



E-FAMILY 2007

Nella crescita del mercato italiano dell'Ict le famiglie giocano, ancora una volta, un ruolo di primo piano.

All'interno delle famiglie, tuttavia, a fronte di un recupero da parte della componente femminile nell'uso delle tecnologie, permane tuttora un ritardo digitale che interessa particolarmente casalinghe ed anziani.

È questa in sintesi la fotografia della popolazione italiana che offre il "Rapporto e-Family 2007" realizzato da Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici e presentato a Roma il 13 marzo scorso.

UNA GRANDE VIVACITÀ

Il 2006 ha visto articolarsi in molteplici direzioni il flusso di spesa per i servizi e le tecnologie digitali delle famiglie, confermando una tendenza già apparsa negli anni precedenti. Nel corso del 2006 si sono registrati alcuni trend particolarmente positivi:

- 5 milioni di nuovi utilizzatori di telefonini di terza generazione (cellulari Umts) in un anno.
- 2,5 milioni circa di nuovi Pc (primi Pc, ma soprattutto Pc di sostituzione e secondi Pc). In buona parte si tratta di Pc

Il Summary del Rapporto "e-Family 2007" è disponibile sul sito www.confindustriasi.it

portatili (notebook) la cui diffusione nelle famiglie è pressoché raddoppiata negli ultimi due anni, passando da un tasso di presenza nelle case pari al 10,8% nel 2004 e al 20,3% del 2006.

- 1,3 milioni di nuove fotocamere (comprese moltissime fotocamere di sostituzione).
- 1,9 milioni di nuovi televisori Lcd
- 800.000 nuove stampanti multi-funzione.

Per quanto riguarda i flussi di spesa per i principali servizi in casa, il 2006 non ha registrato significative variazioni (grazie anche ad un deciso calo dei prezzi di riferimento):

- Continua a erodersi la spesa nel segmento voce della telefonia fissa, che conseguentemente risulta in calo del 5,4%.
- Aumenta la spesa per la telefonia mobile, in cre-



scita del 3,3%, anche grazie alla diffusione delle nuove applicazioni dati, possibili con la telefonia di terza generazione (Umts).

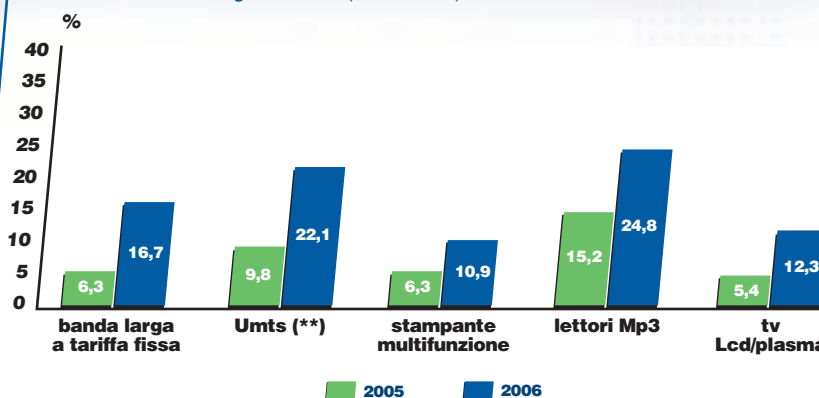
■ La spesa per internet è rimasta sostanzialmente inalterata (nonostante un fortissimo aumento dei collegamenti a internet in banda larga a tariffa fissa, causato dalla forte concorrenza nel settore dell'Adsl che ha spinto gli operatori a offerte sempre più convenienti per le famiglie).

TECNOLOGIE IN FAMIGLIA

Televisori	98,0%
Cellulare personale	89,0%
Lettore dvd	59,4%
Pc	56,5%
Foto e video camera digitale	50,6%
Internet	39,0%
Ricezione satellitare	33,0%
Lettore portatile musica Mp3	24,8%
Banda larga (tutti i tipi)	23,0%
Cellulare Umts	22,1%
Pay-tv satellitare	18,0%
Banda larga a tariffa fissa	16,7%
Televisione digitale terrestre	14,4%

LE MAGNIFICHE CINQUE

Diffusione di innovazione: dinamiche intense()*
diffusione % nelle famiglie italiane (2005-2006)



(*) le percentuali 2005 sono relative solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; le percentuali 2006 sono relative anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili

(**) % di utilizzatori di apparati Umts sul totale utilizzatori di cellulari personali (non aziendali)

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

■ La spesa per pay-tv è aumentata del 6% circa, pur essendo rimasti sostanzialmente inalterati i costi dei programmi offerti sia dalla tecnologia digitale terrestre che da quella satellitare.

LA PIATTAFORMA PC

Si articola e si consolida la dotazione informatica delle famiglie che hanno da tempo un Pc in casa: nel 2006 sono aumentate significativamente le penetrazioni di secondi e terzi Pc, di stampanti multi-funzione, di masterizzato-



tate di Pc comporta un rallentamento più generale nel processo di digitalizzazione delle case italiane:

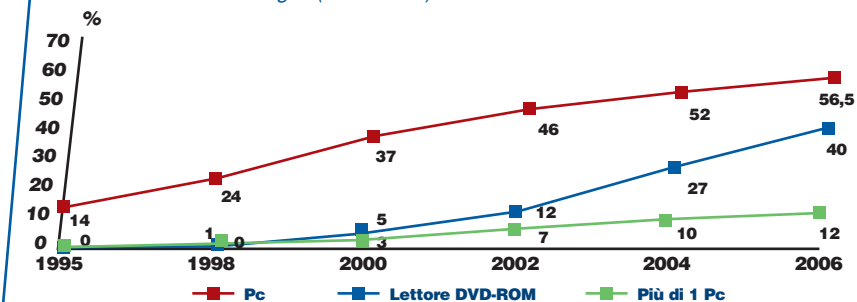
■ Non aumentando in modo significativo il parco delle famiglie con Pc, infatti, cresce in modo rallentato il parco dei collegamenti internet in casa, di norma inizialmente in modalità a banda stretta (*dial-up*).

■ Una quota maggioritaria delle famiglie con collegamenti internet, peraltro, è già migrata verso la banda larga (il 60% dei collegamenti internet in casa sono in banda larga).

■ Nei prossimi anni la crescita dei collegamenti in banda larga delle famiglie risulterà di conseguenza più contenuta rispetto a quanto avvenuto negli ultimi 3-4 anni: sia per la scarsa crescita nel numero di famiglie dotate di personal computer collegato a internet, sia per la già avvenuta penetrazione della banda larga nel parco delle esistenti famiglie internet.

TUTTI CASA E COMPUTER

La diffusione della piattaforma informatica (*)
diffusione % nelle famiglie (1995-2006)



(*) le percentuali 1995-2005 sono relative solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; le percentuali 2006 sono relative anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

ri, di scanner e di altre "periferiche" (in senso largo), quali la fotocamera digitale e i lettori digitali portatili di musica (i-Pod e altri lettori digitali di musica in formato mp3).

La percentuale delle famiglie con Pc in casa, per contro, cresce lentamente (nel 2006 ha raggiunto il 56,5% delle famiglia) e si avvicina alla soglia del 60%. La penetrazione stenta a salire soprattutto nei nuclei familiari composti da persone anziane, casalinghe e pensionati, presso i quali non supera il 10-15%.

Di particolare importanza risulta la crescita della penetrazione dei Pc portatili (notebook).

Lo scarso incremento del numero di famiglie do-

IL COLLEGAMENTO A INTERNET

Un traguardo importante è stato superato nel 2006: per la prima volta il numero di famiglie in cui vi è almeno un utilizzatore di internet ha superato il 50% attestandosi a circa 11,6 milioni.

Misurato in valori assoluti, il numero di utilizzatori frequenti di internet registrato in Italia nel 2006 è pari a 17,7 milioni di persone.

L'utilizzo di internet in Italia avviene, molto più che in altri paesi, prevalentemente in casa. La casa è infatti l'unico punto di accesso a internet per il 54% degli utilizzatori. Il 22% ne fa uso sia in casa che fuori casa ed il 24% solo fuori casa.

La motivazione principale all'uso di internet è la posta elettronica; tuttavia emerge per la prima volta un significativo 33% di utilizzatori, anche in banda larga, che non menziona l'e-mail tra le principali motivazioni d'uso.

Acquista rilevanza la possibilità di scaricare (*download*) contenuti: il 23% degli utilizzatori di colle-

IO NAVIGO IN SALOTTO

Famiglie con Pc e utilizzatori di internet (*)
valori assoluti e % sul totale (2006)

	Famiglie (.000)	Famiglie (%)
Totale Famiglie con Pc	12.484	56,5%
• Famiglie con Pc non connesso a internet	3.914	31,4%
• Famiglie con Pc connesso a internet	8.570	68,6%
Famiglie senza utilizzatori internet	10.502	47,5%
Famiglie con utilizzatori internet	11.598	52,5%
• con utilizzatori solo in casa	5.277	45,5%
• con utilizzatori in casa e fuori casa	3.293	28,4%
• con utilizzatori solo fuori casa	3.028	26,1%

(*) Non sono presi in considerazione gli utilizzatori "occasionali" di internet

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting



gamenti in banda larga scarica musica e il 13% scarica video.

Attività come le transazioni bancarie online, quasi assenti per le matricole internet, sono invece citate come motivazione importante dal 14% di chi utilizza internet da oltre quattro anni. Lo stesso fenomeno avviene per quanto riguarda il commercio elettronico e la partecipazione sistematica ai diari online (*blogs*) e gruppi di discussione.

L'utilizzo di internet per fare telefonate (Voip), possibile solo grazie ai collegamenti in banda larga, risulta ancora poco diffuso nelle case.

Il tempo di utilizzo di internet ha fatto un balzo in avanti tra il 2005 ed il 2006: quasi 39 minuti al giorno per utilizzatore, contro i 33 minuti del 2005.

L'aumento è dovuto in parte alla variazione del *mix* di utenti (è cresciuta la quota di utenti in banda larga, che tendono a stare connessi alla rete più a lungo). Ma in parte è dovuto anche all'aumento del nu-

mero di servizi online e questo comporta tempi più lunghi di collegamento per chi utilizza collegamenti a banda stretta.

Da notare che il tempo medio d'uso risulta più che raddoppiato, passando da circa 20 minuti al giorno per chi utilizza internet da meno di sei mesi, a 45 minuti al giorno per chi utilizza internet da più di quattro anni.

LA RIVOLUZIONE DELLA BANDA LARGA

Tra il 2005 ed il 2006 vi è stata una svolta profonda nella dotazione internet delle famiglie.

Nel 2006 i collegamenti a larga banda sono diventati il 60% dei collegamenti complessivi internet da casa (erano meno del 50% l'anno prima).

Il dato più rilevante è che la quota dei collegamenti in banda larga "a tariffa fissa" è salita dal 38% al 72%. In complesso i collegamenti a tariffa fissa sono più che raddoppiati tra il 2005 e il 2006, salendo da 1,5 a 3,7 milioni. Ciò significa che la quota delle famiglie italiane dotate di collegamenti a in-

C'È POSTA PER TE

Motivazioni dell'utilizzo di internet, per tipo di collegamento
% sul totale utilizzatori (2006) (*)

	Banda stretta	Banda larga
Posta elettronica	64%	67%
Lavoro	42%	42%
Attualità, quotidiani, riviste	33%	41%
Informazioni per tempo libero	37%	41%
Studio	30%	32%
Ascoltare o scaricare musica	12%	23%
Informazioni su prodotti o servizi da acquistare	13%	15%
Vedere o scaricare film e video	7%	13%
Giocare o scaricare giochi	6%	9%
Acquisti	8%	8%
Gruppi di discussione, blog	4%	7%
Home Banking	4%	14%
Num. Medio di motivazioni dichiarate	2,7%	3,1%

(*) Possibili risposte plurime

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

ternet in banda larga a tariffa fissa sul totale è aumentata in un anno dal 6% al 15%.

Sembra talvolta che l'era di internet, anche in Italia, sia iniziata molti anni fa. Ed invece l'anzianità media del collegamento internet da casa è ancora oggi leggermente inferiore ai tre anni. Solo il 40% dei collegamenti internet da casa ha una anzianità superiore ai quattro anni.

Le previsioni delle famiglie esplicitano per il prossimo anno una crescita moderata sia per il "primo collegamento" a internet (di regola a banda stretta), sia per il passaggio da questi ai collegamenti in banda larga.

Due terzi delle famiglie collegate in "banda stretta", infatti, o fanno un uso di internet che non richiede un collegamento in banda larga, o addirittura non hanno nemmeno preso in considerazione l'ipotesi.

QUANDO LA BANDA È LARGA

Collegamenti internet da casa e crescita della banda larga
% sul totale collegamenti internet (2004-2006)

	2004	2005	2006
Collegamenti internet totali	100,0%	100,0%	100,0%
• banda stretta (<i>dial-up</i>)	72,0%	50,2%	34%
• banda larga (<i>broadband</i>)	28,0%	49,8%	59,8%
• Gprs/Umrs mobile	n.a.	n.a.	6,2%

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting



zioni utilizzate sui cellulari Gsm. La percentuale di "non utilizzatori" sale al 42% tra i capifamiglia e scende al 19% tra i figli. Tra le funzioni avanzate, quella più utilizzata è l'invio/ricezione di foto/filmati. Posta elettronica e video-chiamata seguono a notevole distanza.

La spesa annuale della famiglia italiana per servizi di telefonia fissa e mobile è pari in media a quasi 1.000 euro. Il 60% di tale spesa è dovuta a servizi di telefo-

nia mobile, spesa che ancora solo 10 anni fa riguardava un numero molto limitato di famiglie. Non sorprende se, a fronte del progressivo aumento della spesa telefonica complessiva, le famiglie abbiano cercato di razionalizzare la spesa stessa, talvolta abbandonando la linea fissa di casa per tenere solo la linea telefonica mobile. Emerge tuttavia come l'importanza di un collegamento a internet in banda larga da casa porti oggi quasi il 25% delle famiglie

dotate solo di linea telefonica mobile a mettere in agenda l'idea di dotare o ridotare la propria abitazione di una linea telefonica fissa.

Più contenuta in termini relativi, ma con valori assoluti quasi doppi, è la percentuale delle attuali famiglie dotate di linea fissa che pensano in prospettiva di aggiungersi ai 4 milioni di famiglie già oggi dotate solo di linea telefonica mobile: costo del canone, e poco tempo passato in casa sono le motivazioni addotte per l'abbandono della linea fissa. È da



notare che un numero ragguardevole di queste famiglie risulta essere abbonata a larga banda.

UN FORNITORE UNICO DI SERVIZI

Tra le famiglie che dispongono di una piattaforma informatica in casa vi è un interesse sostenuto per una offerta unificata di tutti i servizi tecnologici legati al fenomeno della convergenza: telefonia, banda larga,

telefonia mobile, televisione a pagamento (pay-tv). Circa 5,7 milioni di famiglie italiane in possesso di un Pc (con o senza connessione a internet) e di un telefono cellulare valuta l'ipotesi in termini positivi: per metà di esse un solo fornitore semplificherebbe la vita, mentre oltre il 60% (molte si sovrappongono alle prime) dà per scontata la possibilità di realizzare attraverso un unico fornitore un consistente risparmio sui flussi di spesa complessivi della famiglia dedicati alle telecomunicazioni fisse, mobili e pay-tv. L'interesse per offerte unificate dei servizi della convergenza ha dimensioni ancor più elevate quando esse non includono la televisione a pagamento e riguardano quindi solo telefonia fissa, telefonia mobile ed internet.

LA PIATTAFORMA TELEVISIVA DIGITALE

Tra il 2005 ed il 2006, la piattaforma televisiva digitale non ha fatto significativi passi in avanti, né sulla ricezione satellitare, né sulla diffusione del decoder digitale terrestre, né sulla tv in banda larga. Per quanto riguarda la crescita della diffusione della tv digitale terrestre, ad esempio, si è affievolita la crescita degli anni precedenti. Tra

UNO PER TUTTO

Interesse per un fornitore unico di servizi della convergenza
valori assoluti (.000) e quote % di famiglie dotate di Pc (con e senza collegamento a internet) e almeno un cellulare - interessate a un fornitore unico: telefonia fissa + mobile + banda larga + Paytv (2006)

	N. famiglie (.000)	quota %
Interessate (*)	5.696	47,0%
• semplifica la vita	2.776	48,7%
• se permette un buon risparmio	3.514	61,7%
Non interessate (*)	3.822	31,5%
• non vuole un fornitore unico	2.183	57,1%
• non interessa la Pay-tv	2.105	55,1%
Non sa	2.601	21,5%
Totale famiglie	12.119	100,0%

(*) possibili risposte plurime

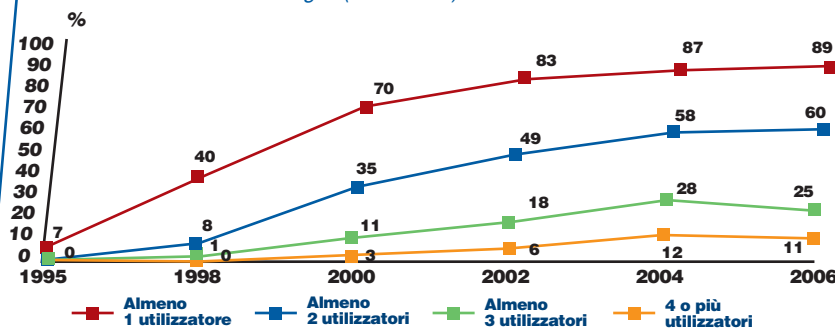
Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting



SENZA FILI

Gli utilizzatori di telefonia mobile in casa ()*

diffusione % sul totale famiglie (1995-2006)



(*) i dati 1995-2004 sono relativi solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; i dati 2006 sono relativi anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

DOTAZIONI E MIGRAZIONI TELEFONICHE

Le dotazioni telefoniche della famiglia italiana si stanno trasformando.

Per quel che riguarda la telefonia fissa siamo di fronte a tre fenomeni rilevanti:

- Cresce con grande velocità la penetrazione dei collegamenti a internet in banda larga (in larghissima prevalenza Adsl).

- Tendono a scomparire le seconde linee telefoniche o linee Isdn (peraltro mai state una dotazione rilevante della famiglia italiana).

- Si registra un calo nelle tecnologie relative ai servizi di segreteria telefonica e un aumento delle tecnologie legate al fax (soprattutto di quelli multifunzione).

Per quanto concerne la telefonia mobile, l'89% delle famiglie italiane ha almeno un utilizzatore di telefonia mobile personale. Nel 69% delle famiglie italiane vi è più di un utilizzatore di telefonia mobile personale e in queste stesse famiglie il numero di utilizzatori è in media pari a 2,61.

L'ingresso sul mercato di telefonini Umts sta procedendo velocemente. Il numero di persone dotate di cellulari Umts infatti si è più che raddoppiato tra il 2005 e il 2006. Ma l'effettivo utilizzo di funzioni Umts procede più a rilento. Un terzo circa degli utilizzatori di telefonini Umts utilizza solo le fun-

CHIAMO, FOTOGRAFO E SCRIVO

Telefonini Umts: funzioni e servizi più utilizzati ()*

quote % (2006)

	Capo-famiglia	Coniuge	Figli	Totale
Inviare e ricevere foto	49%	48%	72%	58%
Posta elettronica	17%	12%	24%	19%
Videochiamata	17%	12%	14%	15%
Nessuna funzione	42%	40%	19%	33%

(*) possibili risposte plurime

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

l'autunno 2004 e l'autunno 2005 la penetrazione del decoder era salita dal 2% al 12%, mentre nello stesso periodo tra il 2005 e il 2006, essa è salita solo dal 12% al 14%.

Da notare che tra le famiglie che dispongono del decoder per la ricezione della televisione digitale terrestre, il 23% non ne fa alcun uso e un ulteriore 22% ne fa uso solo per vedere i normali canali televisivi, in zone nelle quali si ricevono in modo inadeguato le frequenze analogiche.

Le famiglie che acquistano eventi a pagamento sul digitale terrestre (in abbonamento o in modalità *pay per view*) sono in tutto circa 1,2 milioni.

Per quanto riguarda la televisione satellitare, si stima che più di un terzo delle abitazioni italiane disponga della possibilità di ricevere programmi. Ma poco più di metà di tali famiglie ha un abbonamento alla tv via satellite. Quasi metà delle famiglie non usa

affatto la tecnologia satellitare, oppure la utilizza solo per vedere canali gratuiti.

Ma se la diffusione della pay-tv satellitare è cresciuta lentamente, si è consolidata in modo notevole la "robustezza" della filiera.

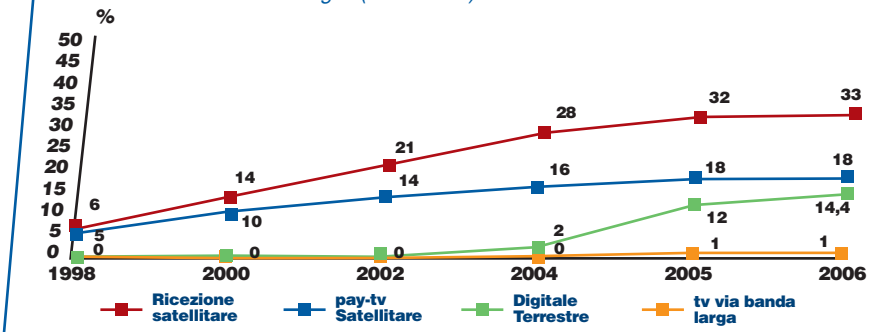
Il 75% degli abbonati sottoscrive almeno due pacchetti di programmi e ben il 21% degli abbonati acquista tutti i pacchetti dei programmi a paga-



CHI LA VEDE DIGITALE

Le nuove piattaforme televisive

diffusione % sul totale famiglie (1998-2006)



(*) i dati 1998-2005 sono relativi solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; i dati 2006 sono relativi anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

mento disponibili. La spesa media per abbonato si attesta in prossimità dei 500 euro all'anno.

GLI INDICI DI DOTAZIONE TECNOLOGICA

Nel corso delle molteplici rilevazioni annuali sulla dotazione di tecnologia in casa si è pervenuti alla conclusione che le variabili che meglio spiegano la presenza di tecnologia in famiglia sono di tipo socio-demografico. Il reddito, al contrario, gioca un ruolo che è molto più secondario. Nell'ordine le variabili socio-demografiche più rilevanti sono risultate essere:

- presenza in famiglia di figli a scuola,
- numero di persone che svolgono attività lavorativa,
- anni di scolarità

dei componenti adulti della famiglia,

■ età dei componenti adulti della famiglia.

Solo la telefonia mobile è stata finora capace di coinvolgere quasi per intero il mercato "domestico". Nel 90% delle famiglie vi è infatti almeno un utilizzatore

di telefonia mobile personale, e in ognuna di queste famiglie gli utilizzatori sono mediamente due. Il 70% dei componenti delle famiglie fa uso di telefoni mobili personali, la percentuale sale all'82 se si escludono le persone con meno di 10 e con più di 65 anni.

Per contro la penetrazione delle tecnologie informatiche e più in generale delle innovazioni Ict cresce rapidamente fino a raggiungere il 40-50% delle famiglie, per fermarsi poi di colpo in prossimità del 60% delle famiglie. Se si tiene conto della numerosità dei componenti, le percentuali diventano un po' più elevate, ma sussiste un significativo "ritardo digitale" che interessa almeno il 40% delle famiglie italiane.

Il numero di tecnologie e servizi innovativi di matrice Ict presenti in casa è elevato e in continua crescita. La ricerca ne censisce 18, due dei quali (cellulari e Pc) possono avere una presenza plurima in casa.

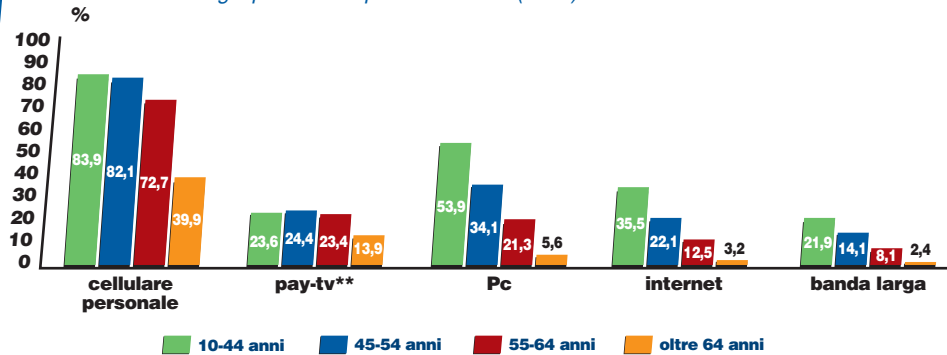
La situazione si può così sintetizzare:

- Il 15% degli italiani vive in famiglie "attive" nei confronti di tutte o quasi tutte le innovazioni ICT in casa.
- Il 35% degli italiani vive in famiglie che adottano con leggero ritardo gran parte delle innovazioni Ict a larga diffusione.
- Il 15% in famiglie che assimilano innovazione Ict in modo parziale e con notevole ritardo.

QUANTI ANNI HAI?

Utilizzo delle tecnologie Ict, per età

% di utilizzatori di ogni piattaforma per fasce di età (2006)



Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

- Il 25% in famiglie dove entrano poche innovazioni Ict con grande ritardo.
- Un ultimo 10% degli italiani vive in famiglie escluse quasi da ogni fenomeno di innovazione Ict (molte di queste famiglie non hanno "ceduto" nemmeno alla telefonia mobile).

LA DIMENSIONE "DURA" DEL RITARDO DIGITALE

I dati emersi suggeriscono molte riflessioni:

- 1) Il 90% delle famiglie italiane spende oggi in media quasi 700 euro anno per servizi di telefonia mobile. Ciò significa che la famiglia italiana è disposta anche a sacrifici in termini di spesa per le innovazioni ritenute "utili".
- 2) Diviene sempre meno rilevante parlare di presenza di tecnologie digitali in casa. Spesso le tecnologie sono presenti, ma molti in casa non le utilizzano (principalmente casalinghe e anziani).

- 3) Il numero di utilizzatori di internet in Italia non è elevato, per due motivi: perché occorre essere dei buoni autodidatti per diventare utenti di internet, e perché oltre il 50% degli utilizzatori può accedere a internet solo da casa.
- 4) In particolare, gli studenti che usano la piattaforma informatica lo fanno quasi solo in casa. La didattica scolastica ne fa infatti un uso minimo. Questo tende a rendere permanente il ritardo digitale per un elevato numero di giovani.

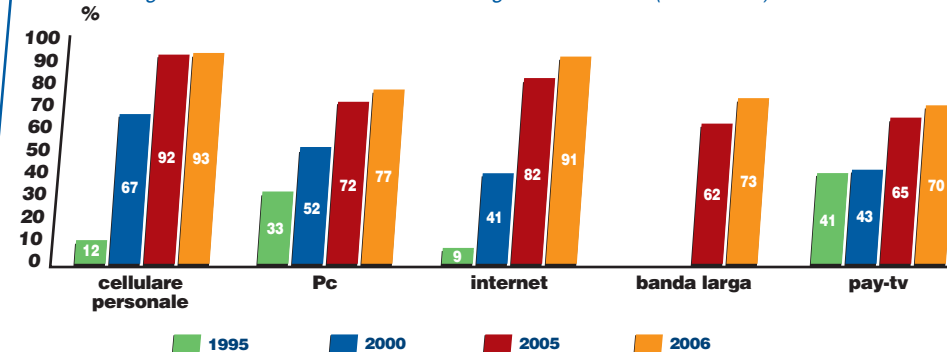
Per sconfiggere il ritardo digitale occorre lavorare sui programmi didattici, sulla conoscenza dell'inglese, sulla formazione di anziani e casalinghe. Il progressivo abbassamento dei prezzi delle tecnologie non ha portato, infatti, benefici particolari, se non nell'accelerazione dell'acquisto di beni di sostituzione da parte delle famiglie che già ne erano in possesso. L'età, ad esempio, influisce sull'utilizzo di tecnologia in casa. L'utilizzo del cellulare personale è quasi omogeneo tra i 10 e i 45 anni e cala in modo consistente solo oltre i 64 anni. Anche per le persone di quella fascia di età il suo utilizzo si attesta comunque su valori tutt'altro che marginali.

Per la pay-tv si ha omogeneità di fruizione dai 10 ai

PICCOLE DONNE CRESCONO

Utilizzo delle tecnologie Ict, il recupero femminile (*)

utilizzatori genere femminile in % su utilizzatori genere maschile (1995-2006)



(*) le percentuali 2005 sono relative solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; le percentuali 2006 sono relative anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili

Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici / Federazione Anie: Rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting

64 anni. Il calo che si registra nella fruizione di pay-tv oltre i 64 anni è ancor meno rilevante rispetto a quello che riguarda il cellulare personale.

L'utilizzo della piattaforma informatica ha invece una scansione molto legata all'età delle persone. Il caso del Pc è emblematico. Gli utilizzatori del Pc sono:

- oltre metà delle persone tra i 10 ed i 44 anni,
- un terzo delle persone tra i 44 e i 54 anni,
- un quinto delle persone tra i 54 e i 64 anni,
- un ventesimo delle persone con più di 64 anni.

Anche il sesso incide in modo forte sull'uso delle tecnologie digitali in casa. Le donne italiane utilizzano tecnologia in casa in modo sistematicamente minore rispetto agli uomini, anche se la differenza si va riducendo con il passare del tempo.

Tale ritardo attualmente è stato superato quasi per intero solo nel caso della telefonia cellulare.

Per la piattaforma informatica (Pc, banda larga, fotografia digitale) e per la pay-tv la percentuale relativa all'utenza femminile è ancora notevolmente distaccata dalla percentuale di utenza maschile.

Se si prende in considerazione anche l'intensità di utilizzo (tempo d'uso di Pc e internet, ad esempio), la differenza sale ulteriormente.

Il divario uomini/donne nell'utilizzo di nuove tecnologie è oggi quasi del tutto imputabile al bassissimo uso che di esse fanno le "casalinghe".