




I comportamenti degli italiani online

Al centro identità digitale e condivisione dei dati

Digital Consumer Trends Survey 2023 | Focus Italia



Pagamenti, salute, servizi di intrattenimento e informazione sono ambiti in cui il potenziale dei dispositivi digitali continua a crescere. Oltre agli usi più comuni, stanno emergendo anche nuove aree di possibile espansione per questi device, in particolare in relazione ai servizi di autenticazione. Resta in ogni caso alta l'attenzione sul tema privacy e condivisione dei dati, benché una parte di italiani si dichiari disposta a dare accesso alle forze dell'ordine alle proprie informazioni online a fronte di maggiore protezione dalle frodi.



Per quanto non tutta la popolazione italiana possa essere definita nativa digitale¹, oggi è ormai un dato di fatto che gli italiani svolgano gran parte delle loro attività e scambino interazioni soprattutto tramite canali e strumenti digitali. Se addirittura c'è chi arriva a parlare di un mondo in cui diventa difficile, se non impossibile, distinguere tra esperienza online e offline, è oggettiva la difficoltà a svolgere le proprie attività quotidiane, sia nella sfera lavorativa sia in quella privata, senza appoggiarsi a device e piattaforme tecnologiche. Comunicare, fare acquisti, informarsi, guardare video, ascoltare musica, effettuare pagamenti e accedere a servizi bancari o pubblici, sono tutte attività sempre più intermedie dalla tecnologia digitale che ne amplifica la frequenza e il raggio d'azione.

Pagamenti, salute e abbonamenti digitali: come utilizzano gli italiani i propri dispositivi?

Gli ambiti in cui gli italiani si affidano ai dispositivi digitali sono i più vari, dalla salute ai pagamenti, dall'informazione all'intrattenimento. Negli ultimi anni, sempre più consumatori si affidano a questi strumenti, una crescita confermata anche dai dati di mercato.

Il mondo dei pagamenti digitali tramite device mobili e indossabili di prossimità continua a crescere, come evidenziano i recenti risultati dell'Osservatorio Innovative Payments della School of Management del

Politecnico di Milano: nel primo semestre del 2023 il valore del transato tramite questo canale ha raggiunto i 12,2 miliardi di euro (+97% rispetto al 2022), mentre le transazioni raggiungono i 450 milioni con una crescita del 108%².

La diffusione di questo trend emerge anche dai risultati della Digital Consumer Trends Survey di Deloitte: 1 adulto italiano su 4 dichiara di utilizzare frequentemente il proprio smartphone o smartwatch per effettuare pagamenti in negozi o ristoranti. Questa percentuale è più rilevante tra i più giovani (il 39%) e tra gli uomini (29%).



I dispositivi digitali si confermano uno strumento per monitorare la propria salute e i propri comportamenti, dall'attività fisica ai parametri vitali. Il 57% dei rispondenti alla survey di Deloitte dichiara di monitorare ad esempio il

numero di passi, il 33% il proprio battito cardiaco, il 24% la qualità del sonno.

I dispositivi e le app digitali risultano funzionali non solo al monitoraggio dei parametri vitali, quali il battito cardiaco o la pressione, ma anche per il controllo di malattie croniche, come ad esempio il diabete, permettendo la raccolta e l'incrocio di dati per ottimizzare le cure e renderle più efficaci anche in termini di educazione del paziente³.



Solo l'8% dei rispondenti alla Digital Consumer Trend Survey dichiara di avere accesso ad un servizio di abbonamento a pagamento a un giornale o ad un servizio di informazione; questa percentuale è più alta tra gli uomini (il 10% vs il 6% delle donne) e nella fascia tra i 25-34 anni (11%).

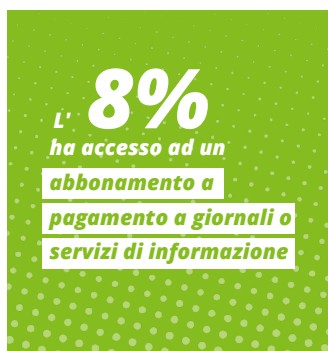
Benchè questa percentuale sia ancora contenuta, dai dati dell'ultima relazione annuale di AGCOM emerge un incremento nelle vendite di abbonamenti digitali individuali: +4,2% rispetto all'anno precedente⁴. D'altra parte, sempre

¹ Dalla definizione della Treccani "Chi è abituato fin da giovane o giovanissimo a utilizzare le tecnologie digitali, essendo nato nell'era della rete e di internet."

² Fonte: Politecnico di Milano, "Osservatorio Innovative Payments", Ottobre 2023

³ Fonte: Il Sole24Ore, "App per il controllo del diabete: la tecnologia al servizio del controllo della malattia", novembre 2023

come evidenziato dall'Autorità, l'intero comparto dei quotidiani ha subito negli anni una forte trasformazione, passando dalla logica di "semplice" contenuto editoriale a una offerta "complessa" di contenuti e servizi multimediali.



Nel 2023 gli italiani che hanno fruito di un servizio podcast sono circa 11,9 milioni, con una crescita del 36% rispetto all'anno precedente; si tratta in particolare di un pubblico giovane, istruito e con un livello professionale elevato⁵. D'altra parte, c'è una buona parte di italiani (quasi 3 su 10) che ascolta non solo podcast ma anche audiolibri, e 2 su 3 dichiarano di essere fruitori abituali di entrambi i formati⁶.

Rispetto a questo tema, dalla rilevazione di Deloitte emerge che il 6% degli intervistati ha accesso a servizi di podcast a pagamento; la stessa percentuale dichiara inoltre di fruire di servizi di audiolibri a pagamento. Sono soprattutto i giovani nella fascia 25-34 anni ad essere i maggiori fruitori di podcast, contro il 2% degli over 65; per quanto riguarda invece gli audiolibri, sono soprattutto le donne a dichiarare il ricorso a questi servizi a pagamento (l'8% contro il 5% degli uomini) e anche in questo caso nella fascia 25-34 anni (l'11% contro il 3% degli over 65).



⁴ Fonte: AGCOM, "Relazione Annuale 2023 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro", Luglio 2023

⁵ Fonte: Intesa San Paolo, "Digital Audio 2023: audience dei podcast in aumento", Ottobre 2023

⁶ Fonte: La Repubblica, "Audiolibri e podcast: fruitori in continua crescita", Maggio 2023

Identità digitale e condivisione dei dati: le sfide del vivere online

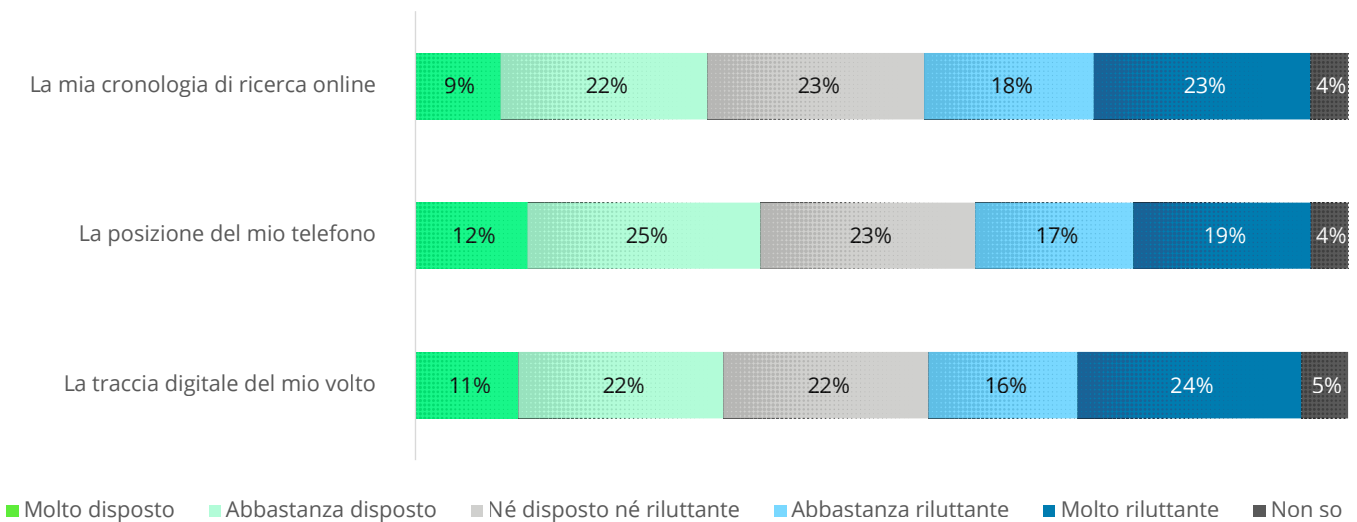
La centralità dei dispositivi digitali, ed in particolare degli smartphone, è indubbiamente determinata dal valore sempre crescente dell'ecosistema di cinque miliardi di utenti che accedono ai servizi e alle applicazioni messe a disposizione tramite di essi. In questo scenario, la possibilità di accedere a servizi di autenticazione è sicuramente un fattore che può aumentare il valore di questi dispositivi: dalle stime di Deloitte,

pubblicate recentemente all'interno delle TMT Predictions 2024, sempre più utenti utilizzeranno il proprio smartphone per accedere a siti web, sbloccare la propria auto o accedere ad edifici, benchè questo potenziale nel 2024 non verrà ancora pienamente sfruttato⁷.

I dispositivi digitali, ed in particolare gli smartphone, possono infatti diventare degli hub non solo per l'intrattenimento e per servizi come l'home banking o la messaggistica, ma anche per raccogliere e certificare l'identità dei propri proprietari.

Così come carte di credito e sistemi di pagamento vengono sempre più incorporati in questi device, dando la possibilità ai consumatori di accedere ai servizi collegati attraverso un unico strumento, gli italiani si dichiarano interessati a vedere convergere sui propri device anche sistemi di riconoscimento e autenticazione della propria identità: dalla carta d'identità (la vorrebbe su smartphone il 35% degli adulti), alla patente (31%) e il passaporto (24%).

Figura 1 | La propensione degli italiani alla condivisione dei dati per fronteggiare le frodi online



D. «Pensando alle forze dell'ordine nel suo Paese, quanto sarebbe disposto a fornire loro l'accesso alle seguenti informazioni, se questo significasse essere protetto più efficacemente dalle frodi online?»

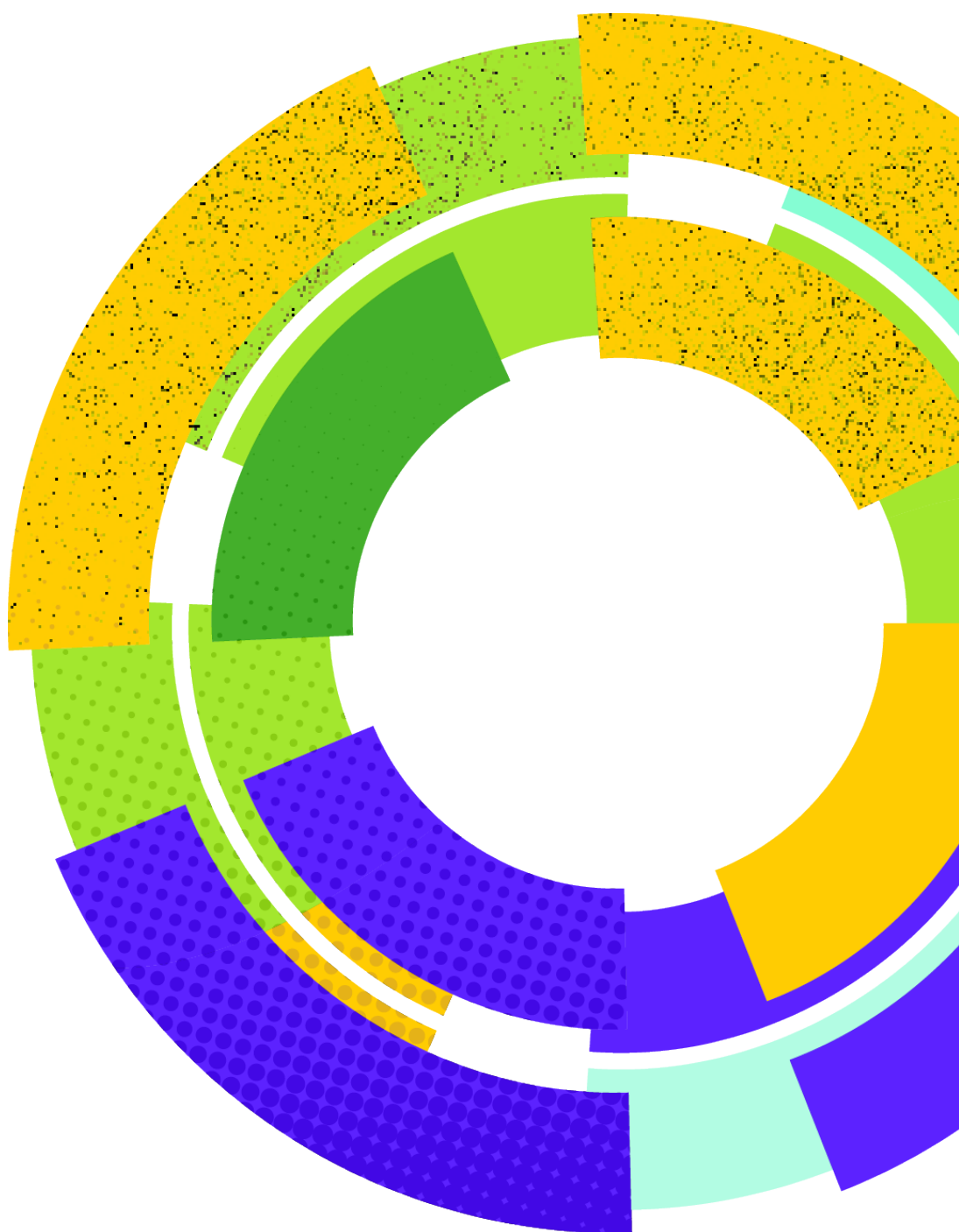
Base ponderata: tutti i rispondenti tra i 18 e i 75 anni nel 2023 (2.000)
Fonte: Deloitte Digital Consumer Trends, Italia, Luglio 2023

⁷ Fonte: Deloitte Insights, "TMT Predictions 2024", 2023

Se da un lato la possibilità di accedere a servizi di autenticazione risulta quindi un possibile traino per un crescente utilizzo dei dispositivi digitali, dall'altro resta alta l'attenzione dei consumatori verso il tema della condivisione dei dati generati tramite l'uso di essi, un argomento di forte dibattito e oggetto di monitoraggio anche da parte di istituzioni e regolatori. A questo riguardo, l'aumento delle frodi informatiche

è incrementato negli ultimi anni, arrivando a quasi 6 mila nel 2022⁸ secondo la Polizia Postale italiana. Proprio la preoccupazione di vedersi vittima di frodi online potrebbe essere per gli italiani un fattore determinante nella scelta di condividere i propri dati con le forze dell'ordine. Quello che emerge dai dati è che, a fronte di una maggiore sicurezza e protezione, circa 1 adulto su 10 sarebbe ben disposto a

condividere la propria cronologia di ricerca online, la posizione del proprio telefono o la traccia digitale del proprio volto, mentre 1 su 4 si ritiene abbastanza disponibile in questo senso.



⁸ Fonte: SkyTG24, "Truffe, raddoppiano le frodi informatiche in Italia: i dati della Polizia Postale", Giugno 2023



Contatti

Francesca Tagliapietra

Partner | Technology, Media &
Telecommunications Leader

Deloitte Italia

ftagliapietra@deloitte.it

Claudio Colmegna

Partner | Telecommunications,
Media & Entertainment Leader

Deloitte Italia

ccolmegna@deloitte.it

Research & Editorials

Camilla Bellini

Industry Eminence & Insights | DCM Growth

Deloitte Italia

cabellini@deloitte.it

Deloitte.

La presente pubblicazione contiene informazioni di carattere generale, Deloitte Touche Tohmatsu Limited, le sue member firm e le entità a esse correlate (il "Network Deloitte") non intendono fornire attraverso questa pubblicazione consulenza o servizi professionali. Prima di prendere decisioni o adottare iniziative che possano incidere sui risultati aziendali, si consiglia di rivolgersi a un consulente per un parere professionale qualificato. Nessuna delle entità del network Deloitte è da ritenersi responsabile per eventuali perdite subite da chiunque utilizzi o faccia affidamento su questa pubblicazione.

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 entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "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.