



## **DISCONNECT TO RECONNECT: TEMPO DI DIGITAL DETOX?**

La ricerca condotta da PHD Italia, in collaborazione con Ciaopeople Media Group, evidenzia i primi segnali di saturazione degli italiani nel rapporto con la tecnologia, svela nuovi profili digitali e ne indaga l'impatto sulla fruizione mediatica

Smartphone dipendenti, social media addicted e tecno-entusiasti, ma anche convinti del fatto che la tecnologia rischia di farci perdere il gusto delle cose semplici, mette in pericolo la nostra privacy e ci ha reso persone più sole. Questa la fotografia degli italiani e del loro rapporto con la tecnologia scattata da PHD Italia con la ricerca "Disconnect to reconnect", condotta in collaborazione con Ciaopeople Media Group.

Iperconnessione e overload di contenuti digitali iniziano a generare insofferenza? In che misura e per chi la cosiddetta "digital detox" (piccoli o grandi gesti di "disintossicazione digitale") sta diventando un'esigenza? Sono le domande alle quali la ricerca vuole dare una risposta. Mappando l'utilizzo dei diversi device tecnologici, di app, siti e social network in relazione alle abitudini quotidiane, tracciando quattro nuovi profili digitali e indagandone l'impatto sulla fruizione mediatica.

### **Riti del buongiorno e della buonanotte**

La "checking habit", l'abitudine di controllare il cellulare per verificare l'arrivo di nuove mail, notifiche o messaggi, è ormai diventata un rito del risveglio e ha sostituito altre abitudini del mattino, precedendo gesti come la colazione, la doccia, la lettura dei giornali e le chiacchiere con chi vive con noi. Per quasi cinque italiani su dieci (45% del campione) controllare il cellulare è il primo gesto del risveglio e quando si tratta di 18-24enni la percentuale sale al 75%. In tutte le fasce d'età "controllo il cellulare" come abitudine del risveglio supera "chiacchiero con chi c'è in casa" e anche "accendo la tv e la radio". Solo nella fascia più matura del campione (corrispondente ai 55-64enni) quest'ultima opzione supera il controllo delle notifiche sul cellulare. Per quasi sette giovanissimi su dieci, inoltre, il controllo del telefonino corrisponde anche all'ultima cosa che si fa prima di dormire. Per la fascia d'età compresa tra i 18 e i 24 anni, il controllo delle notifiche sullo smartphone coincide, dunque, sia con il buongiorno sia con la buonanotte. Sul totale del campione, invece, la tv domina come abitudine della buonanotte, raggiungendo il 46% delle indicazioni raccolte, percentuale che sale al 56% tra i 55-64enni.

### **Device, social, siti e app: re e regine**

Più di tre i device tecnologici utilizzati in media dagli italiani nella loro quotidianità. Trionfa lo smartphone (indicato dal 93% degli intervistati), seguito da computer portatile (77%), tablet (52%), computer fisso a casa (51%) e al lavoro (42%), console per videogiochi (32%) e smartwatch (4%). Forte della sua diffusione (un miliardo di utenti attivi nel mondo), l'applicazione più utilizzata in Italia è Whatsapp (79%), seguita da Facebook (78%) e Youtube (72%). Appena fuori dal podio il colosso dell'e-commerce Amazon (60%), più lontane Twitter (25%) e Instagram (25%). Significativa, tra i siti e le app più utilizzate, la presenza di Airbnb e Blablacar (9% entrambe), a testimonianza della crescita della sharing economy anche nel nostro Paese.

### **Smartphone dipendenti?**

Il 49% degli italiani considera lo smartphone "un oggetto che semplifica la vita", solo il 18% non ne farebbe mai a meno e il 12%, se potesse, rinuncerebbe ad averlo, ma un buon 28% dichiara di controllarlo "ogni volta che arriva una notifica" e il 29% del campione si dice "infastidito" all'idea di essere disconnesso da internet per qualche ora. Il 47% degli intervistati dichiara di controllare "che ci sia la connessione wi-fi" quando prenota un hotel.

L'idea di una vacanza isolati dalla rete raccoglie il consenso di oltre tre italiani su dieci, per il 17% si tratterebbe di "un paradiso", contro il 10% che lo vivrebbe invece come "un incubo". E per il 5% degli intervistati la vacanza internet-free è già "un'abitudine".

### **Tecnologia sì, tecnologia no**

L'86% degli intervistati si dice molto o abbastanza d'accordo sul fatto che alla tecnologia bisogna dire sì solo "se semplifica la vita anziché complicarla", il 76% concorda sul fatto che abbia moltiplicato le possibilità di esprimere la propria opinione, ma cresce anche la consapevolezza sui rischi per la privacy (70%), la perdita del gusto delle cose semplici (70%), l'aumento dello stress (64%) e la solitudine (59%). Il 41% del campione, inoltre, concorda con la scelta di chi decide di spegnere il cellulare per "disintossicarsi".

### **Chatta, leggi, compra**

Condivisioni sui social, news e acquisti sono i tre punti fermi della vita on-line. Per sette italiani su dieci le recensioni in rete sono fondamentali per gli acquisti, sei su dieci utilizzano i social network per informarsi, cinque su dieci quando vedono un video divertente lo condividono subito con gli amici e quattro su dieci appena si collegano vanno su Facebook. Il 24% degli intervistati dichiarano di pensare al numero di like che otterranno quando postano una foto, il 22% si dice convinto del fatto che "ogni occasione è buona per scattare e divider un selfie". Anche il cosiddetto "food porn", la mania di fotografare il cibo al ristorante, raccoglie il 27% dei consensi. Di contro, però, più di un terzo degli italiani (il 36% degli intervistati) si dice d'accordo con chi ha deciso di "usare il meno possibile i social network perché invadono la privacy" e più di uno su due (il 55%) ritiene che su internet sia "difficile capire cosa è vero e cosa no".

### **Tecno-entusiasmo vs tecno-scetticismo**

Pensando al futuro gli italiani si dividono tra tecno-entusiasmo e tecno-scetticismo. Uno su due pensa che “saremo sempre connessi ovunque e gratis” e più di tre su dieci che “faremo tutto con il cellulare”, ma il 44% sostiene che “qualsiasi aspetto della nostra vita sarà sorvegliato e monitorato” e il 28% che “ci vedremo molto meno spesso di persona”. Ancora bassa ma in crescita la propensione verso le innovazioni tecnologiche più attese dei prossimi anni: auto che si guidano da sole (17%), smart clothes, cioè vestiti e accessori “intelligenti” (11%) e robot domestici (5%). A destare le maggiori preoccupazioni, l'intelligenza artificiale e le sue applicazioni: per il 33% degli italiani è “un rischio su cui riflettere”, contro un 30% più cauto che la considera “una sfida che va regolata”. Solo il 18% la indica come “una grande opportunità” e il 17% non si sbilancia (“un’incognita”).

### **Una venticinquesima ora per...**

La digitalizzazione delle nostre vite, sostengono da tempo molti osservatori, è cresciuta di pari passo con la riduzione del tempo a nostra disposizione. Un paradosso? Un dato di fatto, testimoniato dalle risposte degli intervistati alla domanda: “se avessi a disposizione un’ora in più al giorno, la tua venticinquesima ora, come la utilizzeresti?”. “Farei tutto quello che faccio ma con più calma” la risposta più gettonata, indicata dal 22% degli intervistati (percentuale che nelle donne sale al 24%, contro il 20% degli uomini). A seguire “starei di più con le persone che amo” (19%), “dedicherei più tempo ai miei hobby” (16%) e dormirei (11%). Tra i più giovani, però, pesa maggiormente la mancanza di sonno (“dormirei” è la prima risposta tra i 18-24enni): un dato che può essere letto come conferma del fenomeno dell’insonnia 2.0? Nella fascia d’età 25-44 si desidera principalmente, invece, più tempo da trascorrere in famiglia.

### **Dimmi come usi la tecnologia e ti dirò chi sei – I quattro “cluster”**

Quattro i profili digitali degli italiani che emergono dalla ricerca: i **consapevoli** (25%), gli **entusiasti** (21%), i **funzionali** (21%) e i **nostalgici** (33%).

I **consapevoli** fanno un uso massiccio della tecnologia, ma con spirito critico. Usano molto i social, soprattutto quelli legati alle immagini, ma in modo strategico, per costruire la propria identità sociale. Sanno come “filtrare” contenuti e contatti in rete a loro piacimento e come proteggere la privacy. E’ il profilo più diffuso tra i 18-34enni.

Gli **entusiasti** sono i veri innamorati della tecnologia, colpiti da un vero e proprio colpo di fulmine. Sono sommersi da device e gadget tecnologici, hanno profili su tutti i principali social, che “nutrono” costantemente. Sono veri e propri “social network addicted” e orgogliosi di esserlo. Pensano più a condividere il momento che a viverlo. Non colgono nessun aspetto negativo.

I **funzionali** fanno un uso discreto della tecnologia, soprattutto per semplificarsi e organizzarsi la vita, ma sanno prendersi tempi e spazi. E’ il profilo con il minor investimento emotivo nei confronti della tecnologia. Hanno un approccio “basic”.

I **nostalgici**, pur facendone un uso imponente, sono infastiditi dall’intrusione della tecnologia nella loro vita. Vivono l’utilizzo di device e social in modo

conflittuale, pronti a fare un passo indietro. Sono i più preoccupati per la privacy. E' il profilo più diffuso tra gli over 35.

Sede Legale ed amministrativa:  
Via Spadolini, 5 – 20141 Milano  
Tel +39 02 83307.1 - Fax +39 02 83307201  
Sito: [www.phdmedia.com](http://www.phdmedia.com)

Cap. Soc. € 20.000,00 I.V. – R.E.A. 1613675  
P. IVA IT13069300153