



Google Consumer Barometer

Internet in cifre 2012-2016

Nel corso degli ultimi cinque anni, l'azienda di ricerche di mercato Kantar TNS ha condotto un sondaggio, commissionato da Google, sulle abitudini di utilizzo di Internet dei consumatori di tutto il mondo. Le risposte fornite rivelano che, in solo cinque anni, Internet ha generato **enormi trasformazioni nelle abitudini di fruizione dei media e, di fatto, nella vita delle persone**. Ora è giunto il momento di riflettere sui possibili sviluppi.

L'indagine ha avuto inizio nel 2012 in 40 mercati selezionati di piccole e grandi dimensioni, sviluppati e in via di sviluppo¹. All'epoca utilizzava Internet il 72% dei consumatori. Cinque anni dopo, negli stessi mercati, la percentuale ha raggiunto l'80%: centinaia di milioni di persone in tutto il mondo sono diventate utenti di Internet. Ulteriori informazioni su **come Internet è diventato un bene globale** sono disponibili a pagina 3.

Uno dei maggiori sviluppi di questo periodo è stato indubbiamente la straordinaria ascesa degli smartphone. Nel 2012, il 33% dei consumatori dei 40 mercati campione disponeva di uno smartphone. Solo quattro anni dopo, la percentuale raggiungeva

un impressionante 70%. Ulteriori informazioni sull'**ascesa dello smartphone** sono disponibili a pagina 7.

In concomitanza con la diffusione degli smartphone, i consumatori di tutto il mondo avevano a loro disposizione un numero sempre maggiore di dispositivi connessi a Internet. Un approfondimento sul **mondo multischermo** è disponibile a pagina 11.

Lo smartphone è oggi il dispositivo più utilizzato in assoluto. Ce ne serviamo per rimanere in contatto con gli amici, accedere all'offerta di intrattenimento online e fare acquisti. Un'analisi su come i consumatori utilizzano il loro **compagno fidato** è disponibile a pagina 15.

Controllare lo smartphone è probabilmente la prima cosa che abbiamo fatto questa mattina. È il dispositivo che utilizziamo per scattare foto, ascoltare musica e realizzare numerose altre attività. Una descrizione di questa **rivoluzione quotidiana** è disponibile a pagina 19.

¹ I 40 mercati inclusi dall'inizio nel sondaggio sono: Argentina (AR), Australia (AU), Austria (AT), Belgio (BE), Brasile (BR), Canada (CA), Cina (CN), Repubblica Ceca (CZ), Danimarca (DK), Egitto (EG), Finlandia (FI), Francia (FR), Germania (DE), Grecia (GR), Hong Kong (HK), Ungheria (HU), Irlanda (IE), Israele (IL), Italia (IT), Giappone (JP), Messico (MX), Paesi Bassi (NL), Nuova Zelanda (NZ), Norvegia (NO), Polonia (PL), Portogallo (PT), Romania (RO), Russia (RU), Regno dell'Arabia Saudita (KSA), Slovacchia (SK), Sudafrica (ZA), Spagna (ES), Svezia (SE), Svizzera (CH), Taiwan (TW), Turchia (TR), Emirati Arabi Uniti (UAE), Regno Unito (UK), Ucraina (UA) e Stati Uniti (USA). Nel 2012, abbiamo esteso il sondaggio ai seguenti mercati: Bulgaria (BG), Croazia (HR), Estonia (EE), India (IN), Indonesia (ID), Kenya (KR), Lettonia (LV), (LT), Malesia (MY), Nigeria (NG), Serbia (RS), Singapore (SG), Slovenia (SI), Corea del Sud (KR), Filippine (PH), Thailandia (TH) e Vietnam (VN).

| Internet: un bene globale

Internet: un bene globale

Dal 2012 stiamo conducendo un sondaggio sulle abitudini di utilizzo di Internet dei consumatori di tutto il mondo. Con centinaia di milioni di nuovi utenti, la diffusione di Internet è aumentata in modo esponenziale. Nei 40 mercati campione, l'80% dei consumatori utilizza oggi Internet per scopi personali, rispetto al 72% di soli quattro anni fa.

Gli utenti di Internet navigano sul Web sempre più frequentemente: oggi sei utenti su dieci utilizzano Internet più volte al giorno, mentre nel 2012 ciò accadeva per meno di quattro utenti su dieci.

Il fatto che i consumatori utilizzino Internet non è però il solo aspetto da considerare. Bisogna dare uno sguardo anche alle loro abitudini e opinioni. Nei mercati campione, **otto utenti di Internet su dieci dichiarano che il Web è la prima risorsa a cui ricorrono quando devono cercare informazioni.** Sei utenti su dieci preferiscono eseguire un'attività online se ne hanno l'opportunità.

Un esempio può essere lo shopping online. Per questo abbiamo chiesto ai consumatori dove hanno effettuato il loro ultimo acquisto (nell'ambito

di determinate categorie di prodotti): in linea generale, **più di un intervistato su quattro dichiara di aver realizzato il suo ultimo acquisto online,** mentre il 60% in un negozio. E in ogni caso, sette consumatori su dieci ritengono che utilizzare Internet sia divertente. Concordiamo pienamente. Non sorprende che i più giovani siano più propensi a utilizzare Internet: **nei mercati campione, utilizza Internet il 94% della popolazione sotto i 25 anni,** mentre la percentuale si riduce a poco più della metà per i consumatori oltre i 55 anni.

Per comprendere a fondo le dinamiche di adozione di Internet è però necessario andare oltre il quadro generale. Ad esempio, **in alcuni mercati quali Australia, Singapore e i paesi scandinavi, quattro consumatori su cinque di età superiore ai 55 anni utilizzano Internet.** In India e Indonesia ciò accade per circa un consumatore su venti della stessa fascia di età.

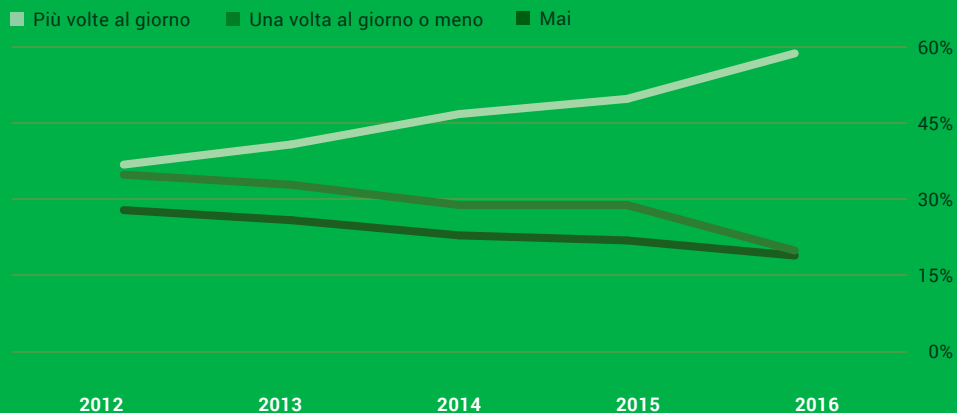
Ciò nonostante, i consumatori indonesiani più giovani stanno recuperando terreno. L'80% della popolazione indonesiana sotto i 25 anni utilizza Internet, una percentuale di diffusione che non

si discosta di molto da quella registrata per la stessa fascia di età in mercati quali Brasile (89%) o Serbia (94%). **Nella maggior parte dei mercati sviluppati, la percentuale di adozione di Internet nella fascia di età più giovane supera oggi il 95%.**

Tuttavia, ciò che definisce i segmenti con il maggior potenziale di crescita non è la fascia di età, ma il livello di reddito. In alcuni mercati sviluppati come Austria, Belgio o Italia, solo due consumatori con basso livello di reddito su tre utilizzano Internet, e le percentuali di adozione sono ancora inferiori nei mercati in via di sviluppo.

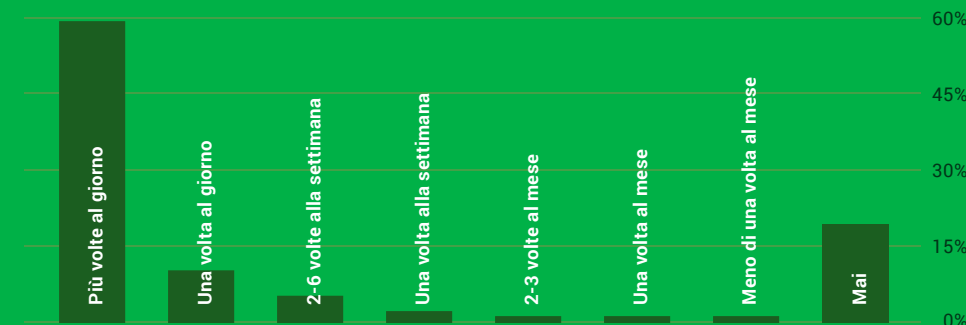
Sempre più persone utilizzano Internet con maggiore frequenza

Domanda posta. Con che frequenza utilizzi Internet per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro)? Pensa alle tue abitudini di utilizzo nel corso dell'ultimo mese (vedi pagina 24).



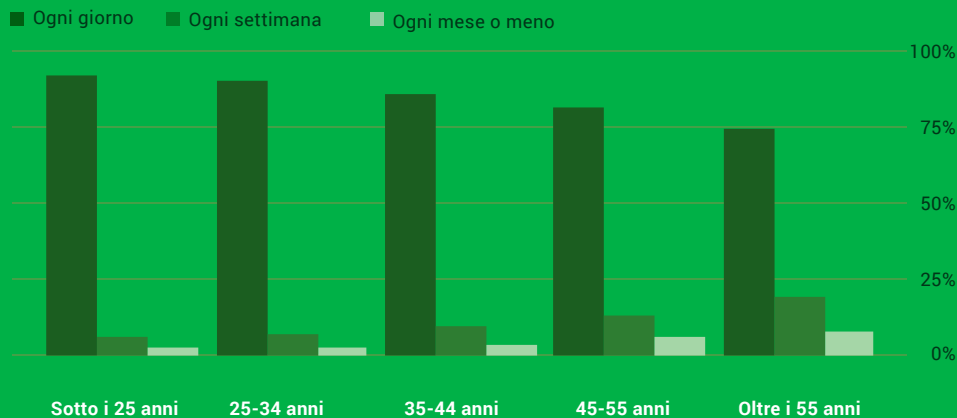
La maggior parte delle persone utilizza Internet più volte al giorno

Domanda posta. Con che frequenza utilizzi Internet per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro)? (vedi pagina 24)



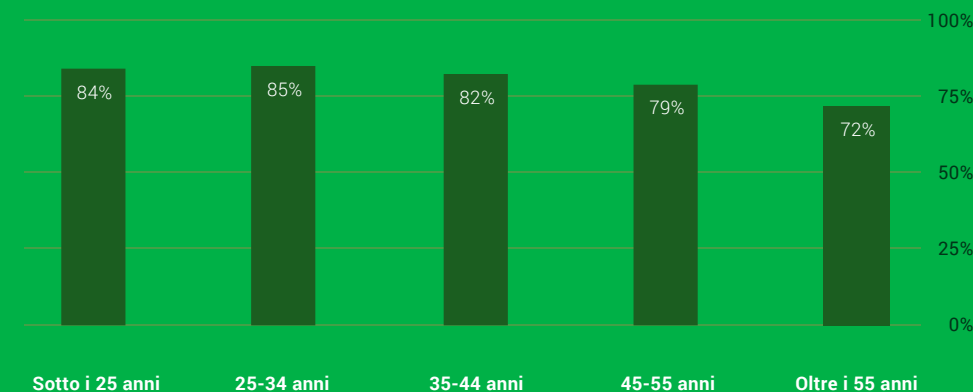
Persone di tutte le fasce di età utilizzano Internet quotidianamente

Domanda posta. Con che frequenza utilizzi Internet per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro)? (vedi pagina 24)



Internet è la prima risorsa a cui ricorriamo per cercare informazioni

Domanda posta. In che misura sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni? Valuta ciascuna delle seguenti affermazioni su una scala da 1 a 5, dove 1 corrisponde a "Completamente d'accordo" e 5 a "Completamente in disaccordo". *Internet è la prima risorsa a cui ricorro quando devo cercare informazioni* (vedi pagina 24)



Adozione di Internet nel mondo

Percentuale di popolazione che utilizza Internet per scopi personali

5% 95%
Mercati non inclusi



Il 94% della popolazione svedese dichiara di utilizzare Internet per scopi personali, collocando la Svezia al primo posto tra i paesi campione con un valore di poco superiore al 93% di Norvegia e Paesi Bassi

Solo il 27% della popolazione indiana dichiara di utilizzare Internet. Una percentuale che, tuttavia, varia enormemente a seconda della fascia di età: soltanto il 6% degli indiani oltre i 55 anni utilizza Internet contro il 50% registrato per la popolazione sotto i 25 anni

Nei 57 mercati attualmente inclusi nel sondaggio, i consumatori che utilizzano Internet per scopi personali rappresentano una percentuale media del 77%

I L'ascesa dello smartphone

I L'ascesa dello smartphone

Uno dei maggiori sviluppi degli ultimi anni è stato l'ascesa degli smartphone. Nel 2012, il 33% dei consumatori dei 40 mercati campione disponeva di uno smartphone. Solo quattro anni dopo, [la percentuale raggiungeva un'impressionante 70%](#). La nostra indagine indica che tale espansione riguarda tutti i mercati e che gli smartphone sono ormai diffusissimi ovunque: dall'Australia (80% di utenti) alla Cina (79%), fino alla Norvegia (83%) e agli Stati Uniti (72%).

Gli smartphone si sono diffusi rapidamente in [tutte le fasce demografiche](#). Anche se, in genere, i consumatori più giovani hanno iniziato prima a utilizzare gli smartphone, la generazione dei loro genitori è ormai pronta per recuperare terreno a livello globale. Questa tendenza si è già manifestata nei mercati sviluppati. In Svezia, ad esempio, [sette consumatori su dieci di età superiore ai 45 anni utilizzano uno smartphone](#). Nei mercati in via di sviluppo, la stessa tendenza si sta manifestando invece a un ritmo più lento. Un esempio è il Brasile, dove solo 3 intervistati su 10 oltre i 45 anni dichiara di utilizzare uno smartphone.

Ai consumatori dei mercati sviluppati potrebbe quasi sembrare che gli smartphone siano sempre stati lì. Tuttavia, per comprendere quanto sia ancora massiccia l'ascesa dello smartphone a livello globale, basta considerare quanto segue. Abbiamo chiesto agli utenti di smartphone di 56 mercati e di tutte le fasce demografiche quando hanno iniziato a utilizzare il loro dispositivo. [Un consumatore su otto ha dichiarato di aver iniziato negli ultimi sei mesi](#).

A causa di questa rapida adozione del dispositivo, sta accadendo qualcosa di veramente affascinante: nei mercati in via di sviluppo [lo smartphone sta sorpassando il computer](#). In Vietnam, ad esempio, la percentuale di adozione del computer non è in crescita e si attesta sul 44%. Lo smartphone, invece, viene utilizzato dal 72% della popolazione e continua a guadagnare utenti rispetto al computer.

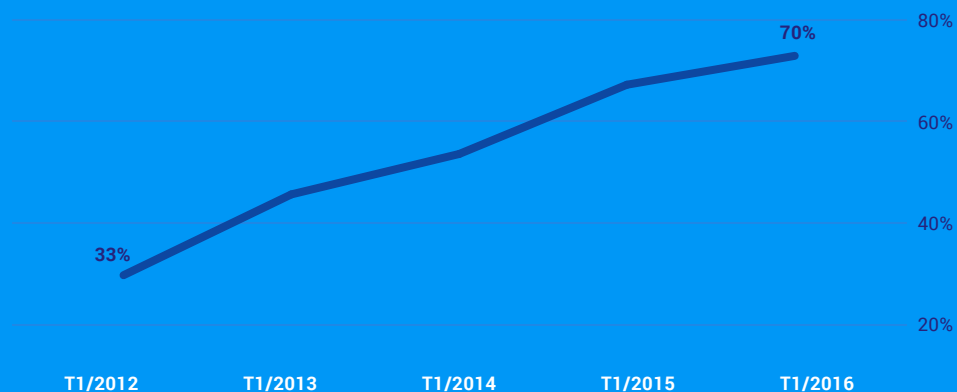
Anche nei mercati con elevate percentuali di adozione lo smartphone sta recuperando terreno rispetto al computer. In Svizzera, ad esempio, l'84% dei consumatori dichiara di utilizzare un computer (desktop, laptop o netbook), mentre il 77% uno smartphone. [Il tempo in cui lo smartphone veniva considerato un dispositivo secondario è definitivamente passato](#).

Il fatto che i consumatori utilizzino o meno uno smartphone non è però il solo aspetto da considerare. È altrettanto importante conoscere la frequenza con cui tali utenti accedono a Internet da uno smartphone piuttosto che da un computer o tablet. Ogni anno, abbiamo interpellato su questo aspetto i consumatori di 40 mercati di tutto il mondo. Le risposte fornite indicano che [non solo lo smartphone ha conquistato un posto nelle nostre tasche, ma che è anche sempre più presente nella nostra quotidianità](#).

Circa un terzo degli utenti di smartphone dichiara di accedere a Internet da uno smartphone più spesso che da un computer o tablet. Un altro terzo utilizza entrambi i dispositivi con la stessa frequenza. [Per due terzi degli utenti di smartphone, quest'ultimo non può dunque essere considerato un dispositivo secondario](#). Un mutamento radicale rispetto al 2012, quando quattro utenti su cinque utilizzavano il computer o tablet con maggiore frequenza rispetto allo smartphone.

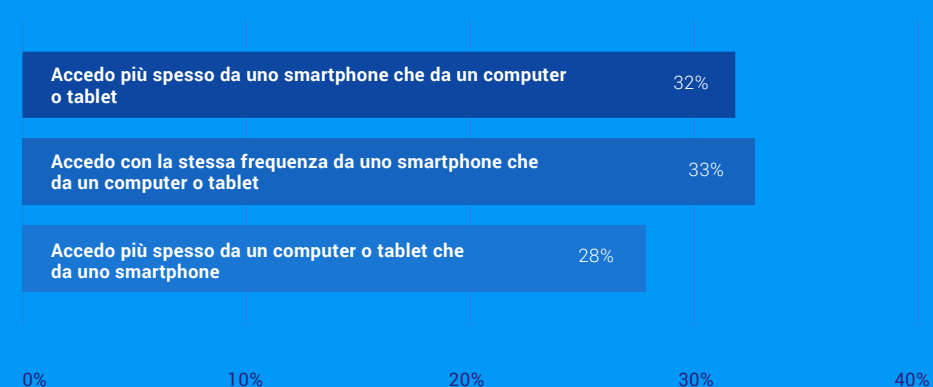
La percentuale di adozione dello smartphone è raddoppiata in soli quattro anni

Domanda posta. Quali dei seguenti dispositivi utilizzi correntemente? *Smartphone* (vedi pagina 25)



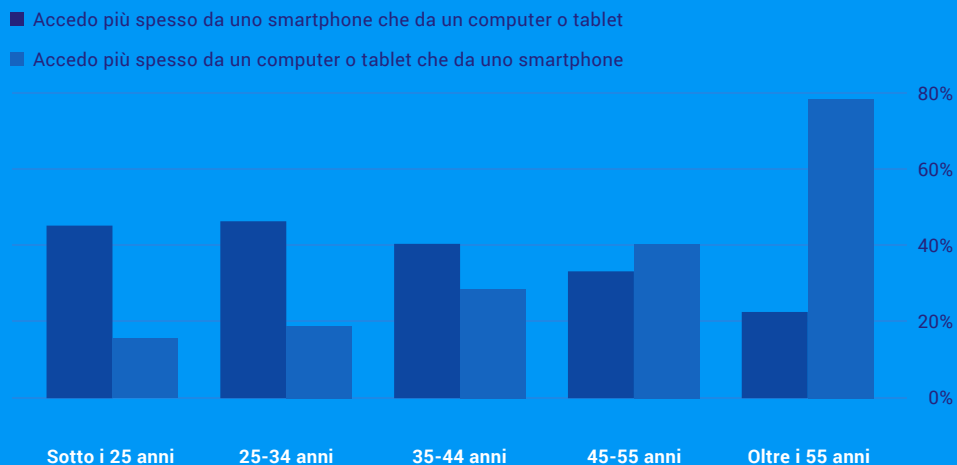
Per due terzi degli intervistati lo smartphone non è un dispositivo secondario

Domanda posta. Con che frequenza accedi a Internet tramite browser o app per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro) da un [*computer, smartphone o tablet*]? (vedi pagina 25)



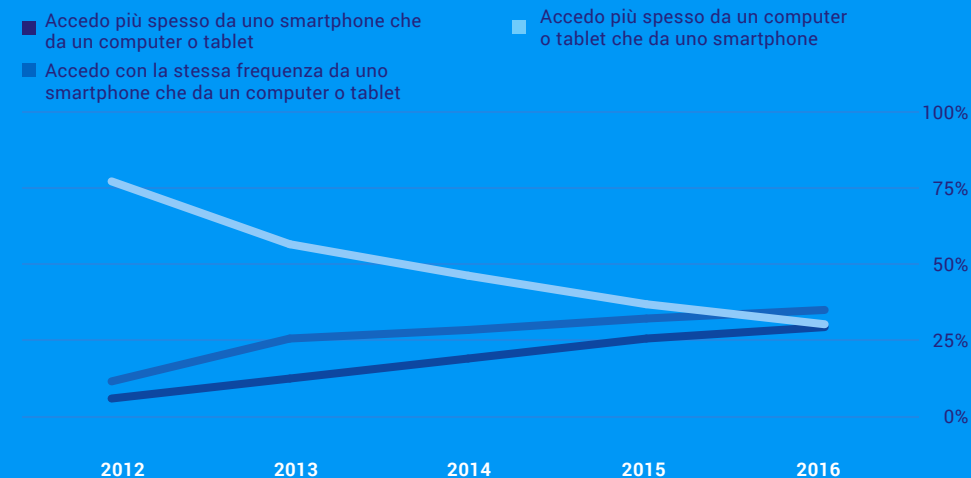
Sembrerebbe che nessuno usi più il computer, ma non è così: è solo un fatto di età.

Domanda posta. Con che frequenza accedi a Internet tramite browser o app per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro) da un [*computer / smartphone / tablet*]? (vedi pagina 25)



Un mutamento radicale: lo smartphone non è più un dispositivo secondario

Domanda posta. Con che frequenza accedi a Internet tramite browser o app per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro) da un [*computer / smartphone / tablet*]? (vedi pagina 25)



Dispositivo secondario?

Percentuale di utenti di Internet che accedono al Web con uguale o maggiore frequenza da uno smartphone che da un computer o tablet

50% 100%

■ Mercati non inclusi



Il 95% dei sudcoreani dichiara di accedere più spesso al Web da uno smartphone (62%) o di collegarsi utilizzando con la stessa frequenza smartphone e computer (33%)

Nei mercati europei, in media il 56% afferma di accedere più spesso a Internet da uno smartphone (20%) o utilizzando con la stessa frequenza smartphone e computer (36%). In Sudafrica, invece, il 74% della popolazione utilizza più spesso lo smartphone, mentre il 9% entrambi i dispositivi con la stessa frequenza.

Solo il 12% degli sloveni accede più spesso a Internet da uno smartphone, mentre il 36% si collega utilizzando con la stessa frequenza smartphone e computer

I Un mondo multischermo

I Un mondo multischermo

Lo smartphone sta superando il laptop come dispositivo più utilizzato per accedere al Web. Parallelamente, **i consumatori di tutto il mondo acquisiscono un numero sempre maggiore di dispositivi connessi a Internet**, portando all'affermazione di un mondo multischermo.

Nel 2012, chiedemmo ai consumatori di 40 mercati di tutto il mondo se utilizzavano smartphone, tablet e computer. Il 43% degli intervistati rispose di utilizzare uno dei tre dispositivi, il 26% due e solo il 6% tutti e tre. **Quattro anni dopo, un numero di persone quattro volte superiore utilizzava tutti e tre i dispositivi.**

Di recente, abbiamo chiesto ai consumatori dei 56 paesi attualmente inclusi nel sondaggio quali dispositivi utilizzano, aggiungendo nuove opzioni rispetto alle tre proposte in precedenza. Le risposte ci hanno fornito alcuni dati interessanti: ad esempio, nonostante **solo il 3% degli intervistati utilizzi un lettore di ebook**, tale percentuale risulta sensibilmente superiore in paesi come Regno Unito (12%) e Russia (11%). **Solo il 4% ha dichiarato di utilizzare un dispositivo digitale indossabile** (ad esempio uno smartwatch). Anche in questo caso,

però, esistono notevoli differenze tra un mercato e l'altro. Un olandese in visita in Australia rimarrà probabilmente sorpreso dal numero di dispositivi indossabili utilizzati nel paese. Il 9% degli australiani utilizza infatti un dispositivo di questo tipo, mentre nei Paesi Bassi lo stesso vale solamente per il 4% della popolazione.

Altri dispositivi presentano percentuali di adozione sensibilmente superiori: ad esempio, **un intervistato su quattro dichiara di utilizzare una televisione connessa a Internet** (una smart TV). Percentuali che, come nel caso dei lettori di ebook, non variano di molto tra una fascia di età e l'altra. Una questione diversa è che invece le televisioni connesse a Internet siano molto più diffuse tra le famiglie con alto (40%) piuttosto che basso (17%) livello di reddito. Tra i mercati di spicco troviamo Danimarca, Norvegia, Singapore, Sud Corea e Regno Unito, con percentuali di adozione vicine al 50%.

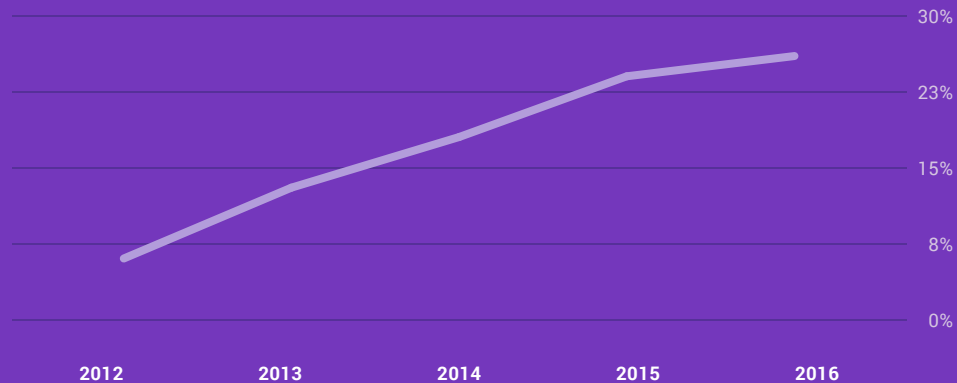
Tuttavia, un nuovo tipo di TV non è l'unico modo per visualizzare contenuti digitali sullo schermo di casa. Nei mercati campione, il 19% dei consumatori dichiara di possedere un dispositivo digitale in grado di salvare o registrare programmi

TV, mentre **il 10% di possederne uno in grado di riprodurre contenuti web in streaming sullo schermo del televisore** (ad esempio Apple TV o Chromecast). Quest'ultima categoria di dispositivi presenta percentuali di adozione elevatissime in alcuni mercati in cui le televisioni connesse a Internet sono ugualmente diffuse. Un esempio sono Danimarca, Norvegia e Regno Unito dove, a quanto pare, i consumatori si collegano continuamente al Web dalla loro TV.

Questo incontro tra televisione e Internet si manifesta anche in altri modi: nei mercati campione, **il 57% degli intervistati dichiara di navigare sul Web mentre guarda la TV**. L'utilizzo simultaneo di due schermi è un comportamento che riguarda tutti i mercati e le fasce di età. Persino tra i consumatori oltre i 55 anni, quattro persone su dieci si collegano a Internet mentre guardano la TV, mentre in Norvegia e Bulgaria ciò accade per nove giovani su dieci.

L'ascesa dei "tre schermi": un consumatore su quattro utilizza smartphone, tablet e computer

Domanda posta. Quali dei seguenti dispositivi utilizzati correntemente? *Smartphone, tablet e computer* (vedi pagina 26)



La maggior parte degli utenti di Internet si collega mentre guarda la TV

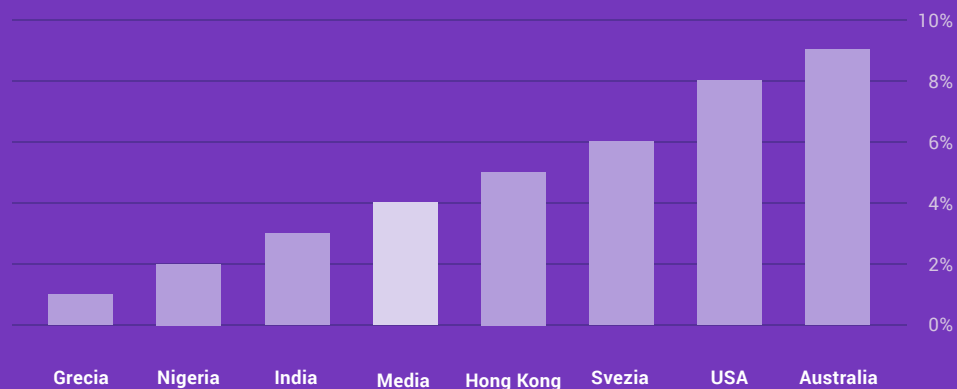
Domanda posta. Nell'ultimo mese, ti sei collegato a Internet da un altro dispositivo (ad es. computer, smartphone, tablet) mentre guardavi la TV? (vedi pagina 26)

58%

...degli utenti di Internet si collega mentre guarda la TV

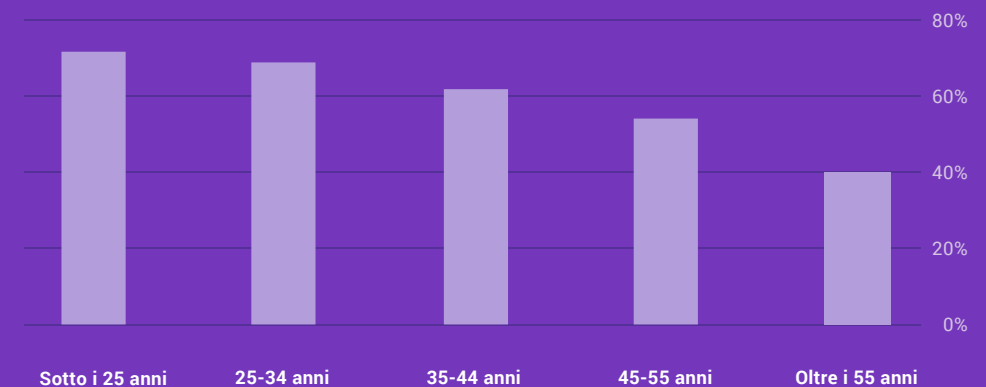
Profonde differenze nell'adozione dei dispositivi indossabili

Domanda posta. Quanti dei seguenti dispositivi utilizzati correntemente? *Dispositivi indossabili* (vedi pagina 26)



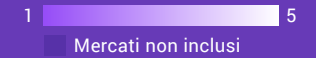
Fenomeno del "secondo schermo": i consumatori di tutte le fasce di età si collegano a Internet mentre guardano la TV

Domanda posta. Nell'ultimo mese, ti sei collegato a Internet da un altro dispositivo (ad es. computer, smartphone, tablet) mentre guardavi la TV? (vedi pagina 26)



Dispositivi connessi

Quanti dispositivi connessi a Internet utilizzano in media gli utenti?



La popolazione del Kuwait utilizza mediamente 4,4 dispositivi connessi a Internet, mentre in Kenya la media è di 0,8

In Malesia gli utenti utilizzano in media 1,8 dispositivi connessi a Internet, mentre nella vicina Singapore il valore sale a 3,1

Nei mercati campione, la media complessiva di utilizzo è di 2,5 dispositivi connessi a Internet per utente

| Un compagno fidato

I Un compagno fidato

Per analizzare in che misura lo smartphone si sta affermando come dispositivo più utilizzato, abbiamo chiesto agli utenti di Internet quali attività eseguono sullo smartphone e con che frequenza. Lo smartphone è il nostro nuovo compagno fidato: gli utenti di tutto il mondo ci raccontano un'affascinante realtà in cui gli smartphone vengono utilizzati nei modi più diversi.

Certe attività hanno preso piede molto rapidamente sugli smartphone. I motori di ricerca, ad esempio, vengono oggi utilizzati su questi dispositivi dal 51% degli utenti di Internet, con una capacità di ricerca simile a quella dei computer. Altre fonti indicano, inoltre, che il volume complessivo delle ricerche eseguite sugli smartphone ha già superato quello registrato per i computer.

Lo smartphone sta trasformando il modo di guardare i video: quattro utenti di Internet su dieci dichiarano di visualizzare video online sullo smartphone settimanalmente. E più giovani si è, più la frequenza aumenta. [Due terzi degli utenti sotto i 25 anni guardano video online sullo smartphone ogni settimana.](#) Nella stessa fascia di età, il 58% guarda video online sul computer settimanalmente.

Nella maggior parte dei paesi in Asia e Medio Oriente, guardare video online sullo smartphone è una pratica particolarmente diffusa. Nei mercati di Hong Kong, Malesia, Arabia Saudita, Singapore, Taiwan, Thailandia, Turchia ed Emirati Arabi si registra tale comportamento per oltre il 60% dei consumatori. Tuttavia, [nessun paese raggiunge i valori del Vietnam, dove oltre tre utenti di Internet su quattro \(tra cui la metà della popolazione oltre i 55 anni\) dichiarano di guardare video online sullo smartphone ogni settimana.](#)

Per i consumatori più giovani, lo smartphone rappresenta anche un mezzo per interagire con gli amici. [Tre utenti di Internet su quattro sotto i 25 anni accedono ai social network dal cellulare settimanalmente,](#) mentre un numero quasi equivalente vi accede ogni giorno. Nella stessa fascia di età, poco più della metà dei consumatori accede ai social network dal computer ogni settimana.

[Questa tendenza si manifesta chiaramente nei mercati europei, dove l'81% degli utenti sotto i 25 anni accede ai social network da uno smartphone settimanalmente;](#) percentuale che, per la popolazione oltre i 55 anni, raggiunge solo il 14%. Nei 56 mercati campione, il 51% degli utenti di Internet accede ai social network dal cellulare ogni settimana.

[I consumatori sotto i 25 anni preferiscono utilizzare lo smartphone piuttosto che il computer per diversi tipi di attività.](#) Ogni settimana, gli utenti utilizzano i motori di ricerca (70%), leggono la posta (54%), giocano (19%) e cercano informazioni sui prodotti dal proprio cellulare.

Lo smartphone sta anche recuperando terreno come dispositivo da cui effettuare acquisti: [globalmente, un consumatore su cinque cerca informazioni sui prodotti dallo smartphone almeno settimanalmente,](#) mentre il 4% dichiara di utilizzare il cellulare per acquistare prodotti o servizi almeno una volta alla settimana, con percentuali di utilizzo simili a quelle registrate per il computer riguardo alle stesse finalità. In alcuni paesi, lo smartphone è usato ancora di più. Nel Regno Unito, ad esempio, il 19% della popolazione acquista prodotti o servizi dal cellulare almeno settimanalmente, mentre il 35% cerca informazioni sui prodotti. Una tendenza che si manifesta tanto più chiaramente quanto più giovane è la fascia di età.

Basta solo cercare su Google

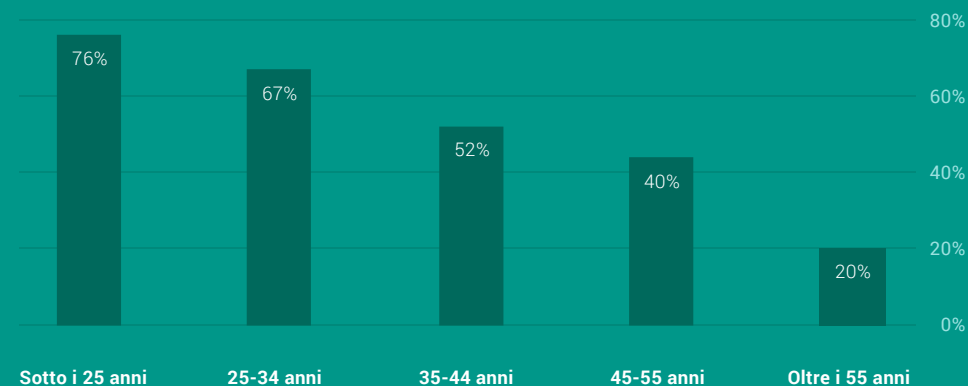
Domanda posta. Con che frequenza, tramite browser o app, utilizzi i motori di ricerca (almeno settimanalmente) su uno smartphone? (vedi pagina 27)

51%

...degli utenti di Internet utilizza i motori di ricerca sullo smartphone settimanalmente

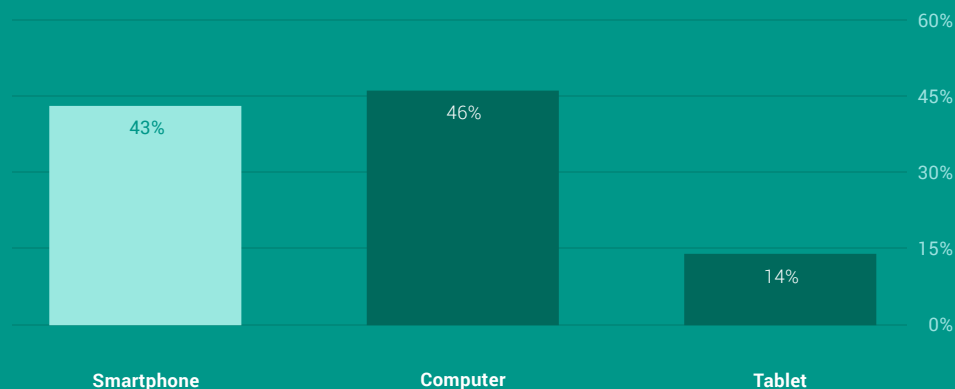
Per i più giovani, lo smartphone è un mezzo per interagire con gli amici. Tre utenti su quattro accedono ai social network dal cellulare settimanalmente

Domanda posta. Con che frequenza, tramite browser o app, accedi ai social network (almeno settimanalmente) da uno smartphone? (vedi pagina 27)



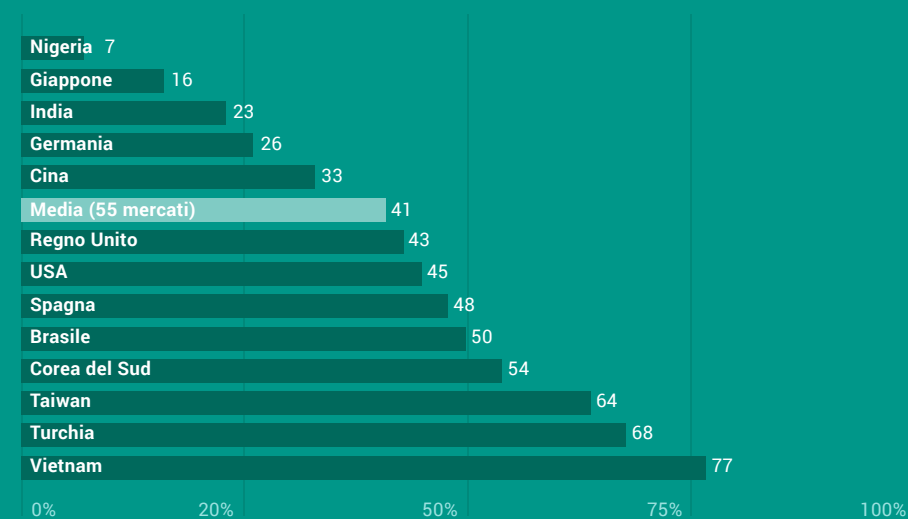
Inviato dal mio telefono: gli smartphone sono ormai utilizzati con la stessa frequenza del computer per inviare email

Domanda posta. Con che frequenza, tramite browser o app, leggi la posta (almeno settimanalmente) su uno smartphone, tablet o computer? (vedi pagina 27)



Il video e lo smartphone: utilizziamo il cellulare per riprodurre video online in streaming. Mercati selezionati

Domanda posta. Con che frequenza, tramite browser o app, guardi video online (almeno settimanalmente) su uno smartphone? (vedi pagina 27)



Video online

Che percentuale di popolazione guarda video online su uno smartphone almeno settimanalmente?

10% 80%
Mercati non inclusi



Nei mercati campione, il 41% degli utenti di Internet guarda video online su uno smartphone almeno settimanalmente

In Sudafrica, solo l'11% degli utenti di Internet guarda video online su uno smartphone almeno settimanalmente; in Vietnam, invece, il valore sale fino al 77%

Nei quattro paesi del Medio Oriente inclusi nel sondaggio, i consumatori che dichiarano di guardare video online su uno smartphone almeno settimanalmente rappresentano in media il 64% del totale. Nei mercati europei, la percentuale registrata è solo del 37%

I Una rivoluzione quotidiana

I Una rivoluzione quotidiana

È probabilmente trascorso molto tempo dall'ultima volta che abbiamo puntato una sveglia tradizionale. Per oltre la metà degli utenti di smartphone di tutto il mondo, il cellulare è infatti oggi lo strumento più utilizzato per eseguire attività quotidiane come guardare l'ora (60%) o impostare la sveglia (61%). **Lo smartphone è dunque diventato il primo oggetto che utilizziamo la mattina**, una transizione silenziosa che ha avuto luogo nella quasi totalità dei mercati e delle fasce di età.

Ovviamente, la sveglia non è l'unico dispositivo che è stato soppiantato dallo smartphone. **Per due terzi degli utenti di smartphone, lo strumento più utilizzato per scattare foto è il cellulare**. E questo vale per gli utenti di tutte le età, con una proporzione di 6 persone su 10 dopo i 55 anni.

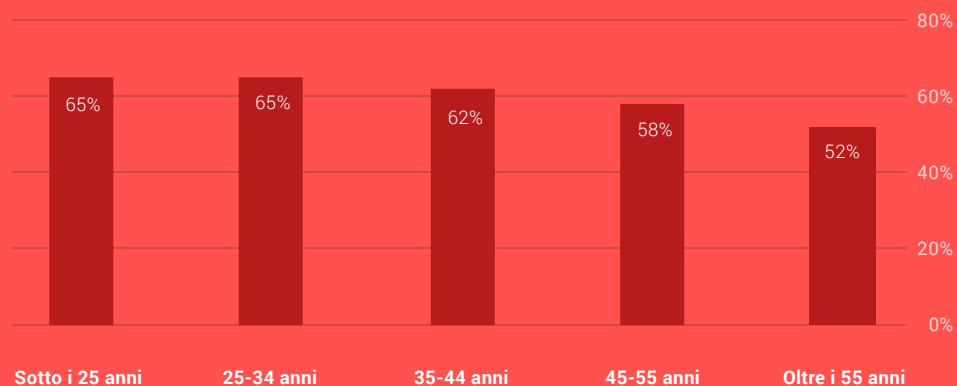
Per la metà degli utenti di smartphone, quest'ultimo è anche lo strumento più utilizzato per ascoltare musica. In questo caso, però, l'età influisce diversamente: **per quasi due utenti su tre sotto i 25 anni lo smartphone è lo strumento più utilizzato per ascoltare musica**; mentre nella fascia di età più elevata (oltre i 55 anni), ciò è valido soltanto per un utente su quattro.

Per gli early adopter, utilizzare il cellulare come orologio, fotocamera o dispositivo per ascoltare musica può ormai sembrare un'abitudine. Esistono comunque altri scopi per cui i consumatori utilizzano lo smartphone. **Per il 39% degli intervistati (tra cui un utente su tre di oltre 55 anni) il cellulare è lo strumento più utilizzato per leggere le notizie**. Una percentuale simile lo utilizza invece come principale strumento per giocare e consultare le previsioni meteo. Lo smartphone è inoltre lo strumento più utilizzato per accedere a mappe o informazioni sul traffico/di viaggio (un utente su quattro), gestire acquisti o elenchi di cose da fare (17%) e organizzare agenda e appuntamenti (26%).

Esistono, tuttavia, alcune attività che non hanno ancora preso piede tra gli utenti di smartphone. Ad esempio, **solo il 12% degli utenti utilizza il cellulare come principale strumento per leggere libri o riviste** e soltanto per il 7% degli intervistati è lo strumento più utilizzato per monitorare condizioni di salute, diete o attività fisiche.

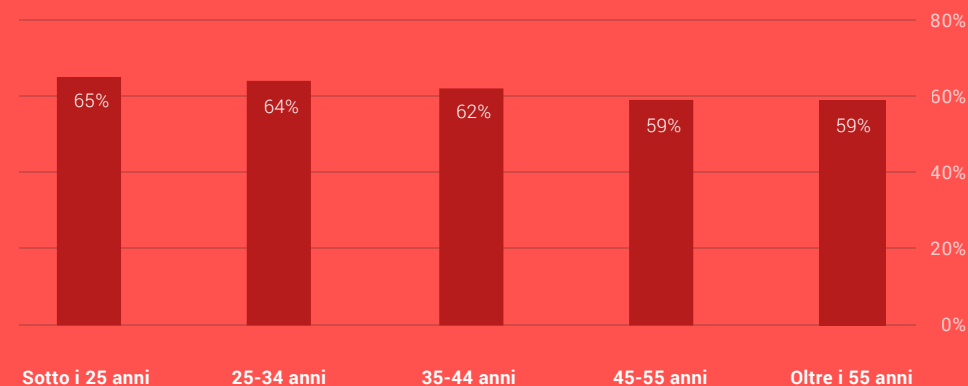
Per sei utenti su dieci, lo smartphone è il primo oggetto che utilizzano la mattina

Domanda posta. In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare?
Puntare la sveglia (vedi pagina 28)



Lo smartphone è la fotocamera preferita degli utenti di tutte le fasce di età

Domanda posta. In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare?
Scattare foto o riprendere video (vedi pagina 28)



La musica è ovunque

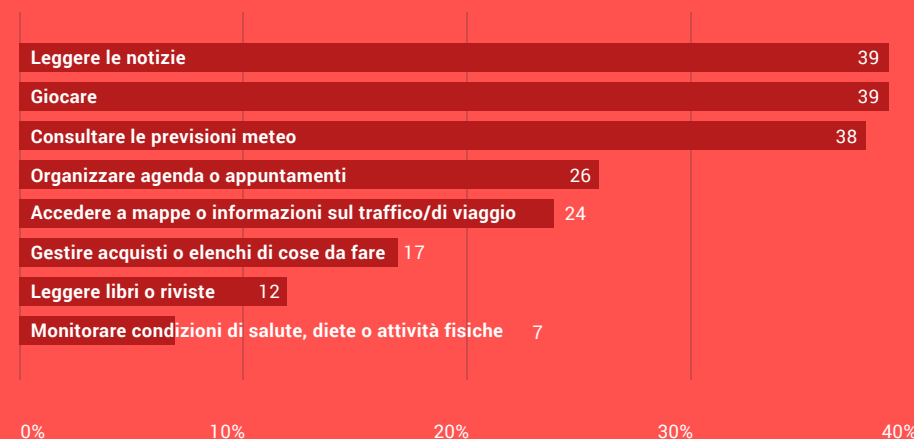
Domanda posta. In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare?
Ascoltare musica (vedi pagina 28)

63%

...degli utenti di smartphone sotto i 25 anni utilizza lo smartphone come principale strumento per ascoltare musica

Gli smartphone vengono utilizzati per numerose attività

Domanda posta. In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare? (vedi pagina 28)



La musica e lo smartphone

Che percentuale di popolazione sotto i 25 anni ascolta musica su uno smartphone almeno settimanalmente?

5% 80%
Mercati non inclusi



Nei mercati campione, il 44% degli utenti di Internet sotto i 25 anni ascolta musica sullo smartphone almeno settimanalmente. Per gli utenti di età superiore ai 55 anni, la percentuale raggiunge solo il 6%

Quanta musica in Scandinavia! In Norvegia, il 78% degli utenti di Internet sotto i 25 anni ascolta musica sullo smartphone. Il valore più alto tra tutti i paesi considerati, seguito da quelli registrati in Svezia (74%), Irlanda (74%) e Danimarca (73%)

Negli Stati Uniti, il 58% degli utenti di Internet sotto i 25 anni ascolta musica sullo smartphone almeno settimanalmente, mentre nel vicino Messico ciò accade solo per il 19% della popolazione

Questo documento presenta, a grandi linee, i risultati emersi dal nostro ambizioso progetto di ricerca pluriennale. Su consumerbarometer.com è possibile esaminare ancora più a fondo i dati e creare grafici personalizzati combinando mercati e fasce demografiche.

La nostra ricerca sulle abitudini di utilizzo di Internet dei consumatori di tutto il mondo non termina qui. Abbiamo in programma una nuova serie di domande i cui risultati verranno pubblicati sul nostro sito nel 2017. La ricerca verrà estesa a nuovi mercati e ambiti per restare al passo con la rapida evoluzione delle tecnologie e delle abitudini di utilizzo degli utenti.

Continueremo a seguire e documentare questa rivoluzione globale fornendo dati e approfondimenti su consumerbarometer.com.

Per informazioni più dettagliate sulla metodologia utilizzata nel sondaggio, consultare il sito di Consumer Barometer.

Sempre più persone utilizzano Internet con maggiore frequenza

Fonte

Connected Consumer Survey 2012-2016

Gruppo target

Popolazione totale online e offline

Domanda posta

Con che frequenza utilizzi Internet per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro)? Pensa alle tue abitudini di utilizzo nel corso dell'ultimo mese.

Mercati

40 mercati globali: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA, USA

La maggior parte delle persone utilizza Internet più volte al giorno

Fonte

Connected Consumer Survey 2012-2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza utilizzi Internet per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro)?

Mercati

40 mercati globali: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA, USA

Persone di tutte le fasce di età utilizzano Internet quotidianamente

Fonte

Connected Consumer Survey 2014/2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza utilizzi Internet per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro)?

Mercati

43 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, LV, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA, NG

Internet è la prima risorsa a cui ricorriamo per cercare informazioni

Fonte

Connected Consumer Survey 2014/2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

In che misura sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni? Valuta ciascuna delle seguenti affermazioni su una scala da 1 a 5, dove 1 corrisponde a "Completamente d'accordo" e 5 a "Completamente in disaccordo". *Internet è la prima risorsa a cui ricorro quando devo cercare informazioni.*

Mercati

43 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, LV, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA, NG

La percentuale di adozione dello smartphone è raddoppiata in soli quattro anni

Fonte

Connected Consumer Survey 2012-2016

Gruppo target

Popolazione totale online e offline

Domanda posta

Quale dei seguenti dispositivi utilizzi abitualmente? *Smartphone*

Mercati

40 mercati globali: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA, USA

Per due terzi degli intervistati lo smartphone non è un dispositivo secondario

Fonte

Connected Consumer Survey 2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza accedi a Internet tramite browser o app per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro) da un [*computer / smartphone / tablet*]?

Mercati

56 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

Sembrirebbe che nessuno usi più il computer, ma non è così: è solo un fatto di età.

Fonte

Connected Consumer Survey 2014/2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza accedi a Internet tramite browser o app per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro) da un [*computer / smartphone / tablet*]?

Mercati

43 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, LV, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA, NG

Un mutamento radicale: lo smartphone non è più un dispositivo secondario

Fonte

Connected Consumer Survey 2012-2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza accedi a Internet tramite browser o app per motivi personali (ovvero per finalità non associate a un'attività commerciale o al lavoro) da un [*computer / smartphone / tablet*]?

Mercati

40 mercati globali: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA, USA

L'ascesa dei "tre schermi": un consumatore su quattro utilizza smartphone, tablet e computer

Fonte

Connected Consumer Survey 2012-2016

Gruppo target

Popolazione totale online e offline

Domanda posta

Quale dei seguenti dispositivi utilizzi abitualmente? *Smartphone, tablet e computer*

Mercati

40 mercati globali: AR, AU, AT, BE, BR, CA, CN, CZ, DK, EG, FI, FR, DE, GR, HK, HU, IE, IL, IT, JP, MX, NL, NZ, NO, PL, PT, RO, RU, KSA, SK, ZA, ES, SE, CH, TW, TR, UAE, UK, UA, USA

La maggior parte degli utenti di Internet si collega mentre guarda la TV

Fonte

Connected Consumer Survey 2014/2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)/telespettatori

Domanda posta

Nell'ultimo mese, ti sei collegato a Internet da un altro dispositivo (ad es. computer, smartphone, tablet) mentre guardavi la TV?

Mercati

56 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

Gli utenti utilizzano in media 2,5 dispositivi connessi a Internet

Fonte

Connected Consumer Survey 2016

Gruppo target

Popolazione totale online e offline

Domanda posta

Quanti dei seguenti dispositivi utilizzi correntemente? *Dispositivi indossabili*

Mercati

–

Fenomeno del "secondo schermo": i consumatori di tutte le fasce di età si collegano a Internet mentre guardano la TV

Fonte

Connected Consumer Survey 2014/2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)/telespettatori

Domanda posta

Nell'ultimo mese, ti sei collegato a Internet da un altro dispositivo (ad es. computer, smartphone, tablet) mentre guardavi la TV?

Mercati

39 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, IE, LT, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, ES, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TH, VN, CA, AR, BR, USA, IL, SA

Basta solo cercare su Google

Fonte

Connected Consumer Survey 2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza, tramite browser o app, utilizzi i motori di ricerca (almeno settimanalmente) su uno smartphone?

Mercati

56 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

Per i più giovani, lo smartphone è un mezzo per interagire con gli amici. Tre utenti su quattro accedono ai social network dal cellulare settimanalmente

Fonte

Connected Consumer Survey 2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza, tramite browser o app, accedi ai social network (almeno settimanalmente) da uno smartphone?

Mercati

48 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA

Inviato dal mio telefono: gli smartphone sono ormai utilizzati con la stessa frequenza del computer per inviare email

Fonte

Connected Consumer Survey 2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza, tramite browser o app, leggi la posta (almeno settimanalmente) su uno smartphone, tablet o computer?

Mercati

56 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

I video e lo smartphone: utilizziamo il cellulare per riprodurre video online in streaming. Mercati selezionati

Fonte

Connected Consumer Survey 2015/2016

Gruppo target

Utenti di Internet (che si collegano tramite computer, tablet o smartphone)

Domanda posta

Con che frequenza, tramite browser o app, guardi video online (almeno settimanalmente) su uno smartphone?

Mercati

56 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

Per sei utenti su dieci, lo smartphone è il primo oggetto che utilizzano la mattina

Fonte

Consumer Barometer Survey 2014/2015

Gruppo target

Utenti di Internet che utilizzano uno smartphone

Domanda posta

In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare? *Puntare la sveglia*

Mercati

55 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

Lo smartphone è la fotocamera preferita degli utenti di tutte le fasce di età

Fonte

Consumer Barometer Survey 2014/15

Gruppo target

Utenti di Internet che utilizzano uno smartphone

Domanda posta

In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare? *Scattare foto o riprendere video*

Mercati

55 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

La musica è ovunque

Fonte

Consumer Barometer Survey 2014/15

Gruppo target

Utenti di Internet che utilizzano uno smartphone/sotto i 25 anni

Domanda posta

In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare? *Ascoltare musica*

Mercati

55 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA

Gli smartphone vengono utilizzati per numerose attività

Fonte

Consumer Barometer Survey 2014/15

Gruppo target

Utenti di Internet che utilizzano uno smartphone/sotto i 25 anni

Domanda posta

In genere, per quali delle seguenti attività utilizzi principalmente il cellulare?

Mercati

56 mercati globali: UK, AT, BE, BG, HR, CZ, DK, EE, FI, FR, DE, GR, HU, IE, IT, LV, LT, NL, NO, PL, PT, RO, RU, RS, SK, SI, ES, SE, CH, UA, AU, CN, HK, IN, ID, JP, KR, MY, NZ, PH, SG, TW, TH, VN, CA, MX, AR, BR, USA, IL, SA, TR, UAE, KE, NG, ZA.