

CNR ISTITUTO DI INFORMATICA E TELEMATICA - REGISTRO.it

Sintesi dell'indagine statistica sull'utilizzo di Internet in Italia

Roma, 20 ottobre 2009



FINALITA' E OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

2

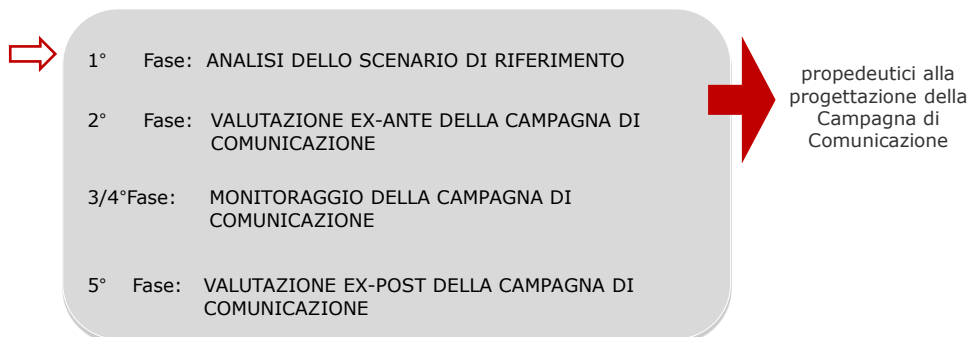
Una campagna di comunicazione ed informazione destinata a diffondere la cultura di Internet anche attraverso la promozione dei servizi legati alla gestione dei domini .It e la valorizzazione del .It in ambito nazionale ed internazionale.

- ➔ **PROMUOVERE LA CULTURA DI INTERNET**
➔ PROMUOVERE LA CULTURA DI INTERNET
- ➔ **PROMUOVERE IL .IT**
➔ PROMUOVERE IL .IT
- ➔ **PROMUOVERE L'IMMAGINE, LA VISIBILITÀ, LA CONOSCENZA DEL REGISTRO.IT**
➔ PROMUOVERE L'IMMAGINE, LA VISIBILITÀ, LA CONOSCENZA DEL REGISTRO.IT



IL PIANO DELLE INDAGINI

3



OBIETTIVI

4

- ➔ Stabilire la base informativa dalla quale partire per effettuare il confronto con i dati raccolti nelle fasi di indagine successive.
- ➔ Individuare i target a cui indirizzare la Campagna di Comunicazione.
- ➔ Fornire elementi utili a definire i contenuti della Campagna di Comunicazione rispetto ai target individuati.

ARTICOLAZIONE DELL'INTERVENTO

5



NOTA METODOLOGICA

6

TARGET	METODO	CAMPIONE	STRUMENTO DI RILEVAZIONE
➔ Popolazione italiana 16-64 anni che utilizza la rete	Interviste telefoniche (C.A.T.I.)	N. 1.200 casi utili, estratti per zona geografica di residenza e sesso (universo di riferimento pari a circa 38milioni di individui - ISTAT 2005)	Questionario semi-strutturato
➔ Aziende distribuite sul territorio nazionale	Interviste telefoniche (C.A.T.I.)	N. 800 casi utili (aziende italiane che utilizzano il WEB) selezionato per comparto merceologico e numero di addetti (universo di riferimento pari a circa 4milioni aziende - Istat 2001)	Questionario semi-strutturato
➔ Opinion Leader (Giornalisti, Politici, Altissimi funzionari P.A., Economisti/Accademici)	Interviste telefoniche (C.A.T.I.)	N. 150 casi (40 Giornalisti; 36 Politici; 37 Altissimi funzionari P.A.; 37 Economisti/Accademici)	Questionario semi-strutturato



AREE DI INDAGINE

7

- ➔ utilizzo di Internet e della posta elettronica
- ➔ conoscenza e immagine dei nomi a dominio
- ➔ possesso di un nome a dominio
- ➔ propensione a dotarsi di un nome a dominio
- ➔ propensione verso il ".it"
- ➔ conoscenza del "Registro.it" e del CNR



8

INDICE WEB (% Utilizzatori di Internet)

Popolazione

Base = 2452

52,6%

Aziende

Base = 1199

66,8%

Opinion Leader

Base = 150

100%

INDIRIZZO DOPO LA @ (% Possessori)

1,4%

Base = 1200

50,9%

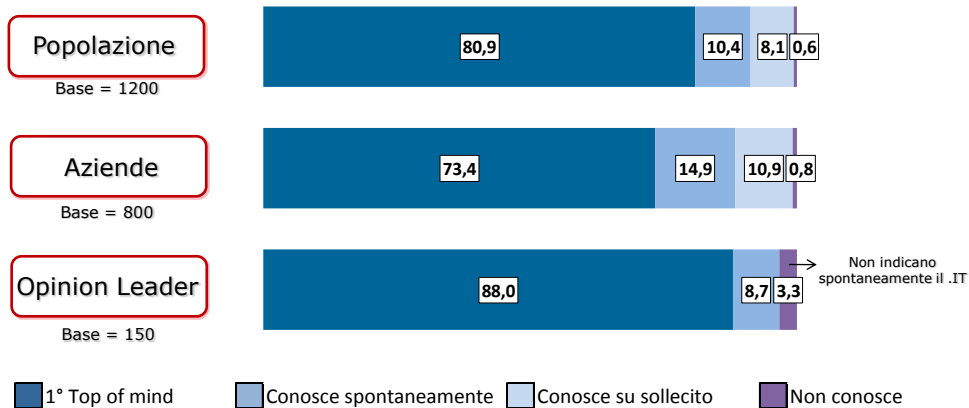
Base = 800



9

CONOSCENZA .IT

Valori %



10

CONOSCENZA CARATTERISTICHE ENTE GESTORE DEL .IT

	% Ente pubblico	% Ente Italiano
Popolazione Base = 1200	➔ 35,5% *	82,8% *
Aziende Base = 800	➔ 38,4% *	86,7% *
Opinion Leader Base = 150	➔ 44,0%	95,3%

* Dati su coloro che conoscono il .IT



11

CONOSCENZA E IMMAGINE DEI NOMI INTERNET

IMMAGINE COMPARATA* (Voto Medio - Scala da 1 a 10)

	POPOLAZIONE			AZIENDE			OPINION LEADER		
	.IT	.COM	.EU	.IT	.COM	.EU	.IT	.COM	.EU
	7,4	7,6	6,7	7,8	7,9	6,8	7,7	7,2	6,7
Notorietà	7,9	8,0	6,0	8,3	8,4	6,6	9,0	8,1	5,5
Modernità	7,4	7,8	7,0	7,7	8,0	6,9	7,4	7,2	7,0
Affidabilità/Sicurezza	7,3	7,4	7,0	7,7	7,8	6,9	7,4	7,0	7,1
Funzionalità/Efficienza	7,6	7,6	6,9	7,8	7,9	6,9	7,5	7,4	6,9
Eticità	7,0	7,0	6,8	7,4	7,5	6,8	7,1	6,3	7,0

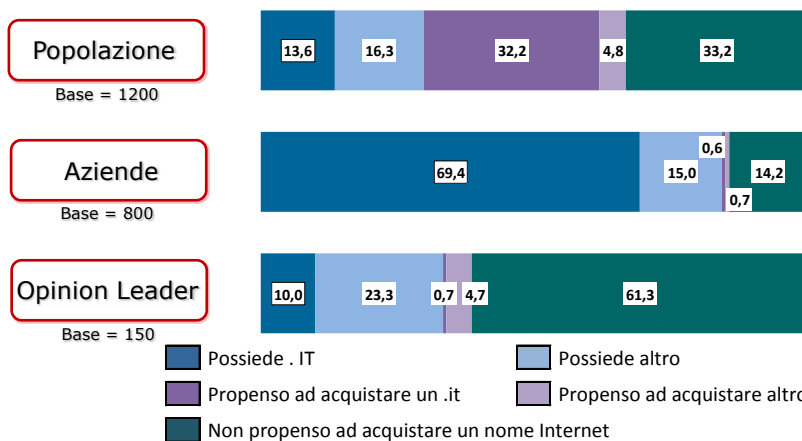
Base: Coloro che conoscono .IT, .COM, .EU



12

POSSESSO E PROPENSIONE VERSO IL .IT

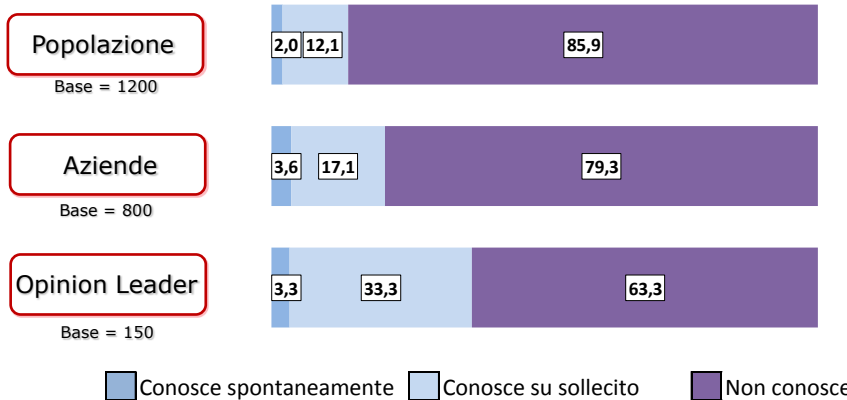
Valori %



13

CONOSCENZA **REGISTRO .IT**

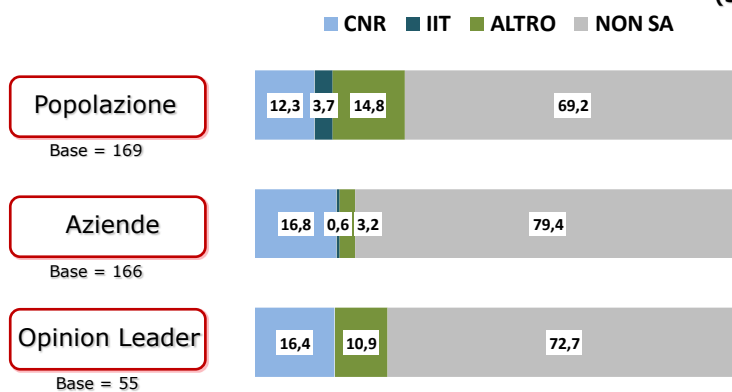
Valori %



14

CHI C'E' DIETRO IL **REGISTRO.IT**

(Spontanea - Valori %)



Base : Conoscono il Registro .IT



VALUTAZIONE PRESENZA IIT/CNR DIETRO IL **REGISTRO.IT**

Valori %

■ AREA POSITIVA ■ AREA NEGATIVA ■ NON INDICA

