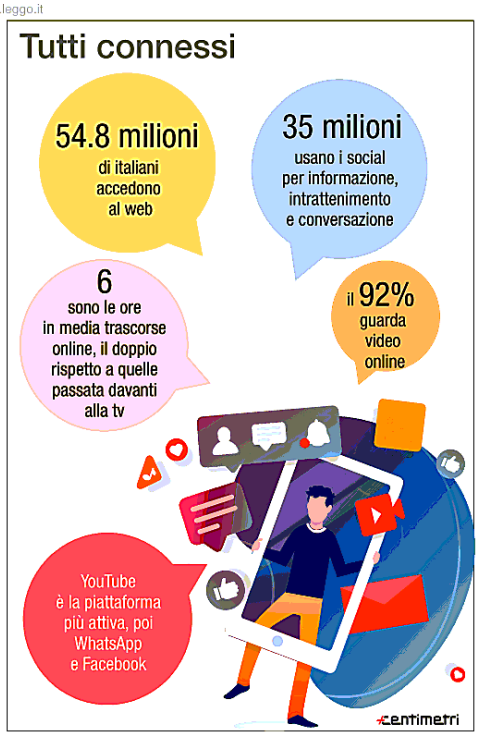
(C) Ced Digital e Servizi | ID: 00000000 | IP ADDRESS: 62.173.173.145 carta.leggo.it

FRATELLI DI SOCIAL

Report Digital 2019: web boom italiani online 6 ore al giorno

Alessio Caprodossi



Toglietemi tutto ma non internet e i social network. Il refrain di una nota pubblicità di qualche anno fa calza a pennello per gli italiani, con 54,8 milioni di connazionali (pari al 92% della popolazione) che accedono al web e 35 milioni che utilizzano ogni giorno almeno una piattaforma social. I dati arrivano dal report Digital 2019, realizzato dalle agenzie We Are Social e Hootsuite, che oltre all'analisi globale dello scenario digitale - nel mondo si contano 4,39 miliardi di utenti internet e 3,48 miliardi di social internauti - offre uno spaccato del panorama nostrano, caratterizzato dall'arrivo di 11 milioni di nuovi utenti online.

Con la popolazione in calo a quota 59,25 milioni, colpisce il costante incremento delle Sim mobili, arrivate a quasi 86 milioni, a testimonianza di come utilizzare due smartphone è diventata per molti una consuetudine. Tornando al web, siamo sempre connessi e trascorriamo in media circa sei ore al giorno online, più del doppio del tempo che dedichiamo a guardare la televisione.

Un terzo del tempo lo passiamo sui social network, che per il Ceo di We Are Social, Ottavio Neva, «si confermano punto di riferimento per informazione, intrattenimento e conversazione». Le piattaforme più gettonate restano Facebook e YouTube, anche se quest'ultima guida la speciale classifica e il social network da 2,7 miliardi di iscritti è preceduto di poco pure da WhatsApp, mentre a debita distanza seguono Instagram e Messenger. In discesa libera invece Twitter, al contrario di WeChat, applicazione di messaggistica realizzata in Cina che grazie all'ampia comunità cinese presente in Italia sfiora la top 10.

Ma cosa facciamo quando siamo in Rete? I video sono l'elemento più battuto, con il 92% degli internauti che ne usufruiscono per curiosità, conoscenza e passatempo. In forte crescita c'è il mondo gaming, con un italiano su sei che gioca in streaming live, uno su dieci che guarda le sfide dei videogiocatori e un contenuto 5,4% (in costante incremento), che segue i campionati di eSports. Altro elemento che piace agli italiani è la tecnologia voice, l'utilizzo cioè della voce per gestire dispositivi smart, come gli altoparlanti arricchiti dalla presenza degli assistenti virtuali: l'arrivo sul mercato di Google Home e Amazon Echo, con a bordo Google Assistant e Alexa, ha portato un connazionale su tre a preferire l'uso di comandi vocali rispetto a quelli manuali.

riproduzione riservata ®

Popolare

Basta paura, l'eCommerce adesso va a gonfie vele

Gli italiani non hanno più paura dell'eCommerce. Lo dicono i 27,4 miliardi di euro di spesa registrati nel 2018, con un tasso di crescita del 16% rispetto all'anno precedente, che in numeri si traduce in 3,9 miliardi di euro. Secondo le rilevazioni dell'Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano i connazionali che acquistano online sono 23,5 milioni (con 17,8 milioni che comprano almeno una volta al mese), mentre la penetrazione sul totale di vendite è del 5,7%, in rialzo ma ancora distante da Francia, Germania e Regno Unito, che viaggiano a tassi in doppia cifra ma che inseguono Cina (18%) e Stati Uniti (12%). Cosa si acquista? Il 56% degli affari è rappresentato dai prodotti, con elettronica, informatica, abbigliamento e arredamento davanti a tutti, anche se in termini assoluti in cima c'è il turismo, che per l'eCommerce vale 9,8 miliardi di euro. Anche in questo settore si sta gradualmente rovesciando il rapporto tra smartphone e computer, con il primo utilizzato per più del 30% delle compere. **(A. Cap.)**

Di nicchia

Arrivano gli Assistenti digitali: presto governeranno le case

Negli Stati Uniti gli assistenti digitali spopolano già da un anno e secondo le stime degli analisti quest'anno entreranno nelle case di diversi milioni di consumatori europei. A guidare il branco ci sono Alexa, assistente digitale sviluppato da Amazon, e Google Assistant, che come indica il nome è l'equivalente nato nei laboratori di Big G. Comparsi all'interno degli speaker e piazzati nel salotto di casa, questi maggiordomi digitali si comandano con la voce e rispondono alle nostre esigenze fornendo informano specifiche, per esempio sul traffico offrendo suggerimenti sul miglior percorso per arrivare in ufficio, oppure leggendoci il meteo. Si attivano pronunciando un termine, con una richiesta su misura riproducono la musica che vogliamo, mentre chi necessita di impostare sveglia, calendario e appuntamenti, può affidarsi all'assistente e pensionare orologi e agendine. E dal frigorifero allo specchio, grazie agli assistenti virtuali nella casa del futuro parleremo con ogni oggetto. **(A. Cap.)**

L'INTERVISTA

Andrea Rangone, ceo Digital 360: YouTube meglio di Facebook per tempo trascorso non per interazione

«Crescita figlia di banda larga e smartphone»

ESPERTO Andrea Rangone ceo di Digital 360

Italiani-internet è un binomio sempre più stretto, perché siamo quasi tutti connessi?

«Il merito principale va all'arrivo della banda larga, che cambia lo scenario e permette di sfruttare al meglio gli strumenti digitali. L'altro elemento decisivo è il mobile, perché non ci stacchiamo mai dallo smartphone, che in Italia hanno un margine di penetrazione tra i primi al mondo».

Passiamo ai social: ci trascorriamo sei ore al giorno, il doppio rispetto al tempo dedicato alla tv. Sorprendente?

«Il dato assoluto è notevole ma va contestualizzato, perché da noi il pubblico del web e quello televisivo non si sovrappongono, bensì si dividono in due blocchi. Da una parte i giovani che prediligono la rete, dall'altra gli anziani fedeli alla tv. Quest'ultima ha un tempo di utilizzo limitato alla sera, mentre tra smarpthone e computer siamo sempre online, chi per passatempo, chi per lavorare. Il confronto è impari, perché la tv è intrattenimento, internet l'estensione della nostra mano».

Nella classifica di settore, YouTube è davanti a Facebook. Curioso no?

«Difficile fare un confronto perché più del tempo trascorso sulle due piattaforme a contare qui è l'engagement, cioè il grado di interazione dell'utente. In questo caso YouTube è un mezzo passivo, dove si va per vedere video, Facebook, col suo ecosistema che include WhatsApp e Instagram, è invece uno strumento attivo, con l'utente che può postare messaggi, caricare immagini, dialogare con altri utenti».

Un fenomeno in ascesa è il gaming. Dove può arrivare?

«Piccoli e grandi, uomini e donne, oggi tutti giocano online e milioni di persone si dilettano nel guardare chi gioca, come dimostra il successo degli e-Sports. A ciò si aggiunge il lato occupazionale, con parecchie aziende che cercano figure specifiche per lo sviluppo dei videogame». **(A. Cap.)**

riproduzione riservata ®

IL CONFRONTO

Tv e Rete: platee diverse
Una è intrattenimento, l'altra è l'estensione della nostra mano

PRESSToday (mp@ilgiornaleinpiazza.it) d41dbcc95f00b204e9800998ecf8427e
Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.