

L'ITALIA DELL'E-FAMILY

IL RAPPORTO REALIZZATO DA FEDERCOMIN E ANIE

Da quasi un decennio la penetrazione di piattaforme innovative ha assunto proporzioni sostenute e la dinamica si mantiene su un ritmo elevato anche nel periodo più recente. Come e forse più che in altri Paesi, in Italia si è creata una forbice tra il tasso di crescita del mercato *home*, segnatamente a due cifre, e il tasso di crescita del mercato *business*, che si è attestato tra lo 0 ed il 5%.

In particolare, telefonia mobile e informatica hanno creato un terremoto nella vita e nello stile abitativo di molte famiglie italiane. Le piattaforme innovative *new video* hanno invece avuto finora una dinamica molto più contenuta. In ordine di rilevanza sul totale delle famiglie, a giugno 2002 la penetrazione delle principali piattaforme è la seguente:

CELLULARE INDIVIDUALE	86%	(2,1 cellulari per famiglia)
PC	51%	(1,17 PC per famiglia)
INTERNET	34%	
RICEZIONE SATELLITARE	24%	
PAY-TV	15%	

Il tasso di crescita della telefonia cellulare in casa è rallentato nel periodo più recente, avendo raggiunto una quasi saturazione del mercato. È rallentato anche il tasso di crescita della pay-tv, che risente ancora della fase di passaggio alla gestione tecnologica e commerciale della piattaforma da parte di Sky Italia. Per la piattaforma informatica, invece, il tasso di crescita continua lungo il suo trend storico, con incrementi tra il 15% (Pc) e quasi il 20% (Internet).

La dinamica di penetrazione di nuove tecnologie in casa va vista anche con riferimento alle altre piat-

COME VA IL MERCATO

	CAGR 1999-2003	CAGR 2001-2003	2002-3 Δ%
CELLULARE PERSONALE	19,6	7,9	9,2
PC	19,8	14,0	14,2
INTERNET	62,4	15,6	19,1
SATELLITE	27,8	18,8	16,1
PAY-TV (esclusa la pirateria)	25,7	15,3	3,6

taforme "nascenti" e alle piattaforme in relativo declino.

La penetrazione di cinque apparati/servizi ha avuto nell'ultimo anno tassi di crescita particolarmente elevati. Essi sono, nell'ordine di velocità di crescita, la fotocamera digitale, una periferica televisiva (Dvd-Video), il collegamento Internet a banda larga, e due periferiche informatiche (Dvd-Rom e masterizzatore).

Per contro, la penetrazione della pay-tv inclusiva degli abbonati "pirati" è crollata del 29% (a fronte di un incremento di quasi il 4% per la pay-tv "regolare") a seguito della messa fuori uso delle schede pirata di *conditional access* che si erano diffuse vistosamente nel periodo 2000-2002.

La penetrazione della videocamera è crollata del 27% (il crollo sicuramente include famiglie che ancora dispongono dell'apparato ma non ne fanno più uso), a seguito del grande successo della fotocamera digitale. La penetrazione della segreteria telefonica (*memotel* incluso) su linea fissa è calata del 10%, probabilmente a seguito della generalizzazione del servizio di segreteria su telefono cellulare. Infine la penetrazione della *console* videogiochi è sostanzialmente ferma a poco più del 20% da alcuni anni, con un incremento minimo rispetto al 2002.

I MAGNIFICI CINQUE

	2002 (.000 famiglie)	2003 (.000 famiglie)	2002-3 Δ%
FOTOCAMERA DIGITALE	890	2.918	+227
DVD-ROM	2.284	4.113	+80
BANDA LARGA	583	982	+68
MASTERIZZATORE	2.590	4.275	+65
DVD VIDEO	2.811	4.593	+63

TRA VIDEOCAMERE E PAY-TV

	2002 (.000 famiglie)	2003 (.000 famiglie)	2002-3 Δ%
VIDEOCAMERA	5.107	3.728	-27
PAY-TV (pirati inclusi)	3.870	2.752	-29
SEGRETERIA TELEFONICA	4.339	3.927	-10
CONSOLE VIDEOGIOCHI	4.277	4.362	+2

BENCHMARKING

La penetrazione di tecnologie innovative nella casa italiana risulta, in media, allineata rispetto al resto d'Europa. Il nostro Paese è in posizione di leadership per il cellulare personale, è leggermente avanti nella penetrazione del Pc (prima della Francia, ma dopo Germania e Regno Unito), leggermente indietro per la penetrazione di Internet (allineata con la Francia, ma dopo Germania e Regno Unito), più indietro per la penetrazione della console videogiochi. Solo per la pay-tv l'Italia rappresenta ancora un caso di ritardo rispetto agli altri maggiori Paesi europei.

Il ritardo rispetto agli Stati Uniti è ancora valutato in quattro anni per il Pc e cinque anni per Internet.

IL CONFRONTO CON L'EUROPA

	ITALIA Penetrazione nelle famiglie %	EUROPA* Penetrazione nelle famiglie %
CELLULARE PERSONALE	180	145
PERSONAL COMPUTER	51	49
COLLEGAMENTO INTERNET	34	37
CONSOLE VIDEOGIOCHI	23	29
PAY-TV	15	26

(*) Penetrazione media in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna

LA SPESA DELLA FAMIGLIA PER TECNOLOGIA E SERVIZI

La spesa per le quattro maggiori piattaforme in casa è pari nel 2003 a 18,4 miliardi di euro. Nel 1995, cioè solo otto anni fa, la spesa delle famiglie italiane per cellulare, Pc, Internet e pay-tv era pari a soli 2,45 miliardi di euro. Da allora il tasso di crescita della spesa della famiglia per nuove piattaforme in casa è stato pari al 29%

LA SPESA TECNOLOGICA

SPESA	1995 (milioni di Euro)	2002 (milioni di Euro)	2003 (milioni di Euro)	CAGR 1995-2003	Δ% 2002-3
TELEFONIA MOBILE	660	9.650	10.800	+42	+12
PC+PERIFERICHE*	1.500	2.700	3.700	+12	+37
INTERNET	20	2.100	2.670	+84	+27
PAY-TV	270	1.300	1.260	+21	-3
TOTALE	2.450	15.750	18.430	+29	+17,0

* include le fotocamere digitali

composto all'anno per otto anni. Nel periodo 2002-2003 l'incremento della spesa complessiva è stato pari al 17%.

Il 10% circa della spesa corrente della famiglia italiana è assorbito da spesa per le più importanti piattaforme tecnologiche (spesa per telecomunicazioni, per acquisto di *content*, per acquisto di apparati e relativo software). In cifra assoluta si tratta di 1.460 euro all'anno per ogni famiglia. Scorporando voci non comprese nell'indagine annua svolta dal *Pew Internet Project* negli Stati Uniti si può stimare che la spesa per *information products and services* della famiglia italiana sia pari a circa l'80% circa della spesa sostenuta dalla famiglia americana.

LE CARATTERISTICHE DELLA PIATTAFORMA INFORMATICA IN CASA

La piattaforma informatica nella casa italiana ha caratteristiche quantitative paragonabili a quella dei maggiori Paesi europei. Essa mantiene tuttavia delle caratteristiche molto *country specific*.

- Tutta la piattaforma informatica in Italia ha una fortissima caratterizzazione *home*. Non perché la penetrazione nella casa sia particolarmente avanzata (è in media con il resto d'Europa, come si è visto) ma perché la penetrazione della piattaforma informatica "non in casa" è su posizioni più arretrate.
- Su 100 utilizzatori di Internet, solo il 30% circa accede alla rete sia in casa che fuori casa, il 20% accede solo da "fuori casa" e ben il 50% accede solo da casa.
- L'uso della piattaforma informatica viene "appreso" da moltissimi senza alcun supporto da parte di terzi che non siano amici, colleghi e parenti. Questo vale per il 50% degli utilizzatori di Pc e per il 70% degli utilizzatori di Internet. Tali percentuali valgono anche per gli utilizzatori nelle fasce di età più giovanili.
- Anche per questo motivo la curva di *learning* nell'utilizzo dei supporti informatici in Italia è

PAGINA 32
LA RIVISTA
DI FEDERCOMIN
APRILE
2004

Il Summary
del Rapporto
"L'Italia del-
l'E-family" è
disponibile al
sito www.federcomin.it



IL CONVEGNO

Il Rapporto "L'Italia dell'e-family" realizzato da Federcomin e Anie in collaborazione con Niche Consulting è stato presentato nel corso di un convegno che si è svolto a Roma l'11 febbraio.

Il presidente di Federcomin, Alberto Tripi, e il presidente di Anie, Gian Francesco Imperiali, hanno introdotto i lavori. Sono intervenuti Giancarlo Lizzeri, amministratore delegato di Niche Consulting, Roberto Lisot, internal and external affairs manager di Philips Italia, Umberto Paolucci, senior chairman di Microsoft Emea, Bruno Pavesi, amministratore delegato di Bticino. Moderatore: Bruno Manfellotto, direttore de *Il Tirreno*. Ha commentato il Rapporto Alberto Oliverio, psicobiologo dell'Università "La Sapienza" di Roma. I lavori sono stati conclusi dal ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, Lucio Stanca.

abbastanza lunga. Solo un quarto degli utilizzatori di Internet ne fa un uso "avanzato" in termini di tempo e in termini di motivazioni d'uso. Sono le persone che utilizzano Internet da oltre 4 anni.

- Un qualche passo avanti, ma ancora estremamente timido, si riscontra nell'utilizzo della piattaforma informatica a scuola. In complesso l'utilizzo della piattaforma informatica a scuola rimane deludente. Gran parte dell'utilizzo della piattaforma informatica da parte degli studenti è fatto da casa. Ancor oggi il 26% degli studenti universitari non usa il Pc e il 44% non usa Internet. Il 61% degli studenti, di ogni ordine e grado, che fa uso di Internet accede alla rete solo dal collegamento di casa.

