



TABLET E SMARTPHONE SCALANO LA CLASSIFICA DEI GIOCHI PREFERITI: IN ITALIA UN BAMBINO SU QUATTRO È SCHERMO-DIPENDENTE

Secondo uno studio commissionato da Duracell 8 famiglie su 10 privilegiano il gioco davanti ad uno schermo. Ma in molti genitori cresce la voglia di tornare ai giochi attivi e manuali

Milano, 27 novembre 2014 – Quasi **un bambino su quattro (22,7%) in Italia passa circa 3 ore e mezza del suo tempo davanti a uno schermo**, sia esso del pc, di un tablet o di uno smartphone, a fronte di una media rilevata negli **altri Paesi** (Inghilterra, Francia, Germania e Russia) del **9,3%**.

È il dato che emerge da una ricerca^[1] commissionata da Duracell per **comprendere le abitudini di gioco delle famiglie**. L'87% degli intervistati (quasi 9 su 10), ammette di giocare sempre più sui dispositivi dotati di video a discapito di altre attività più tradizionali.

La ricerca, condotta da **Censuswide** in **Italia, Inghilterra, Francia, Germania e Russia**, ha rilevato la forte crescita dei nuovi giochi digitali ma, a fianco a questa tendenza, ha anche evidenziato il **desiderio di trovare un'alternativa a questo tipo di attività**. Così, nonostante i **giochi su schermo siano i protagonisti indiscussi** dei pomeriggi in casa, il **60% delle famiglie intervistate si dichiara disponibile ad accogliere un'alternativa diversa dal gioco digitale e a trascorrere più tempo all'aria aperta**. Quasi la metà (47%) degli intervistati **giocherebbe ai classici giochi di società**, mentre il 43% trascorrerebbe volentieri del tempo a **raccontare favole** ai propri bambini.

Ma quali sono le **alternative** ai giochi digitali preferite dai bambini? Tra i giochi attivi riscontrano ancora un grande successo le **costruzioni (56,3%)**, seguite dall'andare in **bicicletta (51,6%)**, **dipingere (40,4%)** e **cucinare (40,2%)**, mentre le **bambole** ed i **trenini** si fermano a quota 22%.

Duracell ha voluto ulteriormente approfondire le abitudini di gioco italiane creando una survey digitale realizzata attraverso **FattoreMamma**¹, uno dei principali Network italiani organizzato in una fitta rete di siti, community e parental blog. Il dato più importante emerso è proprio quello relativo al **tempo di gioco trascorso davanti ad uno schermo**. Con l'aumentare della **digitalizzazione dei genitori** si riduce progressivamente l'utilizzo dei giochi virtuali. Se il **22,7%** dei bimbi italiani trascorre oltre **tre ore e mezza** al giorno in compagnia di uno schermo, questa percentuale si riduce a **meno del 2%** se si tratta dei figli di **"genitori digitali"** che dichiarano in maggioranza (**22%**) di trascorrervi 1,5 ore.

Ma nelle case italiane esistono ancora dei luoghi *digital free*? I **primi tre luoghi sacri "non digitali" sono rappresentati dalla vasca da bagno (53,50%)**, dai servizi igienici (51,10%) e dal letto (35,50%). Anche in questo caso i **"genitori digitali"** hanno espresso un parere discordante: la **convivialità e le relazioni** sono più importanti tanto che oltre il **70%** ha individuato nella **tavola**, il posto off limits per i device.

A commento di questo studio, lo psichiatra e psicoterapeuta **Raffaele Morelli** afferma: "I risultati della ricerca ci portano ad affrontare un fenomeno nuovo, ma non inaspettato. I giochi digitali rappresentano una valida alternativa, se utilizzati per periodi limitati di tempo. Le due dimensioni possono e devono coesistere. Il gioco attivo implica un'attività reale e concreta, attraverso la quale i bambini comprendono

[1] Condotta dall'Istituto di Ricerca Censuswide, nel periodo compreso tra il 10/06/14 e il 24/07/14, su un campione rappresentativo della popolazione italiana: 1.011 intervistati con figli al di sotto dei 10 anni di età.

¹ FattoreMamma è uno dei principali Network italiani organizzato in una fitta rete di siti, community e parental blog. La ricerca svolta su un panel online ha coinvolto 760 genitori, di cui 288 blogger.

come far funzionare le cose e che da una loro azione può scaturire un effetto concreto. Il gioco attivo non è solo un passatempo, serve proprio per potenziare le loro capacità innate, che sono immense”.

Duracell, numero uno al mondo nel settore delle batterie a lunga durata che alimentano i giochi di milioni di bambini, da sempre **accompagna le famiglie nel gioco attivo con i propri figli**. Nel gioco attivo estro e fantasia sono le parole d’ordine: dai razzi spaziali con luci e suoni per i piccoli astronauti, alle macchine da cucire per realizzare esclusivi guardaroba, per finire con gli strumenti musicali che stimolano la creatività e l’ingegno.

A proposito di Procter & Gamble

La forte presenza di P&G migliora la vita di circa 4,4 miliardi di persone in tutto il mondo grazie a un portafoglio di marchi riconosciuti di alta qualità. Tra i brand della Società si annoverano Pampers®, Tide®, Ariel®, Always®, Whisper®, Pantene®, Mach3®, Bounty®, Dawn®, Fairy®, Gain®, Pringles®, Charmin®, Downy®, Lenor®, Iams®, Crest®, Oral-B®, Duracell®, Olay®, Head & Shoulders®, Wella®, Gillette®, Braun®, Fusion®, Ace®, Febreze® e Ambi Pur®. Attivi in circa 80 paesi, i marchi P&G sono disponibili in oltre 180 nazioni in tutto il mondo. Per aver accesso alle ultime notizie e agli approfondimenti riguardanti P&G e i relativi marchi, visitate <http://www.pg.com>.

Contatti:

Ufficio Stampa DURACELL:

H+K Strategies – Caterina Biondi – caterina.biondi@hkstrategies.com – (02)31914243

H+K Strategies – Camilla Beghi – camilla.beghi@hkstrategies.com – (02)31914277

P&G – Francesca De Palma – depalma.f@pg.com – (06)50972694