



Milano, 13 maggio 2009

Audiweb diffonde i risultati della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia e pubblica i dati di AW Database del mese di marzo 2009

*In base al report **AW Trends**, il **59,7%** della popolazione tra gli 11 e i 74 anni dichiara di avere **un accesso a internet da qualsiasi luogo** (casa, ufficio, studio, altri luoghi) e **attraverso qualsiasi device***

*Dal report **AW Database** nel mese di marzo risultano **10,020 milioni** gli utenti attivi nel giorno medio per **1 ora e 34 minuti di tempo** speso e **160 pagine viste per persona***

Il **59,7%** della popolazione tra gli 11 e i 74 anni dichiara di avere un **accesso a internet da qualsiasi luogo** (casa, ufficio, studio, altri luoghi) e **attraverso qualsiasi device**, con un incremento del 2.1% (corrispondente a circa 590.000 individui) rispetto alla precedente edizione. L'accesso a internet è **presente nelle case di 9,653 milioni di famiglie** (il 46,4% delle famiglie italiane) e, in generale, le famiglie con accesso a internet sono anche piuttosto evolute nell'uso di internet scegliendo, nel 72% dei casi, un **collegamento veloce** con un **abbonamento flat** (90% delle famiglie con accesso via ADSL).

Questi i risultati pubblicati in **AW Trends**, il report della **Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia** realizzato da **Audiweb** in collaborazione con **DOXA**, che presenta i **risultati cumulati di quattro cicli** (dal 12/05/08 al 12/03/09), **basati su 7.982 interviste complessive**.

La **Ricerca di Base** è una ricerca quantitativa basata su un campione teorico costituito da interviste face to face con estrazione dei nominativi dalle liste elettorali, suddivise in quattro cicli trimestrali, su un campione della popolazione italiana residente (individui di 11-74 anni). L'edizione **2009** si basa su un **campione più ampio di 10.000 interviste** annue rispetto alle 7.200 del 2008, suddivise in 4 cicli trimestrali di rilevazione, di circa 2.500 casi ciascuno.

Da **AW Trends** emerge un quadro generale abbastanza sviluppato con un livello di penetrazione di internet elevato e ben distribuito tra i generi, le classi d'età e le aree geografiche. **28,524 milioni di italiani dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e attraverso qualsiasi device**. L'accesso a internet risulta ben rappresentato sia tra gli uomini (63,4%) che tra le donne (56,1%) e in tutto il territorio nazionale con una percentuale più bassa nell'area Sud e Isole (50,6%). Risulta un'elevata concentrazione tra gli studenti universitari (95,1%), i laureati (92,6%), i diplomati (82,1%) e gli studenti di scuole medie e superiori (81,8%). Nelle fasce d'età tra gli 11 e i 17 anni (78,9%) e tra i 18 e i 34 anni (73,2), con una significativa percentuale anche nella fascia 35-54 (65,9%).

L'**accesso a internet da casa tramite computer** risulta la modalità privilegiata nel 50,5% dei casi (24,133 milioni), in particolare per gli studenti universitari (88,4%) e nelle fasce d'età tra gli 11 e i 17 anni (64%) e i 18-34 anni (61,3%), mentre il 19,3% degli individui (9,205 milioni) dichiara di avere un **accesso a internet da lavoro/ufficio**.

Per quanto riguarda l'accesso a internet "in movimento" il **6,2% degli individui** dichiara di avere accesso a internet da **cellulare, smartphone o PDA**, ed emerge un profilo piuttosto elevato degli utilizzatori (laureati, imprenditori e dirigenti), affiancato dai ragazzi tra gli 11 e i 17 anni (8,6%) e gli studenti di scuole medie e superiori (10,3%).

Per concludere, dal 2009 la Ricerca di Base offre un **approfondimento sulle motivazioni di utilizzo e mancato utilizzo di internet** e sui livelli di soddisfazione/insoddisfazione dell'accesso. In base ai dati raccolti, internet emerge come uno strumento molto utile attraverso cui è possibile trovare informazioni di qualsiasi tipo (46,1%), semplificare pratiche e procedure usufruendo di servizi a distanza (26,8%) e in generale per rendere più "divertente" lo studio e il lavoro (22,7%), essere aggiornati in tempo reale sui fatti di cronaca (22,4%) o entrare in contatto con amici, conoscenti e persone di tutto il mondo (18,5%).

Invece, **tra i principali motivi di non utilizzo dell'online** c'è sicuramente l'opinione diffusa per cui occorra essere molto esperti di computer e informatica per poter navigare. Infatti il 58,9% si dichiara incapace di utilizzare il computer e il 15,8% è convinto che occorran conoscenze informatiche particolari. Il 23,8% dichiara di non essere affatto interessato all'online pur non avendo mai provato. Infine i navigatori occasionali affermano che **navigherebbero con maggiore frequenza se** internet costasse di meno (34,8%), se costasse poco l'accesso anche da telefono cellulare (13,9%) e la connessione fosse più veloce (13,3%) o ci fosse meno pubblicità (10,3%).

I risultati sono disponibili al pubblico nel report **AW Trends** sul sito Audiweb e agli iscritti in forma sorgente attraverso Pulsar Web.

Da oggi sono pubblicati anche i dati del **mese di marzo 2009** di **AW Database**, che contiene i dati elementari di navigazione del panel disaggregati a livello individuale e offre la stima dell'**utilizzo di internet da casa, ufficio e dai luoghi pubblici d'accesso**.

Da **AW Database** risulta che nel mese di **marzo** sono **20,655 milioni gli utenti attivi (collegati almeno una volta) nel mese, 10,020 milioni gli utenti attivi nel giorno medio, per 1 ora e 34 minuti di tempo speso e 160 pagine viste per persona nel giorno medio**.

Gli editori online ad oggi presenti nel database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: 154 Parent, 272 Brand e 781 Channel.

La **sintesi mensile di AW Database** in versione Excel è disponibile da oggi sul sito www.audiweb.it.

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 su ogni altra rete o sistema online utilizzando opportuni strumenti di rilevazione.

Audiweb, guidata dal Presidente Enrico Gasperini, è una **Joint Industry Committee** che vede la partecipazione di 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; **Assap Servizi**, l'azienda di servizi di **AssoComunicazione**, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

La suite dei servizi Audiweb è realizzata con **Nielsen Online**, partner statistico e tecnologico per le rilevazioni panel e i relativi servizi di elaborazione. L'incarico per la Ricerca di Base è affidato a **Doxa**, la consulenza scientifica a **Memis**, le attività di auditing e certificazione dei sistemi censuari a **PricewaterhouseCoopers**, le operazioni tecnologiche a **Tomato**, la consulenza legale a **DLA Paper**. La metodologia adottata è stata sviluppata in proprio, sulla base degli standard internazionali di **IAB**

Maggiori informazioni sono presenti sul sito www.audiweb.it

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Audiweb
Alberto Alloisio
Tel. 0258315141
alberto.alloisio@audiweb.it

Hill & Knowlton
Luciano Majelli
Tel. 02 31914285
lmajelli@hillandknowlton.com