

Milano, 12 maggio 2011

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

Il 60,5% delle famiglie italiane, 12,8 milioni, dichiara di avere un collegamento a internet da casa

Sono 34,4 milioni gli Italiani che dispongono di un collegamento a internet, il 71,5% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni, con un incremento del 7% su base annua

La disponibilità di un collegamento a internet da cellulare cresce del 50,5% in un anno, raggiungendo 7,3 milioni di persone, il 15,2% della popolazione di riferimento

In base ai dati di Audiweb Database, nel mese di marzo 2011 l'audience online cresce del 12,4% su base annua raggiungendo 25,9 milioni di Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta attraverso un PC

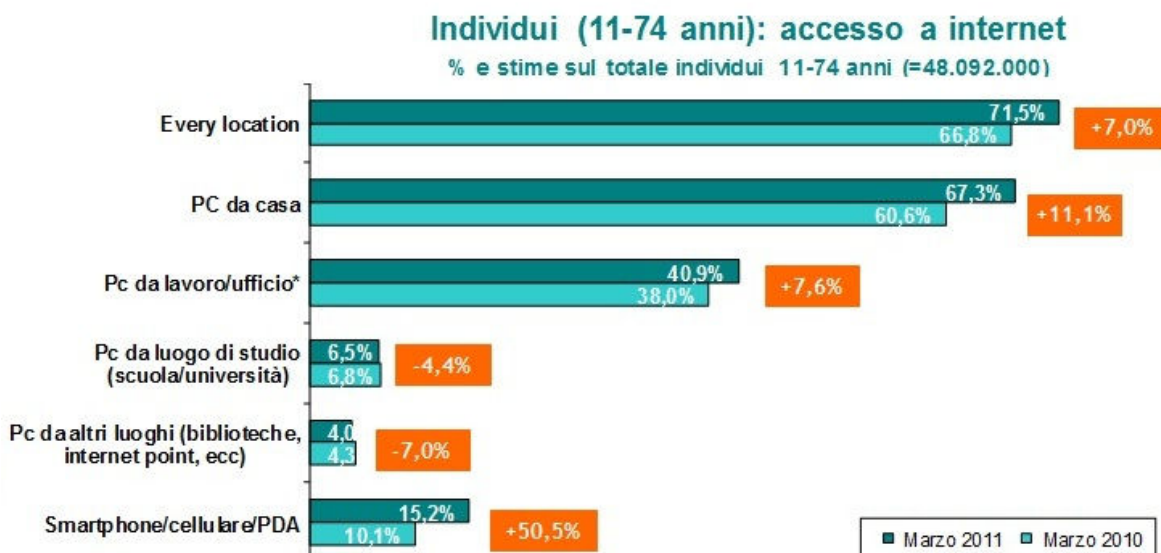
Audiweb pubblica la nuova edizione di **Audiweb Trends**, il report trimestrale della **Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia** basata su **10.000 interviste a un campione rappresentativo della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni***.

Sono inoltre disponibili i nuovi dati di **Audiweb Database** sull'audience online del mese di **marzo 2011**.

Dal nuovo **report Audiweb Trends**, realizzato da Audiweb **in collaborazione con DOXA**, emerge una crescita costante di tutti i principali indicatori sulla diffusione dell'online in Italia.

Infatti, il 60,5% delle **famiglie** con almeno un componente fino a 74 anni risulta dotato di un **accesso a internet da casa tramite qualsiasi strumento** (+10,8% rispetto a marzo 2010). Nella maggior parte dei casi, il 66%, le famiglie connesse dichiarano di disporre di un **collegamento veloce tramite ADSL e senza limiti di tempo** (abbonamento flat nel 94,4% dei casi con ADSL o cavo/fibra ottica).

La disponibilità di un collegamento a internet **da qualsiasi luogo** (casa, ufficio, studio e altri luoghi)



e attraverso qualsiasi strumento è indicata dal **71,5% della popolazione** tra gli 11 e i 74 anni (**34,4 milioni**), con un incremento del **7%** rispetto allo stesso periodo del 2010.

Per quanto riguarda i differenti luoghi di accesso, **prevale la disponibilità di accesso da casa** che raggiunge **32,4 milioni** di Italiani nella fascia considerata, registrando un incremento dell'11,1%. Cresce del 7,6% l'accesso a internet da **luogo di lavoro**, disponibile per il 40,9% della popolazione occupata (9,3 milioni), mentre si registrano percentuali di penetrazione inferiori per quanto riguarda l'accesso da luogo di studio (disponibile per il 6,5% dei casi, ovvero 3,1 milioni di Italiani tra gli 11 e i 74 anni) e da altri luoghi quali internet point, biblioteche, ecc (il 4% dei casi, ovvero 1,9 milioni).

L'**accesso a internet da cellulare/smartphone/PDA** è disponibile per 7,3 milioni di individui, il **15,2% degli Italiani** nella fascia considerata dalla ricerca, con un **incremento del 50,5%** su base annua. In particolare, il 62,7% di coloro che possono accedere a internet dal proprio cellulare o smartphone dichiara di effettuare almeno una delle attività legate alla navigazione su internet. Tra le attività più citate: per il 50,4% navigare su internet, il 27,6% inviare/ricevere e-mail, il 26,6% consultare motori di ricerca, il 24,7% accedere ai social network, il 19,6% consultare itinerari/mappe. Quote comprese tra il 10% e il 19% per altre attività come scaricare applicazioni, consultare il meteo, consultare siti di news, guardare video online, scaricare musica.

In generale, **può accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento il 73,6% degli uomini e il 69,5% delle donne**; in particolare l'86,8% dei giovani tra gli **11 e i 17 anni**, l'87% dei **18-34enni** e il 78,9% dei **35-54enni**, di tutte le aree geografiche d'Italia con livelli di concentrazione simili nel **Nord** e nel **Centro** (circa 75%) ad eccezione dell'area **Sud e Isole** che presenta una percentuale più contenuta (65,7%).

Il **profilo professionale** di chi dichiara di avere un accesso a internet da almeno uno dei luoghi considerati, attraverso computer o cellulare, risulta **abbastanza elevato**, con i più alti livelli di concentrazione tra gli **imprenditori e liberi professionisti** (97,8%), i **dirigenti, quadri e docenti universitari** (97,4%) e gli impiegati e insegnanti (93,8%). La diffusione dell'online, infine, raggiunge una copertura quasi totale tra gli **studenti universitari** (99% dei casi) e tra i **laureati** (97,3%).

Audiweb diffonde inoltre i dati di **audience online del mese di marzo 2011** distribuendo il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, che presenta la stima **dell'utilizzo effettivo di internet da parte degli Italiani dai 2 anni* in su**, collegati almeno una volta attraverso un computer da casa, ufficio o altri luoghi.

In base ai dati di Audiweb Database, risultano **25,9 milioni gli Italiani che si sono collegati almeno una volta a internet nel mese di marzo 2011**, il 12,4% in più rispetto allo stesso periodo del 2010.

L'audience **nel giorno medio** cresce del 14,6%, con **13,3 milioni di utenti attivi** che hanno navigato per **1 ora e 24 minuti**, consultando in media **174 pagine** per persona.

Internet Audience (Include internet applications)			
	mar-11	mar-10	var % marzo 2011 / marzo 2010
Popolazione (.000)	54.711	54.522	0,3%
Utenti connessi a internet (.000)	36.974	33.265	11,1%
Utenti attivi nel mese (000)	25.872	23.021	12,4%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	13.348	11.651	14,6%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (h:m)	1:24	1:37	-13,9%
Pagine viste nel giorno medio per persona	174	180	-3,1%

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

Nel giorno medio risultano online 5,8 milioni di **donne** (il 21,3% delle donne italiane dai 2 anni in su) e 7,5 milioni di **uomini** (il 27,5% degli uomini italiani dai 2 anni in su), principalmente tra i **35 e i 54 anni** (6,3 milioni, il 34,6% della popolazione della fascia d'età considerata) e tra i **25 e i 34 anni** (2,7 milioni, il 34,7% della fascia d'età considerata). Il 30,8% dei giovani tra i **18 e i 24 anni** (1,4 milioni di utenti attivi) ha navigato almeno una volta nel mese, trascorrendo in media 1 ora e 33 minuti al giorno e consultando 207 pagine per persona.

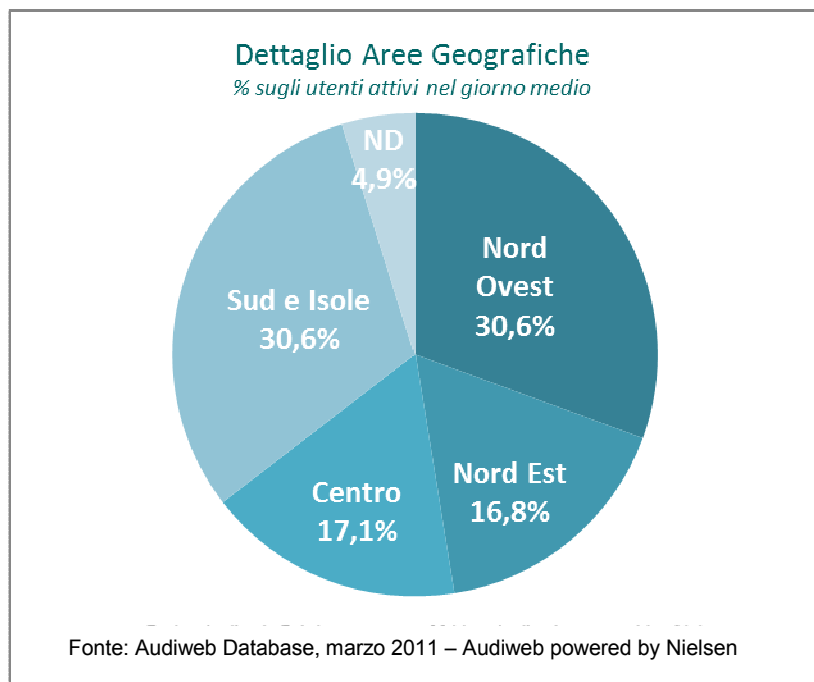
Analizzando più in dettaglio il **profilo sociodemografico** degli utenti attivi nel giorno medio, emerge che il 51,6% possiede un **diploma superiore o tecnico** e il 18,7% è **laureato** (tabella "Internet audience – Titolo di studio").

Internet audience - Titolo di studio				
	Attivi nel giorno medio (.000)	% sugli utenti attivi nel giorno medio	Popolazione di riferimento (.000)	% utenti attivi sulla popolazione di riferimento
Tutti	13.348	100,0%	54.711	24,4%
Scuola elementare o nessuna	499	3,7%	14.208	3,5%
Scuola media o superiore senza maturità	2.284	17,1%	15.458	14,8%
Diploma superiore o tecnico	6.894	51,6%	17.786	38,8%
Studi universitari (senza conseguimento della laurea)	397	3,0%	881	45,1%
Laurea breve (vecchio ordinamento) o Laurea di 3 anni (nuovo ordinamento)	507	3,8%	1.150	44,1%
Laurea (vecchio ordinamento) o Laurea 3+2 anni (nuovo ordinamento)	2.492	18,7%	4.669	53,4%
Dottorato/Master	248	1,9%	435	57,0%
Non risponde	26	0,2%	124	21,0%

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

Il 30,6% degli utenti attivi nel giorno medio proviene dall'area **Nord Ovest** (in cui spicca la regione Lombardia con il 19,9% degli utenti attivi) e altrettanti dall'area **Sud e Isole** (con la Campania rappresentata dal 7,9% degli utenti attivi),

Gli utenti attivi provenienti dal **Centro** sono il 17,1% (con la regione Lazio rappresentata nell'8,4% dei casi), mentre quelli provenienti dal **Nord Est** sono il 16,8% (in particolare dalla regione Veneto con il 7,5% dei casi).



Gli editori online pianificabili questo mese nel planning database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: 161 Parent, 293 Brand, 913 Channel e 77 Custom Property per aggregati o aree tematiche.

**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) descrivendone i profili socio-demografici e attitudinali.*

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+.

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

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
Tel. 02.319141
anna.bellini@hillandknowlton.com

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