
Michela Migliora
Ufficio Stampa Deloitte
Tel: +39 02 83326028
Email: mimigliora@deloitte.it

Nicola Comelli
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 392 1755488
Email: n.comelli@barabino.it

Rossana Garavaglia
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 333 6309139
Email: r.garavaglia@barabino.it

Global Mobile Consumer Survey 2016: la prospettiva italiana

Con lo smartphone gli italiani discutono di più e dormono di meno

- *L'Italia è il Paese europeo in cui si discute più spesso a causa del cellulare. Il 27% delle coppie litiga a causa del telefonino come pure il 27% dei figli rimprovera ai genitori di essere sempre incollati al cellulare.*
- *Il 37 % della popolazione italiana controlla il cellulare nel bel mezzo della notte per vedere che ore sono (20%), leggere i messaggi di WhatsApp (15%) e controllare le email (9%).*
- *I tradizionali siti web vincono e convincono rispetto alle app sulle attività più tradizionali: il 67% li sceglie per leggere le notizie e il 61% per prenotare viaggi. Le app vengono preferite per controllare i social (72%) o per cercare l'anima gemella (63%).*
- *Il 69% degli italiani è appagato dal proprio smartphone e lo consiglia a parenti e ad amici.*
- *In controtendenza rispetto a tutti gli altri paesi, il 52% degli italiani preferisce utilizzare le reti mobili rispetto al Wi-Fi (48%).*
- *Gli operatori di telefonia: Vodafone, prima in classifica, raggiunge solo il 32% dei consensi da parte dei suoi clienti, seguono Wind (30%), TIM (26%) e 3 (24%).*

Milano, 24 gennaio 2017 — Deloitte presenta la Global Mobile Consumers Survey 2016, una ricerca che coinvolge 31 Paesi tra i principali al mondo e delinea le tendenze relative alle abitudini e ai comportamenti degli utenti connessi tramite Smartphone e Tablet.

Lo smartphone della discordia

Dai dati della survey emerge che, almeno una volta al mese, quasi un italiano su tre viene ripreso dal proprio partner (27%) e persino dai propri figli (27%) perché sempre attaccato allo smartphone e questo vale all'Italia il primato di paese europeo in cui si discute più spesso a causa del cellulare. Seguono a ruota Polonia e Francia, rispettivamente con il 21% e 16% per quanto riguarda le discussioni tra le coppie; l'Olanda risulta il paese dove ci si arrabbia di meno in Europa, con i diverbi tra i partner che si limitano al 13%. Gli italiani trovano nello smartphone una fonte di distrazione

dalla vita reale: quasi un quarto degli intervistati (21%) usa ogni giorno il telefonino per seguire i Vip e i protagonisti dello show business, conferendo all'Italia il primo posto in Europa per il "gossip da smartphone", in netta contrapposizione con l'Olanda, dove solo il 7% degli intervistati segue i personaggi famosi sui social.

Gli italiani si divertono poi ad utilizzare il cellulare per giochi di realtà virtuale, come Pokèmon Go (13%), per cercare l'anima gemella (3%) e tentare la fortuna con le scommesse online (2%).

Oltre a mettere il dito tra moglie e marito, il cellulare crea scompiglio anche tra vita privata e vita lavorativa: con l'utilizzo dei telefoni aziendali, la reperibilità diventa h24 costringendo a sacrificare tempo libero e ore di sonno per rispondere alle email, spesso anche durante la notte (83%). Il 57% delle persone in carriera controlla immediatamente il telefono al mattino, appena svegli, il 59% supera le 200 volte durante il giorno, l'80% si addormenta con il cellulare in mano.

Con chi si litiga a causa del cellulare almeno una volta al mese?

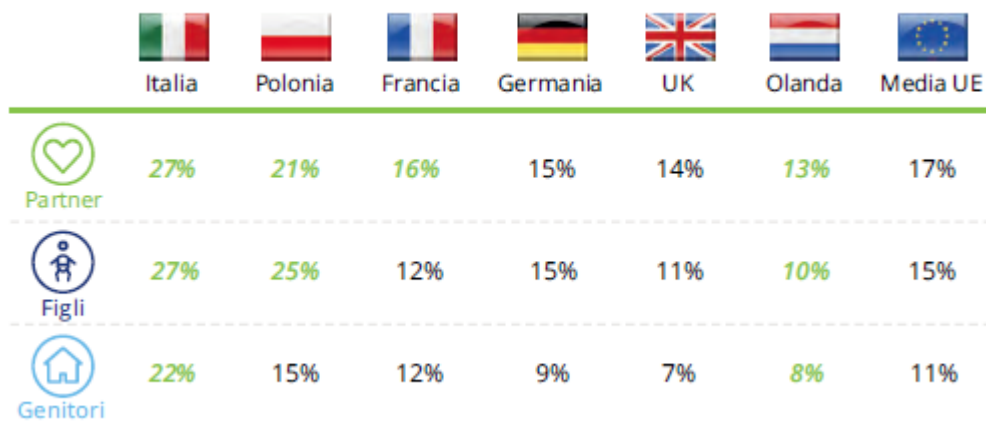


Grafico pag. 5

Attività per le quali viene utilizzato lo smartphone almeno una volta al giorno



Grafico pag. 7

Il dilemma: siti tradizionali vs App

La ricerca evidenzia come gli italiani si affidino ai tradizionali siti web, per le attività più comuni, come leggere le notizie (67%) o prenotare viaggi (61%); per quelle più innovative, giocare (80%), controllare i social (72%) o cercare l'anima gemella (63%), scelgono di utilizzare le app. Totale indifferenza tra le due opzioni si riscontra in un unico settore: quello dello shopping online (50 e 50).

Il modello e la marca dello smartphone sono fattori che influenzano questa scelta: i possessori di iPhone utilizzano in media il 12% in più di app rispetto a chi dispone di un cellulare Samsung. Un'altra motivazione che spinge gli italiani ad affidarsi ai siti web è che il 57% ritiene le app inutili, mentre un 20% preferisce conservare la memoria sul telefono per foto e video.

Un notevole incremento hanno invece subito le app di messaggistica istantanea: rispetto al 2015, il numero degli intervistati che dichiara di utilizzarle è cresciuto del 60%, mentre è salito del 45% il numero di coloro che accedono al profilo social mediante app. La classifica vede WhatsApp al comando con il 56% degli intervistati che lo utilizza costantemente, seguito da Facebook con il 39% e Instagram con l'11%.



Grafico pag. 9

Percentuale di utilizzo di app per attività svolte mediante dispositivi mobili



Grafico pag. 10

Soddisfatti o rimborsati? In fatto di smartphone solo soddisfatti

Il sondaggio rivela come, sia in Italia che in Europa, i consumatori siano estremamente soddisfatti del proprio smartphone; il 69% degli italiani, infatti, lo promuove a pieni voti. Consensi minori, ma non in modo significativo nel resto d'Europa, dove in una scala da 1 a 10, il cellulare viene valutato con 8, 9 o 10 dal 68% dei tedeschi, 65% degli inglesi e il 59% dei francesi. L'Italia è il paese del mondo in cui si regalano più cellulari ai propri cari. Per quanto riguarda le case produttrici, l'83% dei clienti Apple suggerisce ad amici e parenti l'acquisto del melafonino. Al primo posto del mercato degli smartphone in Italia resta comunque Samsung con il 43% dei clienti seguito da Apple (15%) e Nokia (12%).

Percentuale di intervistati soddisfatti del proprio cellulare

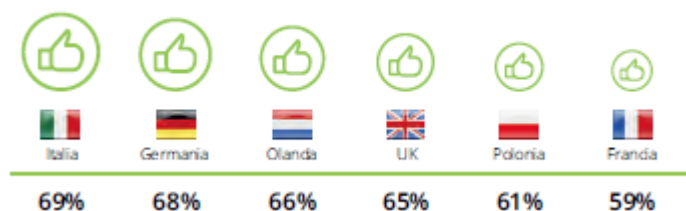


Grafico pag. 13

Gli italiani primi nella connessione mobile e non con il Wi-Fi

Spinti dalla scarsa disponibilità di reti Wi-Fi pubbliche e private a cui potersi connettere gratuitamente, il 52% degli italiani intervistati preferisce le reti mobili 3G e 4G al Wi-Fi (48%) assegnando al Paese un altro primato europeo. Sono tre le motivazioni principali di questa scelta: le migliori performance del 3G/4G, la necessità di condividere in tempo reale i video e la sempre crescente diffusione dei wearable (il 16% degli intervistati, infatti, ne possiede già uno, superando tedeschi e inglesi che si attestano entrambi al 13%).

Quale tipologia di rete preferisce per connettersi ad Internet?

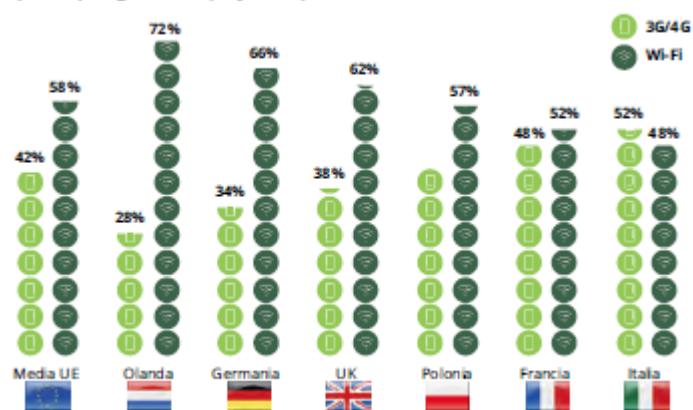


Grafico pag. 19

Operatori Telco: distinguersi per non estinguersi

Connessione Internet veloce ed affidabile ovunque, copertura capillare della rete voce sull'intero territorio nazionale e chiamate illimitate verso tutti: servizi base che qualche anno fa erano ritenuti un valore aggiunto, oggi sono pretesi dai clienti italiani, che dagli operatori ricercano anche offerte vantaggiose a prezzi stracciati. In un mercato sempre più competitivo, dove grandi fusioni rischiano di destabilizzare gli equilibri, gli operatori devono trovare risposta nell'innovazione, per emergere e per innalzare il livello di soddisfazione del cliente: Vodafone, prima nella classifica italiana, non supera il 32% dei clienti soddisfatti, seguita da Wind con il 30%, TIM con il 26% e 3 con il 24%.

Quali servizi vorrebbe poter aggiungere al suo piano tariffario?
(Distribuzione per paese europeo)

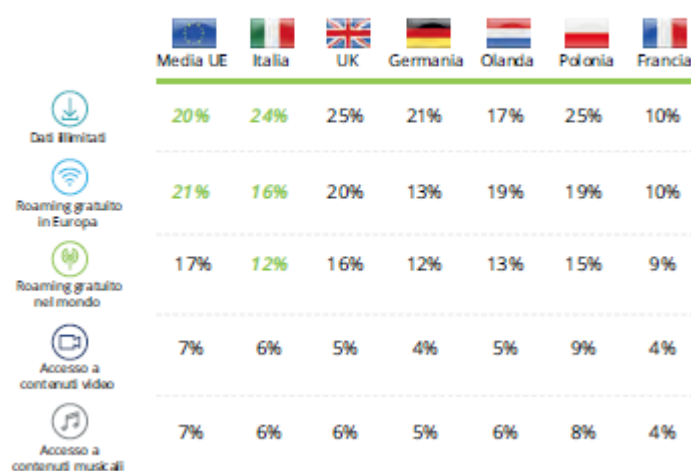


Grafico pag. 18

Lo smartphone è uno strumento di cui ormai si fa un utilizzo costante ed esteso, in ambito lavorativo e ricreativo - **commenta Alberto Donato, Partner Deloitte e TMT Industry Leader** -; è importante che gli operatori imparino a sfruttare i dati provenienti dalla navigazione mobile per creare servizi distintivi e piattaforme esperienziali, utili ad affrontare la sfida competitiva e a differenziarsi”.

“Lo smartphone si è definitivamente trasformato da semplice strumento per telefonare ad accessorio multi-funzione con un conseguente impatto sulle aziende, molte delle quali scelgono di posizionarsi sul mercato attraverso le proprie app - prosegue Alberto Donato -. Uno dei risultati più evidenti di questo trend è l’accesso sempre più diffuso ai contenuti multimediali e l’aggregazione tra operatori Telco e Media Company”.

Nota metodologica

La ricerca è parte di un progetto del Global TMT Research Center di Deloitte ed è stata condotta in 31 paesi appartenenti a 6 continenti per un totale di 49.500 interviste online strutturate in questionari di oltre 60 domande specifiche del mondo “Mobile”.

Gli intervistati in Italia sono stati 2.000 con fasce di età comprese tra i 18 e i 75 anni. La survey è stata condotta online nella seconda metà del 2016.

Il campione è stato selezionato sulla base degli stessi riferimenti che ISTAT utilizza nei propri studi in termini di distribuzione della popolazione per area geografica, età anagrafica e genere, rendendo i dati esposti rappresentativi delle 5 macro-regioni italiane (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole) e delle 6 fasce di età rilevanti (da 18 a 75 anni).

Social

 Facebook	@DeloitteItalia
 Twitter	@DeloitteItalia
 LinkedIn	www.linkedin.com/company/deloitte-italia
 Instagram	deloitte_italia

#GMCS16

Deloitte è una tra le più grandi realtà nei servizi professionali alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di audit, tax, consulting e financial advisory sono offerti da diverse società e studi specializzati in singole aree professionali e tra loro separati e indipendenti, ma tutti facenti parte del network Deloitte. Questo oggi conta oltre 3.600 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale. Grazie ad un network di società presenti in oltre 150 Paesi e territori, Deloitte porta ai propri clienti capacità di livello mondiale e servizi di alta qualità, fornendo le conoscenze necessarie ad affrontare le più complesse sfide di business. Obiettivo degli oltre 225.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi professionali forniti.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le loro entità correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. DTTL (descritta anche come "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.