

in collaborazione  
con:



INTESA  SANPAOLO



**Rai**



**Diciassettesimo Rapporto  
sulla comunicazione**

**I media  
dopo la pandemia**

Cnel

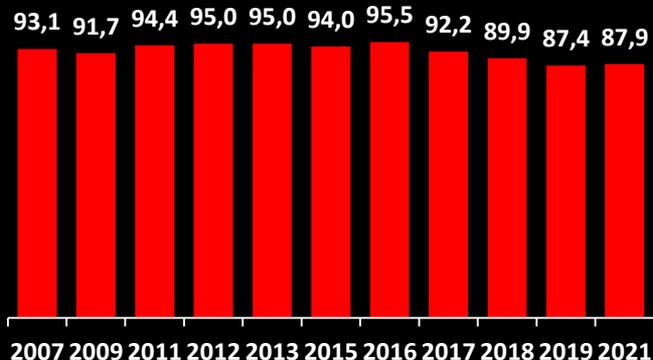
Roma | 6 ottobre 2021

Massimiliano Valerii | Direttore Generale Censis

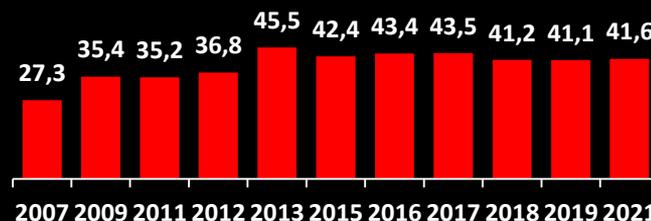
# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 1

**La televisione:** stabili i telespettatori tradizionali, boom della web (41,9%) e mobile tv (33,4%)

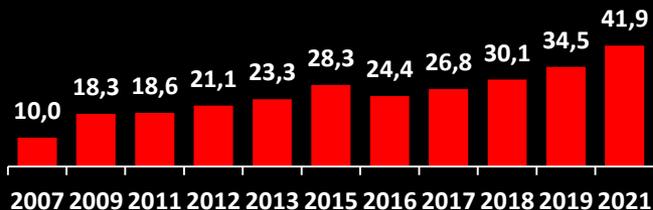
### Tv digitale terrestre



### Tv satellitare



### Tv via internet (web tv e smart tv)



### Mobile tv



Valori %.

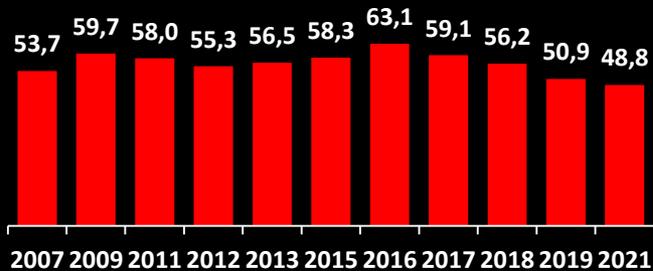
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2021.

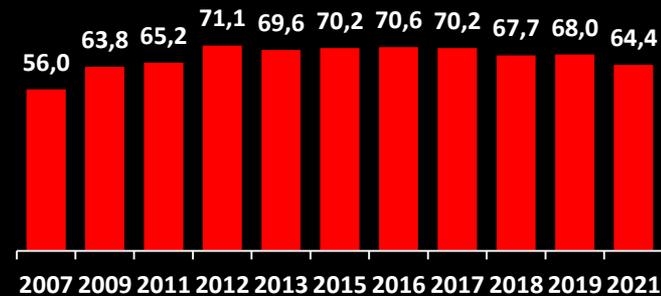
# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 2

**La radio:** all'avanguardia nei processi di ibridazione del sistema dei media

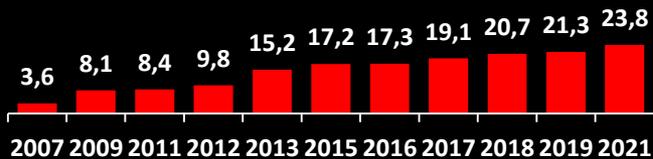
## Radio tradizionale



## Autoradio



## Radio da telefono cellulare



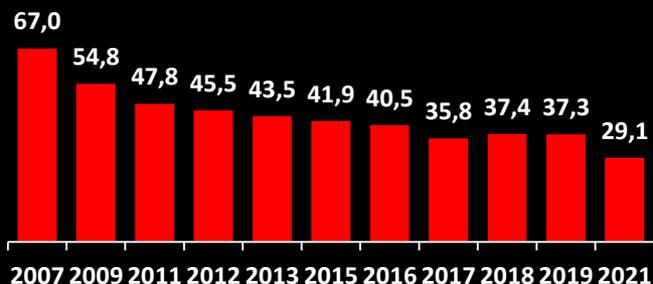
## Radio da internet (pc)



# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 3

La carta stampata: si accentua una crisi ormai storica

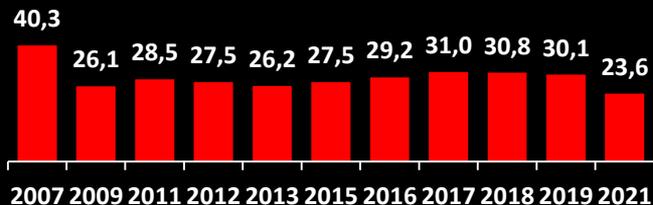
## Quotidiani cartacei



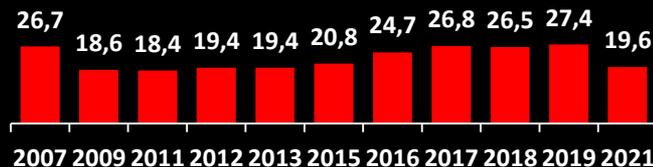
## Free press



## Settimanali



## Mensili



Valori %.

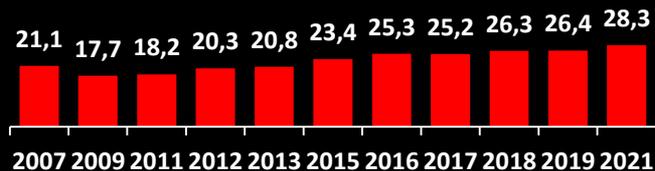
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2021.

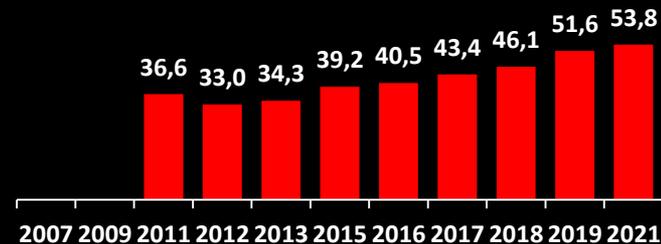
# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 4

**Le news sul web:** su i quotidiani online (28,3%), su i portali d'informazione (53,8%)

Quotidiani online



Siti web di informazione



Valori %.

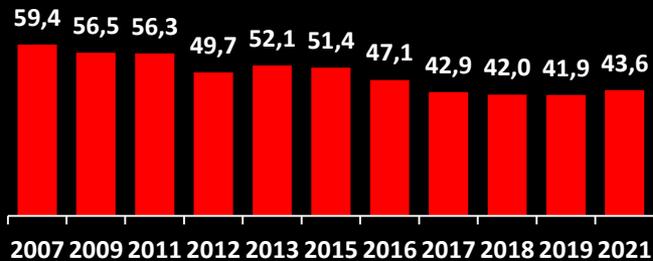
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2021.

# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 5

**I libri:** la novità dell'inversione di tendenza, anche se il 45,3% dei più istruiti non legge

## Libri



## E-book



## I lettori «forti»

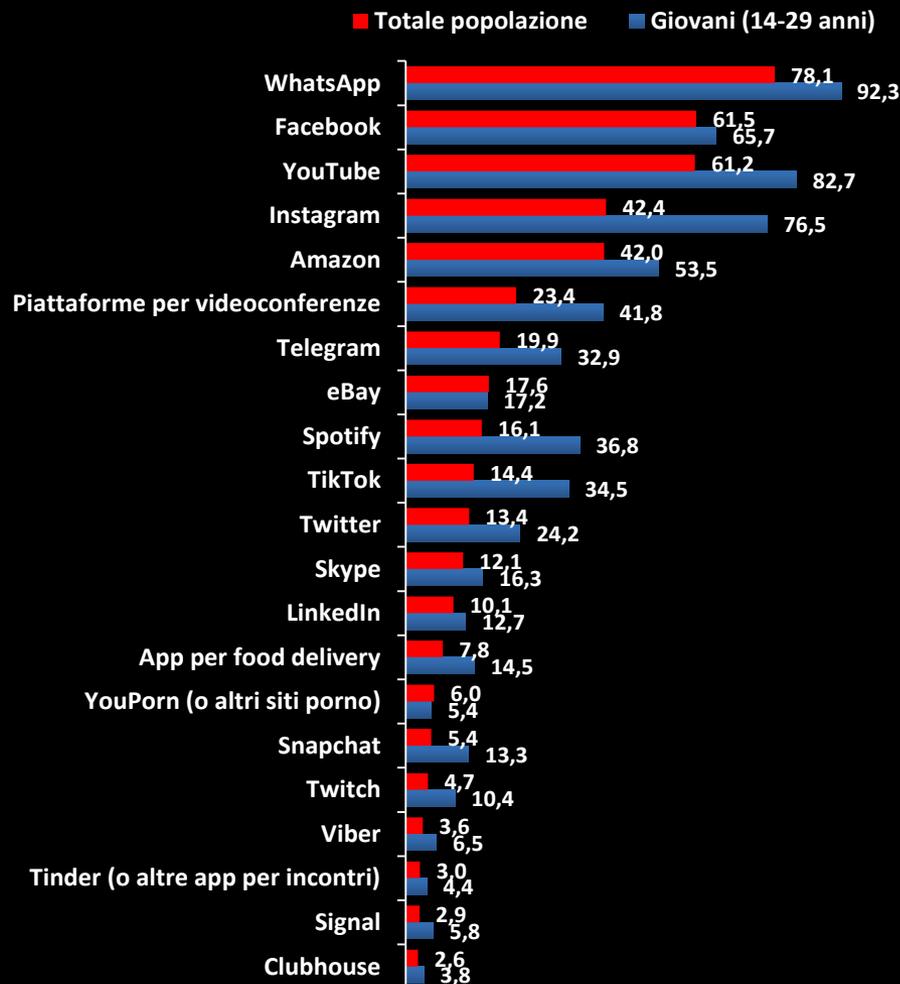
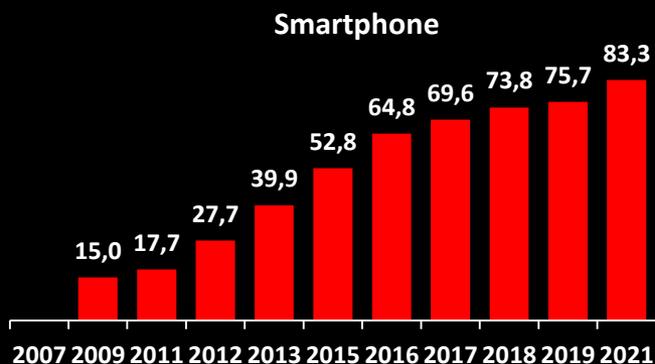
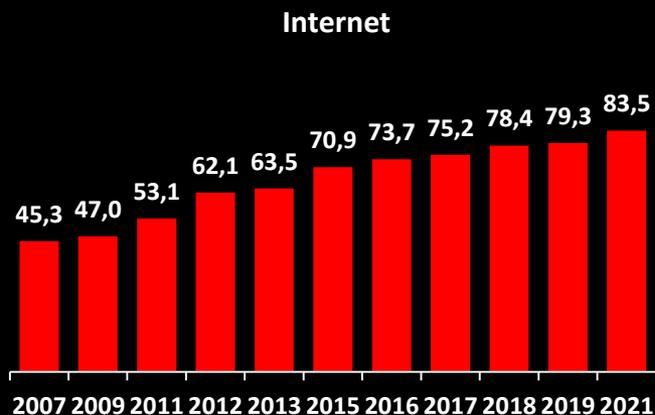
Diplomati e laureati 54,7%

Giovani (14-29 anni) 53,1%

Abituali (almeno 3 libri l'anno) 25,2%

# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 6

**Internet e smartphone:** il primato dei dispositivi della disintermediazione digitale per spezzare l'assedio durante l'emergenza sanitaria



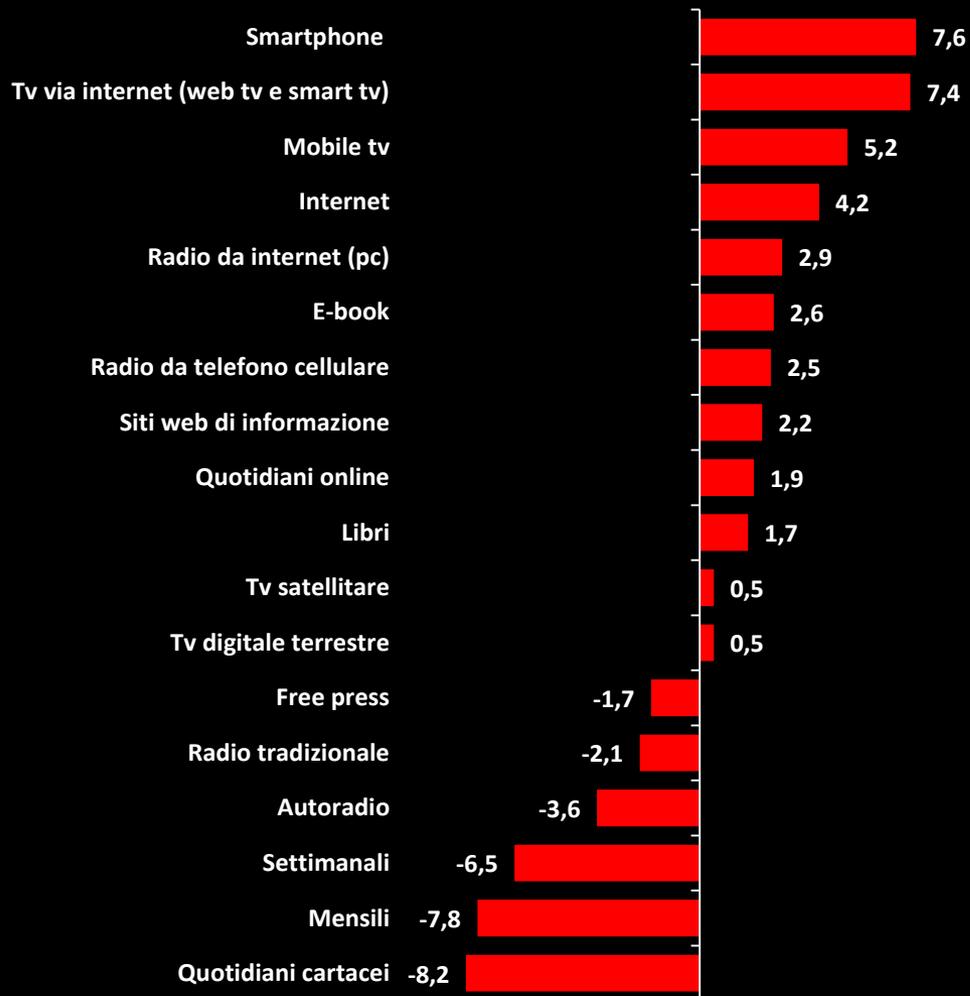
Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2021.

# L'evoluzione delle diete mediatiche nel 2021 | 7

**Il borsino dei media:** chi sale e chi scende tra il 2019 e il 2021



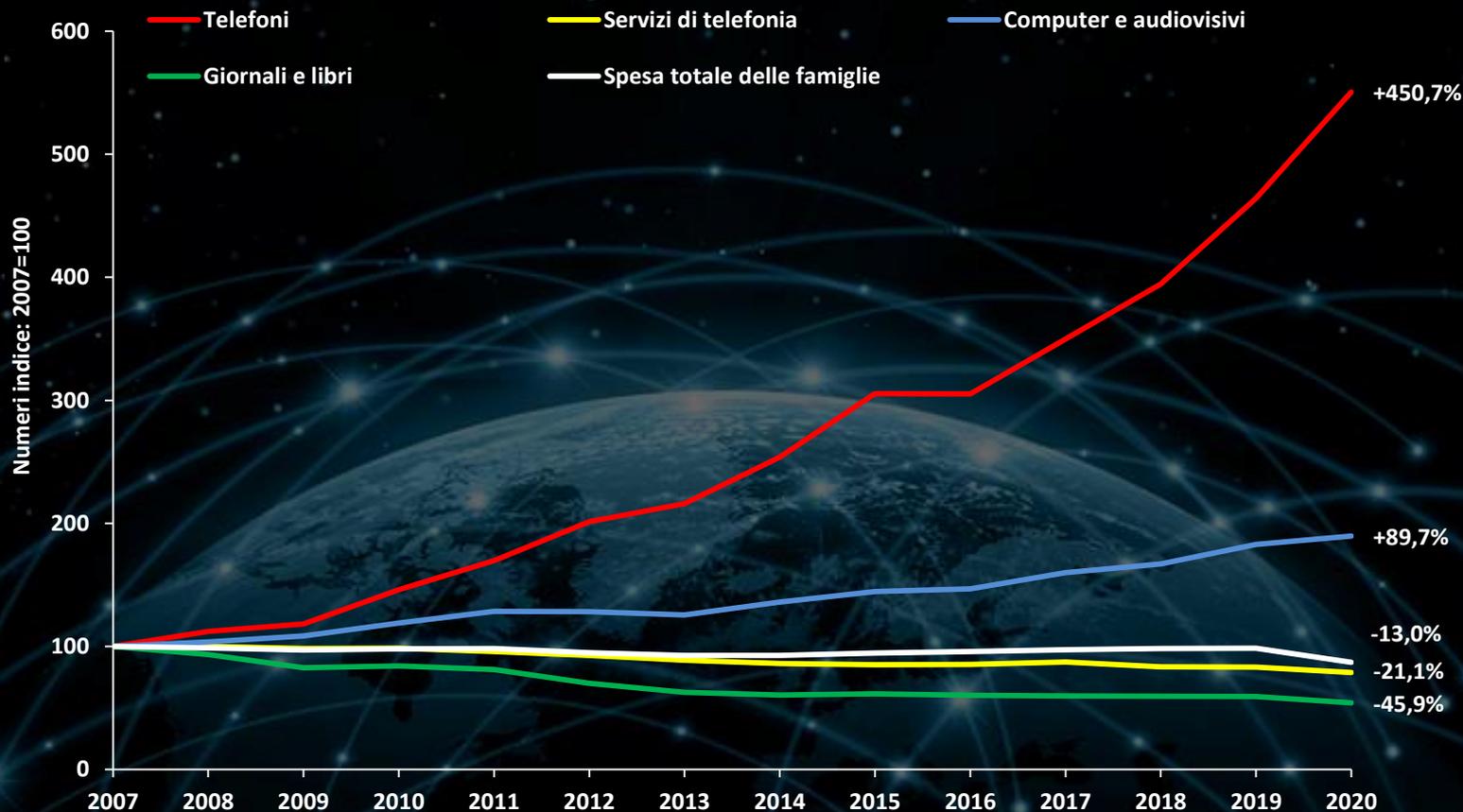
Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2019-2021.

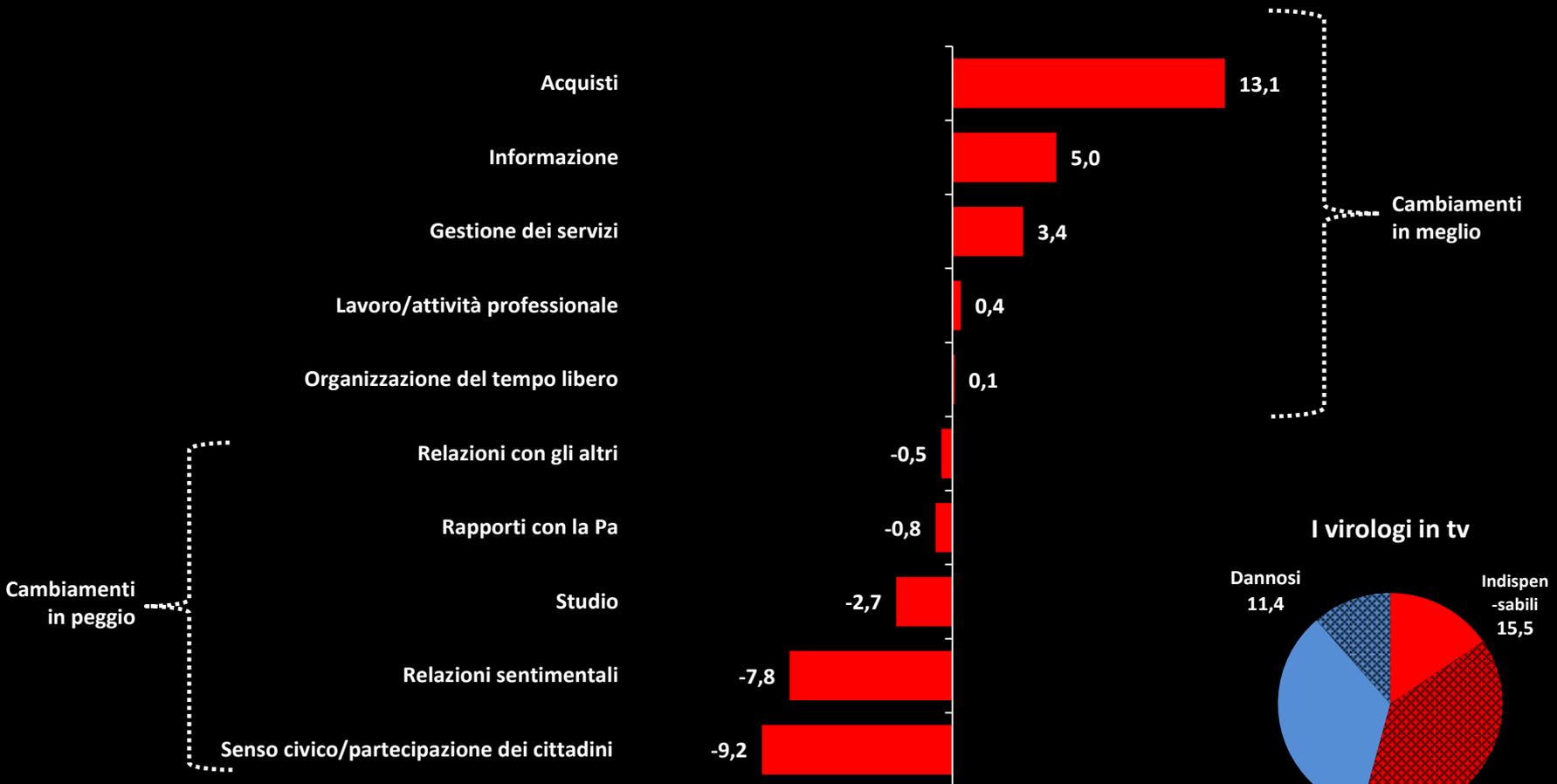
# Il virus non ferma i consumi digitali

**La spesa delle famiglie:** nel lungo periodo più che quintuplicata quella per gli smartphone, giù quella per i servizi di telefonia (-21,1%), crollo per libri e giornali (-45,9%)

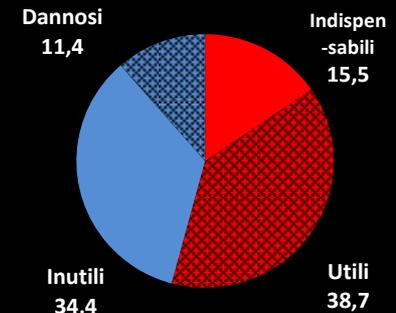


# Il bello e il brutto di internet

Il **bilancio dei cambiamenti** prodotti negli ultimi 12 mesi dalle tecnologie digitali: saldo miglioramenti-peggioramenti



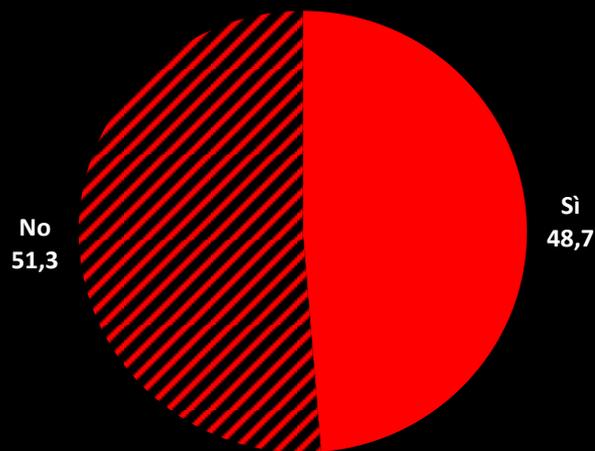
## I virologi in tv



# L'alba di una nuova transizione digitale

Lo **Spid** e le due Italie digitali

Quasi la metà degli italiani ha attivato  
l'identità digitale Spid



## I divari sociali e territoriali

Diplomati e laureati	61,6%
Aree metropolitane	59,5%
Sud	40,2%
Anziani (65-80 anni)	32,1%

# Dalla disintermediazione digitale all'era biomediativa: le parole chiave della grande trasformazione

- **La moltiplicazione e personalizzazione dei media**
  - Desincronizzazione dei palinsesti collettivi
- **L'economia della disintermediazione digitale**
  - Connotazione anticiclica dei consumi mediatici
- **L'ingresso nell'«era biomediativa»**
  - «I media sono io»
- **L'alba di una nuova transizione digitale?**
  - Accelerazione del paradigma biomediativo