

Milano, 31 gennaio 2012

Audiweb pubblica i dati di audience del mese di dicembre 2011 e i risultati della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia

Cresce del 6,9% rispetto al 2010 la diffusione dell'online in Italia, con 35,8 milioni di Italiani tra gli 11 e i 74 anni che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento.

Aumenta la possibilità di accedere a internet attraverso nuovi device quali cellulari - 9,7 milioni gli Italiani connessi via mobile, +55,4% - e tablet connessi nelle mani di 949 mila Italiani

L'audience online nel 2011 raggiunge un valore medio giornaliero di 12,7 milioni di utenti, + 9,9% rispetto alla media del 2010

Audiweb rende disponibili i dati di audience online del mese di **dicembre 2011**, **Audiweb Database***, e l'aggiornamento del report trimestrale **Audiweb Trends****, realizzato in **collaborazione con DOXA**, con i dati di sintesi della Ricerca di Base sulla disponibilità di accesso a internet in Italia.

Sintesi dei dati di audience online – Audiweb Database dicembre 2011

Il **2011 ha registrato un valore medio di audience online** di 26,4 milioni di utenti nel mese e 12,7 milioni nel giorno medio, con un incremento rispetto al 2010 del 10,7% sull'audience online nel mese e del 9,9% nel giorno medio. Nel 2011, gli utenti hanno speso online 1 ora e 23 minuti nel giorno medio, consultando 164 pagine viste.

Internet Audience - media 2011 vs 2010 (Include internet applications)			
	2011	2010	variazione % 2011 / 2010
Popolazione (.000)	54.771	54.685	0,2%
Utenti connessi a internet (.000)	38.189	34.908	9,4%
Utenti attivi nel mese (000)	26.443	23.880	10,7%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	12.754	11.606	9,9%
Tempo speso nel giorno medio - per	1:23	1:32	-9,8%
Pagine viste nel giorno medio per persona	164	173	-5,1%

Fonte: Audiweb Database, dati dicembre 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Per quanto riguarda i dati di audience dell'ultimo mese dell'anno, a **dicembre 2011 l'audience online** è rappresentata da **27,2 milioni di Italiani dai 2 anni in su** che hanno navigato almeno una volta **attraverso un PC**, l'8,3% in più rispetto all'anno precedente.

L'**audience online nel giorno medio** registra **12,7 milioni** di utenti attivi (+5,5% rispetto a dicembre 2010), che hanno consultato 152 pagine trascorrendo in media 1 ora e 18 minuti al giorno per persona.

Internet Audience (Include internet applications)			
	dic-11	dic-10	variazione % dicembre 2011 / dicembre 2010
Popolazione (.000)	54.745	54.778	-0,1%
Utenti connessi a internet (.000)	38.972	36.160	7,8%
Utenti attivi nel mese (000)	27.218	25.129	8,3%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	12.722	12.054	5,5%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (h:m)	1:18	1:30	-14,0%
Pagine viste nel giorno medio per persona	152	183	-17,0%

Fonte: Audiweb Database, dati dicembre 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Sintesi dei dati sulla diffusione dell'online in Italia – Audiweb Trends dicembre 2011

Questo mese, insieme ai dati di audience online, Audiweb pubblica **Audiweb Trends****, l'aggiornamento trimestrale della **Ricerca di Base**, da cui emerge una crescita costante della diffusione dell'online in Italia.

Infatti, dai dati cumulati del 2011, risultano 13,5 milioni le famiglie con **un accesso a internet da casa attraverso almeno uno dei device considerati dalla ricerca** (pc di proprietà, pc aziendali, televisori), il 63,7% delle famiglie con almeno un componente fino a 74, con una crescita del 7,8% rispetto al 2010.



La maggior parte delle famiglie che dichiarano di avere un accesso a internet da casa, dispone di un **collegamento veloce via ADSL/fibra ottica** (67,6% dei casi), con una **crescita dell'11,5% rispetto al 2010**. La Banda Larga, infatti, risulta essere nelle case di 9,130 milioni di famiglie italiane, con il 95,1% dei casi, corrispondente a 8,7 milioni di famiglie, che dispone abbonamento flat. Risulta rilevante anche l'accesso attraverso le **chiavette internet**, disponibili nel 25% dei casi corrispondente a 3,4 milioni di famiglie italiane (+13,2%)

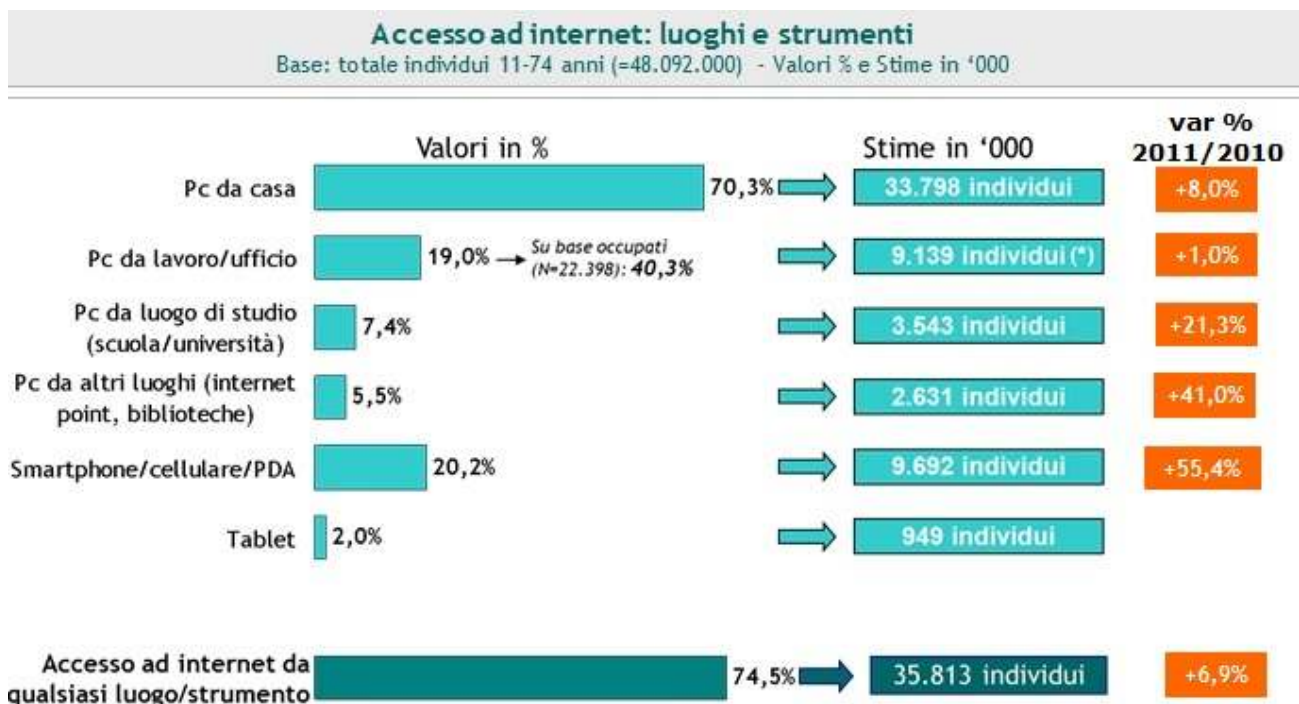
Estendendo i dati di diffusione dell'online agli individui, risultano **35,8 milioni gli Italiani** che possono accedere alla Rete da almeno uno dei luoghi considerati (casa, ufficio, luogo di studio o altri luoghi in generale) attraverso PC o cellulare, **il 74,5% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni**, con un **incremento del 6,9%** rispetto al 2010.

Rispetto al 2010, si riscontra **una crescita costante di tutte le situazioni di accesso alla rete**. Infatti, analizzando in dettaglio la disponibilità di accesso a internet dalle singole location esaminate, risulta in crescita dell'8% la disponibilità di **accesso da casa attraverso computer**, con

33,8 milioni di individui tra gli 11 e i 74 anni (il 70,3% dei casi), così come cresce del 21,3% l'**accesso da luogo di studio** disponibile per con 3,5 milioni di individui (7,4% dei casi) e l'**accesso da altri luoghi** (internet point, biblioteche, ecc.) che cresce del 41%, con 2,6 milioni di individui (5,5% dei casi), mentre si mantiene stabile, +1%, l'**accesso da luogo di lavoro/ufficio**, disponibile per 9 milioni di italiani occupati (il 40,3% degli italiani occupati).

La disponibilità di **accesso da cellulare cresce del 55,4%**, con 9,7 milioni di persone che dichiarano di accedere a internet da cellulare, il 20,2% dei casi.

Per la prima volta, nel 2011, la Ricerca di base Audiweb – Doxa ha rilevato anche il dato di diffusione dei tablet collegati a internet, registrando 949 mila individui che dichiarano di poter accedere alla rete attraverso questi nuovi device portatili.



Fonte: Audiweb Trends - Diffusione dell'online in Italia, dicembre 2011

Hanno un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento il 76,2% degli **uomini** e il 72,8% delle **donne**, in particolare i **giovani tra gli 11 e i 17 anni** (90,6% degli individui in questa fascia d'età) e i 18-34 anni (88,9%) e nella fascia più matura tra i 35 e i 54 anni (82,6%), **di tutte le aree geografiche d'Italia** con livelli di concentrazione simili nel Nord e nel Centro (quasi 78%) ad eccezione dell'area Sud e Isole che presenta una percentuale più contenuta (68%).

L'**accesso a internet si conferma ampiamente diffuso tra tutti i profili socio-demografici**, registrando una concentrazione quasi assoluta tra i profili più alti in termini di istruzione e condizione professionale. Dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento il **99,3% dei dirigenti, quadri e docenti universitari**, il **98,1% degli imprenditori e liberi professionisti**, il **95% degli impiegati e insegnanti**, l'82,3% dei lavoratori indipendenti (categoria che raggruppa i negozianti, esercenti, agenti di commercio, tassisti), il 75,7% degli operai. Tra i non occupati, internet è soprattutto tra gli **studenti universitari (99,3% dei casi)**, gli studenti di scuole medie e superiori (92,1%) e chi è in cerca di prima occupazione (86,3%).

L'accesso a internet da cellulare è disponibile per il **23,2% degli uomini e il 17,2% delle donne**, principalmente tra gli **11 e i 34 anni** (33,7% nella fascia 11-17 anni e 34% nella fascia 18-34 anni). Gli individui che dichiarano di avere un accesso a internet via mobile rispondono a un **profilo più elevato**: il 46,9% dei dirigenti, quadri e docenti universitari, il 40% degli imprenditori e liberi professionisti, il 41% degli studenti universitari, il 35,9% degli studenti delle scuole medie e superiori e il 36,2% dei laureati.

Tra le attività più citate da chi dichiara di accedere a internet da cellulare: navigare su internet (il 53,2% dei casi), inviare/ricevere e-mail (il 29,9% dei casi), consultare motori di ricerca (28,3%), accedere ai social network (26,7%), scaricare e utilizzare applicazioni (20,2%). Quote comprese tra il 10% e il 20% per altre attività, come consultare itinerari, mappe, il meteo, consultare siti di notizie, guardare video online.

Gli editori online pianificabili questo mese nel planning database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: 240 Parent, 373 Brand, 1059 Channel e 81 Custom Property per aggregati o aree tematiche.

Le **sintesi dei report** sono disponibili sul sito www.audiweb.it per tutti gli utenti registrati e in forma completa per tutti gli abbonati attraverso le principali aziende di elaborazione dati per la pianificazione pubblicitaria.

***Audiweb Database** presenta la stima dell'utilizzo effettivo di internet da parte degli Italiani dai 2 anni in su, che si sono collegati almeno una volta attraverso un computer da casa, ufficio o altri luoghi. In particolare, Audiweb Database contiene i dati quotidiani di navigazione sui siti degli editori iscritti ad Audiweb.

****Audiweb Trends** è il report **trimestrale** sui dati sintetici della **Ricerca di Base Audiweb** sulla diffusione dell'online in Italia che contribuisce alla definizione dell'universo degli utenti internet (individui di 11-74 anni). Il report trimestrale riporta i risultati cumulati di 10.000 interviste face to face (suddivise in quattro cicli trimestrali) somministrate a un campione rappresentativo della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni.

La **Ricerca di Base** fornisce la **percentuale di popolazione che ha accesso a internet (a livello potenziale)** declinato su ogni profilo socio-demografico. I risultati della Ricerca garantiscono la **corretta ponderazione ed estensione del panel all'universo degli individui 2-10 anni e oltre 74 anni** indispensabile per **produrre i dati di audience disponibili in Audiweb View** (dati mensili sull'intera offerta editoriale) e **Audiweb Database** (dati quotidiani sui siti degli editori iscritti), per la stima dell'**effettivo utilizzo di internet da casa, ufficio e altri luoghi da parte della popolazione italiana 2+**.

Legenda

Utenti attivi nel giorno medio (Reach Daily) = fruitori per almeno un secondo del mezzo (Brand/Channel) nel giorno medio del periodo selezionato.

Utenti attivi (Reach) = fruitori per almeno un secondo del mezzo nell'intero periodo di durata della rilevazione.

Connessi: individui che hanno accesso potenziale a Internet.

Si prega di citare nella diffusione dei dati Audiweb elementi tecnici quali: la fonte, il nome del report, l'universo di riferimento e le date di rilevazione.

Audiweb

Audiweb è il soggetto realizzatore e distributore dei dati sulla audience online. Il suo obiettivo primario è fornire informazioni oggettive e imparziali al mercato, di carattere quantitativo e qualitativo, sulla fruizione del mezzo Internet e sui sistemi online utilizzando opportuni strumenti di rilevazione.

Audiweb è un **Joint Industry Committee** guidato dal Presidente Enrico Gasperini e composto da tutti gli operatori del mercato: **Fedoweb**, associazione degli editori online; **UPA Utenti Pubblicità Associati**, che

rappresenta le aziende nazionali e multinazionali che investono in pubblicità; e **Assap Servizi**, l'azienda di servizi di **AssoComunicazione**, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Anna Bellini - Hill & Knowlton
Michele Bon – Hill & Knowlton
Tel. 02.319141
anna.bellini@hillandknowlton.com
michelebon@hillandknowlton.com

Alberto Alloisio - Audiweb
Tel. 02.58315141
alberto.alloisio@audiweb.it