

Milano, 19 settembre 2008

Roberto Borghini
Panel Services Director

nielsen
.....



Associazione Italiana Editori



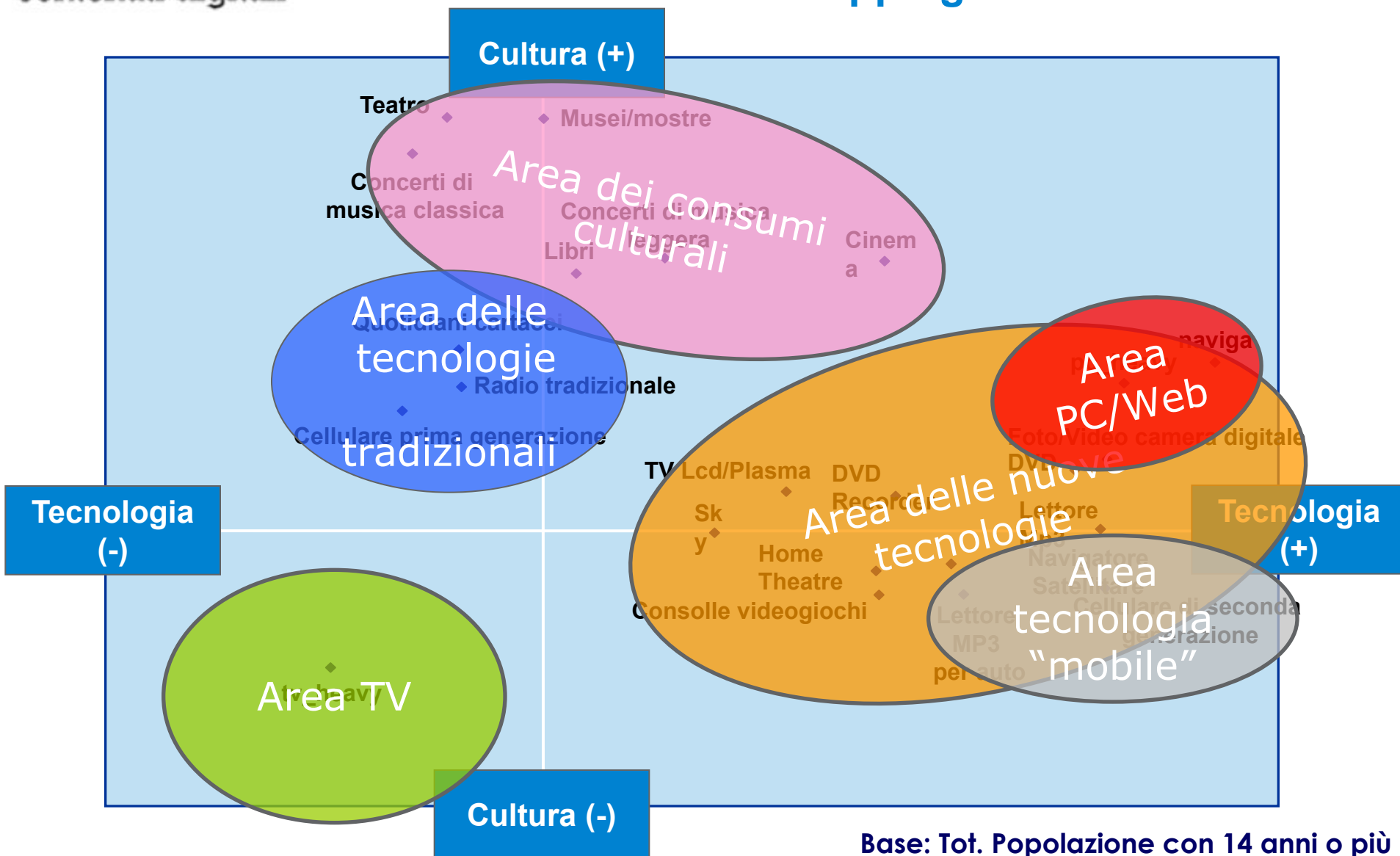
Unione Italiana Editoria Audiovisiva



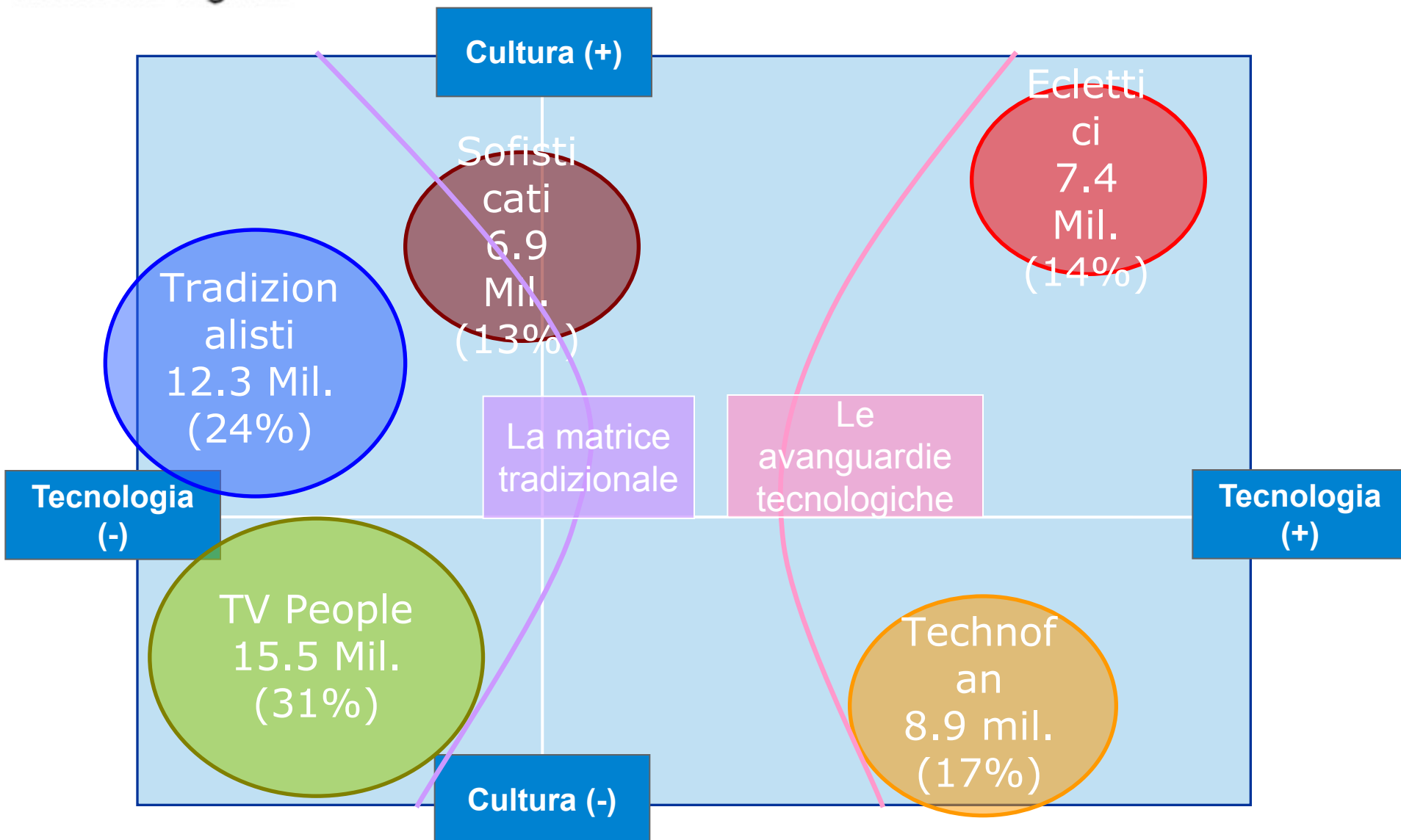
Dove ci eravamo lasciati...

Propensione tecnologica e consumi culturali

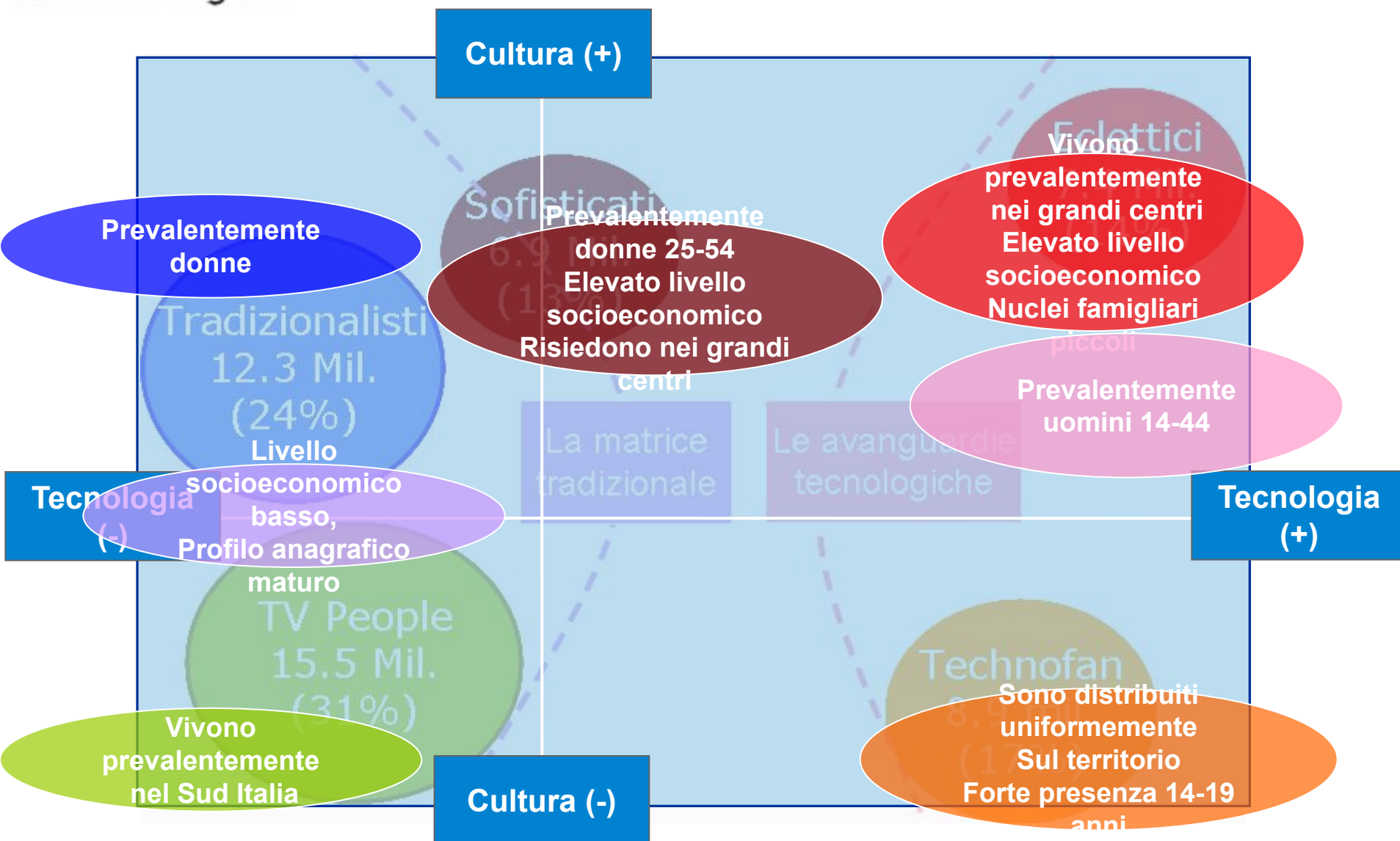
Mapping della società italiana



Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più



Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più



Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

Una visione integrata dei dati di scenario sulle nuove tecnologie e i consumi culturali identifica presso la popolazione italiana cinque aree distinte

- ✓ un'area a massiccio consumo televisivo e bassa fruizione culturale □ **TV People**
- ✓ un'area a moderata fruizione culturale e utilizzo di tecnologie tradizionali □ **Tradizionalisti**
- ✓ un'area a forte fruizione di consumi culturali e moderata fruizione tecnologica □ **Sofisticati**
- ✓ un'area che unisce una forte attitudine alle nuove tecnologie ad una spiccata propensione al consumo di contenuti culturali e di intrattenimento, orientata a PC e web □ **Eclettici**
- ✓ un'altra area fortemente tecnologica orientata alla fruizione esclusivamente ludica delle nuove tecnologie □ **Technofan**



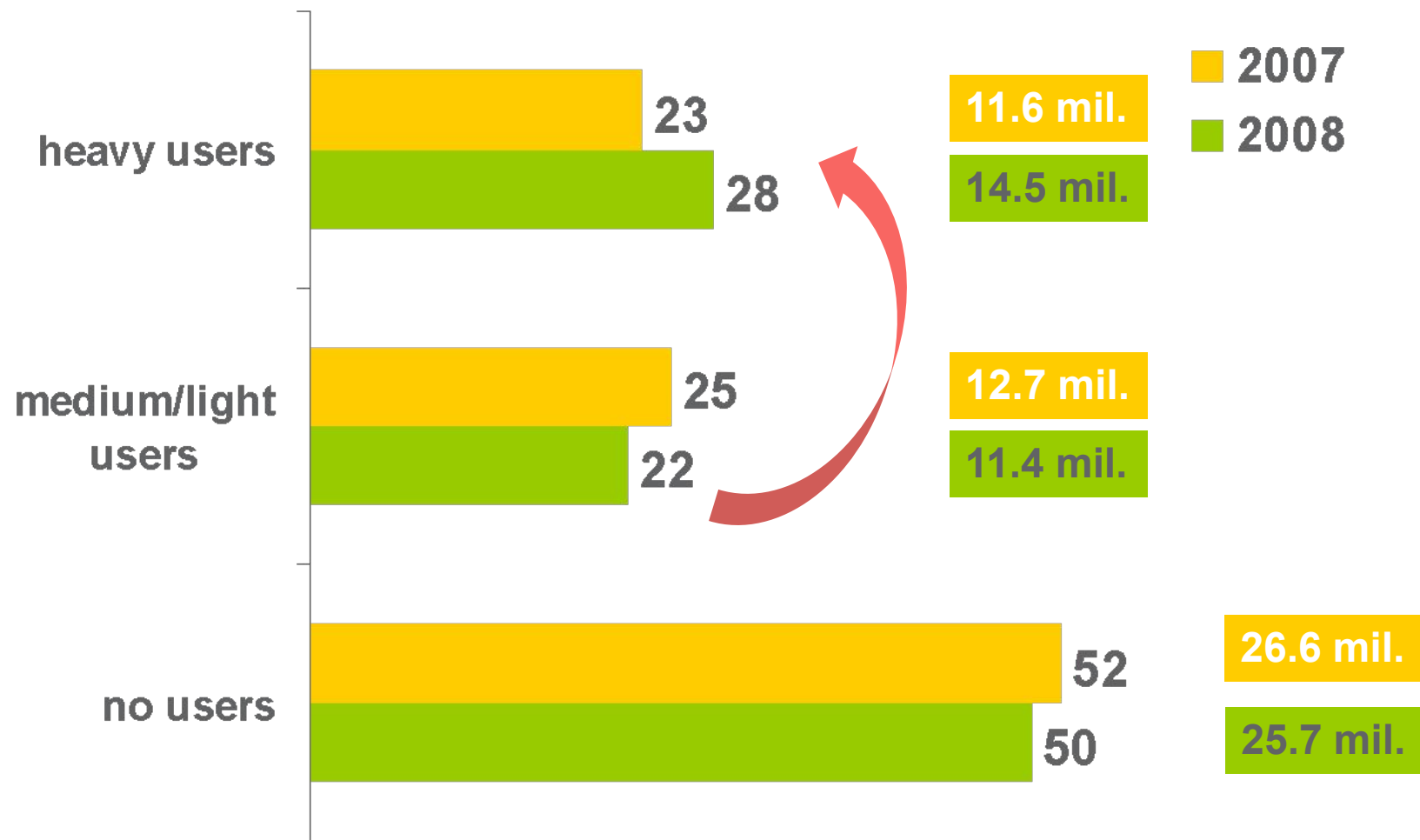
- ✓ Il 30 % della popolazione con maggiore attitudine tecnologica (Eclettici e Technofan) si divide in due sotto-gruppi affini sotto il profilo sociodemografico, ma estremamente disomogenei dal punto di vista dei consumi culturali (differenze più marcate rispetto a quelle che si notano sui gruppi tecnologicamente meno avanzati)
- **Le variabili classiche di segmentazione non sono sufficienti** ad interpretare **la relazione fra attitudine tecnologica e fruizione di contenuti culturali** e d'intrattenimento
- Rispetto ai media tradizionali, **le nuove tecnologie tendono ad amplificare le differenze in termini di attitudine ai consumi culturali**

- ✓ La **relazione** fra utilizzo della **tecnologia** e fruizione di **contenuti culturali e d'intrattenimento non** si manifesta in modo **univoco**:
 - ✓ Se, da una parte, la **scarsa attitudine alla tecnologia** generalmente **si traduce** in un **limitato interesse per i contenuti** culturali e d'intrattenimento
 - ✓ NON è tuttavia possibile affermare il contrario
- ✓ L'interesse e – soprattutto – la valorizzazione dei contenuti si rivelano legati non tanto alla disponibilità/attitudine alle nuove tecnologie, bensì alle **modalità** (e quindi alle finalità) con cui tali tecnologie sono utilizzate.
- ✓ Sembra che sia la *discriminante culturale* a permettere e orientare verso un utilizzo attivo o passivo delle nuove tecnologie: la tecnologia di per sé costituisce uno strumento neutro. Per una corretta analisi dell'impatto delle nuove tecnologie sul sistema paese, al concetto di digital divide occorre affiancare quello di **cultural divide**.

Le dinamiche in atto

Digital Divide in Italia

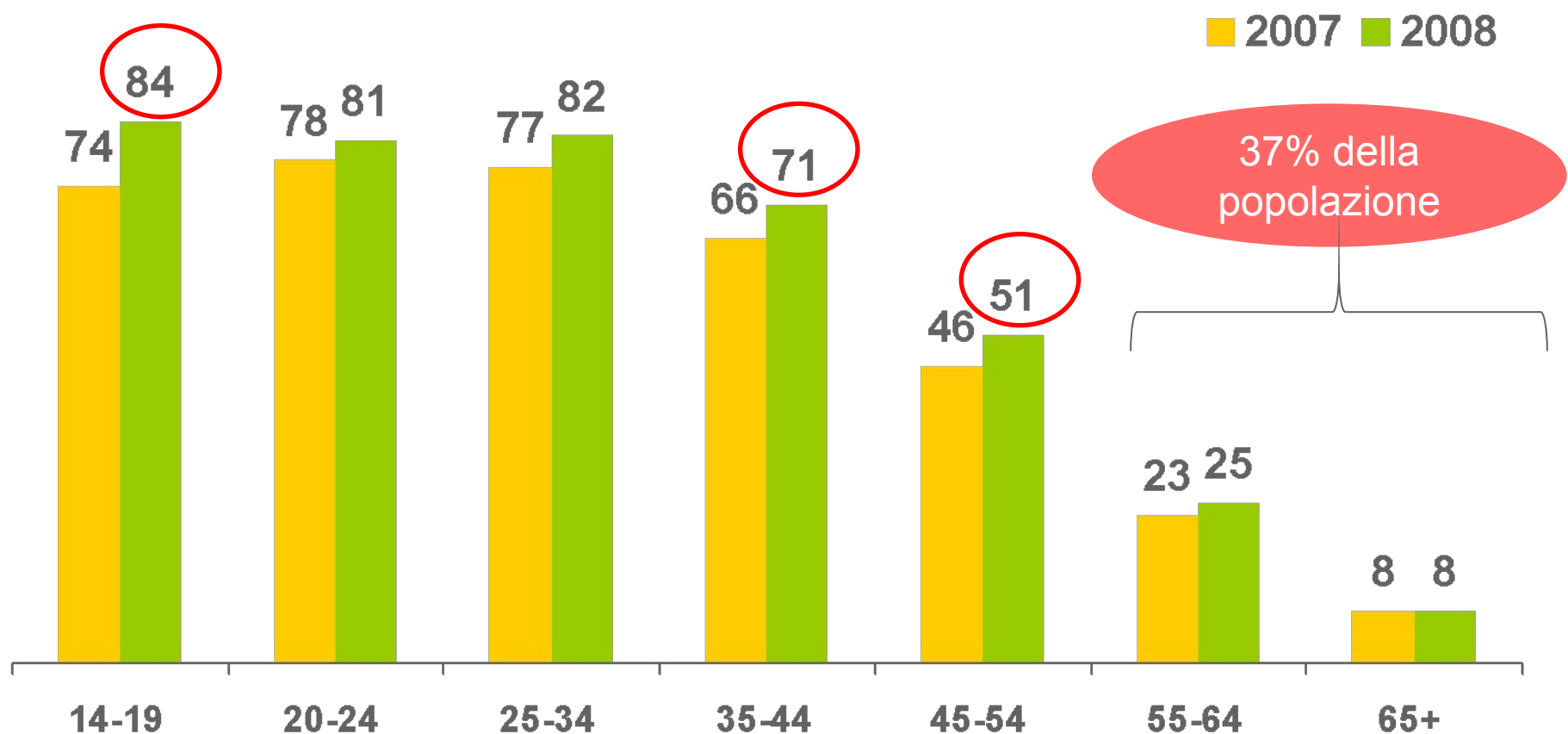
Trend internet vs 2007



Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

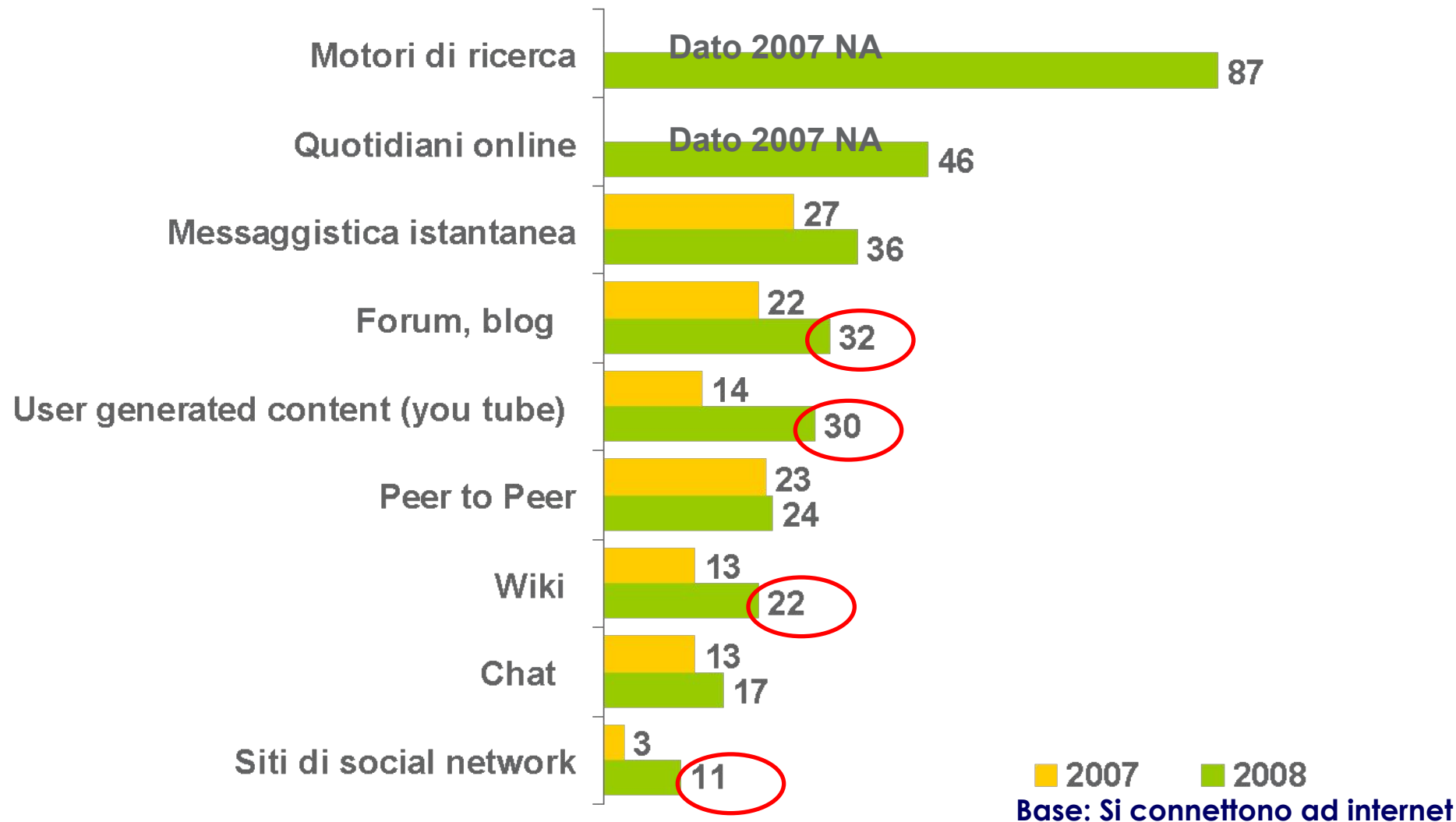
L'accesso ad internet trend 2007/2008 per fascia di età

% individui che si connettono ad internet



Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

I siti/servizi visitati almeno una volta alla settimana



- L'analisi del **trend 2007/2008** relativo all'utilizzo di internet in Italia evidenzia come:
- ✓ da una parte l'accesso ad **internet si diffonde** in Italia **con lentezza** (+2% in un anno)
 - ✓ dall'altra, fra chi già nel 2007 accedeva ad internet, l'utilizzo della **rete tende a "quotidianizzarsi"**: gli heavy users internet crescono del 5%
 - **cresce il digital divide**
 - ✓ in termini prospettici, **la fascia d'età con un maggiore potenziale di crescita** nel medio/breve periodo **in termini di accesso ad internet è quella compresa fra 35 ed i 54 anni**, mentre la **forte incidenza degli over 55** sul totale della popolazione appare come la **principale causa** strutturale della **limitata diffusione di internet** in Italia
 - ✓ la quotidianizzazione dell'utilizzo di internet si traduce in una **crescita marcata di quasi tutti i principali siti/servizi**, in particolare quelli caratterizzati da una **forte interattività** (forum/blog, user generated content, wiki, social network)

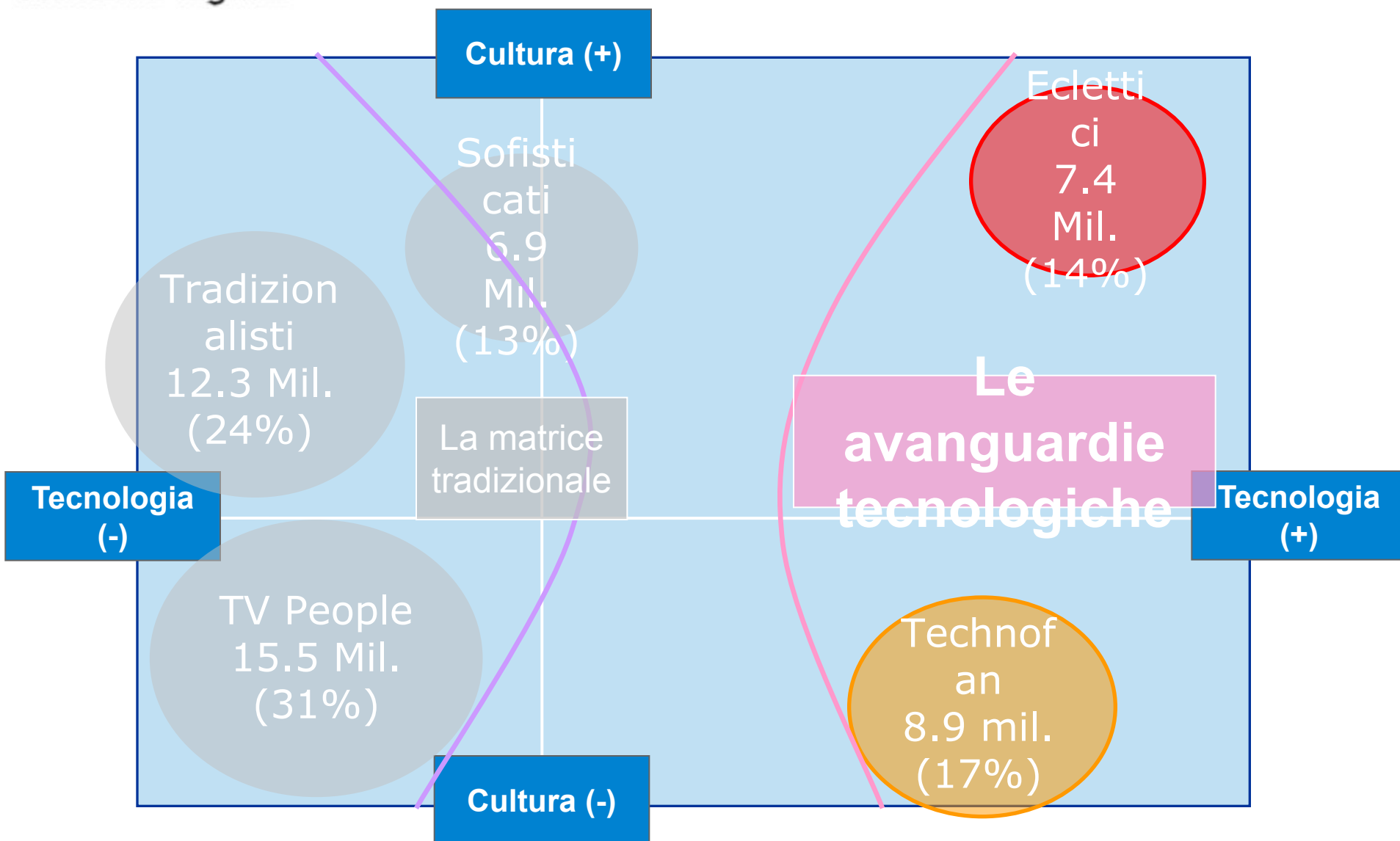
- Il **cultural divide** e le modalità di utilizzo delle nuove tecnologie hanno ripercussioni solo sul mercato dei contenuti culturali e di intrattenimento o hanno anche **implicazioni più ampie**?
- Che **ruolo** hanno la **famiglia** e la **società** nell'orientare alle diverse modalità di utilizzo della tecnologia in relazione ai contenuti culturali e di intrattenimento?
- A fronte delle dinamiche in atto **quale futuro** si prospetta per la nostra società?



Abbiamo cercato di dare una risposta a queste domande attraverso due strumenti fortemente integrati tra loro:

- indagine quantitativa su 8.500 individui rappresentativi della popolazione italiana
- indagine qualitativa etnografica (12 nuclei familiari ad elevata propensione tecnologica – 30 osservazioni/interviste a figli e genitori)

Uno sguardo prospettico: le avanguardie tecnologiche - *technofan ed eclettici* -



Italia

Avanguardie

Utilizzano internet

50

99

Hanno effettuato acquisto online

17

38

Interagiscono sui siti d'interesse

14

32

L'utilizzo di Internet

Possiedono un cellulare di seconda generazione

56

88

Fare foto o video

39

59

Gestire l'agenda

28

42

Inviare MMs

21

33

Ascoltare musica

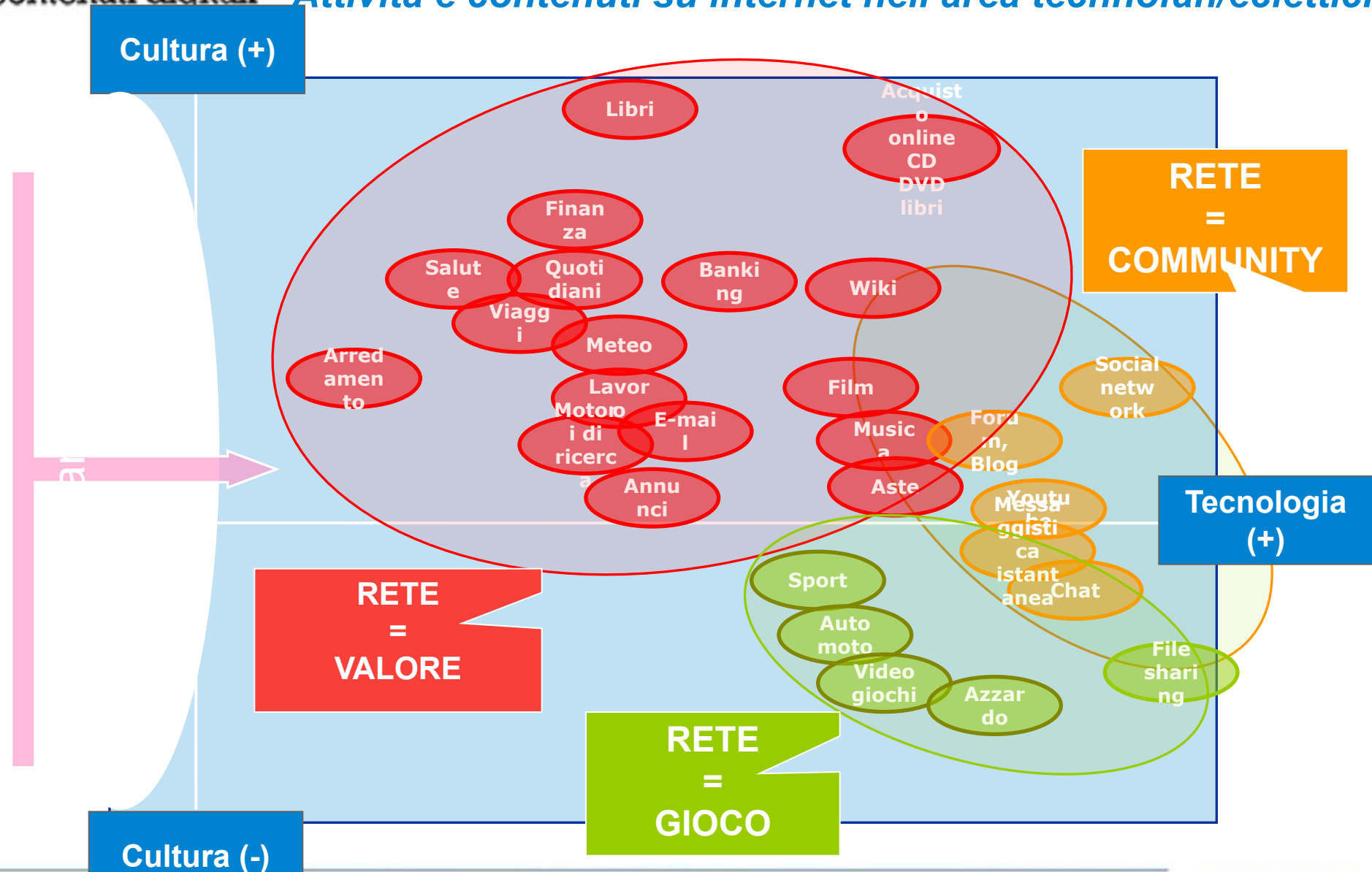
20

33

Le funzioni del cellulare

Qual è il ruolo della rete?

Attività e contenuti su internet nell'area technofan/eclettici



Il vissuto della tecnologia: i tratti differenzianti

Spesso ancora di prima generazione

Sempre di seconda generazione

Ipod
-
Mp3
Cell
ular
e

+ Cultura

Eclettici

Technofan

- Cultura

L'emisfero "sinistro": il pensiero e la parola

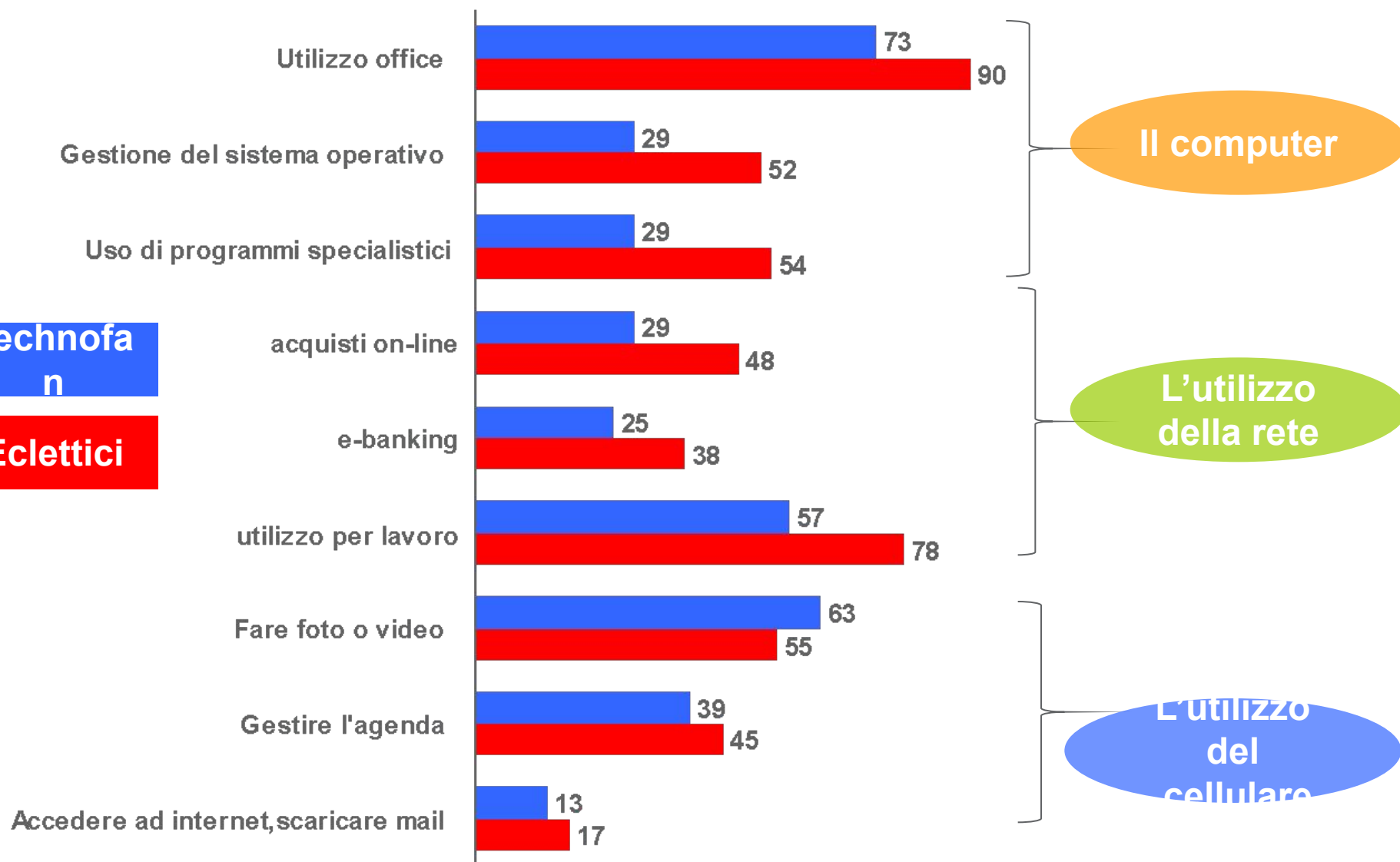
- I contenuti: informativi, culturali e di servizio
- Uso integrato con la quotidianità
- Relazione affettiva con il contenuto
- Sovrapposizione asincrona di più mezzi □ multimedialità
- Cultura dell'archiviazione

L'emisfero "destro": il sogno e l'immagine

- I contenuti: ludici e relazionali
- Uso della tecnologia fine a se stesso
- Relazione affettiva con il mezzo (alla rincorsa sempre dell'upgrading)
- Sovrapposizione sincrona di più attività □ multitasking
- Cultura dell'usa e getta

**Technofa
n**

Eclettici



Due approcci alla tecnologia ma anche due visioni del mondo diverse

I tratti comuni

- Amore per le novità
- Cultura del piacere
- Propensione alla leadership

+ Cultura

“Mi piace imparare, arricchire le mie conoscenze” +16% vs technofan

“Sarei disposto a fare dei sacrifici e ad avere meno comodità pur di rispettare l'ambiente” +13% vs technofan

“Mi sento cittadino del mondo” +12% vs technofan

- Cultura

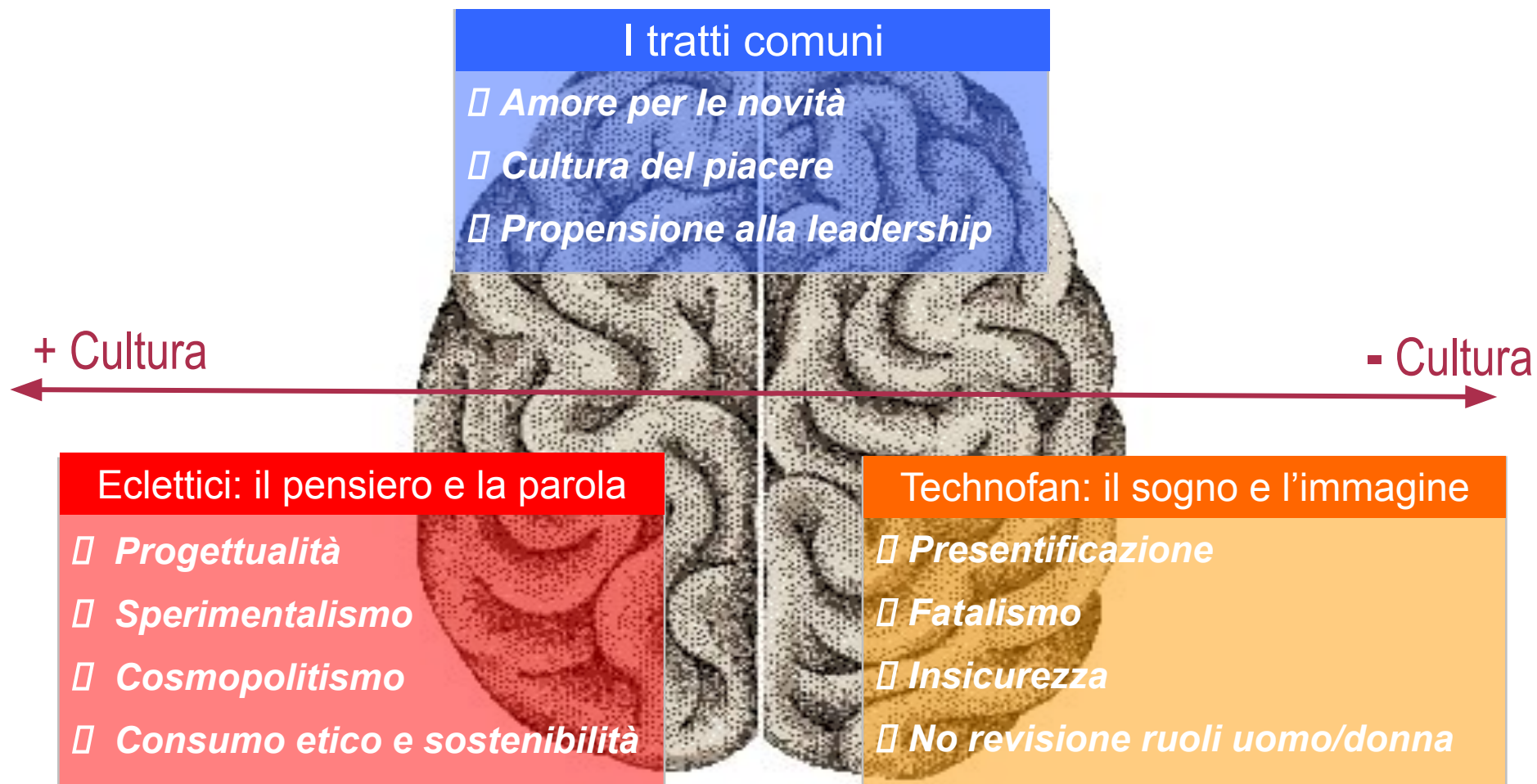
“Per avere successo è meglio trovare subito un buon lavoro piuttosto che perdere tempo a studiare” +12% vs eclettici

“E' giusto che in una famiglia l'uomo guadagni più della donna” +9% vs eclettici

“Credo che la nostra vita sia guidata dal destino” +8% vs eclettici

La descrizione dei 2 cluster è stata costruita grazie all'individuazione delle risposte più discriminanti tra i 2 gruppi all'interno di più di 800 affermazioni appartenenti alla banca dati Nielsen

Due approcci alla tecnologia ma anche due visioni del mondo diverse

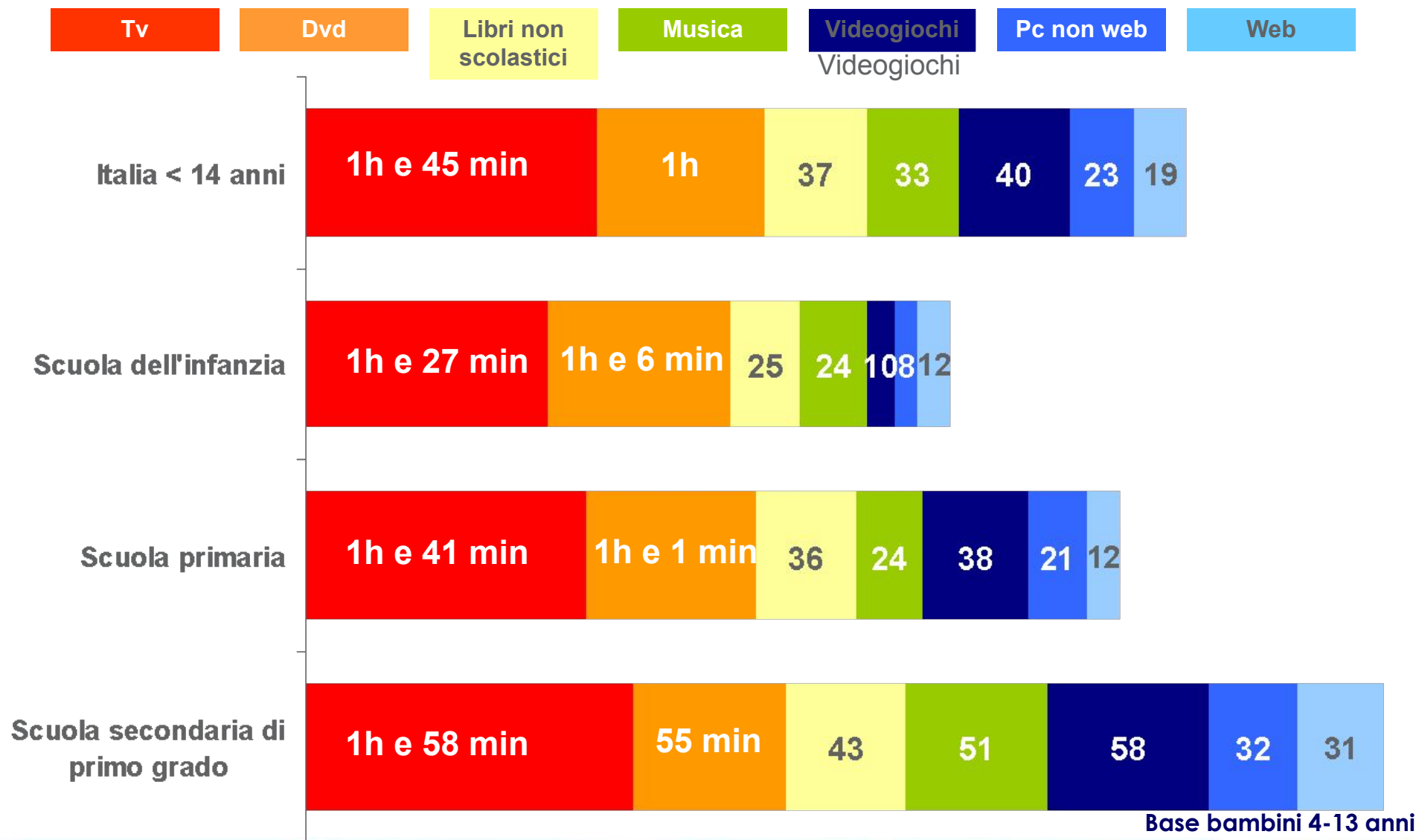


La descrizione dei 2 cluster è stata costruita grazie all'individuazione delle risposte più discriminanti tra i 2 gruppi all'interno di più di 800 affermazioni appartenenti alla banca dati Nielsen

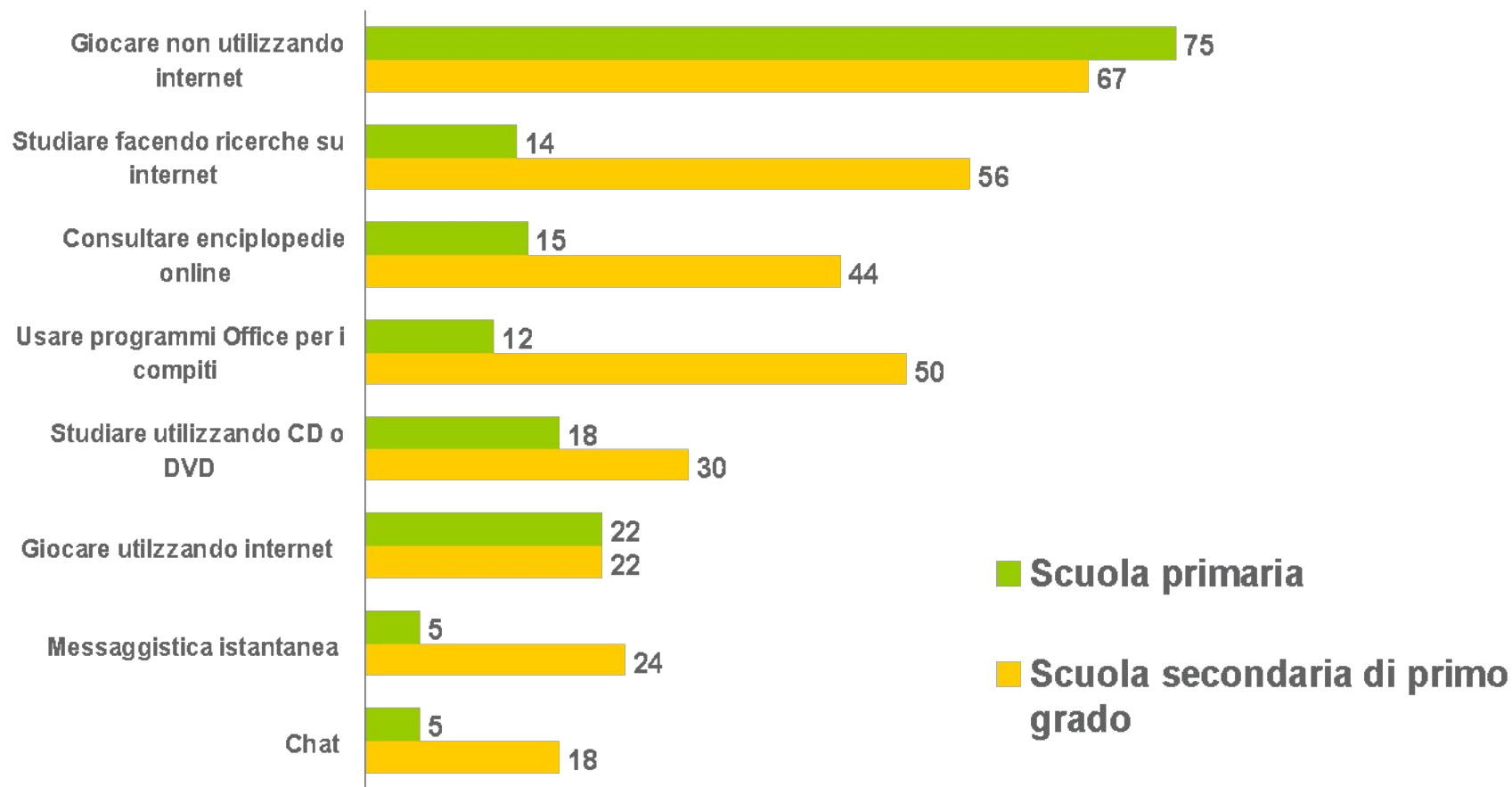
La digital generation: *i ragazzi under 14*

Dieta mediatica degli under 14

Tempo in minuti in una "giornata tipo"



Il 69% dei ragazzi under 14
ha accesso ad un PC



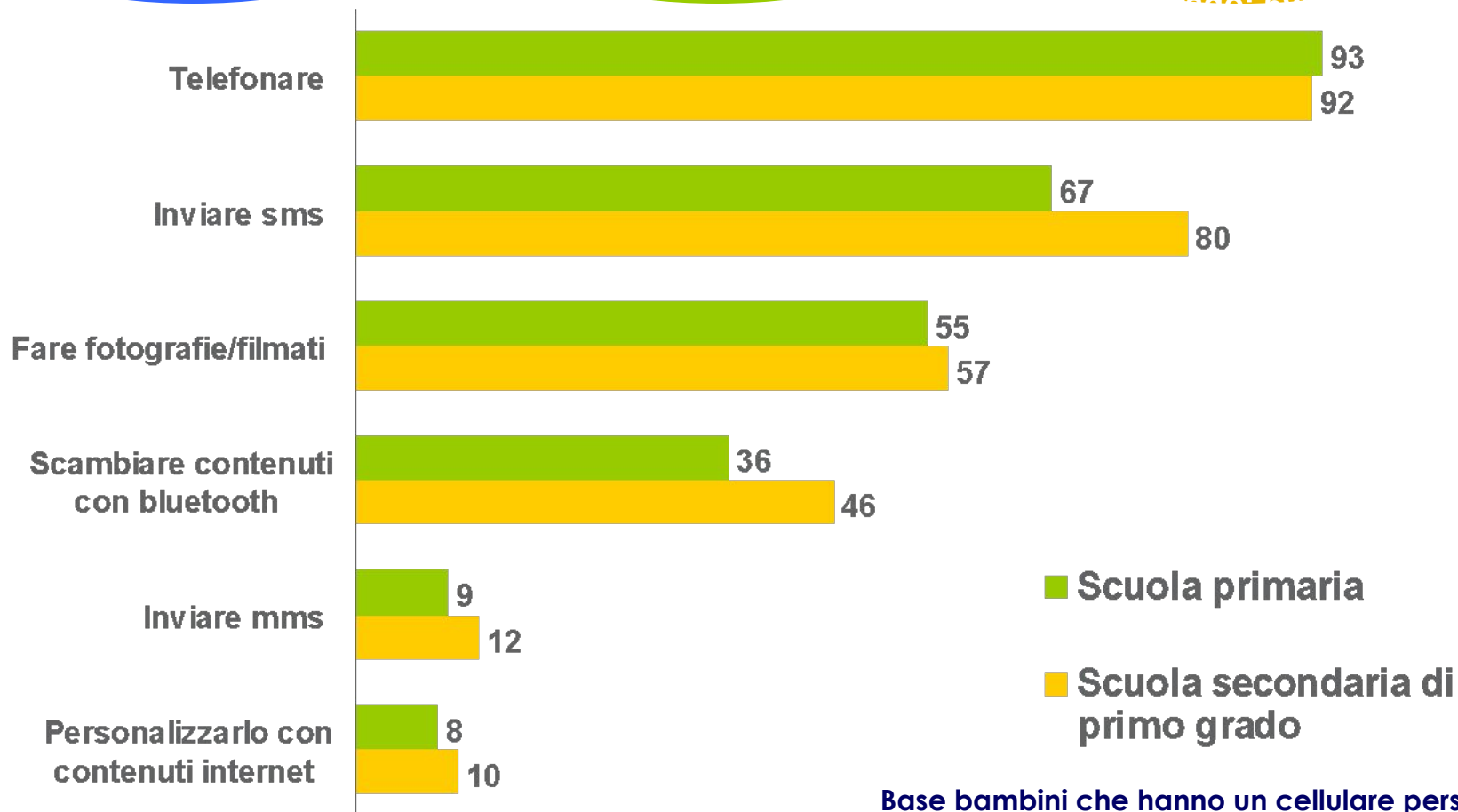
Base bambini che hanno accesso ad un PC in casa

Il 31% dei ragazzi under 14
possiede un cellulare

Scuola
dell'infanzia:
1%

Scuola
primaria:
15%

Scuola
secondaria
di primo
grado: 68%

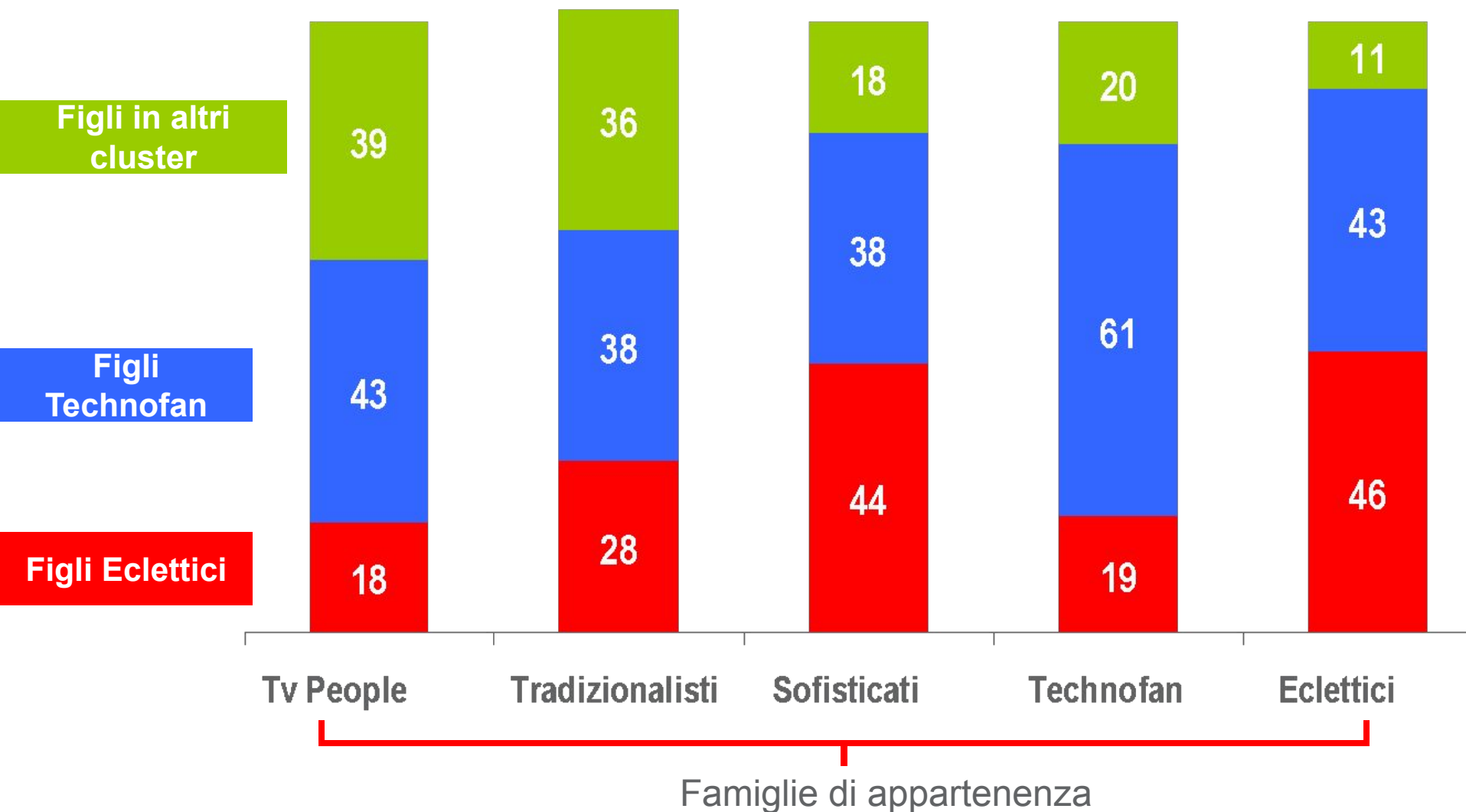


Base bambini che hanno un cellulare personale

- ✓ Presso la generazione di ragazzi fra i 4 ed i 13 anni si registra **una forte diffusione dell'utilizzo del PC (69%)** ed una **più limitata diffusione del cellulare (31%)**
- ✓ L'utilizzo del **PC** è legato soprattutto a **finalità ludiche**, anche se - **con il crescere dell'età** - diventa anche uno **strumento sempre più importante negli studi**.
- ✓ L'utilizzo del **cellulare**, che si diffonde in modo rilevante a partire dagli 11 anni di età, evidenzia una marcata **predisposizione ad utilizzare il telefonino come piattaforma multi-funzione** (telefono, bluetooth, macchina fotografica e videocamera digitale)
- ✓ L'analisi della dieta mediatica degli under 14 evidenzia come **le nuove tecnologie si aggiungono e non si sostituiscono agli strumenti/media più tradizionali** (in primis la televisione, che mantiene un ruolo di primaria importanza) □ utilizzo contemporaneo di più devices (multitasking)

Dai genitori, quali tipologie di figli?

Il ruolo dell'educazione



Base famiglie con figli in casa >14 anni

Dai genitori quali figli?

- ✓ Emerge chiaramente una **relazione tra il gruppo di appartenenza dei genitori e quello dei figli**
- ✓ Tuttavia **questa relazione agisce con intensità differente:**
 - ✓ Mentre il 61% dei figli dei Technofan rimangono tali
 - ✓ Solo il 46% dei figli degli Eclettici rimangono tali
- **I genitori Eclettici hanno molte più difficoltà dei genitori Technofan a trasferire i loro valori ai figli**

Quali sono le motivazioni sottostanti a questa difficoltà?

Il genitore eclettico vs genitore tecnofan

Il genitore eclettico **dedica alla formazione** dei propri figli **molto più tempo della media italiana** e dei genitori tecnofan.

Tempo e attenzione sono dedicati al bambino:

- ✓ **sotto il profilo della formazione culturale**
 - ✓ Quando il bambino è più piccolo legge spesso insieme a lui (10% vs tecnofan)
 - ✓ Lo accompagna a visitare mostre/musei (+22% vs tecnofan), a concerti (+15%), a teatro (+13%), al cinema (+7%)
- ✓ **sotto il profilo della formazione tecnologica, anche se in modo meno marcato**
 - ✓ Spesso passa tempo al pc con il figlio (+3% vs tecnofan)
 - ✓ Ha un ruolo importante nel suo apprendimento tecnologico (+6% vs tecnofan)

Nelle **famiglie tecnologicamente avanzate**, sia Eclettici sia Technofan, i rapporti tra genitori e figli sono **trasversalmente caratterizzati** da:

✓ **Approccio positivo alla tecnologia e senso di controllo del mezzo**

- ✓ *La tecnologia è oramai un'abitudine... scandisce ed accompagna la mia famiglia...siamo all'avanguardia...siamo al passo con i tempi...ci sentiamo attuali...*

✓ **Abilità e fiducia**

- ✓ *I miei non si preoccupano quando vado su Internet anche perché i miei si fidano del fatto che non vado su siti compromettenti... ..c'è fiducia, sanno che non mi avventuro oltre*

✓ **Rapporto di collaborazione e scambio di conoscenze e di esperienze tra genitori e figli nell'apprendimento e nell'utilizzo delle tecnologie**

- ✓ *Loro condividono con noi la loro parte di tecnologia... Ci chiamano per farci vedere quando giocano. Se guardano un video particolarmente strano o divertente su Youtube, ci chiamano e lo vediamo insieme*

✓ **Fruizione nomade della tecnologia in famiglia:** figli e genitori si scambiano le proprie postazioni in base al compito da eseguire, la tecnologia rende itinerante la famiglia in casa

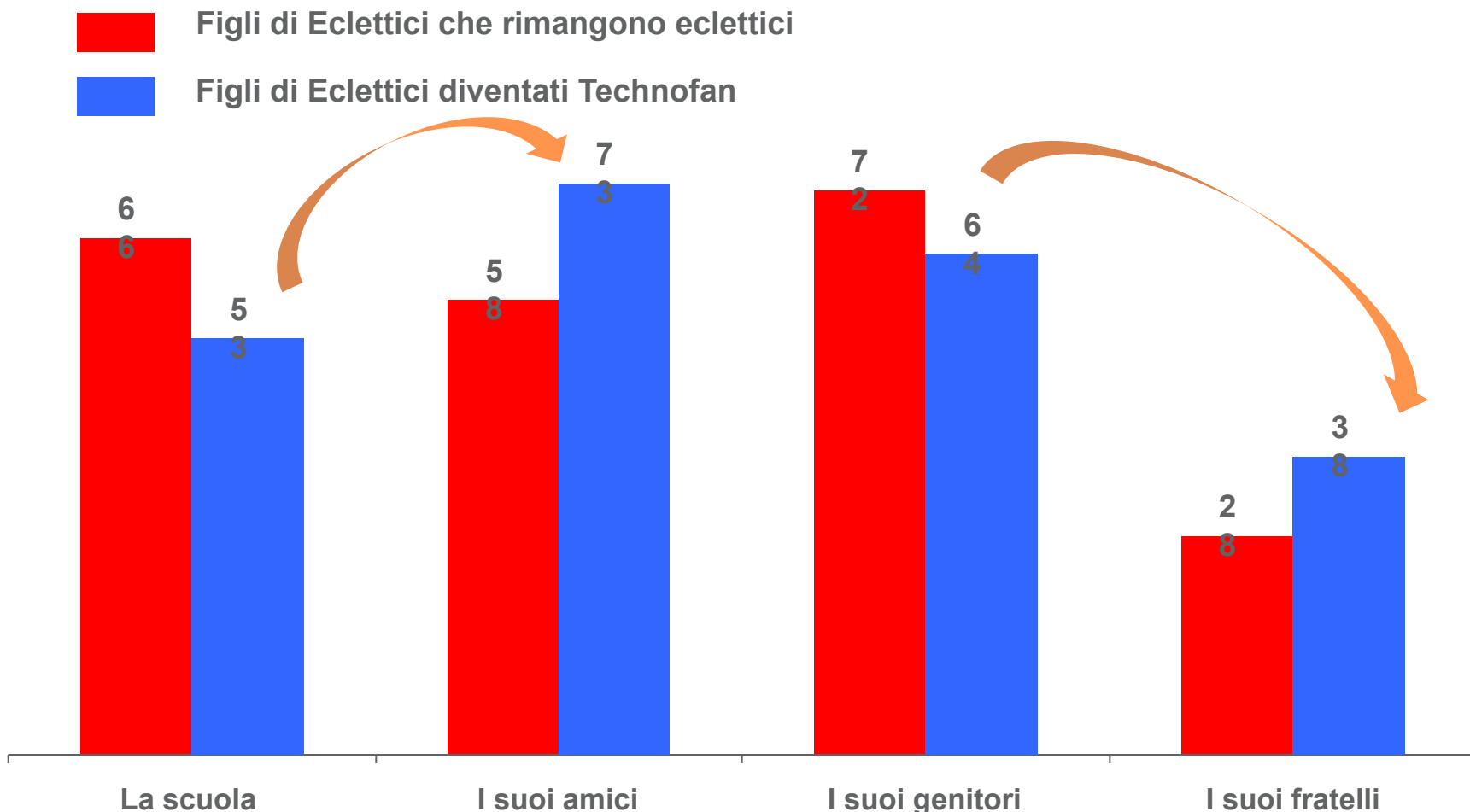
✓ **Uso promiscuo e contemporaneo degli strumenti e dei contenuti:** nelle case si respira il protagonismo degli strumenti capaci di inglobare, integrare ed elaborare le capacità di altri strumenti tecnologici specifici

La tecnologia **più che essere insegnata viene condivisa**

- ✓ Emerge da parte dei genitori la **difficoltà nel guidare e affiancare i figli nella crescita dell'utilizzo delle tecnologie** □ la percezione di essere superati si affianca alla voglia di essere riconosciuti come aggiornati/competenti dall'altra.
- ✓ Questo meccanismo “competitivo” genera una **marcata propensione da parte dei genitori a condividere con i figli un utilizzo “adolescenziale” della rete** □ il 33% dei genitori che hanno accesso ad internet scaricano musica o film con o per i figli
- ✓ La **vigilanza dei genitori sui figli è ridotta** □ l'abilità dei figli (presunta o percepita) spesso stempera la preoccupazione dei genitori e dirada l'atto del controllo... (bassa consapevolezza del tempo e dell'utilizzo che figli fanno della tecnologia)
- ✓ L'apprendimento da parte dei giovani spesso avviene per tentativi ed errori all'interno di un gruppo di pari □ apprendimento “orizzontale”, **poca coscienza critica**

La formazione tecnologica i figli di eclettici che diventano technofan

“Quanto sono stati importanti nell’insegnarle ad utilizzare il Pc”



L'Italia che verrà?

L'Italia di domani: un Italiano su 2 sarà Technofan?

■ Tv People ■ Tradizionalisti ■ Sofisticati ■ Technofani ■ Eclettici

Famiglie con
figli 14-34

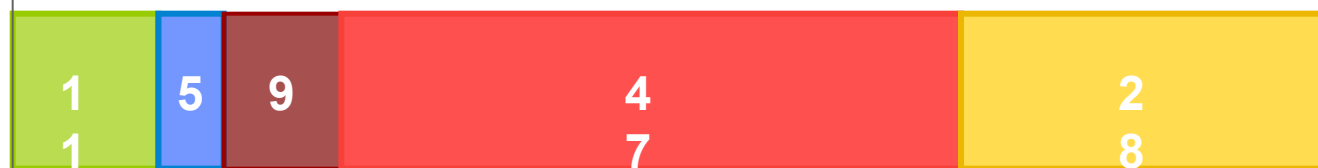


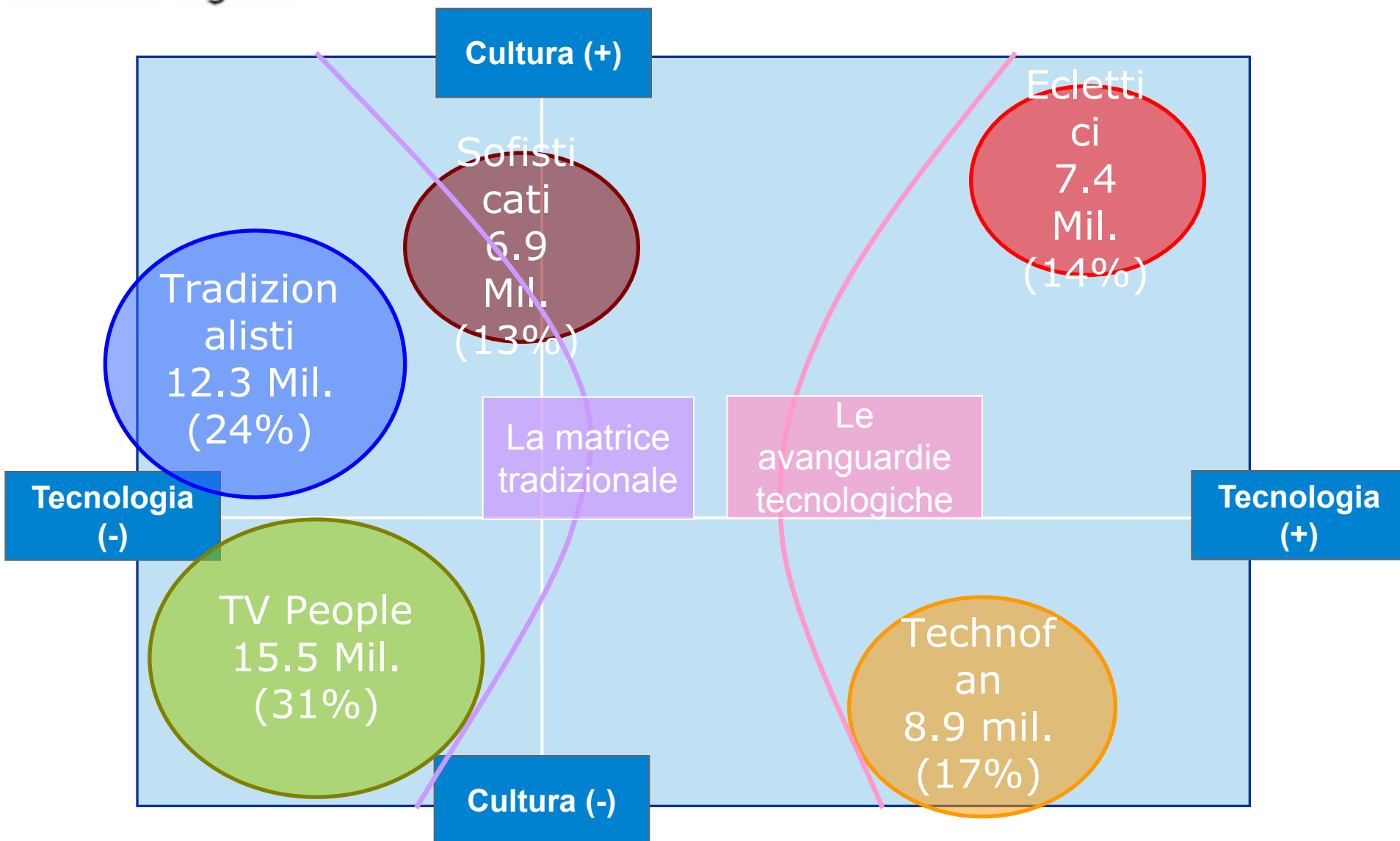
Famiglie con
figli 4-14



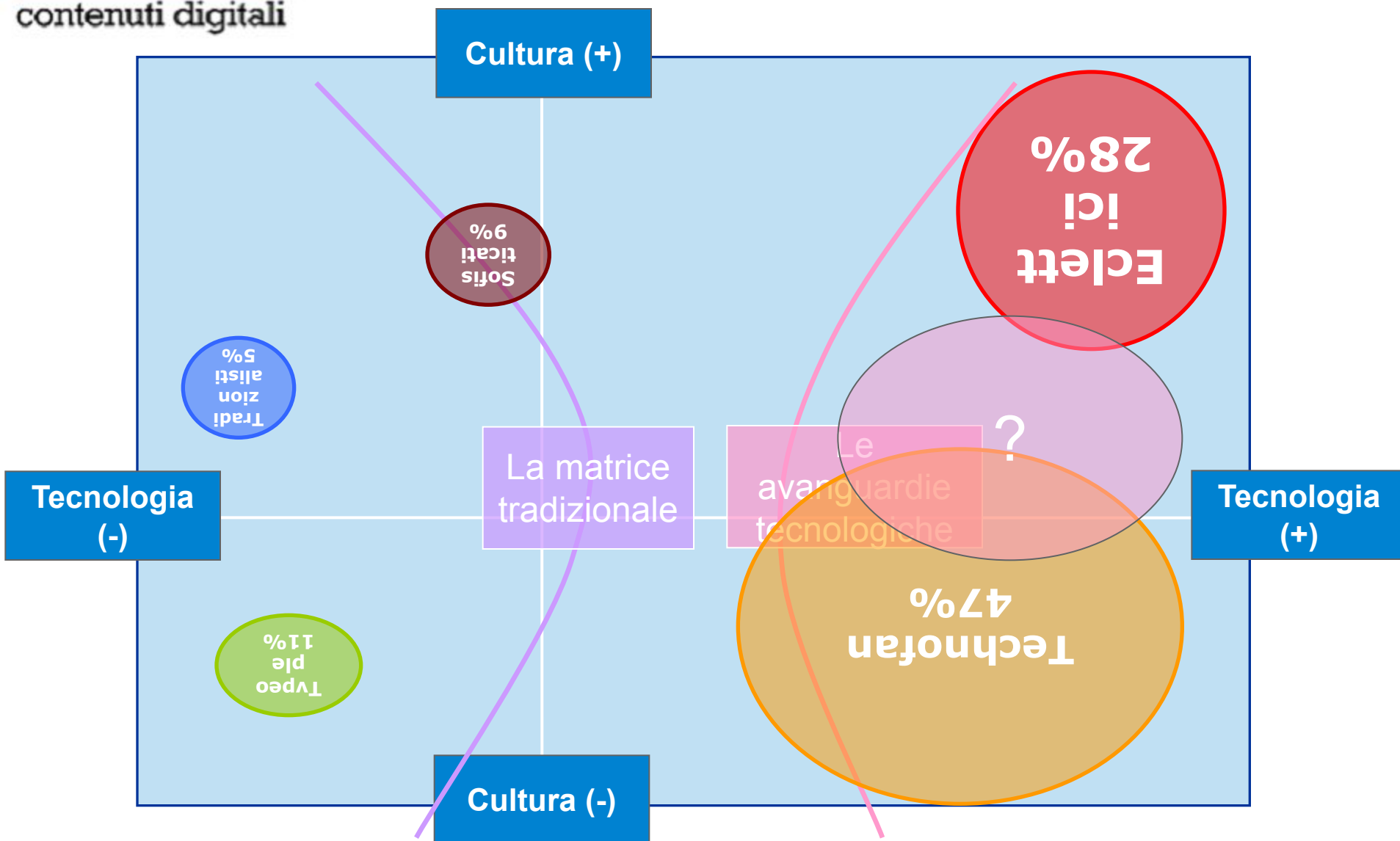
Applicando le stesse dinamiche
famigliari rilevate

La prossima
generazione





Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più



La ricerca ha fornito gli strumenti informativi necessari a rispondere alle domande che ci eravamo posti...

- Il **cultural divide** e le modalità di utilizzo delle nuove tecnologie hanno ripercussioni solo sul mercato dei contenuti culturali e di intrattenimento o hanno anche **implicazioni più ampie**?
- Che **ruolo** hanno la **famiglia** e la **società** nell'orientare alle diverse modalità di utilizzo della tecnologia in relazione ai contenuti culturali e di intrattenimento?
- A fronte delle dinamiche in atto **quale futuro** si prospetta per la nostra società?

Ma apre anche nuovi interrogativi:

- **Quali opportunità** e **quali rischi** si aprono per la società italiana di domani?
- **Quali azioni** possono favorire le imprese ed il sistema paese nel suo complesso a cogliere queste opportunità e/o a ridurre gli eventuali rischi?

Indagine quantitativa

Nota informativa (in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/csp pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002 e 237/03/csp del 9/12/2003)

- Soggetto realizzatore: Nielsen
- Committente/acquirente: Aie, Aidro, Anica, Cinecittà Holding, F.I.M.I., P.M.I., Univideo
- Tipo e oggetto del sondaggio: sondaggio sui consumi culturali e la tecnologia a livello nazionale
- Metodo di raccolta delle informazioni: questionario strutturato (solo domande chiuse), autocompilato dall'intervistato. Spedizione postale
- Universo di riferimento: popolazione italiana >14 anni
- Campione: 8.500 individui >14 anni, rappresentativi della popolazione italiana, appartenenti al Panel Consumer Nielsen
- Estensione territoriale: nazionale
- Numero rispondenti: 6.630
- Periodo di rilevazione: aprile 2008

In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata, a pena di gravi sanzioni. Nielsen non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza

Indagine qualitativa

- L'indagine è stata condotta a Milano tramite **osservazioni etnografiche** (e relativa intervista) della durata di **3,5 ore circa** ai componenti di **12 nuclei familiari**. Complessivamente sono state svolte **28 interviste** a figli (dai **9 ai 19 anni**) e genitori (madi e padri, il referente primario del ragazzo sul tema nuove tecnologie)
 - Le osservazioni/interviste sono state distribuite in base all'età dei ragazzi:
 - **6 dai 9 ai 14 anni** (scuola dell'obbligo)
 - **6 dai 15 ai 19 anni** (scuola superiore)
 - e equamente distribuite per sesso degli stessi:
 - **6 a maschi** (tre 9-14enni; tre 15-19enni)
 - **6 a femmine** (tre 9-14enni; tre 15-19enni)
 - Le restanti osservazioni/interviste sono state effettuate ai relativi **genitori** □ **12 madri** e **4 padri**.
- I nuclei familiari selezionati dovevano avere elevata propensione all'uso delle nuove tecnologie digitali (opportunamente verificata attraverso un apposito questionario di screening)