

# "INTERNET: PERCEZIONE ED UTILIZZO"

- MAGGIO/GIUGNO 2000 -

Istituto per gli Studi sulla Pubblica Opinione

# - LA RICERCA -

## 1° FASE: INDAGINE QUALITATIVA - FOCUS GROUP

2 FOCUS GROUP, UNO A ROMA (TRA GLI INTERNAUTI) E  
UNO A MILANO (TRA I NON USER)

⇒ I COLLOQUI DI GRUPPO, COMPOSTI DA 8 PERSONE, SONO STATI CONDOTTI DA UNA PSICOLOGA, CHE HA FAVORITO LA DISCUSSIONE PONENDO LE QUESTIONI IN MODO NON DIRETTIVO, E HA FATTO LAVORARE IL GRUPPO ANCHE ATTRAVERSO GIOCHI SIMBOLICI E TEST ONIRICI.

⇒ LA DURATA DEI GRUPPI È STATA DI DUE ORE CIRCA.

⇒ I GRUPPI SONO STATI REALIZZATI DURANTE L'ULTIMA SETTIMANA DI MAGGIO.

## 2° FASE: INDAGINE QUANTITATIVA - SONDAGGIO

- ✓ **Universo di riferimento:** popolazione italiana maggiorenne censita nel 1991 (ISTAT)
- ✓ **Campione:** proporzionale alla distribuzione della popolazione italiana adulta
- ✓ **Metodo:** panel - interviste registrate a domicilio mediante computer
- ✓ **Numero dei rispondenti:** 5312
- ✓ **Date di rilevazione:** 9/11 giugno 2000

## Parliamo di Internet. Lei direbbe di sapere di che cosa si tratta ?

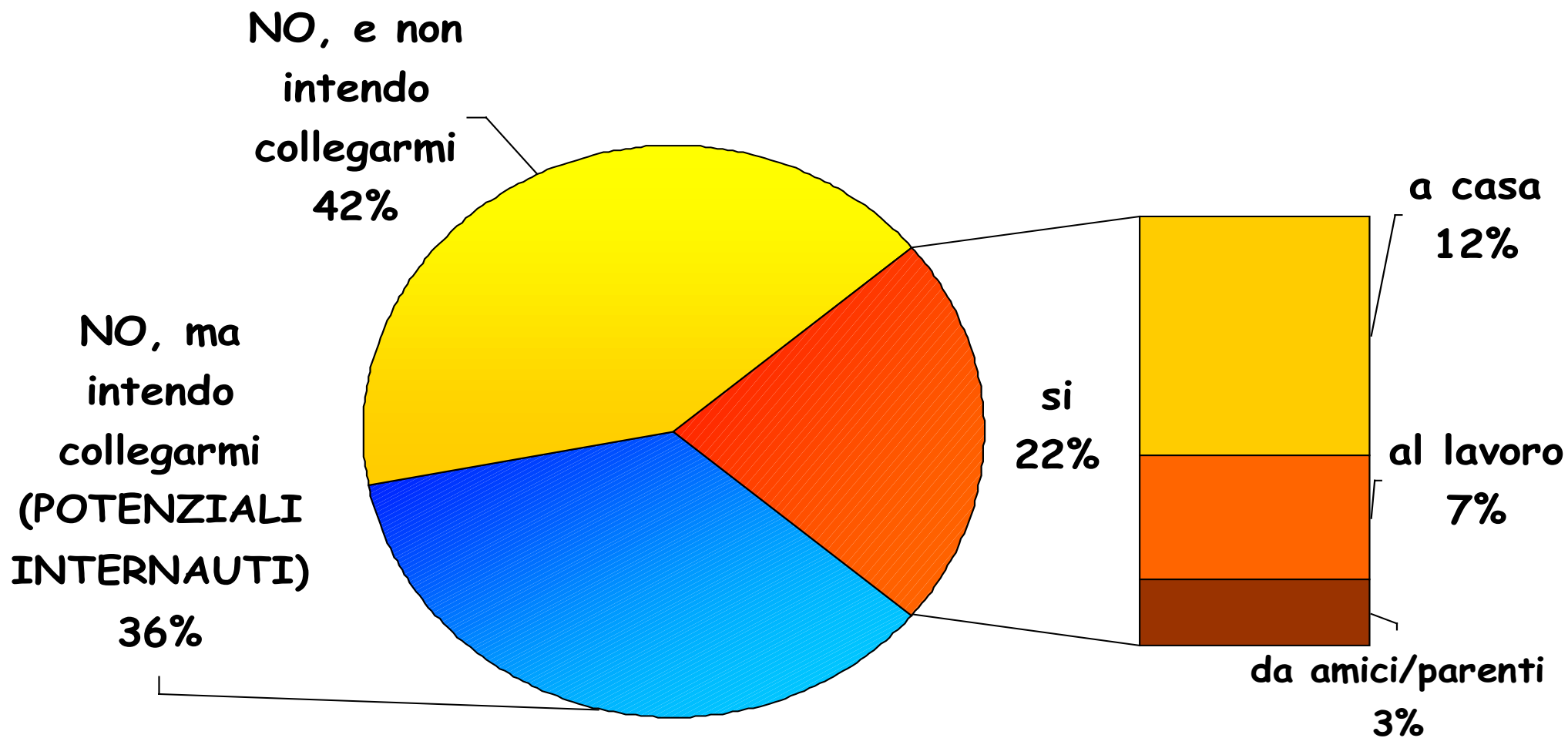
- **si, molto bene** **8,2%**
- **si, abbastanza bene** **22,7%**
- **si, vagamente** **49,1%**
- **no, non l'ho mai sentito nominare** **20,0%**

# E se dovesse spiegare che cosa e' Internet, cioè darne una definizione per fare capire in che cosa consiste Internet, come lo spiegherebbe?

## - PRINCIPALI AGGREGAZIONI DELLE RISPOSTE SPONTANEE IN AREE SEMANTICHE -

- |   |       |
|---|-------|
| • comunicazione   | 24,5% |
| • informazione  | 12,5% |
| • rete(telematica,virtuale,informatica..)                 | 11,3% |
| • collegamento (con il mondo, virtuale,telematico..) 9,1% |       |
| • novità/innovazione                                      | 4,2%  |
| • "avere il mondo a casa"                                 | 3,9%  |
| • conoscenza(apprendimento,sapere.)                       | 3,8%  |

# LEI ATTUALMENTE SI COLLEGA AD INTERNET?





## IL PROFILO DELL'INTERNUATA:

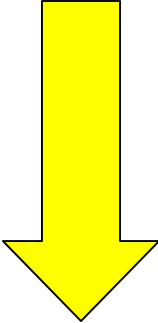
- ✓ uomo
- ✓ 18-39enne
- ✓ lavoratore o studente
- ✓ alto titolo di studio

## IL PROFILO DEL NON USER:

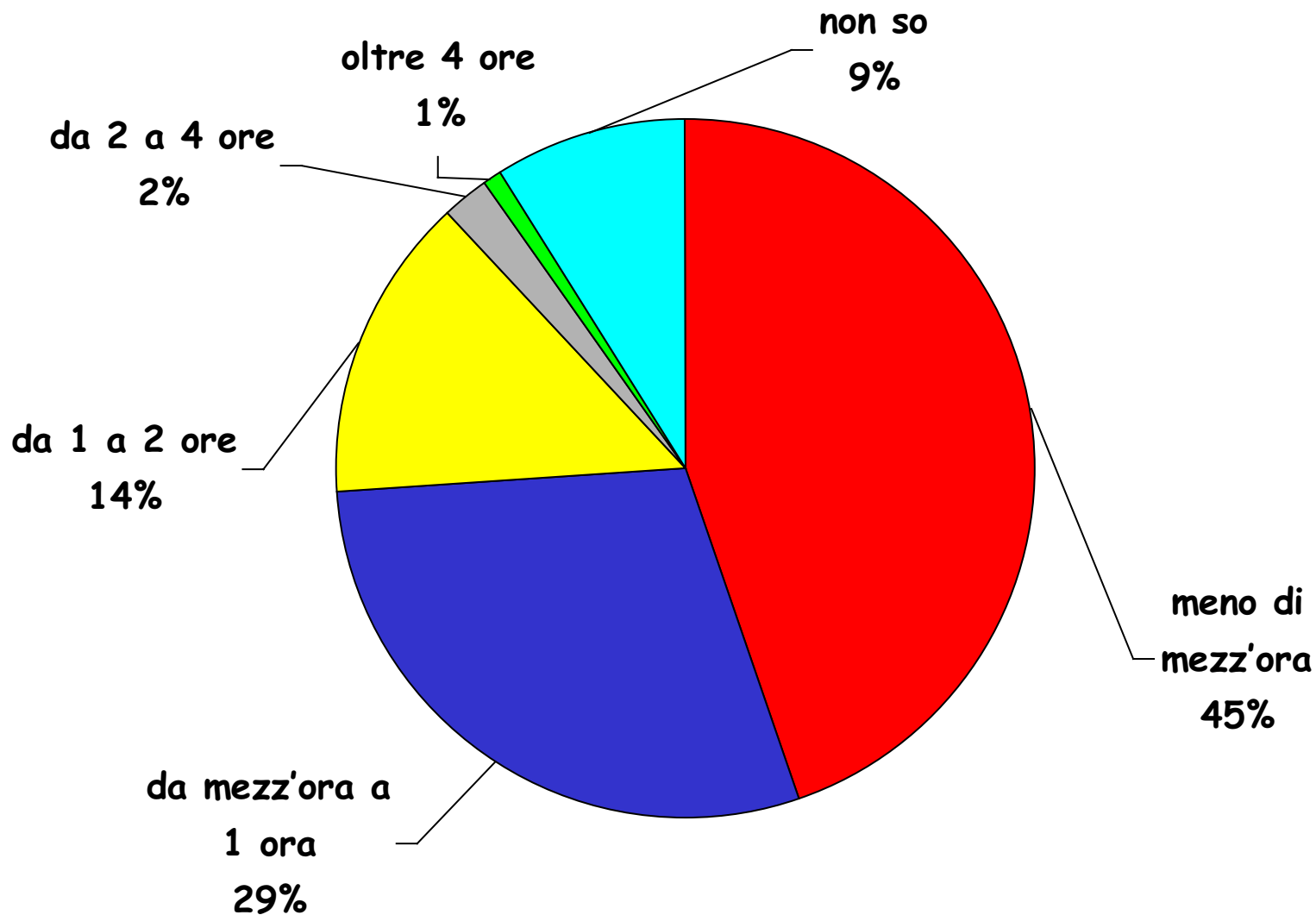


- ✓ donna
- ✓ ultra50enne
- ✓ casalinga o pensionato
- ✓ basso titolo di studio

## IL PROFILO DEL POTENZIALE INTERNUATA:

- ✓ uomo
  - ✓ 18-49enne
  - ✓ residente al Sud-Isole
  - ✓ operaio e disoccupato
  - ✓ residente in piccoli centri urbani
- 

# Quante ore in media al giorno si collega ad Internet? (SOLO AGLI INTERNAUTI)





# Lei naviga in Internet prevalentemente per ... (SOLO AGLI INTERNAUTI)

- possibili più risposte -

	%
• raccogliere informazioni in generale	42,0
• posta elettronica	40,9
• raccogliere informazioni per il mio lavoro	37,5
• fare ricerche	26,7
• per divertimento/gioco	24,5
• chattare	10,8
• scaricare brani musicali/immagini/programmi	8,9
• inviare fax, SMS	5,8
• usufruire di servizi (prenotazioni biglietti....)	5,4
• collegarsi a banche dati	5,3
• trasferimento di dati	3,9
• fare operazioni bancarie	3,1
• acquisti on-line	1,4

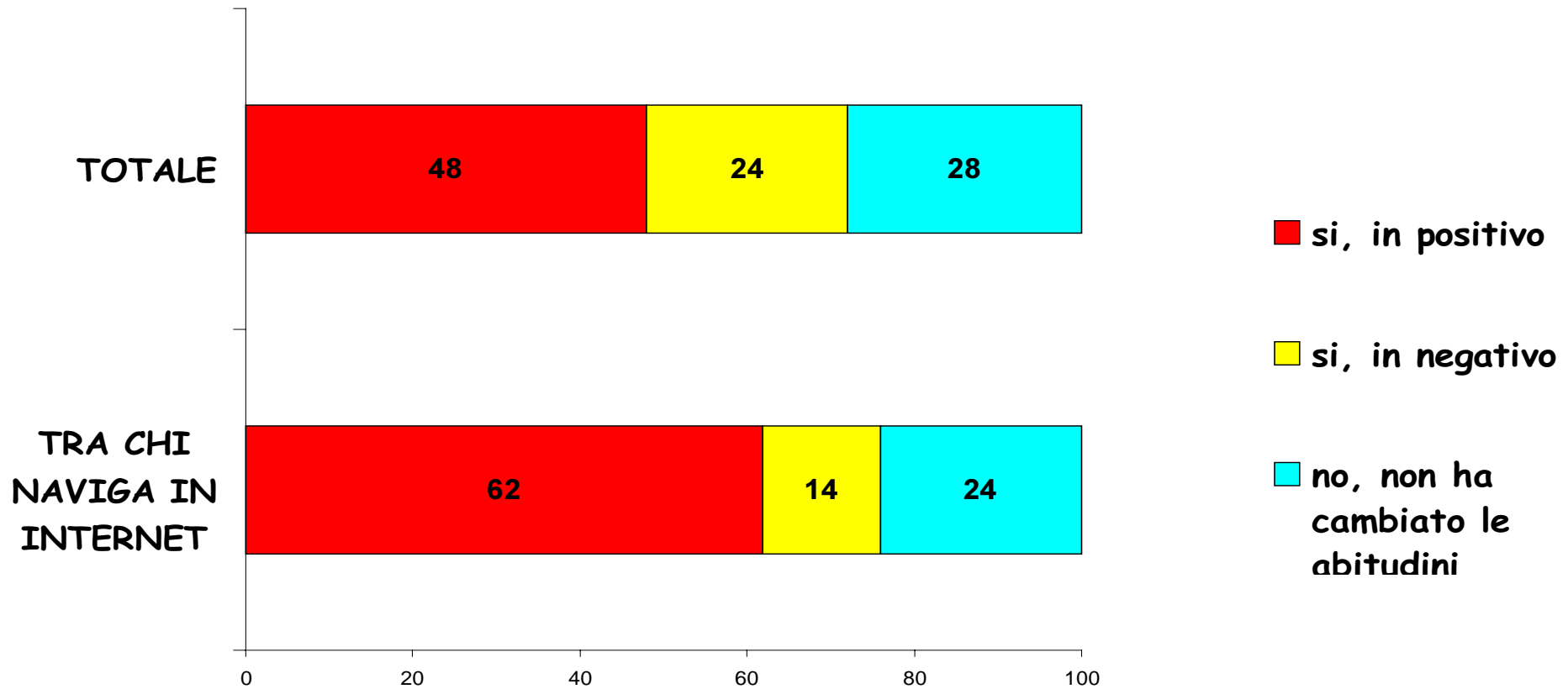
# Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni? Internet...

% di chi si dichiara d'accordo

	TRA GLI INTERNAUTI	TRA I NON USER
• è una grossa fonte di informazione	93%	71%
• accorcia le distanze tra paesi lontani	88%	68%
• permette di risparmiare tempo e denaro	71%	39%
• è indispensabile per il lavoro	65%	37%
• è una nuova forma di potere	60%	47%
• diminuisce i contatti umani	51%	57%

# Secondo lei Internet ha cambiato concretamente le abitudini e la vita delle persone?

%



## NEI FOCUS GROUP, TRA GLI INTERNAUTI:

INTERNET FA REGISTRARE UNA SODDISFAZIONE ELEVATA LEGATA A:

- il risparmio di tempo
- la promessa e l'esperienza di infinite possibilità, di scoperta e apprendimento di "qualcosa di nuovo"
- la nascita di contatti nuovi e il mantenimento o la riscoperta di quelli vecchi
- la riscoperta della scrittura e l'esercizio dell'inglese
- l'accesso a contenuti internazionali
- il soddisfacimento dei propri gusti personali (ad esempio quelli musicali)

nonostante:

- la dispersività dei contenuti
- la lentezza e l'affollamento delle linee
- lo scarso aggiornamento di alcuni siti
- la presenza sempre maggiore di pubblicità

## TRA I NON USER:

### INTERNET E'

- → "una moda di cui tanto si parla"
- → "un bisogno creato di cui non c'era un'esigenza vera"
- → "una novità molto recente ma non più tecnologia del futuro"
- → "è tecnologia già in atto, presente, anche se poco utile"

Secondariamente, è anche UN MEZZO DI COMUNICAZIONE POTENTE E INTERNAZIONALE perché favorisce, in tutto il mondo:

- → la conoscenza
- → la riduzione della distanza
- → lo scambio di informazioni



## LE PRINCIPALI RESISTENZE AL COLLEGAMENTO E ALL'USO DI INTERNET :

- non immediata percezione di utilità
- non si saprebbe cosa cercare né si comprendono i possibili impieghi professionali
- i costi
- limiti personali nella conoscenza del pc/della lingua (sia l'inglese che l'internetese)
- non curiosità verso le nuove tecnologie

# Negli ultimi tempi si parla in TV e sui giornali di NEW ECONOMY.

Secondo lei si tratta di...

TRA TUTTI  
GLI INTERNAUTI

• un nuovo tipo di economia basata prevalentemente sul commercio via Internet	41,6	66,4
• l'andamento delle borse europee	3,0	3,0
• un nuovo servizio bancario	2,3	2,0
• un nuovo programma politico	1,2	0,8
• una moneta straniera	0,6	0,5
• altro	0,2	0,6
• non so	51,1	26,7

Parliamo ora di acquisti via Internet.  
Le e' mai capitato di comprare qualcosa via  
Internet?  
(SOLO AGLI INTERNAUTI)

- si 9,3 %
- no, mai, ma penso che lo farò 39,4 %
- no, mai e non penso che lo farò 51,3 %



Come lei sa, con Internet e' oggi possibile comprare prodotti da casa attraverso il computer, con la consegna a domicilio. Lei pensa che ciò sia una cosa...

INTERNAUTI  
FANNO ACQUISTI ON-LINE

TRA GLI  
INTERNAUTI  
CHE NON

TRA I POTENZIALI

- |   |     |     |
|---|-----|-----|
| • Interessante, e potrei fare in futuro acquisti via Internet | 43% | 33% |
| • Interessante, ma non farei acquisti via Internet            | 31% | 40% |
| • Non interessante per me                                     | 27% | 27% |

*Solo agli INTERNAUTI che NON HANNO MAI  
ACQUISTATO VIA INTERNET*

**Lei ci ha detto di non aver fatto ancora acquisti via  
Internet.**

**Potrebbe indicare i motivi principali?  
% - possibili più risposte -**

- preferisco fare acquisti nei negozi 34,6
- ho paura ad usare la carta di credito in Internet 29,4
- non ho mai avuto occasione 29,3
- penso di non avere abbastanza garanzie sul prodotto 16,8
- non ho trovato le condizioni di pagamento ideali per me 11,5
- ho paura che non mi venga consegnato il prodotto 8,9
- penso di spendere di più 1,4

# Le principali condizioni per fare acquisti on-line tra gli internauti.

## IN ORDINE DI IMPORTANZA:

- 1 possibilità di pagare con soluzioni alternative alla carta di credito (carta pre-pagata, contrassegno...)
- 2 costo prodotti/servizi più bassi rispetto ai negozi
- 3 garanzia soddisfatto/rimborsato
- 4 sicurezza del sito/sito protetto
- 5 informazioni chiare sul prodotto/sevizio