

Roma, 17 Novembre 2010

Nuovi scenari dai dati 2010 dell'Osservatorio Contenuti Digitali

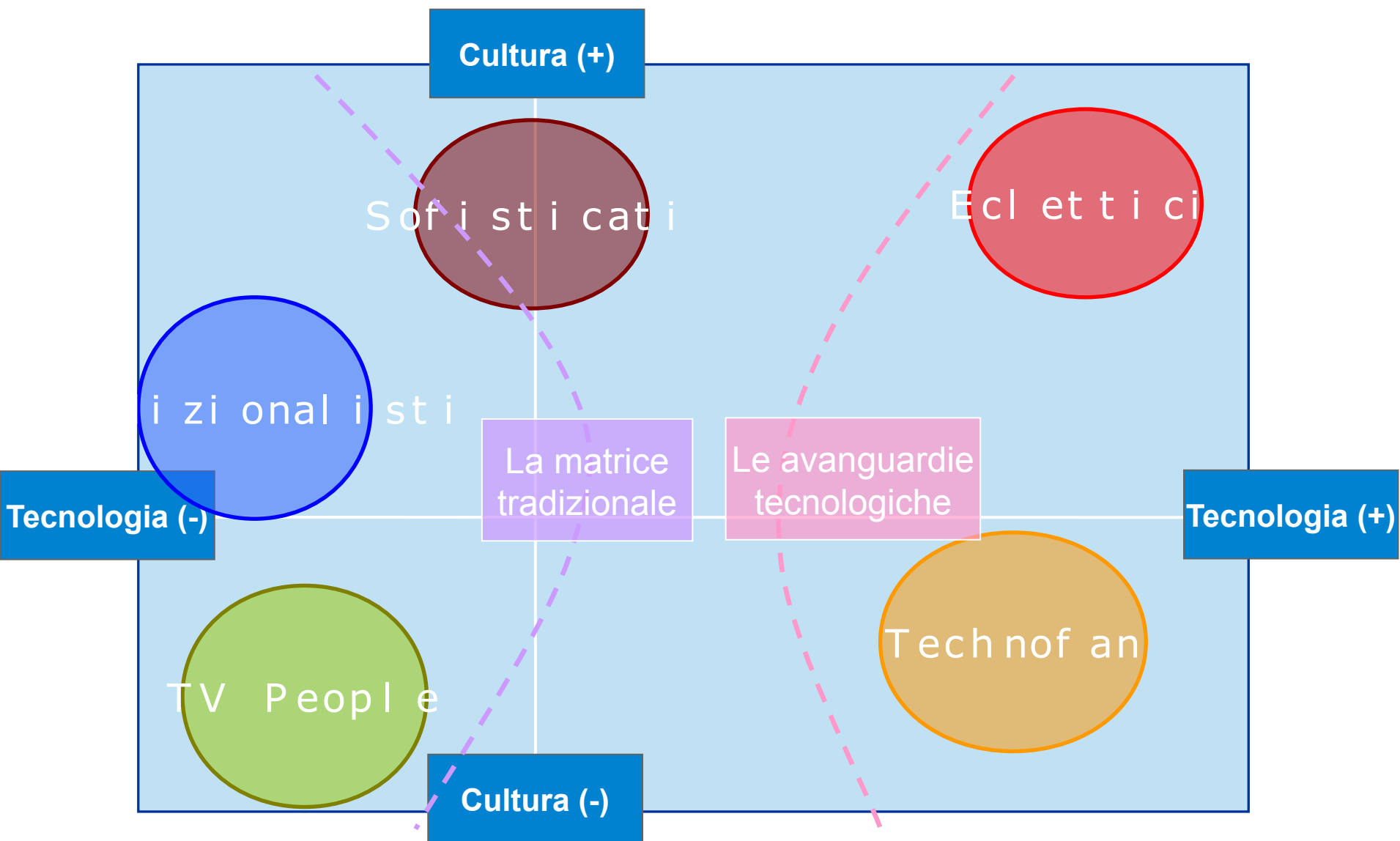
Claudia Baroni: Targeting&Segmentation Manager Nielsen Italia

nielsen
.....

- I flussi della segmentazione della società italiana sugli assi cultura e tecnologia
- Potenziale interesse verso una piattaforma multi-contenuto di alta qualità

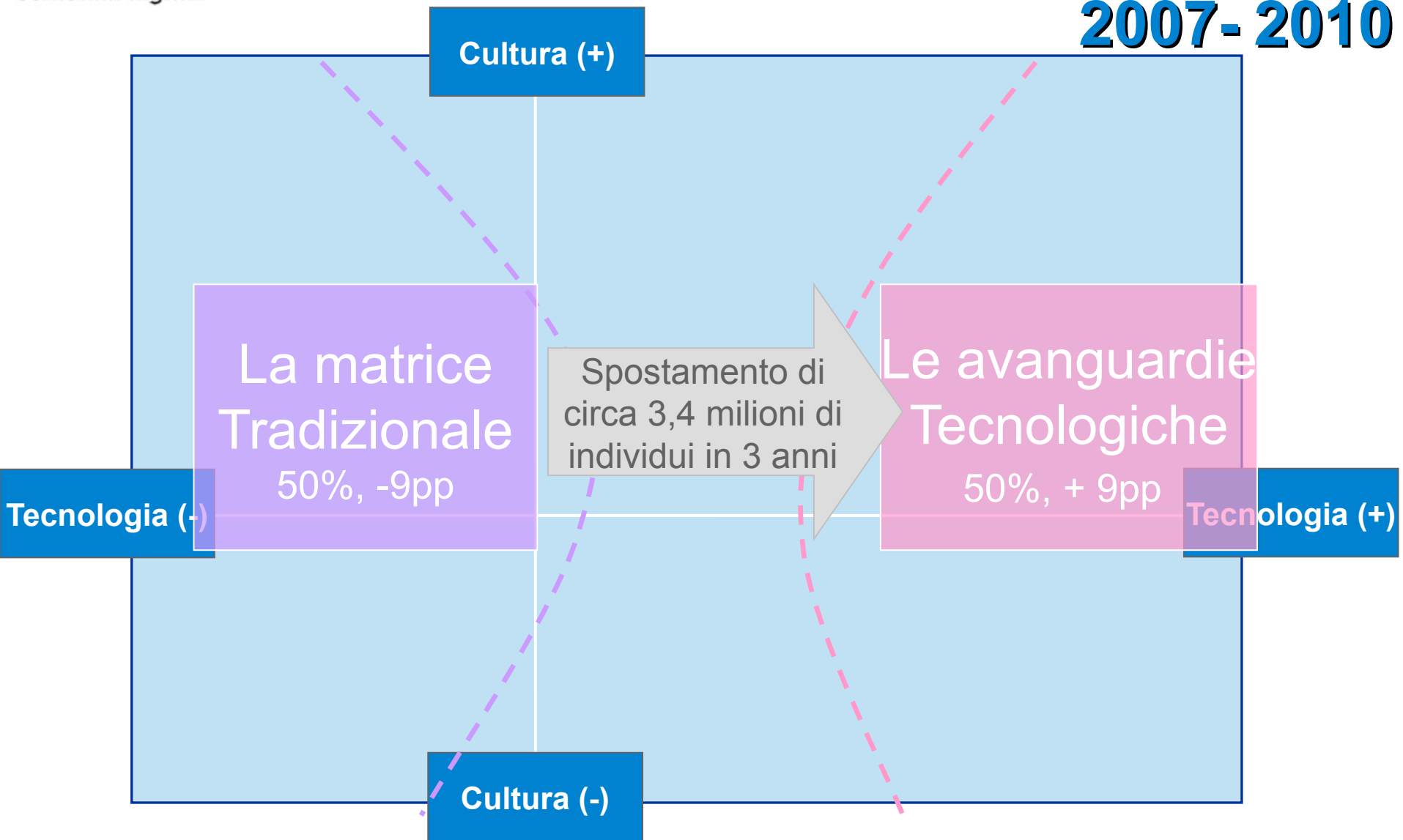
I flussi della segmentazione della società italiana sugli assi cultura e tecnologia

La segmentazione della popolazione Italiana sugli assi cultura e tecnologia



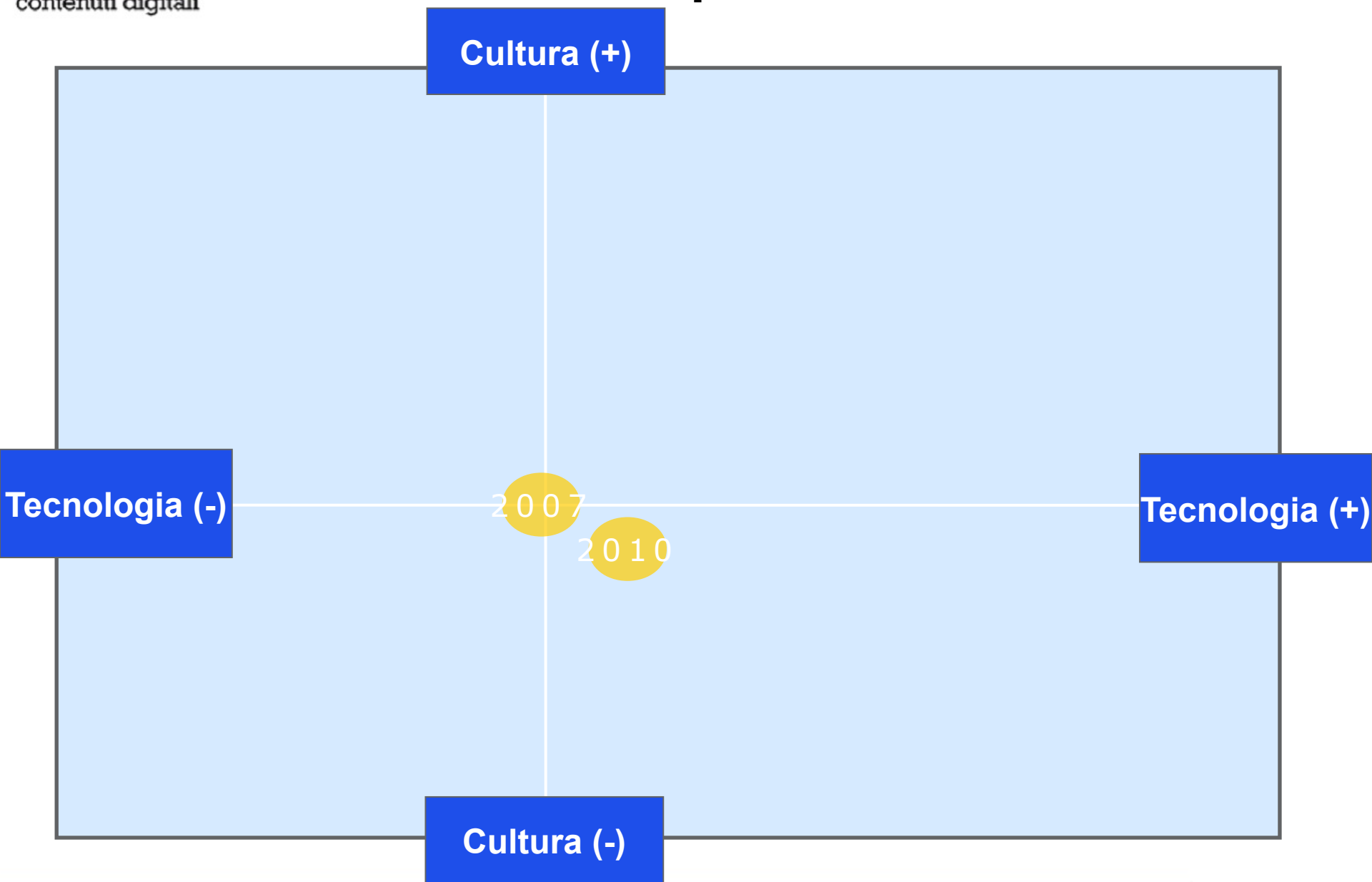
Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

Lo spostamento della società 2007- 2010

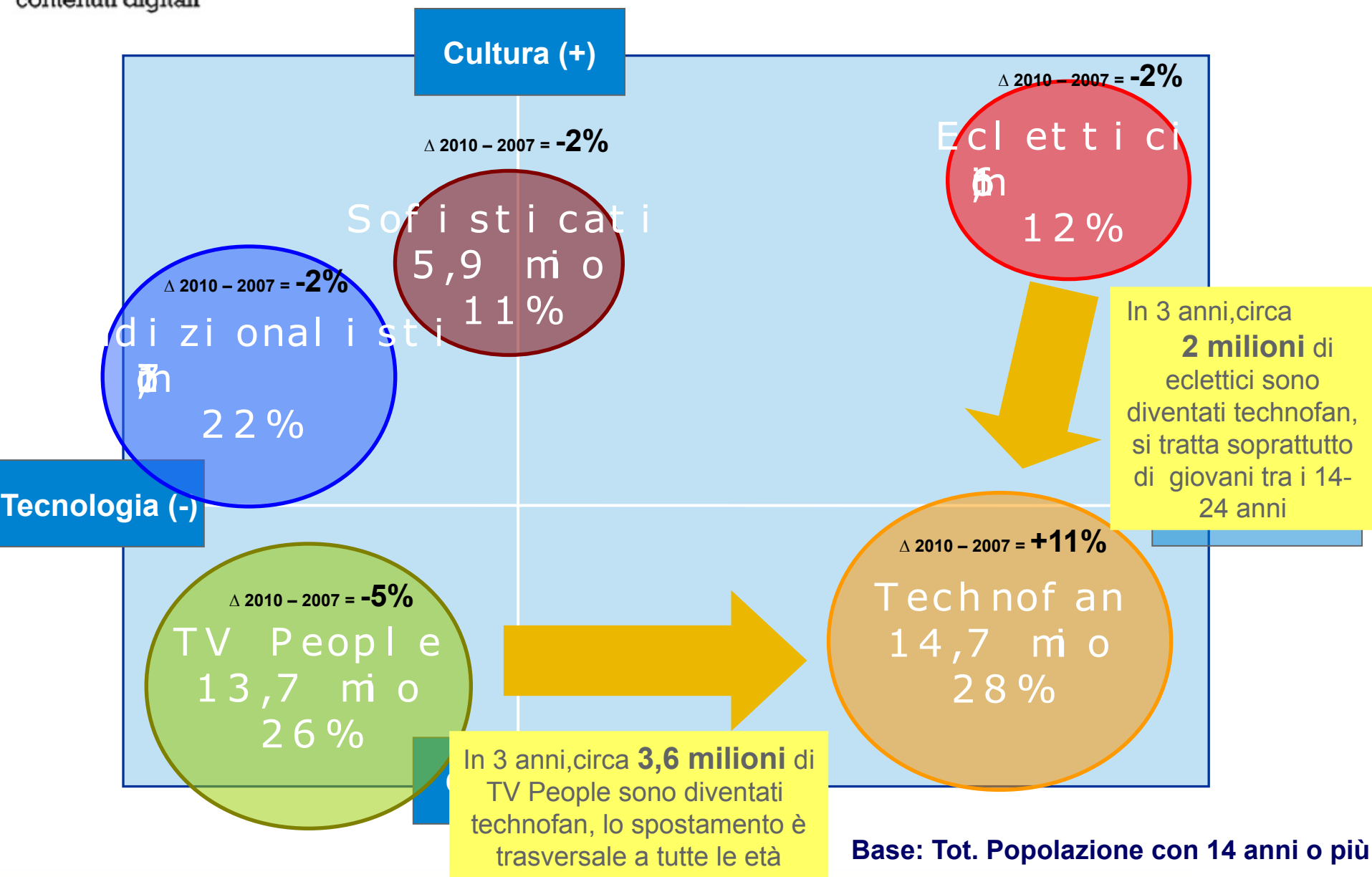


Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

2007-2010 lo spostamento del baricentro



I flussi dei cluster 2007- 2010





Il 72% non ha in casa un pc



La penetrazione del cellulare è inferiore alla media e chi possiede ha telefonini di tipo tradizionale

Non sono interessati:



– all’ascolto di musica (-25pp vs media Italia)



– alla visione di film (-10pp vs media)



– alla lettura di libri (-37pp vs media)



– essere informati su quello che succede nel mondo (-10pp vs media)



– giocare ai videogiochi (-11pp vs media)



– aggiornarsi professionalmente (-28pp vs media)

La TV è il loro principale interesse

(è una passione della vita + è per me molto importante → +8 pp vs media)

Sopra media la visione di:

Quiz, Trasmissioni sportive, Serial / fiction / telenovela / soap, Talk show / intrattenimento, Reality

Sotto media la visione di:

Documentari / programmi culturali, Film thriller / gialli, Satira / comico / varietà

Il 92% non ha acquistato neanche un cd/dvd musicale nell'anno (+26pp vs media)

L'80% non è andato a neanche un evento dal vivo nell'anno (+22pp vs media)

L'80% non ha acquistato neanche un libro nell'anno (+37pp vs media)

Il 94% non ha acquistato neanche un videogioco nell'anno (+10pp vs media)



TECHNOFAN: 15 mio individui



Il 61% utilizza abitualmente il pc portatile (+24pp vs media)



Il 32% ha una Tv HD READY / FULL HD (+6pp vs media)



Sono interessati più della media:



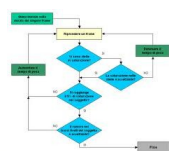
- all'ascolto di musica (+8pp vs media Italia)



- alla visione di film (+7pp vs media)



- giocare ai videogiochi (+6pp vs media)



- aggiornarsi professionalmente (+7pp vs media)



La penetrazione degli Smartphone e dell'I-phone è superiore alla media

Sopra media l'interesse all'acquisto di Ipad



Sono interessati meno della media:



- alla lettura di libri (-37pp vs media)



- essere informati su quello che succede nel mondo (-10pp vs media)

Il 66% non ha acquistato neanche un cd/dvd musicale nell'anno (allineato alla media)

L'61% non è andato a neanche un evento dal vivo nell'anno (allineato alla media)

L'45% non ha acquistato neanche un libro nell'anno (+2pp vs media)



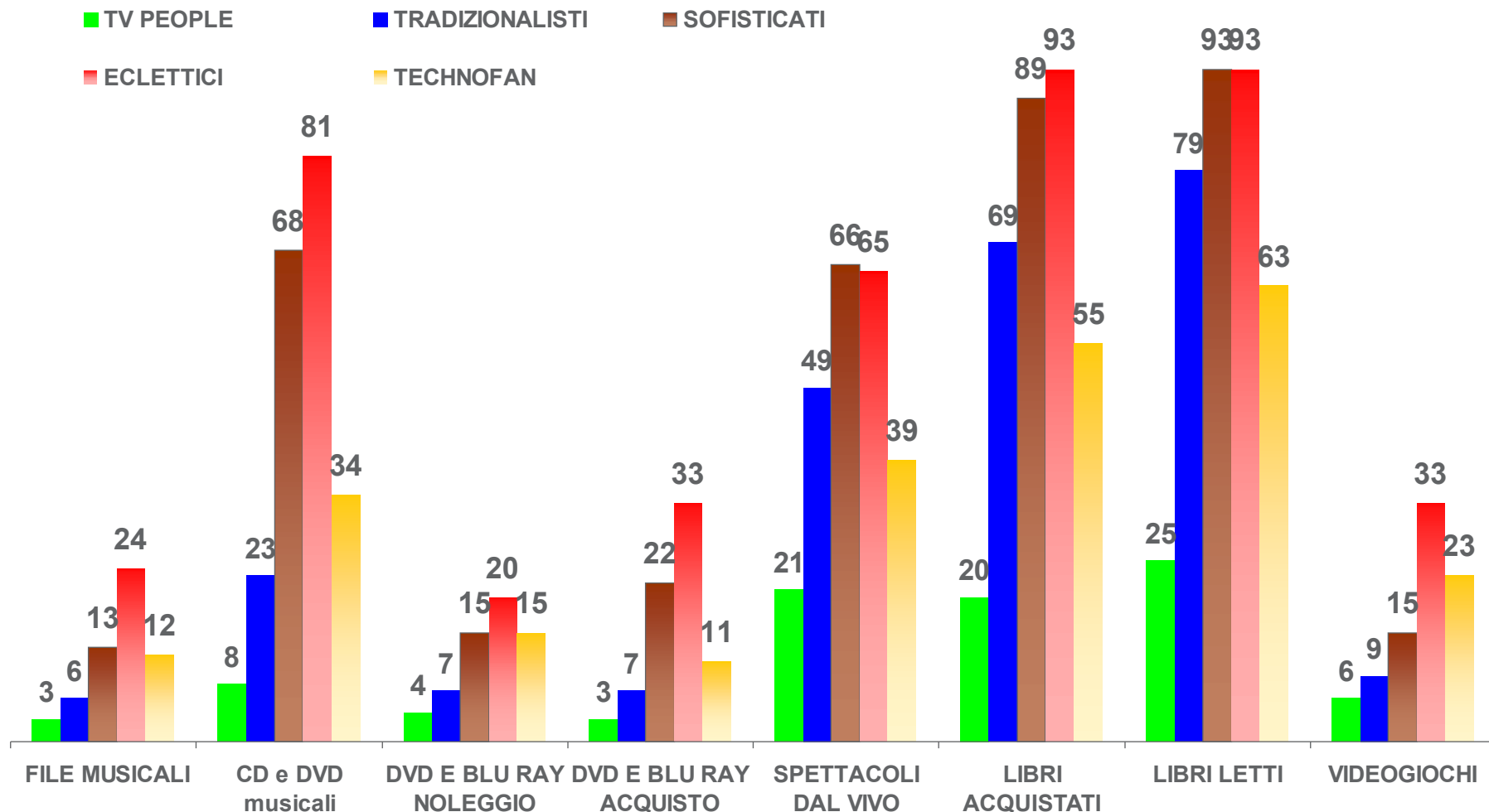
Il 77% non ha acquistato neanche un videogioco nell'anno (-7pp vs media)



La penetrazione dell'acquisto è allineata alla media e addirittura sopra per i videogiochi ma il numero di libri, cd, dvd e videogiochi acquistati è decisamente inferiore

**SONO IN TANTI CHE COMPRANO
MA COMPRANO POCO**

La propensione all'acquisto degli Eclettici è decisamente superiore alla media

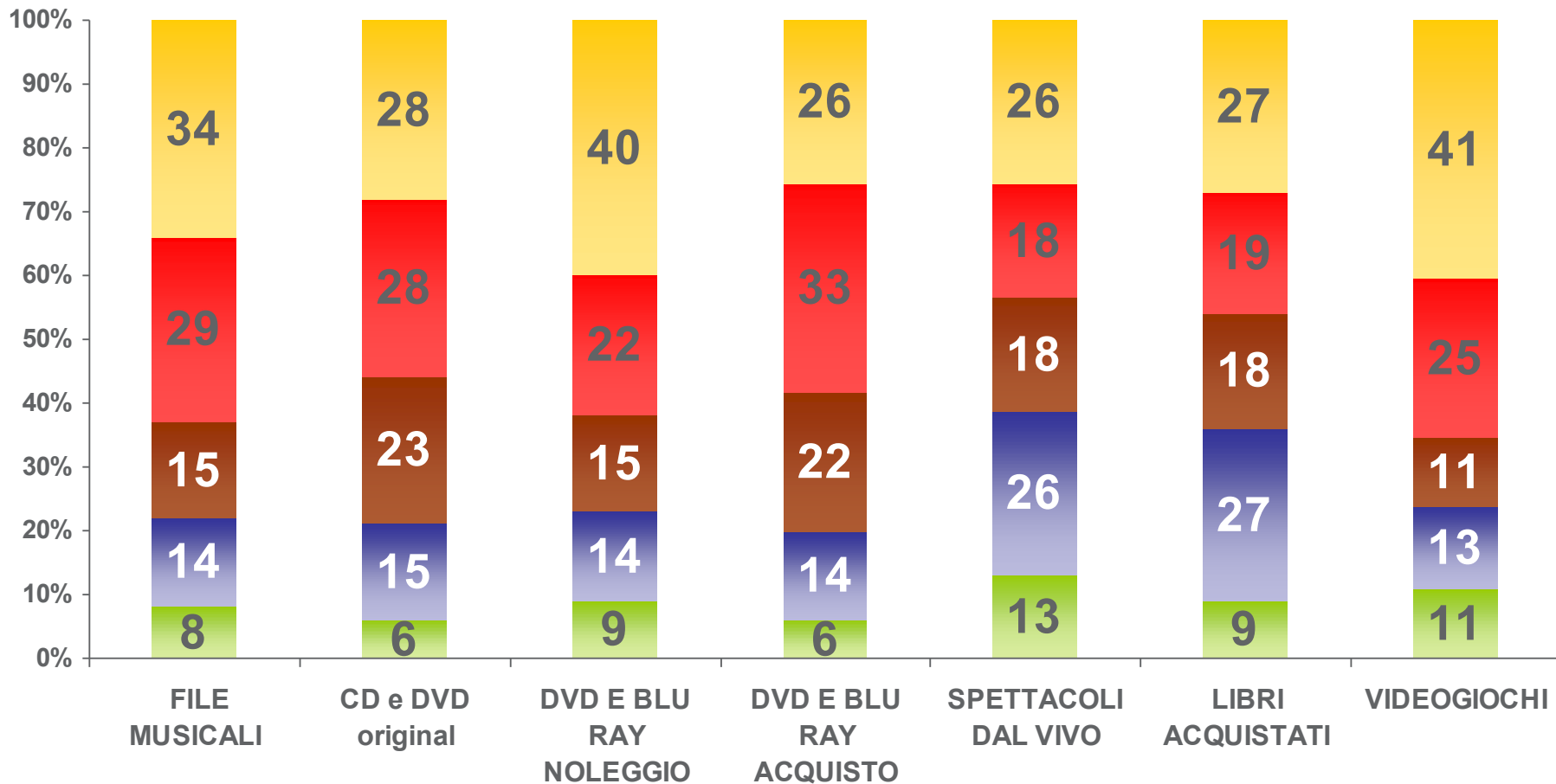


Dati espressi in %

Gli acquirenti sono prevalentemente technofan...

% acquirenti una volta nell'anno

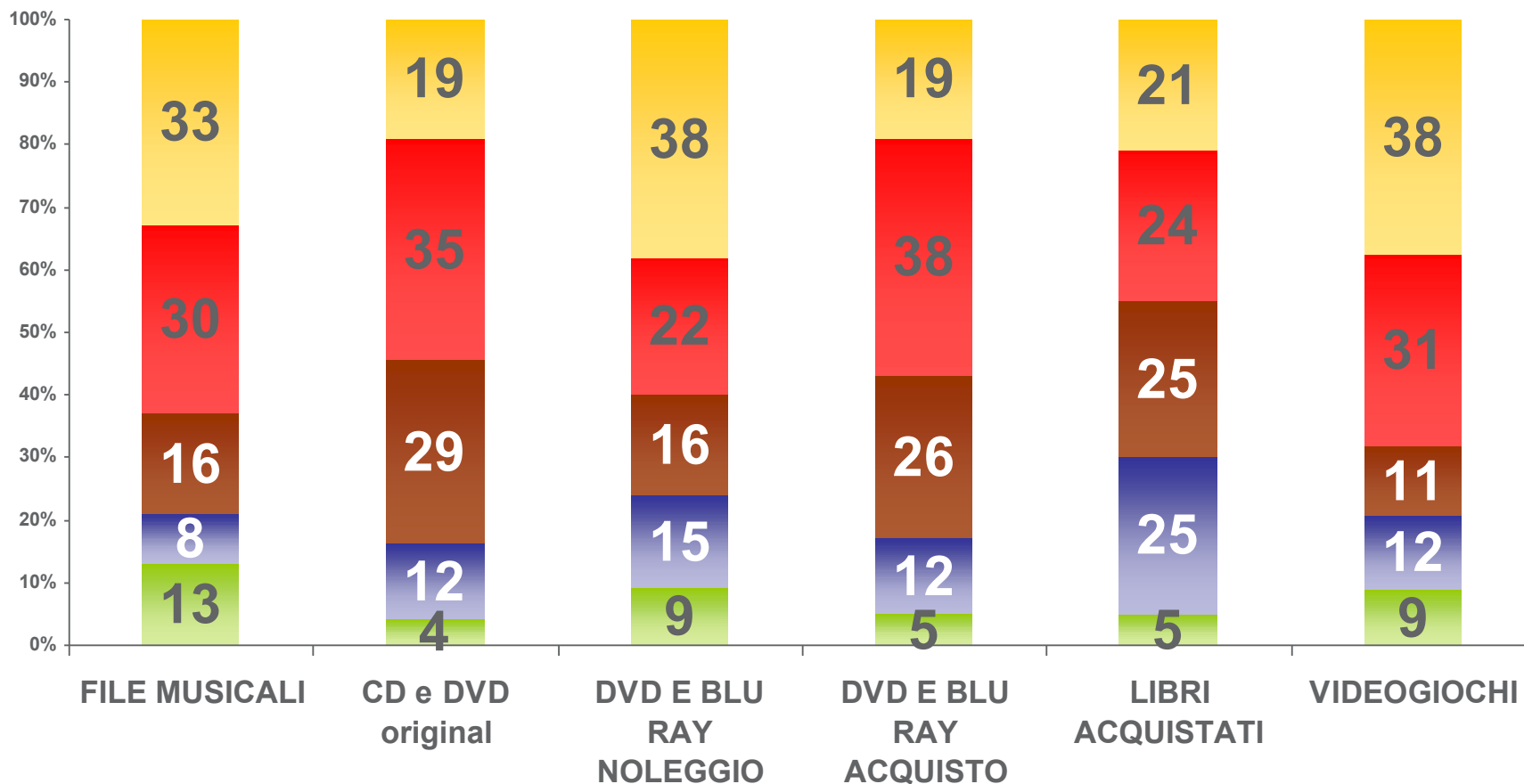
■ TV PEOPLE ■ TRADIZIONALISTI ■ SOFISTICATI ■ ECLETTICI ■ TECHNOFAN



...i technofan sono però basso acquirenti

% vendite sviluppate

TV PEOPLE TRADIZIONALISTI SOFISTICATI ECLETTICI TECHNOFAN

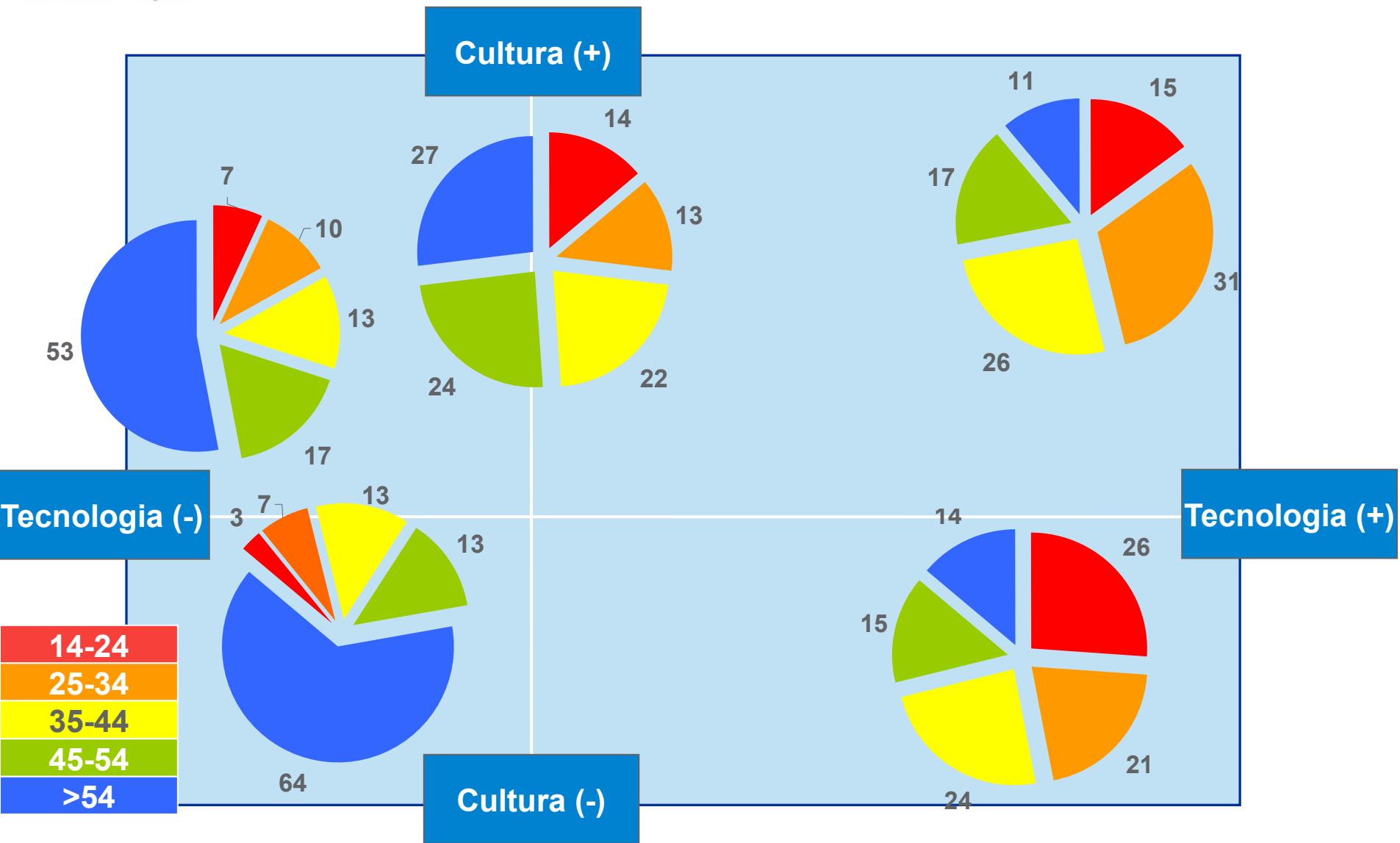


La propensione all'acquisto dei cluster ...in sintesi

Indice peso individui vs unità acquistate

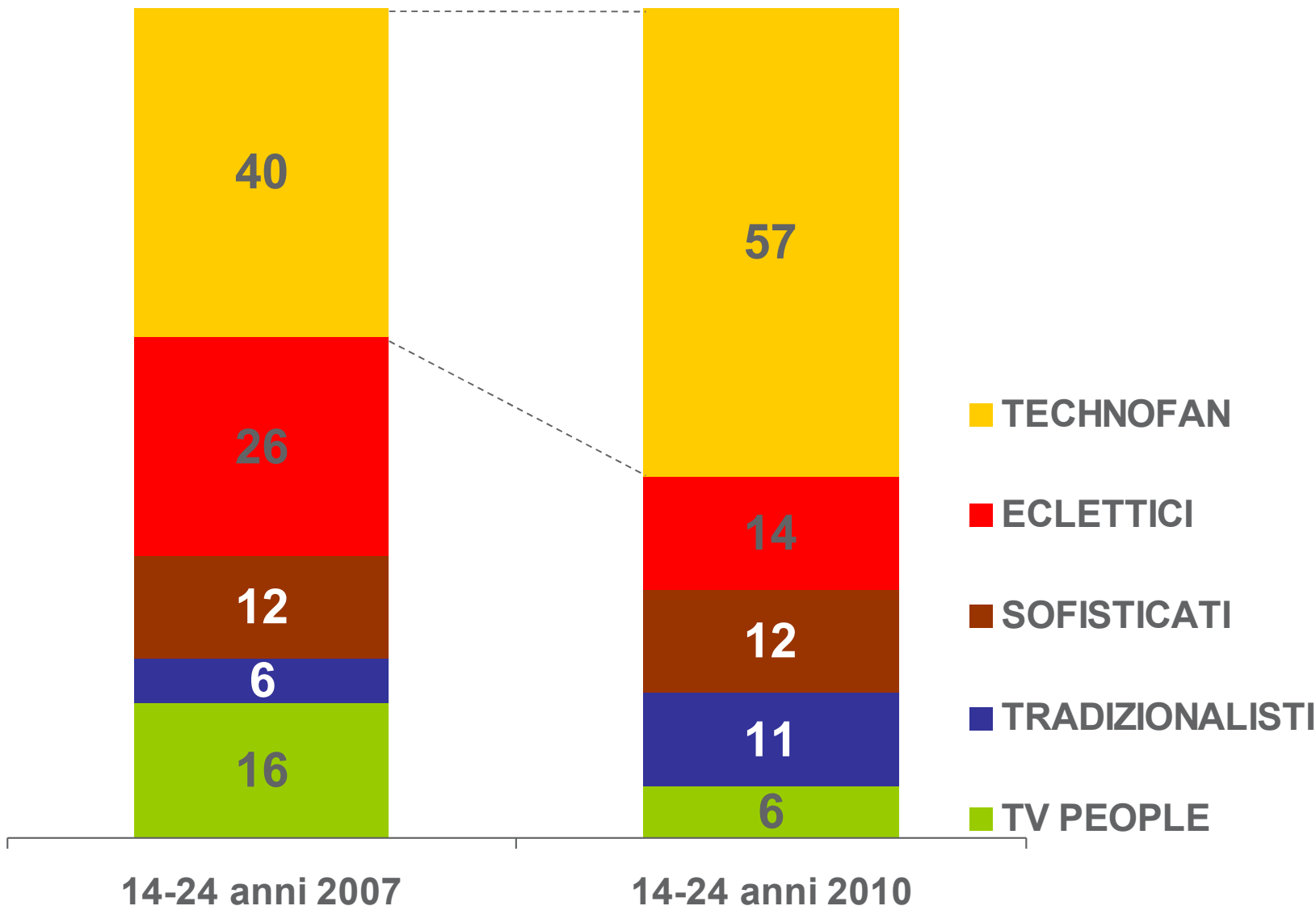


I segmenti: composizione per età



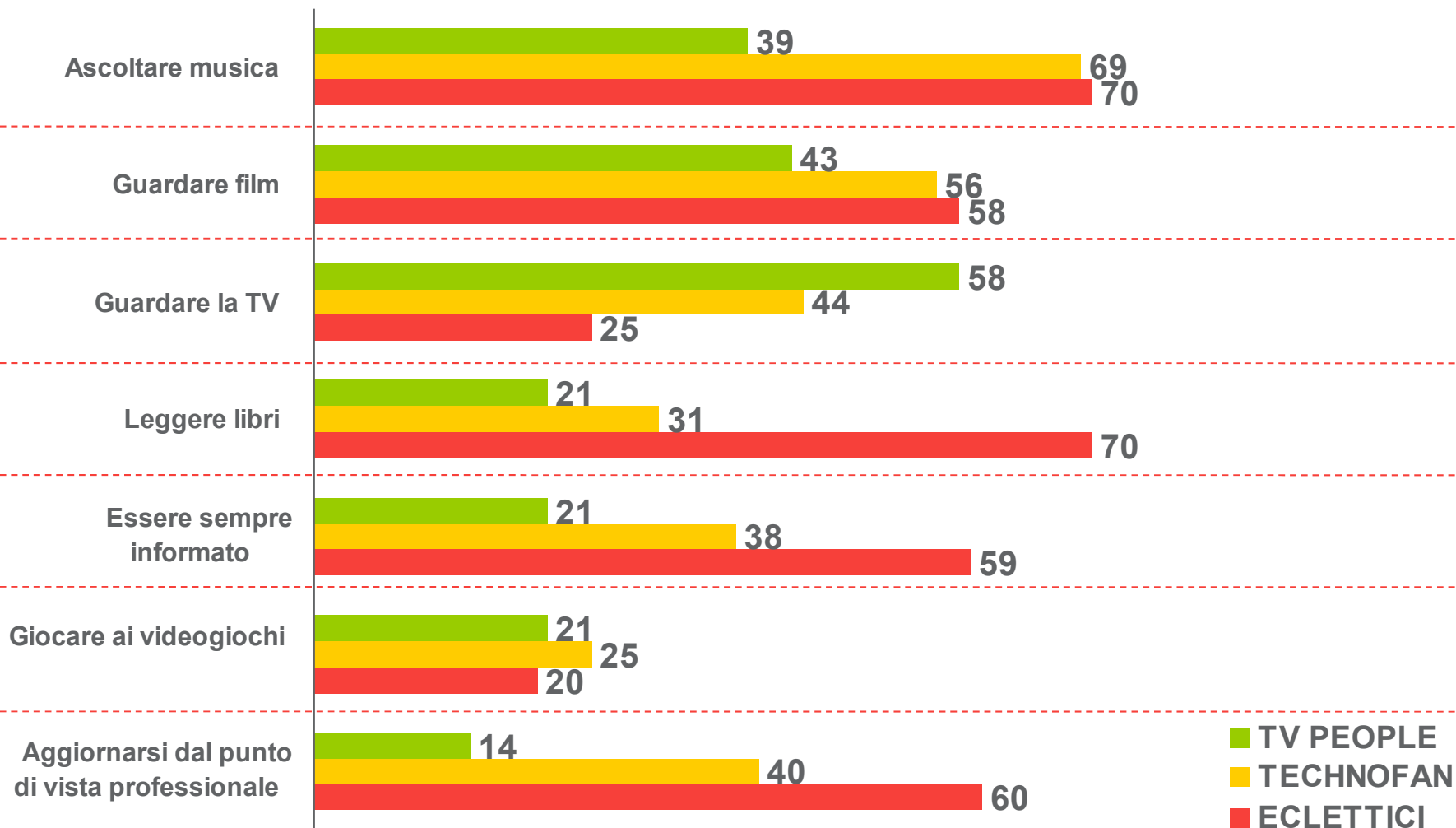
Analisi fattoriale base tot. Popolazione > 14 anni

Trend del peso dei cluster nei giovani

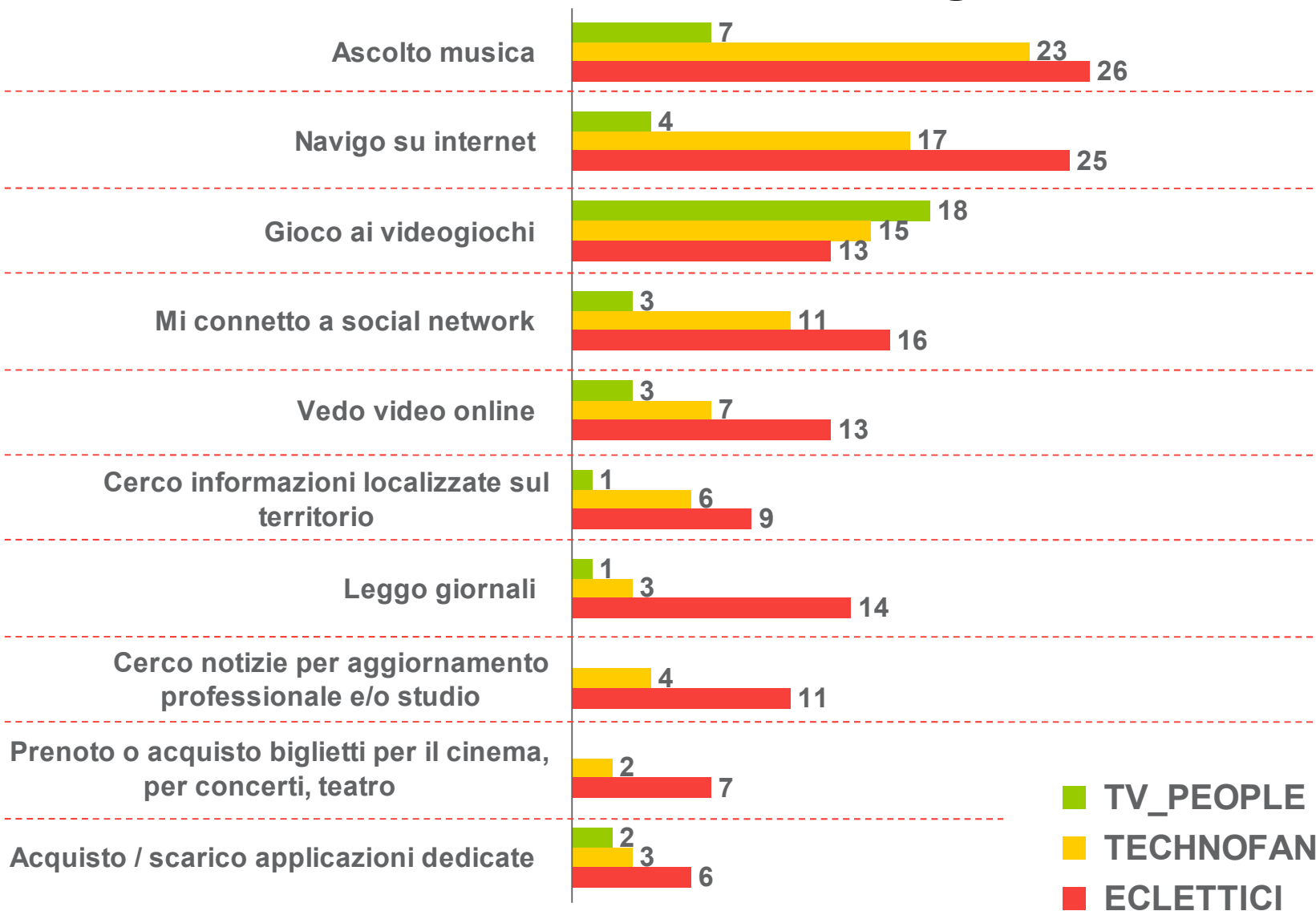


Cosa è importante per i giovani 14-34

%E' una delle passioni della sua vita+E' importante

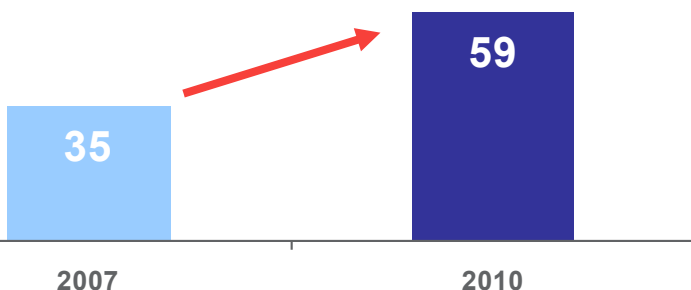


Attività svolte con i mobile device dai giovani 14-34 anni

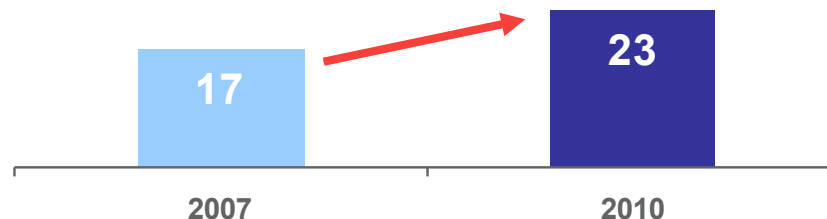


L'evoluzione dei giovani 14-34 anni

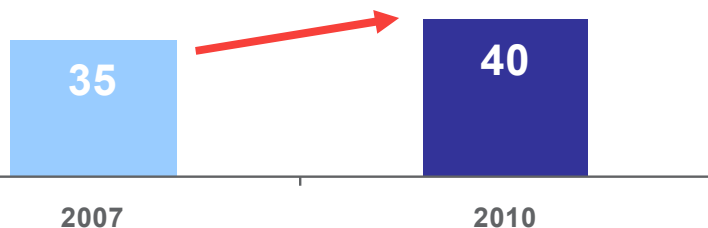
NON acquirenti di CD in un anno



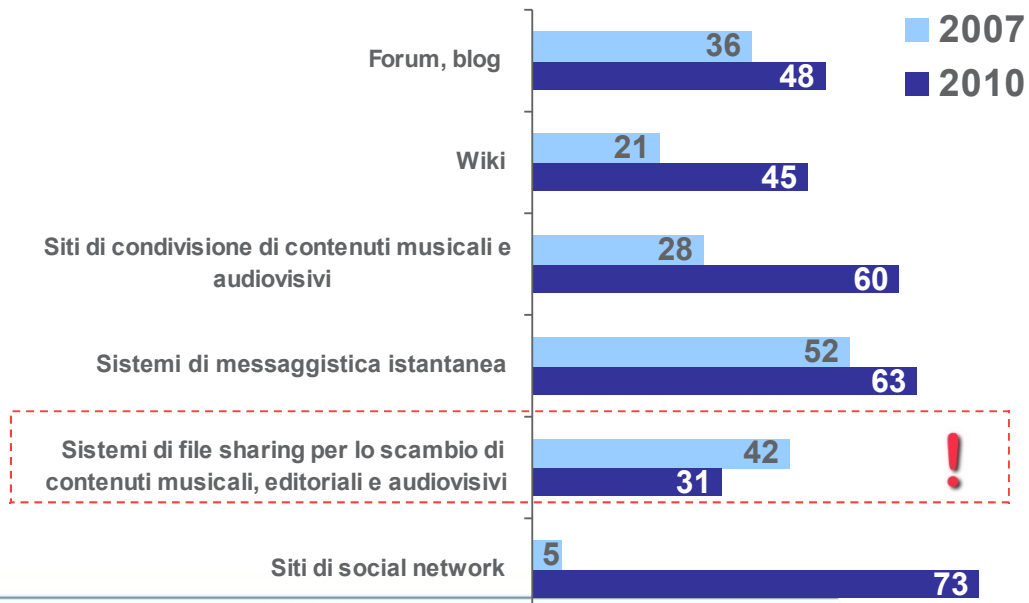
NON è andato al cinema nell'anno



NON acquirenti di LIBRI in un anno



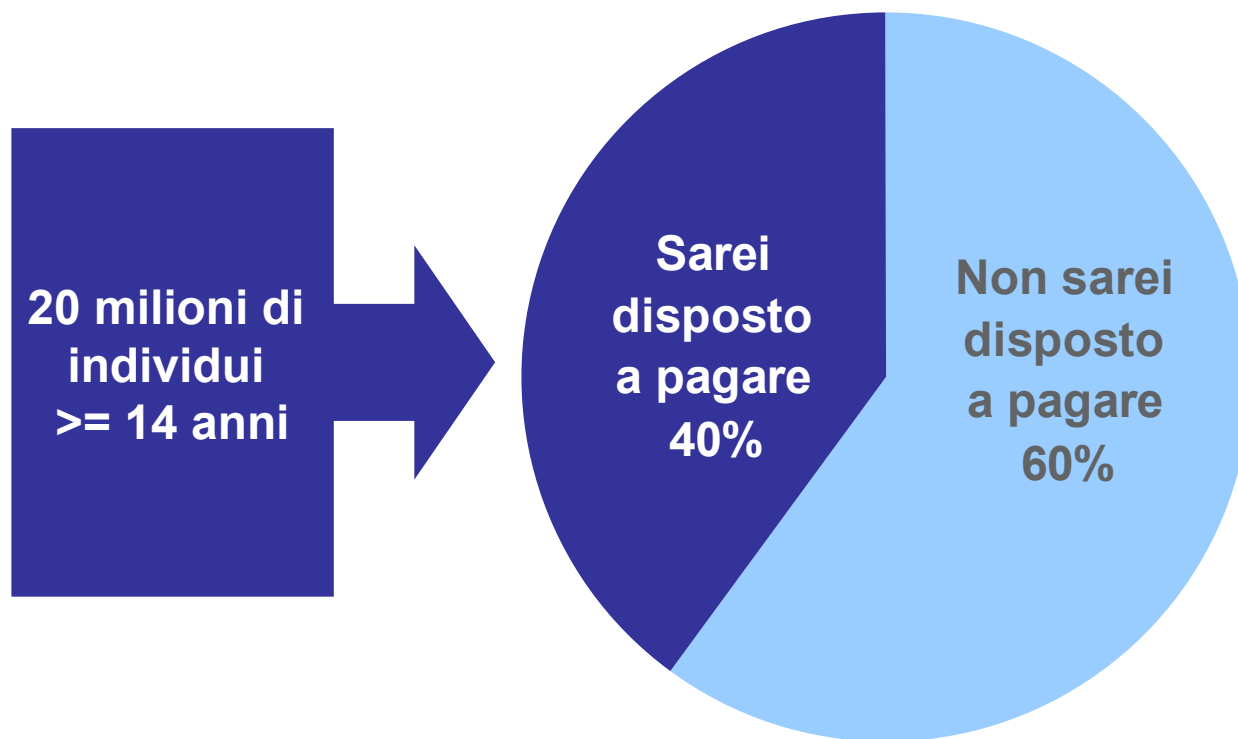
Attività su internet almeno 1 volta a sett



Potenziale interesse verso una piattaforma multi-contenuto di alta qualità

Sarebbe disposto a pagare per avere l'accesso ad un sito in cui trovare diversi contenuti digitali di alta qualità?

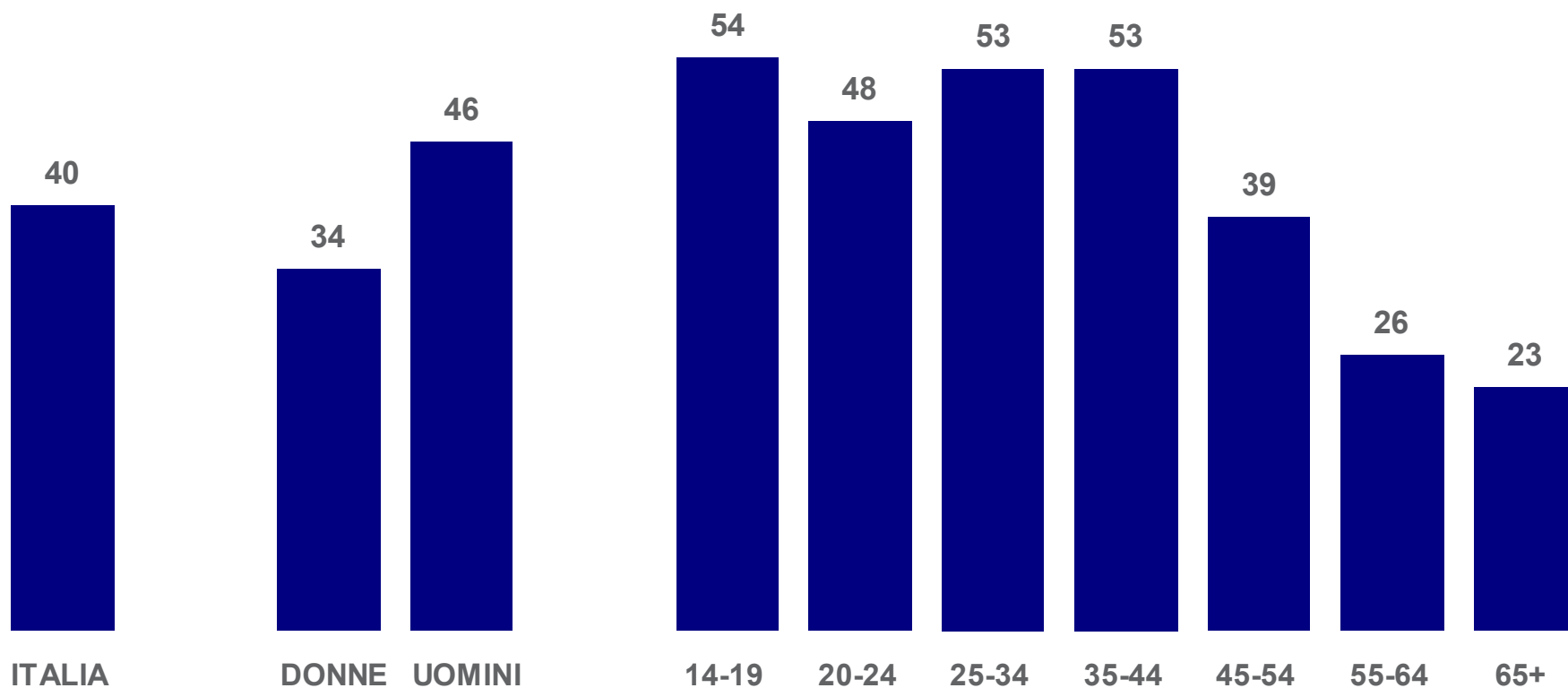
% Rispondenti



Base: Tot. Popolazione 2010 52,2 mio

Sarebbe disposto a pagare per avere l'accesso ad un sito in cui trovare contenuti digitali di alta qualità?

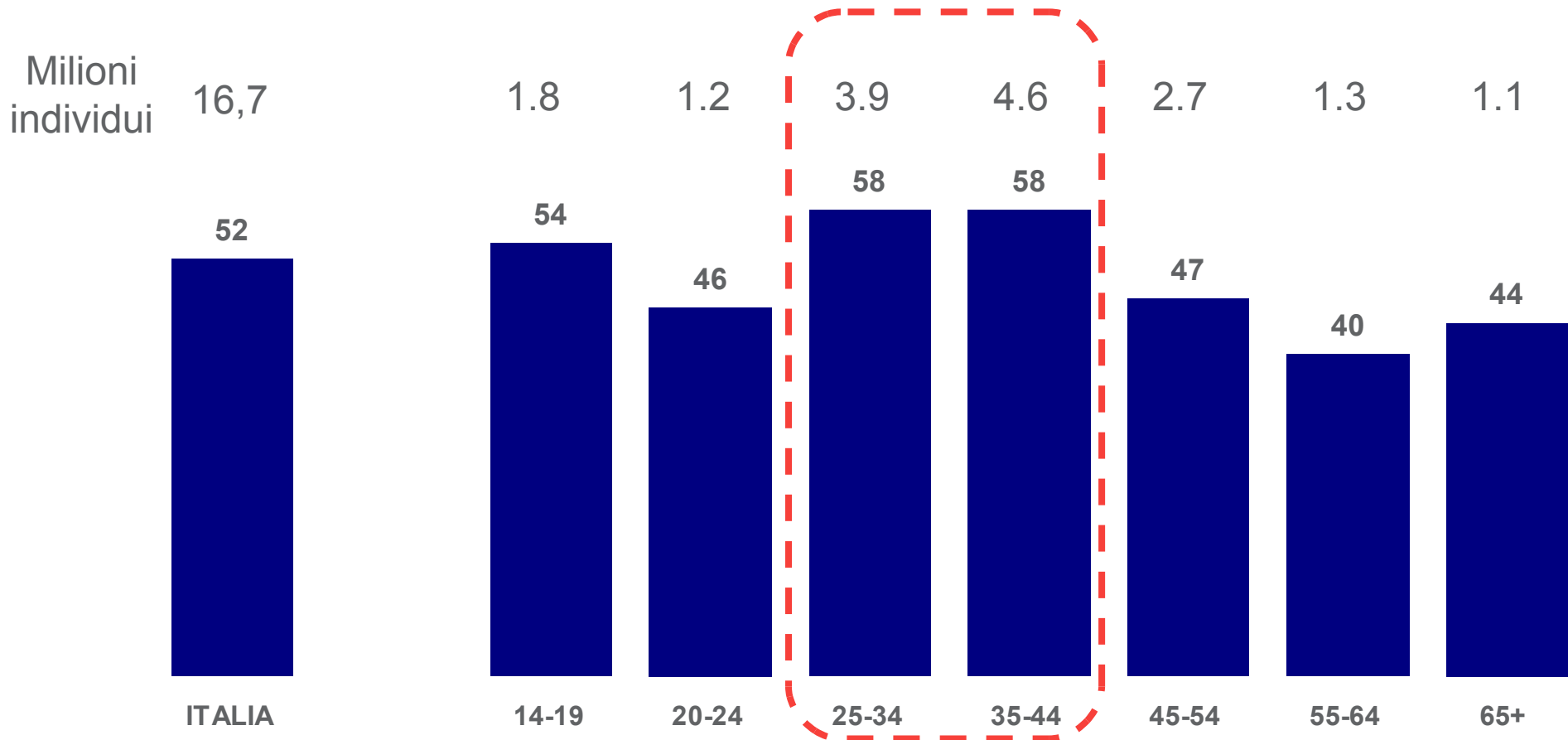
% Rispondenti sarei disposto a pagare



Base: Tot. Popolazione 2010 52,2 mio

Sarebbe disposto a pagare per avere l'accesso ad un sito in cui trovare contenuti digitali di alta qualità?

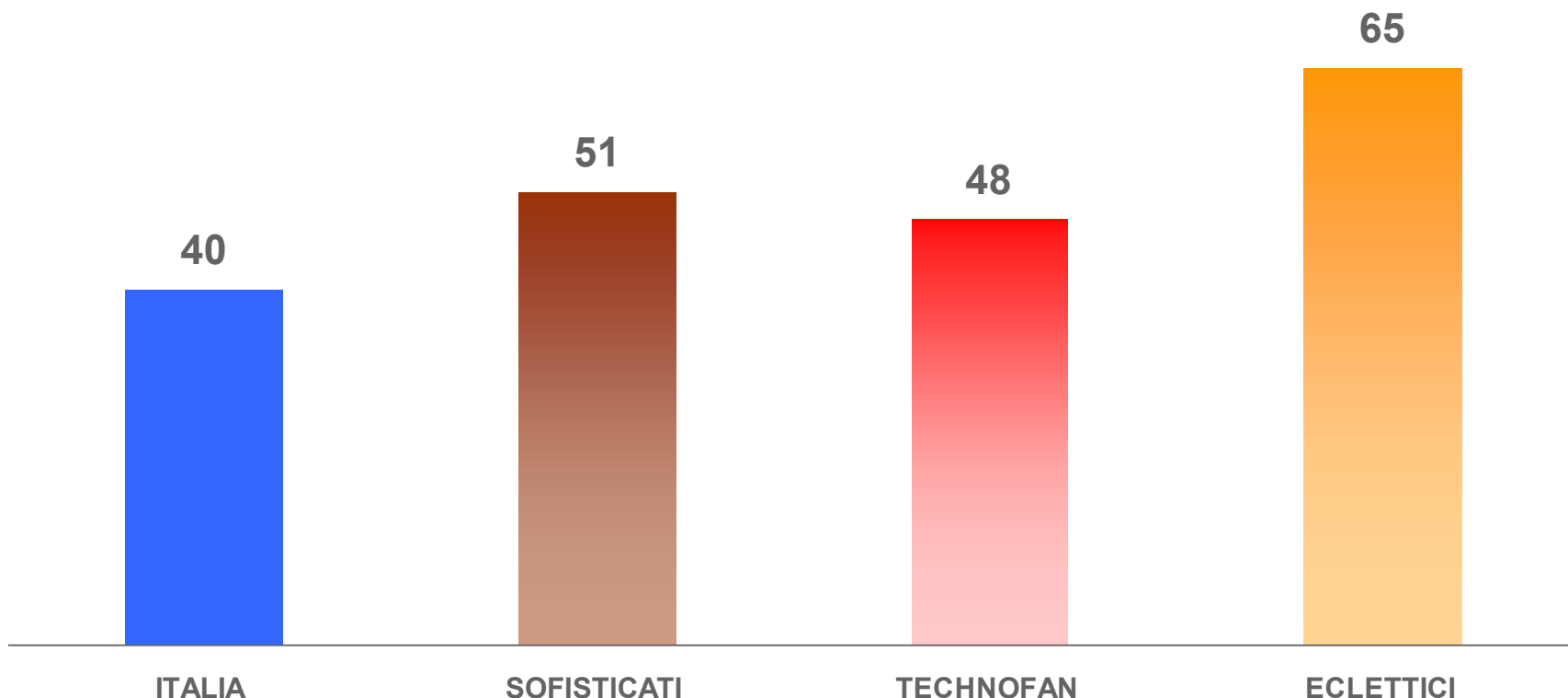
% Rispondenti sarei disposto a pagare base utilizzato



Base: Tot. Popolazione internet

Sarebbe disposto a pagare per avere l'accesso ad un sito in cui trovare contenuti digitali di alta qualità?

% Rispondenti sarei disposto a pagare

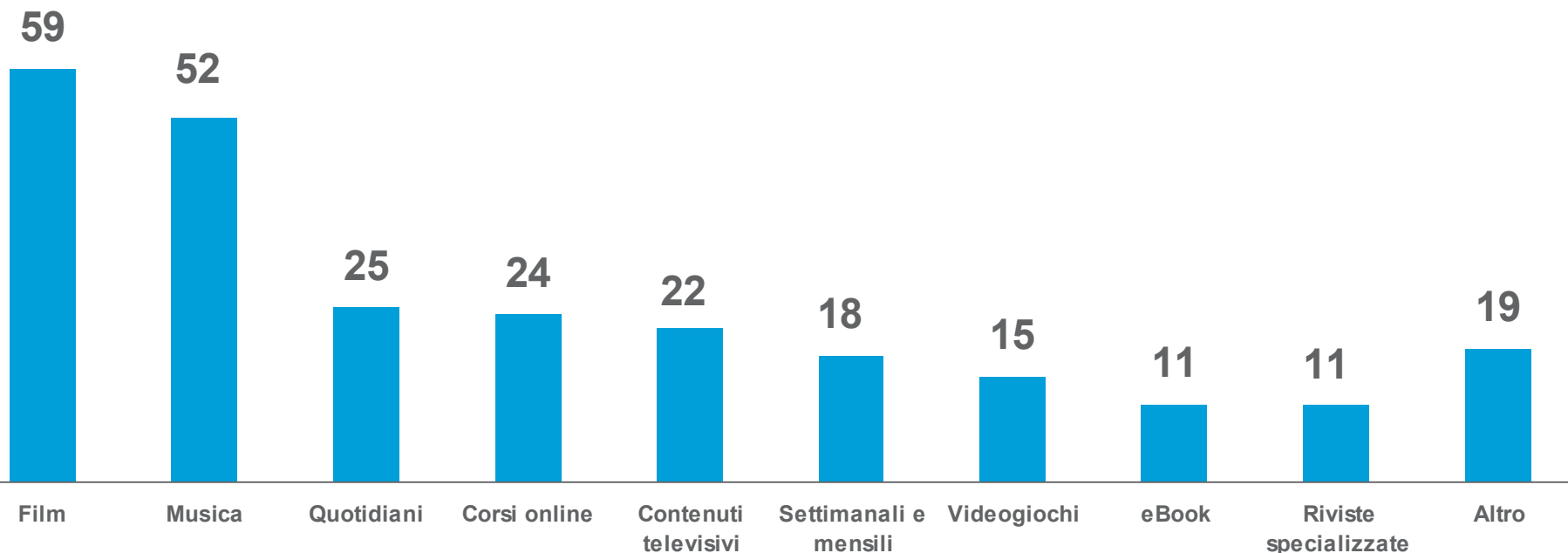


Immagini un sito internet a pagamento che offra la possibilità di accedere a diversi contenuti digitali in alta qualità.

% Rispondenti

A quali contenuti sarebbe interessato?

possibili più risposte



Base: chi sarebbe disposto a pagare per avere contenuti ad elevata qualità 20 mio

Immagini un sito internet a pagamento che offra la possibilità di accedere a diversi contenuti digitali in alta qualità.

A quali contenuti sarebbe interessato?

	ITALIA	SESSO		ETÀ						
	ITALIA	DONNE	UOMINI	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
%individui										
Film	59	60	58	70	56	58	61	54	62	54
Musica	52	57	48	79	60	51	53	45	54	35
Quotidiani	25	21	28	15	16	18	25	30	35	32
Corsi online	24	25	23	23	3	34	30	21	22	15
Contenuti televisivi	22	22	22	22	14	20	25	22	21	24
Settimanali e mensili	18	19	17	16	8	18	20	19	20	16
Videogiochi	15	12	17	30	13	18	16	10	11	3
eBook	11	12	10	18	8	12	11	9	11	7
Riviste specializzate	11	7	14	7	6	13	13	11	12	8
Altro	19	20	18	21	22	17	17	20	19	22

Base: chi sarebbe disposto a pagare per avere contenuti ad elevata qualità 20 mio

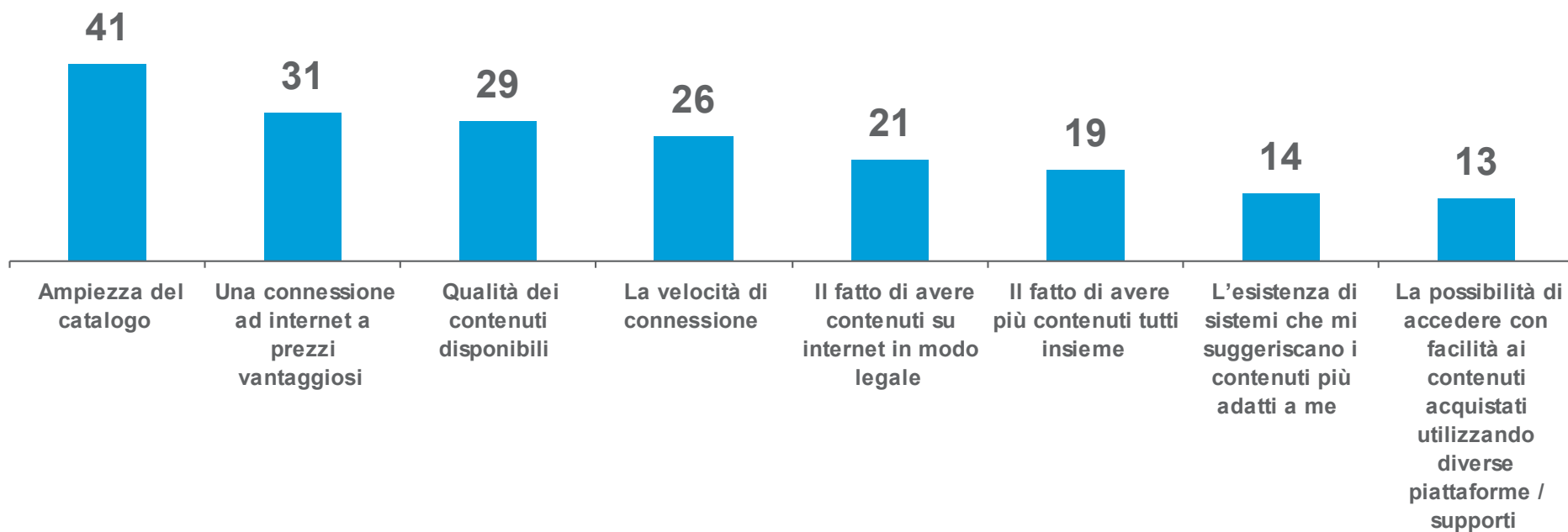
I film rappresentano il contenuto più richiesto in elevata sovrapposizione con gli altri

	Musica	Film	Quotidiani	Settimanali e mensili	Corsi online	Contenuti televisivi	Riviste specializzate	Videogiochi	eBook
Musica	100	57	44	51	47	47	40	65	54
Film	64	100	51	54	51	63	49	71	53
Quotidiani	21	21	100	52	28	29	38	22	30
Settimanali e mensili	17	16	37	100	25	26	36	16	32
Corsi online	22	21	27	35	100	24	41	20	38
Contenuti televisivi	20	24	26	33	22	100	37	36	35
Riviste specializzate	8	9	17	22	18	18	100	11	17
Videogiochi	18	18	13	14	12	24	15	100	19
eBook	11	10	13	20	17	17	18	14	100
	10,773	12,197	5,119	3,639	4,992	4,580	2,231	3,015	2,254

Più di una persona su due che ha segnato un qualsiasi contenuto, ha indicato anche i film

Quali dei seguenti aspetti sarebbero più importanti nel convincerla a pagare per questo servizio?

% Rispondenti



Base: Popolazione disposta a pagare per avere contenuti su un singolo sito internet 2010 → 20,7 mio

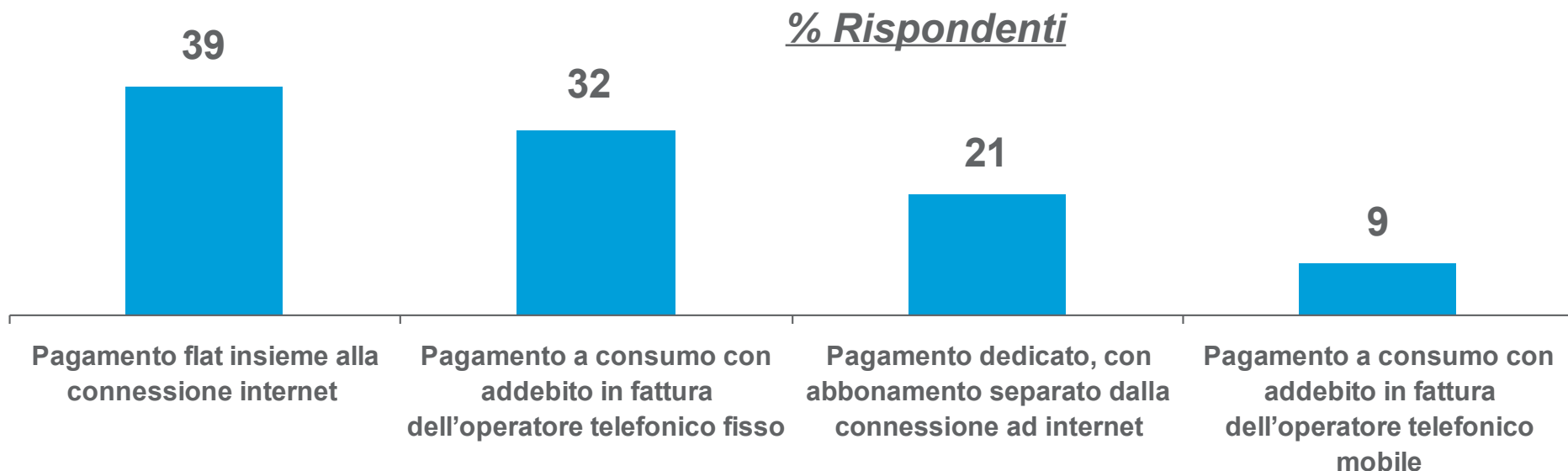
Quali dei seguenti aspetti sarebbero più importanti nel convincerla a pagare per questo servizio?

LETTURA PER SESSO ED ETÀ

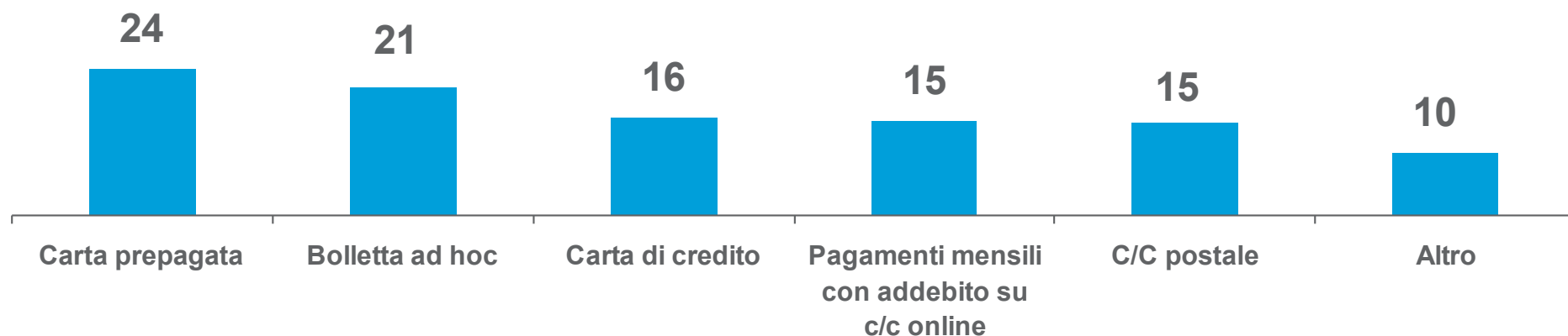
%individui	ITALIA	Donne	Uomini	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Ampiezza del catalogo	41	41	41	42	41	39	48	45	32	31
Una connessione ad internet a prezzi vantaggiosi	31	29	33	29	33	31	37	29	27	28
Qualità dei contenuti disponibili	29	26	32	31	17	32	35	33	28	15
La velocità di connessione	26	22	29	27	19	28	33	24	24	18
Il fatto di avere contenuti su internet in modo legale	21	20	22	25	13	21	26	27	16	10
Il fatto di avere più contenuti tutti insieme	19	18	19	24	21	17	21	20	11	13
L'esistenza di sistemi che mi suggeriscano i contenuti più adatti a me	14	13	14	15	11	11	14	14	13	16
La possibilità di accedere con facilità ai contenuti acquistati utilizzando diverse piattaforme / supporti	13	11	14	12	16	16	15	11	7	6
Altro	24	24	24	22	24	20	21	20	26	41

Base totale rispondenti	20,703	9,278	11,425	1,915	1,498	4,168	5,164	3,302	1,874	2,782
-------------------------	--------	-------	--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Quale sarebbe la modalità di pagamento più interessante?



Quale sarebbe la modalità di pagamento che preferirebbe?



Base: Popolazione disposta a pagare per avere contenuti su un singolo sito internet 2010 → 20,7 mio

Grazie per l'attenzione