



Comunicato Stampa

Presentato a Roma il Rapporto e-Family 2007

FAMIGLIE DIGITALI A QUOTA 60%

Nelle case degli italiani raddoppiano gli accessi a banda larga, i cellulari Umts, le stampanti multifunzioni e gli apparati audio e tv hi-tech.

Siamo primi al mondo per la telefonia mobile, ma il digital divide continua a lasciare fuori anziani, casalinghe e chi ha scarsa dimestichezza con l'inglese.

Roma, 13 marzo 2007 – Vi è un'Italia che ha grande fame d'innovazione, dimostra di saper accompagnare l'evoluzione del mercato delle nuove tecnologie e di essere disposta a impegnare importanti risorse familiari per dotarsi di nuovi prodotti tecnologici o di usufruire di servizi avanzati. Sono le famiglie digitali italiane, arrivate ormai a quota 60% della popolazione, spinte ad appropriarsi dei vantaggi dell'innovazione tecnologica dai figli in età scolastica e dal livello di istruzione e attività lavorativa dei componenti. Ma vi è anche quel 40% di popolazione italiana che continua a rimanere indietro. Sono le persone anziane, le casalinghe e coloro che non conoscono la lingua inglese, che hanno grandi difficoltà ad avvicinarsi al mondo delle nuove tecnologie. E' questa, in sintesi la fotografia della popolazione italiana che offre il Rapporto e-family 2007, presentato oggi a Roma da Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici e da ANIE, Federazione Nazionale Imprese Elettrotecniche ed Elettroniche.

Secondo l'indagine, giunta alla sua settima edizione, nel 2006 nelle case degli italiani è avvenuto il boom dei collegamenti a banda larga a tariffa fissa, passati da 1,5 a 3,7 milioni, sono entrati oltre 2,5 milioni di nuovi Pc, per la maggior parte portatili, 1,3 milioni di nuove fotocamere digitali, 800.000 nuove stampanti multifunzione, senza contare i 5 milioni di nuovi utenti di cellulari di terza generazione Umts. E' la dimostrazione che esiste una dimensione familiare italiana molto vivace, fortemente orientata verso l'innovazione e allineata agli standard internazionali nell'utilizzo delle nuove tecnologie. Anzi, addirittura prima nel mondo nel caso dell'utilizzo di cellulari e degli Umts.

*“Il Rapporto e-Family – ha commentato **Alberto Tripi, presidente di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici** – indica come il processo per la costruzione della cosiddetta società della conoscenza, che rappresenta l'obiettivo della politica europea varata a Lisbona per rendere competitiva l'Ue, in Italia si configuri come un fenomeno che riceve il maggior impulso proprio dal basso. Cioè da quella larga fetta di popolazione, ormai maggioritaria, che, investendo sulle innovazioni tecnologiche ritenute utili, scavalca così arretratezze strutturali, politiche e culturali del nostro paese”.*

*“E' questo ormai un tratto sempre più caratteristico nel processo di sviluppo dell'innovazione in Italia - ha concluso **Tripi** - di cui i decisori della politica e dell'economia non possono non tener conto. Vi è, infatti, una domanda di tecnologie e servizi innovativi potenziale molto ampia e matura, a cui bisognerà rispondere rafforzando il processo di liberalizzazione del settore dei servizi. Allo stesso tempo occorreranno programmi ad hoc per superare il digital divide. Il processo di digitalizzazione del paese deve, infatti, essere inclusivo di tutte le categorie di cittadini e consentire a quella parte di popolazione che oggi ne è esclusa, soprattutto per motivi di età, di appropriarsi dei vantaggi delle nuove tecnologie”.*

Da parte sua, **Guidalberto Guidi, Presidente della Federazione ANIE**, ha rilevato come il Rapporto e-Family 2007 “confermi una tendenza già in atto da qualche tempo e in continua crescita: la spiccata propensione del consumatore italiano all'acquisto di prodotti di elettronica di consumo tecnologicamente evoluti. Una evidenza, questa, dai rilevanti risvolti sociali, se si pensa alla pluralità e all'accessibilità di tali strumenti, che permettono una diffusione ampia e senza barriere di informazioni e cultura. Il caso delle TV a

*schermo piatto è emblematico: nel 2007 si prevede che gli acquisti di flat tv da parte delle famiglie italiane raggiungeranno per la prima volta quelli degli apparecchi tradizionali a tubo catodico". A tale riguardo **Guidi** ha affermato di ritenere prioritario lo sviluppo dei contenuti che "deve andare di pari passo con l'evoluzione dei prodotti, per consentire la piena integrazione - in un unico terminale - delle diverse piattaforme digitali oggi disponibili. Parimenti, è importante che gli edifici di nuova costruzione siano già in partenza attrezzati per accogliere le innovazioni tecnologiche, senza dover prevedere successivi adeguamenti delle strutture".*

* * *

Dalle conclusioni del "**Rapporto e-family 2007**", realizzato in collaborazione con Niche Consulting, si segnalano i dati più significativi.

Grande vivacità nella diffusione di nuove tecnologie e servizi per le famiglie

Il 2006 ha visto articolarsi in modo significativo il panorama tecnologico della famiglia italiana. In particolare le innovazioni digitali che hanno registrato maggiori dinamiche sono:

- Personal computer: circa 2,5 milioni di nuovi PC (sempre più spesso si tratta di acquisti destinati a sostituire tecnologie diventate obsolete o di secondi/terzi PC domestici). In buona parte si tratta di PC portatili (notebook) la cui diffusione nelle famiglie è pressoché raddoppiata negli ultimi due anni, passando dall'11% nel 2004 al 20% del 2006 come tasso di presenza nelle case.
- Banda larga: il 2006 ha registrato il boom dei collegamenti a "tariffa fissa", passati da 1,5 a 3,7 milioni (il 60% dei collegamenti internet da casa)
- cellulari di terza generazione (UMTS): il parco utilizzatori è cresciuto di 5 milioni in un anno.
- Fotografia digitale: 1,3 milioni di nuove fotocamere (anche in questo caso si tratta in buona parte di acquisti destinati a sostituire tecnologie diventate obsolete).
- Televisori LCD: 1,9 milione di nuovi schermi di medio-grande formato.
- Stampanti: 800.000 nuove stampanti multi-funzione.
- Lettori portatili di musica digitale (MP3): la diffusione è passata in soli 2 anni dal 4 al 24% delle famiglie.

Verso il 60% delle famiglie computerizzate

La dotazione informatica delle famiglie – vicina alla soglia del 60% – è diventata più articolata: sono aumentate significativamente le penetrazioni di secondi e terzi PC, di stampanti multifunzione, di masterizzatori, di *scanner* e di altre "periferiche". Rallenta il passo, invece, la diffusione del primo PC domestico (soprattutto nei nuclei familiari composti da persone anziane, casalinghe e pensionati, presso i quali non supera il 10-15%) e del primo collegamento a Internet, come anche la tv satellitare a pagamento e il *decoder* per il digitale terrestre.

L'uso di internet: un utilizzatore in oltre il 50% delle famiglie

Nel 2006 per la prima volta il numero di famiglie in cui vi è almeno un utilizzatore di Internet ha superato il 50%, attestandosi a circa 11,6 milioni. In valori assoluti, il numero di utilizzatori frequenti di Internet nel 2006 è pari a 17,7 milioni di persone. In Italia l'uso di Internet avviene, molto più che in altri Paesi, prevalentemente in casa. La casa è infatti l'unico punto di accesso per il 54% degli utilizzatori. Oltre l'80% degli studenti che utilizza internet lo fa solo in casa, a conferma che il fenomeno è tipicamente lasciato allo spontaneismo individuale. Cresce anche il tempo medio di utilizzo di internet: dai 34 minuti del 2005 a quasi 40 minuti al giorno nel 2006. In particolare cresce il tempo medio speso on-line da chi ha un collegamento internet da almeno 2 anni.

L'anno della banda larga a tariffa fissa

Il 2006 è stato un anno decisivo nella dotazione Internet delle famiglie: i collegamenti a banda larga sono diventati il 60% dei collegamenti complessivi Internet da casa (erano meno del 50% l'anno prima).

La diffusione della banda larga è stata trainata dai collegamenti a tariffa fissa, saliti da 1,5 a 3,7 milioni tra il 2005 ed il 2006 (il 72% degli abbonamenti in banda larga ha ormai questa modalità).

In termini generali il 15% delle famiglie italiane è dotata ormai di un collegamento Internet in banda larga a tariffa fissa.

La convergenza: crescente interesse per un fornitore unico di servizi

Le famiglie che dispongono di una piattaforma informatica in casa hanno un forte interesse per una offerta unificata di tutti i servizi tecnologici legati al fenomeno della convergenza: telefonia fissa, banda larga, telefonia mobile, televisione a pagamento (pay-tv).

Sono circa 5,7 milioni le famiglie italiane in possesso di un PC (con o senza connessione a internet) e di un telefono cellulare che valutano l'ipotesi "di un solo fornitore di servizi della convergenza" in termini positivi: per metà di esse un solo fornitore semplificherebbe la vita, mentre oltre il 60% (molte si sovrappongono alle prime) dà per scontata la possibilità di realizzare attraverso un unico fornitore un consistente risparmio sui flussi di spesa complessivi della famiglia dedicati alle telecomunicazioni fisse, mobili, internet e pay-tv.

Telefonia mobile nel 90% delle famiglie

Tra le tecnologie ICT, solo la telefonia mobile è stata finora capace di coinvolgere quasi per intero il mercato "domestico": un fenomeno che ci pone ai vertici nei confronti internazionali. Nel 90% delle famiglie vi è almeno un utilizzatore di telefonia mobile personale e nel 69% più di uno. Per quanto riguarda i telefonini di terza generazione il loro ingresso nel mercato sta procedendo velocemente: il numero dei possessori è più che raddoppiato nel giro di un anno, in particolare nelle famiglie che non hanno la linea fissa. Ma l'effettivo utilizzo dei nuovi servizi si diffonde più lentamente, confermando un paradigma dell'ICT, in cui la diffusione del mezzo ne precede la piena capacità d'uso. La spesa annuale della famiglia italiana per servizi di telefonia (fissa e mobile) è pari in media a quasi 1.000 euro. Il 60% di tale spesa è dovuta a servizi di telefonia mobile, spesa che ancora solo 10 anni fa riguardava un numero molto limitato di famiglie.

Figli, cultura, lavoro: le chiavi della diffusione delle piattaforme tecnologiche

Nelle famiglie "più attive" nei confronti delle tecnologie e servizi innovativi, i *driver* sono rappresentati essenzialmente da tre fattori:

- presenza di figli (soprattutto se in età scolastica),
- numero di persone che svolgono un'attività lavorativa,
- livello di istruzione dei componenti.

Età, sesso e inglese: le fonti del *digital divide*

Età, sesso, inglese si confermano come i tre aspetti del *digital divide*, anche se la componente femminile della popolazione è in fase di recupero. Per superare il ritardo digitale che interessa particolarmente casalinghe ed anziani, occorre indirizzare azioni sulla loro formazione con modalità appropriate. Il *digital divide* non presenta caratteri geografici: il Mezzogiorno risulta quasi allineato al Centro-nord e i piccoli centri "inseguono" le città.

Per ulteriori informazioni:

Anna Borioni
Ufficio Stampa Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici
Roma, tel. 06 421401- 06 42140410 – cell. 3471409877 – e-mail: ufficiostampa@confindustriasi.it

Natalia Franchi
Comunicazione e Immagine Federazione ANIE
Milano, tel. 023264818/211 – e-mail: comunicazione@anie.it