
Comunicazione: 16° Rapporto Censis, "crescono internet, smartphone e social network". In dieci anni "quadruplicata la spesa per i telefoni"

“Crescono ancora internet, smartphone e social network”. È uno dei dati emersi dal 16° Rapporto Censis sulla comunicazione, “I media e la costruzione dell’identità”, presentato oggi a Roma, presso la Sala Zuccari del Senato, da Massimiliano Valerii, direttore generale del Censis. “Si registra ancora un aumento dell’utenza di internet: dal 78,4% al 79,3% della popolazione, con una differenza positiva di quasi un punto percentuale in un anno – evidenzia il Rapporto -. Gli italiani che utilizzano gli smartphone salgono dal 73,8% al 75,7% (con una crescita dell’1,9%, quando ancora nel 2009 li usava solo il 15% della popolazione). I social network più popolari sono YouTube, utilizzato dal 56,7% degli italiani (ma il dato sale al 76,1% tra i 14-29enni), Facebook dal 55,2% (dal 60,3% dei giovani), Instagram dal 35,9% (dal 65,6% degli under 30). E WhatsApp è utilizzato dal 71% degli italiani: il 3,5% in più in un anno (si arriva all’88,9% dei 30-44enni, ma si scende al 30,3% tra gli over 65)”. In dieci anni quadruplicata la spesa per i telefoni. Infatti, “la spesa delle famiglie per i consumi mediatici tra il 2007 (l’ultimo anno prima dell’inizio della crisi) e il 2018 evidenzia come, mentre il valore dei consumi complessivi ha subito una drastica flessione, senza essere ancora tornato ai livelli pre-crisi (-2,0% in termini reali è il bilancio nel periodo considerato), la spesa per l’acquisto di telefoni ed equipaggiamento telefonico ha segnato anno dopo anno un vero e proprio boom, di fatto quadruplicando in valore (+298,9% nell’intero periodo, per un valore di oltre 7 miliardi di euro nell’ultimo anno), quella dedicata all’acquisto di computer e audiovisivi ha conosciuto un rialzo rilevantissimo (+64,7%), mentre i servizi di telefonia si sono assestati verso il basso per effetto di un riequilibrio tariffario (-16,0%, per un valore però di 16,8 miliardi di euro sborsati dalle famiglie italiane nell’ultimo anno). La spesa per libri e giornali ha subito invece un vero e proprio crollo nel decennio (-37,8%), che però si è arrestato nell’ultimo anno, quando c’è stato invece un rialzo del 2,5%.

Gigliola Alfaro