

È tutta digital la dieta mediatica degli italiani

19 OTTOBRE 2018

Così dice il 15° Rapporto Censis sulla comunicazione:

- Tv e radio si fruiscono via web.
- Triplica la spesa per smartphone.
- Grande uso dei social network.

TELEVISIONE

Nel 2018 **la TV** registra una leggera flessione di telespettatori:

La tv digitale terrestre e la tv satellitare si attestano, rispettivamente:

- TV digitale all'89,9% di utenza tra gli italiani
- TV satellitare all'41,2% di utenza tra gli italiani

entrambe perdono il 2,3% di pubblico nell'ultimo anno.

Continuano a crescere invece :

- ***tv via internet*** (web tv e smart tv, +3,3% in un anno)
- ***mobile tv*** (che è passata dall'1% del 2007 all'attuale 25,9% di spettatori, con un aumento del 3,8% nell'ultimo anno).

L'incremento di utenti dei servizi video digitali è uno dei cambiamenti più rilevanti del 2018:

in un anno gli italiani che guardano i programmi delle piattaforme di **tv on demand** sono aumentati dall'11,1% al 17,9%, con punte del 29,1% tra i giovani under 30.

RADIO

La radio continua a rivelarsi all'avanguardia nel sistema dei media. Complessivamente, i radioascoltatori sono il 79,3% degli italiani.

Se la **radio tradizionale** perde 2,9 punti percentuali di utenza (oggi al 56,2%), la flessione è compensata dall'ascolto delle trasmissioni radiofoniche **via internet con il pc** (lo fa il 17% degli italiani) e soprattutto attraverso **lo smartphone** (+1,6% rispetto allo scorso anno).

INTERNET, SMARTPHONE E SOCIAL

Gli italiani che usano internet aumentano dal 75,2% al 78,4% (+33,1% dal 2007).

Quelli che utilizzano gli smartphone salgono dal 69,6% al 73,8% (+4,2% nell'ultimo anno, mentre ancora nel 2009 li usava solo il 15% della popolazione).

Gli utenti dei social network crescono ancora, dal 67,3% al 72,5% della popolazione.

Aumentano gli utenti di **WhatsApp**:

- il 67,5% degli italiani,
- l'81,6% degli under 30.

Più della metà della popolazione usa i due social network più popolari: **Facebook** (56%) e **YouTube** (51,8%).

Notevole è il passo in avanti di

- **Instagram**, che arriva al 26,7% di utenza (e al 55,2% tra i giovani).
- mentre **Twitter** scende al 12,3%.

LIBRI E GIORNALI

- Nel 2007 i quotidiani erano letti dal 67% degli italiani,
- nel 2018, ridotti al 37,4% (anche se nell'ultimo anno registrano un +1,6% di utenza).

Il calo non è stato compensato dai **giornali online**, che nello stesso periodo hanno incrementato l'utenza solo dal 21,1% al 26,3%.

Restano stabili i **settimanali** (con il 30,8% di lettori, -0,2% in un anno) e i **mensili** (con il 26,5% di lettori, -0,3%).

Anche i lettori di **libri** continuano a diminuire anno dopo anno.

Se nel 2007 il 59,4% degli italiani aveva letto almeno un **libro** nel corso dell'anno, nel 2018 il dato è sceso al 42% (-0,9% rispetto allo scorso anno). Né gli **e-book** (letti solo dall'8,5% degli italiani, -1,1% nell'ultimo anno) hanno compensato la riduzione.

QUANTO SPENDONO

- La spesa per **smartphone** è più che triplicata nell'ultimo decennio (+221,6%, per un valore di quasi 6,2 miliardi di euro nell'ultimo anno);
- quella per **computer** è aumentata del 54,7%, i servizi di telefonia si sono riassetati in basso per effetto di un riequilibrio tariffario
- la spesa per **libri e giornali** ha subito un crollo (-38,8% nel decennio).

GIOVANI E ANZIANI

È forte la **frattura generazionale nei consumi mediatici**.

I giovani si muovono con agilità nel sistema della comunicazione digitale, sfruttando più di chiunque altro tutte le opportunità offerte.

Tra gli under 30 la quota di utenti di **internet** supera il 90%, mentre è ferma al 42,5% tra gli over 65.

Più dell'86% degli under 30 usa lo **smartphone**, mentre gli over 65 lo fa solo per il 35%.

Più del 70% dei giovani è iscritto a **Facebook** e usa **YouTube**, contro circa il 20% degli anziani.

Più della metà dei giovani consulta i **siti web di informazione**, contro appena un quinto degli anziani.

Quasi il 47% dei primi guarda la **web tv**, contro appena il 9,5% dei secondi. Oltre il 35% dei giovani ascolta la **radio** attraverso il telefono cellulare, mentre lo fa solo il 4% dei longevi.

Su **Twitter** c'è un quarto dei giovani e un marginale 3% scarso degli over 65.

Utenti di:	UNDER 30	OVER 65
INTERNET	>90%	42,5%
SMARTPHONE	>86%	35%
FACEBOOK - YOUTUBE	70%	20%
SITI WEB informazione	50%	20%
WEB TV	47%	9,5%
RADIO su cellulare	>35%	4%
TWITTER	25%	3%

- IN CHE MODO USI ABITUALMENTE LA TELEVISIONE? E LA RADIO?
- QUALI MEZZI DI COMUNICAZIONE UTILIZZI DI PREFERENZA PER INFORMARTI SU CIO' CHE ACCADE IN ITALIA E NEL MONDO?
- PERCHE'?
- PENSI DI ESSERE SUFFICIENTEMENTE INFORMATO?