

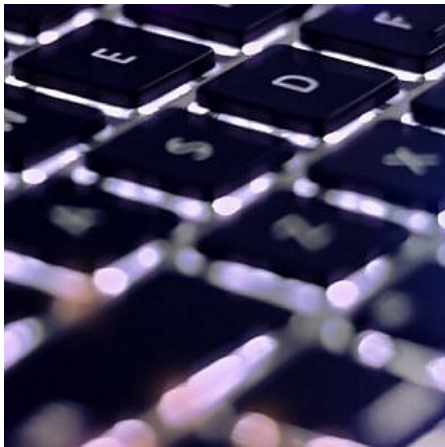
# Social network e web news: gli italiani diventano sempre più digitali

*Lo dice il Censis nel suo rapporto sullo Stato sociale del Paese: tv e radio registrano la maggiore utenza, continua l'ascesa dell'online che diventa fonte primaria di informazione. Indiscusso il primato di Facebook tra gli under 30 mentre sono ancora basse le percentuali degli utenti over 65*

Stampa



04 dicembre 2015



ITALIANI sempre più tecnologici: tutti guardano la televisione, non disdegnano la radio e sempre più utenti usano i social network e si informano sul web. Questa la fotografia scattata dal **Censis** nel suo rapporto sullo Stato sociale del Paese sulle abitudini di utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa in Italia. Nel dettaglio, i telespettatori rappresentano quasi la totalità della popolazione (96,7%), seguiti dall'83,9% di utenti radiofonici con l'ascolto per mezzo dei telefoni cellulari (+2%) e via internet (+2%) ancora in ascesa. Se i più "vecchi" mass media hanno il maggiore

seguito la loro fruizione è tuttavia influenzata e modificata dai nuovi device: +1,6% di utenza rispetto al 2013 per la web tv, +4,8% per la mobile tv, mentre le tv satellitari si attestano a una utenza complessiva del 42,4% e il 10% degli italiani usa la smart tv che si può connettere alla rete.

## REPDATA, GUARDA IN INFOGRAFICA

In questo meccanismo sono rimaste schiacciate le televisioni locali che soffrono una triplice pressione: grave flessione dei ricavi pubblicitari, consistente riduzione dei contributi pubblici, rilevante calo degli ascolti. Uno stato di cose che ha generato un crollo dei ricavi complessivi con ripercussioni negative anche sull'occupazione.

L'evoluzione maggiore è quella determinata dal digitale che vede un crescente e continuo aumento di internauti (+7,4%), raggiungendo una penetrazione del 70,9% della popolazione italiana. Grande aumento anche delle connessioni mobili: gli **smartphone** sono usati da oltre la metà degli italiani registrando una crescita del +12,9% mentre i **tablet** praticamente raddoppiano la loro diffusione. Imponente, poi, la popolarità dei social network: in testa c'è **Facebook**, frequentato dal 50,3% dell'intera popolazione e addirittura dal 77,4% dei giovani under 30, mentre **Youtube** raggiunge il 42% di utenti (il 72,5% tra i giovani) e il 10,1% degli italiani usa **Twitter**.

Sul fronte opposto a pagare le maggiori conseguenze dell'ascesa digitale è la carta stampata, che continua a perdere lettori: -1,6% per i quotidiani, -11,4% per la free press,

-0,7% i libri, stabili i settimanali e i mensili. Di contro sono in crescita i quotidiani online (+2,6%) e gli altri portali web di informazione (+4,9%). Del resto il web è ormai la fonte primaria di informazione da cui la maggior parte della popolazione attinge notizie con una predominanza dei nativi digitali con una quota del 91,9% di giovani mentre è ferma al 27,8% quella degli anziani. Stesso rapporto generazionale riguarda l'uso dei social network che vede oltre il 77% di iscritti tra gli under 30 contro appena il 14% degli over 65.

Il rapporto fornisce una panoramica sul cambiamento degli stili di consumo con novità come la *sharing economy*, l'*home banking* o il *crowdfunding*. Secondo il presidente del Censis **Giuseppe De Rita**, tuttavia, l'Italia sarebbe in un "letargo esistenziale collettivo", una sorta di "limbo" che necessita di una spinta innovativa per potenziare sviluppo e vitalità del corpo sociale.

Mi piace [Piace a Francesca Calabrese, Francesco Monari e altre 2.415.277 persone.](#)

**Divisione Stampa Nazionale** — Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006 — Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA