



## COMUNICATO STAMPA

### **Over 65 digitalizzati, stranieri iperconnessi, boom della Smart TV**

#### **Ecco il ritratto dell'Italia nel secondo Rapporto Auditel-Censis**

Presentato oggi a Roma, alla Camera dei Deputati, il secondo Rapporto Auditel-Censis che racconta, con la potenza che gli viene dalla **Ricerca di Base Auditel (intervista nelle loro case 20.000 famiglie in 7 wave annuali, per un totale che supera i 41.000 individui) come sta cambiando la parte più intima della società italiana, quella delle famiglie, delle convivenze reali e del sistema di relazioni tra i componenti delle stesse**. E racconta anche verso quali dotazioni tecnologiche si orientano le scelte familiari e individuali e come si stanno riarticlando i consumi audiovisivi, mettendo in luce aspetti nascosti e poco analizzati dell'incontro tra italiani e nuove tecnologie. Un incontro che, anche grazie alla crescita della possibilità di connettersi, alla moltiplicazione dei device e ai tanti contenuti, televisivi e non, di cui è possibile fruire, sta diventando sempre più granulare e di massa senza escludere nessun segmento della società. Quattro sono le maggiori evidenze che emergono dal secondo **Rapporto Auditel-Censis: 1) la spinta dei minori all'acquisizione e al consumo di media; 2) la marcia verso la modernità degli over 65; 3) la forte digitalizzazione delle famiglie straniere; 4) l'avanzata della Smart TV (che emerge con forza dalla prima mappatura delle dotazioni digitali degli italiani)**.

#### **La spinta dei minori**

I dati relativi alle dotazioni familiari e alle fruizioni individuali di device tecnologici indicano con chiarezza che **avere un minore in casa significa avere una forte spinta all'acquisizione e al consumo di media e tecnologie**. Quando poi la presenza di almeno un minore si combina con condizioni socio economiche favorevoli, i comportamenti di consumo diventano addirittura anticipatori della società che verrà: è il caso delle **742.000 famiglie pioniere del cambiamento, che rappresentano il 3% delle famiglie italiane e che raddoppiano o, addirittura, triplicano le dotazioni e le fruizioni del resto del Paese**. I dati indicano anche che ci sono alcune tipologie di nuclei familiari al momento più indietro, ma che stanno facendo passi da gigante per

annullare il digital divide: tra questi, senza dubbio, gli over 65, sempre più numerosi e sempre più attivi, anche sul fronte dei consumi tecnologici e di comunicazione, e gli stranieri, più giovani e meno dotati economicamente, ma alla rincorsa del modello di sviluppo italiano.

### **Over 65 in marcia verso la modernità**

L'universo delle famiglie di over 65 non è un monolite fatto di solitudine e di mancanza di relazionalità, ma un mondo complesso e variegato all'interno del quale c'è un segmento rilevante che sta lentamente, ma decisamente, marciando verso l'innovazione. **Si tratta di oltre 2 milioni 800.000 famiglie di longevi che hanno due o più componenti e che, addirittura, sono mediamente più ricche della media delle famiglie italiane. In queste famiglie aumentano tutti gli schermi per il consumo di contenuti TV e web:** nell'ultimo anno crescono gli apparecchi televisivi - in controtendenza con quanto avviene nel resto del Paese - e aumentano, più della media, computer fissi e portatili, tablet, connessioni ad internet.

### **Cittadini stranieri alla scoperta del mondo digitale**

**Sono oltre cinque milioni e rappresentano l'8,7% della popolazione residente, sono mediamente più giovani degli italiani, hanno un lavoro, hanno case da arredare e figli minori da far crescere. È questo il mix di cui sono portatori i cittadini stranieri che risiedono regolarmente in Italia.** E che appare particolarmente favorevole alla crescita delle dotazioni e dei consumi avanzati di tecnologie e di informazione. Una crescita che oggi è frenata dal livello socio economico basso o medio basso di questi nuclei famigliari, che comunque si sono dotati di un paniere di tecnologie capace di rispondere al bisogno fondamentale di relazionarsi con i connazionali e con il Paese di origine. Tale paniere comprende sempre il cellulare/smartphone e la possibilità di collegarsi ad internet. Considerando la rapidità con cui i cittadini stranieri tendono ad assorbire i comportamenti di consumo degli italiani - e la progressione nella piramide sociale che, nella stragrande maggioranza dei casi, li attende in Italia - è probabile che nei prossimi anni saranno loro a rappresentare i nuovi consumer di programmi televisivi e di tecnologie.

### **112 milioni di device (e la Smart TV avanza)**

La Ricerca di Base Auditel rappresenta lo strumento più accreditato, più aggiornato e più attendibile per misurare quanti sono i device che si trovano nelle case degli italiani, sono già collegati e possono essere visti anche come altrettanti schermi attraverso i quali fruire di programmi televisivi o di altri contenuti audio e video. Ebbene, **nel 2018 tali schermi sono complessivamente 112 milioni, in crescita**

**rispetto al 2017 di oltre mezzo milione. Ogni famiglia ha una media di 4,6 device a disposizione. Si tratta di un andamento che non è uniforme e che vede due grandi vincitori: 1) gli smartphone, che sono 43 milioni e 600.000 e che quest'anno superano, per la prima volta, gli apparecchi TV (sono 42 milioni e 300.000); 2) le Smart TV e i dispositivi esterni che permettono di collegare al web un teleschermo tradizionale sono 10 milioni e 400.000, di cui 6 milioni e 500.000 connessi, con una crescita del 20,6% rispetto al 2017.** Moltiplicare i device significa anche moltiplicare e differenziare le possibilità e le modalità di fruire di contenuti di comunicazione, migrando tra uno schermo e l'altro, in visioni che avvengono da soli, in compagnia, in soggiorno, in cucina, nella camera da letto, spesso in contemporanea su più schermi e più programmi. Infatti, 5 milioni e 700.000 italiani, pari al 9,7% della popolazione di età superiore ai quattro anni, guardano programmi televisivi live o on demand su schermi diversi dalla televisione, collegandosi a device fissi o mobili. È un valore che cresce negli anni, e che vede come protagonisti soprattutto i minori e i millennials.

*“Il secondo Rapporto Auditel-Censis conferma l'importanza e il valore della Ricerca di Base Auditel, l'asset meno conosciuto della nostra società, ma, probabilmente, il più importante, giacché permette di costruire e innovare il SuperPanel Auditel, mantenendolo costantemente allineato ai cambiamenti in corso nella società italiana e, quindi, capace di certificare fedelmente i consumi TV. Non basta. Il Rapporto conferma la bontà della scelta di monitorare gli ascolti anche sui device digitali vista la proliferazione degli schermi su cui godere dei contenuti televisivi” ha detto **Andrea Imperiali, presidente di Auditel.***

**Secondo Giuseppe De Rita, presidente del Censis:** *“Il rapporto mette in luce che il fenomeno della digitalizzazione sta creando un grande processo di democratizzazione della società italiana, infatti, viviamo tutti in uno stesso mondo: quello digitale”.*

**Per Alberto Barachini, presidente Commissione Vigilanza RAI:** *“uno dei dati più rilevanti del rapporto è quello riguardante i cittadini stranieri che hanno bisogno e cercano un'integrazione culturale che gli strumenti tecnologici possono dare loro.”*

**Anche Angelo Cardani, presidente AGCOM** ribadisce che: *“il rapporto evidenzia come il bisogno di connettersi sia aumentato esponenzialmente e questo sta spingendo il nostro Paese verso uno sviluppo tecnologico e digitale.”*

**Gian Carlo Blangiardo, presidente Istat,** spiega che: *“questo rapporto offre un prezioso contributo e ho apprezzato molto la grande attenzione verso gli anziani, le persone sole e i giovani che restano in famiglia. E' utile, inoltre, per comprendere come cambia l'atteggiamento dei consumatori verso la tecnologia.”*