

Milano, 3 novembre 2011

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

Sono 27 milioni gli Italiani che hanno navigato almeno una volta da PC nel mese di settembre 2011, il 12% in più in un anno.

Dal nuovo report trimestrale della Ricerca di Base, sono 35,4 milioni gli Italiani con un collegamento a internet da qualsiasi luogo, il 74% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni, con una crescita del 7,3%

Sono 9,3 milioni gli Italiani che dichiarano di avere un cellulare con connessione a internet, +74% in un anno

Audiweb rende disponibile **Audiweb Database***, con i dati di audience online del mese di **settembre 2011**, e pubblica **Audiweb Trends****, il report trimestrale con i dati sintetici della **Ricerca di Base** sulla disponibilità di accesso a internet in Italia, realizzata **in collaborazione con DOXA**.

Sintesi dei dati di audience online – Audiweb Database settembre 2011

Nel mese di **settembre 2011** l'**audience online** raggiunge **27 milioni di Italiani dai 2 anni in su** che hanno navigato almeno una volta **attraverso un PC**, il 12% in più rispetto all'anno precedente. L'**audience online nel giorno medio** registra **12,9 milioni** di utenti attivi (+7,5% rispetto a settembre 2010), che hanno consultato 171 pagine trascorrendo in media 1 ora e 22 minuti al giorno per persona.

Internet Audience (Include internet applications)			
	set-11	set-10	variazione % settembre 2011 / settembre 2010
Popolazione (.000)	54.795	54.696	0,2%
Utenti connessi a internet (.000)	38.739	35.499	9,1%
Utenti attivi nel mese (000)	26.959	24.042	12,1%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	12.886	11.986	7,5%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (h:m)	1:22	1:26	-4,3%
Pagine viste nel giorno medio per persona	171	166	2,6%

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

La distribuzione dell'**uso del mezzo nelle diverse fasce orarie** presenta una particolare attività online a partire dalla fascia oraria tra le ore **9:00 e le 12:00** (5,7 milioni di utenti attivi) e una presenza più consistente e stabile nelle ore pomeridiane fino alle 21. La fascia oraria più importante è quella **tra le ore 15 e le 18** che vede online 6,7 milioni di utenti, il 52,3% degli utenti attivi nel giorno medio, che trascorrono 32 minuti consultando 67 pagine per persona.

Utenti attivi, pagine viste e tempo speso nel giorno medio, per fasce orarie								
	00:00 - 03:00	03:00 - 06:00	06:00 - 09:00	09:00 - 12:00	12:00 - 15:00	15:00 - 18:00	18:00 - 21:00	21:00 - 00:00
Utenti attivi nel giorno medio (000)	2.008	480	2.906	5.709	6.579	6.738	6.558	5.090
% sugli utenti attivi nel giorno medio	15,6%	3,7%	22,6%	44,3%	51,1%	52,3%	50,9%	39,5%
Pagine viste nel giorno medio per persona	57	44	37	63	61	67	59	69
Tempo speso nel giorno medio per persona (h:m)	0:31	0:25	0:16	0:28	0:28	0:32	0:29	0:35

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

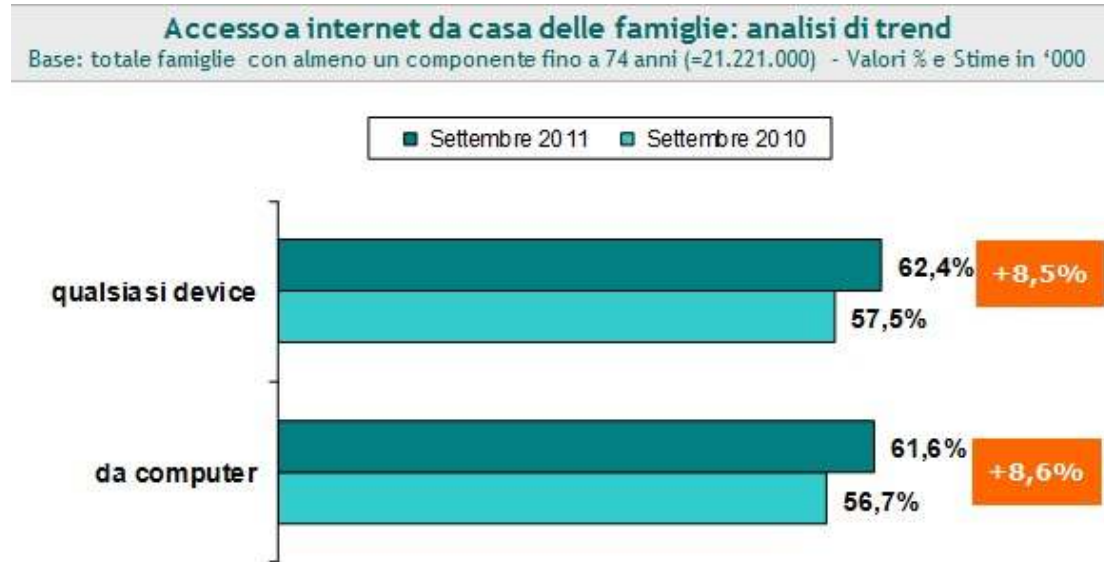
Sintesi dei dati sulla diffusione dell'online in Italia – Audiweb Trends settembre 2011

Questo mese, insieme ai dati di audience online, Audiweb pubblica l'aggiornamento trimestrale della **Ricerca di Base**.

In base al **nuovo report Audiweb Trends****, risultano in continua crescita anche i dati sulla **diffusione dell'online in Italia**.

Cresce, infatti, la disponibilità di accesso nelle case italiane, con il **62,4% delle famiglie** italiane con almeno un componente fino a 74 anni (**13,2 milioni**) che dichiara di avere **un accesso a internet da casa attraverso almeno uno dei device considerati dalla ricerca** (pc di proprietà, pc aziendali, televisori), registrando un incremento dell'**8,5% rispetto a settembre 2010**.

Inoltre, analizzando in trend le principali **tipologie di connessione a internet da casa delle famiglie**, si riscontra una crescita sia dell'**ADSL/Fibra ottica (+4,6%)** che delle **chiavette internet (+21%)** rispetto allo scorso anno.



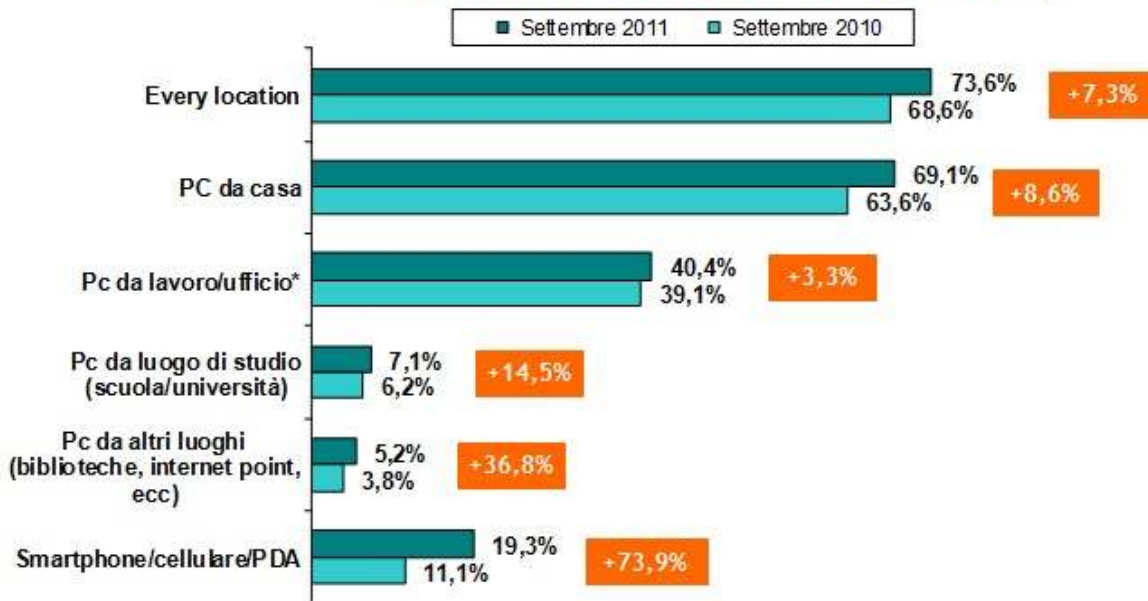
Fonte: Audiweb Trends - Diffusione dell'online in Italia

Analizzando in trend i **principali indicatori sull'accesso a internet degli individui**, si riscontra una **crescita costante** di tutte le situazioni di accesso, con un incremento percentuale complessivo del **7,3% rispetto a settembre 2010**. Sono, infatti, **35,4 milioni gli Italiani** (il 73,6% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni), che dichiarano di poter accedere a internet da almeno uno dei luoghi considerati dalla ricerca (casa, ufficio, luogo di studio o altri luoghi in generale), **attraverso pc o cellulare**.

Più in dettaglio, risulta una maggiore disponibilità di **accesso da casa attraverso computer**, confermata nel 69,1% dei casi (33,3 milioni di individui tra gli 11 e i 74 anni), con percentuali di penetrazione inferiori per quanto riguarda l'**accesso da luogo di lavoro/ufficio**, disponibile per il 40,4% degli italiani occupati (9,2 milioni), **da luogo di studio** nel 7,1% dei casi (3,4 milioni) e **da altri luoghi** (internet point, biblioteche, ecc.) nel 5,2% dei casi (2,5 milioni). **L'accesso a internet da cellulare/ smartphone/PDA** è disponibile nel 19,3% dei casi (9,3 milioni).

Individui (11-74 anni): accesso a internet

% e stime sul totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



(*) Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati

Fonte: Audiweb Trends - Diffusione dell'online in Italia

Per quanto riguarda in dettaglio **profilo socio-demografico**, dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento il 75,7% degli **uomini** e il 71,5% delle **donne**; in particolare i **giovani** tra gli 11 e i 17 anni (89,9% degli individui in questa fascia d'età) e i 18-34 anni (88,5%) e nella **fascia più matura** tra i 35 e i 54 anni (81,2%), di tutte le aree geografiche d'Italia.

Pur presentando tassi di concentrazione elevati tra i profili più alti in termini di istruzione e condizione professionale, l'accesso a internet si conferma ampiamente diffuso anche tra gli altri profili socio-demografici. Internet, infatti, è tra i **dirigenti, quadri e docenti universitari** (99,1%), tra gli **imprenditori e liberi professionisti** (97,3%) e tra gli **impiegati e gli insegnanti** (94,4%), ma in maniera abbastanza importante anche tra i **lavoratori indipendenti** (80,7%), tra gli **operai** (72,9%) e nella categoria "**altri occupati**" (72,6%) che raggruppa i negozianti, esercenti, agenti di commercio, tassisti. **Tra i non occupati**, internet è soprattutto tra gli **studenti universitari** (99,2% dei casi), gli studenti di scuole medie e superiori (91,7%) e coloro che sono in cerca di prima occupazione (83,8%).

Analizzando più in dettaglio i dati di sintesi sulla **disponibilità di accesso da dispositivi mobili** (cellulare / smartphone / PDA), risulta connesso **un italiano su cinque** (9,3 milioni di Italiani tra gli 11 e i 74 anni), con un incremento del **74% in un anno** (+12,2% nell'ultimo trimestre).

Tra le attività più citate da chi dichiara di accedere a internet da cellulare: navigare su internet (nel 50,5% dei casi), inviare/ricevere e-mail (29,9%), consultare motori di ricerca (27,5%), accedere

ai social network (24,9%). Quote comprese tra il 10% e il 20% per altre attività come scaricare applicazioni, consultare itinerari, mappe, il meteo, consultare siti di news, guardare video online.

Gli editori online pianificabili questo mese nel planning database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: 178 Parent, 302 Brand, 961 Channel e 84 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