

Comunicato Stampa

Contatti

Barbara Tagliaferri
Ufficio Stampa Deloitte
Tel: +39 02 83326141
Email: btagliaferri@deloitte.it

Marco Lastrico
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 366 628 51 04
Email: m.lastrico@barabino.it

Rossana Garavaglia
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 333 63 09 139
Email: r.garavaglia@barabino.it

Global Mobile Consumer Survey 2014: la prospettiva italiana

Il digitale si vede dal mattino... gli Italiani sono i primi a connettersi

- Il 35% degli intervistati dichiara di controllare il cellulare entro i primi 5 minuti dal risveglio
- La messaggistica istantanea ha registrato un + 53% rispetto all'anno scorso
- Gli italiani guardano il cellulare fino a 50 volte al giorno esono gli utilizzatori più massicci al mondo di Tablet fuori casa
- La connessione Wi-fi è preferita dall'80% degli intervistati per Smartphone e Tablet
- L'utente digitale è infedele: cambia gestore sulla base del prezzo più conveniente

Milano, dicembre 2014 — Deloitte presenta la "Global Mobile Survey 2014", una ricerca che ha coinvolto 22 paesi tra i principali al mondo e delinea le tendenze relative alle abitudini e ai comportamenti degli utenti connessi tramite Smartphone e Tablet.

Connessi dalla mattina alla sera

Sempre connessi fin dalla mattina: il 35% degli intervistati dichiara di controllare il cellulare entro i primi 5 minuti dal risveglio e il 55% entro 15 minuti. Si guardano SMS (25%), messaggi istantanei (WhatsApp, 25%), email e Social Network (Facebook e Twitter, 25%) ma anche applicazioni per consultare il meteo (25%) e le news (25%). Particolare importanza assume la messaggistica istantanea che ha registrato un + 53% di accessi rispetto all'anno precedente.



SMS
25%



Messaggi
istantanei
20%



Email
19%



Social
10%



Meteo
5%



News
4%

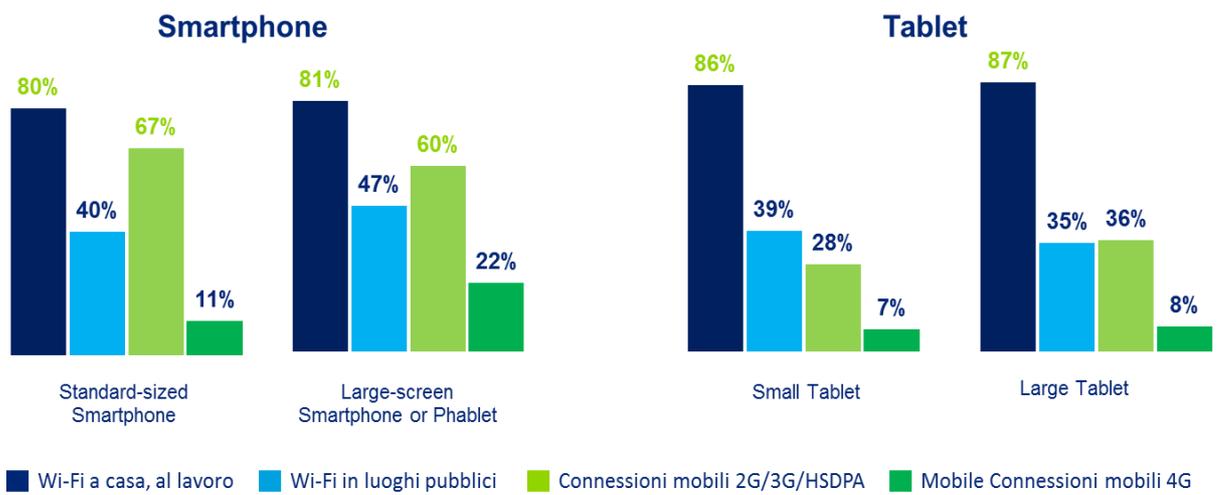
Il 18% degli intervistati guarda il telefono tra le 25 e 50 volte al giorno e ben il 64% oltre le 10 volte. L'Italia è il paese in cui il Tablet viene utilizzato ogni giorno maggiormente fuori casa con una frequenza del 35%, molto superiore a Spagna (25%), Francia (22%), Germania (19%) e Gran Bretagna (16%), ma anche ai paesi altamente digitalizzati come Corea del Sud (29%) e Stati Uniti (19%).

Il telefono diventa anche “portafoglio”

Indipendentemente dall'età l'utente digitale è disposto ad adottare rapidamente tecnologie innovative di cui percepisce il vantaggio in termini economici e di risparmio di tempo: succede così che, già oggi, il 47% degli intervistati ritiene vantaggioso utilizzare il cellulare per pagare il parcheggio e il 44% acquisterebbe online i biglietti per il trasporto pubblico. A portata di click anche acquisti nei centri commerciali (35%), rifornimenti carburante (36%) e ristoranti (31%). Gli operatori di telefonia hanno compreso l'opportunità offerta dal nuovo contesto e stanno avviando collaborazioni con le istituzioni finanziarie per trasformare in realtà l'idea del telefono che diventa anche “portafoglio”.

Il Wi-Fi come prima scelta mentre le reti mobili ad altissima velocità stentano a decollare

L'80% degli intervistati dice di preferire per Smartphone e Tablet la connessione Wi-Fi perché più veloce (51%), affidabile (50%) ed economica (45%). Sebbene gli operatori stiano investendo in nuove tecnologie e reti mobili super veloci (4G), queste non riescono a decollare - solo il 7% degli utenti in Italia le utilizza - perché ritenute troppo costose (38%) e poco utili (36%). Guardando a chi dispone già di un abbonamento 4G, emerge che la rete super veloce è considerata più performante e non necessariamente più costosa: oltre il 40% la valuta più veloce del Wi-Fi. La realizzazione di un'adeguata infrastruttura per il 4G unita alla convenienza economica potrebbero determinare il sorpasso delle reti mobili a scapito del Wi-Fi.



Quote di mercato in movimento

L'utente digitale non è più fidelizzato al proprio operatore storico ma sceglie o cambia gestore sulla base del prezzo più conveniente. Infatti, il costo mensile del pacchetto traffico e dati è la prima motivazione che spinge gli utenti intervistati a scegliere o cambiare il gestore.

Analizzando le preferenze del campione di italiani intervistati si evince che: Wind guida la classifica puntando forte sul fattore prezzo ed è il preferito dai possessori di Samsung;

Vodafone è primo fra le donne e nella fascia di età under 24 anni; TIM si conferma l'operatore "tradizionale" preferito da uomini tra i 45-64 anni e nella fascia di reddito più elevata; 3 è infine favorita dai possessori di Iphone e dai clienti d'avanguardia.

“La diffusione virale della digitalizzazione ha portato l'Italia tra i primi paesi al mondo per utilizzo quotidiano di Smartphone e Tablet. Negli ultimi anni si è assistito a una diffusione virale della tecnologia digitale che ha pervaso tutti gli aspetti della vita degli italiani, da quando al risveglio controllano le notifiche sul cellulare a quando scelgono il ristorante per la cena sulla base delle opinioni condivise dagli altri utenti sulla rete. Persino politici e Pubbliche Amministrazioni scelgono Facebook e Twitter per veicolare i propri messaggi al grande pubblico. – commenta **Alberto Donato, Partner Deloitte e TMT Industry Leader** - L'ingresso degli italiani nel mondo digitale è stato prorompente: ad oggi sono 25 milioni gli italiani online. Con una crescita di circa 4,5 milioni negli ultimi 5 anni (+ 17%), il nostro paese è diventato uno dei primi al mondo per utilizzo di Smartphone e Tablet ed il primo in Europa”.

“Gli italiani si sono trasformati in consumatori digitali in modo quasi inconsapevole solo per il fatto di aver acquistato uno Smartphone o un Tablet e questo ha generato un'onda d'urto che ha stravolto i criteri di scelta dei consumatori, influenzando le dinamiche competitive del settore delle Telecomunicazioni nel nostro paese” conclude Donato.

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 circa 3.200 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 150 Paesi, Deloitte porta i propri clienti al successo grazie al suo know how di alta qualità e a una profonda conoscenza dei singoli mercati in cui è presente. Obiettivo dei circa 200.000 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, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. 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.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited