Presentato oggi a Milano
il Primo rapporto Auditel-IPSOS

La Ricerca di Base Auditel è la più autorevole indagine sociale sulla popolazione italiana e le sue dotazioni tecnologiche

È la TV che modernizza il Paese spingendolo verso la connettività (+97% di televisori connessi dal 2019 al 2024): lo certifica la crescita di Smart TV (+131%)

Iperconnessi, multidevice, multipiattaforma. I 65-74enni oltre tutti gli stereotipi: sono un pubblico pregiato per i broadcaster e gli investitori pubblicitari

Milano, 27 maggio 2025 – È stato presentato stamane a Milano, nella cornice del Palazzo della Veneranda Fabbrica del Duomo, il Primo Rapporto Auditel-IPSOS sulle famiglie italiane che poggia sulla Ricerca di Base Auditel.
La Ricerca di Base – oltre 500 000 indirizzi estratti ogni anno, 20 000 interviste face-to-face e 14 000 colloqui individuali – rappresenta la più estesa radiografia socio-tecnologica del Paese, capace di fotografare in tempo reale la struttura dei nuclei familiari e il loro grado di connessione. «*Fotografare con precisione la struttura delle famiglie significa dare a broadcaster, imprese e istituzioni uno strumento decisivo per interpretare il presente e progettare il futuro*» ha dichiarato Paolo Lugiato, direttore generale Auditel, sottolineando come il controllo diretto dei device nelle abitazioni elimini distorsioni e garantisca la qualità degli "*universi di riferimento*" utilizzati per misurare le audience.
I dati del Primo Rapporto Auditel-IPSOS certificano un'Italia dotata di 121,6 milioni di schermi – quasi cinque a famiglia– con 43,9 milioni di televisori di cui 24,7 milioni connessi a Internet, mentre le Smart TV sono raddoppiate in cinque

anni (+131 %). Smartphone e “second screen” dominano la scena digitale (77,7 milioni di unità), ma un quarto delle famiglie naviga soltanto da mobile e la banda larga fissa si ferma al 65%, segno che il completamento delle infrastrutture resta decisivo per un ecosistema pienamente connesso.

Focus centrale del rapporto è la ridefinizione del target 65-74 anni, ormai indistinguibile dal resto della popolazione per dotazioni, competenze e capacità di spesa: le famiglie composte esclusivamente da over 65 sono 6,6 milioni (+540 mila in cinque anni) e superano quelle con minori, ma al loro interno si distinguono nettamente i 65-74 enni, attivi e iperconnessi, dagli over 75, ancora distanti dal digitale. Nei nuclei di soli 65-74 enni la penetrazione di Internet raggiunge il 92 %, la banda larga il 56 % e lo smartphone il 91 %; oltre metà possiede almeno una Smart TV, con una media di 2,9 dispositivi connessi per 1,5 componenti in media. La fruizione di piattaforme streaming in questa fascia è quasi raddoppiata (dal 14 % al 26 %), mentre i servizi BVOD triplicano (dal 5 % al 14 %), a conferma di un appetito crescente per contenuti on demand.

«*Abbiamo superato lo stereotipo dell’anziano analogico: il pubblico maturo di oggi è digitale, informato e rappresenta un potenziale ancora inespresso. Del resto, dobbiamo tenere presente che un 67enne di oggi, ancora giovane e in larga parte professionalmente attivo, ha vissuto in pieno la rivoluzione digitale*» ha commentato Nando Pagnoncelli, presidente di IPSOS Italia, richiamando studi internazionali che attestano come la soglia di “anzianità” si sia spostata in avanti in termini di salute, istruzione e centralità mediale. I nuovi senior, infatti, presentano livelli di istruzione e storie professionali allineati alla media, con il 10 % delle famiglie in classe socio-economica “Alta” e il 15 % in “Medio-Alta”, valori paragonabili a quelli dei nuclei ancora attivi.

L’analisi mette dunque in discussione il marketing generazionale tradizionale e invita broadcaster, investitori pubblicitari e policy-maker a includere il segmento 65-74 anni nei propri piani di contenuto e di sviluppo.

Concludendo i lavori, Lugiato ha richiamato «*la necessità di colmare il divario infrastrutturale incrementando la banda larga*», mentre Pagnoncelli ha ribadito che «*la società italiana non è invecchiata: è maturata, e maturità oggi significa competenza tecnologica e multicanalità*».

Il Primo Rapporto Auditel-IPSOS, disponibile da oggi sul sito di Auditel, si propone come bussola indispensabile per comprendere la nuova geografia demografica e digitale dell'Italia: un Paese multi-screen, connesso e sorprendentemente giovane anche oltre i 65 anni.

A questo link tutte le slide presentate stamane:

https://www.swisstransfer.com/d/9e175f85-06b0-4169-9574-2f528de518e9