

## Comunicato stampa

10 maggio 2016

### Hong Kong, Nord America e Emirati Arabi Uniti sono i più "connessi" al mondo

Norimberga, 10 maggio 2016 - GfK ha appena diffuso i risultati del **Connected Consumer Index**, un nuovo studio internazionale che coinvolge 78 paesi e 8 regioni del mondo, andando a misurare il grado di "connessione" dei cittadini-consumatori. L'Italia perde una posizione rispetto al 2015 e si posiziona al 19° posto nella classifica mondiale.

**Press contact:**

Chiara Gallina  
Marketing & Communication  
T +39 02 8705 3340  
M +39 349 8864722  
[chiara.gallina@gfk.com](mailto:chiara.gallina@gfk.com)

Il nuovo indice Connected Consumer, elaborato da GfK, mette in evidenza quali nazioni hanno i consumatori più "connessi", sia in termini assoluti sia rispetto a ciascuno degli undici dispositivi digitali considerati nell'indagine (Smartphone, Tablet, PC Portatili, PC Desktop, Indossabili, Smart TV, Set-top box, Console videogiochi, E-reader, Automobili connesse, Smart Home). Lo studio fornisce approfondimenti sugli ultimi cinque anni, oltre a previsioni relative all'anno in corso, e consente di approfondire e confrontare il livello di connettività dei singoli paesi o delle singole aree geografiche.

#### Top ten: i 10 paesi più connessi al mondo

Andando a scorrere la classifica del Connected Consumer Index, emerge come negli ultimi due anni Hong Kong e il Nord America (USA, Canada e Messico) risultino essere le aree con il più alto indice di consumatori connessi. Tuttavia, gli Emirati Arabi Uniti hanno guadagnato molte posizioni negli ultimi anni, passando dall'ottavo posto del 2015 al terzo posto previsto quest'anno ed entrando nella fascia alta della classifica. Notevoli passi avanti anche per la Svizzera, che ha scavalcato Danimarca e Svezia, guadagnando nelle previsioni per il 2016 l'ottavo posto in classifica.

#### GfK Connected Consumer Index

Classifica 2015	Classifica 2016		Punteggio 2015	Punteggio 2016
1	1	<b>Hong Kong</b>	1,430	1,486
2	2	<b>Nord America</b>	952	1,062
8	3	<b>Emirati Arabi Uniti</b>	829	995
3	4	<b>Norvegia</b>	939	988
4	5	<b>Germania</b>	873	940
6	6	<b>Arabia Saudita</b>	836	935
5	7	<b>Gran Bretagna</b>	856	916
10	8	<b>Svizzera</b>	801	914
7	9	<b>Danimarca</b>	835	906
9	10	<b>Svezia</b>	807	875

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Norimberga

Tel.: +49 911 395 0

Consiglio di amministrazione:  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Presidente del  
Consiglio di vigilanza:  
Dr. Arno Mahlert

Registro delle imprese  
Nürnberg HRB 25014

### **Italia 19° in classifica, smartphone primo dispositivo per connettersi**

Nella classifica complessiva per l'anno 2016, l'Italia si posiziona al 19° posto, perdendo quindi una posizione rispetto allo scorso anno, nonostante il valore dell'indice risulti in aumento in termini assoluti. Tra le tecnologie analizzate, continua a crescere l'importanza degli smartphone, che risultano di gran lunga il dispositivo più utilizzato per le connessioni a internet. Pur rappresentando ancora una nicchia, è cresciuto negli ultimi due anni il peso di tecnologie innovative, quali indossabili (wearable) e auto connesse, mentre perde terreno l'uso di PC portatili e Set-top box.

### **Balzo in avanti per Cile e Giordania in termini di connettività**

Proseguendo nell'analisi dei risultati del Connected Consumer Index a livello internazionale, emerge come Cile e Giordania siano tra i Paesi che hanno fatto i passi avanti più significativi in termini di connettività dei propri abitanti. Il Cile ha scalato ben sette posizioni, passando dal 27° posto del 2015 al 20° posto di quest'anno, posizionandosi subito dopo l'Italia, l'Irlanda e l'Australia. Ottimi risultati anche per la Giordania, che ha sorpassato paesi quali Cipro, Oman, Nuova Zelanda e Belgio, passando dal 31° al 23° posto.

### **Indice di connettività: driver di crescita diversi a seconda del mercato**

Kevin Walsh, direttore del settore Trends & Forecasting di GfK, ha commentato così i risultati dell'indagine: "Stiamo assistendo a una crescita generale del livello di connettività in tutti i paesi coinvolti nell'indagine. Nelle aree dove si registrano i progressi più significativi - e in particolare in tutto il Medio Oriente, l'Africa e l'Asia Pacifica - il fattore chiave rimane la diffusione crescente degli smartphone, che rappresentano il dispositivo principale (e spesso anche il primo) utilizzato dai consumatori per connettersi a internet. Questa tendenza è destinata a rimanere dominante per i prossimi due o tre anni: grazie alla riduzione progressiva dei costi, infatti, si prevede che oltre un miliardo di consumatori saranno in grado di connettersi per la prima volta a internet attraverso un dispositivo personale. Nei mercati avanzati, in primo luogo l'Europa occidentale e il Nord America, stanno invece emergendo nuovi driver di crescita, quali ad esempio gli indossabili e le auto connesse. Anche le tecnologie legate alla Smart Home potranno offrire nuove opportunità di connessione, ma quest'ultimo trend avrà probabilmente una penetrazione più lenta e costante".

Esistono ovviamente driver di crescita diversi a seconda delle caratteristiche del singolo mercato. Il Cile, ad esempio, pur avendo un'economia più debole rispetto ad altri stati dell'America Latina, possiede una normativa favorevole agli investimenti, che ha consentito un'ampia penetrazione della banda larga. Questo ha provocato un incremento di oltre il 20% delle vendite di Smart TV nel 2015. Conclude Walsh: "Abbiamo

rilevato come - in parallelo con l'evoluzione dei mercati - i driver di crescita locali assumono un'importanza sempre maggiore, mentre si ridimensiona il peso dei trend globali o regionali. Questo significa che si stanno sviluppando nel mondo nuove e differenti modalità di connessione tra i cittadini-consumatori”.

Grazie al livello di approfondimento offerto, il Connected Consumer Index può aiutare le aziende a individuare nuove opportunità di business in una vasta gamma di settori, dalla vendita di dispositivi digitali al consumo di contenuti, fino all'espansione delle tecnologie tradizionali nel campo della salute, dei media e oltre.

Per conoscere nel dettaglio i risultati del Connected Consumer Index di GfK nei vari Paesi, visitare il sito web dedicato: <http://connected-consumer.gfk.com/connected-consumer-index/>

#### **Nota metodologica**

Il Connected Consumer Index è un'indagine GfK che misura quanto - e attraverso quali dispositivi - i consumatori siano digitalmente connessi tra di loro e rispetto ai contenuti digitali. L'indagine coinvolge 78 Paesi e 8 regioni a livello internazionale. Il Connected Consumer Index consente di misurare il grado di “connessione” pro-capite delle diverse regioni e paesi, fornendo trend relativi agli ultimi cinque anni e previsioni per l'anno in corso. L'indice prende in considerazione 11 tipi di dispositivi che consentono di connettersi (Smartphone, Tablet, PC Portatili, PC Desktop, Indossabili, Smart TV, Set-top box, Console videogiochi, e-reader, Automobili connesse, Smart Home) con dati ponderati per l'uso. La base dell'indice inizia a 100 punti, che corrispondono alla media globale di connettività rilevata a partire dal 2010.

#### **A proposito di GfK**

GfK rappresenta una fonte attendibile di informazioni sui mercati e sui consumatori, a supporto del processo decisionale dei clienti. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione personale con la pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo, GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali, integrate dalla conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative e metodologie statistiche avanzate, GfK trasforma i “Big Data” in esperienza, permettendo ai Clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e di arricchire la conoscenza sul processo di acquisto dei consumatori.

Per maggiori informazioni visitate il sito: <http://www.gfk.com/it> o seguite il profilo Twitter di GfK Italia: [https://twitter.com/GfK\\_Italia](https://twitter.com/GfK_Italia)