

Deloitte: italiani sempre più abituati a utilizzare i device digitali. Ecco come li usano per acquisti, salute e tempo libero

- Nove italiani su 10 utilizzano quotidianamente lo smartphone.
- Il 63% degli italiani usa servizi per lo streaming di Video On Demand.
- Il 73% di chi ha uno smartphone utilizza social media o app di messaging ogni giorno.
- Nell'ultimo anno il 22% degli intervistati ha smesso di usare i social.
- Oltre 4 rispondenti su 5 dichiarano di utilizzare lo smartphone per acquistare prodotti online.

Milano, 17 gennaio 2022 – Intrattenimento, pagamenti, salute, tutto passa sempre più da un dispositivo elettronico e con la pandemia la tendenza si è rafforzata ulteriormente, facendo evolvere abitudini e stili di vita. Deloitte presenta i risultati del **Digital Consumer Trends Survey 2021**, un'indagine basata su oltre 2 mila interviste a persone di età compresa tra i 18 e i 75 anni, realizzata per comprendere meglio il fenomeno spinto soprattutto dalla Gen-Z.

«I device digitali fanno sempre più parte della vita quotidiana degli italiani. La loro importanza è cresciuta con la pandemia ed è destinata ad affermarsi ancora di più in futuro in ambiti come la salute, il tempo libero e gli acquisti. Allo stesso tempo i consumatori digitali sono più attenti all'uso dei loro dati e hanno un atteggiamento più critico del passato verso i social media, che assorbono una fetta molto rilevante della loro vita digitale. Da qualunque angolo lo si osservi, lo scenario digitale è in costante evoluzione e continuerà a sorprenderci con novità e cambiamenti destinati a trasformare la vita di tutti noi». A spiegarlo è **Francesca Tagliapietra, Partner e Industry Leader TMT di Deloitte**.

Salute Digitale

La diffusione di dispositivi indossabili è in crescita in Italia: se nel 2017 solo il 10% dei rispondenti nel nostro Paese possedeva uno smartwatch, nel 2021 questa percentuale è salita al 25%. Così, nel 2021 in Italia 1 rispondente su 4 possiede uno smartwatch, mentre 1 su 5 ha un braccialetto per il fitness. E il principale utilizzatore è la Gen-Z.

Per cosa vengono utilizzati questi dispositivi digitali? Il 64% di chi possiede un dispositivo mobile dichiara di monitorare il numero di passi effettuati, il proprio ritmo del sonno o il battito cardiaco. Questo dato arriva all'86% per la Gen-Z, mentre solo 1 su 2 tra gli over 65 effettua un qualche monitoraggio di questi aspetti. In particolare, è il numero di passi la funzione più monitorata (53%), mentre il monitoraggio del battito cardiaco e del ritmo del sonno riguarda il 35% e il 24% dei rispondenti.

Nonostante le nuove generazioni siano molto attente anche alla salute mentale, solo il 3% degli intervistati dichiara di pagare per un'app di mindfulness e per il benessere mentale, contro un 4% disposto a pagare per applicazioni e programmi per il fitness e l'allenamento. Tuttavia, da una recente analisi condotta a livello mondiale da Deloitte, per il 2022 è attesa una crescita significativa sia dei dispositivi indossabili in ambito Salute e Benessere, sia delle applicazioni per la salute mentale. Deloitte, infatti, stima che nel 2022 a livello globale la spesa per questo tipo di applicazioni raggiungerà quasi i 500 milioni di dollari.

Intrattenimento Digitale & Media

Negli ultimi anni si è registrato un incremento costante nella fruizione di contenuti video in streaming: se nel 2018 "solo" il 40% dei rispondenti in Italia dichiarava di fruire di contenuti Streaming Video On Demand

(SVOD), questa percentuale è salita al 63% nel 2021. I risultati mostrano però come l'incremento più rilevante si sia avuto nell'anno di inizio della pandemia, dove la crescita è stata del +13%, contro un aumento (comunque significativo) del +5% nel 2021. Nell'ultimo anno, inoltre, è cresciuta in modo rilevante la penetrazione dei servizi VoD tra gli over 65, ad un tasso superiore rispetto al totale della popolazione: anche i meno giovani sono stati conquistati dallo streaming.

Tra i vari paesi europei coinvolti nell'indagine, tuttavia, l'Italia risulta follower in termini di accesso a servizi SVOD: in Gran Bretagna, la percentuale di chi ha accesso ad almeno un servizio di streaming video raggiunge il 76%, a cui segue l'Olanda con il 73%. Solo il Belgio ha un tasso di penetrazione minore dell'Italia, con il 53% dei rispondenti che dichiara di avere accesso a questo tipo di contenuto.

Anche il mondo dei videogiochi e degli e-sport continua la sua crescita anno dopo anno. In Italia, infatti, nel 2020 il mercato dei videogiochi ha generato più di 2 miliardi di euro, con una crescita del 21,9% rispetto all'anno precedente. Questo trend positivo vale anche per la fruizione di giochi e videogiochi su smartphone. In Italia, infatti, il 57% dei consumatori dichiara di giocare sul proprio smartphone. Ma tra chi dichiara di giocare sul proprio smartphone, solo il 18% ammette però di aver effettuato un acquisto in-app, con una spesa media di circa 28 euro.

Nell'ultimo anno il 73% di chi possiede uno smartphone in Italia ha utilizzato piattaforme social media o app di messaging su base giornaliera. D'altra parte, il 22% dei rispondenti italiani ha smesso di utilizzare almeno una piattaforma social, temporaneamente o in modo permanente: per questi utenti insoddisfatti, le tre ragioni principali sono l'essersi stancati dei contenuti (35%), la presenza eccessiva di fake news (25%) e le preoccupazioni per la propria privacy (21%). D'altra parte, i social media sono diventati fonte primaria per accedere alle notizie per una quota significativa di rispondenti (23%), poco al di sotto del risultato raggiunto dai media più tradizionali, come i giornali cartacei e i siti di notizie. La TV, però, resta però la fonte più citata, con il 37% dei rispondenti che la identifica come canale preferito di informazione. Significativa, inoltre, la correlazione che emerge tra chi crede nelle teorie del complotto e l'utilizzo dei social come mezzo di informazione prevalente.

Pagamenti Digitali

Oltre 4 rispondenti su 5 dichiarano di utilizzare lo smartphone per acquistare un prodotto online, per lo più almeno una volta al mese. Anche in questo caso, sono i più giovani quelli che si affidano maggiormente a questo canale: il 93% dei rispondenti tra i 18 e i 24 anni dichiara infatti di acquistare online tramite smartphone, contro il 68% degli over 65.

Chi acquista prodotti o servizi con il proprio smartphone tende ad utilizzare le app dei marketplace: questo è infatti il canale più citato dai rispondenti (64%) per l'acquisto online. Al contrario, tra il sito e l'app di un rivenditore si tende a preferire il sito web, anche se di poco (21% vs 20% dei rispondenti). Un rispondente su 10, poi, dichiara invece di utilizzare le app dei social media per fare acquisti, segnale di come anche in Italia cominci a diffondersi il fenomeno del Social Shopping.

Per quanto riguarda i metodi di pagamento utilizzati in Italia per gli acquisti online tramite smartphone, quasi 3 rispondenti su 5 dichiarano di utilizzare solitamente carte di credito o debito, mentre 2 su 5 si affidano a provider per il pagamento o il trasferimento di denaro online. Meno frequente è invece l'utilizzo dell'app della propria banca o di altre applicazioni contactless.

Smartphone e device digitali non sono però solo strumenti di pagamento (online e offline), ma stanno diventando sempre più piattaforme per la gestione dei propri conti e dei risparmi e per trasferire denaro. L'83% dei rispondenti italiani dichiara infatti di controllare il proprio conto corrente sul proprio cellulare, mentre il 73% di fare altre transazioni sul proprio online banking. Questi dispositivi vengono utilizzati anche per il trasferimento di denaro sia tra persone nello stesso paese (59% dei rispondenti) sia al di fuori del proprio paese (31%). Inoltre, possono essere usati anche per attività finanziarie più complesse: comprare e vendere azioni (23%), gestire i propri investimenti (33%) o gestire le proprie polizze assicurative (43%).