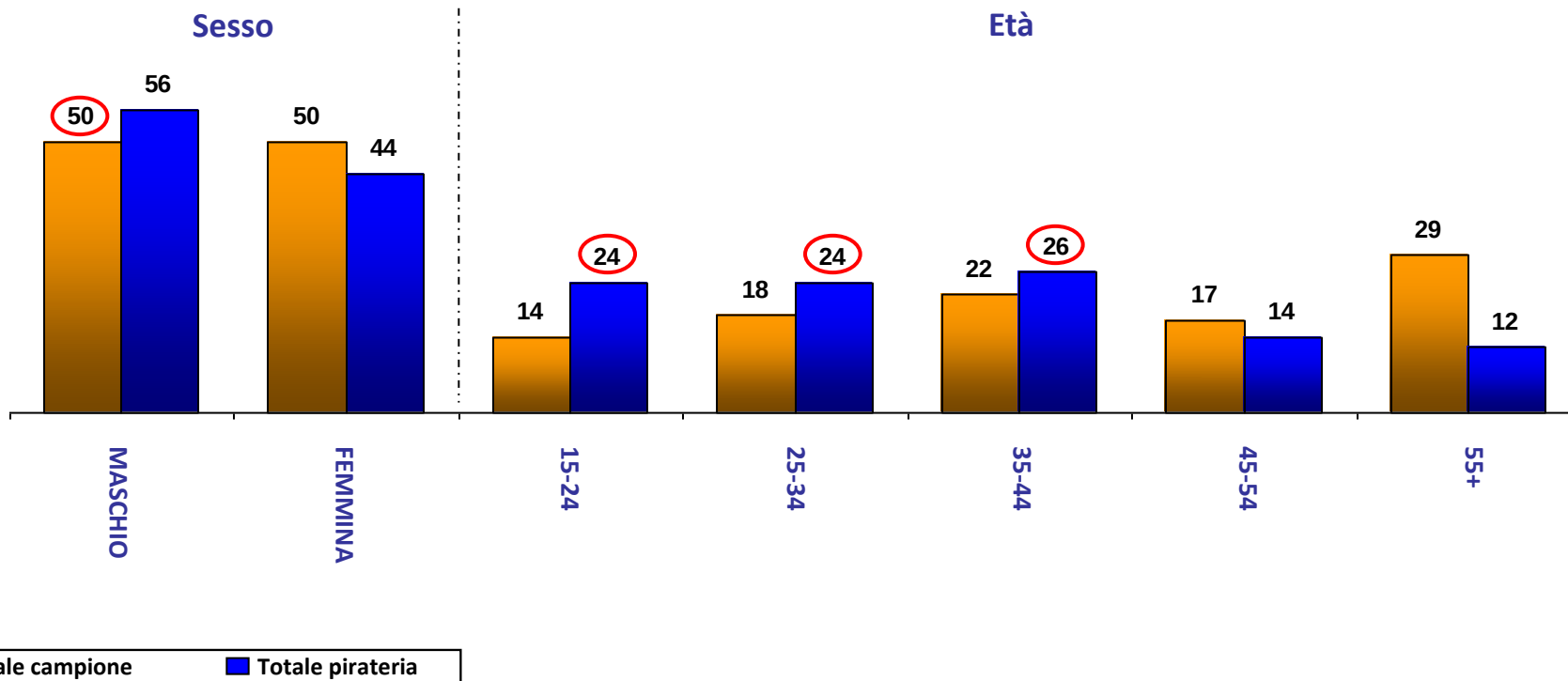
Copie piratate: utilizzo successivo alla visione



1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. **Profilo dei pirati**
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

Totale pirateria: profilo demografico

Valori %

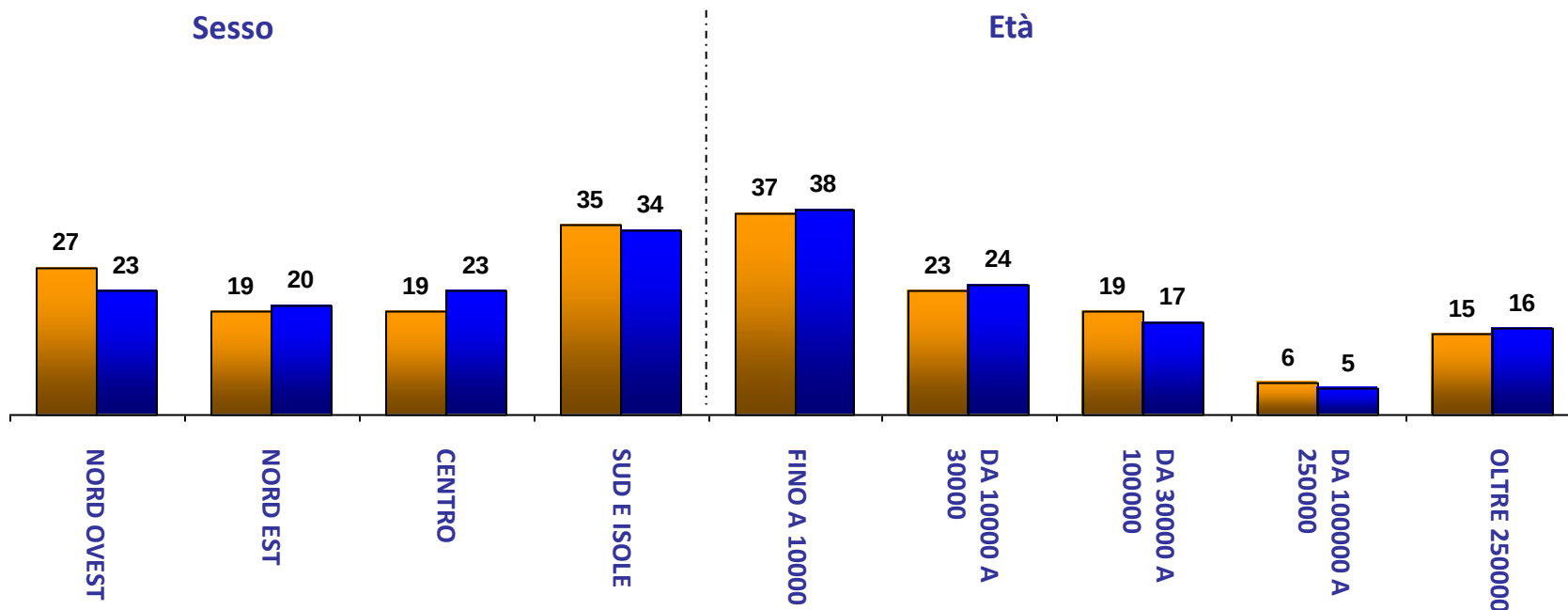


Totale pirateria: profilo demografico

Valori %

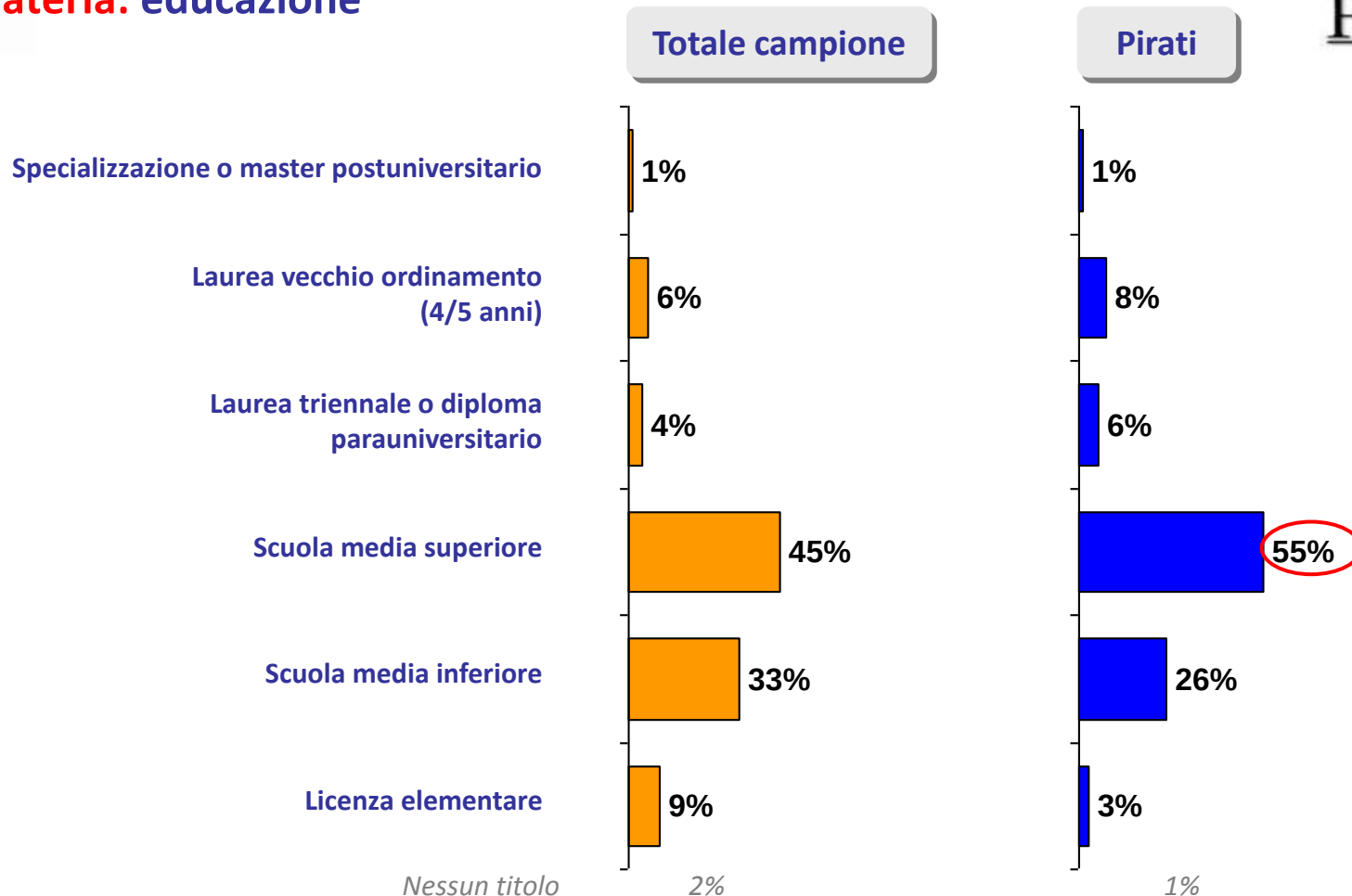
Sesso

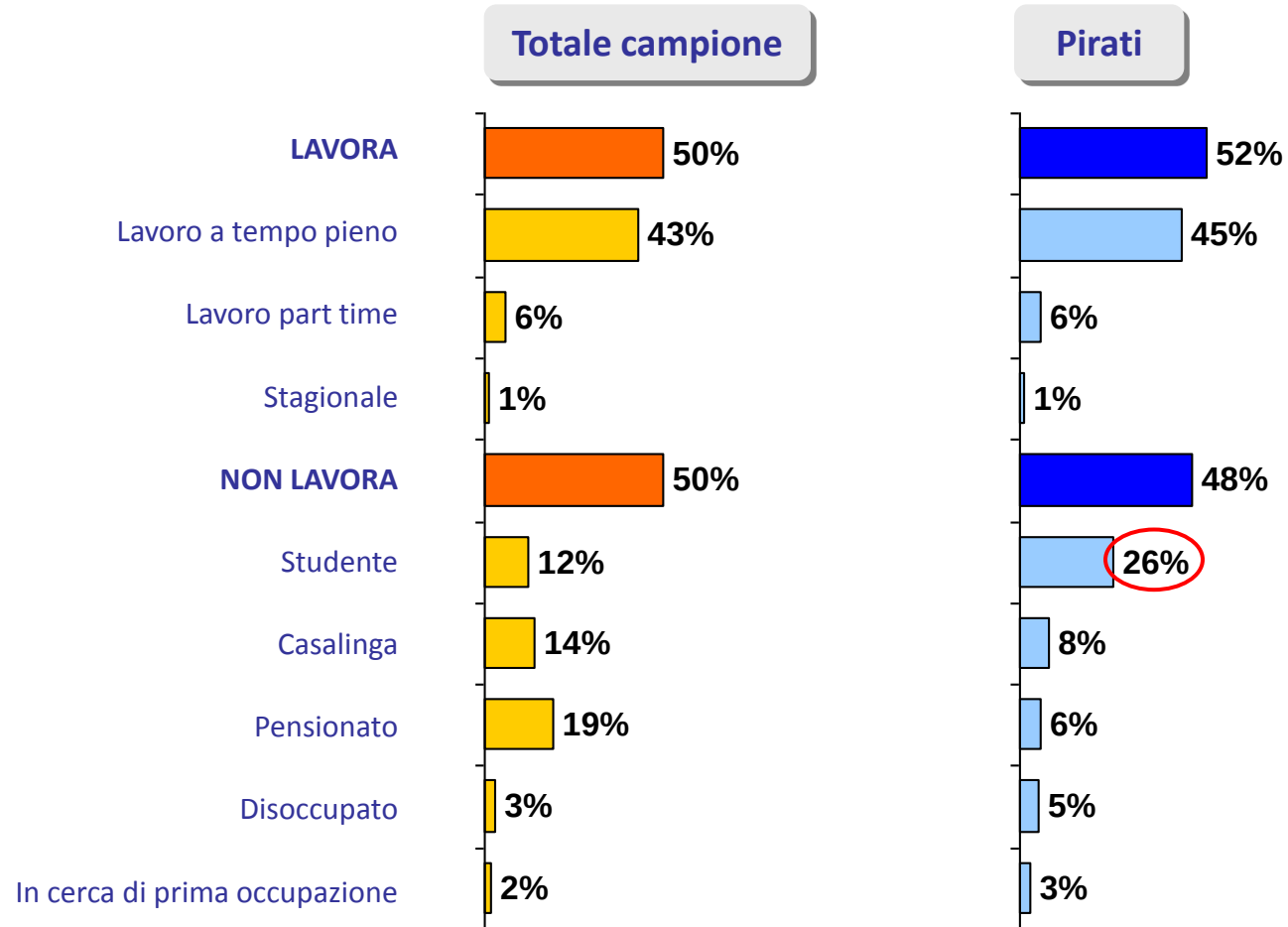
Età



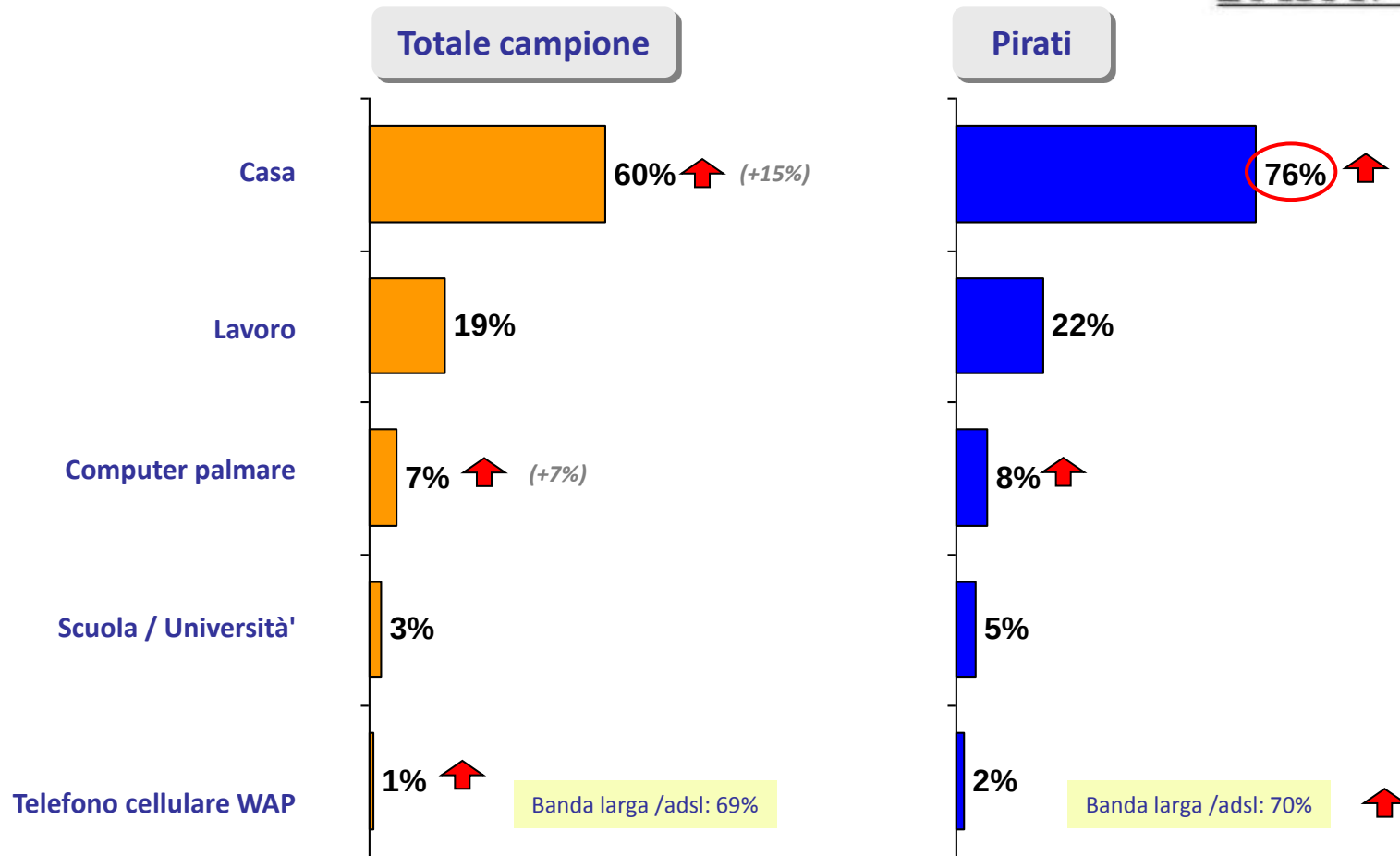
Totale campione

Totale pirateria

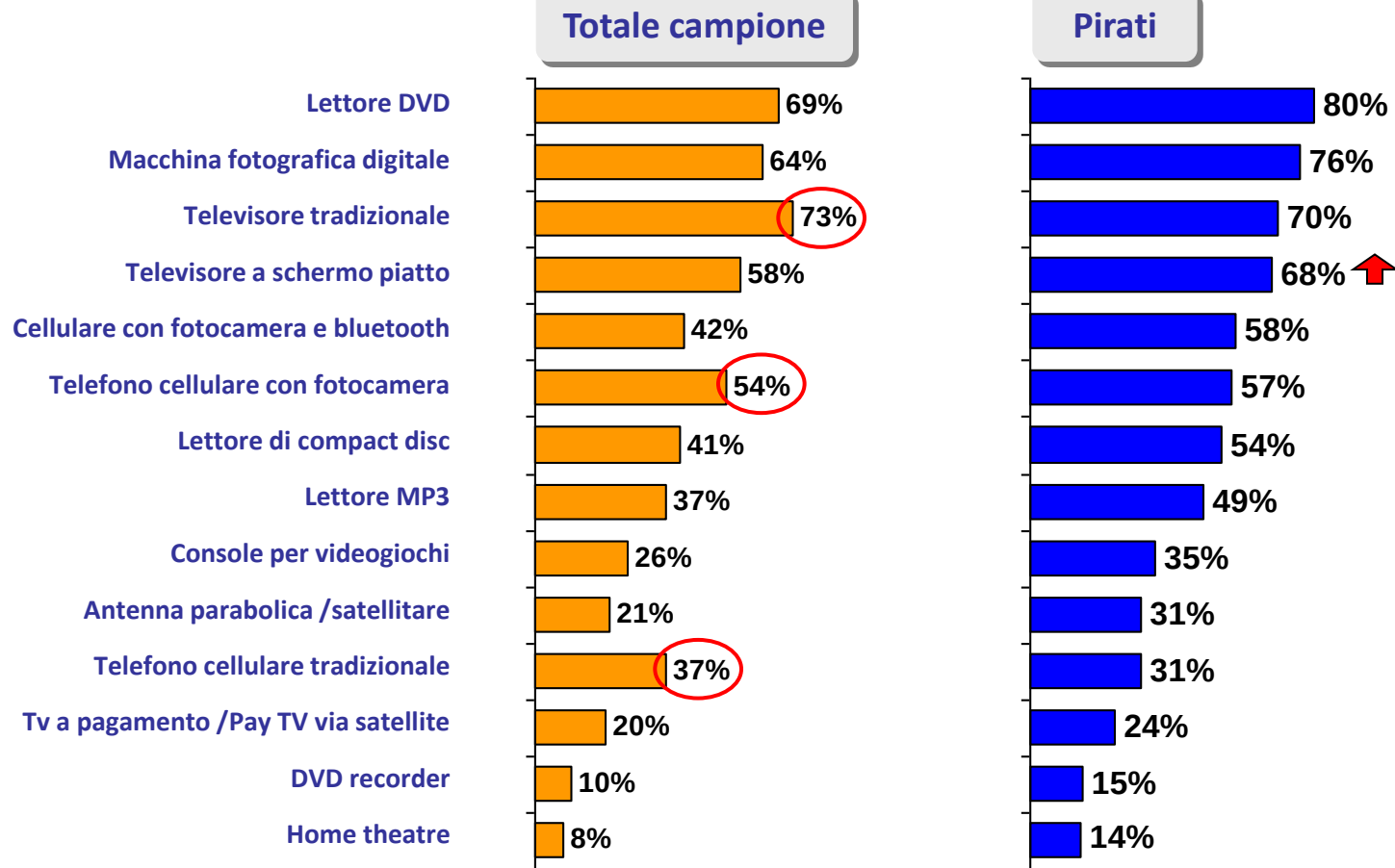




Pirateria: accesso ad internet

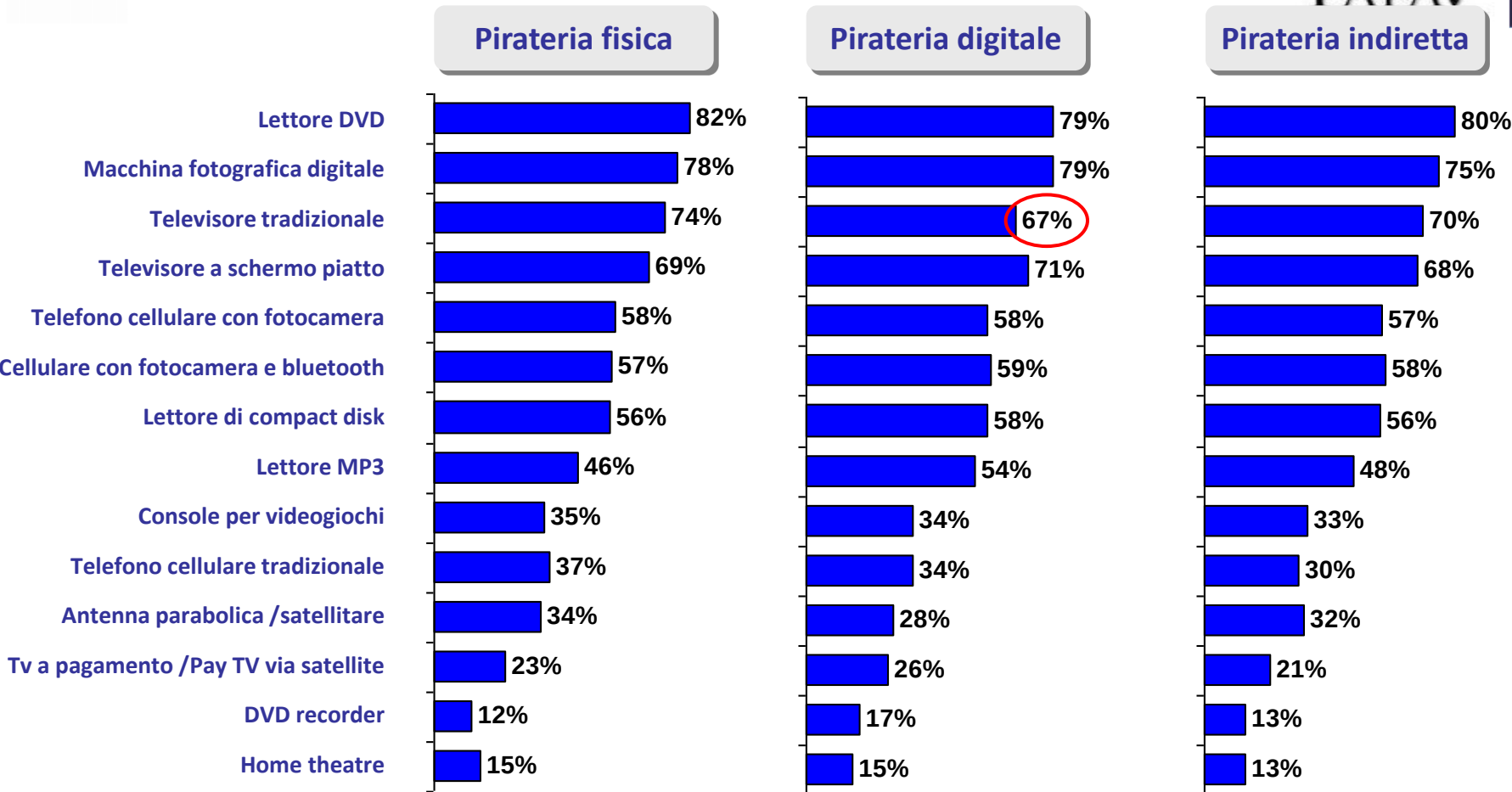


Pirateria: dotazione tecnologica



Pirateria: dotazione tecnologica

FAPAV



1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

Pirateria: stima del fatturato della pirateria fisica in Italia

	Numero totale di copie	Prezzo medio	Stima fatturato illegale
DVD contraffatti	63.756.000	4,43 €	282.440.000 €
DVD acquistati da privati	28.232.000	3,28 €	92.600.000 €

Totale:

91.988.000

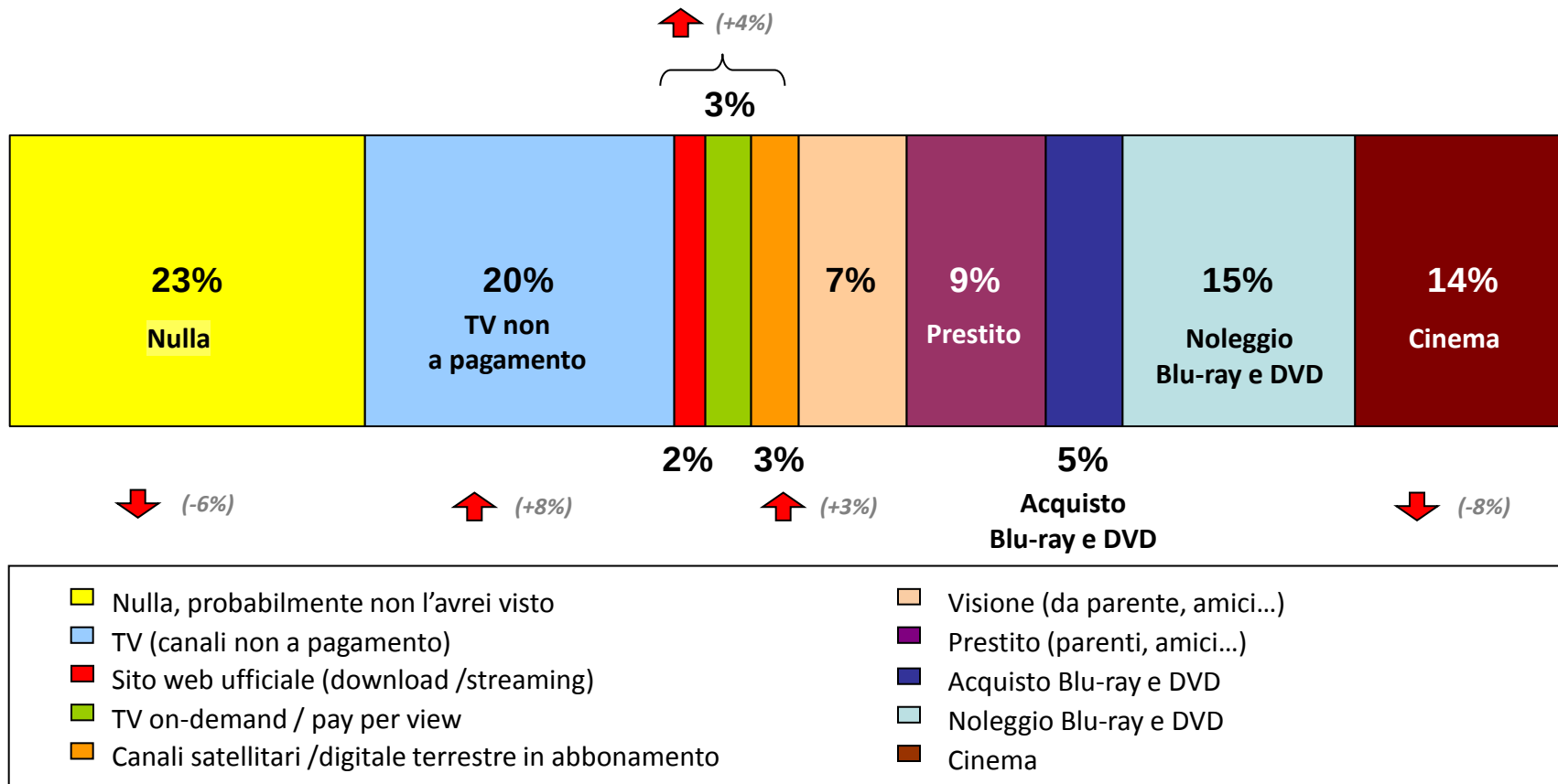
(+6.238.000)

Totale:

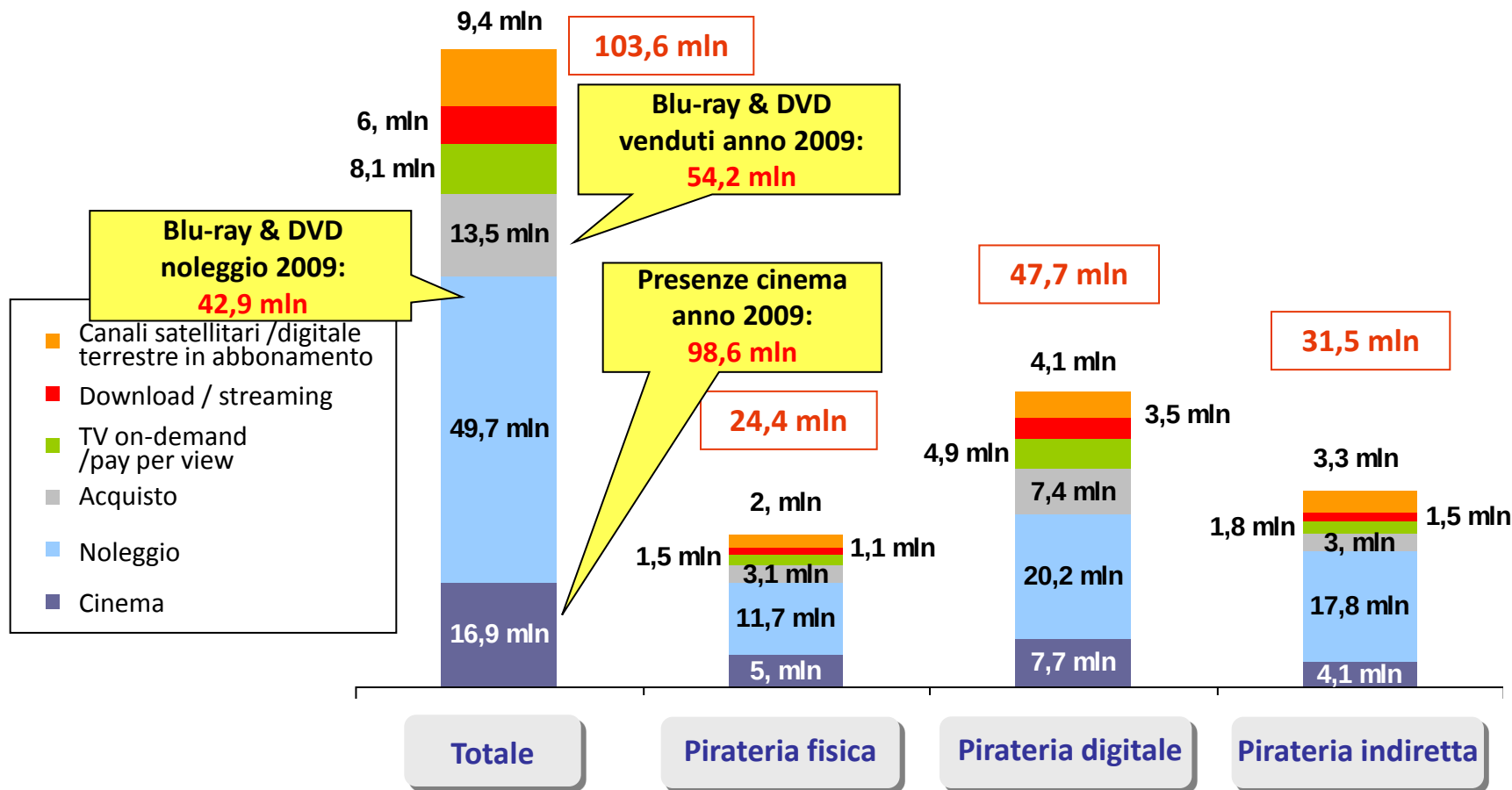
375.040.000 €

(+42.426.000 €)

Impatto della pirateria: cosa avrebbe fatto se non fosse stato possibile ottenere una copia non ufficiale?



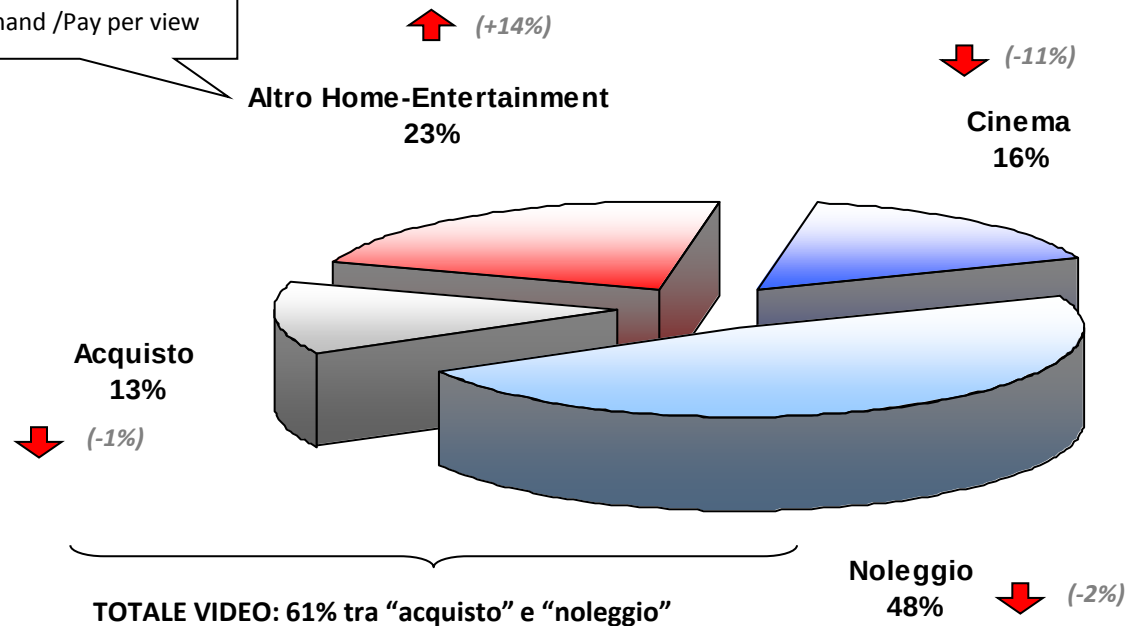
Pirateria film: stima delle fruizioni perse - Totale



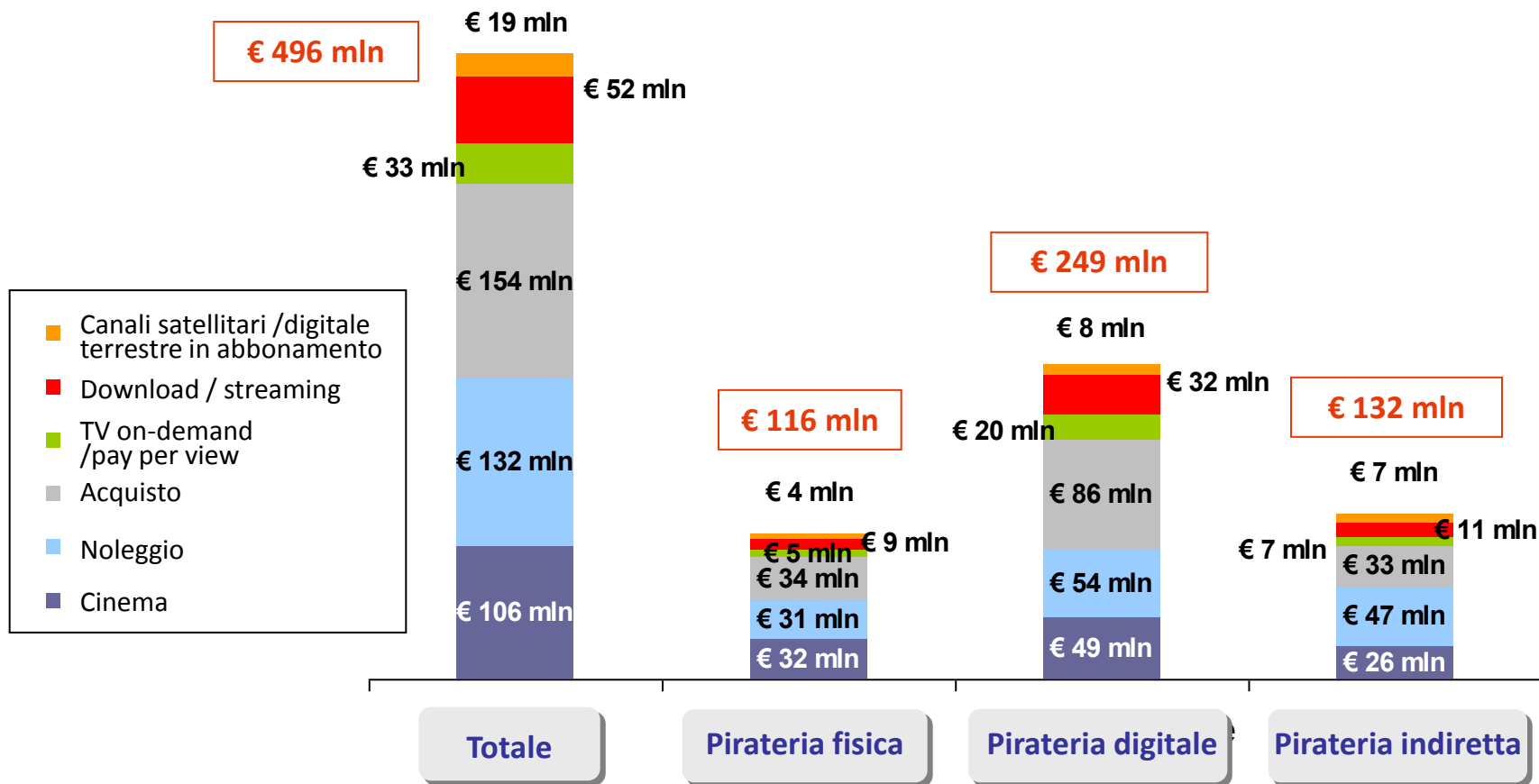
Canali satellitari /digitale
terrestre in abbonamento

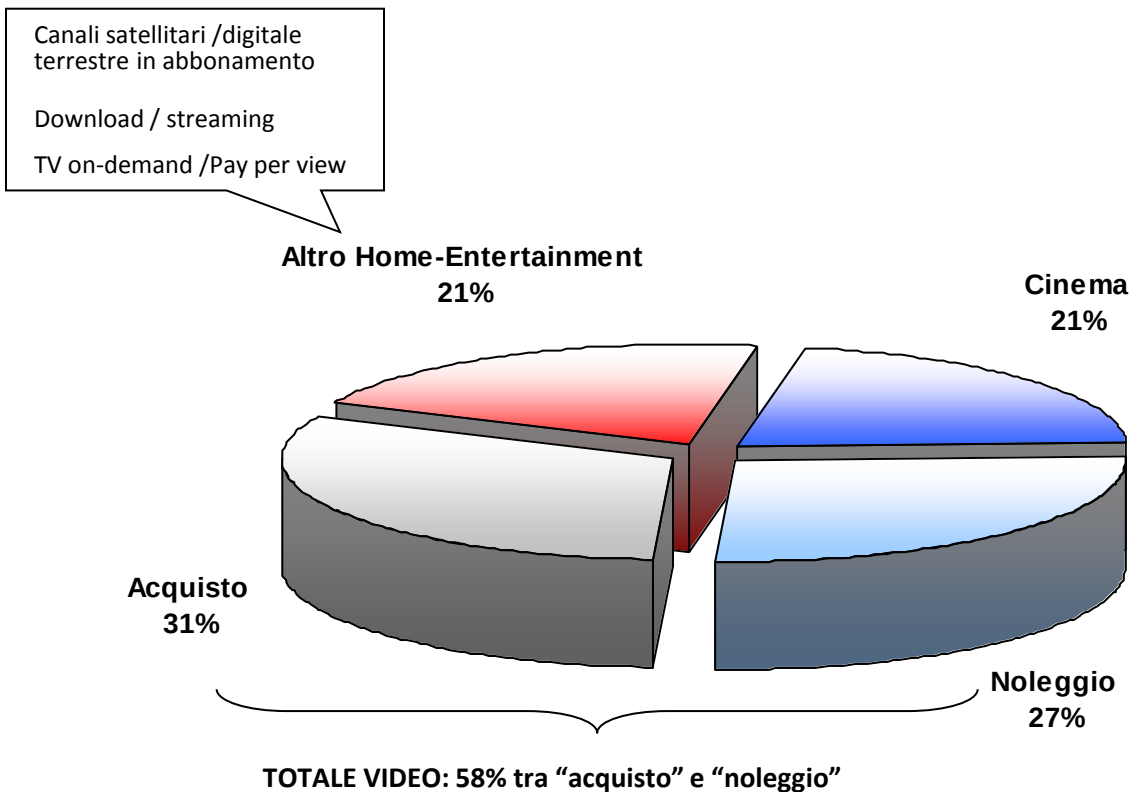
Download / streaming

TV on-demand /Pay per view



Pirateria film: stima dell'impatto finanziario - Totale





1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

Motivazioni sollecitate: top 15 - media

Media ponderata (1-5)



- 1 = Per niente importante
- 2 = Poco importante
- 3 = Abbastanza importante
- 4 = Molto importante
- 5 = Estremamente importante

Voglio risparmiare rispetto all'acquisto di un Blu-ray DVD

3,59

Voglio vedere un film come e quando voglio

3,54

E' un modo più pratico, semplice per vedere un film

3,51

E' un modo più rapido, veloce di procurarsi un film

3,46



Voglio risparmiare rispetto all'andare al cinema

3,44

Voglio risparmiare rispetto al noleggio di un Blu-ray DVD

3,41

Ottingo film che altrimenti non avrei visto (per i quali non avrei speso soldi o tempo)

3,41

Voglio procurarmi un film comodamente, senza muovermi da casa

3,41

Voglio vedere i film che ho perso al cinema e che non sono ancora disponibili altrimenti

3,32



Voglio procurarmi un film non più trasmesso o difficilmente reperibile in negozio

3,31

Voglio materiale di buona qualità audio e video

3,29

E' una possibilità in più, non ci sono motivi validi per non farlo

3,27

Non faccio niente di male se ottengo una copia non ufficiale

3,27

E' una forma di condivisione, non si sottrae niente a nessuno

3,24

Posso facilmente scambiare o condividere il film con altre persone

3,19

Posso trovare tutte le prime visioni

3,18

Motivazioni sollecitate: analisi di segmentazione

Il risparmio, in tutte le sue declinazioni (cinema, noleggio, acquisto) è la motivazione trainante del segmento. La quasi gratuità della pirateria spinge fino alla visione di film di interesse secondario, che altrimenti non si sarebbero visti (a pagamento).

Risparmio

22%

Procurarsi materiale pirata è sostanzialmente comodo e pratico: posso vedere un film come e quando voglio, velocemente senza nemmeno muovermi da casa (per andare al cinema o al videonoleggio).

Pratico e comodo

22%

Novità e scelta

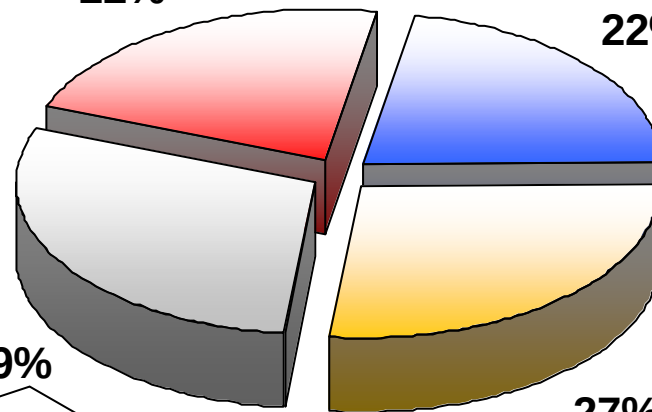
29%

Gli appartenenti a questo gruppo sono alla ricerca dell'anteprima, della novità, della prima visione. Il desiderio di un'ampia possibilità di scelta si sposa con motivazioni etero-riferite: voglio essere un passo avanti agli altri, ottengo materiale non ancora disponibile in Italia.

27%

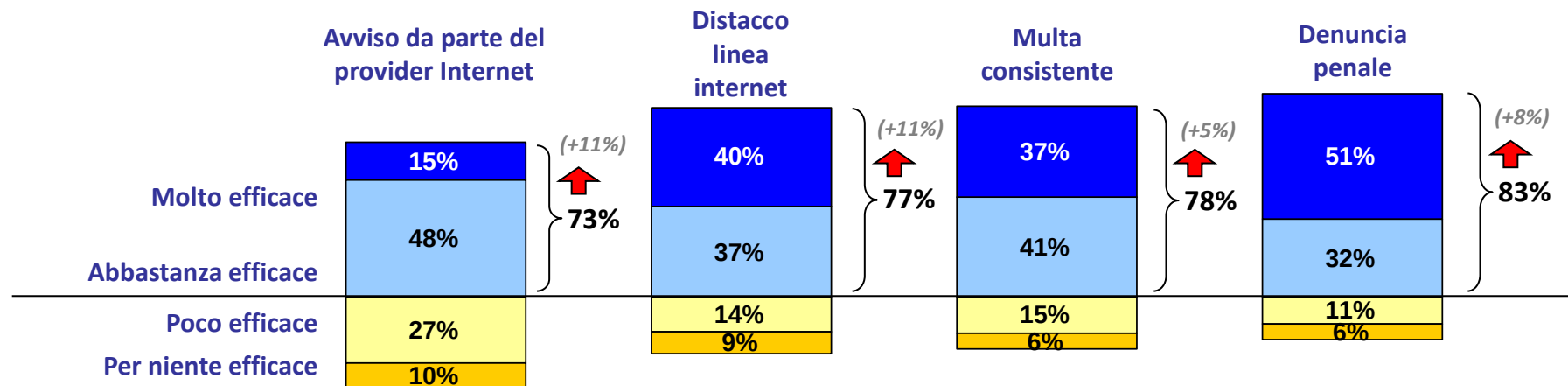
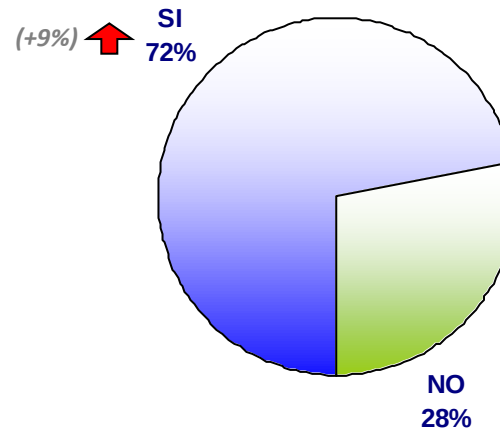
Perché no?

Perché no? Le copie pirata sono una possibilità in più, non c'è punizione (chi scarica non viene punito; non è facile individuare chi si procura una copia pirata) e non si danneggia l'industria cinematografica.



Pirateria: efficacia percepita della deterrenza

Lei era a conoscenza del fatto che la legislazione italiana considera la pirateria (acquisto, download, visione da sito internet, prestito, ricezione e distribuzione di copie non ufficiali di film) un reato penale?



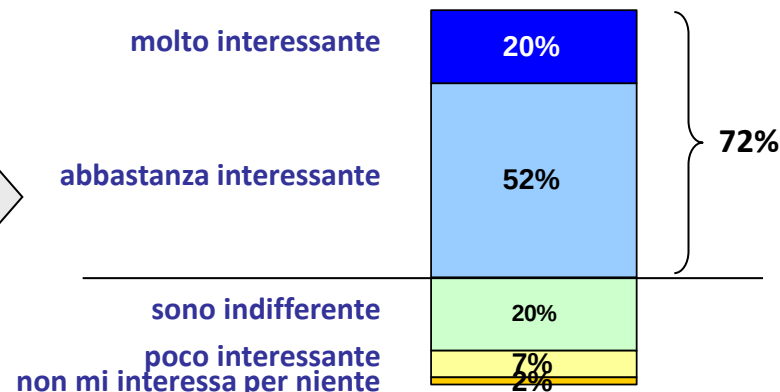
1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

Nuovi concetti: Finestra **temporale**

Quanto trova interessante questa possibilità che abbiamo appena descritto?

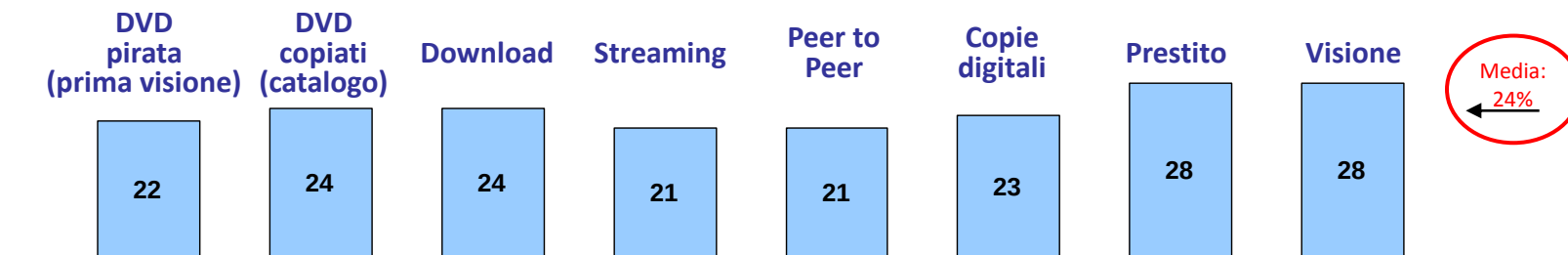
Non tutti sono a conoscenza del fatto che, se un film nuovo viene proiettato al cinema, solo in un secondo momento è reso disponibile per la visione a casa: un film nuovo può essere visto inizialmente al cinema e dopo alcuni mesi può essere acquistato, noleggiato o visto su canali a pagamento.

Se ci fosse la possibilità di vedere un nuovo film contemporaneamente su tutti i mezzi che abbiamo citato, sarebbe possibile scegliere se vedere un film nuovo al cinema oppure a casa, acquistando o noleggiando un DVD oppure vedendolo su un canale a pagamento.



- (pre esposizione al concetto) Lei pensa che in futuro si procurerà una copia non originale ...
- (post esposizione al concetto) Se ci fosse la possibilità di vedere un nuovo film contemporaneamente su tutti i mezzi, pensa che in futuro si procurerà una copia non originale

Aumento % delle risposte "meno spesso" rispetto alla fase pre-esposizione al concetto



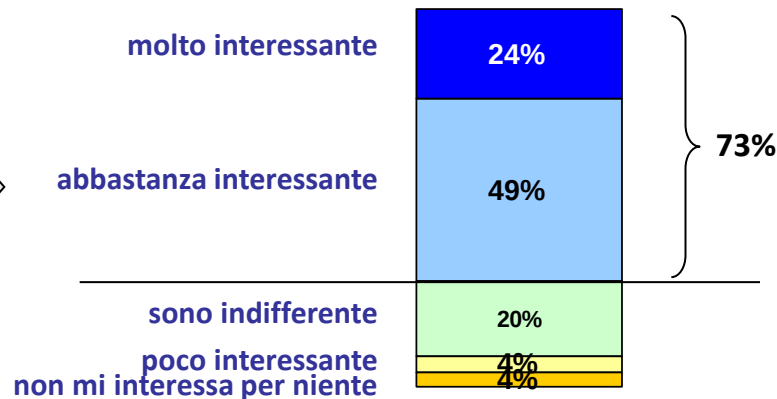
Nuovi concetti: Finestra **territoriale**

Non tutti sono a conoscenza anche del fatto che spesso film, dvd e serie tv vengono proiettati, trasmessi o posti in vendita in momenti diversi nei vari paesi del mondo.

A volte possono passare anche mesi o addirittura anni prima che un film o una serie tv venga proiettata, trasmessa o messa in vendita in Italia dopo la sua prima proiezione, trasmissione o vendita avvenuta all'estero.

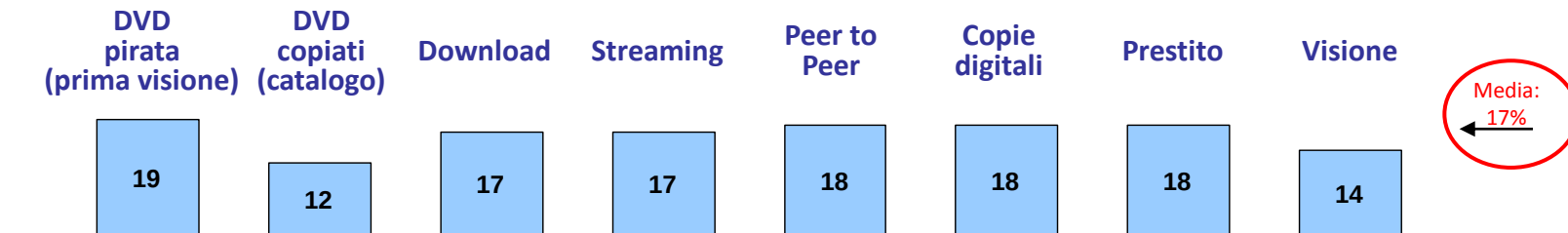
Se film, dvd e serie tv venissero proiettati, trasmessi o posti in vendita contemporaneamente in tutto il mondo, non sarebbe più necessario aspettare mesi o addirittura anni per vedere un nuovo film, dvd o una serie tv.

Quanto trova interessante questa possibilità che abbiamo appena descritto?

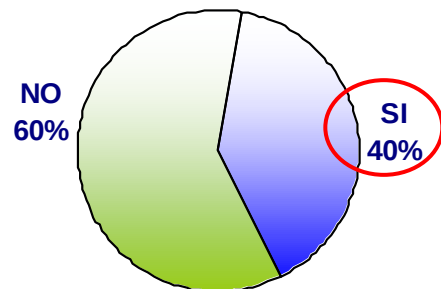


- (pre esposizione al concetto) Lei pensa che in futuro si procurerà una copia non originale ...
- (post esposizione al concetto) Se ci fosse la possibilità di vedere un nuovo film contemporaneamente in tutto il mondo, pensa che in futuro si procurerà una copia non originale ...

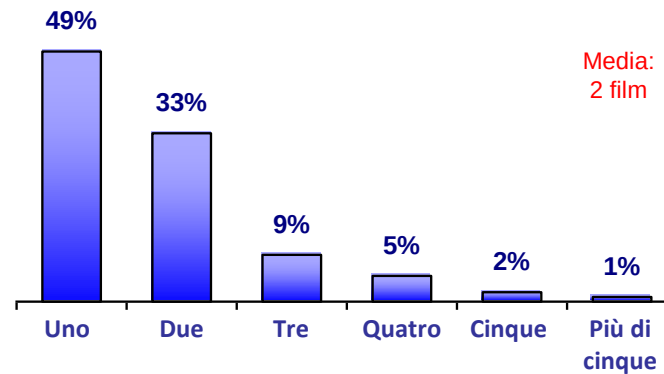
Aumento % delle risposte "meno spesso" rispetto alla fase pre-esposizione al concetto



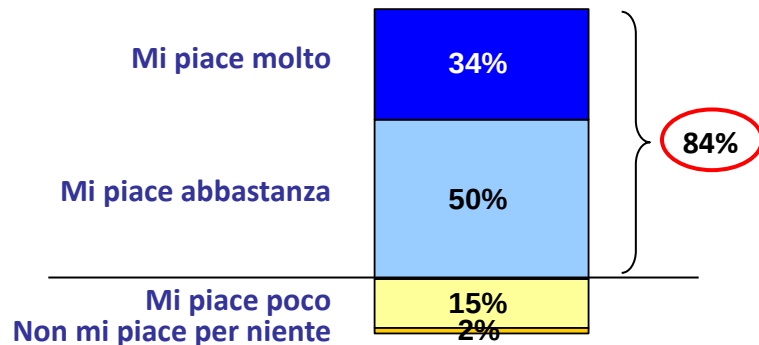
Le è capitato di vedere un film
in 3D al cinema?



Quanti film in 3D
ha visto negli ultimi 12 mesi?



Quanto le piace vedere film in 3D al cinema?



Rispetto ad un film tradizionale visto al cinema, ritiene che un film in 3D sia:

Decisamente migliore

26%

Migliore

48%

La stessa cosa

15%

Peggior

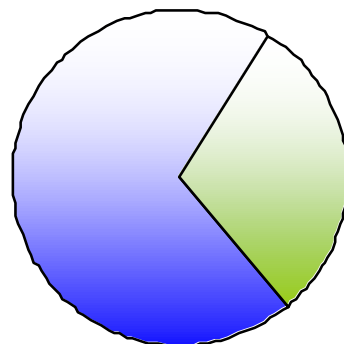
11%

74%

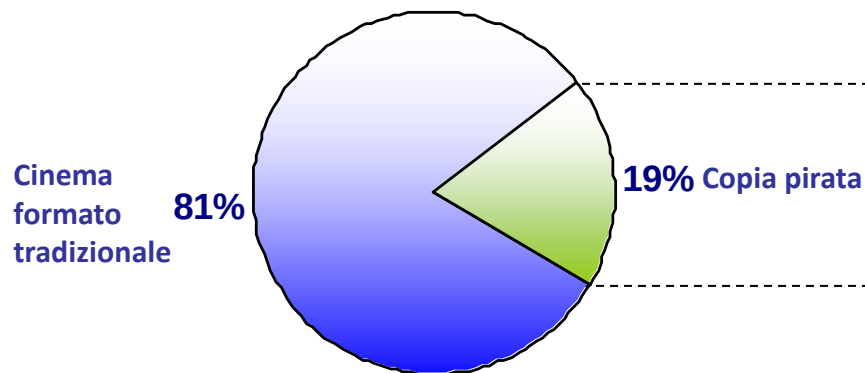
Pensa che in futuro andrà a vedere (altri) film in 3D?

SI
70%

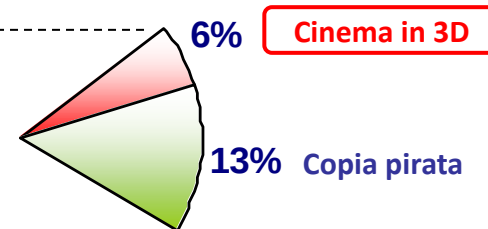
NO
30%



Nel caso in cui un film che le interessa fosse appena uscito nelle sale, quale tra le seguenti cose farebbe con maggiore probabilità?



Nel caso in cui questo film che le interessa venisse proiettato al cinema anche in formato 3D, quale tra le seguenti cose farebbe con maggiore probabilità?



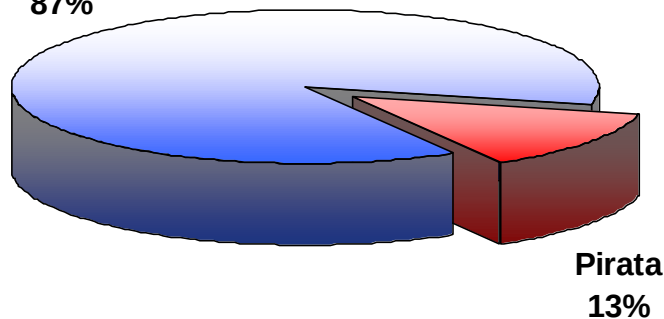
1. Obiettivi e Metodologia
2. Descrizione generale del fenomeno: incidenza per tipologia, tendenze, valori medi
3. Fonti di approvvigionamento e utilizzo successivo
4. Profilo dei pirati
5. Impatto economico
6. Motivazioni, percezione del reato
7. Finestra temporale, finestra territoriale e 3D
8. Serie TV e programmi televisivi

Incidenza pirateria: ultimi dodici mesi

Serie TV e programmi televisivi (tra cui gli eventi sportivi)

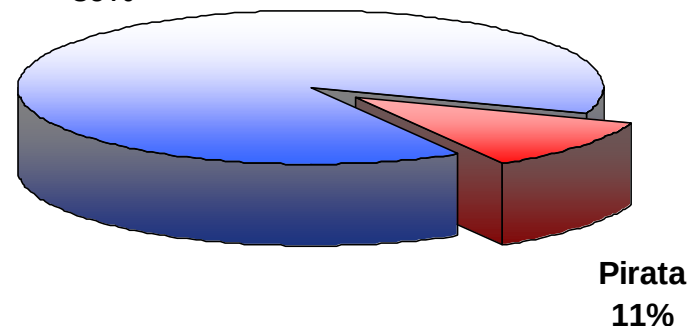
Serie TV

Non pirata
87%



Programmi televisivi
(tra cui gli eventi sportivi)

Non pirata
89%



FAPAV

FEDERAZIONE ANTI-PIRATERIA AUDIOVISIVA

Pirateria: scenario 2011

Presentazione della ricerca Ipsos
sulla pirateria audiovisiva

Casa del Cinema - Roma
19 gennaio 2011