osservatori permanente
contenuti digitali

Una fotografia completa del mercato sul nuovo modo di fruire cultura e intrattenimento

Milano, 19 settembre 2008

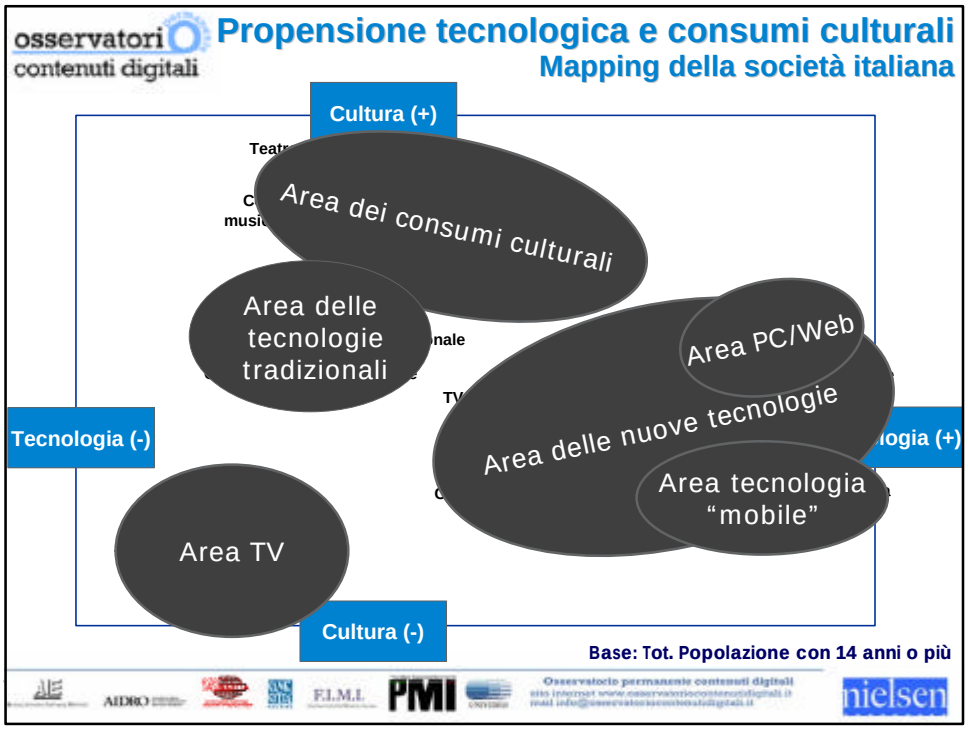
Roberto Borghini

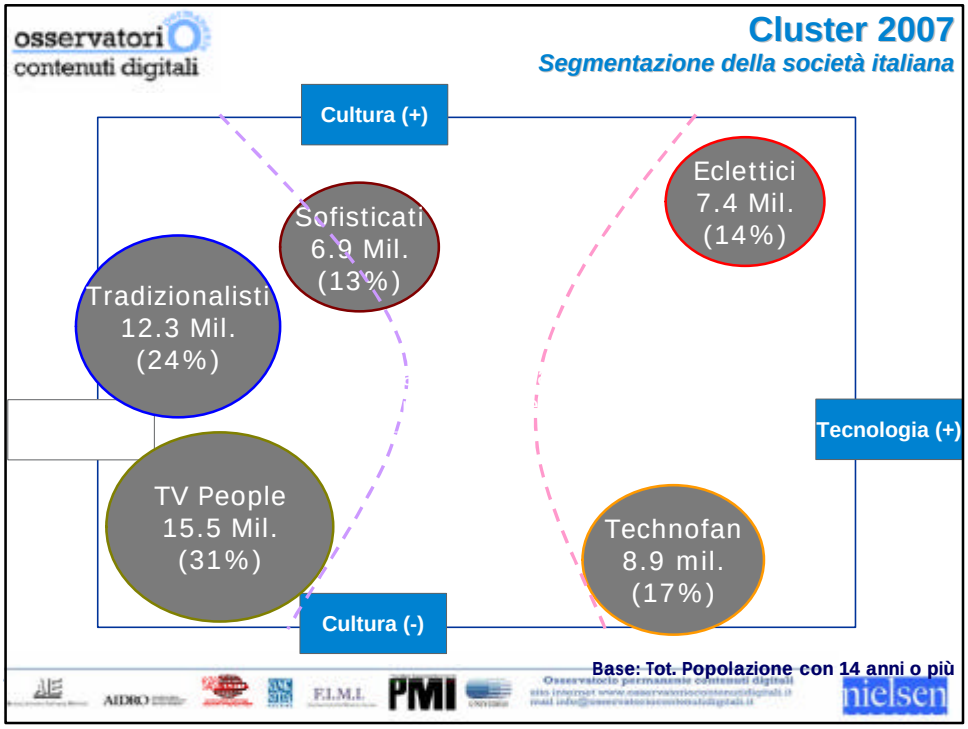
Panel Services Director

nielsen

osservatori permanente
contenuti digitali

Dove ci eravamo lasciati...

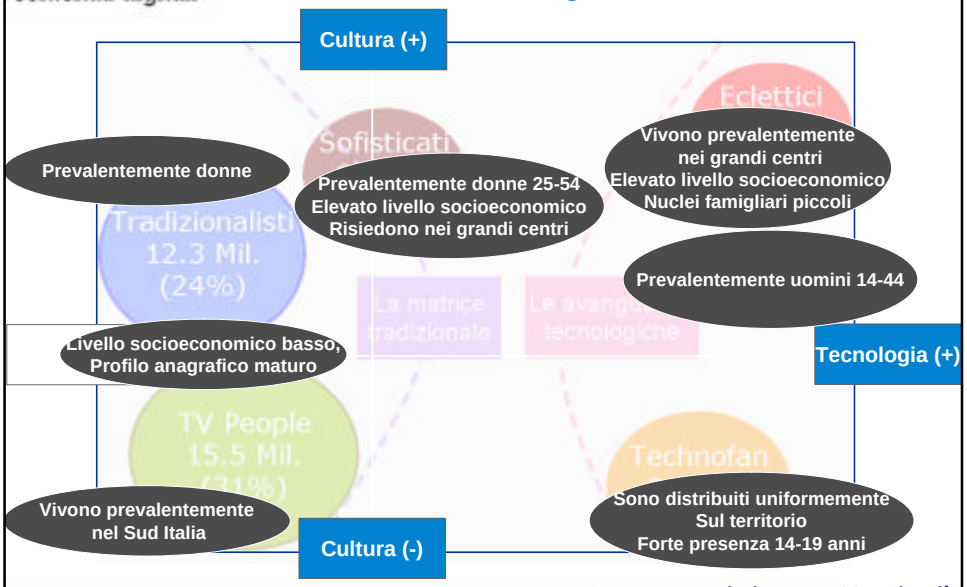

osservatori
contenuti digitali
Propensione tecnologica e consumi culturali
Mapping della società italiana
Cultura (+)
Area dei consumi culturali
Area delle tecnologie tradizionali
Area PC/Web
Area delle nuove tecnologie
Area tecnologia "mobile"
Area TV
Tecnologia (-)
Cultura (-)
Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più
nielsen


osservatori
contenuti digitali
Cluster 2007
Segmentazione della società italiana
Cultura (+)
Sofisticati
6.9 Mil.
(13%)
Eclettici
7.4 Mil.
(14%)
Tradizionalisti
12.3 Mil.
(24%)
Tecnologia (+)
TV People
15.5 Mil.
(31%)
Technofan
8.9 mil.
(17%)
Cultura (-)
Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più
nielsen

osservatori contenuti digitali

Cluster 2007

Segmentazione della società italiana



Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

Key findings 2007

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**

osservatori contenuti digitali

Key findings 2007

- ✓ 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***.

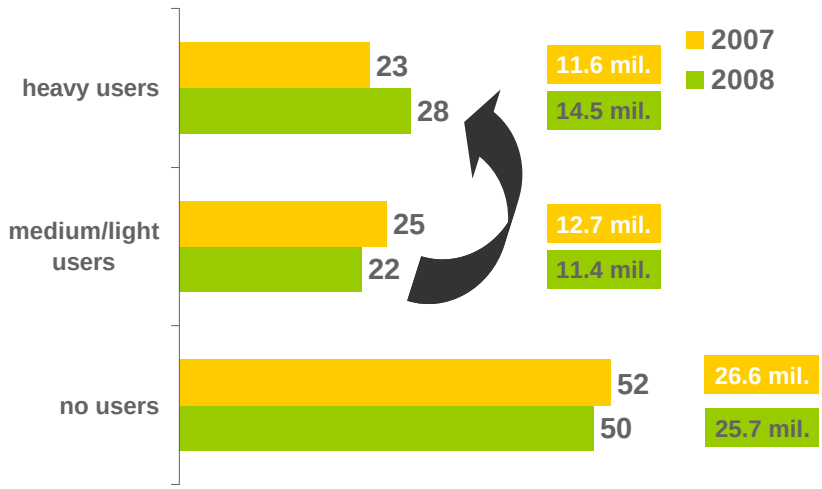
osservatori contenuti digitali

Le dinamiche in atto

AIDRO F.I.M.I. PMI Osservatorio permanente contenuti digitali nielsen

osservatori contenuti digitali

Digital Divide in Italia
Trend internet vs 2007



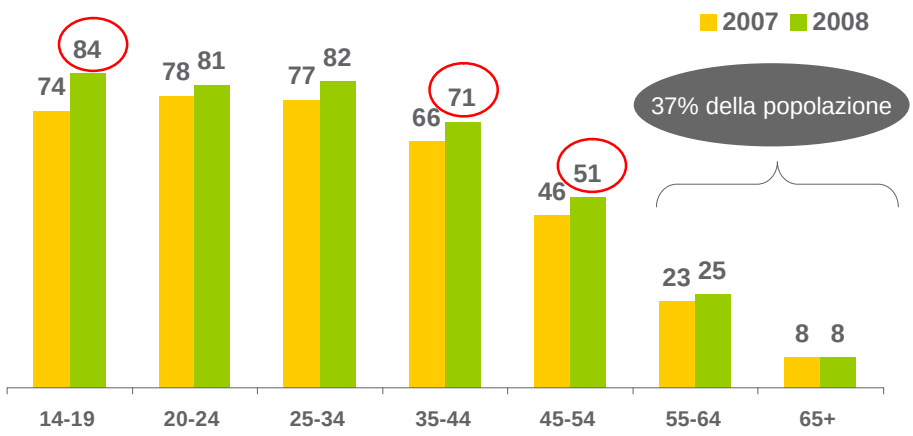
Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

Osservatorio permanente contenuti digitali
sito internet www.osservatoriocontenutidigitali.it
mail info@osservatoriocontenutidigitali.it

osservatori contenuti digitali

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

% individui che si connettono ad internet



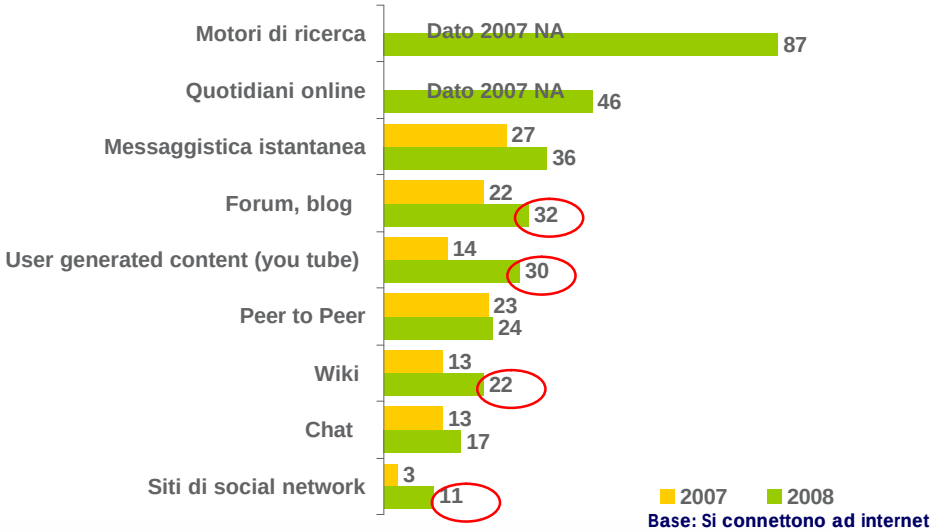
Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più

Osservatorio permanente contenuti digitali
sito internet www.osservatoriocontenutidigitali.it
mail info@osservatoriocontenutidigitali.it

osservatori contenuti digitali

Contenuti e comunicazione sulla rete
Trends 2007/2008

I siti/servizi visitati almeno una volta alla settimana



Base: Si connettono ad internet

osservatori contenuti digitali

Trend Internet 2007/2008

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 particolate quelli caratterizzati da una **forte interattività** (forum/blog, user generated content, wiki, social network)

osservatori contenuti digitali

Spunti di riflessione

- *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

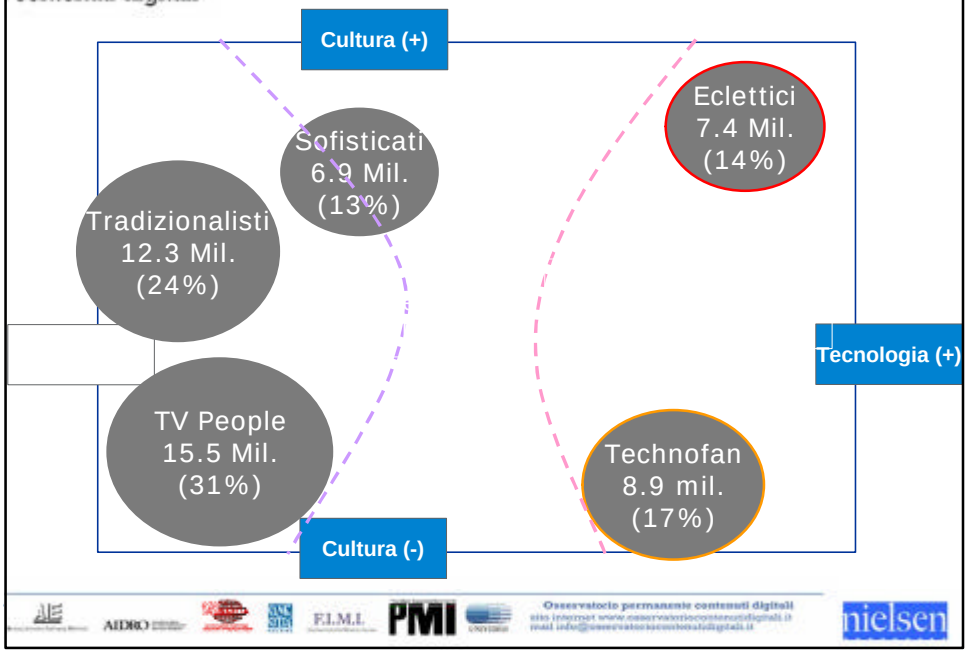
• indagine qualitativa etnografica *(12 nuclei familiari ad elevata propensione tecnologica – 30 osservazioni/interviste a figli e genitori)*

osservatori contenuti digitali

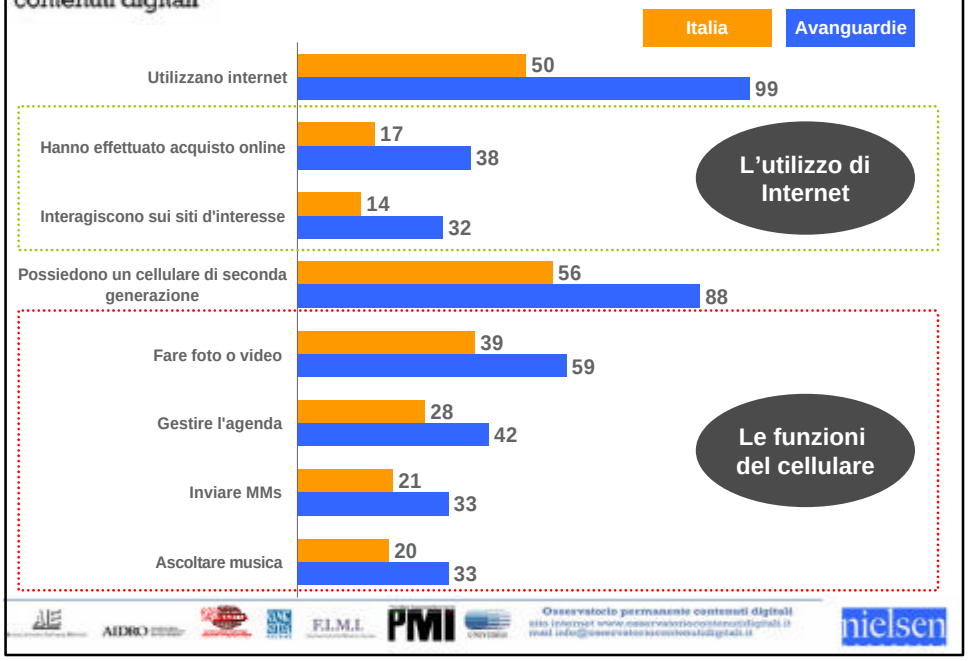
Uno sguardo prospettico: le avanguardie tecnologiche *- technofan ed eclettici -*

AIDRO F.I.M.I. PMI Osservatorio permanente contenuti digitali nielsen

Focus sulle avanguardie



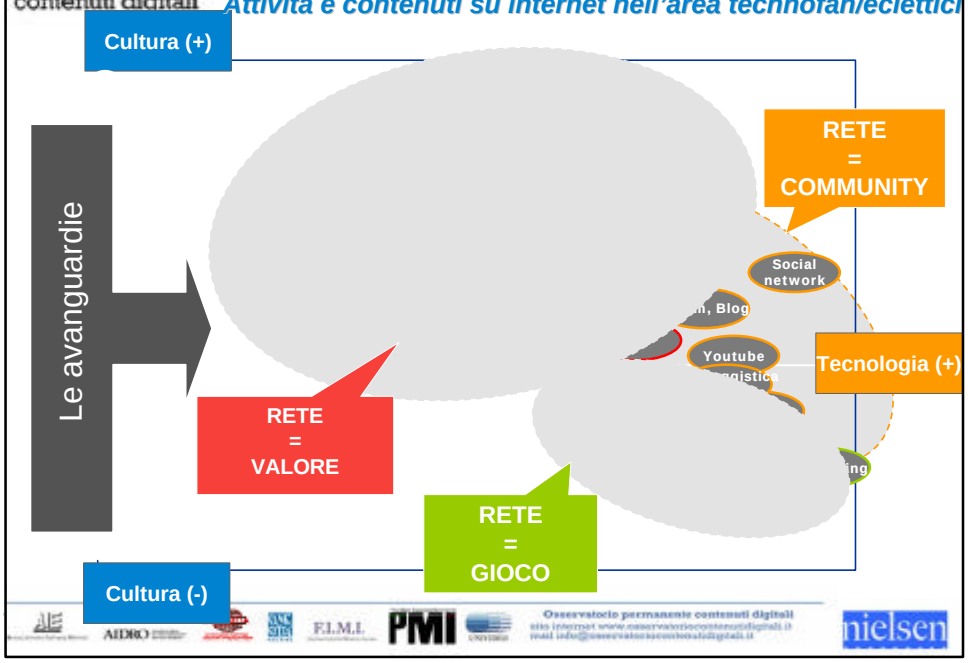
L'Italia tecnologica oggi



osservatori contenuti digitali

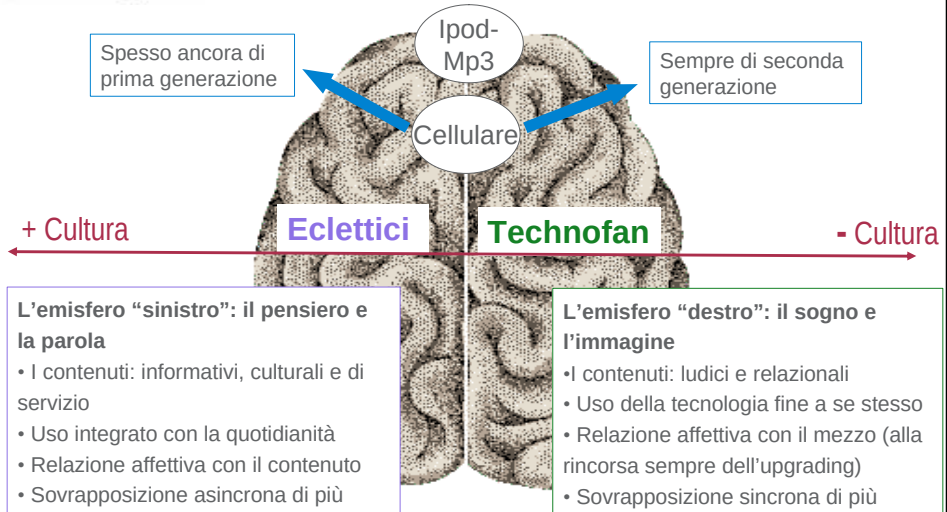
Qual è il ruolo della rete?

Attività e contenuti su internet nell'area technofan/eclettici



osservatori contenuti digitali

Il vissuto della tecnologia: i tratti differenzianti



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

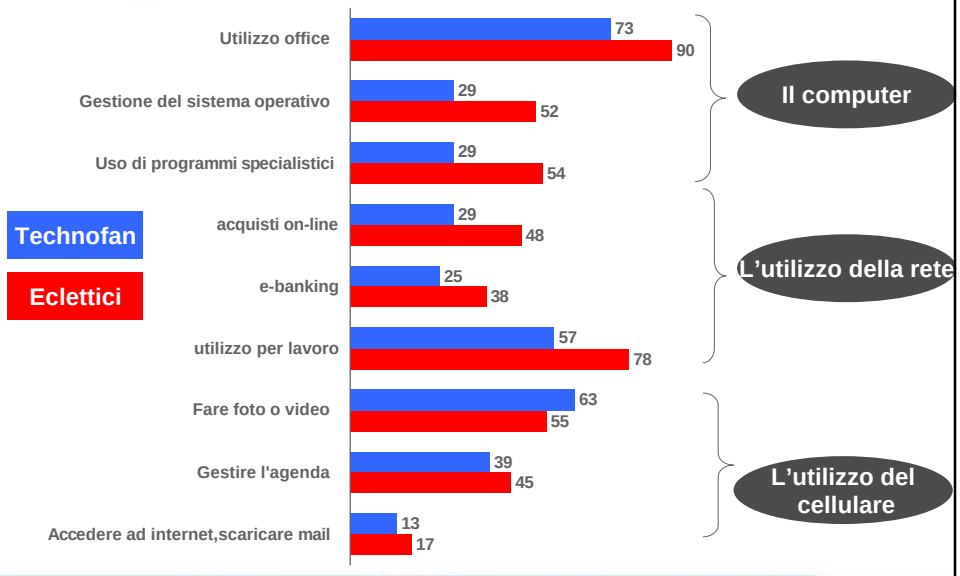
- I contenuti: informativi, culturali e di servizio
- Uso integrato con la quotidianità
- Relazione affettiva con il contenuto
- Sovrapposizione asincrona di più mezzi → multimedialità
- Cultura dell'archiviazione

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

osservatori contenuti digitali

Le competenze tecnologiche



osservatori contenuti digitali

Due approcci alla tecnologia ma anche due visioni del mondo diverse

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

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

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

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

"Mi sento cittadino del mondo" +12% vs technofan

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

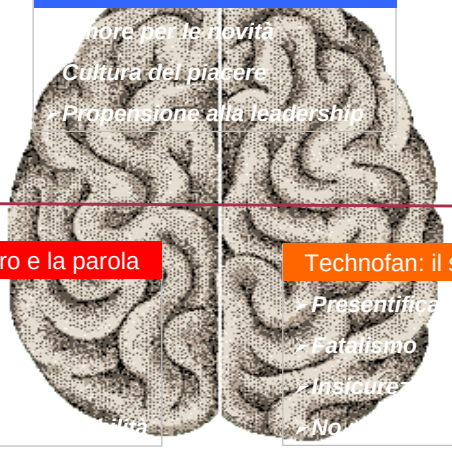
La descrizione dei 2 cluster è stata costruita grazie all'individuazione delle risposte più discriminanti tra i 2 gruppi all'interno di più di 800 affermazioni appartenenti alla banca dati Nielsen

osservatori contenuti digitali

Due approcci alla tecnologia ma anche due visioni del mondo diverse

I tratti comuni

- *…more per le novità*
- *Cultura del piacere*
- *Propensione alla leadership*



+ Cultura — - Cultura

Eclettici: il pensiero e la parola

Technofan: il sogno e l'immagine

- *Presentifica*
- *Fatalismo*
- *Insicurez*
- *No…*

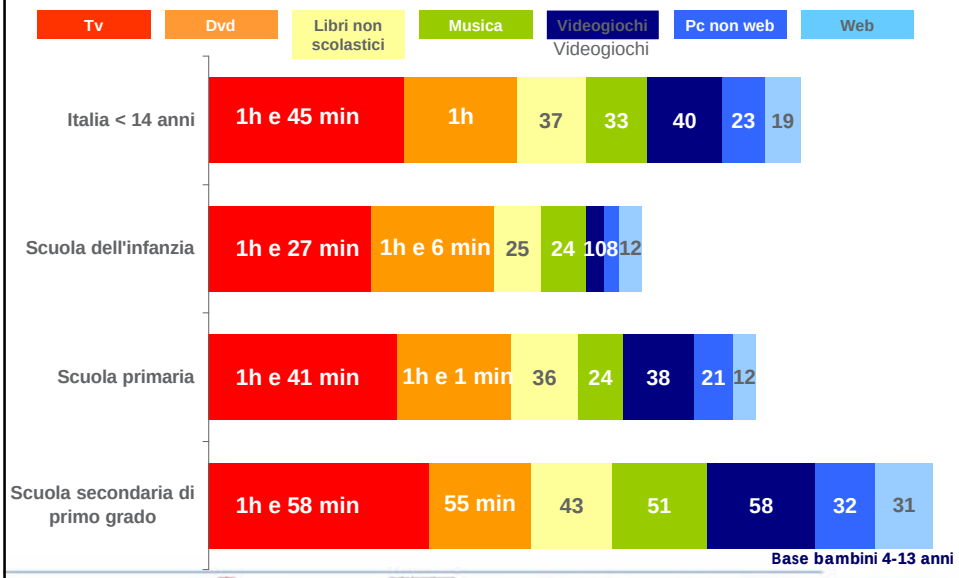
La descrizione dei 2 cluster è stata costruita grazie all'individuazione delle risposte più discriminanti tra i 2 gruppi all'interno di più di 800 affermazioni appartenenti alla banca dati Nielsen

osservatori contenuti digitali

La digital generation: *i ragazzi under 14*

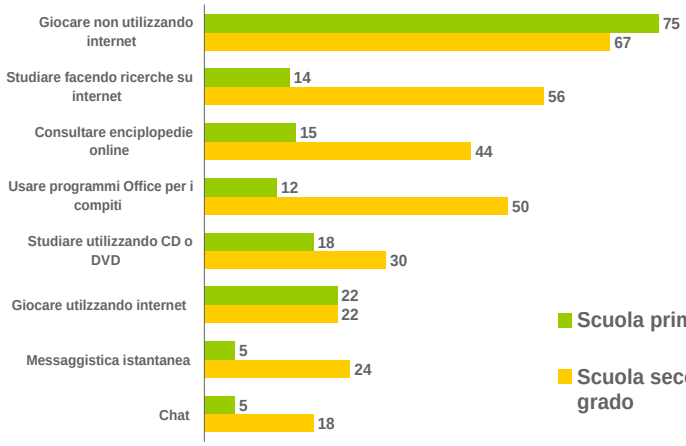
Dieta mediatica degli under 14

Tempo in minuti in una "giornata tipo"



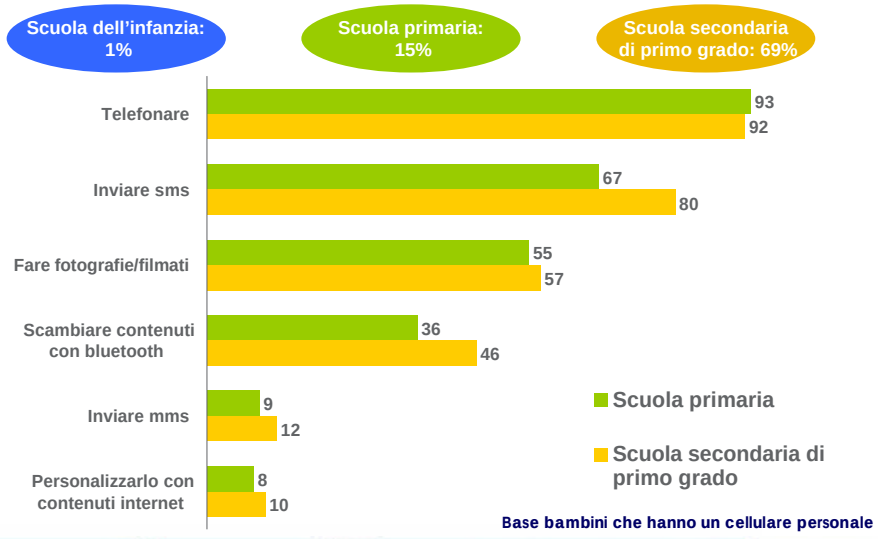
Base bambini 4-13 anni

L'accesso al pc



Base bambini che hanno accesso ad un PC in casa

L'utilizzo del cellulare



Base bambini che hanno un cellulare personale

La digital generation

- ✓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)

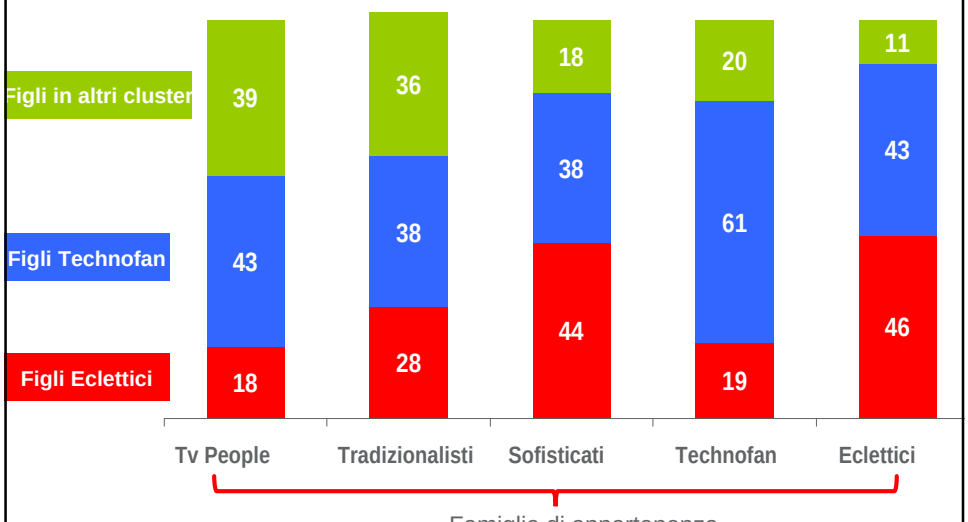
osservatori contenuti digitali

Dai genitori, quali tipologie di figli?

Il ruolo dell'educazione

osservatori contenuti digitali

Dai genitori quali figli?



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 technofan.

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 technofan)
  - ✓ Lo accompagna a visitare mostre/musei (+22% vs technofan), 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 technofan)
  - ✓ Ha un ruolo importante nel suo apprendimento tecnologico (+6% vs technofan)

L'approccio alla tecnologia

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

Il "rovescio della medaglia"

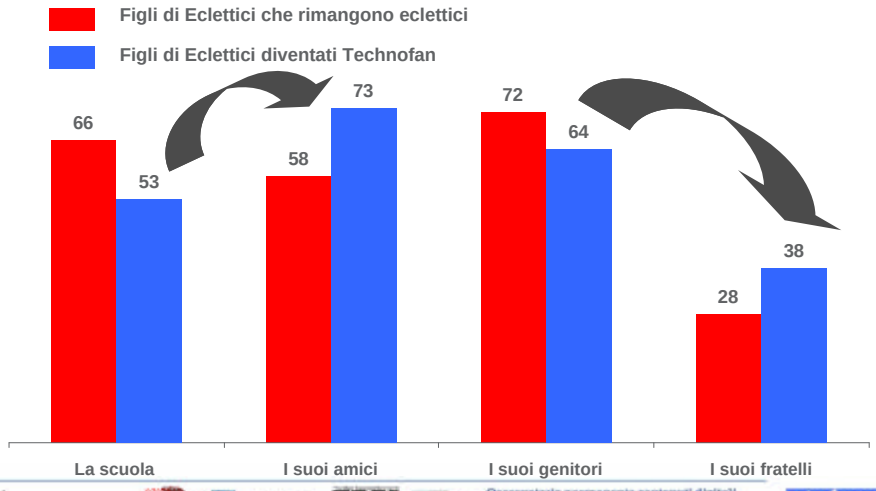
La tecnologia **più che essere insegnata viene condivisa**

- ✓ 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**

osservatori contenuti digitali

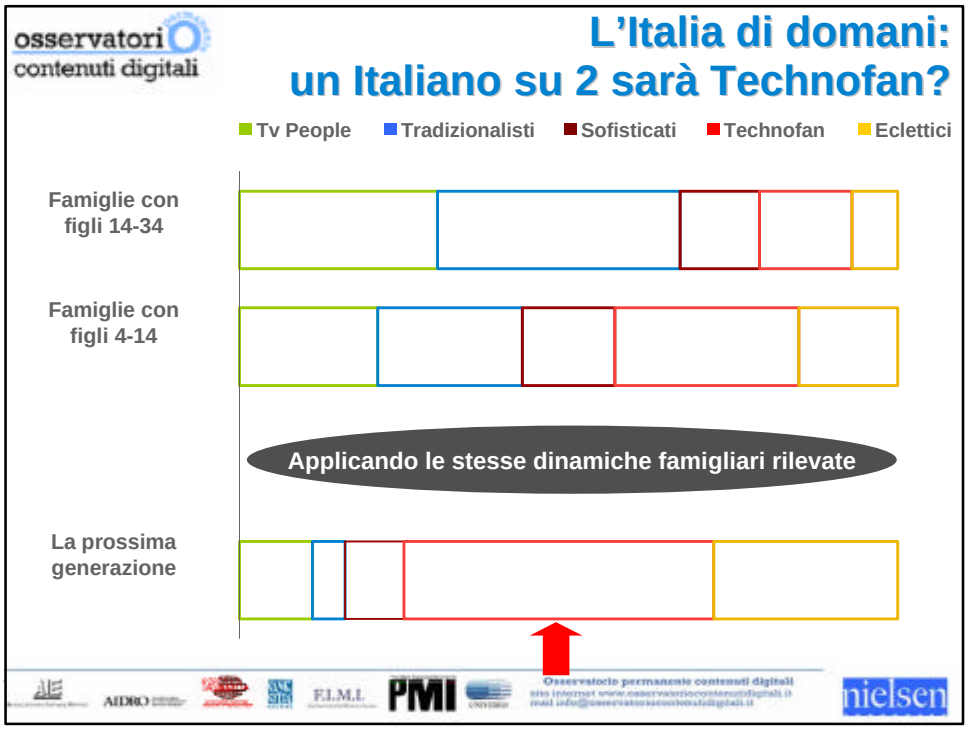
La formazione tecnologica
i figli di eclettici che diventano technofan

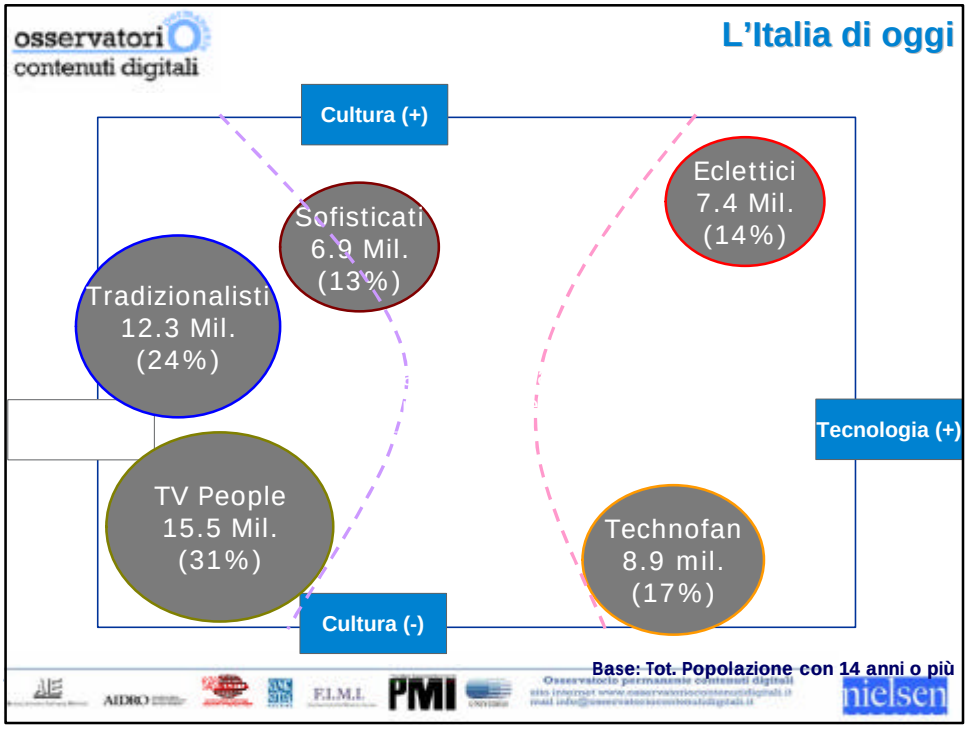
"Quanto sono stati importanti nell'insegnarle ad utilizzare il Pc"



osservatori contenuti digitali

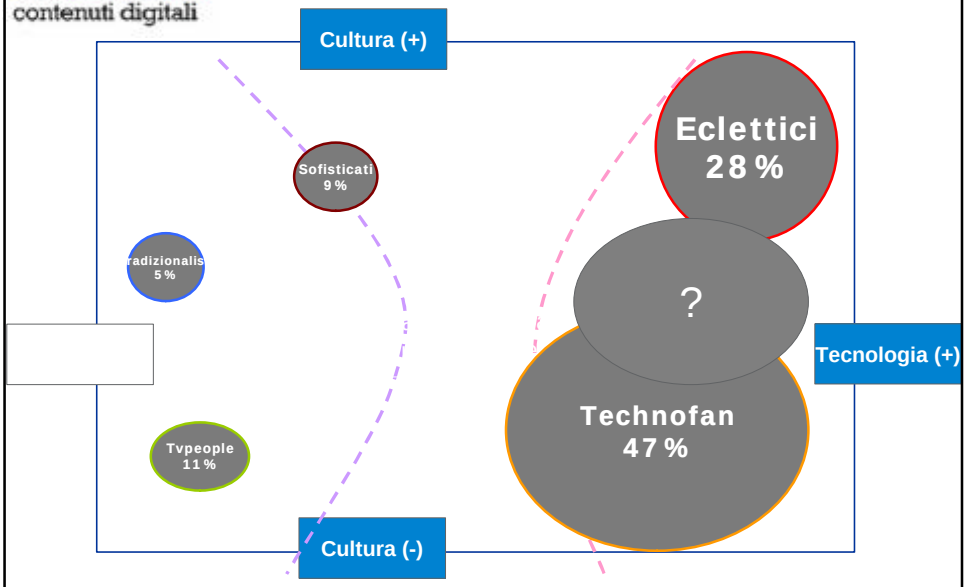
L'Italia che verrà?


osservatori contenuti digitali
L'Italia di domani:
un Italiano su 2 sarà Technofan?
Tv People
Tradizionalisti
Sofisticati
Technofan
Eclettici
Famiglie con figli 14-34
Famiglie con figli 4-14
Applicando le stesse dinamiche famigliari rilevate
La prossima generazione
Osservatorio permanente contenuti digitali
nielsen


osservatori contenuti digitali
L'Italia di oggi
Cultura (+)
Sofisticati 6.9 Mil. (13%)
Eclettici 7.4 Mil. (14%)
Tradizionalisti 12.3 Mil. (24%)
Tecnologia (+)
TV People 15.5 Mil. (31%)
Technofan 8.9 mil. (17%)
Cultura (-)
Base: Tot. Popolazione con 14 anni o più
Osservatorio permanente contenuti digitali
nielsen

osservatori contenuti digitali

L'Italia di domani



osservatori contenuti digitali

Spunti di riflessione

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?*

osservatori contenuti digitali

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

osservatori contenuti digitali

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 (madri 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)