

■ **Area**

**Mercati e forecast**

■ **Anno**

**2018**

■ **Titolo**

**I media digitali e la fine dello star system**

■ **N. Doc**

**B-7**

■ **Pagine**

**15**

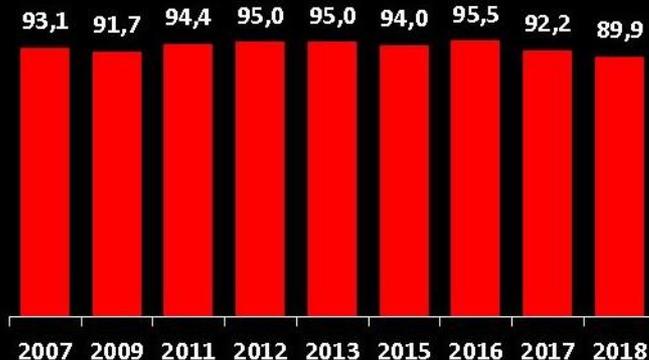
■ **Fonte**

**Elaborazione ANES Monitor sulla base del  
15° rapporto sulla comunicazione – CENSIS  
(ottobre 2018)**

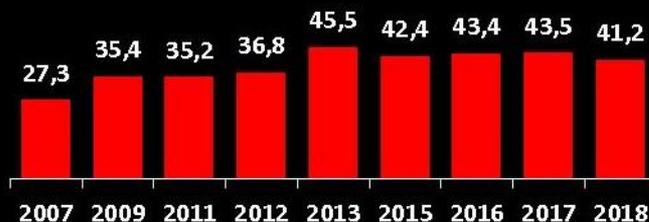
## L'evoluzione delle diete mediatiche | 1

# La televisione: accelera la desincronizzazione dei palinsesti collettivi, l'utenza della mobile tv dall'1% al 26% in dieci anni

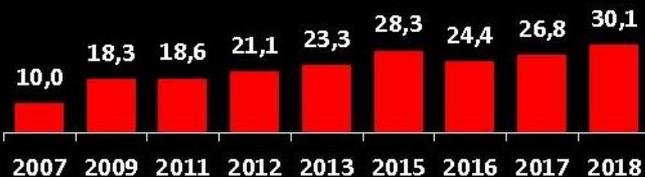
Tv tradizionale (digitale terrestre)



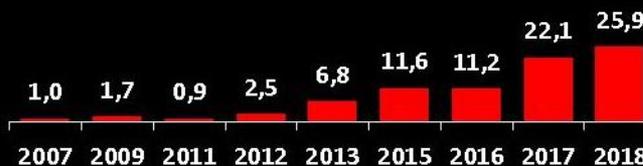
Tv satellitare



Tv via internet (web tv e smart tv)



Mobile tv

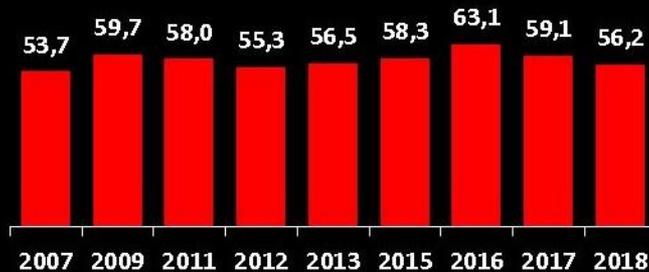


Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

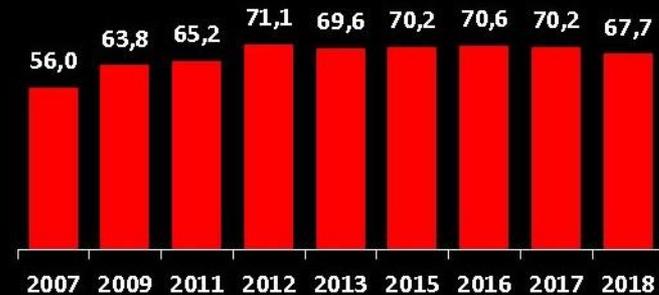
## L'evoluzione delle diete mediatiche | 2

### La radio: sempre più broadcasting online, da pc (17%) e smartphone (21%)

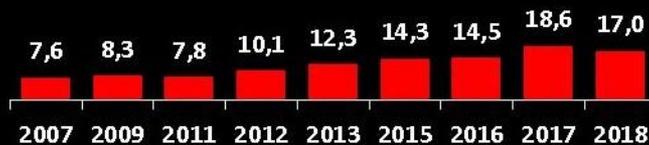
Radio tradizionale



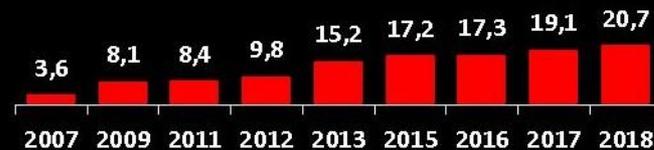
Autoradio



Radio da internet (pc)



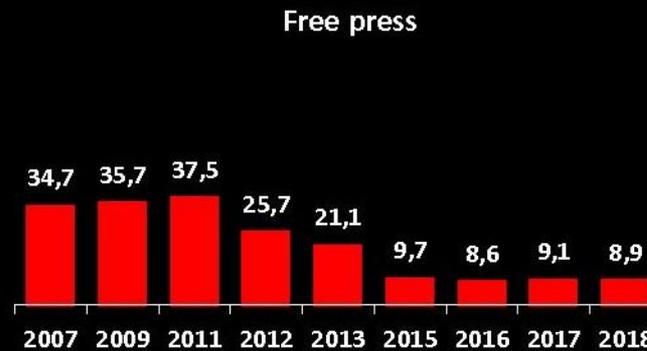
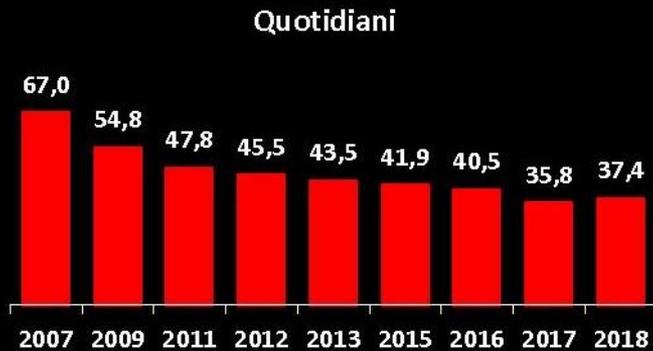
Radio da telefono cellulare



Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

## L'evoluzione delle diete mediatiche | 3

### I quotidiani: gli squilibri di una dieta mediatica povera di stampa (sempre più ampio il «press divide»)



**Il press divide:**  
le diete mediatiche del 55,9% degli italiani sono prive di mezzi a stampa: giornali, riviste, libri (il 39,3% nel 2009). Il dato sale al 62,9% tra i giovani.

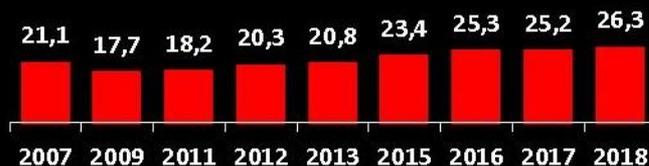


Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

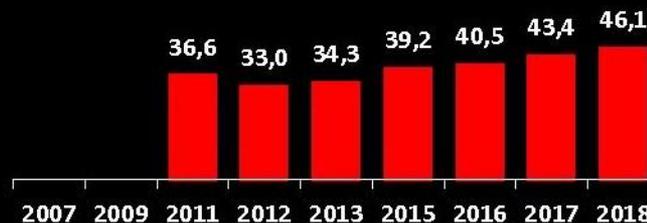
## L'evoluzione delle diete mediatiche | 4

**I quotidiani online: non compensano il ciclo negativo della carta stampata, crescono soprattutto i portali generici di informazione**

Quotidiani online



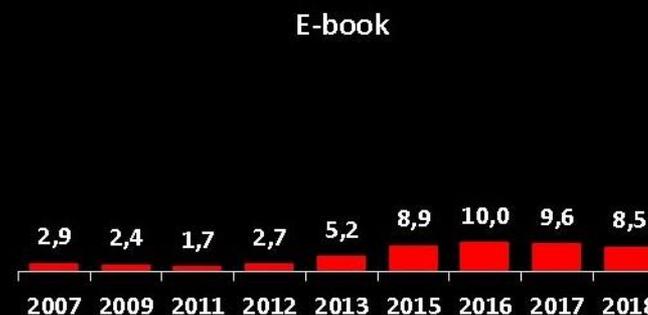
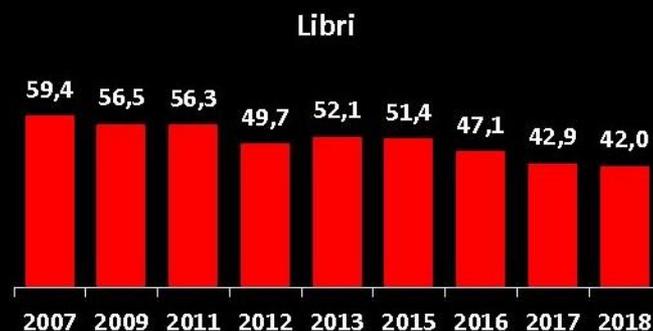
Siti web di informazione



Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

## L'evoluzione delle diete mediatiche | 5

### I libri: un popolo di navigatori, ma non di lettori



Più della metà degli italiani non legge neanche un libro all'anno, gli e-book non compensano.

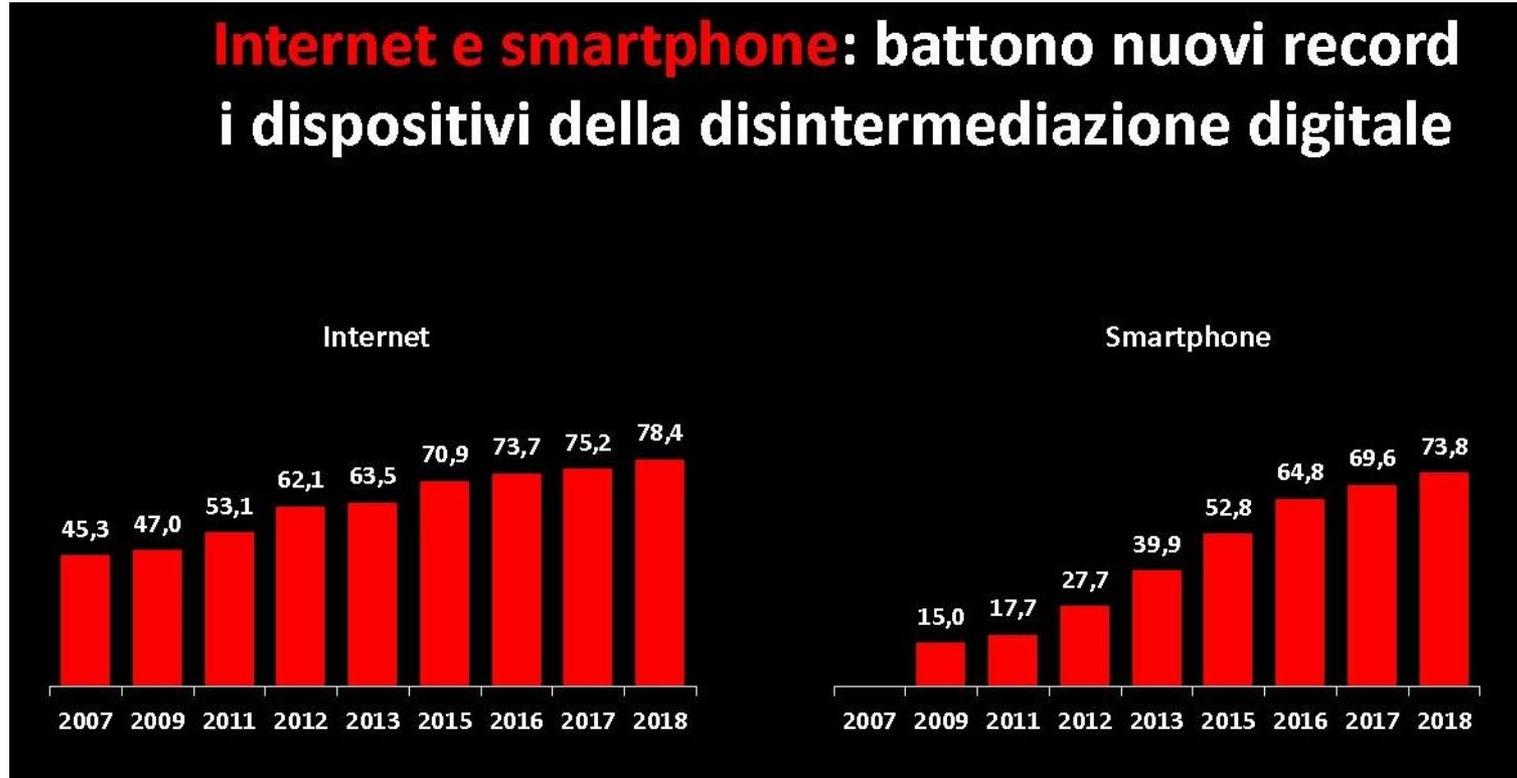
#### I lettori «forti»

Diplomati e laureati	55,1%
Libri e e-book	44,2%
Abituali (almeno 3 libri all'anno)	22,3%

Valori %. Utenti che hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno.

## L'evoluzione delle diete mediatiche | 6

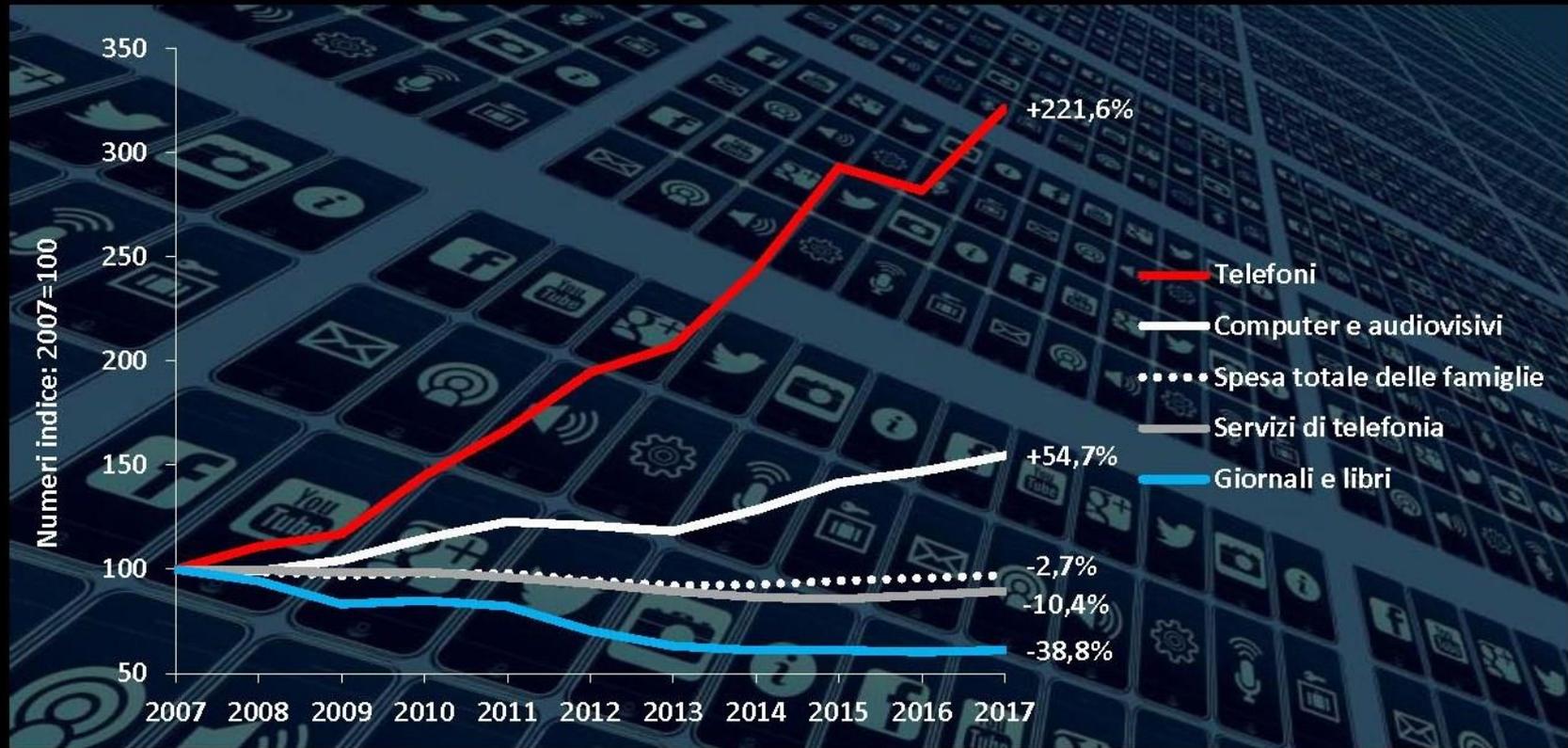
### Internet e smartphone: battono nuovi record i dispositivi della disintermediazione digitale



Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

## La dinamica anticiclica dei consumi digitali

### La spesa delle famiglie: triplicata in dieci anni quella per smartphone



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat.

## L'evoluzione delle diete mediatiche | 7

### I social network e le piattaforme online: WhatsApp, Facebook, YouTube i più amati, il 55% dei giovani su Instagram



Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

## La frattura generazionale



Valori %. Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

## App e startup

### Come cambiano i comportamenti nell'epoca della disintermediazione digitale

Utenti di internet che usano il web per:	2018	Diff. % 2015-2018
Informazioni su aziende, prodotti, servizi	56,0	8,4
Trovare strade, località	54,5	5,0
Ascoltare musica	43,6	6,1
Svolgere operazioni bancarie	42,2	5,4
Fare acquisti	41,7	11,0
Telefonare	32,2	19,7
Guardare film	29,8	10,3
Prenotare viaggi	16,0	6,7
Sbrigare pratiche con uffici pubblici	16,0	3,6
Prenotare visite mediche	12,0	6,9
Cercare lavoro	11,3	-5,0
Corsi scolastici, universitari, di formazione	7,3	2,8

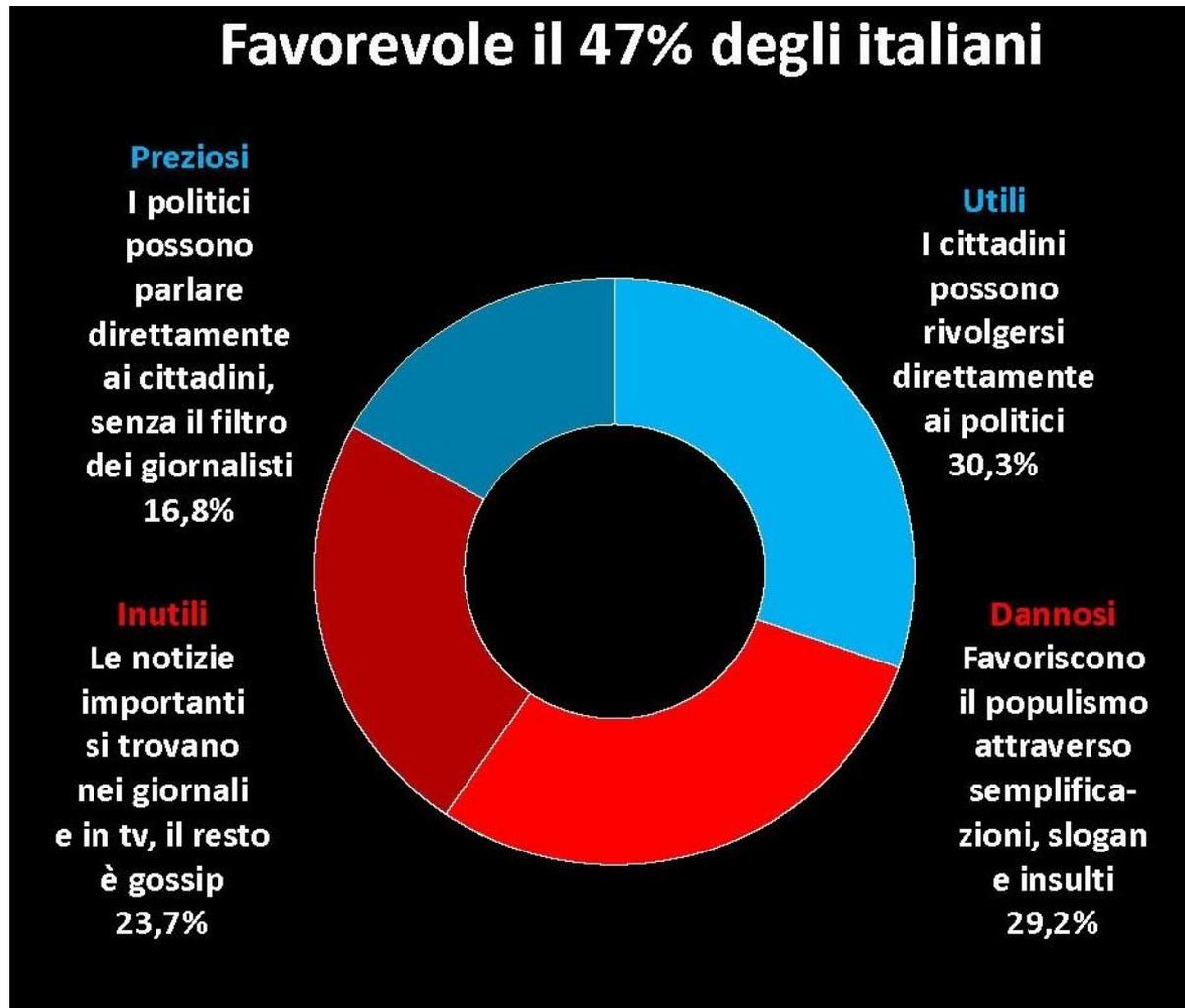
Valori %. Fonte: indagini Censis, 2015-2018.

## I nuovi riti, tic e tabù della digital life

<b>Utenti di smartphone che:</b>	<b>Val. %</b>
<b>Inviano messaggi invece di telefonare</b>	<b>59,4</b>
<b>Fanno parte di gruppi su servizi di messaggistica (es.: WhatsApp)</b>	<b>54,7</b>
<b>Controllano lo smartphone al mattino appena svegli o come ultima cosa prima di andare a dormire</b>	<b>50,9</b>
<b>Controllano il meteo online durante il giorno</b>	<b>48,4</b>
<b>Cercano subito la risposta in rete quando non si ricordano qualcosa (una data, un nome, un evento, ecc.)</b>	<b>37,9</b>
<b>Inviano messaggi vocali al posto di messaggi di testo</b>	<b>30,1</b>
<b>Rispondono a e-mail e messaggi di lavoro anche fuori dall'orario di ufficio</b>	<b>27,2</b>
<b>Escono di casa con il caricabatteria dello smartphone</b>	<b>25,8</b>
<b>Verificano sullo smartphone la distanza percorsa quando fanno una camminata</b>	<b>16,1</b>
<b>Danno comandi vocali all'assistente digitale dello smartphone</b>	<b>11,3</b>

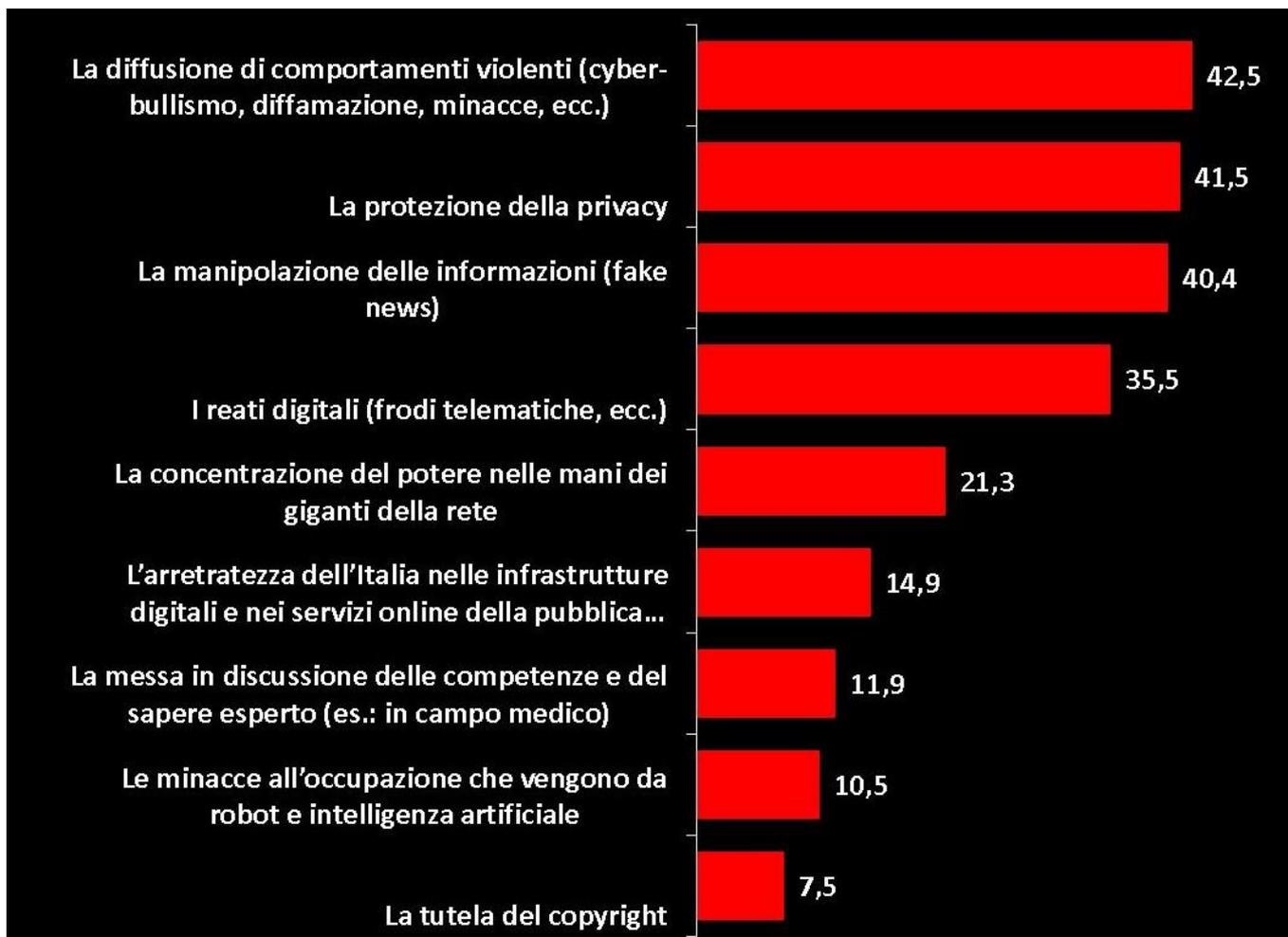
Valori %. Fonte: indagine Censis, 2018.

## L'uso politico dei social network



Valori %. Fonte: indagine Censis, 2018.

## I principali problemi dell'era digitale secondo gli italiani

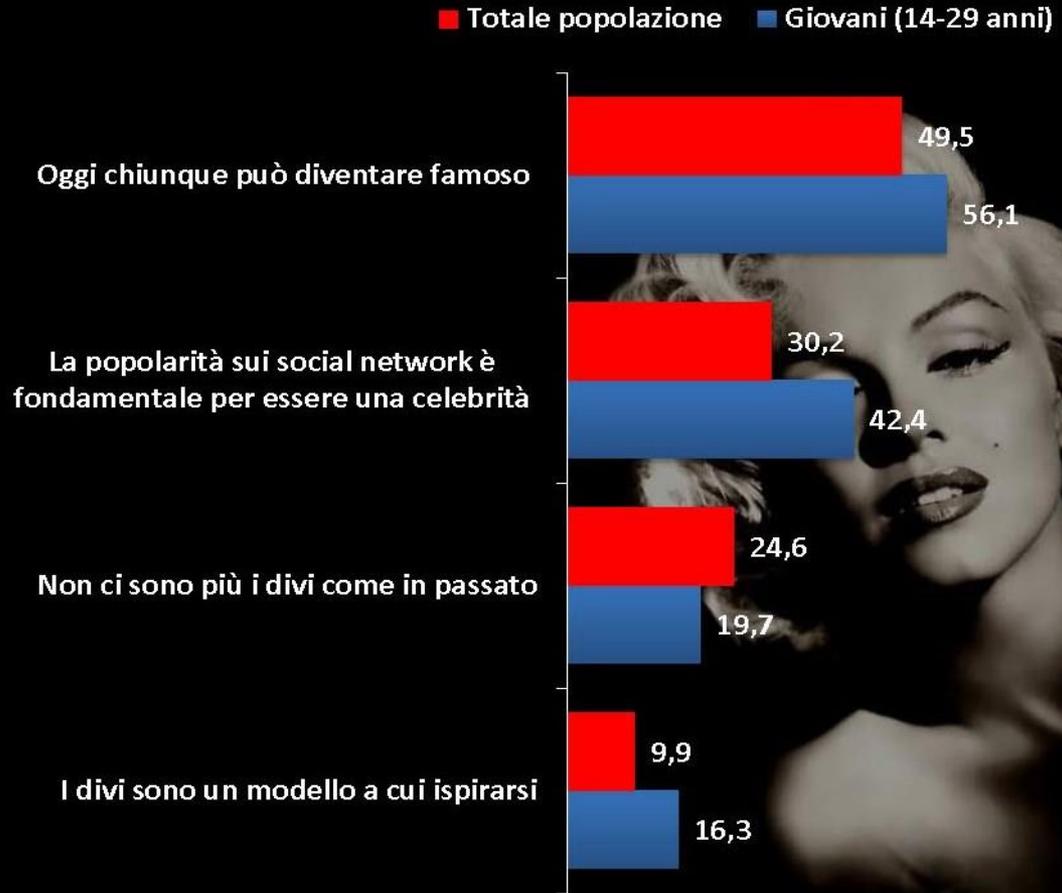


Valori %. Fonte: indagine Censis, 2018.

## La fine dello star system

# Uno vale un divo: siamo tutti divi. O nessuno, in realtà, lo è più

Rottura del meccanismo di proiezione sociale che in passato veniva attivato dalla fascinazione esercitata dal pantheon delle celebrità: prima venerate, oggi smitizzate nel disincanto del mondo.



Valori %. Fonte: indagine Censis, 2018.