



Milano, 10 novembre 2009

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

*In base al report **AW Trends**, il **63%** della popolazione tra gli 11 e i 74 anni dichiara di avere **un accesso a internet da qualsiasi luogo e attraverso qualsiasi device***

*Dal report **AW Database** nel mese di settembre risultano **10,6 milioni gli utenti attivi nel giorno medio per 1 ora e 37 minuti di tempo speso e 170 pagine viste per persona***

Il 63% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni, 30,145 milioni di italiani, dichiara di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi) e attraverso qualsiasi strumento, con un incremento del +7,9% (corrispondente a circa 2,210 milioni di individui) rispetto ai dati cumulati del 2008. **10,4 milioni le famiglie con accesso a internet**, il 50,3% delle famiglie italiane con almeno un componente fino a 74 anni che, nel 70,7% dei casi (7,4 milioni), predilige un **collegamento veloce** tramite ADSL e **senza limiti di tempo** (abbonamento flat nel 90% dei casi con ADSL o cavo/fibra ottica).

Questi i principali dati presentati in **AW Trends**, il report della **Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia** realizzato da **Audiweb** in collaborazione con **DOXA**, che offre la sintesi dei risultati cumulati di quattro cicli (dal 03/11/08 al 16/10/09), basati su un campione di rappresentativo della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni (9.430 interviste complessive).

Dai dati della ricerca di base sulla diffusione dell'online in Italia, è possibile disegnare un'Italia abbastanza collegata alla rete, con un livello di penetrazione del mezzo internet che **raggiunge tutto il territorio** in modo diffuso, a eccezione dell'area Sud e Isole che presenta una percentuale del 54,7%, rispetto alla media del 67,7% delle altre aree geografiche. L'accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento è ben rappresentato per quanto riguarda il **profilo demografico**: è indicato in misura pressoché simile sia tra gli **uomini** (66,6%) che tra le **donne** (59,7%), in particolare tra i giovanissimi di 11-17 anni (81,4%) e tra gli Italiani di 18-34 anni (76,5%).

Internet risulta molto più presente tra le **fasce medio/alte della popolazione** lasciando emergere una diffusione non ancora capillare nella possibilità di accesso, se si considerano i livelli di penetrazione quasi assoluti tra i laureati (94,9%), gli studenti universitari (96,8%), i dirigenti, quadri e docenti universitari (95,1%), gli imprenditori e liberi professionisti (94,1%) e gli impiegati e insegnanti (89,9%).

L'accesso a internet da casa è indicato nel 54,9% dei casi (26,2 milioni di individui nella fascia d'età considerata dalla ricerca) e presenta una concentrazione maggiore rispetto alla disponibilità di **accesso da luogo di lavoro/ufficio**, presente nel 19% dei casi (9 milioni), da **smartphone, cellulare o PDA** indicato nell'8,8% dei casi (4,2 milioni), da **luogo di studio** indicato nel 7,6% dei casi (3,6 milioni) e da **altri luoghi**, ad esempio biblioteche e internet point, presente nel 5,3% (2,5 milioni).

Dai dati sulla disponibilità di **accesso da luogo di lavoro/ufficio**, emerge che l'accesso a internet in questo caso è ancora poco diffuso in Italia: disponibile principalmente in aziende di grandi

dimensioni (il 56,7% dei casi nelle aziende con almeno 500 addetti) e con una concentrazione decisamente più significativa tra i livelli più alti della scala gerarchica aziendale. Più in dettaglio, l'accesso a internet da luogo di lavoro/ufficio è indicato dal **39% degli individui occupati** (9 milioni di individui) e, volendo tracciare il **profilo medio del segmento degli occupati** con disponibilità di accesso alla Rete, risulta che chi dispone di un accesso a internet da luogo di lavoro/ufficio, nella maggior parte dei casi è una donna (41,8% rispetto al 36,6% degli uomini occupati), vive principalmente in una città del Nord Est (44,6%) con oltre 250.000 abitanti (50,2%), possiede una laurea o un diploma universitario (71,4%) ed è un dirigente, quadro o docente universitario (82,6%).

Per quanto riguarda l'**accesso a internet da mobile**, 4,2 milioni di Italiani nella fascia considerata dalla ricerca (8,8%) dispongono di un collegamento anche da cellulare, smartphone o PDA, con una variazione percentuale nel numero di italiani tra gli 11 e i 74 anni che possono accedere a internet via mobile pari al +45,4% (corrispondente a circa 1,317 milioni di individui) rispetto ai dati cumulati del 2008.

In questo caso emerge un **profilo piuttosto elevato** delle persone con accesso alla rete attraverso dispositivo mobile, laddove gli indicatori più rappresentativi riguardano i laureati (15,8%), i dirigenti, quadri e docenti universitari (20,9%) e gli imprenditori e liberi professionisti (18,3%). Più uomini (10,9%) che donne (6,8%), nelle fasce d'età 18-34 (14,9%) e 11-17 anni (13,9%), del Centro (14,8%), Nord Est (8,3%) e dell'area Sud e Isole (7,5%).

Chi dichiara di disporre di collegamento a internet da cellulare, nella maggior parte dei casi ha una scheda prepagata o ricaricabile (82,8%) e spende fino a 30 euro (70,1%) o più di 30 euro nel 28,2% dei casi per i servizi di telefonia mobile. Inoltre, dai dati sulle **attività solitamente effettuate** (almeno una volta la settimana) risulta che chi può navigare da cellulare dichiara di ascoltare musica (33,4% dei casi), inviare o ricevere mms (26,9%), collegarsi a internet (22,7%) o utilizzare il cellulare per giocare (16,4%).

Dall'**approfondimento sulle motivazionali relative all'uso/mancato uso**, internet viene indicato tra coloro che vi accedono come un mezzo utile per attività lavorative, di svago e per semplificare o velocizzare procedure legate ai servizi. In particolare, si accede a internet soprattutto per approfondire qualsiasi argomento (46,5%), usufruire di servizi pubblici e privati a distanza (30,3%), trovare cose disponibili solo su internet (26,4%), aggiornarsi su notizie di cronaca in tempo reale (20,5%), rendere più efficace e divertente sia lo studio che il lavoro (19,3%) ed entrare in contatto con molte persone in ogni parte del mondo (19,6%), risparmiando tempo e denaro (19%).

I **navigatori occasionali** si collegherebbero con maggiore frequenza se internet costasse meno (28,4%), se la connessione fosse più veloce (19%), se ci fosse meno pubblicità (9,9%) e se fosse possibile accedere dal cellulare senza spendere troppo (10,2%).

Chi invece **non ha mai navigato** ammette di non averlo fatto perché non sa usare il computer (58,6%) o perché convinto che necessitino grandi competenze informatiche (16,1%). In alcuni casi c'è disinteresse nei confronti della rete (27,9%) e c'è la convinzione che se ne possa fare a meno (il 14,7% dichiara "quello che si può fare con internet lo faccio anche senza").

Il report **AW Trends** è disponibile sul sito www.audiweb.it per gli utenti registrati e in forma sorgente attraverso Pulsar Web per gli abbonati.

Audiweb ha pubblicato inoltre i dati del mese di **settembre 2009 di AW Database**, il *nastro di pianificazione* 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.

Nel mese di settembre 2009 risultano 10,6 milioni gli utenti attivi nel giorno medio per 1 ora e 37 minuti di tempo speso e 170 pagine viste per persona

Gli editori online ad oggi presenti nel database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: **167 Parent, 289 Brand, 858 Channel e 69 Custom Property per aggregati o aree tematiche.**

La **sintesi mensile del report AW Database** è disponibile 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 una **Joint Industry Committee** guidata dal Presidente Enrico Gasperini e composta 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:

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

Hill & Knowlton
Paola Cuccia
Tel. 02.31914284
pcuccia@hillandknowlton.com