L'ITALIA DELLA E-FAMILY

Giancarlo Lizzeri - Niche Consulting

27 Gennaio 2003

"*CASA E TECNOLOGIA*": LA RICERCA SULLA E-FAMILY

- **RICERCA INIZIATA NEL 1995, EFFETTUATA IN DUE EDIZIONI ANNUALI**
- **CAMPIONE DI 5.000 FAMIGLIE E DI 14.400 INDIVIDUI**
- **LA FAMIGLIA E LA CASA SOTTO LA LENTE DEI CONSUMI DI TECNOLOGIA:**
  - **PENETRAZIONE DI 25 APPARATI E SERVIZI**
  - **DOTAZIONE DI RETI E IMPIANTI DELLA CASA,**
  - **UTILIZZATORI E UTILIZZO DI NUOVE PIATTAFORME E DI SERVIZI INNOVATIVI**

E-FAMILY: LE GRANDI TENDENZE

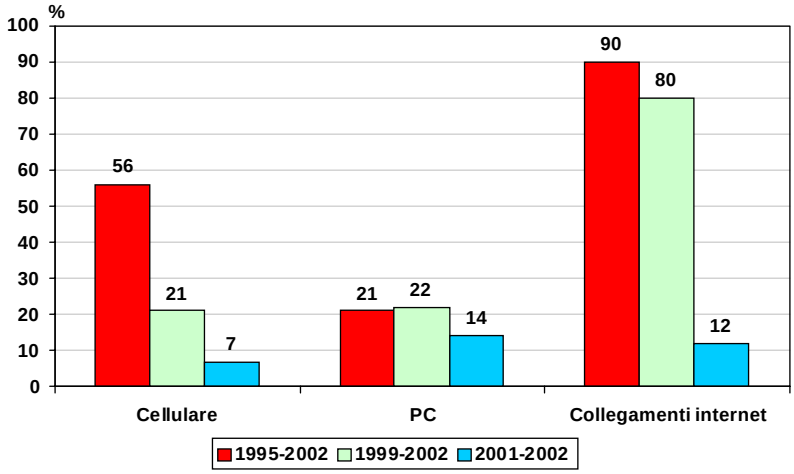
L'Italia dell'e-family

LA SPESA DELLA FAMIGLIA PER NUOVE PIATTAFORME

	1995 Milioni di €uro	2002 Milioni di €uro	CAGR 1995-2002
TELEFONIA MOBILE	660	9.650	+49
PC	1.800	3.930	+11
INTERNET	20	2.370	+98
PAY-TV	270	1.380	+26
TOTALE	*2.750*	*17.330*	*+30*

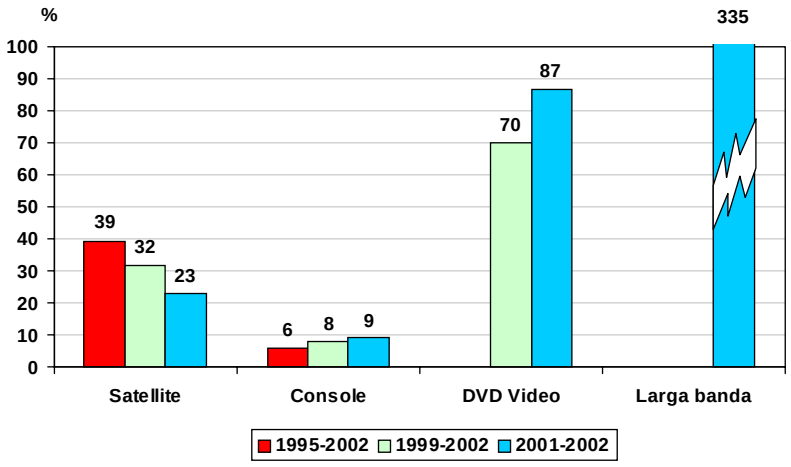
IL RITMO DI CRESCITA DI NUOVE PIATTAFORME (1)

(CAGR della penetrazione nelle famiglie)



IL RITMO DI CRESCITA DI NUOVE PIATTAFORME (2)

(CAGR della penetrazione nelle famiglie)



MEZZOGIORNO A UN PASSO DAL CENTRO-NORD

(penetrazionI % nelle famiglie, 1995-2002)

	1995		2002	
	CENTRO NORD	MEZZO-GIORNO	CENTRO NORD	MEZZO-GIORNO
CELLULARE PERSONALE	6,9	6,8	83,2 *	81,6 **
PC	16,6	8,2	48,7	41,3
INTERNET	0,4	0,1	30,8	24,1
CONSOLE VIDEOGIOCHI	17,5	8,8	22,5	23,2
RICEZIONE SATELLITARE	2,6	1,2	21,5	19,2

(*) 1,86 cellulari personali per famiglia
(**) 2,03 cellulari personali per famiglia

CITTÀ E NON CITTÀ ALLO STESSO PASSO

(penetrazione % nelle famiglie, 1995-2002)

	1995		2002	
	CITTÀ (1)	NON CITTÀ (2)	CITTÀ (1)	NON CITTÀ (2)
CELLULARE PERSONALE	9	5	83 *	82 **
PC	17	11	49	44
INTERNET	0,5	0,1	33	26
CONSOLE VIDEOGIOCHI	16	13	20	22
SATELLITE	3	3	17	23

(*) 1,93 cellulari personali per famiglia
(**) 1,87 cellulari personali per famiglia

(1) Comuni con più di 100.000 abitanti
(2) Comuni fino a 10.000 abitanti

LE DONNE A DUE PASSI DAGLI UOMINI

(donne in % degli utilizzatori di nuove piattaforme in casa)

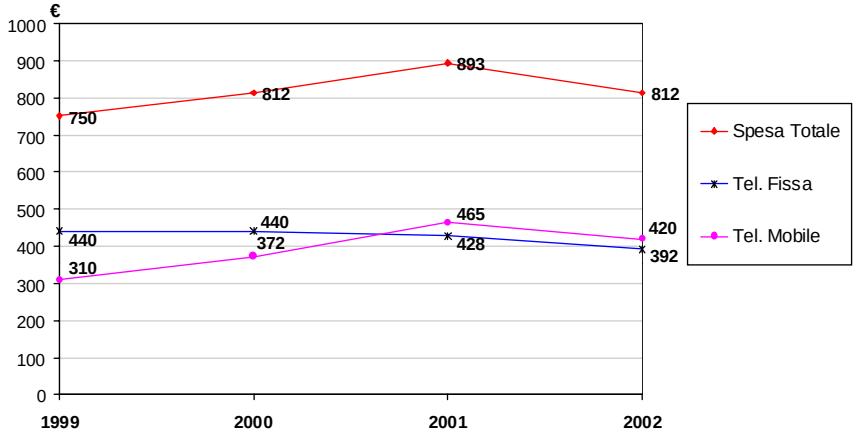
	1995 %	2000 %	2002 %
CELLULARE PERSONALE	14	40	45
PC	25	34	39
INTERNET	8	29	37
PAY-TV	29	30	33

L'Italia dell'e-family

E-FAMILY: LE PRINCIPALI PIATTAFORME

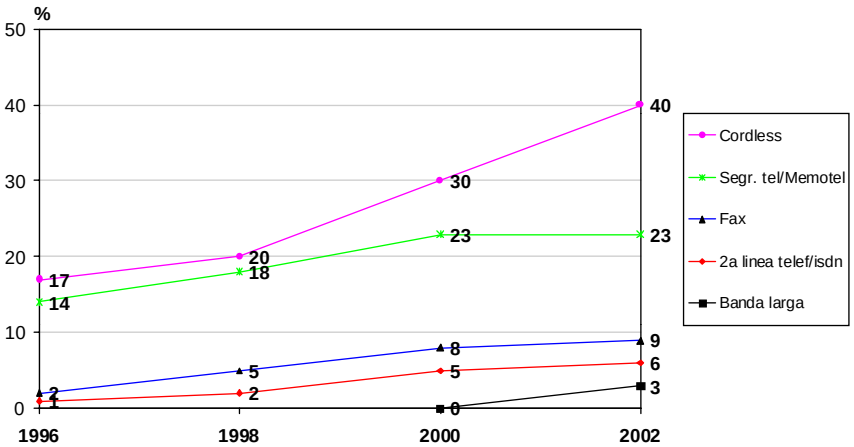
LA SPESA PER TELECOMUNICAZIONI

(spesa media annua per famiglia, in Euro, 1999-2002)

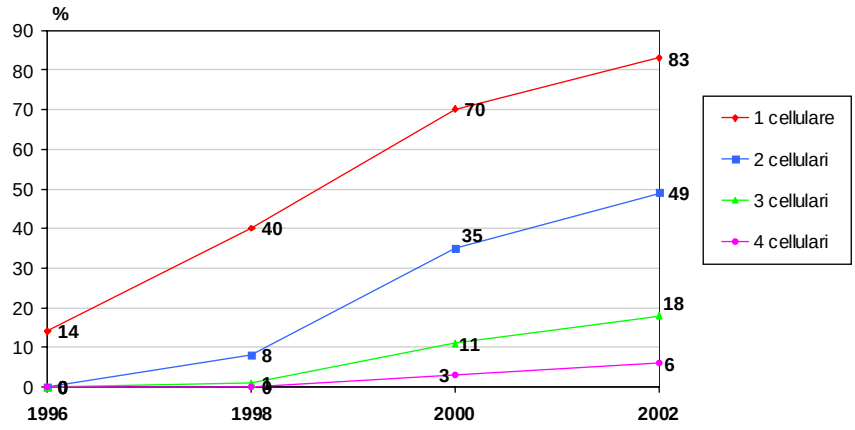


DOTAZIONI WIRELINE

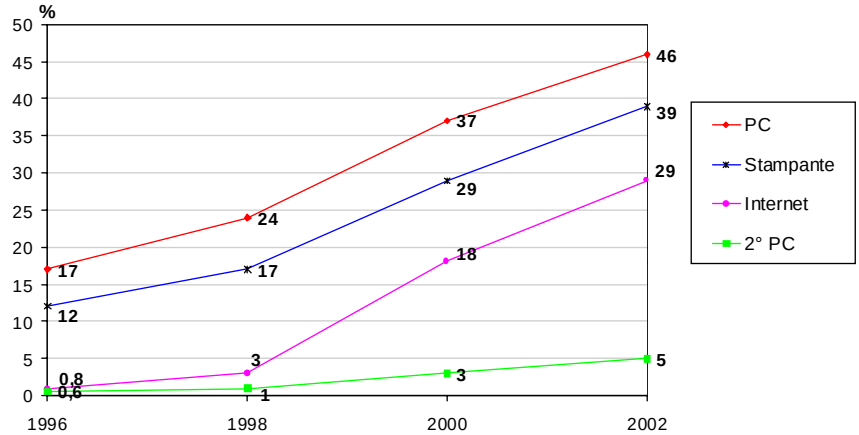
(penetrazione % nelle famiglie, 1996-2002)



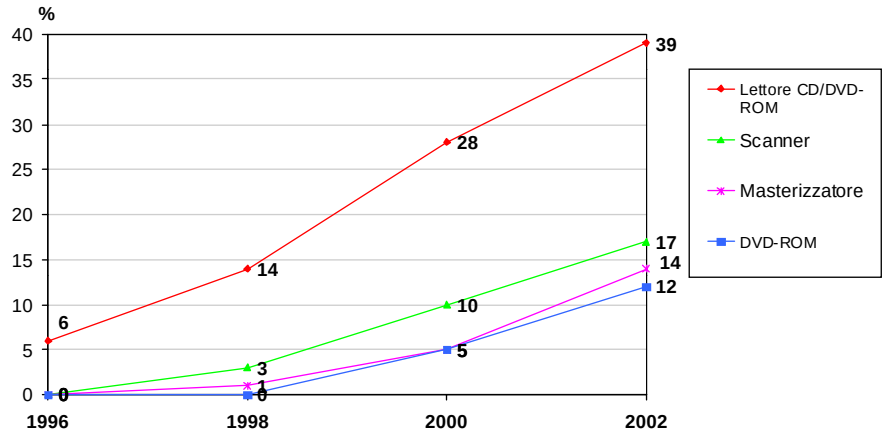
DOTAZIONI TELEFONIA MOBILE
(penetrazione % nelle famiglie, 1995-2002)



INFORMATION TECHNOLOGY (1)
(penetrazione % nelle famiglie, 1995-2002)



INFORMATION TECHNOLOGY (2)
(penetrazione % nelle famiglie, 1995-2002)



PC: BRAND E NO-BRAND
(Giugno 2002)

	PARCO PC %	FISSI %	PORTATILI %
➢ MAIN BRANDS	45	39	81
➢ RESELLER BRANDS	33	36	18
➢ ASSEMBLED	22	25	1

UTILIZZATORI DEL PC IN CASA
(Giugno 1999-2002)

	1998 (.000)	2000 (.000)	2002 (.000)	2002/ 1998 %
UOMINI	4.020	6.670	8.440	+110
DONNE	2.080	3.470	5.400	+157
FINO A 29 ANNI	3.300	4.970	6.750	+105
DA 30 ANNI IN SU	2.800	5.170	7.100	+154
TOTALE UTILIZZATORI	6.100	10.140	13.850	+127
PARCO PC	4.660	7.500	9.825	+108
N°UTILIZZATORI PER PC	*1,31*	*1,35*	*1,41*	*+8*

L'UTILIZZO DEL PC IN CASA

	1998	2000	2002
ETÀ DELL'UTILIZZATORE (anni)	28,7	31,6	31,6
FREQUENZA UTILIZZO SETTIM.	4,8	4,3	4,2
MINUTI GIORNALIERI DI UTILIZZO	57	55	53
- utilizzatori di Internet	*n.d.*	*64*	*61*
- non utilizzatori di Internet	*n.d.*	*46*	45
ETÀ DEL PC IN CASA (anni)	2,25	2,03	2,25

PRINCIPALE MOTIVAZIONE D'USO DEL PC IN CASA

	1998 %	2000 %	2002 %
LAVORO	35	36	32
STUDIO	26	26	26
INTERNET	1	5	15
ENTERTAINMENT	24	20	14
HOBBY/CREATIVITA'	12	10	10
ALTRO	2	3	3

UTILIZZATORI INTERNET *DA CASA*
(.000)

	1998	2000	2002
COLLEGAMENTI INTERNET(A)	500	3.430	5.400
UTILIZZATORI INTERNET (B)	750	4.600	7.600
UTILIZZATORI PC (C)	6.100	10.140	13.800
B/A	1,5	1,35	1,42
B/C %	12,2	45,4	55,0
ANZIANITA' COLLEGAMENTO *(anni)*	1,65	1,00	1,78

FEDERCOMIN

L'Italia dell'e-family

ANIE FEDERAZIONE NAZIONALE IMPRESE ELETTROTECNICHE ED ELETTRONICHE

DOVE SI UTILIZZA INTERNET
(Giugno 2002)

	TOTALE (%)	UOMINI (.000)	DONNE (.000)
CASA	77,6	78,4	76,2
- solo da casa	*47,8*	*47,2*	*48,9*
FUORI CASA	51,6	52,6	50,1
- solo fuori casa	*21,9*	*21,3*	*22,8*
CASA E FUORI CASA	29,7	31,3	27,3
TOTALE UTILIZZATORI (.000)	*9.820*	*6.110*	*3.710*

FEDERCOMIN

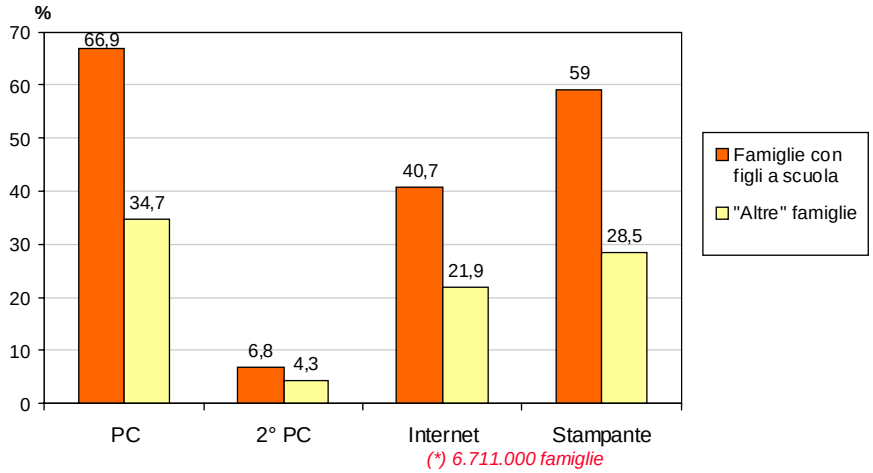
L'Italia dell'e-family

ANIE FEDERAZIONE NAZIONALE IMPRESE ELETTROTECNICHE ED ELETTRONICHE

MOTIVAZIONI D'USO DI INTERNET
(Giugno 2002)

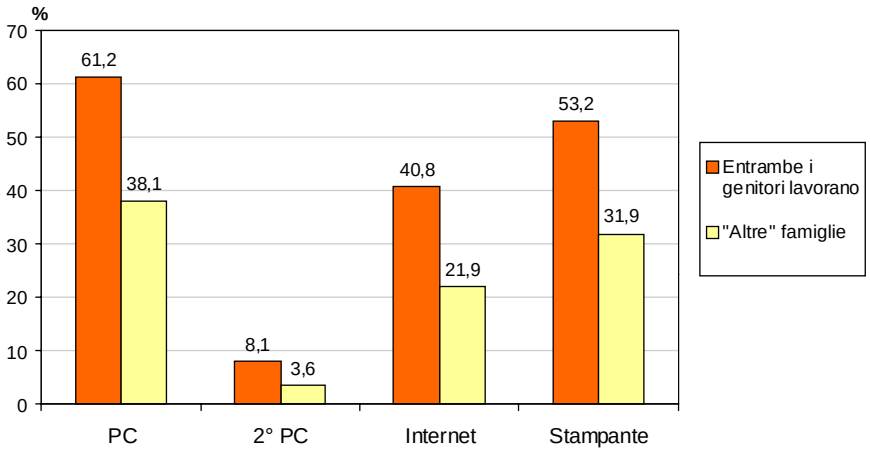
	PRIMA MOTIVAZIONE %	TUTTE LE MOTIVAZIONI %
POSTA ELETTRONICA	36,2	60,1
NAVIGARE/CURIOSARE	27,3	81,4
LAVORO E STUDIO	24,1	41,7
INFORMAZIONI PER TEMPO LIBERO	3,6	14,8
ATTUALITA', QUOTIDIANI, RIVISTE	2,9	11,0
GRUPPI DI DISCUSSIONE	0,7	3,1
HOME BANKING	1,1	2,7
SCARICARE SOFTWARE/MUSICA	1,6	5,6
ACQUISTI/CATALOGHI	0,2	1,7

L'INFORMATICA IN CASA QUANDO CI SONO FIGLI A SCUOLA*, 2002



(*) 6.711.000 famiglie

L'INFORMATICA IN CASA QUANDO ENTRAMBE I GENITORI LAVORANO*, 2002



(*) 6.618.000 famiglie

L'Italia dell'e-family

"9 out of 10 school age children have access to a computer at school; two out of three have access to a computer at home" , US Census Bureau, fine 2000.

Anche in Italia 2 studenti su tre hanno accesso ad un computer a casa. Ma solo il 30 per cento degli studenti ha accesso ad un computer a scuola.

L'Italia dell'e-family

USO DEL PC, *TUTTI GLI STUDENTI*
(Giugno 2000-2002, in % sull'universo)

	CENTRO NORD		MEZZO-GIORNO		ITALIA	
	2000	2002	2000	2002	2000	2002
HANNO UN PC IN CASA	*50*	*76*	*33*	*57*	*42*	*68*
USANO PC	*44*	*60*	*29*	*42*	*37*	*52*
IN CASA	41	52	26	37	35	46
A CASA ED A SCUOLA	17	29	8	15	13	22
SOLO IN CASA	22	23	17	22	20	23
SOLO A SCUOLA	3	7	3	5	3	6
NON USANO PC	*56*	*40*	*71*	*58*	*63*	*48*

STUDENTI CHE UTILIZZANO INTERNET
2001-2002

	2001 (%)	2002 (%)
ELEMENTARI	3	4
MEDIE INFERIORI	10	14
MEDIE SUPERIORI	28	35
UNIVERSITA'	41	51
TUTTI GLI STUDENTI	*20*	*26*

PER DUE TERZI DEGLI STUDENTI L'ACCESSO A INTERNET È SOLO DA CASA
(Giugno 2002)

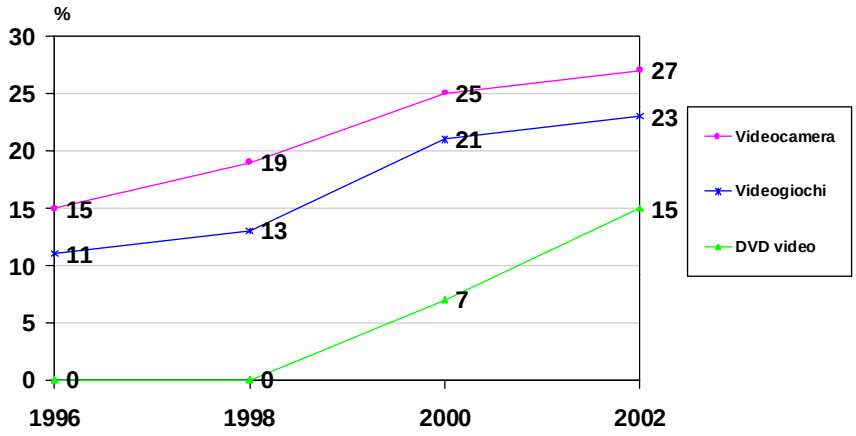
	TOTALE STUDENTI (%)	STUDENTI MASCHI (%)	STUDENTI FEMMINE (%)
IN CASA E/O FUORI CASA	100,0	100,0	100,0
IN CASA	86,9	89,2	84,4
- solo in casa	*64,4*	*66,4*	*61,9*
FUORI CASA	34,8	33,6	36,9
- solo fuori casa	*11,9*	*10,4*	*14,1*
IN CASA E FUORI CASA	22,9	23,1	22,5
VALORI ASSOLUTI (.000)	*2.500*	*1.370*	*1.130*

FEDERCOMIN

L'Italia dell'e-family

ANIE FEDERAZIONE NAZIONALE IMPRESE ELETTROTECNICHE ED ELETTRONICHE

"NEW" VIDEO
(penetrazione % nelle famiglie, 1995-2002)

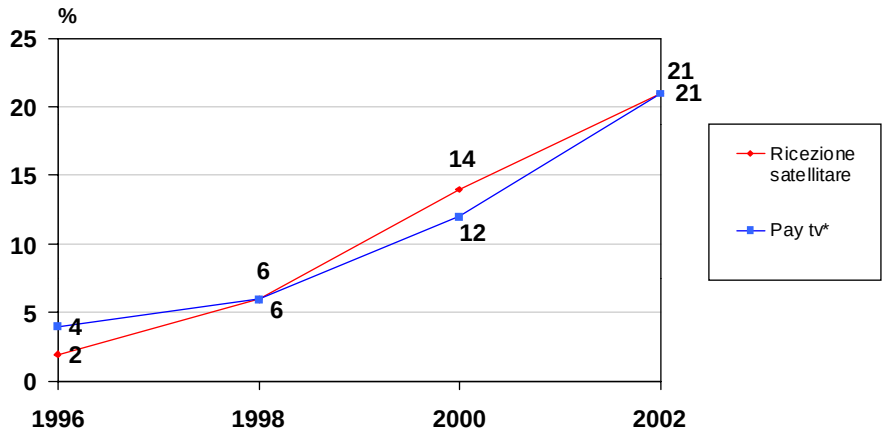


FEDERCOMIN

L'Italia dell'e-family

ANIE FEDERAZIONE NAZIONALE IMPRESE ELETTROTECNICHE ED ELETTRONICHE

SATELLITE E PAY-TV
(penetrazione % nelle famiglie, 1995-2002)



(*) La stima tiene conto del fenomeno della pirateria

PAY-TV IN ITALIA
(Giugno 2002)

	FAMIGLIE %	FAMIGLIE .000
PENETRAZIONE SATELLITE	21	3.900
* non ricevono programmi pay-tv	2	390
PAY-TV DIGITALE VIA SATELLITE	19	3.510
•ABBONAMENTO REGOLARE	9	1.630
•ABBONAMENTO SEMI-REGOLARE	4	740
•PIRATA	6	1.140
TELE+ ANALOGICO	1,5	280
VIA CAVO	0,4	80
TOTALE FAMIGLIE PAY-TV	21	3.870

L'Italia dell'e-family

E-FAMILY: LA CASA ITALIANA TRA NUOVE TECNOLOGIE E VECCHI MESTIERI

LA FAMIGLIA ITALIANA QUASI AL PASSO CON LA FAMIGLIA EUROPEA

(penetrazioni % nelle famiglie, 2002)

	ITALIA %	FRANCIA %	GERMANIA %	REGNO UNITO %	USA %
PERSONAL COMMUNICATION*	158	115	120	130	75
PC	46	40	45	50	60
INTERNET	29	25	40	45	55
PAY-TV	21	35	7 **	40	78

(*) Linee di telefonia mobile personale per famiglia, in %
(**) La penetrazione sommata di cavo e satellite in Germania è tuttavia pari al 90 per cento.

L'Italia dell'e-family

TECNOLOGIA IN CASA: DAI PRODOTTI AI SISTEMI

LE PRINCIPALI INNOVAZIONI CHE SI PROSPETTANO ALLA CASA ITALIANA SONO:

- (HOME OFFICE): ATTREZZARE UN VANO DELLA CASA AD ESIGENZE DI LAVORO
- (HOME THEATRE): ATTREZZARE UN VANO DELLA CASA AD ESIGENZE DI DIVERTIMENTO
- (MONITORAGGIO PERSONE): SISTEMI PER (TELE-) MONITORARE PERSONE IN CASA
- (SECURITY): PROTEGGERE LA CASA DA INTRUSIONI

FAMIGLIE CON INTERESSE ELEVATO PER INNOVAZIONI SISTEMICHE DELLA CASA

(VOTO SUPERIORE A 8 SU SCALA DA 1 A 10)

INNOVAZIONI FUNZIONALI	FAMIGLIE (.000)	FAMIGLIE %
❖ HOME OFFICE	9.000	48
❖ MONITORAGGIO PERSONE	8.600	46
❖ SICUREZZA	8.590	46
❖ HOME CINEMA	2.250	12

FAMIGLIE CON UN INTERESSE MOLTO ELEVATO PER INNOVAZIONI SISTEMICHE DELLA CASA

(VOTO = 10 SU SCALA DA UNO A DIECI)

INNOVAZIONI FUNZIONALI	FAMIGLIE (.000)	FAMIGLIE %
❖ SICUREZZA	4.600	24
❖ MONITORAGGIO PERSONE	4.560	24
❖ HOME OFFICE	4.200	22
❖ HOME CINEMA	860	5

MA LA CASA ITALIANA È OSTILE ALL'INNOVAZIONE

- ELEVATA ANZIANITÀ DELLA CASA: ***IN MEDIA 44 ANNI***
- LENTO RINNOVO DEL PARCO ABITATIVO: ***2% ALL'ANNO***
- BASSA MOBILITÀ DELLA FAMIGLIA: LA ***PERMANENZA NELLA STESSA ABITAZIONE È PARI A 25 ANNI***
- MATERIALI DI COSTRUZIONE: ***PREVALGONO LA PIETRA E MATERIALI SIMIL-PIETRA***
- METÀ DELLE ABITAZIONI IN ***CONDOMINI A PROPRIETÀ DIFFUSA***
- GLI IMPIANTI DI BASE (ELETTRICO, TELEFONICO E TELEVISIVO) SONO ***POVERI IN QUANTITÀ E QUALITÀ***

UNA PROFONDA CRISI INFRASTRUTTURALE

- LA CASA DURA SECOLI, MA ***NON HA MEMORIA E DOCUMENTAZIONE***
- LA CASA ITALIANA NON È DOTATA DI ***"FORESIGHT" IMPIANTISTICA***
- LA MANUTENZIONE È SOLO EX-POST: ***NESSUNA MANUTENZIONE PROGRAMMATA***
- INNOVAZIONE SPORADICA E SOLO ***OPE LEGIS***: LEGGE 46/90, SICUREZZA IMPIANTI TERMICI ECC.
- ***NORMATIVA CONDOMINIALE*** ANTIQUATA E BLOCCANTE.
- INESISTENZA DI ***PRESIDI COMMERCIALI E FUNZIONALI*** DI FIDUCIA

DALLA CRISI INFRASTRUTTURALE ALLA CRESCITA DELLA E-FAMILY

- LA CASA DEVE DIVENTARE UN ***PRODOTTO CHE SI AGGIORNA NEL TEMPO***: OCCORRE LUNGIMIRANZA IMPIANTISTICA E MANUTENZIONE PROGRAMMATA
- LE TECNOLOGIE INFORMATICHE E DI COMUNICAZIONE (RETI/IMPIANTI DENTRO CASA E TRA LA CASA E IL TERRITORIO) DEBBONO PORSI L'OBIETTIVO DI ***FAR AUMENTARE IL VALORE DELLA CASA***
- LE TECNOLOGIE DI INFORMATICA E DI COMUNICAZIONE ***DEBBONO INTEGRARSI CON IL DESIGN E GLI ARREDI DELLA CASA***