

AW Trends

Sintesi e analisi dei risultati della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia - VIII Edizione

Dati cumulati cicli 3 e 4 del 2009 + ciclo 1 e 2 del 2010
dal 14/09/09 al 31/05/10

Indice degli argomenti

- **PREMESSA**
- **ANALISI DI TREND PER I PRINCIPALI INDICATORI:**
*famiglie con almeno un componente fino a 74 anni;
individui 11-74 anni*
- **FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE FINO A 74 ANNI:**
uso del computer e modalità di accesso a internet
- **INDIVIDUI 11-74 ANNI:**
modalità di accesso internet e caratteristiche socio-demografiche
- **POSSESSORI DI TELEFONO CELLULARE CHE HANNO ACCESSO A INTERNET DA CELLULARE/SMARTPHONE/PDA**
caratteristiche socio-demografiche dei possessori di telefono cellulare con accesso a internet
- **APPROFONDIMENTO SULLE MOTIVAZIONALI RELATIVE ALL'USO/MANCATO USO DI INTERNET**
- **NOTE METODOLOGICHE**

PREMESSA

AW Trends è il report **trimestrale** sui dati sintetici della **Ricerca di Base** sulla diffusione dell'online in Italia realizzata dall'istituto di ricerca **DOXA** per **Audiweb**.

La Ricerca di Base è la **ricerca quantitativa** che rileva la diffusione dell'online in Italia (potenziale d'accesso) e 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** declinato su ogni profilo socio-demografico ed **è fondamentale per l'estensione dell'universo alla navigazione da "Altri Luoghi" oltre Casa e Lavoro e per garantire la corretta ponderazione del panel.**

I dati della Ricerca di Base consentono, inoltre, l'**estensione all'universo** degli individui 2-10 anni e oltre 74 anni mediante l'approfondimento sulla composizione della famiglia. Il **panel**, ponderato sulla base dei pesi di ciascuno dei profili degli individui rilevati attraverso la Ricerca di Base, **è utilizzato per produrre l'AW Database**, il *planning database* che offre la stima dell'utilizzo di internet da casa, ufficio e altri luoghi da parte della popolazione italiana 2+.

SINTESI E ANALISI DEI RISULTATI

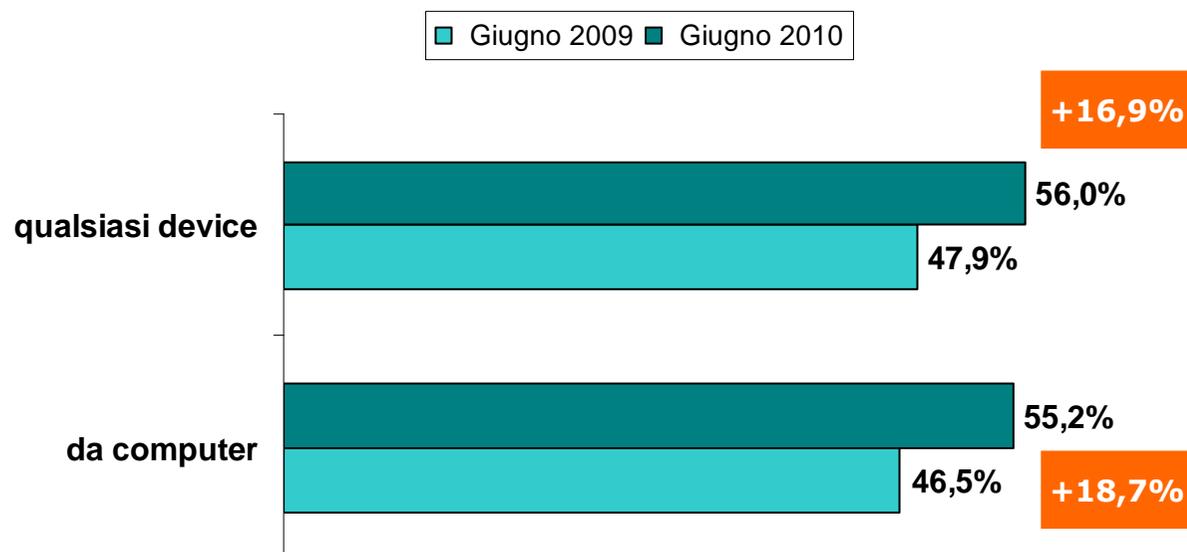
*ANALISI DI TREND PER I PRINCIPALI INDICATORI:
famiglie con almeno un componente fino a 74 anni;
individui 11-74 anni.*

Accesso a internet da casa delle famiglie: analisi di trend

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze

Famiglie: accesso a internet da casa



Rispetto a Giugno dello scorso anno, l'incremento percentuale delle famiglie con accesso da almeno un device è pari a +16,9%, mentre quello da pc di proprietà risulta essere pari a +18,7%.

Le differenze tra l'accesso da qualsiasi device e da pc di proprietà o in leasing è dovuto alla possibilità di accedere da televisori o pc aziendali.

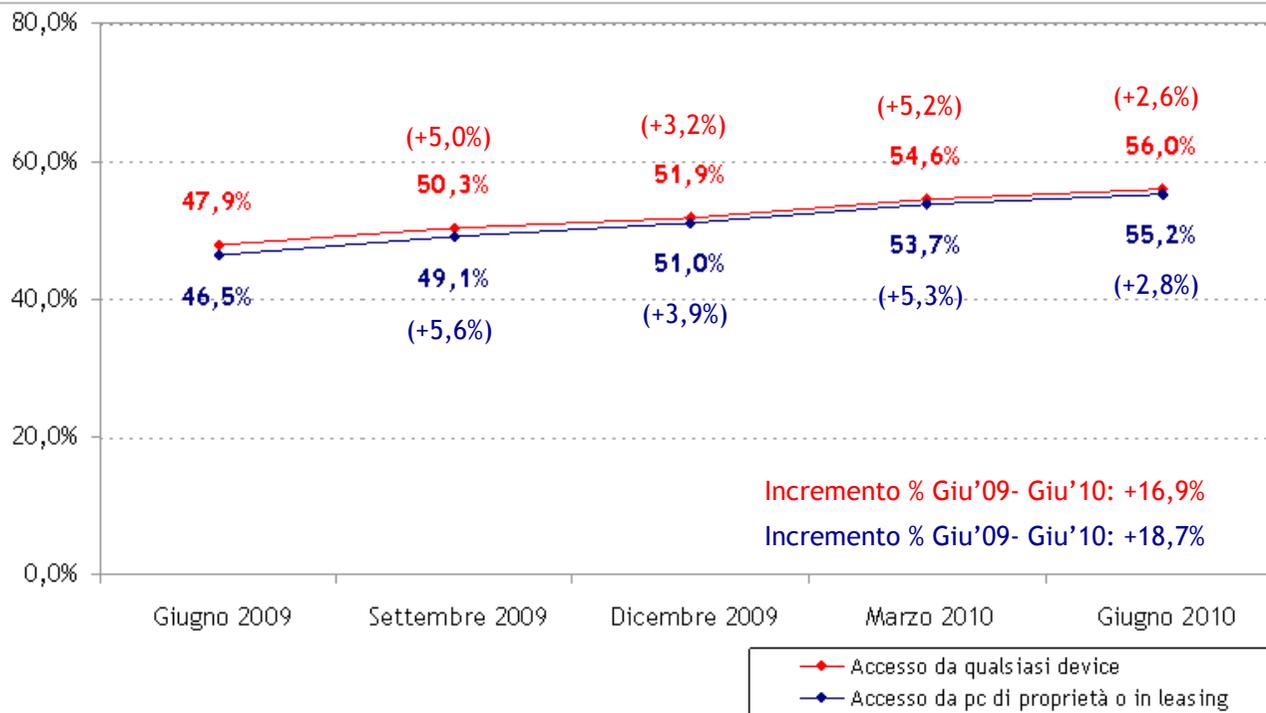
Nel box l'incremento percentuale Giugno 2009 - Giugno 2010.

I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Accesso a internet da casa delle famiglie: analisi di trend

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000



Le differenze tra l'accesso da qualsiasi device e da pc di proprietà o in leasing è dovuto alla possibilità di accedere da televisori o pc aziendali.

Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Principali evidenze

Analizzando in trend i principali indicatori sull'accesso a internet delle famiglie, si riscontra una crescita costante sia dell'accesso da almeno un device (pc di proprietà, pc aziendali, televisori) che dell'accesso da pc di proprietà.

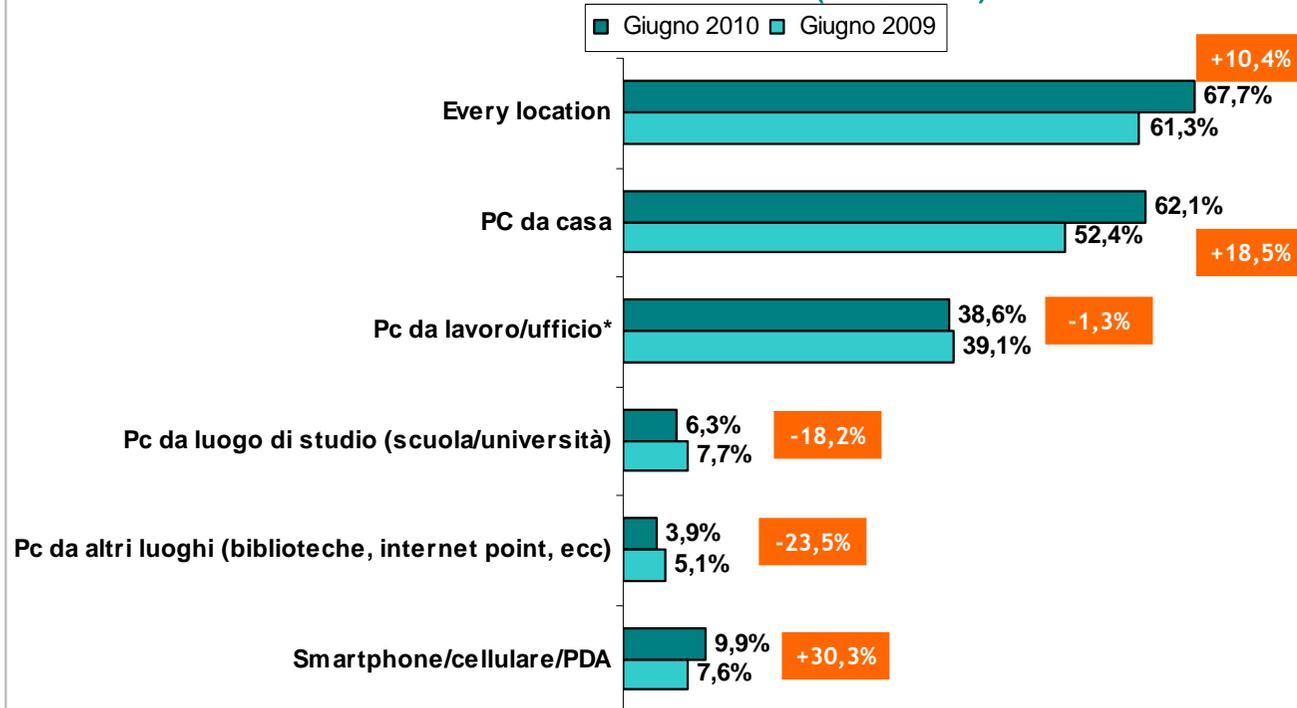
Accesso a internet degli individui: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.972.000) - Valori %

Principali evidenze

Individui (11-74 anni): accesso a internet

% e stime sul totale individui 11-74 anni (=47.972.000)



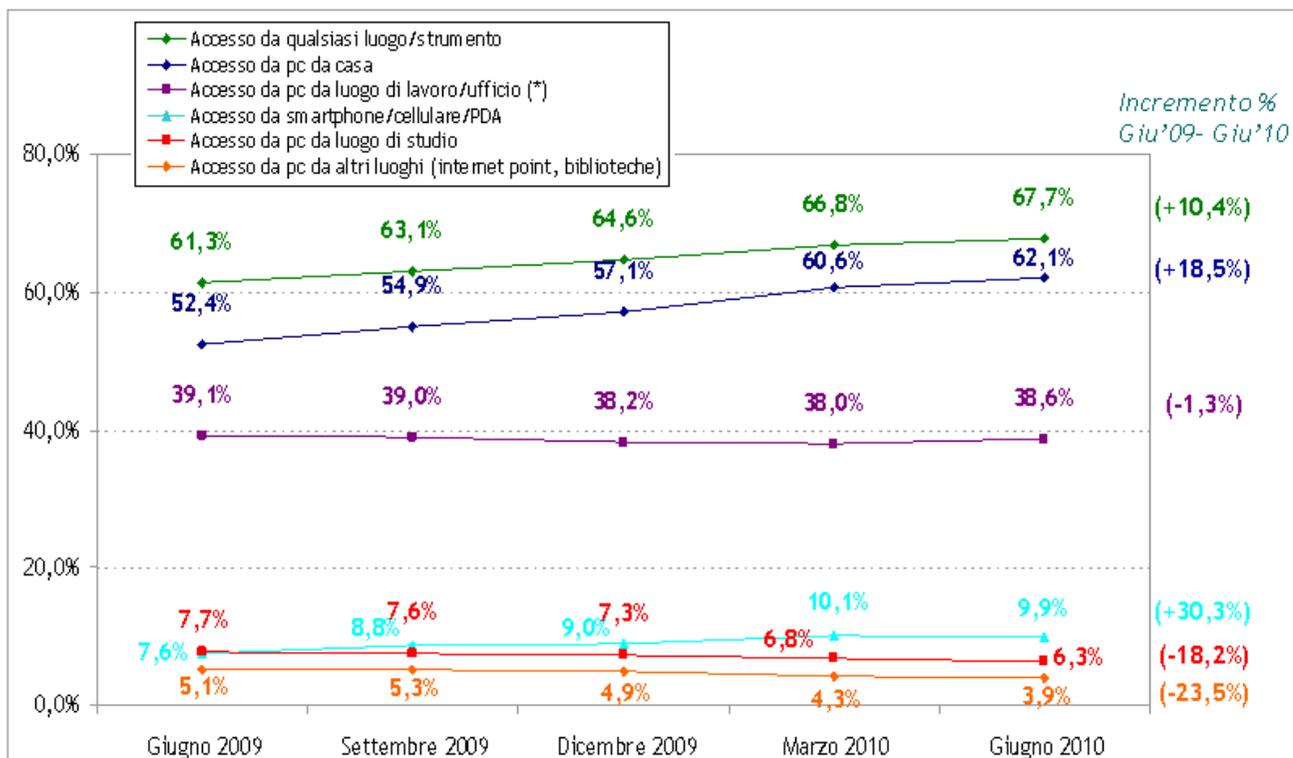
(*) Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Rispetto a Giugno dello scorso anno, l'incremento percentuale degli individui con accesso da pc da casa è pari a +18,5%; quello da mobile è pari a +30,3%; infine l'accesso da almeno un luogo/strumento risulta essere pari a +10,4%.

Accesso a internet degli individui: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori %



(*) Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati
 I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.
 Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

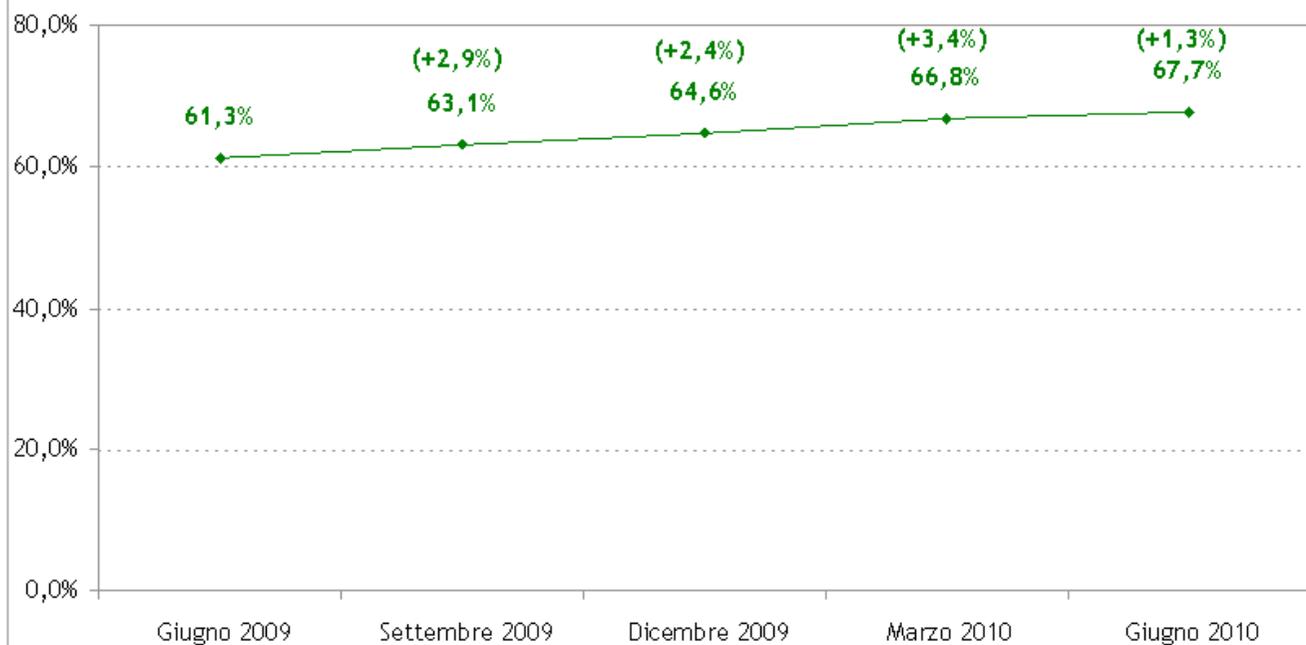
Principali evidenze

Analizzando in trend i principali indicatori sull'accesso a internet degli individui, si riscontra una crescita costante dell'accesso da pc da casa.

Questo indicatore spinge verso l'alto anche l'accesso da almeno un luogo/strumento (ovvero chi dichiara di accedere attraverso pc da almeno una delle location considerate o da mobile).

Accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori %



Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

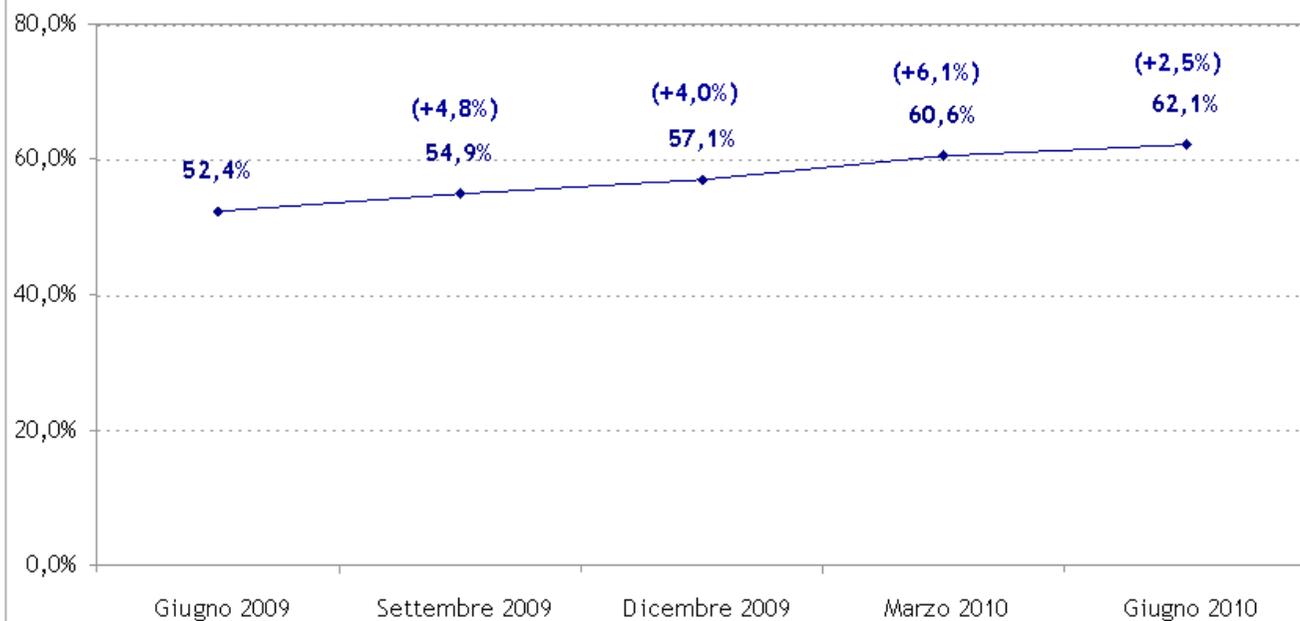
Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Principali evidenze

Analizzando in trend l'accesso a internet degli individui da qualsiasi luogo/strumento (ovvero chi dichiara di accedere attraverso pc da almeno una delle location considerate o da mobile), si riscontra una crescita costante dell'accesso.

Accesso a internet da pc da casa: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori %



Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

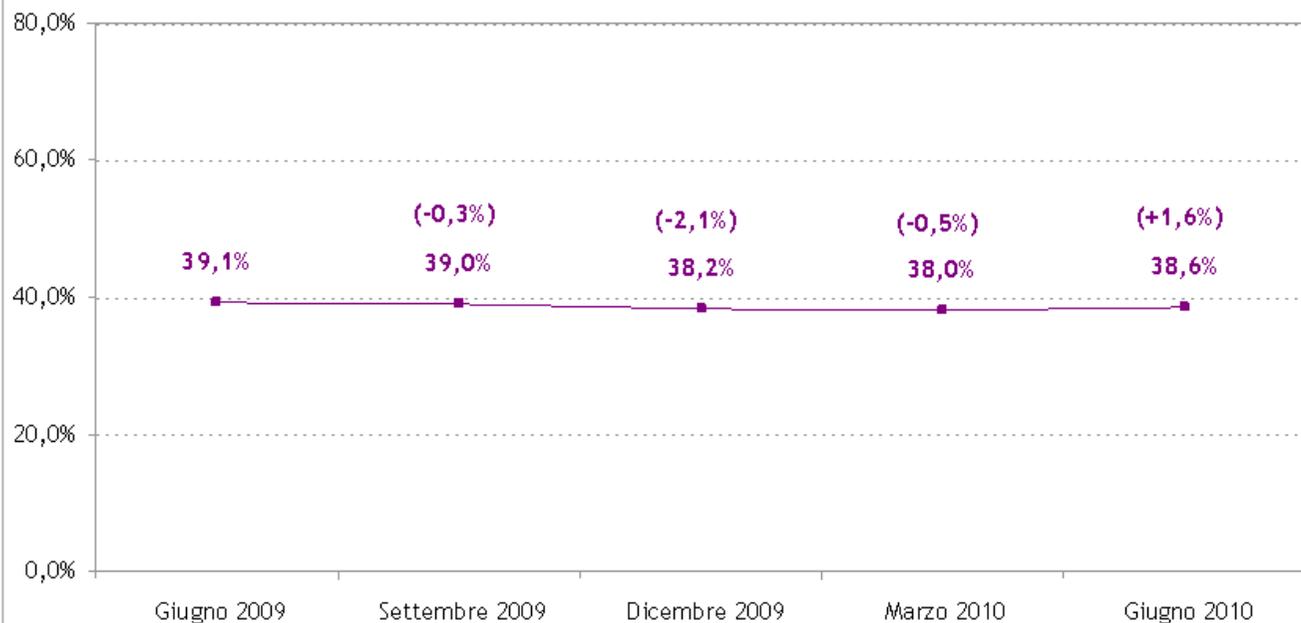
Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Principali evidenze

Il trend di accesso a internet degli individui da pc da casa mostra una crescita costante dell'accesso.

Accesso a internet da pc da luogo di lavoro: analisi di trend

Base: totale individui occupati (=22.688.000) - Valori %



Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati (N=22.688.000)

Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

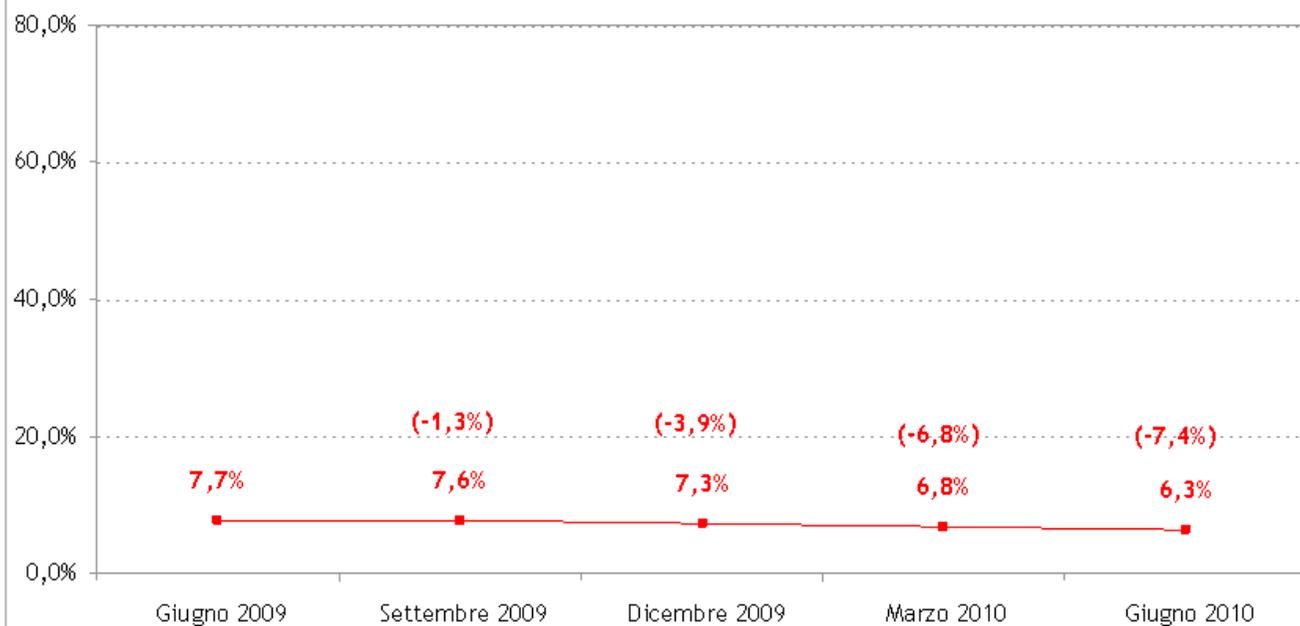
Principali evidenze

Analizzando in trend l'accesso a internet degli individui occupati da pc da luogo di lavoro, si rileva un andamento sostanzialmente costante del fenomeno.

Accesso a internet da pc da luogo di studio: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori %

Principali evidenze



Il trend di accesso a internet degli individui da pc da luogo di studio mostra un andamento lievemente in calo.

Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

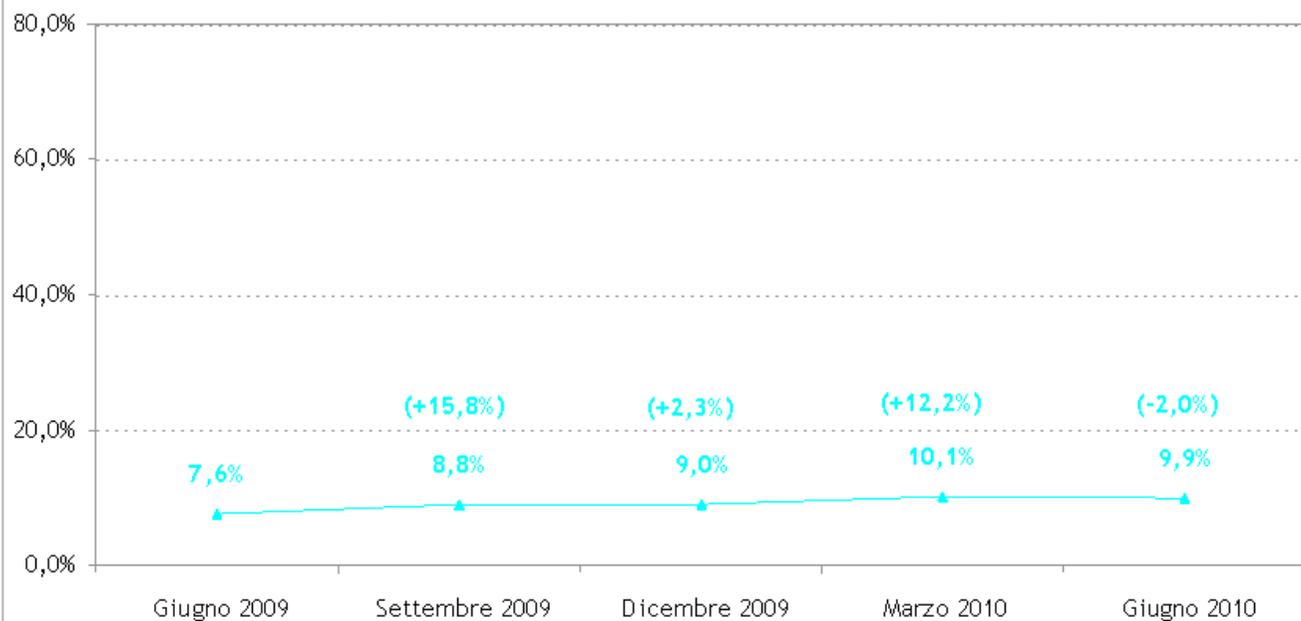
I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Accesso a internet da smartphone/cellulare/PDA: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori %

Principali evidenze



Il trend di accesso a internet degli individui da mobile mostra un andamento in lieve crescita nell'ultimo anno.

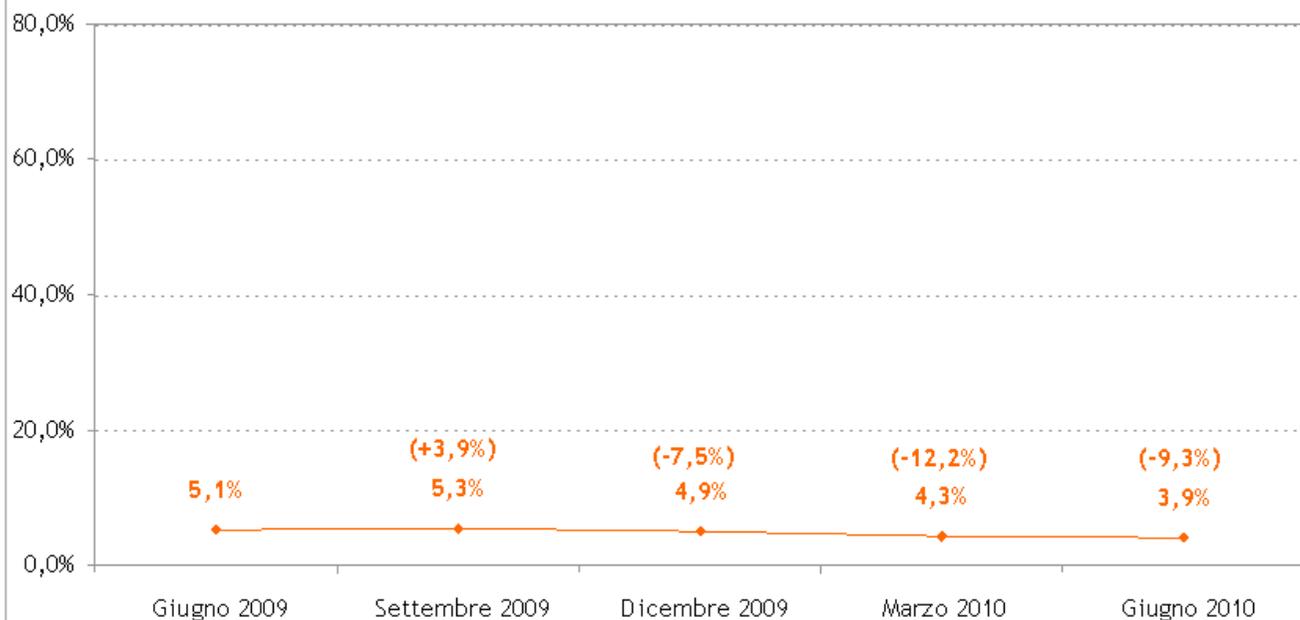
Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

Accesso a internet da pc da altri luoghi (internet point, biblioteche): analisi di trend - Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori %

Principali evidenze



Analizzando in trend l'accesso a internet degli individui da pc da altri luoghi (come internet point e biblioteche) si rileva un andamento lievemente in calo del fenomeno. Le fluttuazioni tra trimestri potrebbero però essere dovute a lievi oscillazioni campionarie.

Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.

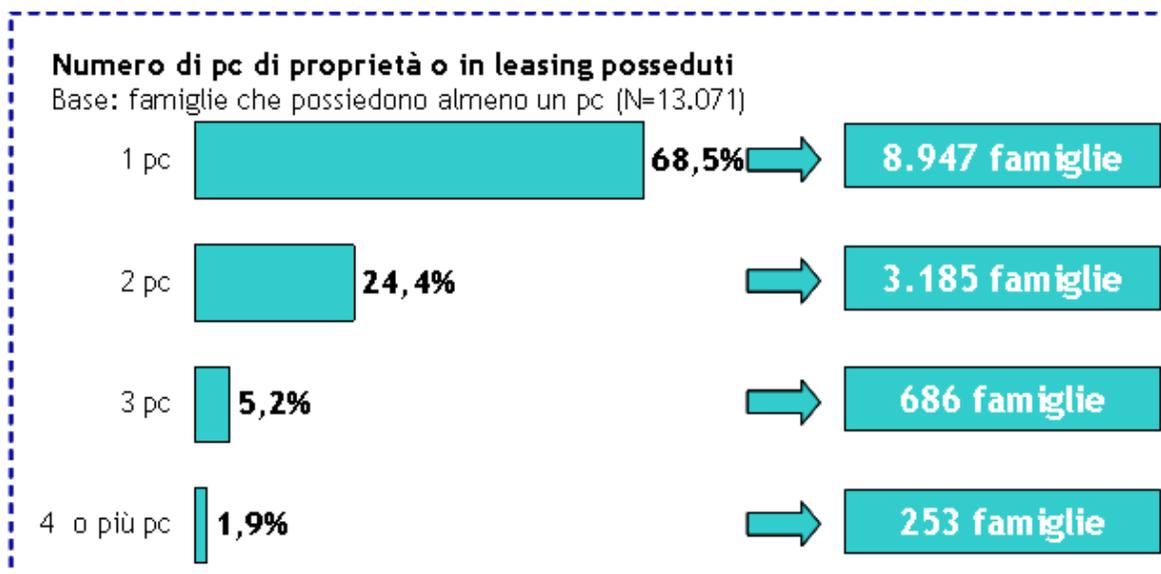
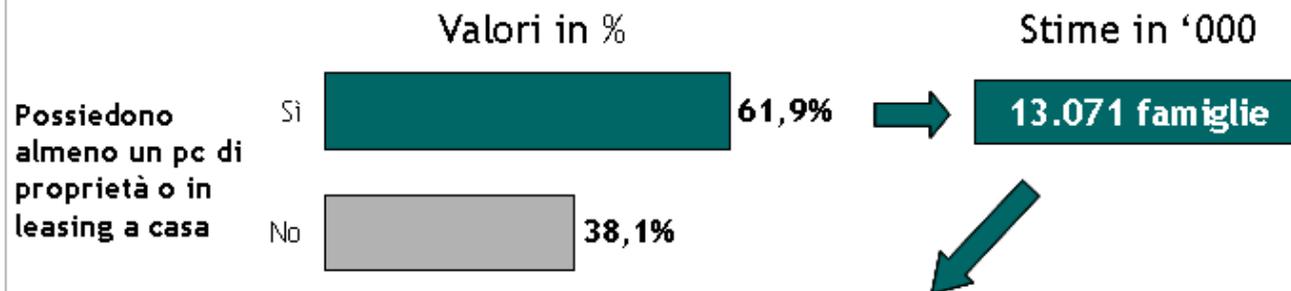
I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Giugno 2009 si riferiscono agli ultimi 2 cicli del 2008 + i primi 2 cicli del 2009.

Dal trimestre di Marzo 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Mentre fino a Dicembre 2009 i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dal trimestre di Marzo 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti.

*FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE FINO A 74 ANNI:
uso del computer e modalità di accesso a internet*

Possesso di pc di proprietà o in leasing a casa

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000



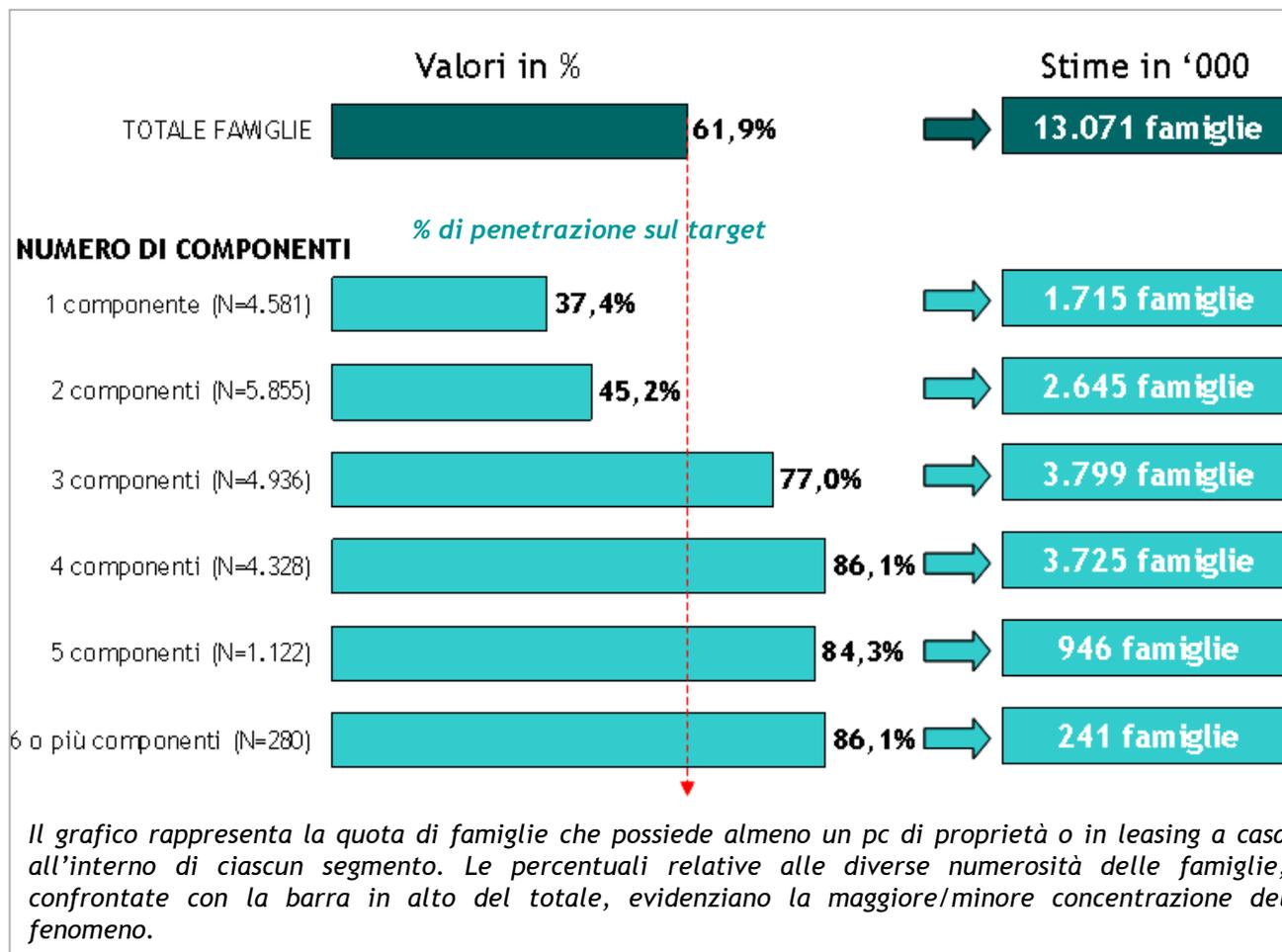
Principali evidenze

In Italia oltre una famiglia su due possiede un computer di proprietà o in leasing, il 61,9% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (13,071 milioni) e, tra queste, il 31,5% (4,124 milioni) possiede 2 o più computer. In generale, la presenza di un computer e, come si vedrà più in dettaglio nel report, di una connessione alla Rete è direttamente proporzionale alla numerosità del nucleo familiare. Più è numerosa la famiglia, infatti, maggiore è la presenza di un computer in casa.

Profilo delle famiglie che possiedono pc di proprietà o in leasing a casa

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze

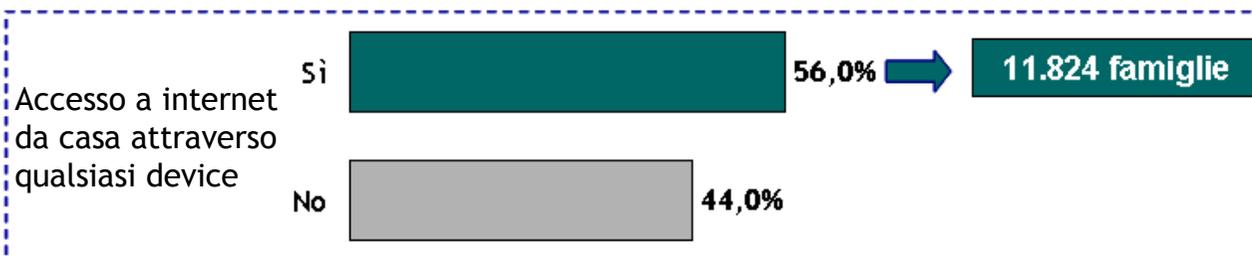
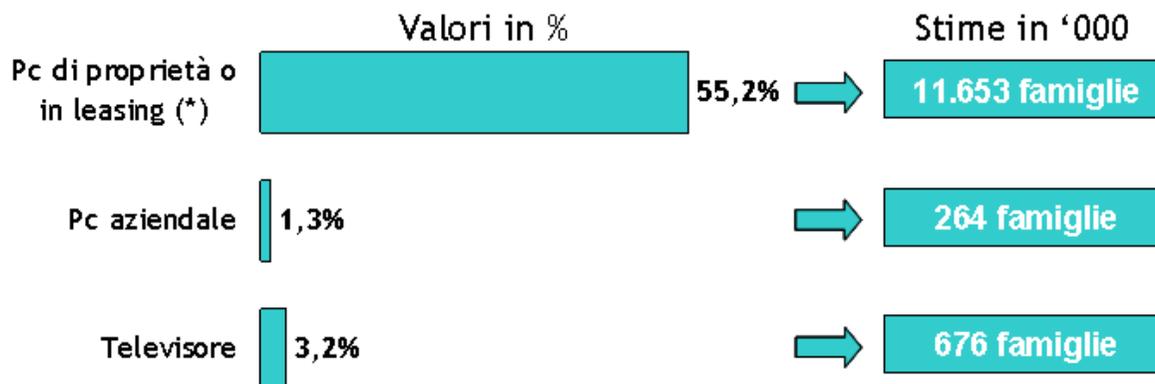


Per le famiglie, il possesso di pc di proprietà o in leasing a casa risulta direttamente proporzionale alla dimensione del nucleo familiare: più è numerosa la famiglia e più aumenta la presenza di almeno un computer in casa.

Il dato si stabilizza per le famiglie con quattro o più componenti, il tasso di penetrazione infatti è pari circa all'85% per tutte le famiglie dai quattro componenti in su.

Accesso a internet da casa: device

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000



(*) Mediamente 1,4 pc con accesso a internet per famiglia.

Principali evidenze

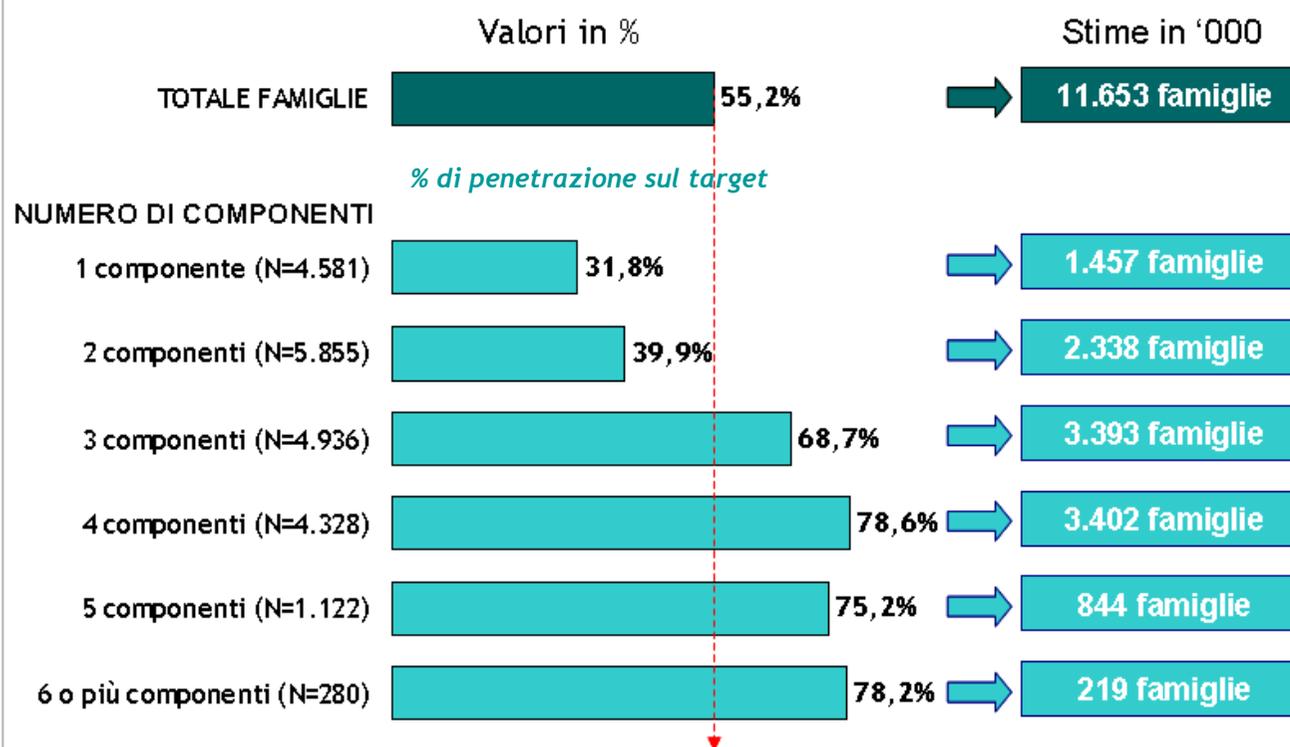
Il 56% delle famiglie italiane con almeno un componente fino a 74 anni (11,824 milioni) dichiara di avere un accesso a internet da casa attraverso almeno uno dei device considerati (pc di proprietà, pc aziendali, televisori).

Nel dettaglio, si osserva che il 55,2% delle famiglie dichiara di poter accedere alla Rete da computer di proprietà o in leasing, l'1,3% da computer aziendale e il 3,2% da Televisore.

Profilo delle famiglie che hanno accesso a internet da casa attraverso pc di proprietà o in leasing

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze



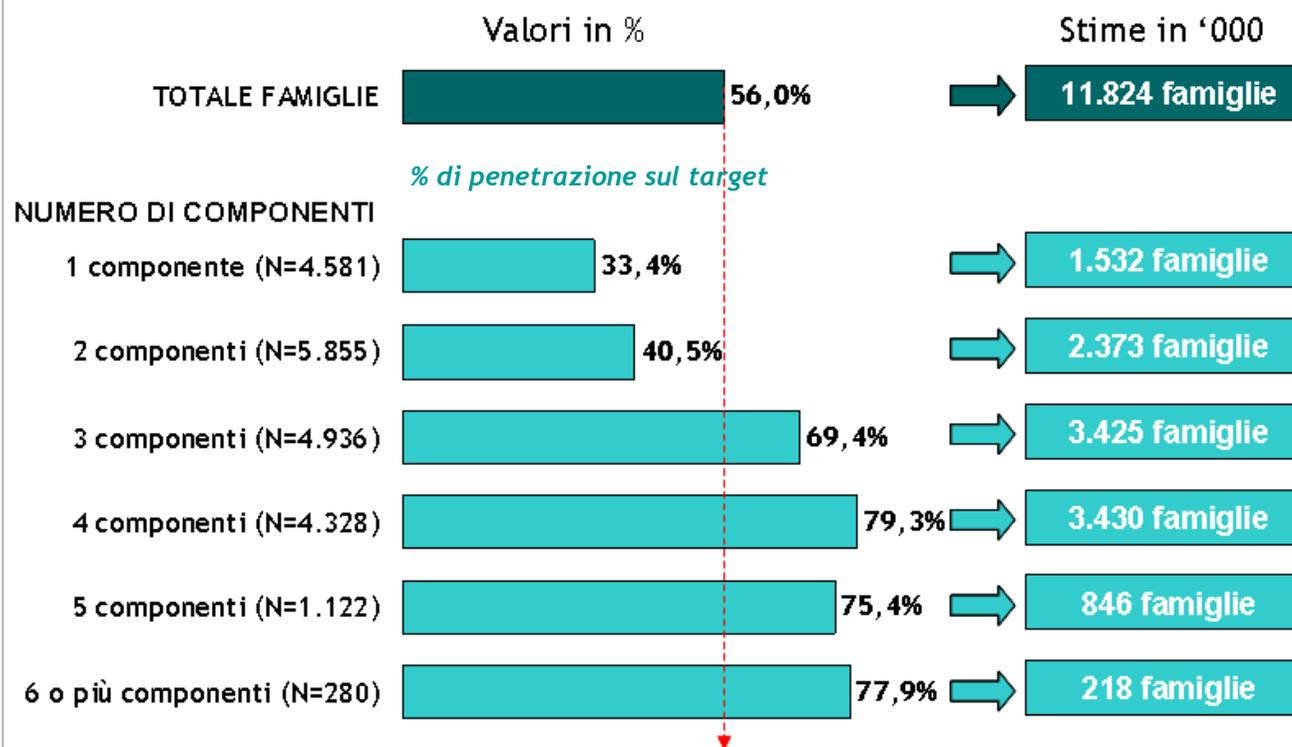
Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso a internet da casa attraverso pc di proprietà o in leasing all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

La disponibilità di un accesso a internet da casa attraverso pc di proprietà risulta direttamente proporzionale alla dimensione del nucleo familiare: più è numerosa la famiglia e più tendenzialmente cresce la possibilità di connettersi alla Rete da casa.

Profilo delle famiglie che hanno accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.102.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze

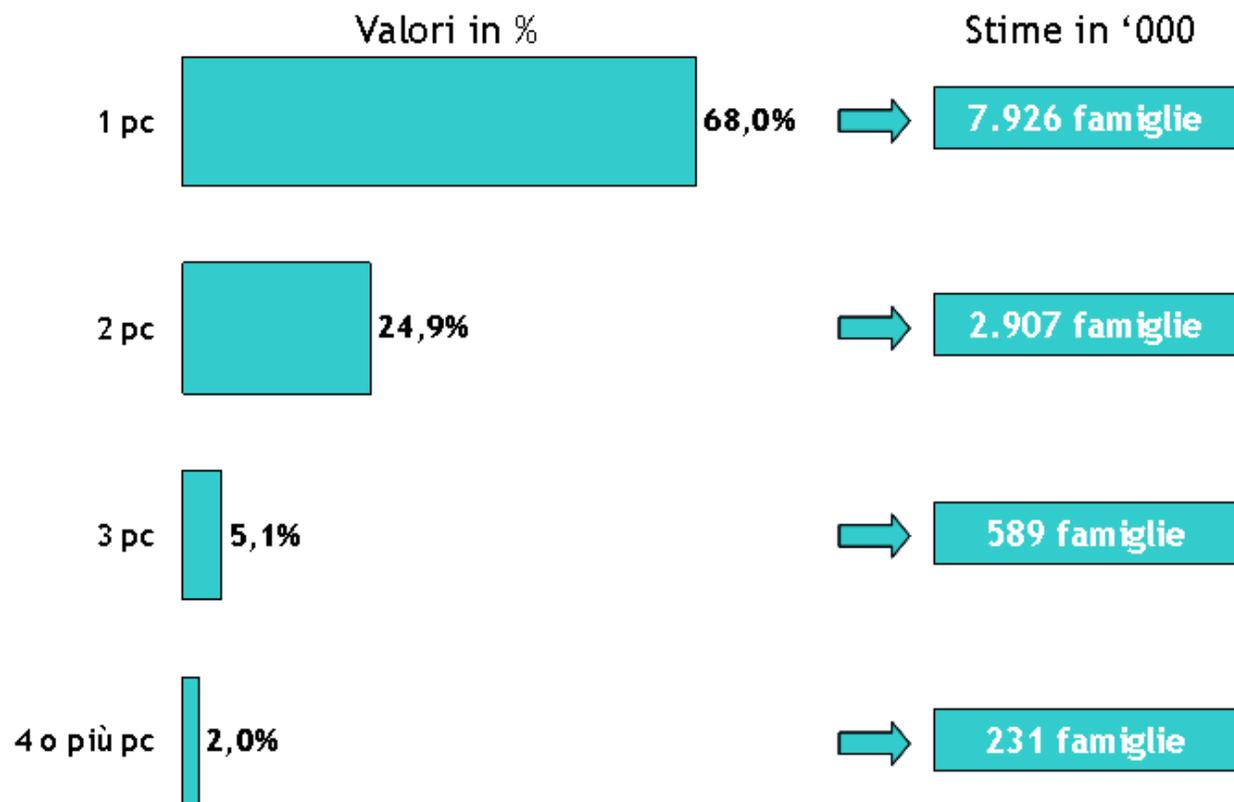


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Analizzando in dettaglio il profilo delle famiglie con un accesso a internet da casa da almeno un device (pc di proprietà, pc aziendali oppure televisori), resta confermata la relazione tra la numerosità del nucleo familiare e la presenza di una connessione alla Rete. La disponibilità di accesso a internet è tendenzialmente più diffusa tra le famiglie numerose. Dichiarano, infatti, di avere un accesso a internet da qualsiasi device principalmente le famiglie con quattro componenti o più (circa il 77% dei casi), a fronte di una media del 56% dei casi sul totale famiglie.

Numero di pc di proprietà/in leasing con cui le famiglie possono accedere da casa
 % e stime sul n° di famiglie con accesso a internet da casa attraverso pc di proprietà o leasing
 (=11.653.000)

Principali evidenze



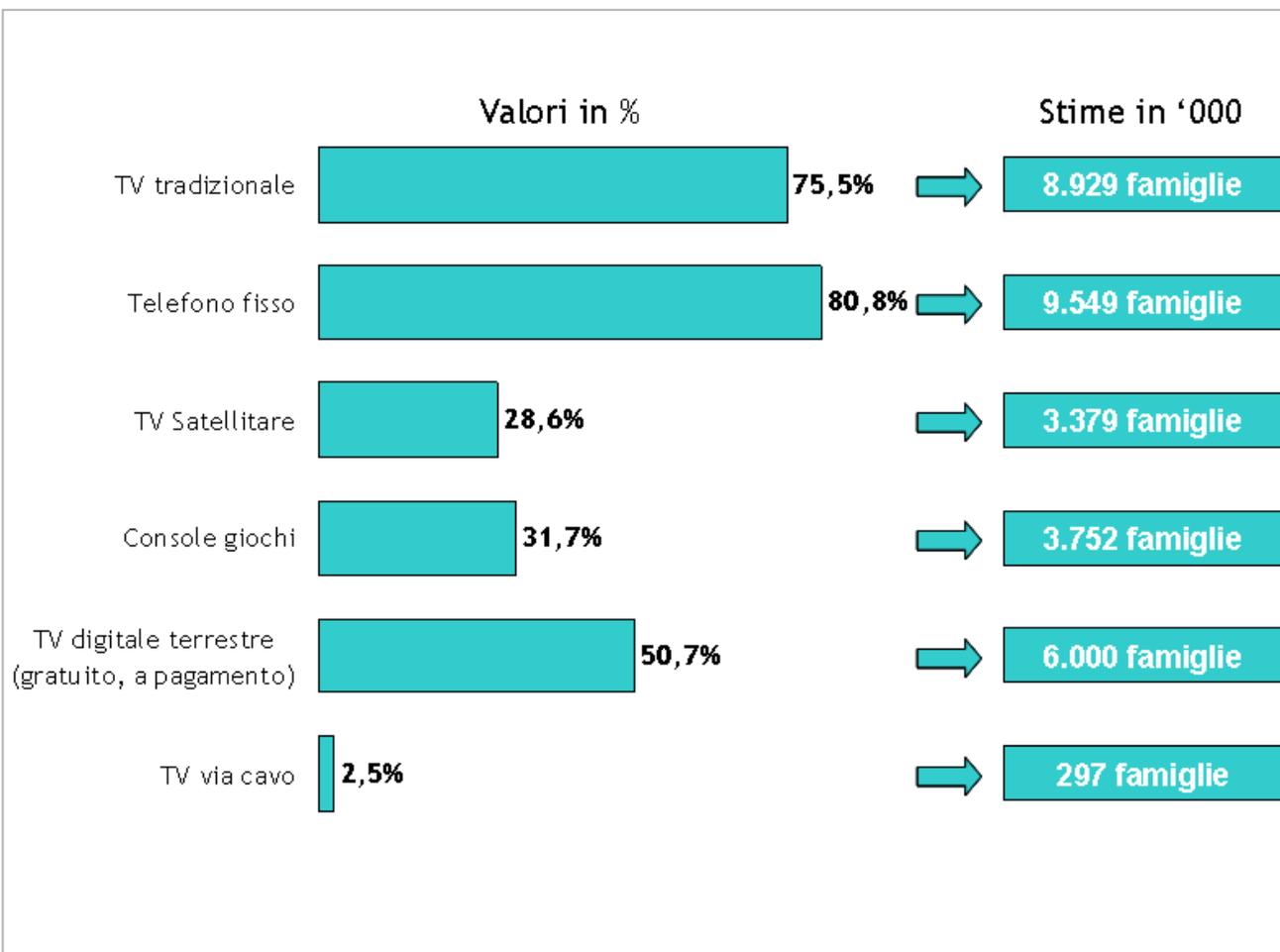
Analizzando il numero di computer di proprietà attraverso cui le famiglie possono accedere da casa, emerge che il 68% delle famiglie con accesso a internet dichiara di poter accedere alla rete da un solo computer.

Sono invece 3,727 milioni le famiglie che hanno la possibilità di accedere da due o più computer, rappresentando circa un terzo del totale famiglie.

Dotazioni tecnologiche dell'abitazione

% e stime sul n° di famiglie con almeno un componente fino a 74 anni con accesso da qualsiasi device
(=11.824.000)

Principali evidenze



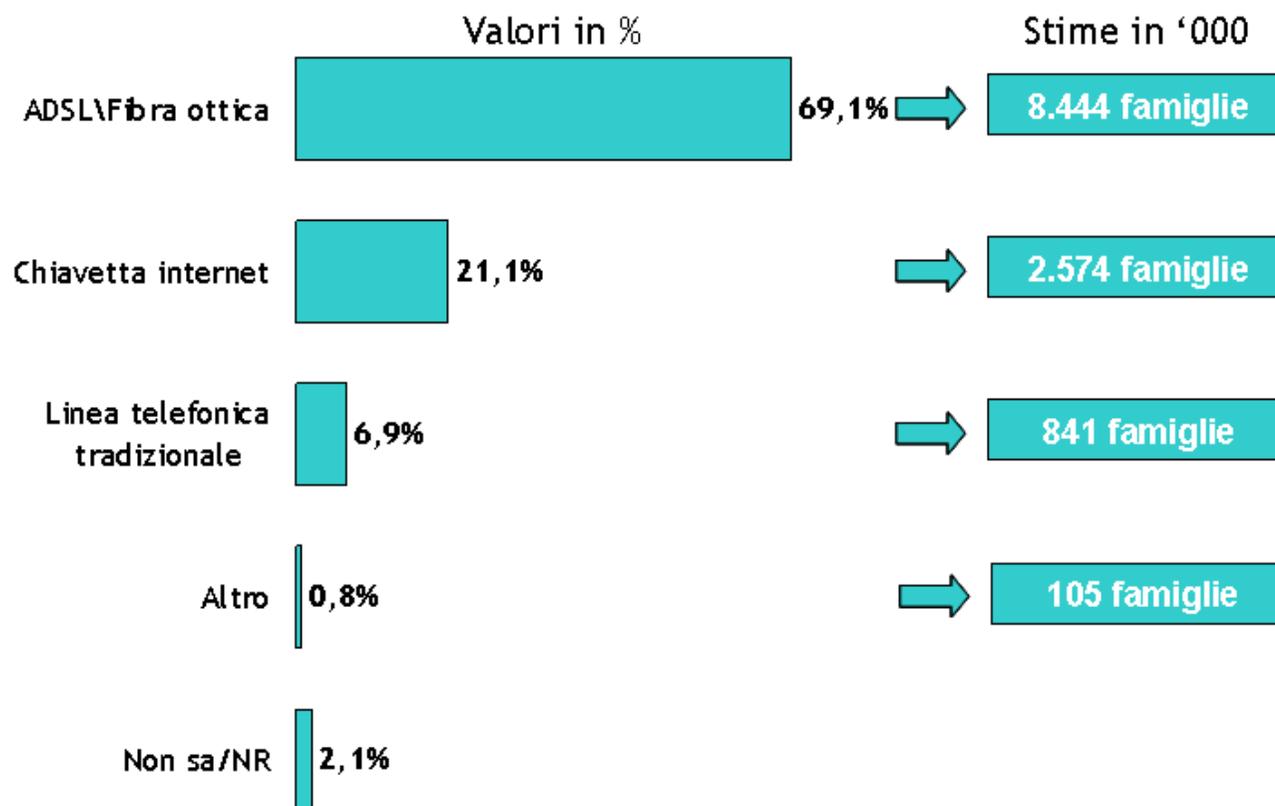
Analizzando nel dettaglio le dotazioni tecnologiche delle famiglie con accesso a internet, risulta che il 75,5% (8,929 milioni) dispone anche di TV tradizionale, l'80,8% (9,549 milioni) di un telefono fisso, il 50,7% (6 milioni) di TV Digitale Terrestre, il 31,7% (3,752 milioni) di una console giochi e il 28,6% (3,379 milioni) di TV satellitare.

Principale tipologia di connessione a internet disponibile da casa

% e stime sul n° di famiglie con almeno un componente fino a 74 anni che hanno accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device (=12.224.000)

Principali evidenze

I dati si riferiscono ai primi due cicli di rilevazione del 2010

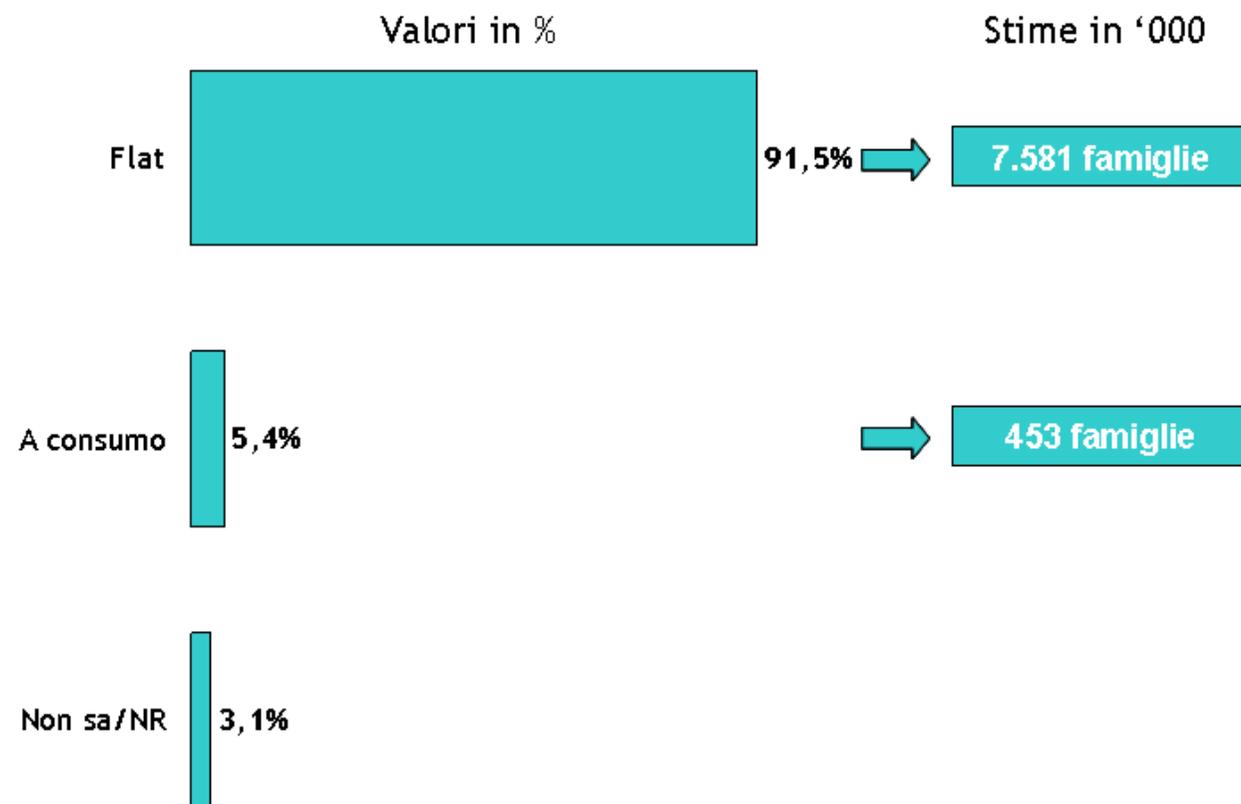


La maggior parte delle famiglie che dichiara di avere un accesso a internet da casa, dispone di un collegamento veloce via ADSL/fibra ottica (69,1% dei casi). La Banda Larga infatti risulta essere nelle case di 8,444 milioni di famiglie italiane. Rilevante anche l'accesso attraverso le chiavette internet (21,1% dei casi, corrispondente a 2,574 milioni di famiglie italiane).

Tipo di abbonamento sottoscritto

% e stime sul n° di famiglie con almeno un componente fino a 74 anni che hanno accesso a internet da casa attraverso ADSL/fibra ottica (=8.289.000)

Principali evidenze

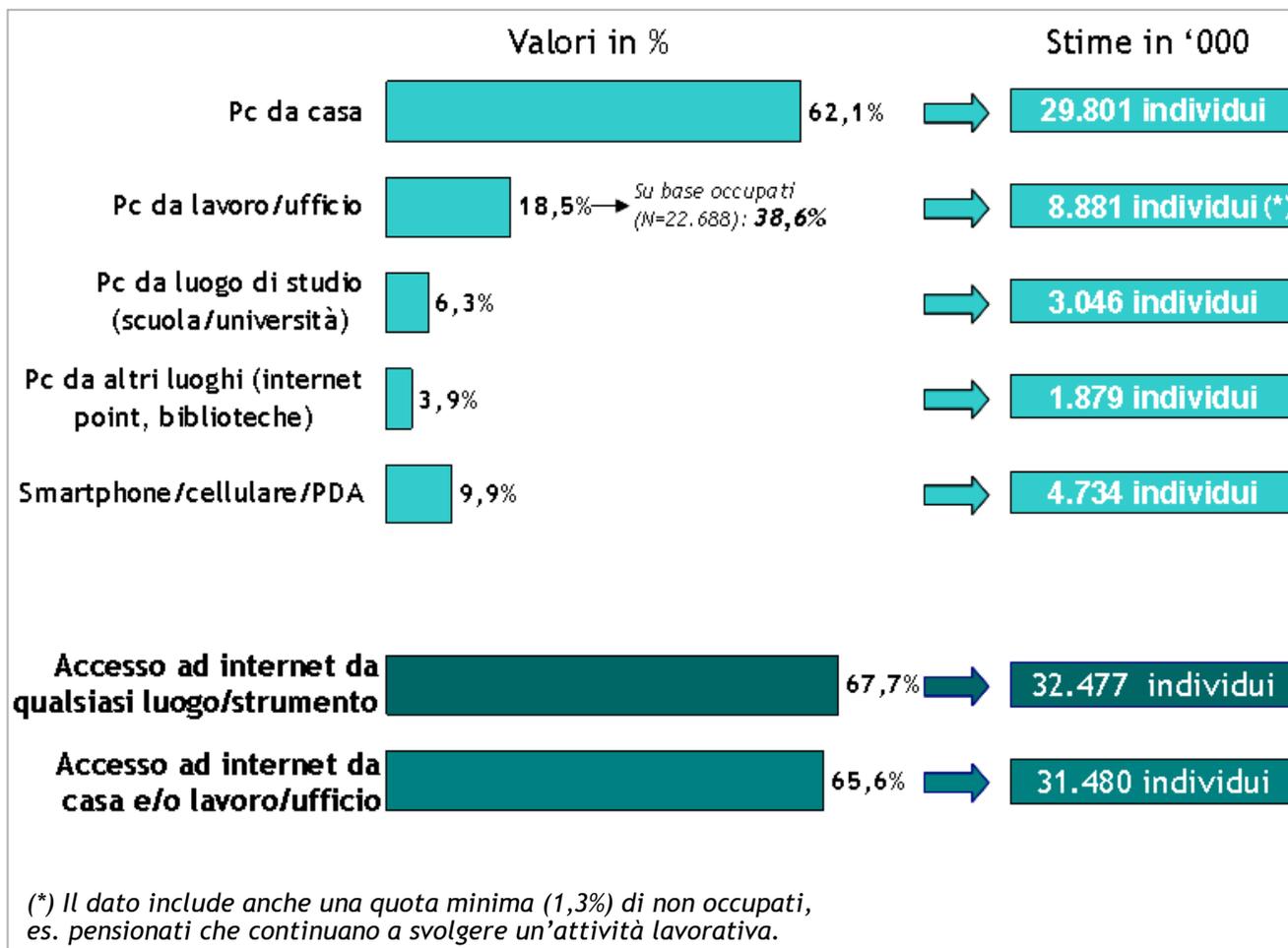


La maggior parte delle famiglie con un accesso a internet da casa attraverso ADSL o fibra ottica dichiara di aver sottoscritto un abbonamento flat (91,5% dei casi, corrispondente a 7,581 milioni di famiglie italiane). Solo il 5,4% delle famiglie dichiara di aver scelto una modalità a consumo.

*INDIVIDUI 11-74 ANNI:
modalità di accesso internet e
caratteristiche socio-demografiche*

Accesso ad internet: luoghi e strumenti

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori % e Stime in '000



Principali evidenze

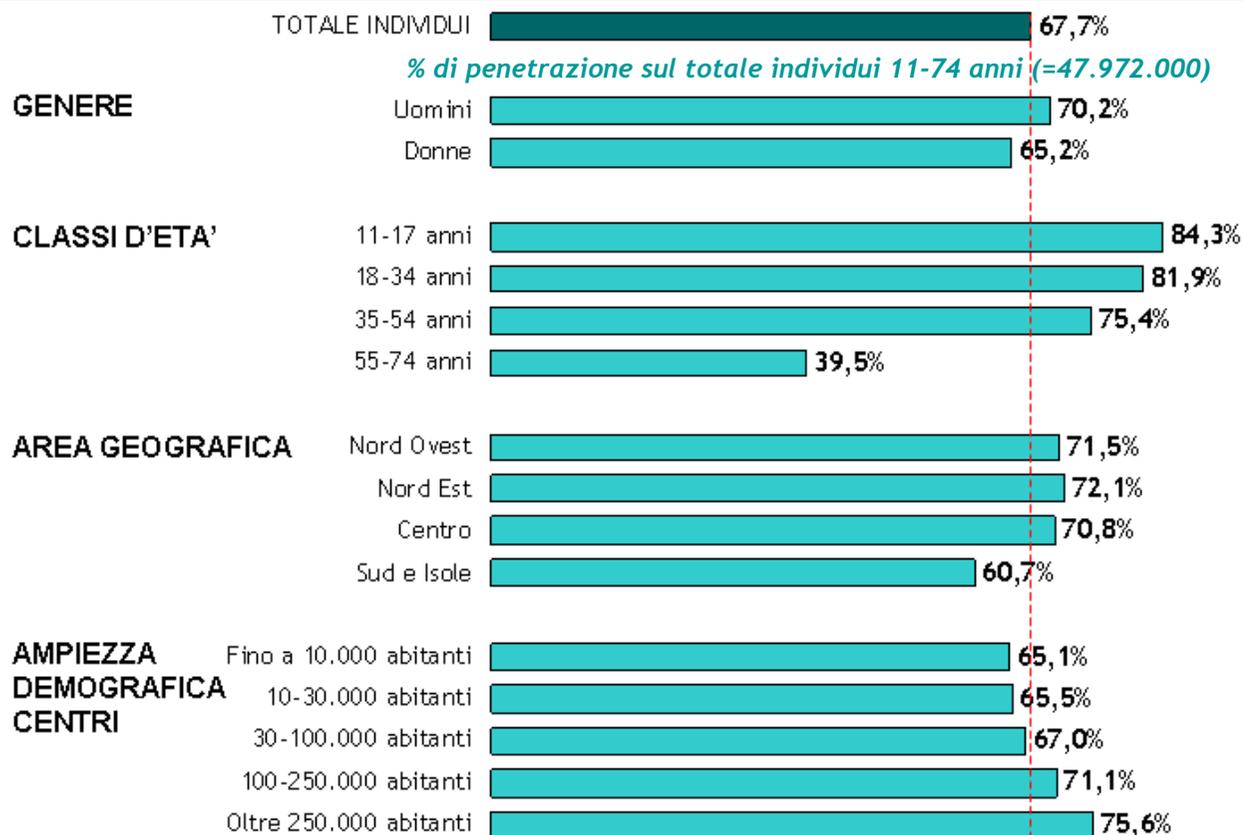
Gli individui italiani che possono accedere alla Rete da almeno uno dei luoghi considerati (casa, ufficio, luogo di studio o altri luoghi in generale), attraverso pc o mobile, sono 32,477 milioni, pari al 67,7% della popolazione nella fascia d'età considerata dalla ricerca.

Analizzando in dettaglio la disponibilità di accesso a internet dalle singole location esaminate, risulta una maggiore disponibilità da casa attraverso computer, confermata nel 62,1% dei casi (29,801 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 38,6% degli italiani occupati (8,881 milioni di italiani complessivamente), da luogo di studio nel 6,3% dei casi (3,046 milioni) e da altri luoghi (internet point, biblioteche, ecc) nel 3,9% dei casi (1,879 milioni). L'accesso a internet da cellulare/smartphone/PDA è disponibile nel 9,9% dei casi (4,734 milioni).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

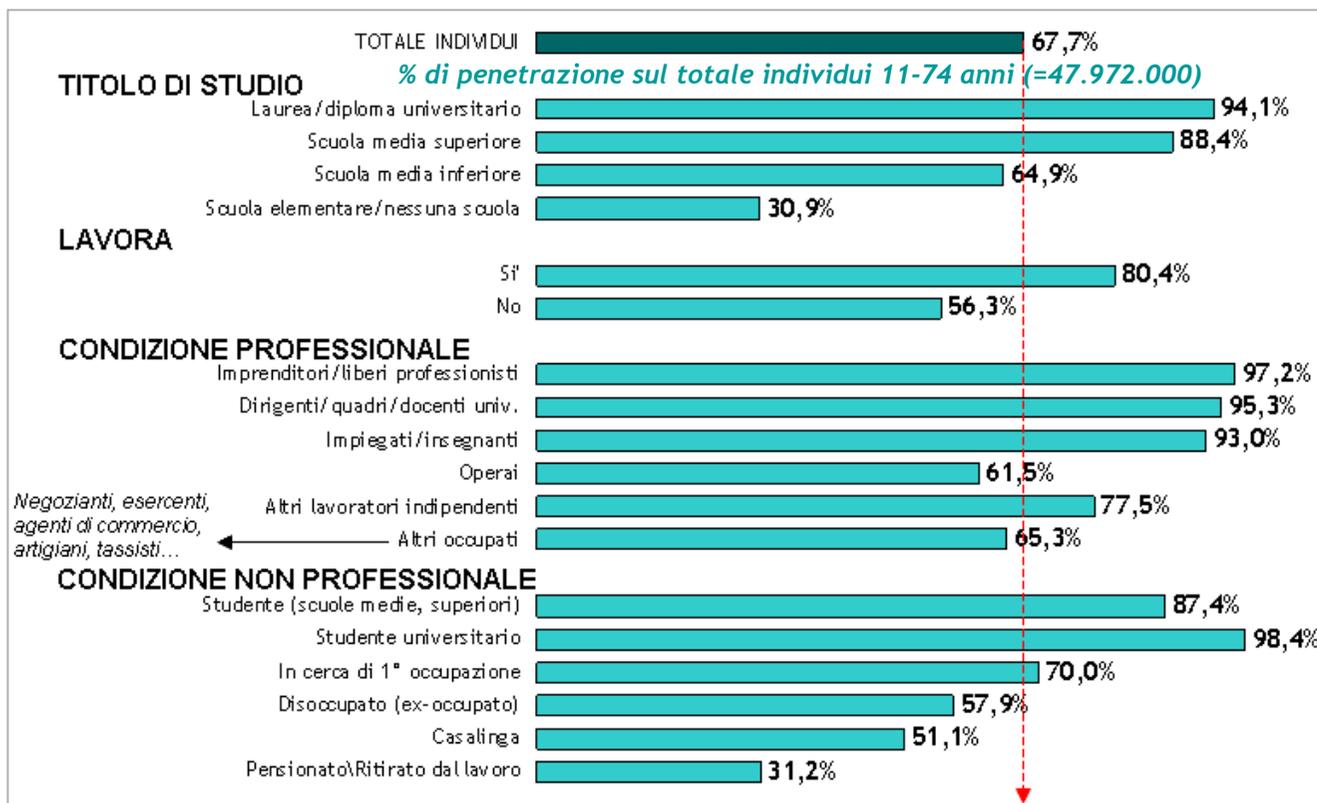
Hanno un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento il 70,2% degli uomini e il 65,2% delle donne; in particolare i giovani tra gli 11 e i 17 anni (84,3% degli individui in questa fascia d'età) e i 18-34 anni (81,9%) e nella fascia più matura tra i 35 e i 54 anni (75,4%), di tutte le aree geografiche d'Italia con livelli di concentrazione simili nel Nord e nel Centro (circa 71%) - a eccezione dell'area Sud e Isole che presenta una percentuale più contenuta(60,7%).

La possibilità di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento sembra essere direttamente proporzionale all'ampiezza demografica dei comuni di residenza. Più i centri sono popolosi, infatti, maggiore è la penetrazione del mezzo.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

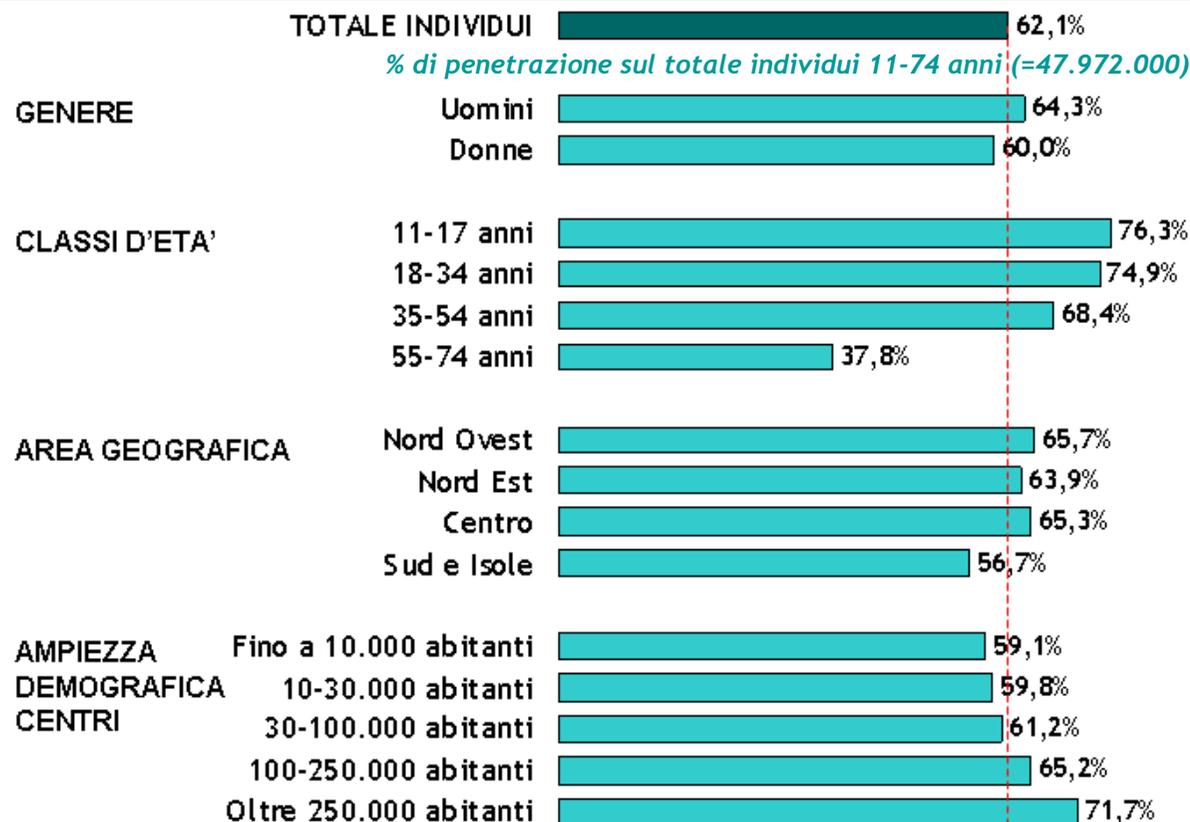
Il profilo professionale di chi dichiara di avere un accesso a internet da almeno uno dei luoghi considerati, attraverso pc o mobile, risulta abbastanza elevato, considerando che i più alti livelli di concentrazione sono tra gli imprenditori e liberi professionisti (97,2%), tra i dirigenti, quadri e docenti universitari (95,3%), gli impiegati e gli insegnanti (93%).

Tra i non occupati, internet è soprattutto tra gli studenti universitari (98,4% dei casi), gli studenti di scuole medie e superiori (87,4%) e coloro che sono in cerca di prima occupazione (70%).

L'alto profilo di chi dichiara di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento risulta confermato dall'alta penetrazione tra i laureati (94,1%) ed i diplomati (88,4%).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da casa

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

Se tra le varie location di accesso a internet e i vari strumenti consideriamo la sola connessione da casa attraverso pc, anche in questo caso, la penetrazione è lievemente più alta tra gli uomini (64,3%) che tra le donne (60%), e riconferma una maggiore possibilità di accesso nelle fasce di età più giovani.

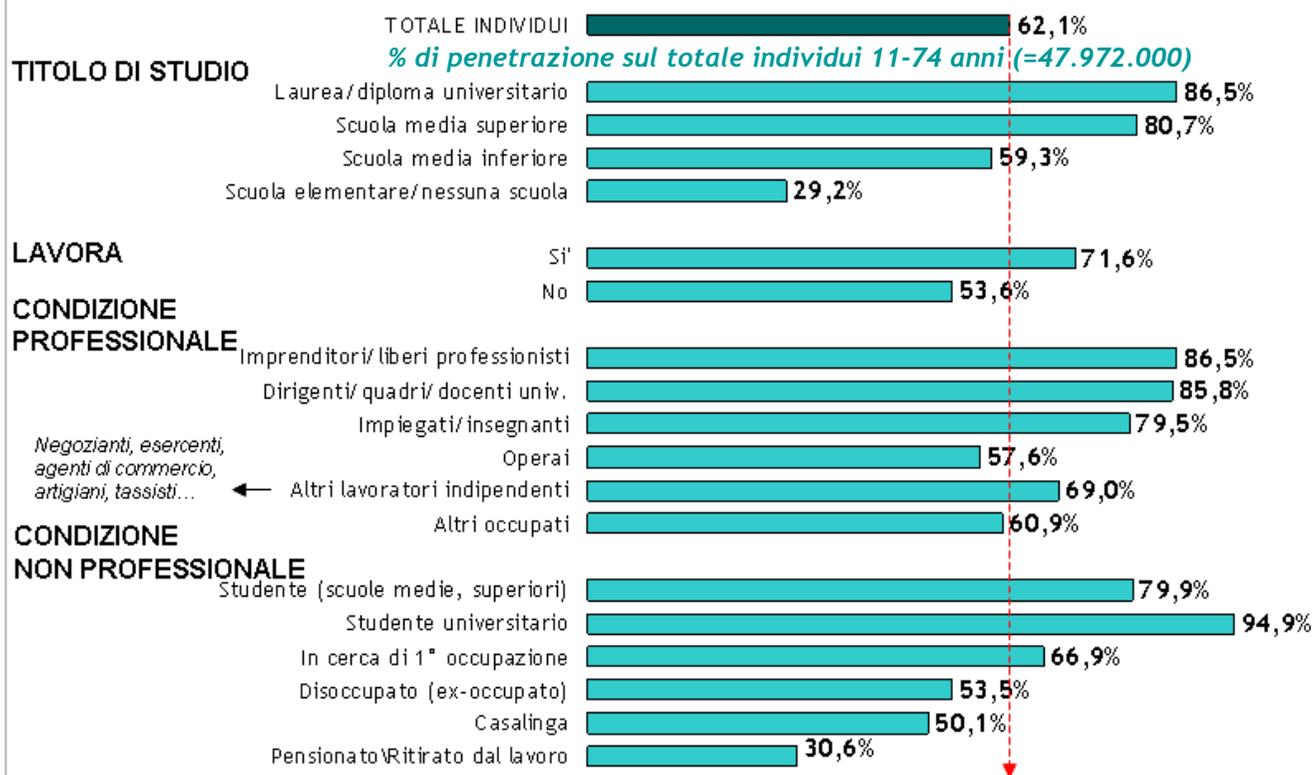
L'accesso da pc da casa presenta livelli di concentrazione simili nel Nord e nel Centro (64-65%), e penetrazione più bassa nell'area Sud e Isole (56,7%).

La penetrazione sembra essere direttamente proporzionale all'ampiezza demografica dei comuni di residenza, con livelli più alti per gli individui residenti nei centri più popolosi.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da casa

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Come per l'accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento, anche il profilo di chi ha accesso da pc da casa risulta piuttosto elevato, considerando sia il dettaglio del titolo di studio conseguito che le condizioni professionali e non.

E' molto alta, infatti, la penetrazione tra i laureati (86,5%) ed i diplomati (80,7%).

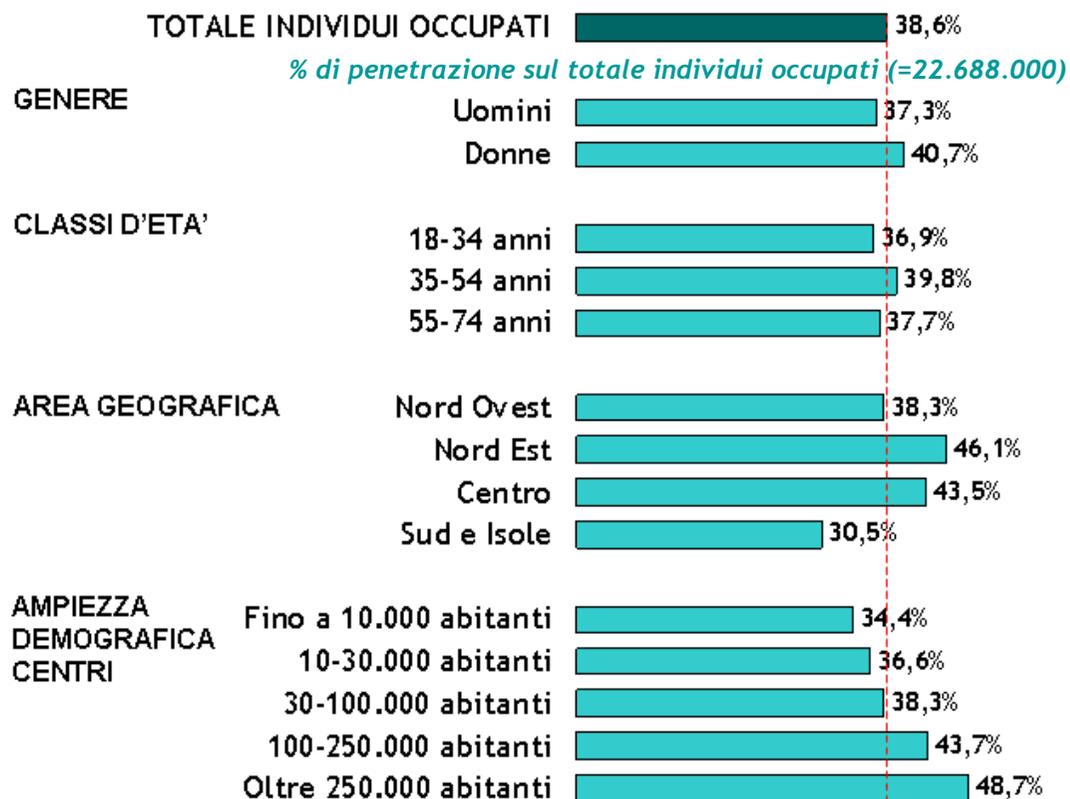
All'interno delle condizioni professionali sono molto alti i livelli di concentrazione tra gli imprenditori e liberi professionisti (86,5%) e tra i dirigenti, quadri e docenti universitari (85,8%).

Tra in non occupati internet è nelle case soprattutto degli studenti universitari (94,9% dei casi) e gli studenti di scuole medie e superiori (79,9%).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio

Base: totale individui occupati (=22.688.000)

Principali evidenze



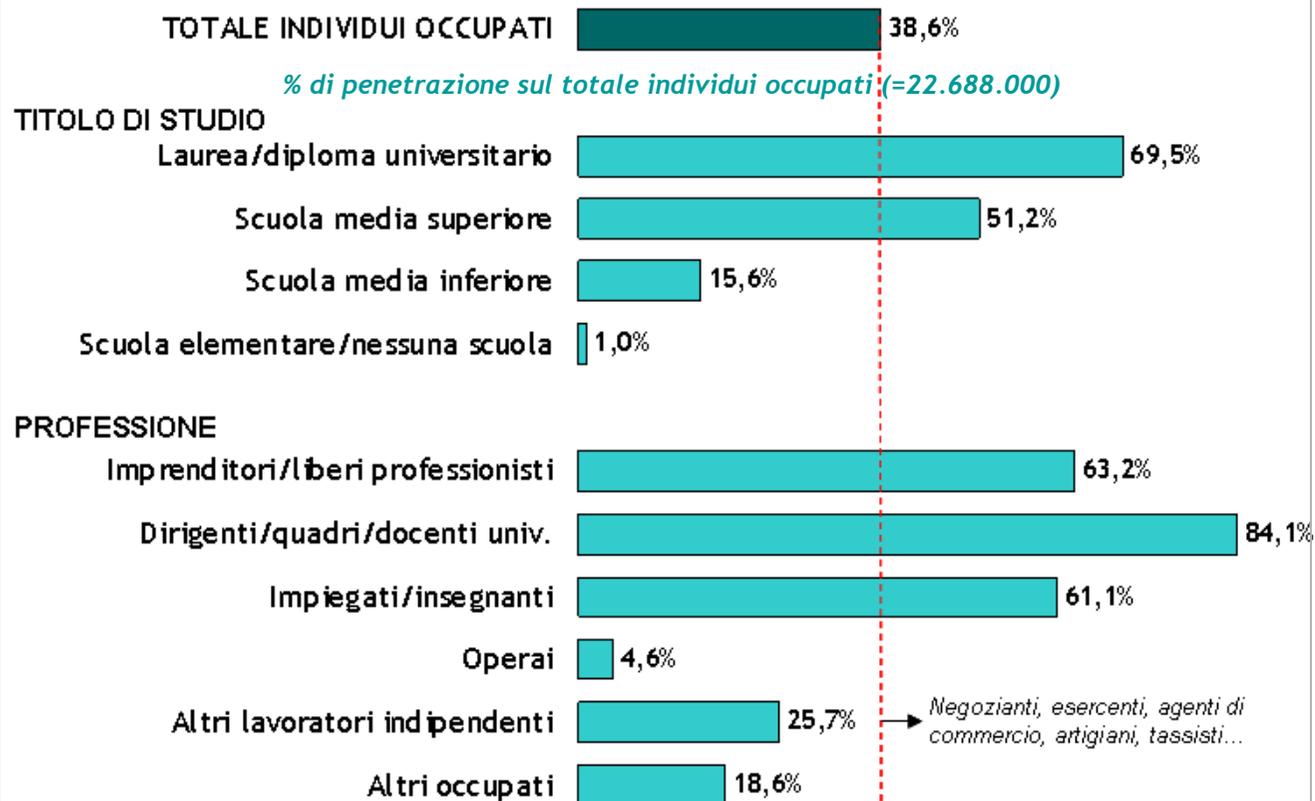
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Gli italiani occupati che dispongono di un accesso a internet da lavoro vivono principalmente nelle aree geografiche del Nord-Est (il 46,1% degli individui occupati, residenti in quest'area, hanno accesso da lavoro) e del Centro (43,5% dei casi). Più donne occupate (40,7%) che uomini (37,3%), con una penetrazione leggermente più alta nella fascia d'età 35-54 anni.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio

Base: totale individui occupati (=22.688.000)

Principali evidenze



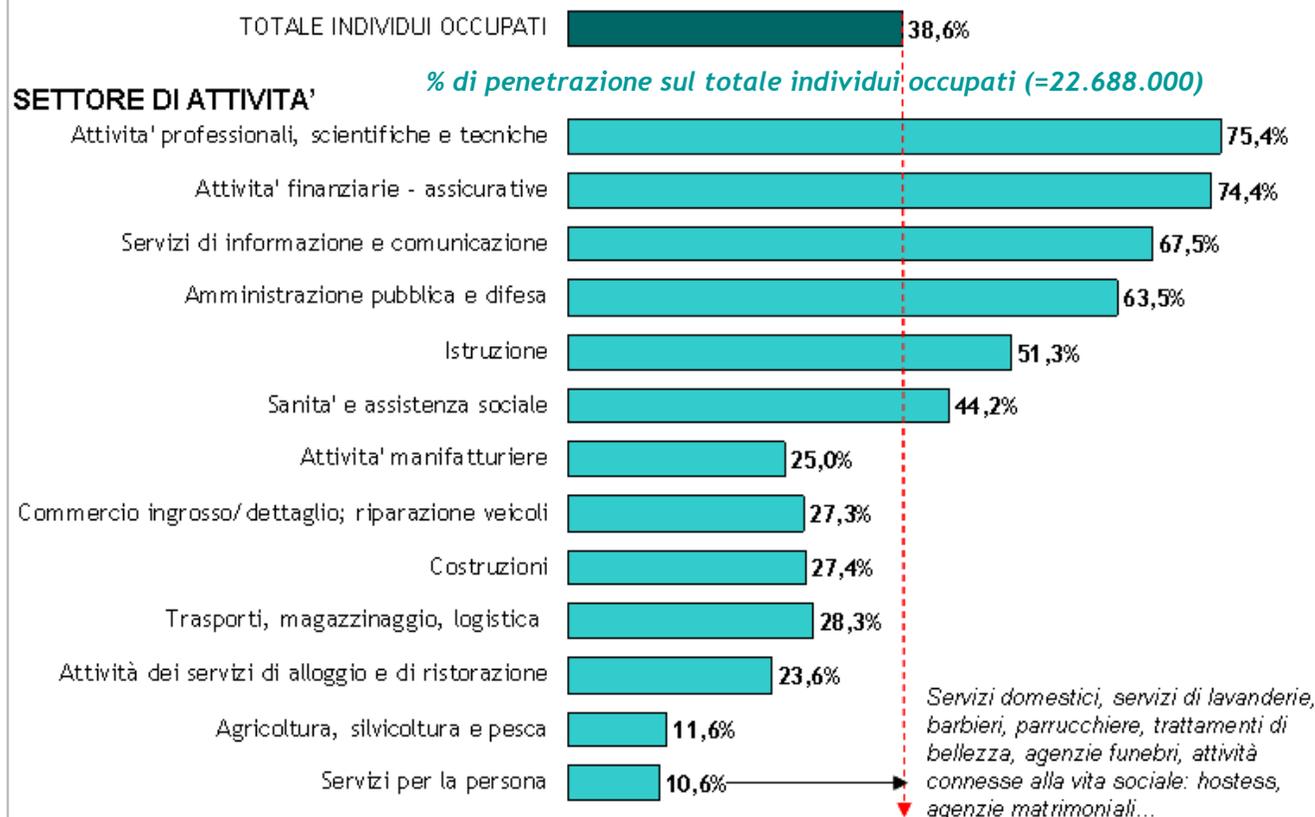
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Come si evince dall'approfondimento sul livello di istruzione e sul tipo di occupazione, internet è disponibile per il 69,5% dei laureati occupati; l'84,1% dei dirigenti, quadri o docenti universitari; il 63,2% degli imprenditori e liberi professionisti ed il 61,1% degli impiegati e insegnanti.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio

Base: totale individui occupati (N=22.688.000)

Principali evidenze



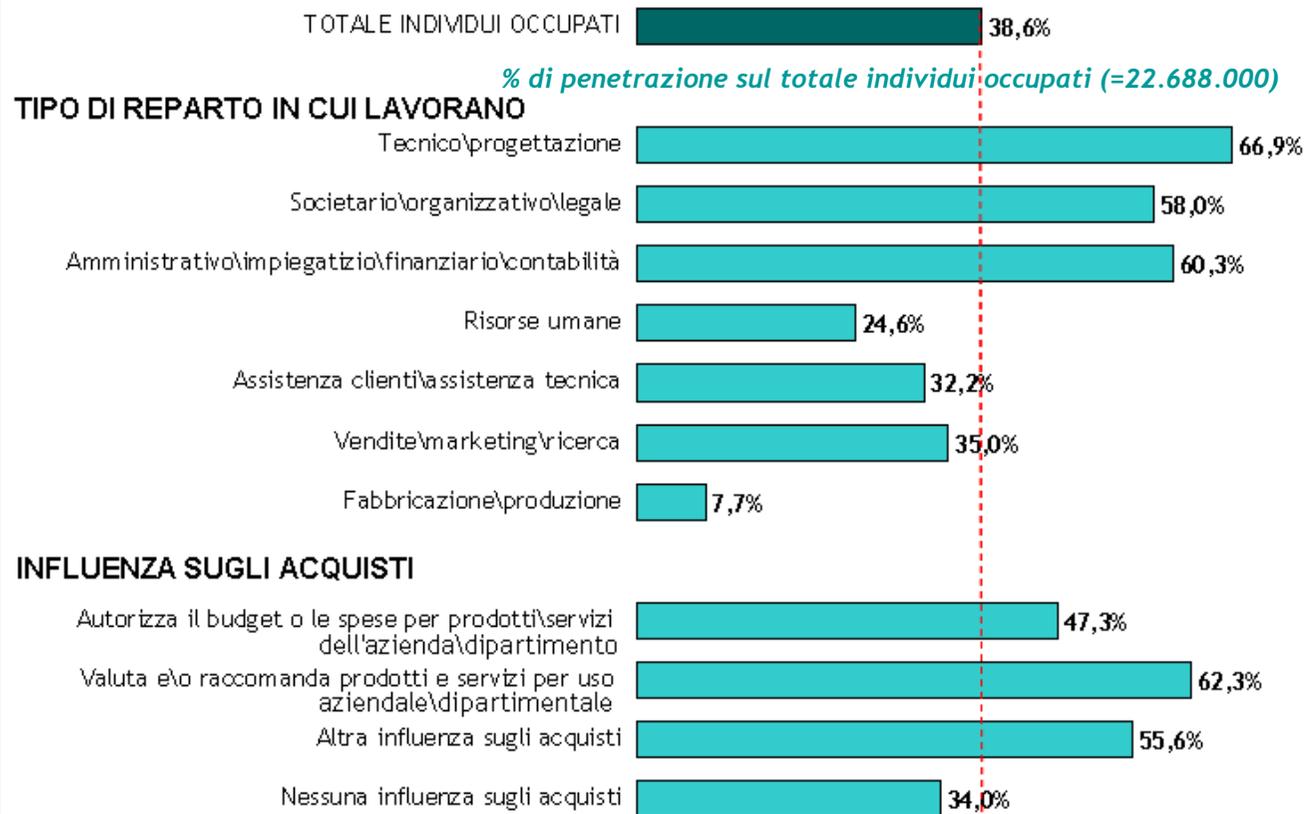
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Gli italiani occupati che dispongono di un accesso a internet da lavoro sono per lo più coloro che sono impegnati nei settori professionale/scientifico e tecnico (75,4%), finanziario-assicurativo (74,4% dei casi), nei servizi di informazione e comunicazione (67,5%) e nell'amministrazione pubblica o nella difesa (63,5%).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio

Base: totale individui occupati (=22.688.000)

Principali evidenze



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

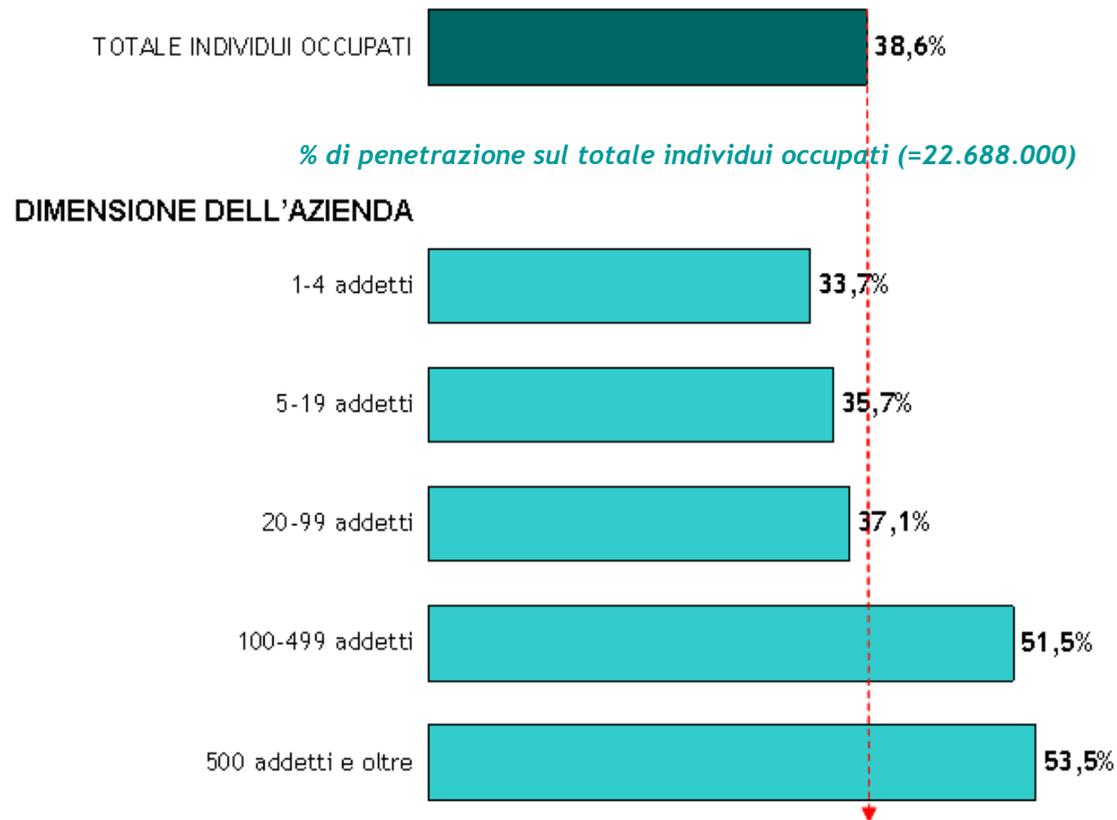
Dall'approfondimento del profilo degli occupati relativo al tipo di reparto, ha un accesso a internet da luogo di lavoro il 66,9% di coloro che sono impiegati in reparti di tipo tecnico/progettuale; il 60,3% di coloro che hanno mansioni amministrativo/impiegatizie e il 58% di coloro che lavorano in reparti di tipo societario/organizzativo/legale.

Relativamente all'influenza esercitata negli acquisti aziendali, sembrano avere maggiore possibilità di accesso a internet coloro che dichiarano di valutare o raccomandare prodotti e servizi per l'azienda o il dipartimento di riferimento (62,3% dei casi).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio

Base: totale individui occupati (=22.688.000)

Principali evidenze



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

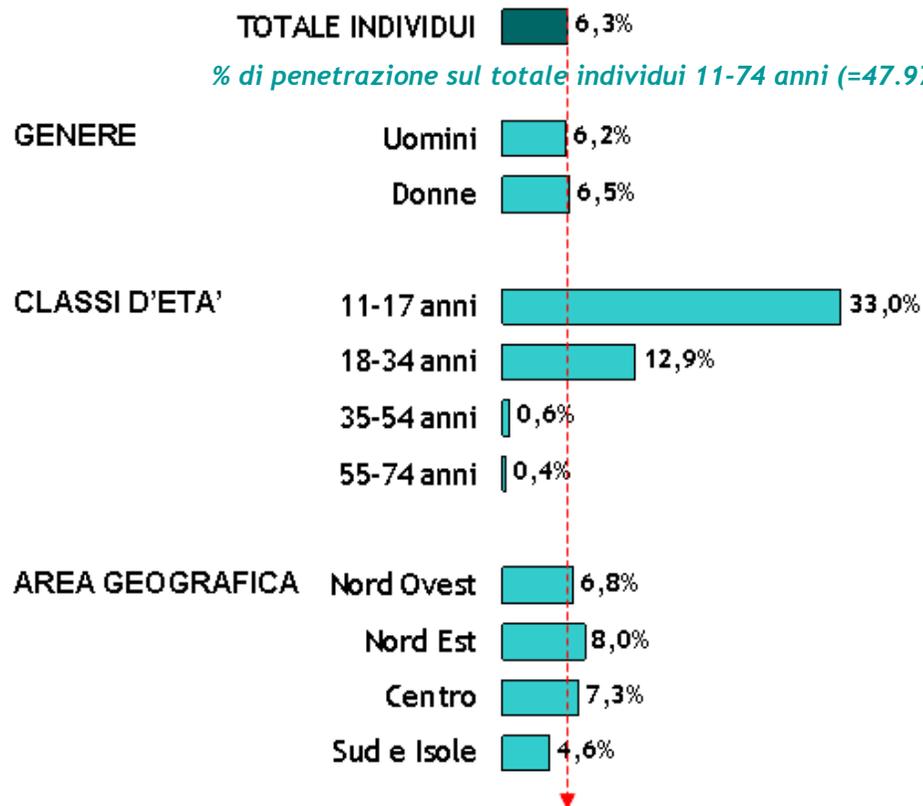
L'accesso a internet da lavoro sembra essere direttamente proporzionale alla dimensione aziendale. Gli individui occupati in aziende di grandi dimensioni hanno un maggiore accesso a internet dalla sede di lavoro.

Dichiara infatti di disporre di tale accesso il 51,5% di chi lavora in aziende dai 100 ai 499 addetti, e il 53,5% di chi lavora in aziende con almeno 500 addetti.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da luogo di studio

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



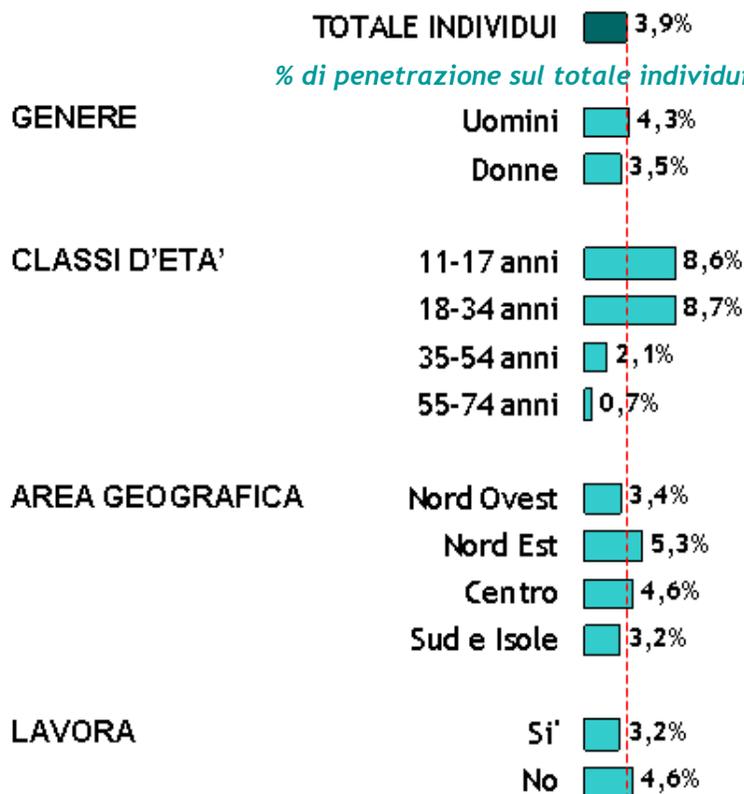
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da luogo di studio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Hanno un accesso a internet da un luogo di studio il 6,2% degli uomini ed il 6,5% delle donne, in particolare tra i giovani 11-17 anni il 33%. Territorialmente la penetrazione dell'accesso da luogo di studio raggiunge livelli più elevati nel Nord Est (8%) e più contenuti nell'area Sud e Isole (4,6%).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da altri luoghi

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



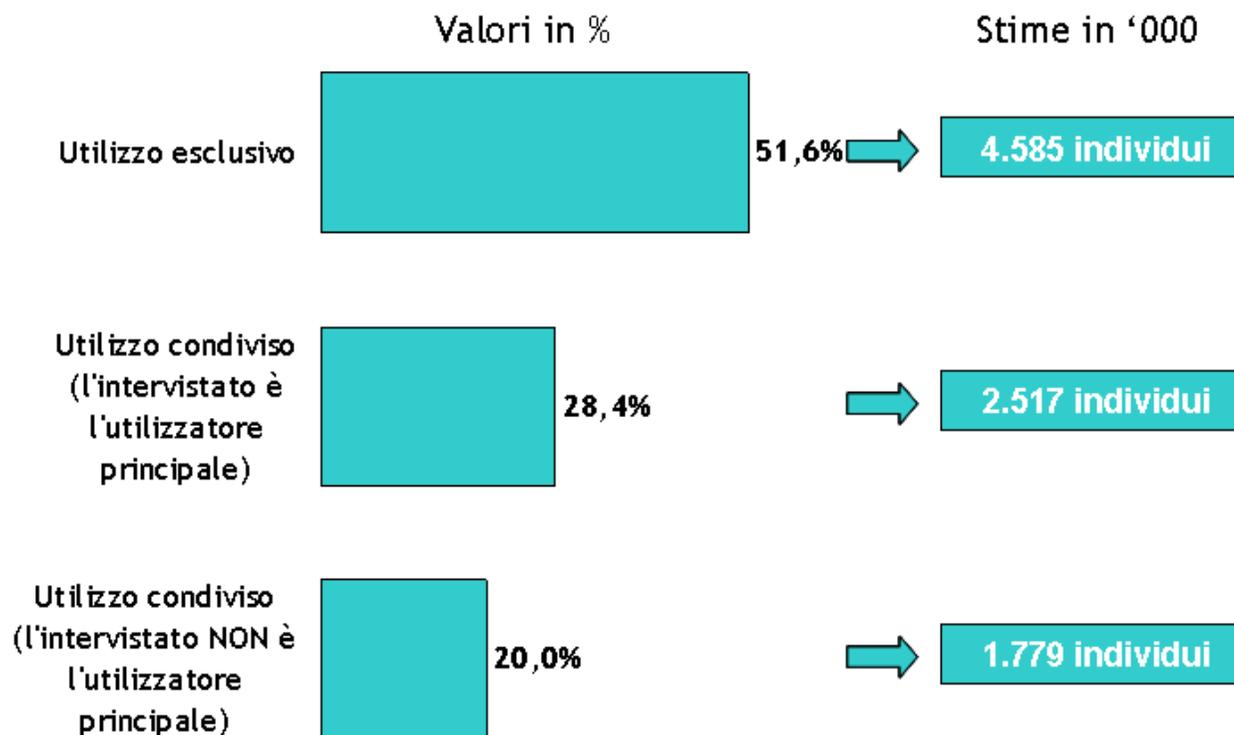
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da altri luoghi all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Dichiarano di avere un accesso a internet da altri luoghi, principalmente luoghi pubblici quali biblioteche e internet point, soprattutto i giovani tra gli 11 ed i 17 anni (8,6% dei giovani in questa fascia d'età) e tra i 18 ed i 34 anni (8,7% dei casi), di tutte le aree geografiche d'Italia con livelli di concentrazione più elevati nel Nord Est (5,3%) e più contenuti nell'area Sud e Isole (3,2%).

Utilizzo del pc da cui hanno accesso a internet dal luogo di lavoro

Base: individui che hanno accesso a internet dal luogo di lavoro (=8.881.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze



Tra coloro che hanno accesso a internet da lavoro (il 38,6% degli italiani occupati) emerge una limitata disponibilità del computer nella sede di lavoro.

Solo il 51,6% sul totale dei lavoratori che dichiarano di poter accedere dal luogo di lavoro (4,585 milioni) dispone di un computer a uso esclusivo con accesso alla rete, mentre l'altra metà può disporre di un computer condiviso, di cui può essere o meno l'utilizzatore principale.

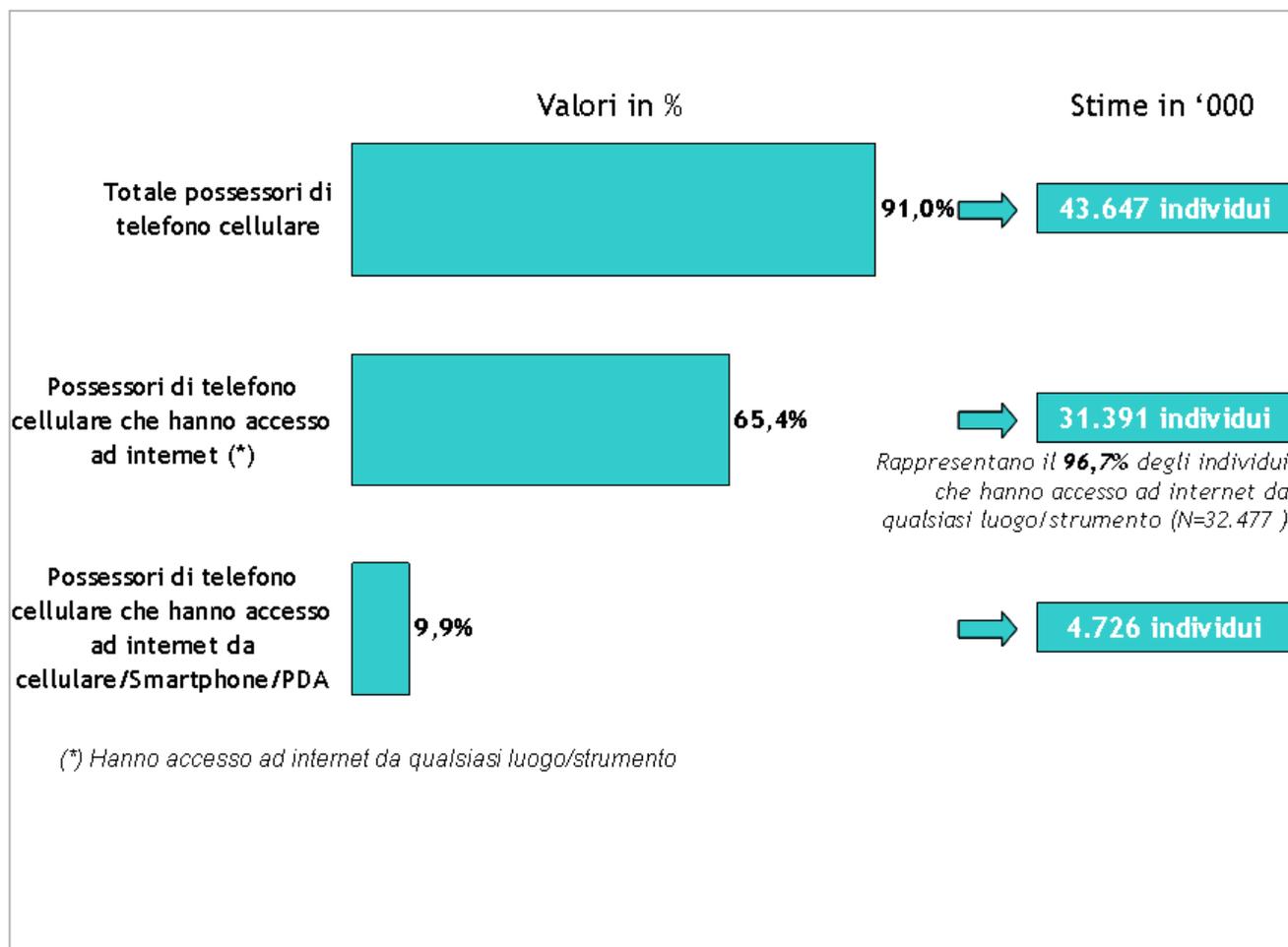
*POSSESSORI DI TELEFONO CELLULARE CHE HANNO ACCESSO A
INTERNET DA CELLULARE/SMARTPHONE/PDA*

*Caratteristiche socio-demografiche dei possessori di telefono
cellulare con accesso a internet*

Possessori di telefono cellulare e accesso a internet

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze

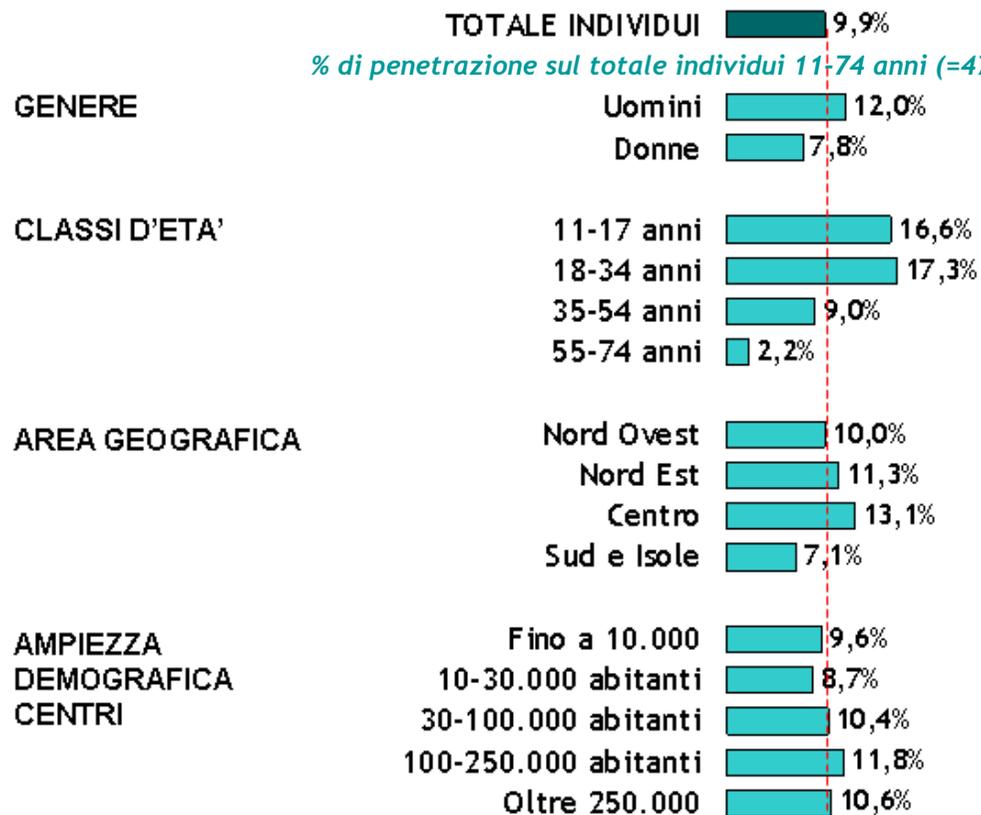


Il 91% (43,647 milioni) degli Italiani tra gli 11 e i 74 anni dichiara di possedere un telefono cellulare. Tra coloro che dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento, la penetrazione del cellulare è pari al 96,7% (31,391 milioni).
Dichiara di avere un accesso a internet da cellulare il 9,9% della popolazione in target, ovvero 4,7 milioni di Italiani tra gli 11 e i 74 anni.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da Smartphone, cellulare, PDA

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



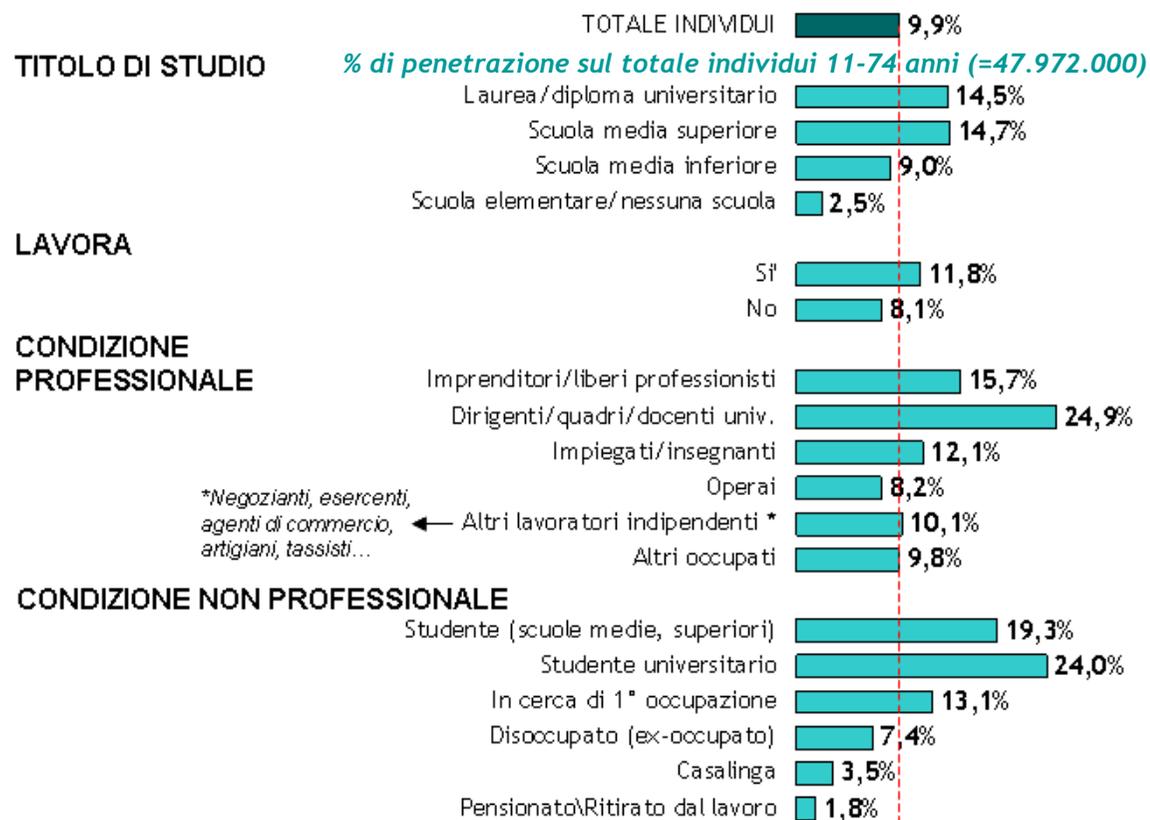
Accede a internet da cellulare, smartphone o PDA il 12% degli uomini ed il 7,8% delle donne, principalmente i giovani 11-34 anni, residenti nel Centro Italia (13,1% dei residenti in quest'area) con una concentrazione leggermente inferiore nel Nord e più contenuta nell'area Sud e Isole (7,1%).

Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da Smartphone, cellulare, PDA all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da Smartphone, cellulare, PDA

Base: totale individui 11-74 anni (=47.972.000)

Principali evidenze



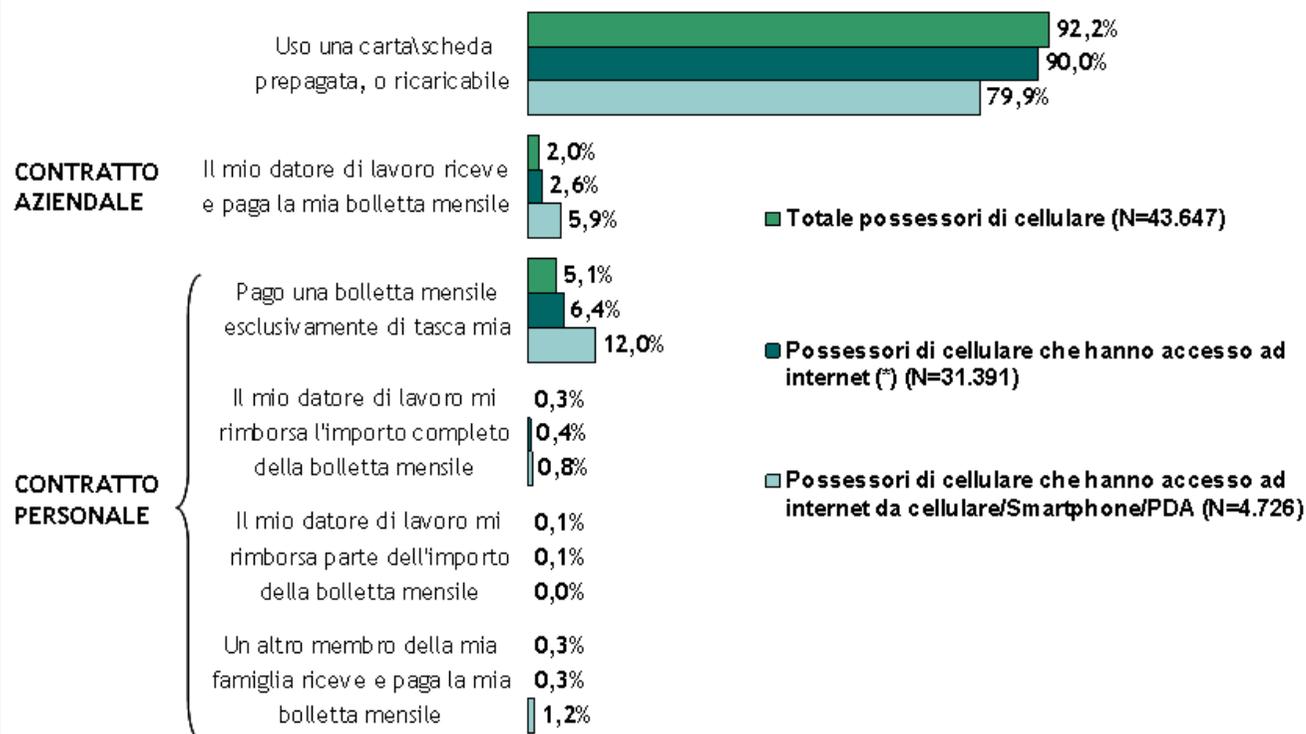
Anche in questo caso, gli individui che dichiarano di avere un accesso a internet via mobile rispondono a un profilo più elevato: il 24,9% dei dirigenti, quadri e docenti universitari, il 15,7% degli imprenditori e liberi professionisti, il 24% degli studenti universitari e il 19,3% delle scuole medie e superiori, quasi il 15% dei laureati e diplomati.

Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da Smartphone, cellulare, PDA all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile

Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo - Valori in % e in .000

Principali evidenze



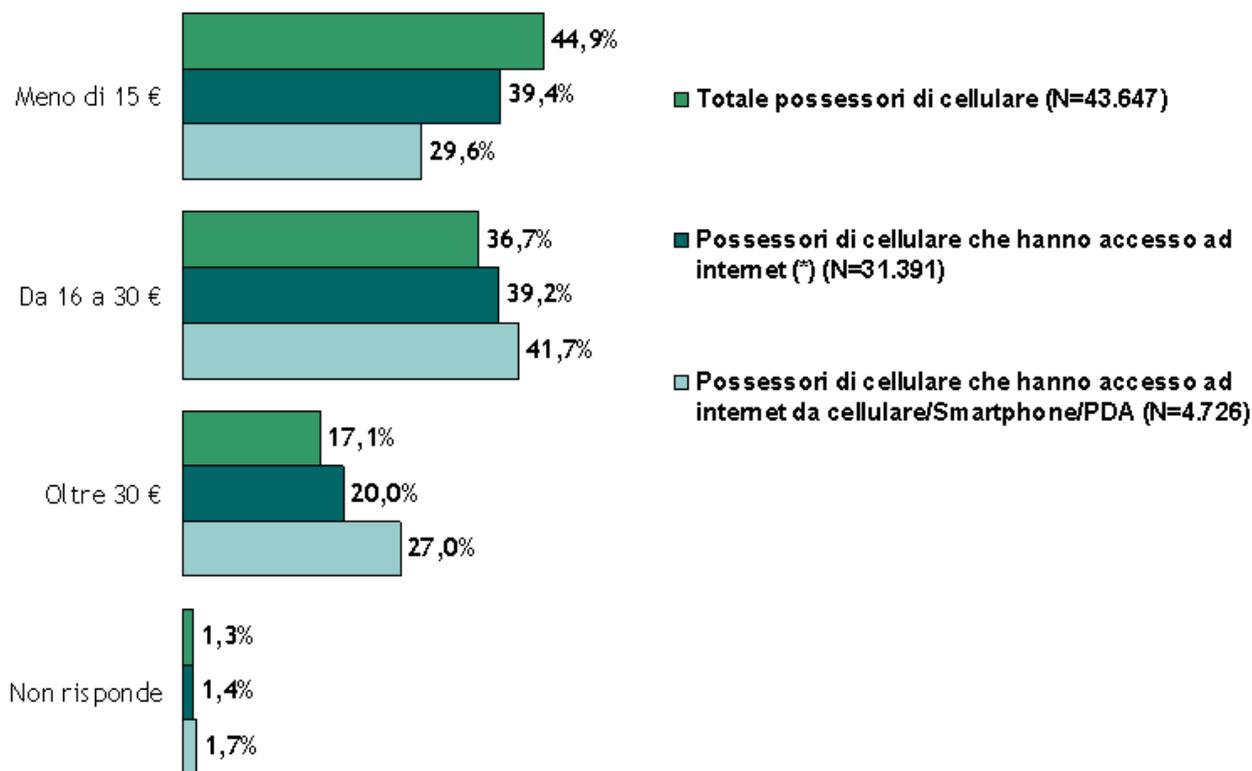
La maggior parte dei possessori di cellulare, a prescindere dalla possibilità di accedere ad internet, scelgono una carta ricaricabile come modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile.

È però da evidenziare che coloro che hanno accesso a internet in generale, e in particolare da mobile, hanno una maggiore propensione a stipulare contratti personali pagando da sé la bolletta.

(*) Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento

Spesa mensile per i servizi di telefonia mobile

Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo - Valori in % e in .000



(*) Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento

Principali evidenze

Coloro che hanno accesso a internet in generale, e in particolare da mobile, dichiarano di spendere mensilmente più di coloro che possiedono un cellulare ma non necessariamente possono accedere alla rete. Le fasce di spesa oltre i 15 Euro sono infatti indicate maggiormente da chi ha accesso a internet in generale, e in particolare da mobile.

*APPROFONDIMENTO SULLE MOTIVAZIONALI RELATIVE
ALL'USO/MANCATO USO DI INTERNET*

Uso di internet: motivazioni

Base: individui che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni (=25.563.000) - Risposte multiple

Principali evidenze

In genere per quali ragioni si connette a internet?	Valori %	Stime in '000
➤ Mi permette di acquisire informazioni su qualunque argomento	46,0%	11.759
➤ Posso usufruire di servizi a distanza, velocemente (pubblica amministrazione, università, prenotazione viaggi, ecc.)	28,1%	7.187
➤ Ci sono cose che si trovano solo su internet	25,3%	6.478
➤ Mi piace aggiornarmi in tempo reale sui principali avvenimenti di cronaca	22,7%	5.810
➤ Mi piace mettermi in contatto con molte persone in ogni parte del mondo	21,3%	5.436
➤ Mi consente di risparmiare tempo e denaro	17,4%	4.438
➤ Lo studio e il lavoro diventano più divertenti\efficaci	16,9%	4.326
➤ Mi diverto a navigare tra i siti più impensati	12,7%	3.249
➤ Mi sembra di avere il mondo a portata di mouse	12,5%	3.186
➤ Gli altri media mi interessano meno	4,4%	1.126
➤ Per raccontare qualcosa di me	3,2%	826
➤ Per giocare a essere qualcun altro	3,1%	785

Dai dati sulle motivazioni relative all'uso di internet emerge che ci si collega alla Rete perché è possibile trovare qualsiasi tipo di informazione (46%), accedere velocemente ai servizi pubblici e privati a distanza (28,1%), trovare cose disponibili solo sul Web (25,3%), essere informati in tempo reale su notizie di cronaca (22,7%), mettersi in contatto con molte persone in qualsiasi parte del mondo (21,3%), risparmiare tempo e denaro (17,4%), rendere più efficaci e divertenti il lavoro e lo studio (16,9%) e divertirsi a navigare tra i siti più impensati (12,7%).

Uso di internet: elementi di soddisfazione

Base: individui che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni (=25.563.000) - Risposte multiple

<i>Cosa la rende soddisfatto dopo essersi connesso a internet?</i>	Valori %	Stime in '000
➤ L'aver trovato quello che cercavo	55,9%	14.297
➤ L'aver trovato cose che altrove non si trovano	27,3%	6.968
➤ L'aver capito meglio gli avvenimenti a cui sono interessato	22,9%	5.852
➤ L'aver trovato notizie che non c'erano sugli altri media	21,3%	5.445
➤ L'essermi divertito	16,9%	4.310
➤ L'aver imparato a fare delle cose	13,7%	3.512
➤ L'aver fatto nuove amicizie	10,7%	2.734
➤ Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio sito	2,4%	622
➤ Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio blog	1,9%	485
➤ Mi capita raramente di sentirmi soddisfatto	3,4%	859

Principali evidenze

Tra gli elementi di soddisfazione citati da coloro che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni, emergono soprattutto l'aver trovato ciò che si cercava (55,9%), cose che non si trovano altrove (27,3%) o notizie non disponibili sugli altri media (21,3%), l'aver compreso meglio argomenti di interesse (22,9%), l'essersi divertiti (16,9%), l'aver imparato a fare cose nuove (13,7%), l'aver conosciuto nuovi amici (10,7%).

Uso di internet: elementi di insoddisfazione

Base: individui che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni (=25.563.000) - Risposte multiple

Principali evidenze

<i>Cosa la rende insoddisfatto dopo essersi connesso a internet?</i>	Valori %	Stime in '000
> La connessione lenta	35,5%	9.083
> I siti pesanti e lenti	25,3%	6.474
> Non aver trovato quello che cercavo	23,3%	5.968
> L'aver avuto problemi con il computer	17,6%	4.510
> L'aver girovagato senza trovare nulla di interessante	8,0%	2.043
> La sensazione di aver sprecato il mio denaro	1,7%	431
> Mi capita raramente di sentirmi insoddisfatto	28,2%	7.214

Tra gli elementi di insoddisfazione citati da coloro che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni, prevalgono le difficoltà di connessione (la connessione lenta per il 35,5% ed entrare in siti pesanti e lenti a caricarsi per il 25,3%), seguite dalla delusione di non aver trovato ciò che si cercava (23,3%) e dai problemi legati all'utilizzo del computer in generale (17,6%).

Uso di internet: fattori che ne aumenterebbero la frequenza di utilizzo
 individui che dichiarano di aver navigato, ma non negli ultimi 7 giorni (=2.944.000) - Risposte multiple

Principali evidenze

<i>Si connetterebbe di più a internet se</i>	Valori %	Stime in '000
➤ Non mi connetterei a internet più di quanto già faccio	31,9%	938
➤ Costasse di meno	19,4%	570
➤ Le connessioni fossero più veloci	17,2%	507
➤ Non temessi i virus informatici	11,6%	341
➤ Ci fosse qualcuno sempre in grado di aiutarmi	10,9%	322
➤ Trovassi veramente qualcosa di utile	10,0%	295
➤ Potessi farlo con il telefonino senza spendere troppo	8,4%	247
➤ Non fossi bombardato dalla pubblicità	7,6%	223
➤ I contenuti fossero più controllati\certificati	5,2%	152
➤ Non ci fosse il problema della linea telefonica occupata	4,1%	122
➤ Potessi connettermi col televisore di casa	4,1%	122
➤ Non ci fosse troppa pornografia	3,4%	100
➤ Non fossi convinto che attraverso internet mi possono spiare	2,1%	63

Chi naviga occasionalmente - ovvero coloro che dichiarano di aver navigato ma non negli ultimi 7 giorni - lo farebbe con maggiore frequenza se l'accesso a internet costasse di meno (19,4%), se la connessione fosse più veloce (17,2%) o se fosse possibile collegarsi dal telefonino senza spendere troppo (8,4%). In altri casi la frequenza di accesso sembra dipendere da una scarsa conoscenza del mezzo, infatti il 10,9% si collegherebbe con maggiore frequenza se ci fosse qualcuno ad aiutarlo, se non temesse virus informatici (11,6%), se i contenuti fossero più controllati e certificati (5,2%), se ci fosse meno pubblicità (7,6%) e se trovasse realmente qualcosa di utile (10%). Il 31,9% dei navigatori occasionali dichiara che comunque non si connetterebbe a internet più di quanto già fa.

Mancato uso di internet: motivazioni

Base: individui che dichiarano di non aver mai navigato (=21.109.000) - Risposte multiple

Principali evidenze

Quali sono le motivazioni prevalenti per cui non usa internet?	Valori %	Stime in '000
➤ Non so usare il computer	57,8%	12.206
➤ Da quanto ne ho sentito dire non mi interessa	27,8%	5.862
➤ Quello che si può fare con internet lo faccio anche senza	16,7%	3.530
➤ Richiede più conoscenze informatiche di quelle che ho	15,5%	3.266
➤ Non ho nessuno che mi aiuti	6,4%	1.356
➤ Non conosco l'inglese	4,3%	908
➤ Non è sicuro, troppe truffe	3,6%	757
➤ Dovrebbe essere facile come vedere la tv o sfogliare una rivista	3,4%	724
➤ Non è sicuro, troppi virus	1,7%	354
➤ Non è sicuro, troppa pornografia	1,2%	255

Per quanto riguarda le persone che non hanno mai navigato, tra gli elementi che disincentivano l'uso di internet emerge nella maggior parte dei casi la carenza di competenze informatiche e, in misura più contenuta, il disinteresse verso il mezzo.

In particolare vengono citati l'incapacità di usare il computer dal 57,8% degli individui che non hanno mai navigato, la mancanza di interesse (27,8%), l'opinione che ciò che si può fare con internet lo si possa fare anche senza (16,7%), la convinzione che occorran specifiche competenze informatiche (15,5%).

NOTE METODOLOGICHE

Obiettivo della Ricerca di Base Audiweb

L'Istituto Doxa svolge per conto di Audiweb la Ricerca di Base, con l'obiettivo di definire l'universo degli utenti Internet e descrivere le loro caratteristiche in termini di profilo socio-demografico e attitudinale.

Universo di riferimento e campione

La collettività a cui si fa riferimento è costituita dalla popolazione italiana adulta, così definita: *tutti i cittadini italiani di ambo i sessi, di età compresa fra gli 11 e i 74 anni compiuti che risiedono nell'intero territorio nazionale* (pari a 47.972.000 individui - Fonte: ISTAT aggiornamento dati censuari al 31/12/2008).

I campioni teorici annuali del 2009 e del 2010 sono costituiti ciascuno da **10.000** interviste, suddivise in quattro cicli trimestrali di circa **2.500** casi ciascuno.

Nel presente report sono presentati i dati cumulati dei cicli 3 e 4 del 2009 + i cicli 1 e 2 del 2010, basati su 10.056 interviste complessive. In particolare:

3[^] ciclo 2009: dal 14/09/09 al 16/10/09 (2.505 casi)

4[^] ciclo 2009: dal 26/10/09 al 01/12/09 (2.501 casi)

1[^] ciclo 2010: dal 24/02/10 al 31/03/10 (2.503 casi)

2[^] ciclo 2010: dal 29/04/10 al 31/05/10 (2.547 casi)

Metodo di rilevazione

Interviste individuali “face to face” a domicilio con tecnica CAPI di raccolta dei dati.

Fonte dei nominativi utilizzati per l’indagine

Per la selezione del campione della Ricerca di Base si è fatto ricorso alle liste elettorali istituite e gestite presso le sedi degli uffici elettorali comunali.

Per i giovani tra gli 11 ed i 17 anni sono state fissate delle regole per il loro reperimento a partire da nuclei familiari selezionati come sopra mediante estrazione di un adulto.

Piano di campionamento

Metodo del campione stratificato per caratteri geografici (aree, regioni, ampiezza dei centri e tipologia comune capoluogo/non capoluogo), proporzionale all’universo per tali caratteri, a tre stadi di selezione dell’unità di campionamento:

1° stadio: comuni;

2° stadio: unità territoriali sub-comunali PDC (Punti Di Campionamento) predefiniti, costituiti dalle sezioni elettorali;

3° stadio: nominativi estratti dalle liste elettorali.

Ponderazione dei dati raccolti

I dati presentati in questo documento sono stati ponderati. In particolare:

Per le stime degli individui tra gli 11 ed i 74 anni (= 47.972.000) è stata utilizzata una ponderazione che tiene conto della distribuzione della popolazione italiana per:

- Area geografica (*)
- Regioni (*)
- Ampiezza demografica dei centri (*)
- Genere (*)
- Età (*)
- Responsabile degli acquisti (**)
- Titolo di studio (**)
- Professione (**)

Per le stime delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (= 21.102.000) è stata utilizzata una ponderazione che tiene conto della distribuzione delle famiglie italiane per:

- Area geografica (**)
- Numero di componenti (**)
- Presenza in famiglia di componenti in diverse fasce d'età (**)

Rispetto alle edizioni precedenti del report, dalla prima edizione del 2010 è stato modificato il criterio di ponderazione dei dati. Nelle edizioni precedenti i dati cumulati erano calcolati attribuendo lo stesso peso agli ultimi 4 cicli di rilevazione (25% a ciascuno), dalla prima edizione del 2010 viene attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti (a partire dal ciclo più recente: 33% al 1° ciclo, 27% al 2° ciclo, 22% al 3° ciclo, 18% al 4° ciclo ovvero al ciclo meno recente).

(*) Fonte: ISTAT aggiornamento dati censuari al 31/12/2008

(**) Fonte: ISTAT Multiscopo 2008

Chi è 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 è un *Joint Industry Committee* guidato dal Presidente Enrico Gasperini e composta da 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**, 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**

Per maggiori informazioni visitare il sito www.audiweb.it