

---

## Media: Censis, sempre più spettatori per la tv via internet. Boom per YouTube e Instagram

Ancora in crescita la tv via internet. L'analisi del sistema dei media che viene proposta nel 19° Rapporto sulla comunicazione del Censis evidenzia che, nell'era biomediativa, alcuni mezzi sono in grado di raccogliere intorno a sé un vasto pubblico e di rispondere alle diverse preferenze ed esigenze comunicative di ciascuno. A svolgere questo compito è innanzitutto la televisione. Nel 2023 a guardarla è complessivamente il 95,9% degli italiani (+0,8%). La percentuale dell'utenza è la somma di più componenti: la stabilità del numero di telespettatori della tv tradizionale (il digitale terrestre: +0,9% rispetto al 2022), una lieve crescita della tv satellitare (+2,1%), il continuo rialzo della tv via internet (web tv e smart tv passano al 56,1% di utenza, ovvero oltre la metà della popolazione, con un +3,3% in un anno) e il boom della mobile tv, che è passata dall'1,0% di spettatori nel 2007 al 33,6% di oggi (più di un terzo degli italiani). Tra il 2022 e il 2023 si registra un consolidamento dell'impiego di internet da parte degli italiani (l'89,1% di utenza, con una differenza positiva di 1,1 punti percentuali), e si evidenzia una sovrapposizione quasi perfetta con quanti utilizzano gli smartphone (l'88,2%) e molto prossima a quanti sono gli utilizzatori di social network (82,0%). Tra i giovani (14-29 anni) si registra un consolidamento nell'impiego delle piattaforme online. Il 93,0% utilizza WhatsApp, il 79,3% YouTube, il 72,9% Instagram, il 56,5% TikTok. In lieve flessione tra gli under 30, oltre a Facebook (passato dal 51,4% del 2022 al 50,3%), anche Spotify (dal 51,8% al 49,6%) e Twitter (dal 20,1% al 17,2%). Colpisce la discesa di due piattaforme partite bene ma che nel tempo hanno arrestato la loro corsa: Telegram (passato dal 37,2% del 2022 al 26,3%) e Snapchat (dal 23,3% all'11,4%).

Filippo Passantino