Audiweb Trends

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

Dati cumulati cicli 1, 2, 3, 4 del 2011
dal 4/3/11 al 11/12/11

audiweb

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

Premessa

Audiweb 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'Audiweb 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:

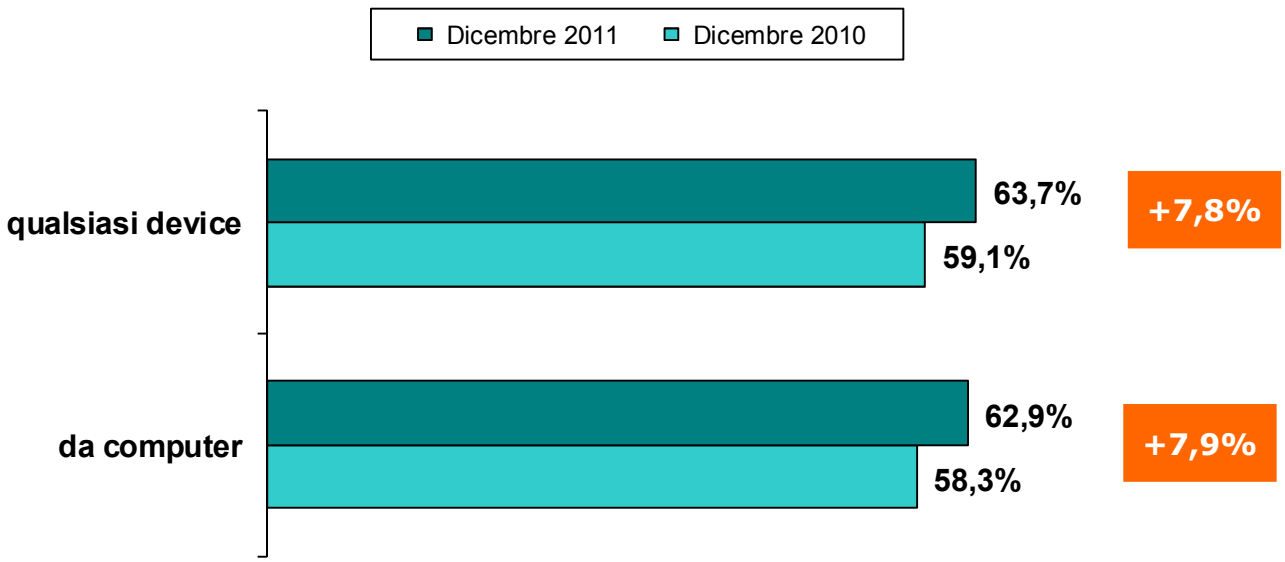
famiglie con almeno un componente fino a 74 anni;

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 (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000

Famiglie: accesso a internet da casa



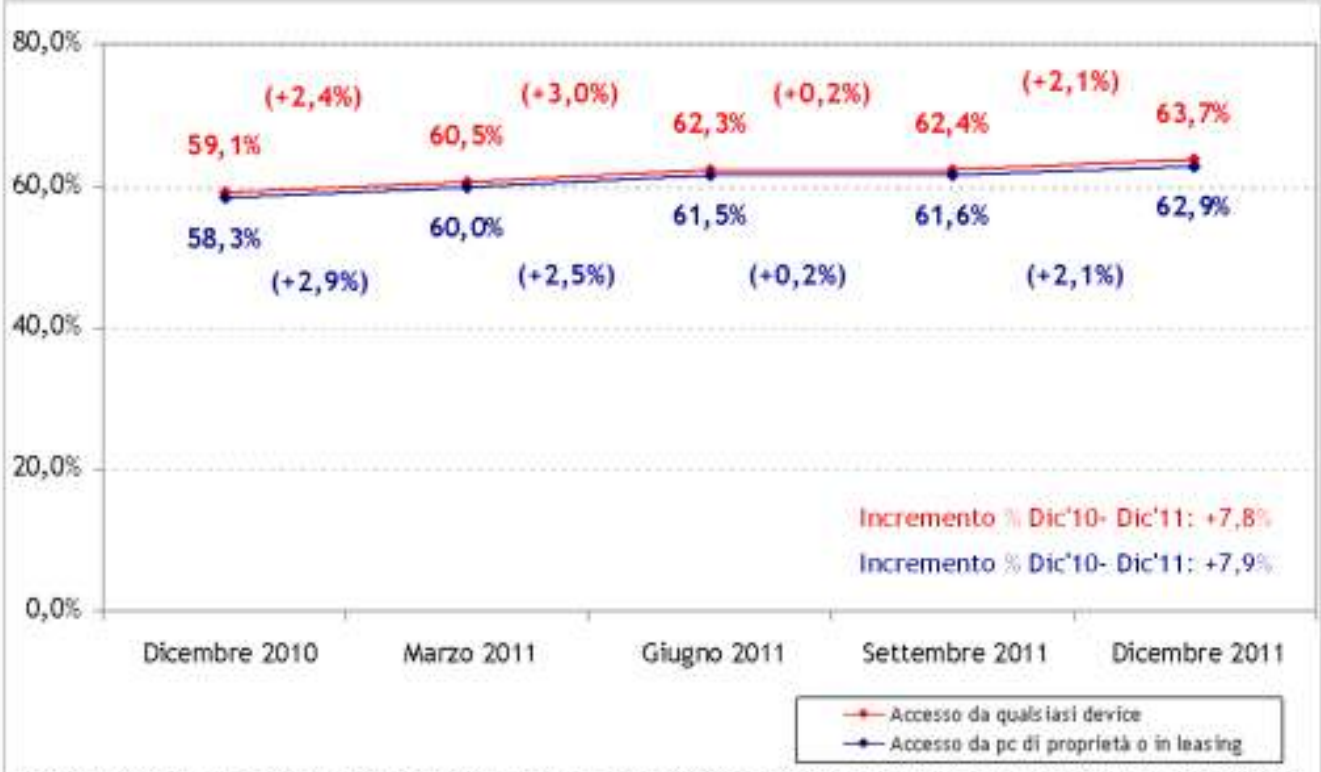
Fonte: Audiweb Trends - Diffusione dell'online in Italia

Principali evidenze

Rispetto a Dicembre dello scorso anno, l'incremento percentuale delle famiglie con accesso da almeno un device è pari a +7,8%, mentre quello da pc di proprietà risulta essere pari a +7,9%.

Accesso a internet da casa delle famiglie: analisi di trend

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000



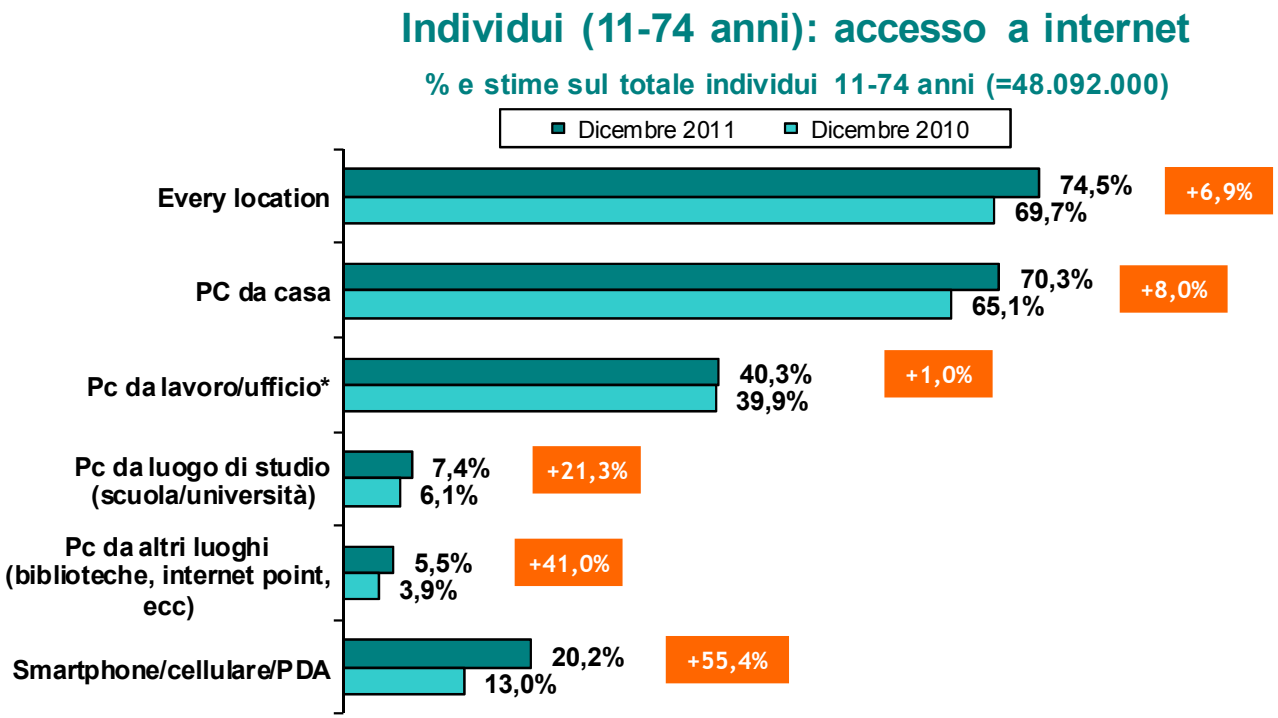
Le differenze tra l'accesso da qualsiasi device e da pc di proprietà o in leasing è dovuto alla possibilità di accedere da televisori o pc aziendali.
Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

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=48.092.000) - Valori %



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

Fonte: Audiweb Trends - Diffusione dell'online in Italia

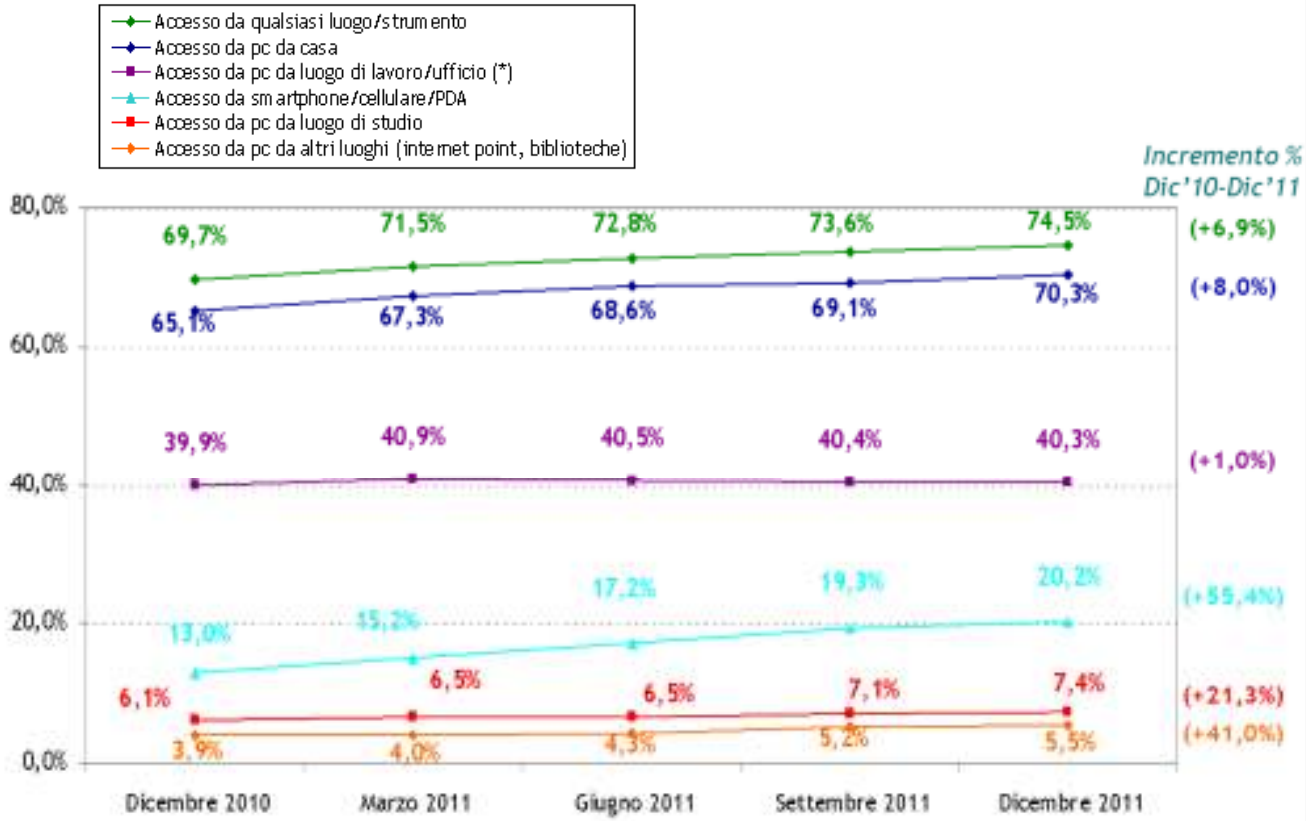
Principali evidenze

Rispetto a Dicembre dello scorso anno, l'incremento percentuale degli individui con accesso da pc da casa è pari a +8%; quello da mobile è l'incremento più alto, pari a +55,4%; infine l'accesso da almeno un luogo/strumento risulta essere pari a + 6,9%.

In crescita anche l'accesso da altri luoghi come biblioteche/internet point (+41%) e l'accesso da luogo di studio (+21,3%).

Accesso a internet degli individui: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000) – Valori %



(*) Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.
Il dato di Dicembre 2011 include anche gli individui che hanno accesso da tablet.

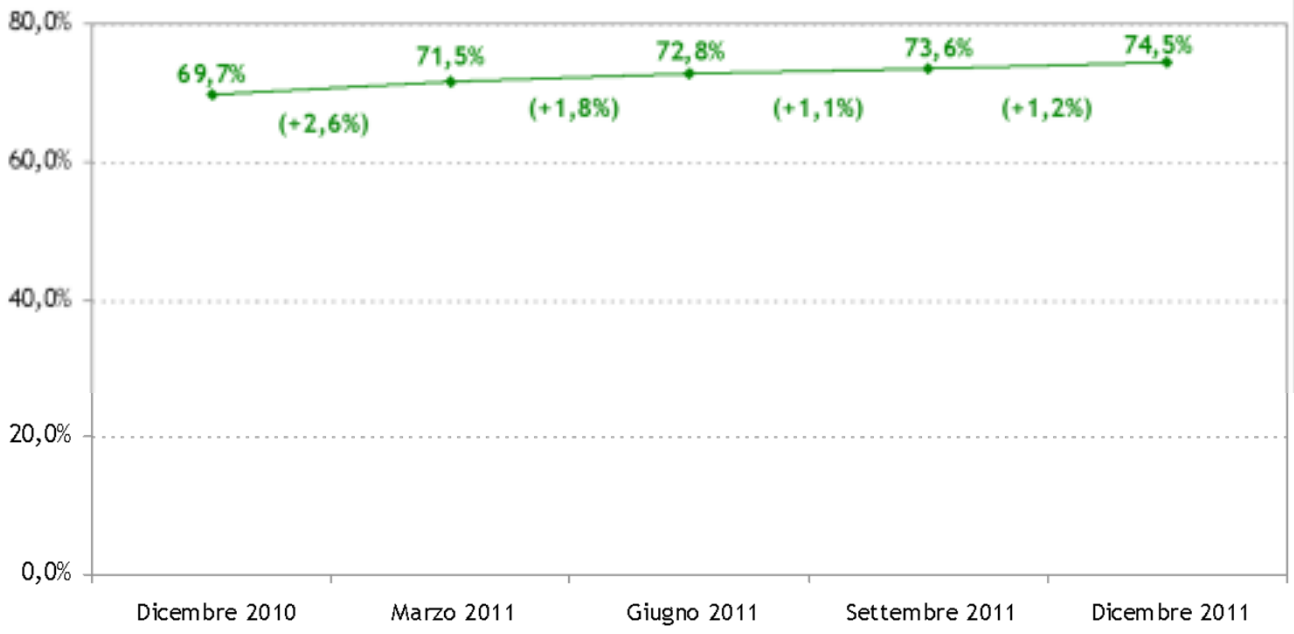
Principali evidenze

Analizzando in trend i principali indicatori sull'accesso a internet degli individui, si riscontra una crescita costante di tutte le situazioni di accesso alla rete.

Di conseguenza si assiste ad un incremento anche dell'accesso da almeno un luogo/strumento (ovvero chi dichiara di accedere attraverso pc da almeno una delle location considerate o da mobile) che registra un +6,9% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

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

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000) – Valori %



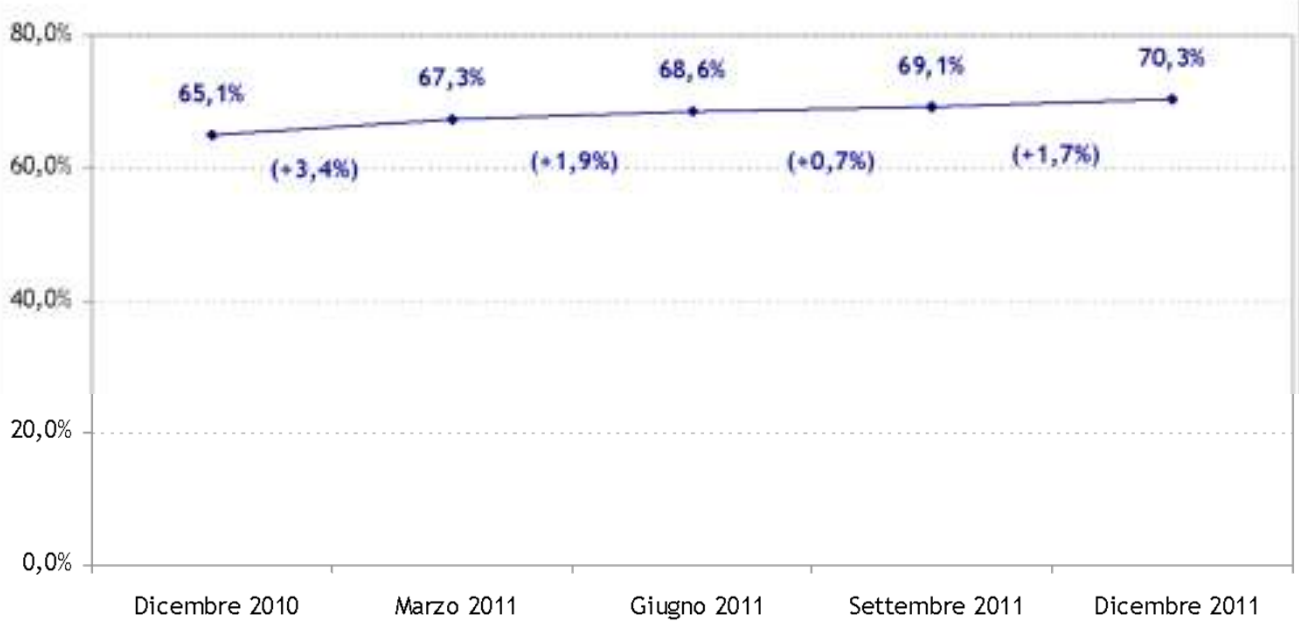
Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.
Il dato di Dicembre 2011 include anche gli individui che hanno accesso da tablet.

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 (=48.092.000) – Valori %



Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

Principali evidenze

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

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

Base: totale individui occupati (=22.398.000) – Valori %

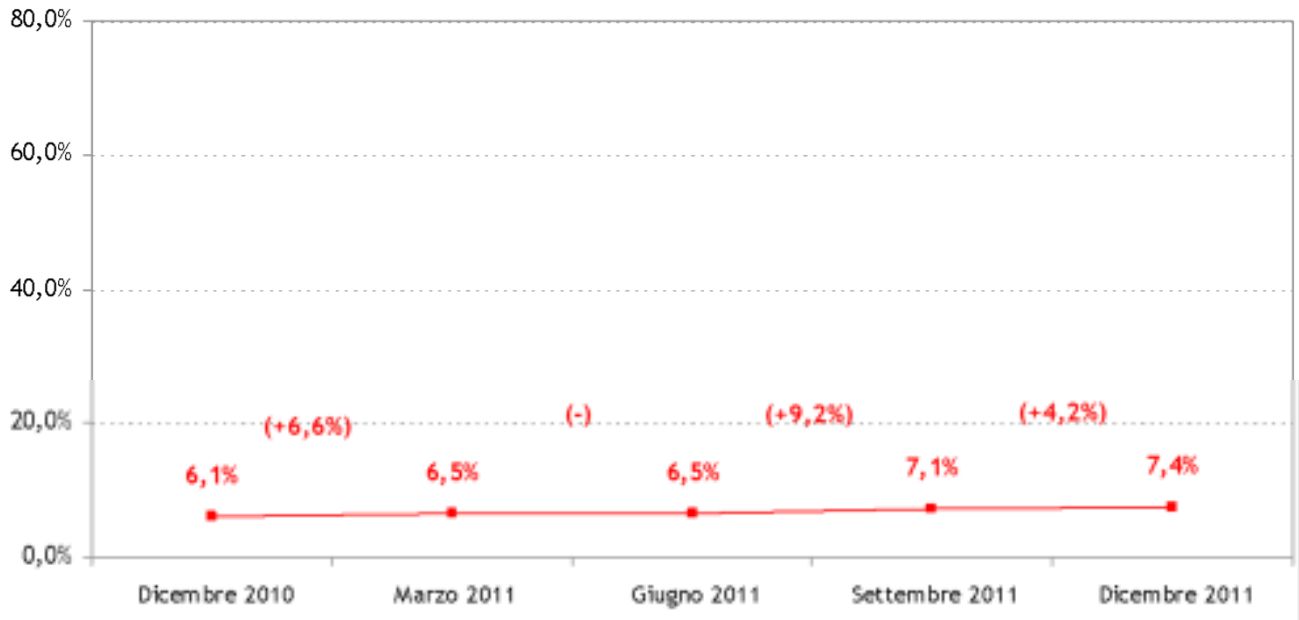
Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati (N=22.398.000)
Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

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 (=48.092.000) – Valori %



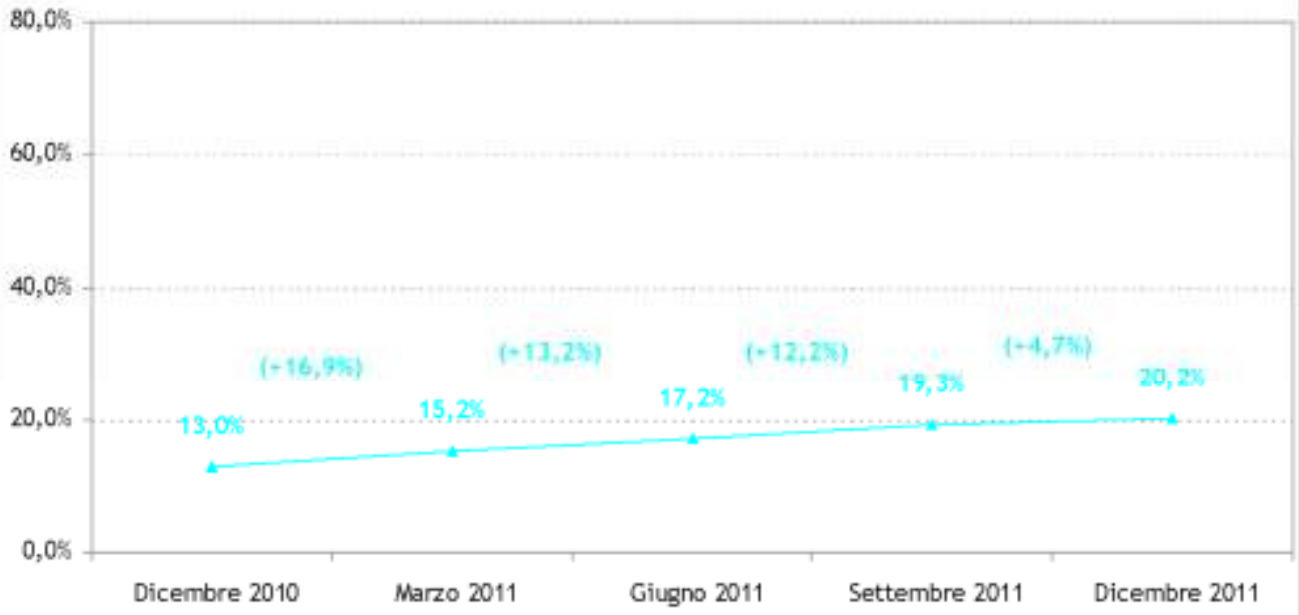
Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

Principali evidenze

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

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

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000) – Valori %



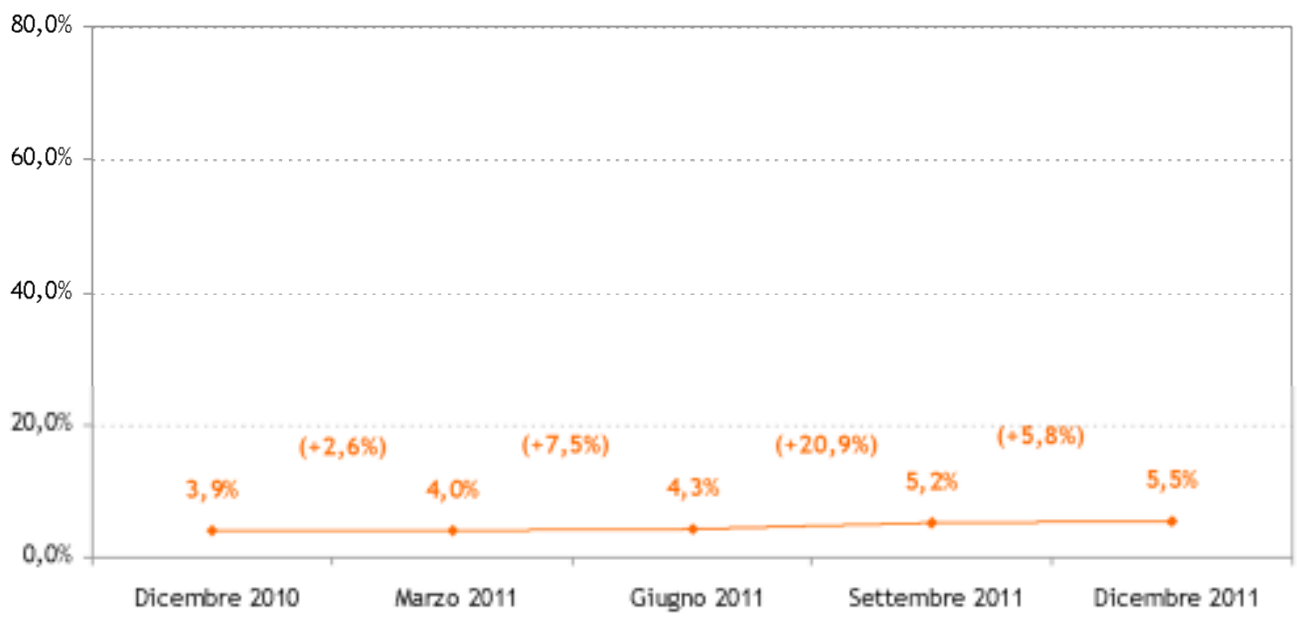
Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

Principali evidenze

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

Accesso a internet da pc da altri luoghi (internet point, biblioteche):

analisi di trend - Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000) – Valori %



Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto al cumulato precedente.
I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. *Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si* riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

Principali evidenze

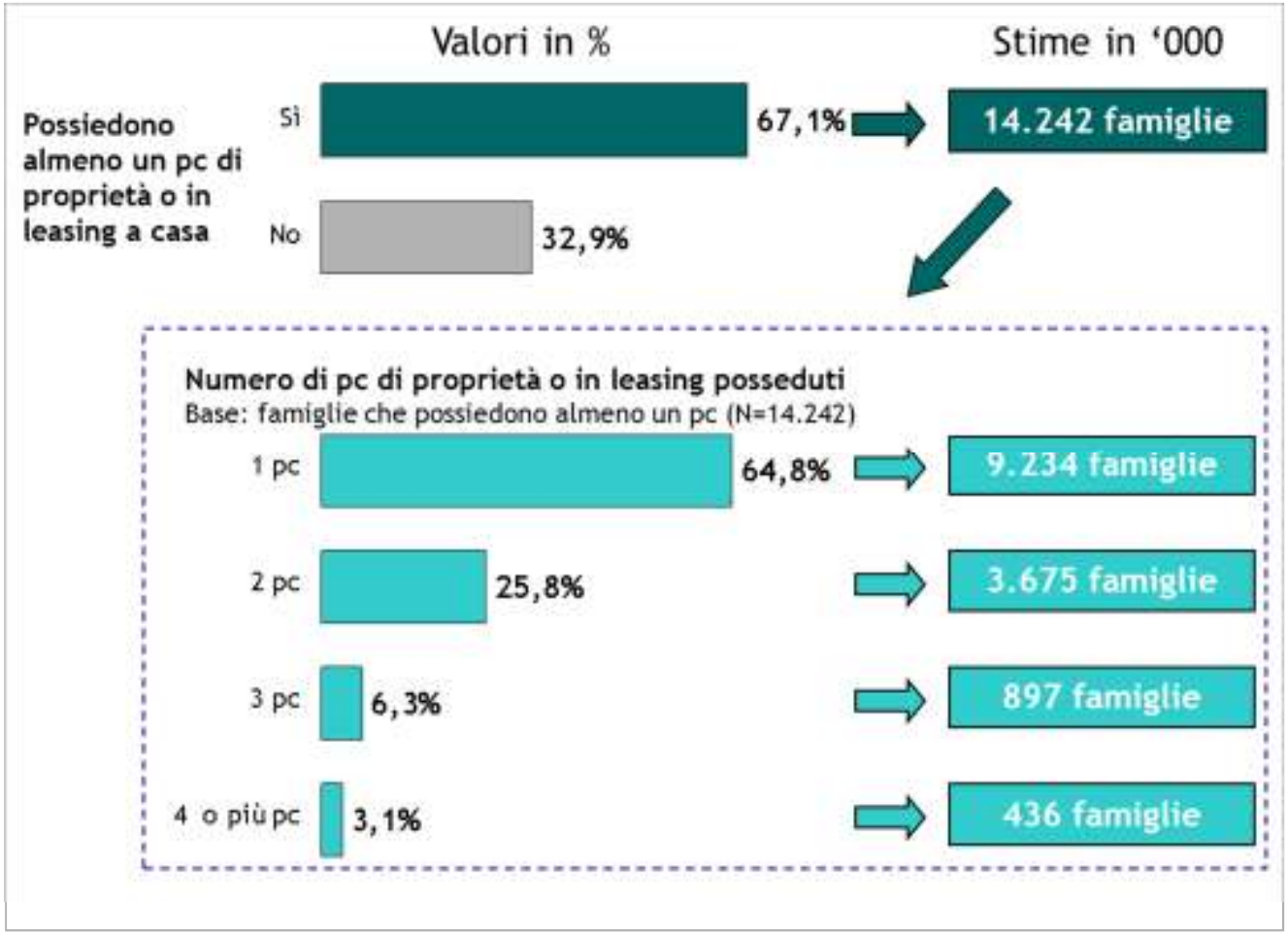
Analizzando in trend l'accesso a internet degli individui da pc da altri luoghi (come internet point e biblioteche) si rileva un andamento crescente del fenomeno.

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 (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000

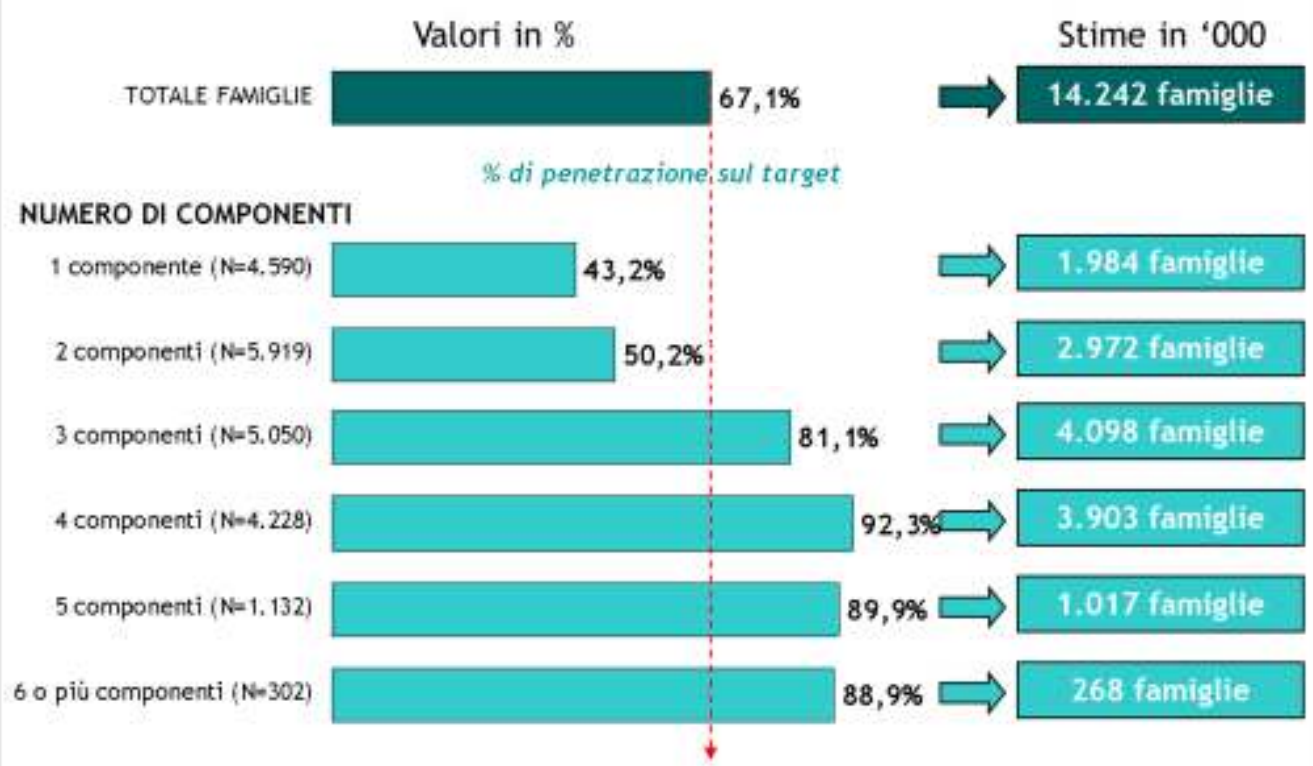


Principali evidenze

In Italia circa i due terzi delle famiglie possiedono un computer di proprietà o in leasing, il 67,1% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (14,242 milioni) e, tra queste, il 35,2% (5 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 (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000



Il grafico rappresenta la quota di famiglie che possiede almeno un pc di proprietà o in leasing a casa 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.

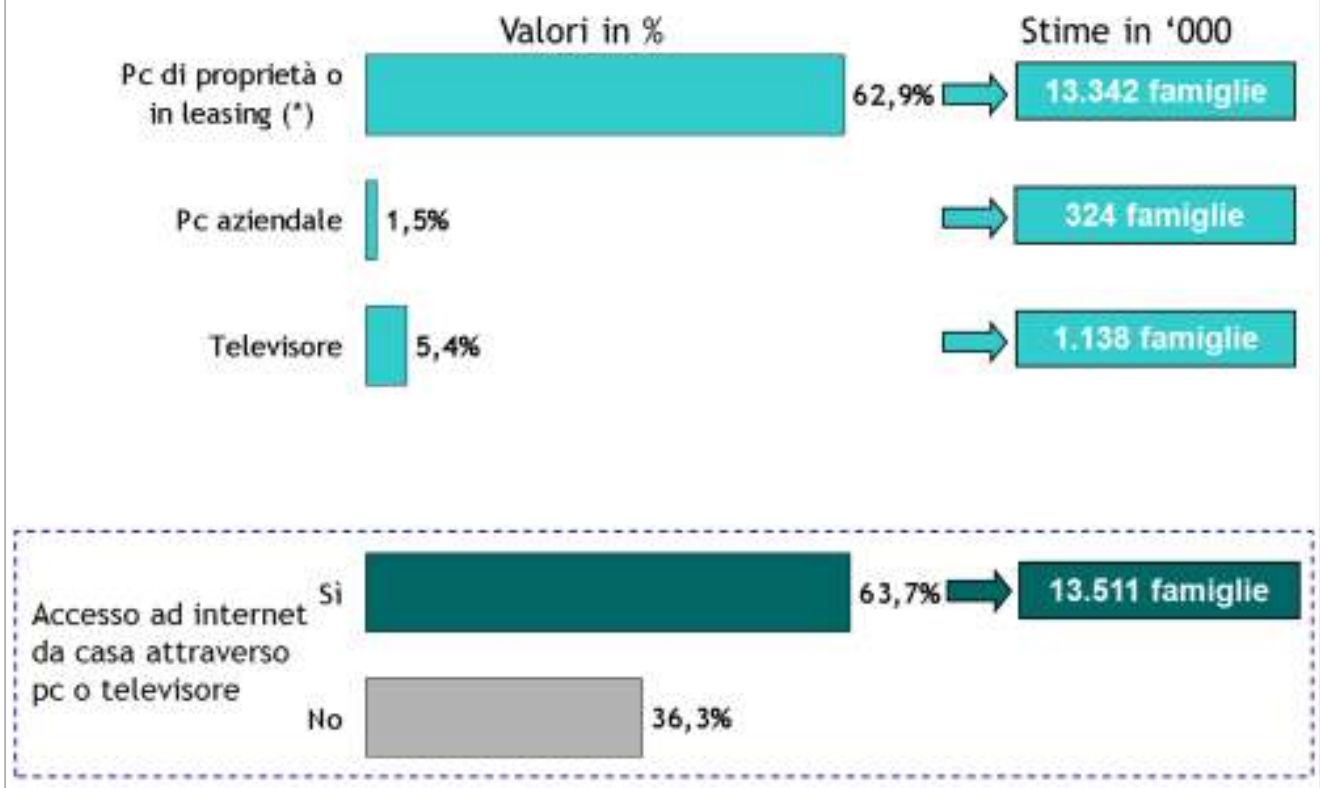
Principali evidenze

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 al 90% 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 (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000



(*) Mediamente 1,5 pc con accesso a internet per famiglia.

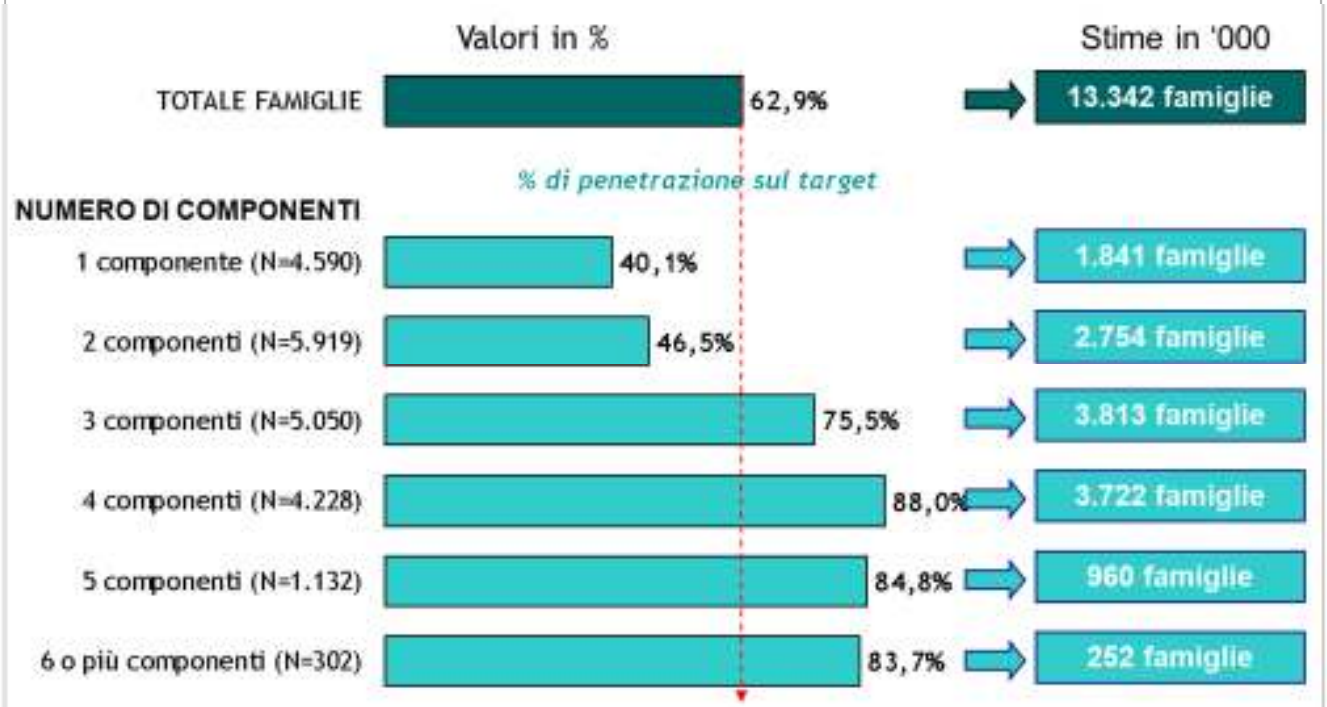
Principali evidenze

Il 63,7% delle famiglie italiane con almeno un componente fino a 74 anni (13,511 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 62,9% delle famiglie dichiara di poter accedere alla Rete da computer di proprietà o in leasing, l'1,5% da computer aziendale e il 5,4% 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 (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000



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.

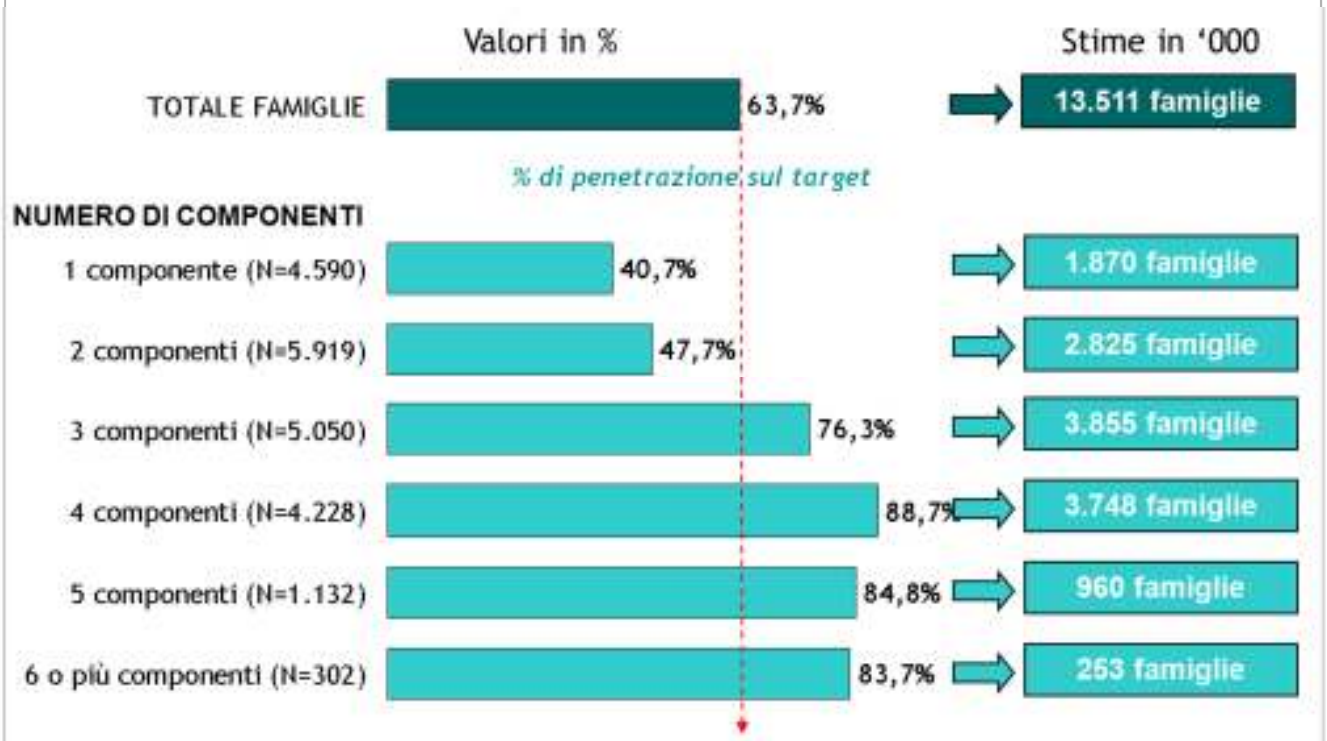
Principali evidenze

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.

Il tasso di penetrazione più elevato si riscontra per le famiglie di quattro componenti (88%).

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

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=21.221.000) – Valori % e Stime in '000



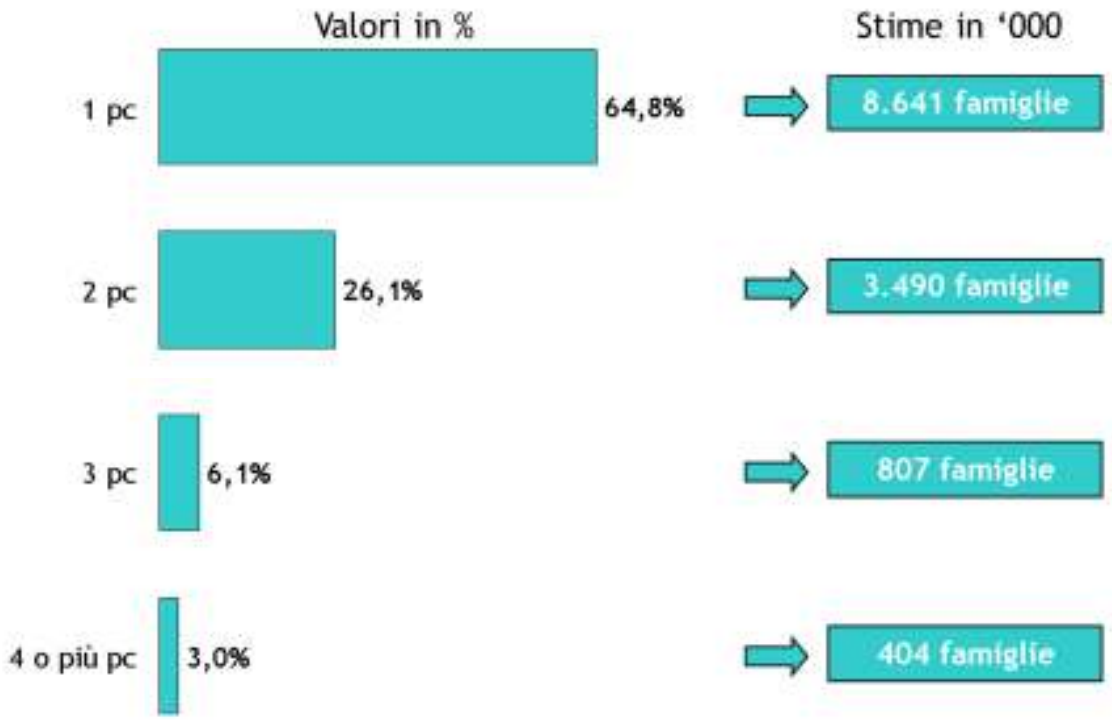
Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

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 (mediamente l'87,6% dei casi), a fronte di una media del 63,7% 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 (=13.342.000)



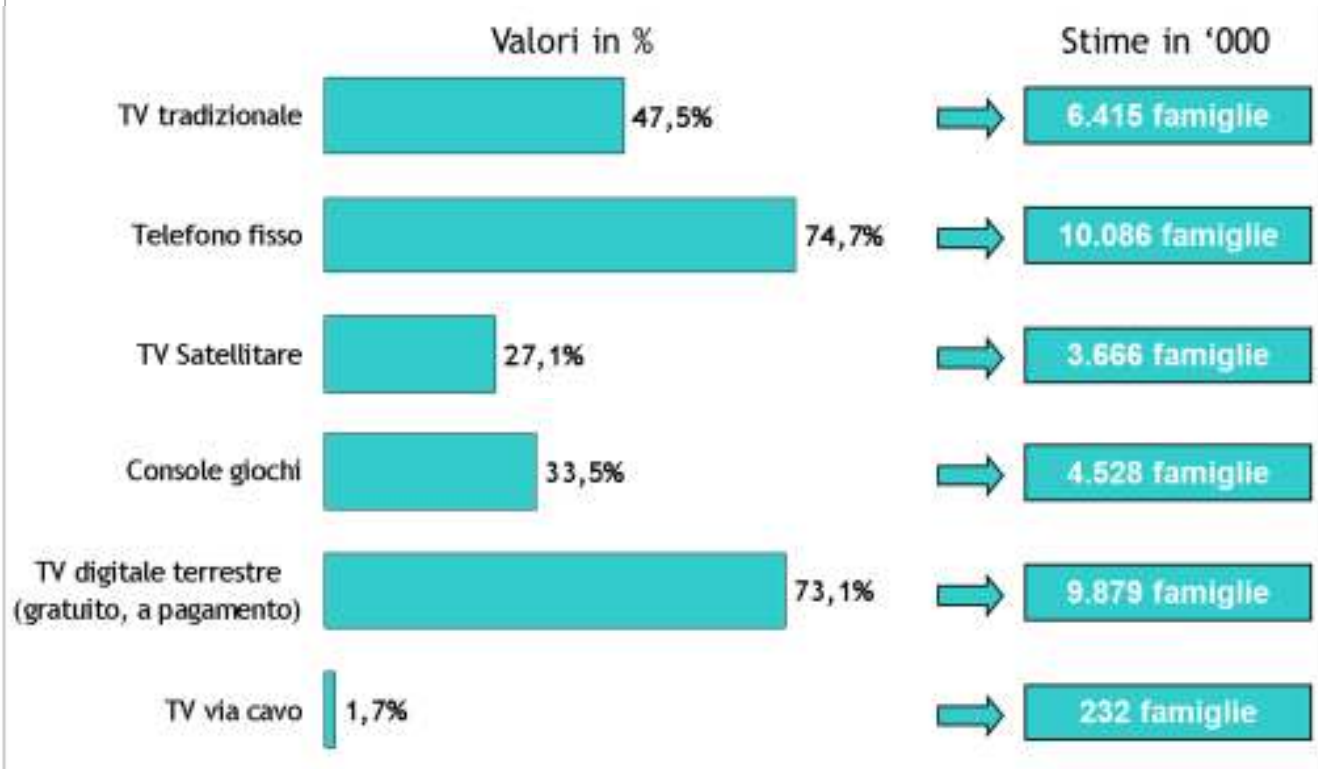
Principali evidenze

Analizzando il numero di computer di proprietà attraverso cui le famiglie possono accedere da casa, emerge che il 64,8% delle famiglie con accesso a internet dichiara di poter accedere alla rete da un solo computer.

Sono invece 4,7 milioni le famiglie che hanno la possibilità di accedere da due o più computer, rappresentando circa un terzo del totale famiglie con accesso a internet .

Dotazioni tecnologiche dell'abitazione

% e stime sul n° di famiglie con almeno un componente fino a 74 anni con accesso da qualsiasi device (=13.511.000)

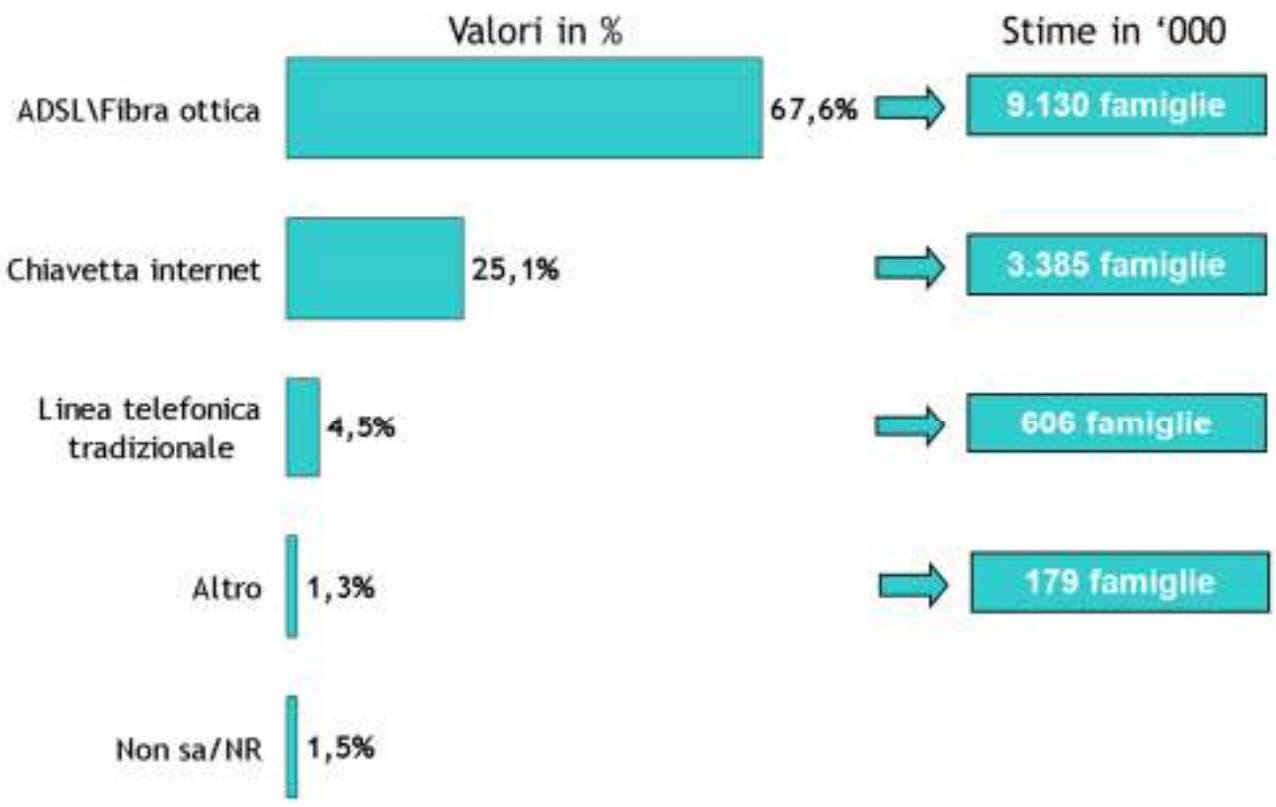


Principali evidenze

Analizzando nel dettaglio le dotazioni tecnologiche delle famiglie con accesso a internet, risulta che il 47,5% (6,415 milioni) dispone anche di TV tradizionale, il 74,7% (10,086 milioni) di un telefono fisso, il 73,1% (9,879 milioni) di TV Digitale Terrestre, il 33,5% (4,528 milioni) di una console giochi e il 27,1% (3,666 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 (=13.511.000)

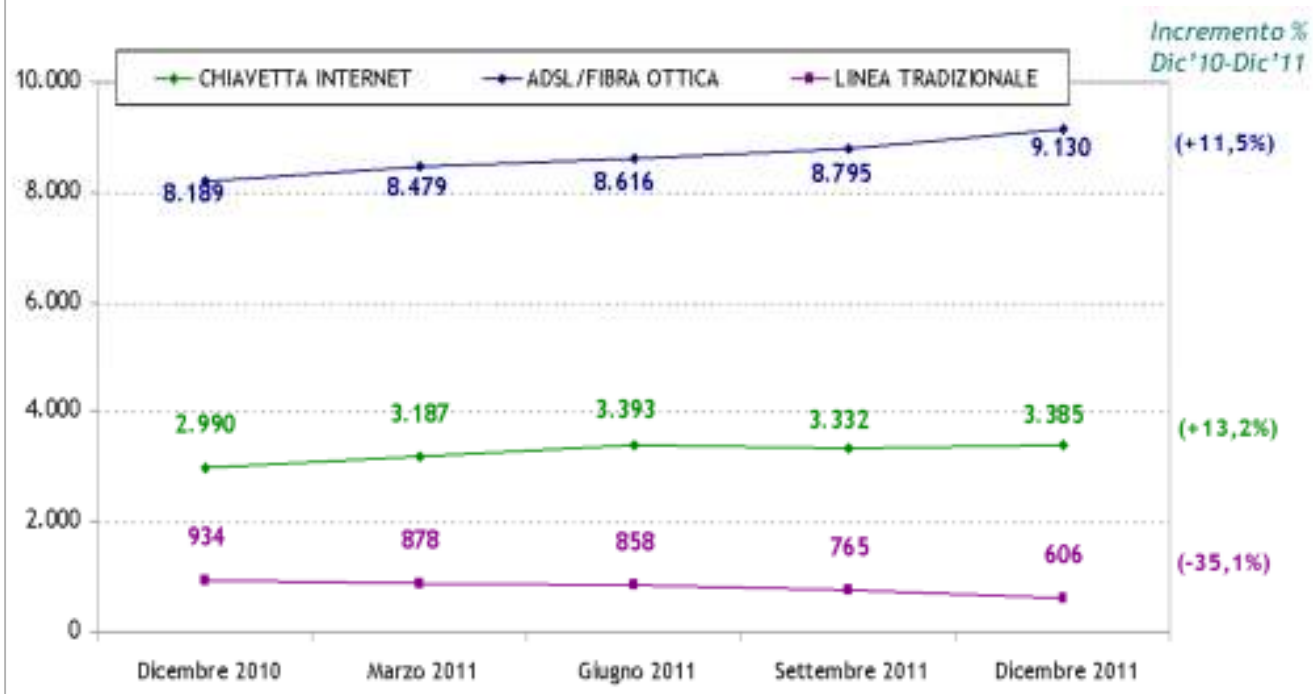


Principali evidenze

La maggior parte delle famiglie che dichiarano di avere un accesso a internet da casa, dispone di un collegamento veloce via ADSL/fibra ottica (67,6% dei casi). La Banda Larga infatti risulta essere nelle case di 9,130 milioni di famiglie italiane.
Rilevante anche l'accesso attraverso le chiavette internet, in crescita nell'ultimo anno, (25,1% dei casi corrispondente a 3,385 milioni di famiglie italiane).

Principale tipologia di connessione da casa delle famiglie: analisi di trend

Base: famiglie con accesso ad internet attraverso qualsiasi device – Stime in '000



I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2010 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2010.

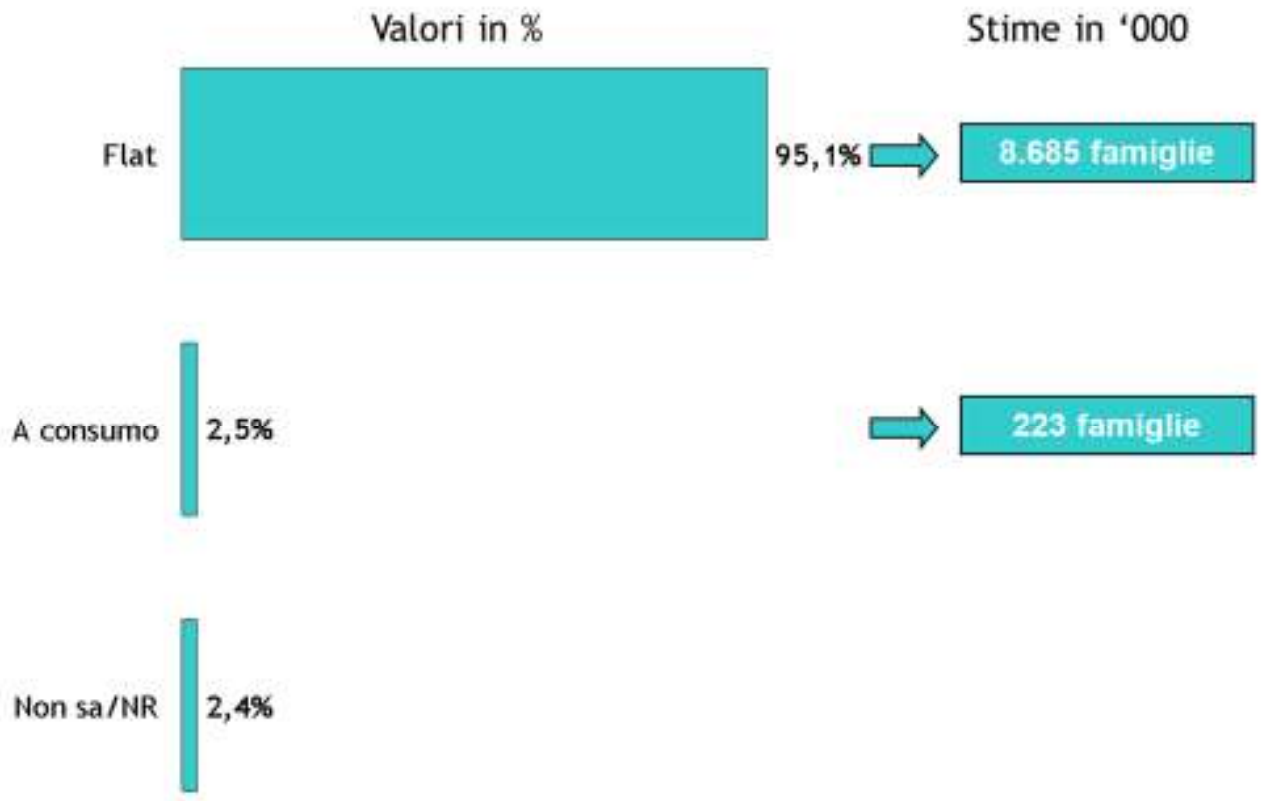
Per maggiore chiarezza i dati sono presentati in valori assoluti e non in valori percentuali, poiché la base di famiglie con accesso ad internet attraverso qualsiasi device non rimane costante, ma aumenta di trimestre in trimestre.

Principali evidenze

Analizzando in trend le principali tipologie di connessione ad internet da casa delle famiglie, si riscontra una crescita sia dell'ADSL/Fibra ottica che delle chiavette internet rispetto a Dicembre dello scorso anno. In particolare, per queste ultime, si assiste ad un incremento percentuale pari a +13,2%.

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 (=9.130.000)



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 (95,1% dei casi, corrispondente a 8,685 milioni di famiglie italiane). Solo il 2,5% delle famiglie dichiara di aver scelto una modalità a consumo.

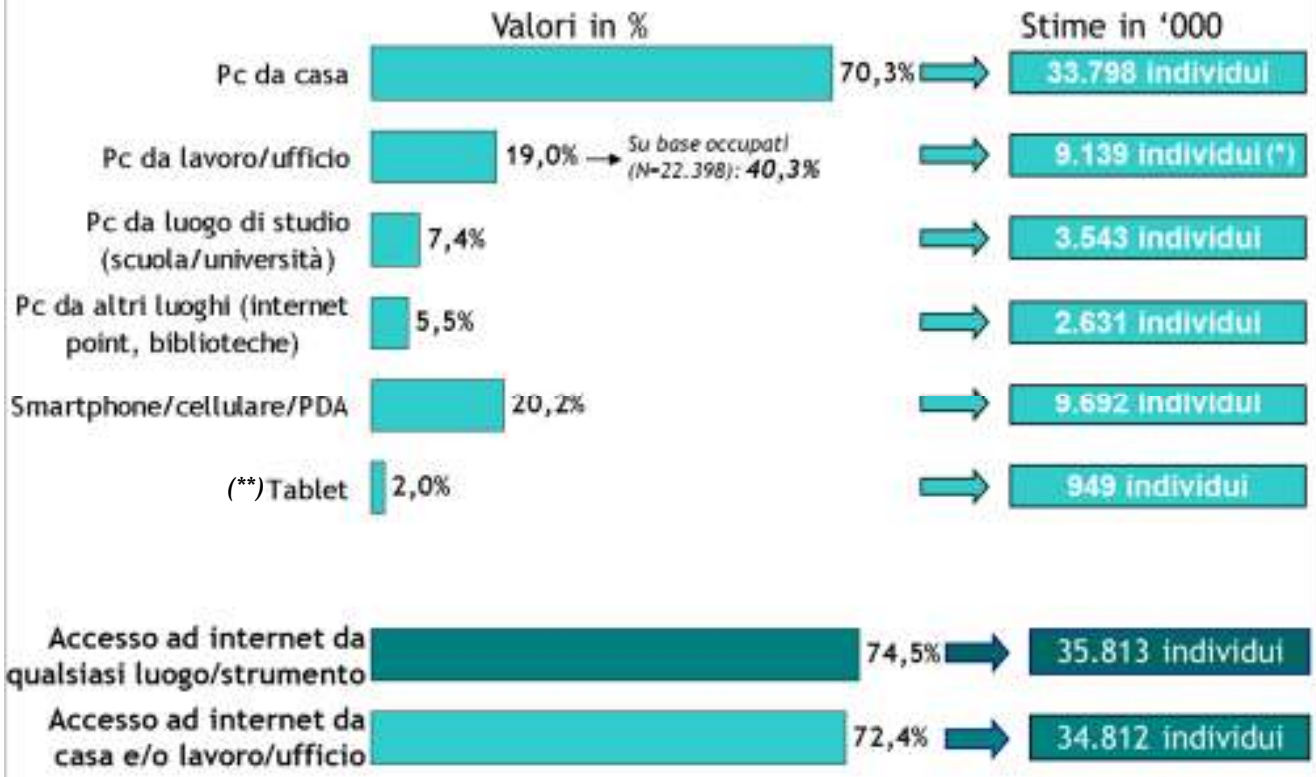
INDIVIDUI 11-74 ANNI:

modalità di accesso a internet e

caratteristiche socio-demografiche

Accesso ad internet: luoghi e strumenti

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000) – Valori % e Stime in '000



(*) Il dato include anche una quota minima (1,2%) di non occupati, es. pensionati che continuano a svolgere un'attività lavorativa.

(**) Il dato di accesso ad internet degli individui attraverso Tablet viene rilevato dal 1° ciclo del 2011.

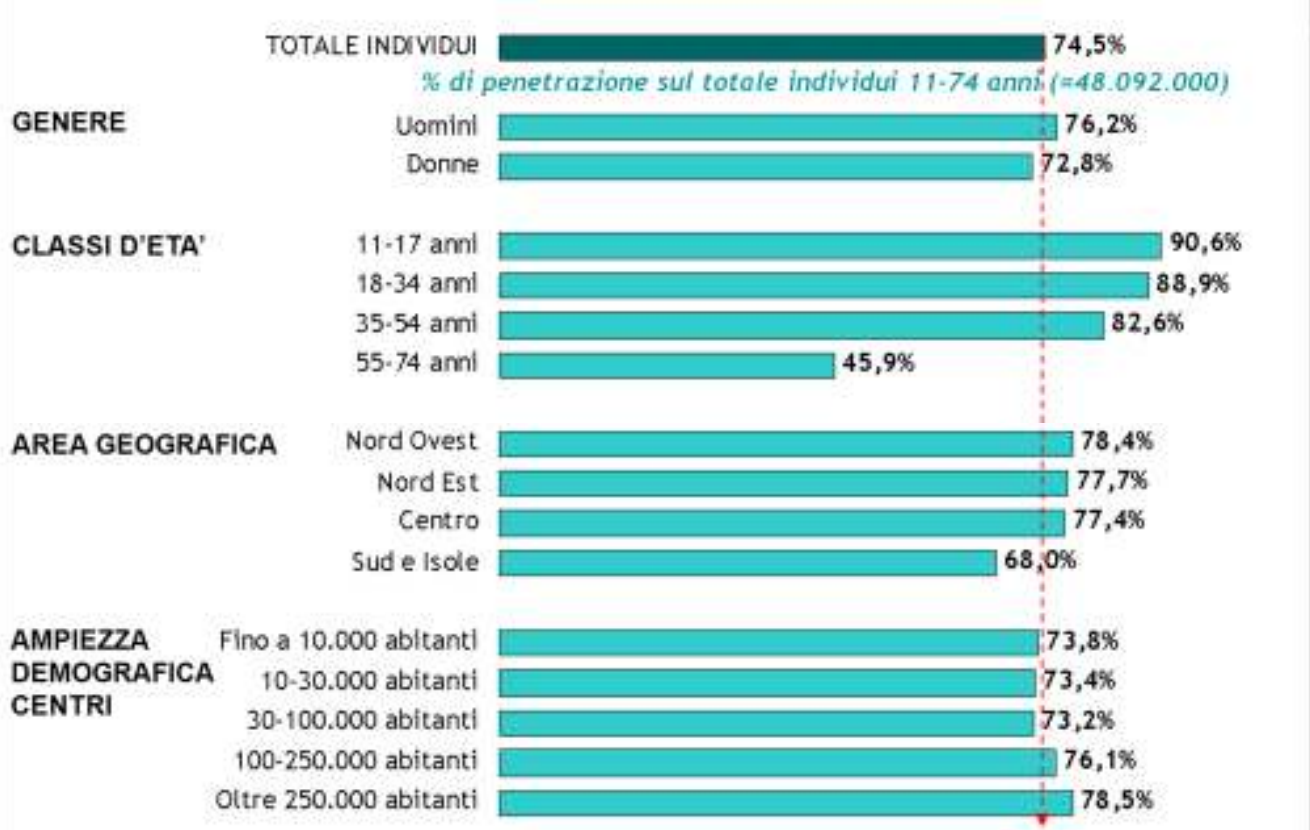
Principali evidenze

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 35,813 milioni, pari al 74,5% 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 70,3% dei casi (33,798 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 40,3% degli italiani occupati (9,139 milioni di italiani complessivamente), da luogo di studio nel 7,4% dei casi (3,543 milioni) e da altri luoghi (internet point, biblioteche, ecc) nel 5,5% dei casi (2,631 milioni). L'accesso a internet da cellulare/ smartphone è disponibile nel 20,2% dei casi (9,692 milioni), mentre quello da tablet è disponibile nel 2% dei casi (949 mila individui).

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

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



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.

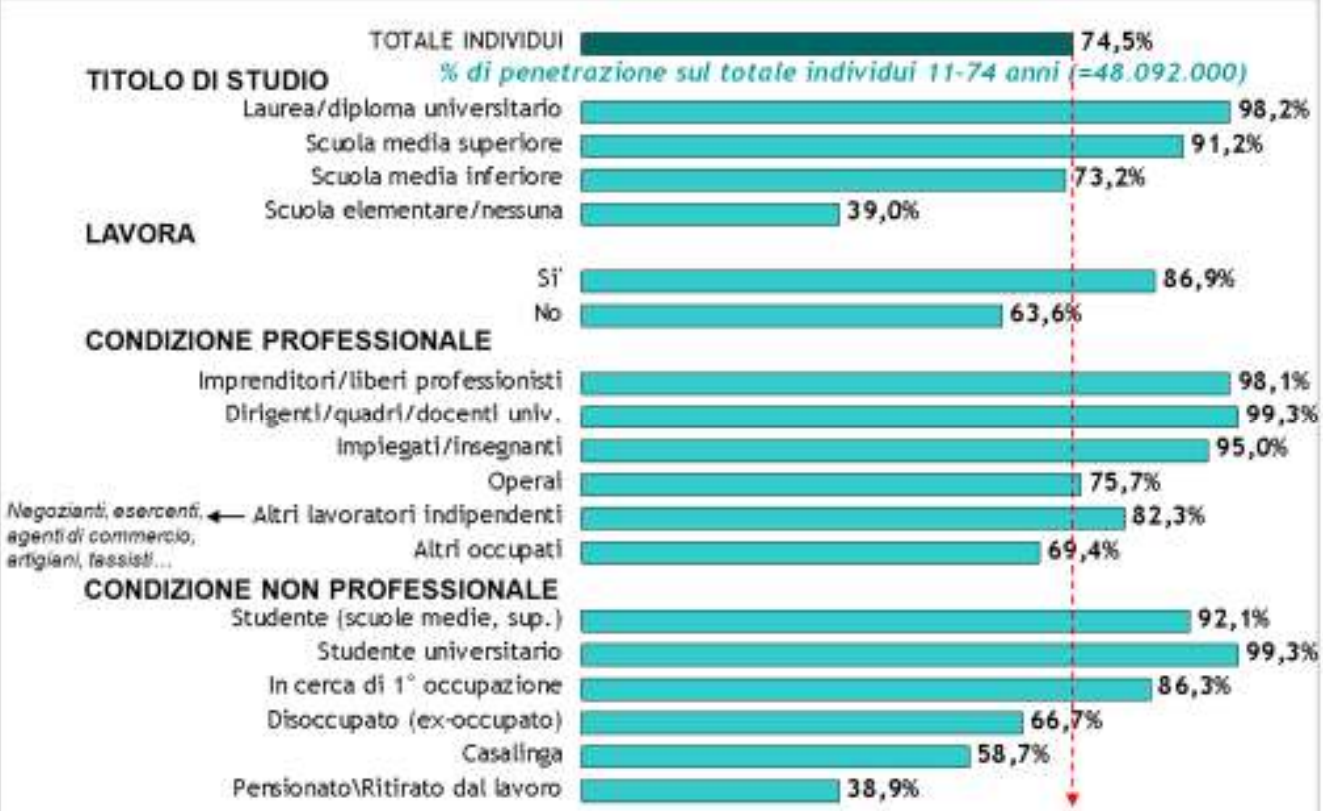
Principali evidenze

Hanno un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento il 76,2% degli uomini e il 72,8% delle donne; in particolare i giovani tra gli 11 e i 17 anni (90,6% degli individui in questa fascia d'età) e i 18-34 anni (88,9%) e nella fascia più matura tra i 35 e i 54 anni (82,6%), di tutte le aree geografiche d'Italia con livelli di concentrazione simili nel Nord e nel Centro (quasi 78%) ad eccezione dell'area Sud e Isole che presenta una percentuale più contenuta(68%).

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 (=48.092.000)



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.

Principali evidenze

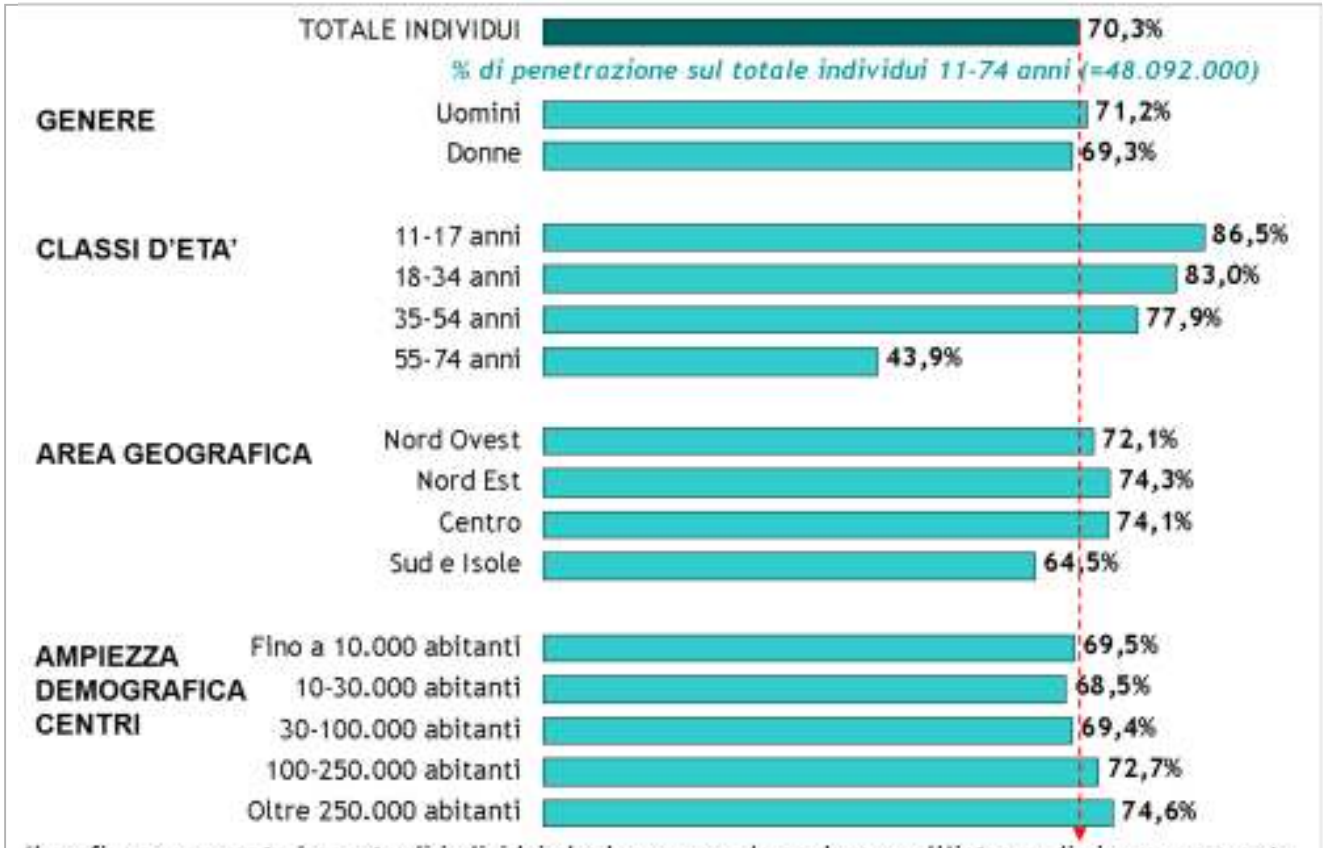
Pur presentando tassi di concentrazione elevati tra i profili più alti in termini di istruzione e condizione professionale, l'accesso a internet si conferma ampiamente diffuso anche tra gli altri profili socio-demografici.

Internet, infatti, è tra i dirigenti, quadri e docenti universitari (99,3%), tra gli imprenditori e liberi professionisti (98,1%) e tra gli impiegati e gli insegnanti (95%), ma in maniera abbastanza importante anche tra i lavoratori indipendenti (82,3%) - categoria che raggruppa i negozianti, esercenti, agenti di commercio, tassisti –, tra gli operai (75,7%) e nella categoria "altri occupati" (69,4%).

Tra i non occupati, internet è soprattutto tra gli studenti universitari (99,3% dei casi), gli studenti di scuole medie e superiori (92,1%) e coloro che sono in cerca di prima occupazione (86,3%).

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

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



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

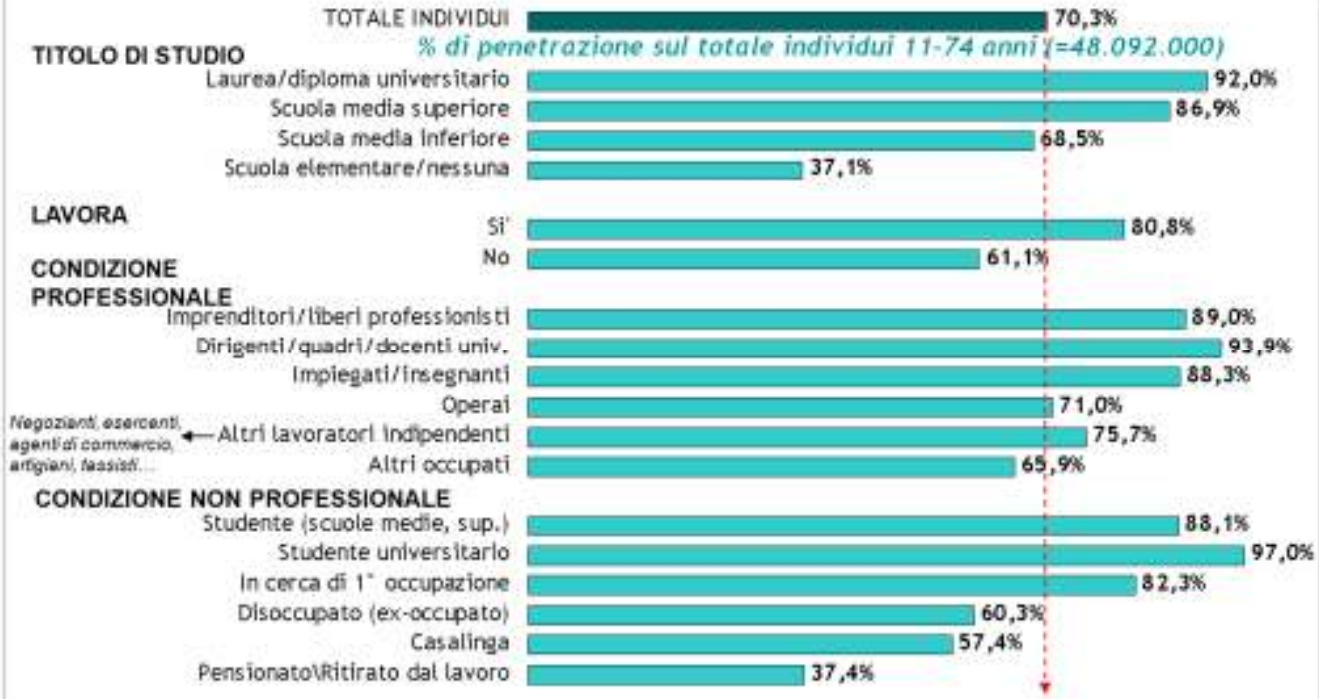
Se tra le varie location di accesso a internet e i vari strumenti consideriamo la sola connessione da casa attraverso pc, anche in questo caso, la penetrazione è lievemente più alta tra gli uomini (71,2%) che tra le donne (69,3%), e riconferma una maggiore possibilità di accesso nelle fasce di età più giovani.

L'accesso da pc da casa presenta livelli di concentrazione più elevati nel Nord e nel Centro (73,4% in media), e penetrazione più bassa nell'area Sud e Isole (64,5%).

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 (=48.092.000)



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

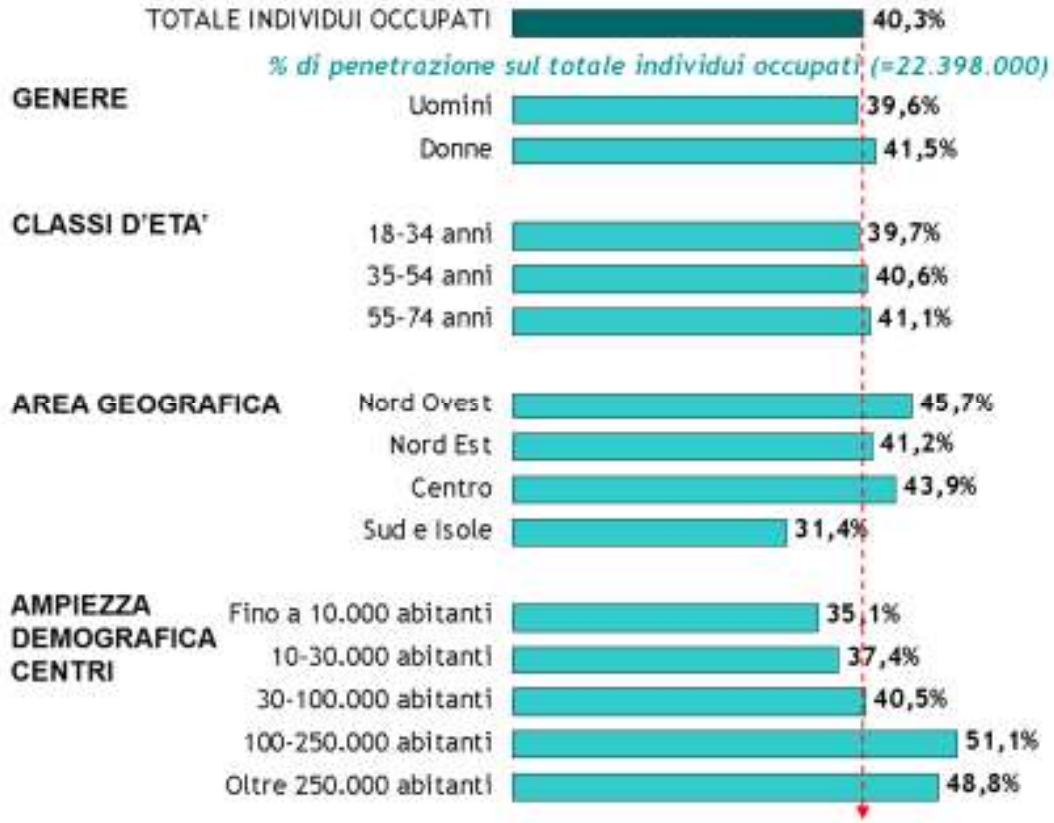
Come per l'accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento, resta confermata una diffusione quasi capillare tra i profili socio-culturali elevati, ma risulta una maggiore diffusione dell'accesso da pc da casa anche tra gli altri profili.

Infatti, all'interno delle condizioni professionali sono molto alti i livelli di concentrazione tra i dirigenti, quadri e docenti universitari (93,9%), tra gli imprenditori e liberi professionisti (89%) e tra gli impiegati e insegnanti (88,3%), ma l'accesso a internet risulta disponibile anche per buona parte dei lavoratori indipendenti (75,7%), tra gli operai (71%) e nella categoria "altri occupati" (65,9%).

Tra i non occupati internet è nelle case soprattutto degli studenti universitari (97% dei casi) e degli studenti di scuole medie e superiori (88,1%).

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

Base: totale individui occupati (=22.398.000)



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.

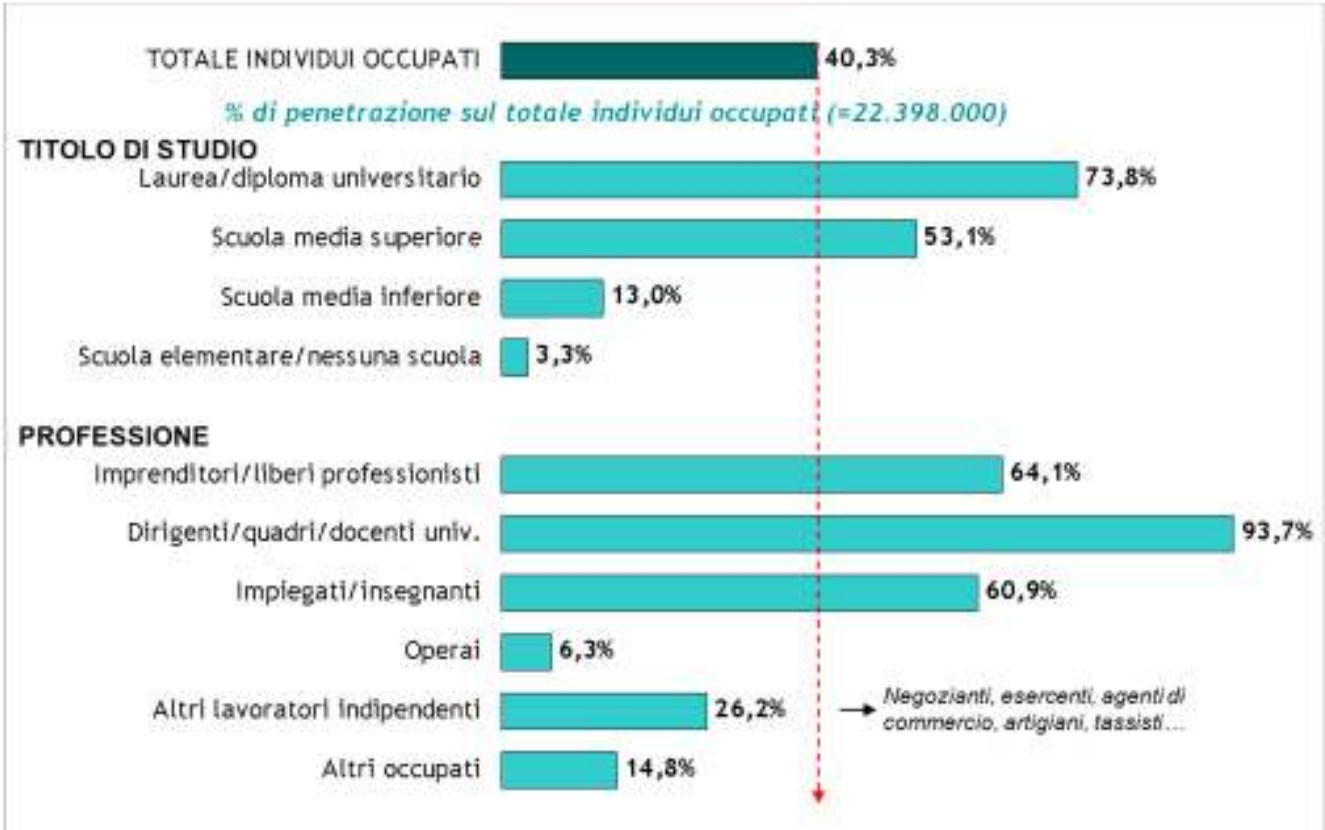
Principali evidenze

Gli italiani occupati che dispongono di un accesso a internet da lavoro vivono principalmente nelle aree geografiche del Nord e del Centro (in media il 43,8% degli individui occupati, residenti nel Centro-Nord, hanno accesso da lavoro).

Più donne occupate (41,5%) che uomini (39,6%), con una penetrazione lievemente più alta nella fascia over 34.

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

Base: totale individui occupati (=22.398.000)



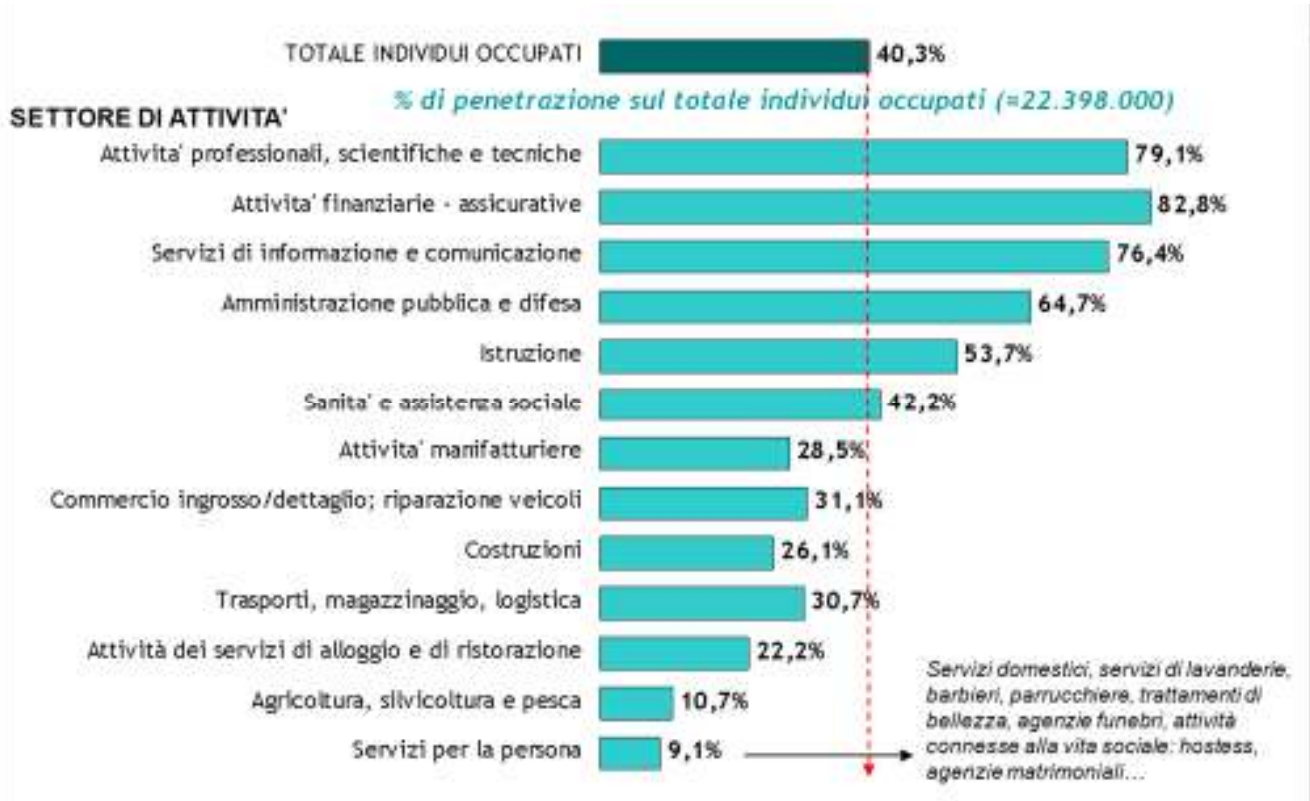
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

Come si evince dall'approfondimento sul livello di istruzione e sul tipo di occupazione, internet è disponibile per il 73,8% dei laureati occupati; il 93,7% dei dirigenti, quadri o docenti universitari; il 64,1% degli imprenditori e liberi professionisti ed il 60,9% degli impiegati e insegnanti.

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

Base: totale individui occupati (N=22.398.000)



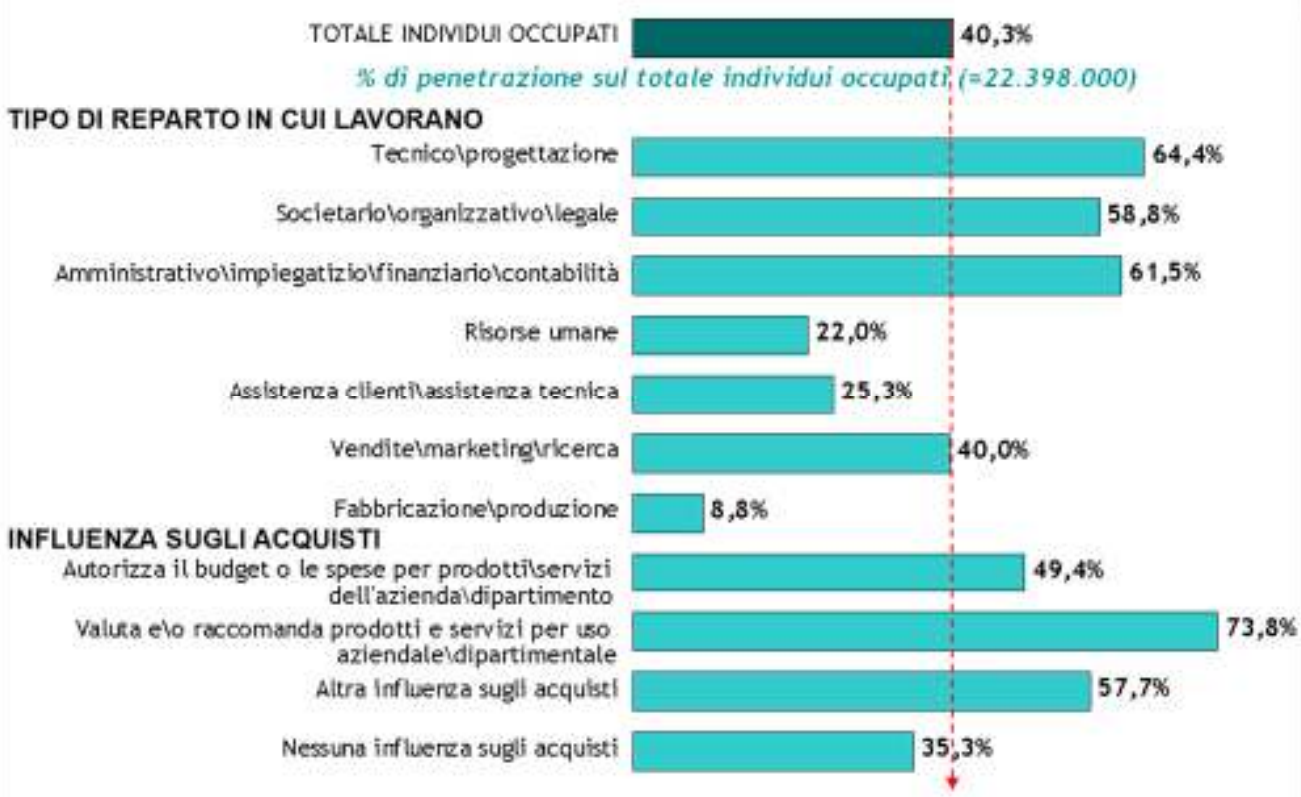
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

Gli italiani occupati che dispongono di un accesso a internet da lavoro sono per lo più coloro che sono impegnati nei settori finanziario-assicurativo (82,8% dei casi), professionale/ scientifico e tecnico (79,1%), nei servizi di informazione e comunicazione (76,4%) e nei servizi dell'amministrazione pubblica o nella difesa (64,7%).

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

Base: totale individui occupati (=22.398.000)



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.

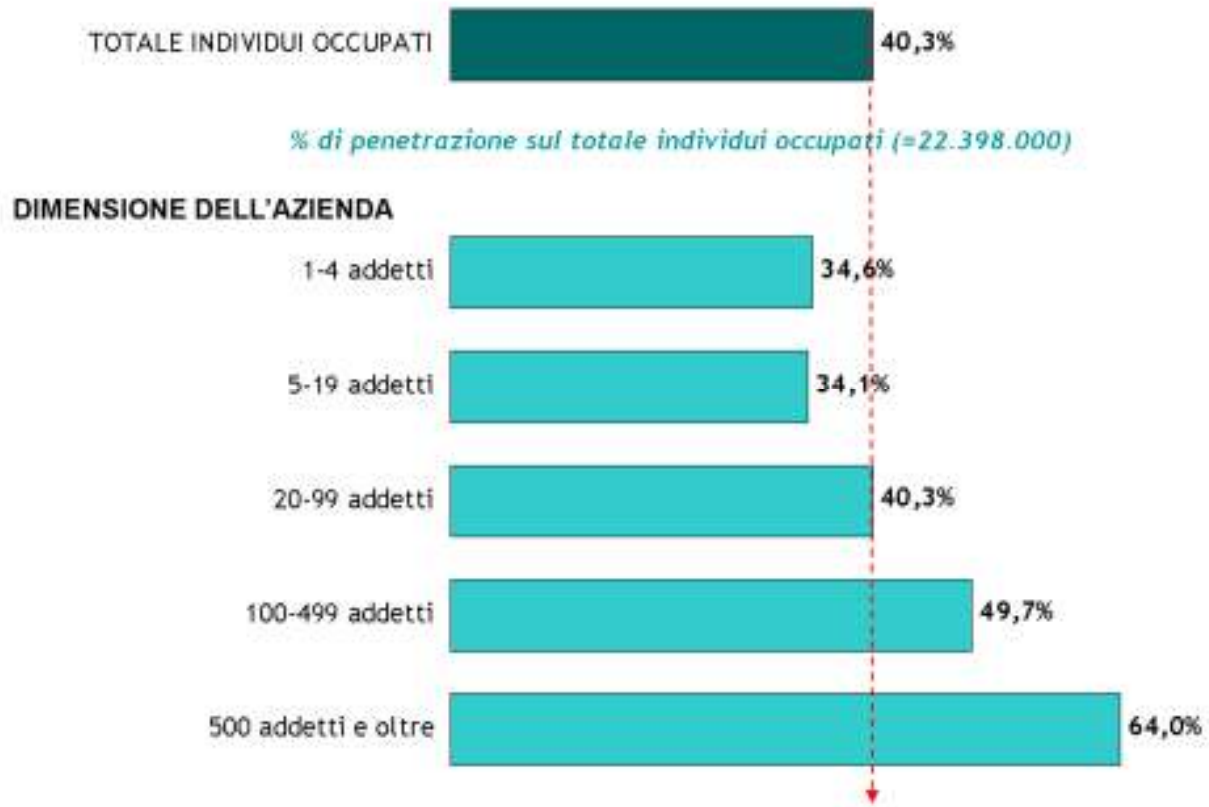
Principali evidenze

Dall'approfondimento del profilo degli occupati relativo al tipo di reparto, ha un accesso a internet dal luogo di lavoro il 64,4% di coloro che sono impiegati in reparti di tipo tecnico/ progettuale; il 61,5% di coloro che hanno mansioni amministrativo/ impiegatizie e il 58,8% 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 (73,8% dei casi).

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

Base: totale individui occupati (=22.398.000)



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.

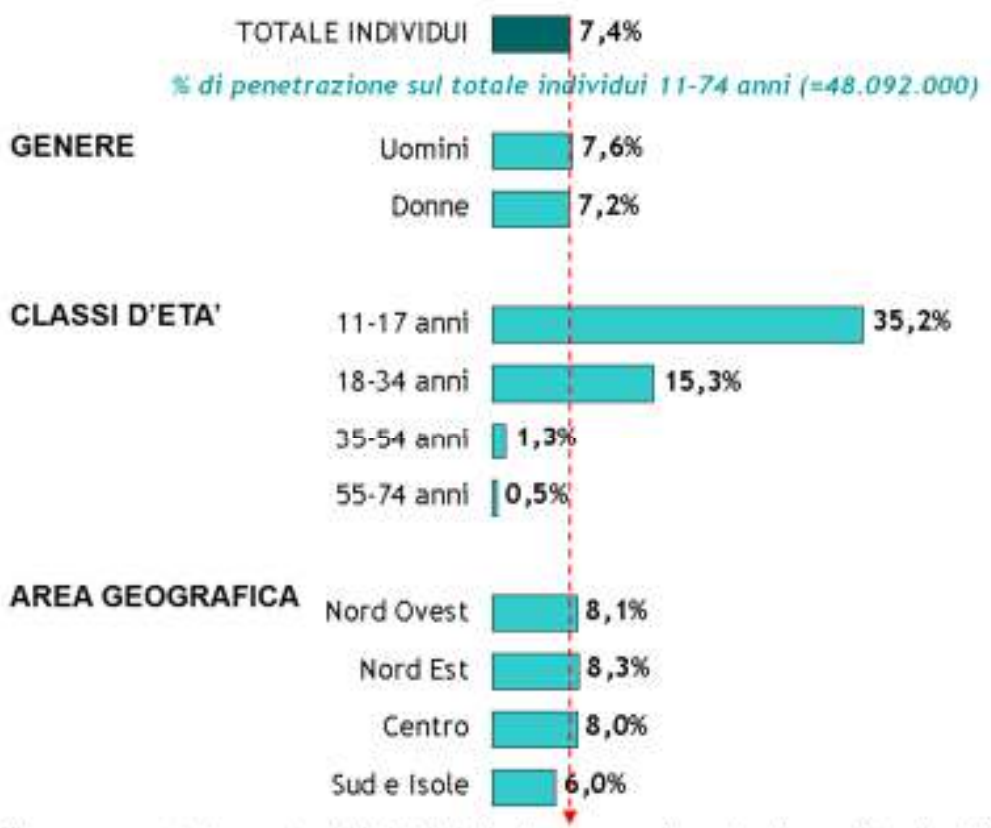
Principali evidenze

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 49,7% di chi lavora in aziende dai 100 ai 499 addetti, e il 64% 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 (=48.092.000)



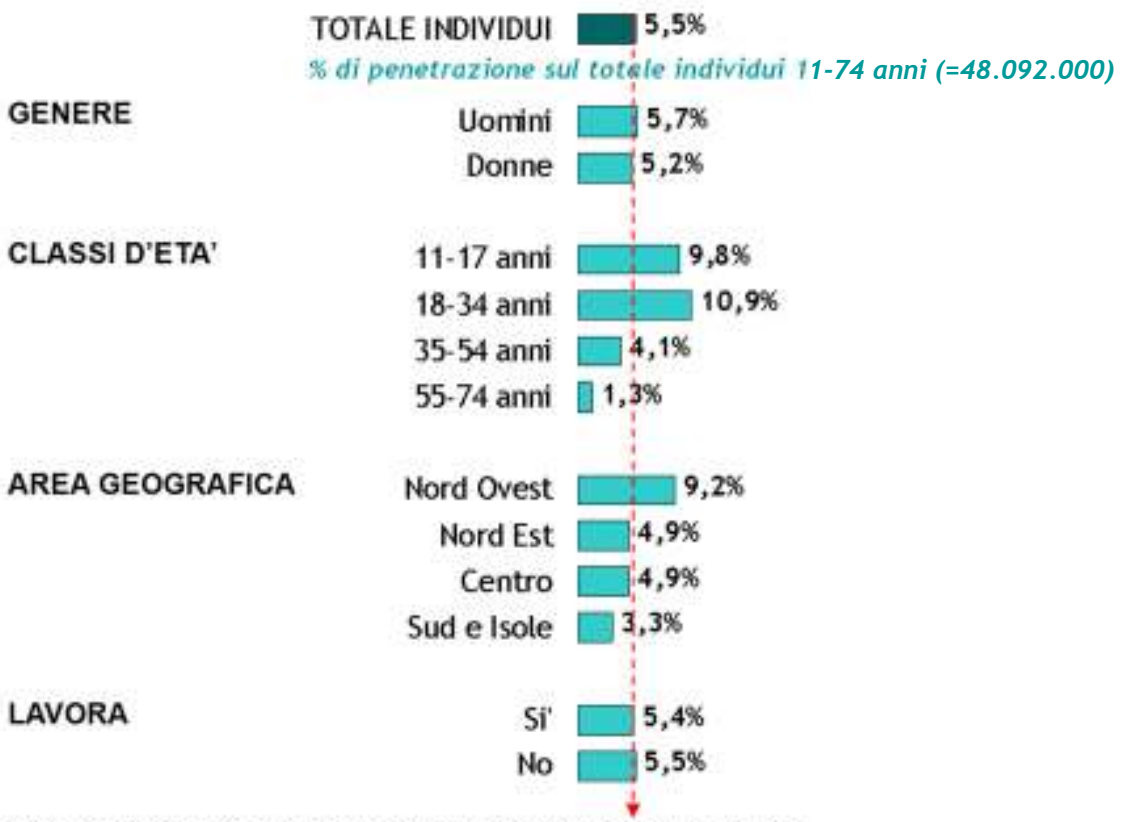
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da luogo di studio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

Hanno un accesso a internet da un luogo di studio il 7,6% degli uomini ed il 7,2% delle donne, in particolare tra i giovani 11-17 anni il 35,2%. Territorialmente la penetrazione dell'accesso da luogo di studio raggiunge livelli più elevati nel Nord Est (8,3%) e più contenuti nell'area Sud e Isole (6%).

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

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



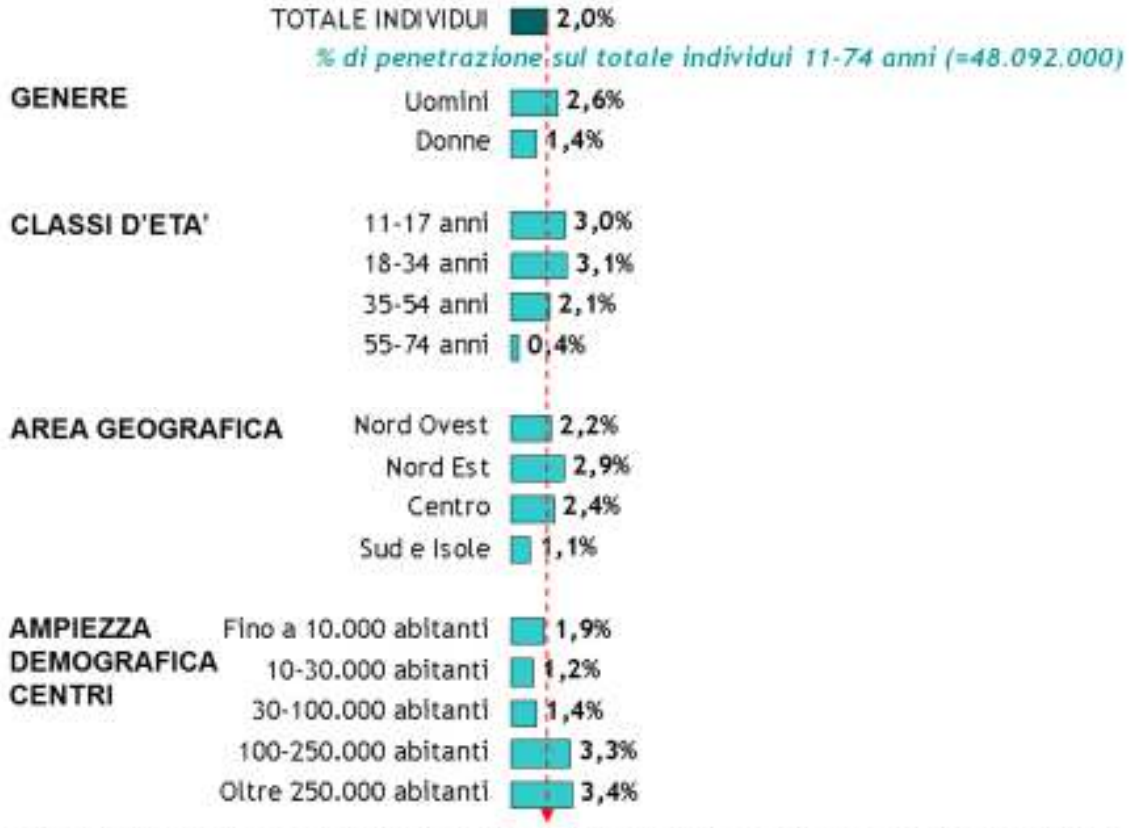
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da altri luoghi all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

Dichiarano di avere un accesso a internet da altri luoghi, principalmente luoghi pubblici quali biblioteche e internet point, soprattutto i giovani tra i 18 ed i 34 anni (10,9% dei giovani in questa fascia d'età) e tra gli 11 ed i 17 anni (9,8% dei casi), di tutte le aree geografiche d'Italia con livelli di concentrazione più elevati nel Nord Ovest (9,2%) e più contenuti nell'area Sud e Isole (3,3%).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da tablet

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da tablet 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

Accede a internet da tablet il 2,6% degli uomini ed l' 1,4% delle donne, principalmente gli individui di 11-34 anni (3% nella fascia 11-17 anni e 3,1% nella fascia 18-34 anni), per lo più residenti nel Centro-Nord (2,9% dei residenti nel Nord est, 2,4% nel Centro e 2,2% nel Nord Ovest).

Decisamente più contenuta la concentrazione nell'area Sud e Isole (1,1%).

L'analisi mostra livelli di penetrazione dell'accesso ad internet da tablet più alti per gli individui residenti nei centri più popolosi (al di sopra dei 100.000 abitanti).

Profilo degli individui che hanno accesso a internet da tablet

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000)

Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da tablet 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

Anche in questo caso, gli individui che dichiarano di avere un accesso a internet da tablet rispondono a un profilo più elevato: il 7,3% dei dirigenti, quadri e docenti universitari, il 6,4% degli imprenditori e liberi professionisti, il 4,4% degli studenti universitari, il 3,1% degli studenti delle scuole medie e superiori e il 4,8% dei laureati.

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

Base: individui che hanno accesso a internet dal luogo di lavoro (=9.139.000) - Valori % e Stime in '000

Principali evidenze

Tra coloro che hanno accesso a internet dal lavoro (il 40,3% degli italiani occupati) emerge una limitata disponibilità del computer nella sede di lavoro.

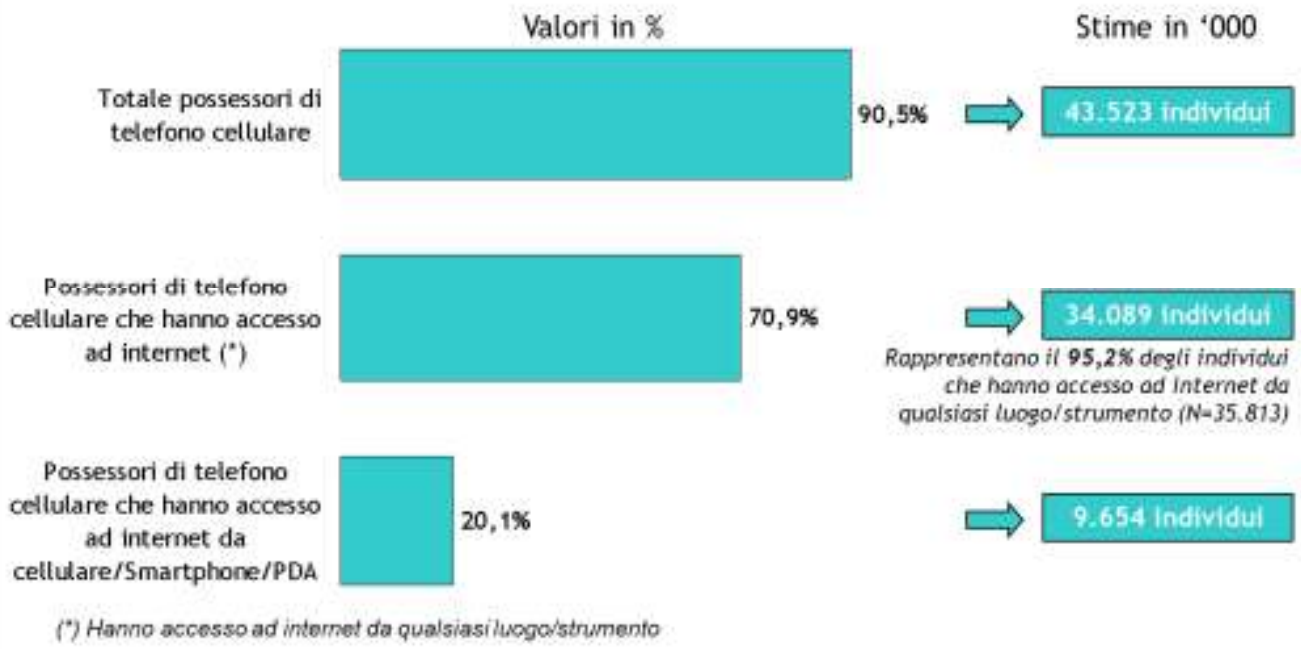
Il 53,5% sul totale dei lavoratori che dichiarano di poter accedere dal luogo di lavoro (4,886 milioni) dispone di un computer a uso esclusivo con accesso alla rete, mentre la parte restante può disporre di un computer condiviso, di cui può essere o meno l'utilizzatore principale.

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 (=48.092.000) – Valori % e Stime in '000



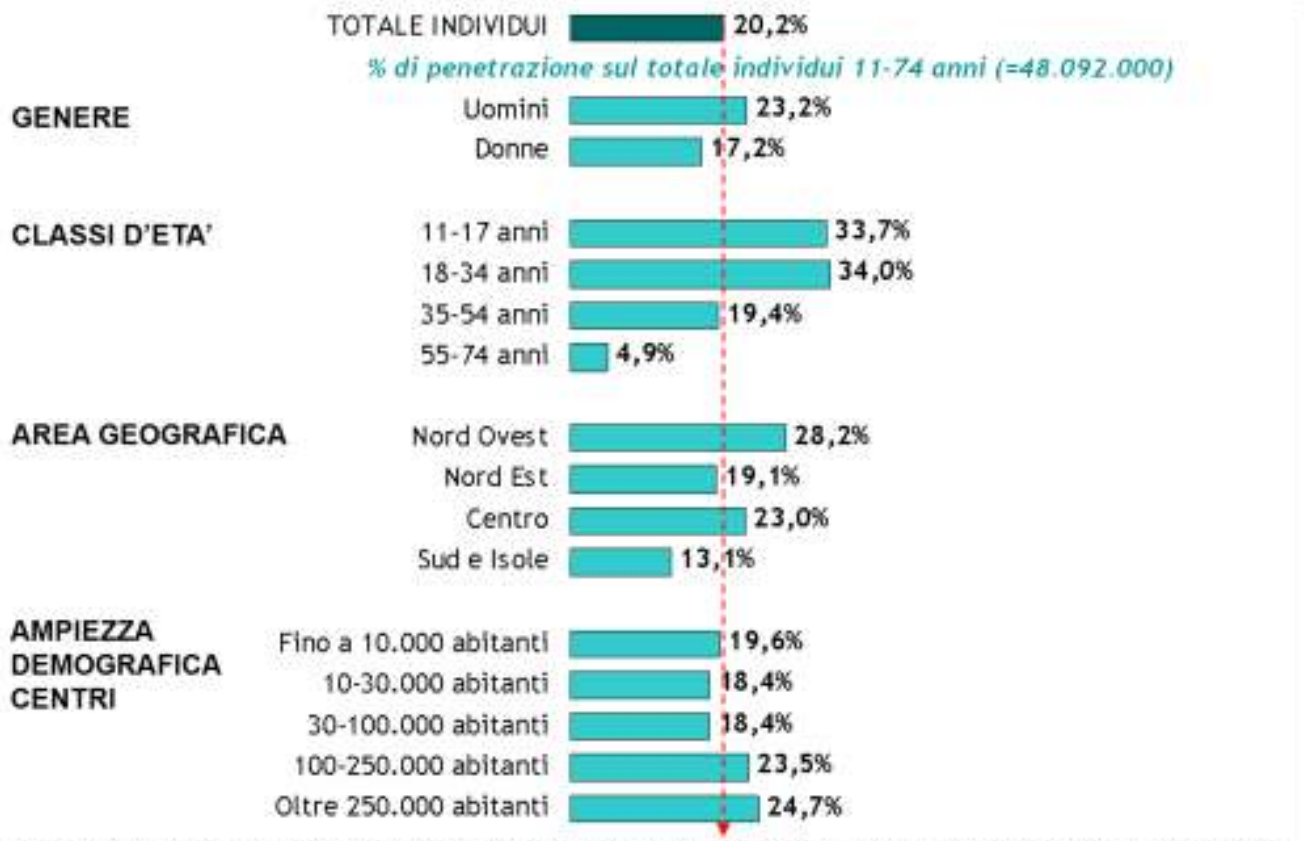
Principali evidenze

Il 90,5% (43,523 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 95,2% (34,089 milioni).

Dichiara di avere un accesso a internet da cellulare il 20,1% della popolazione in target (9,654 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 (=48.092.000)



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.

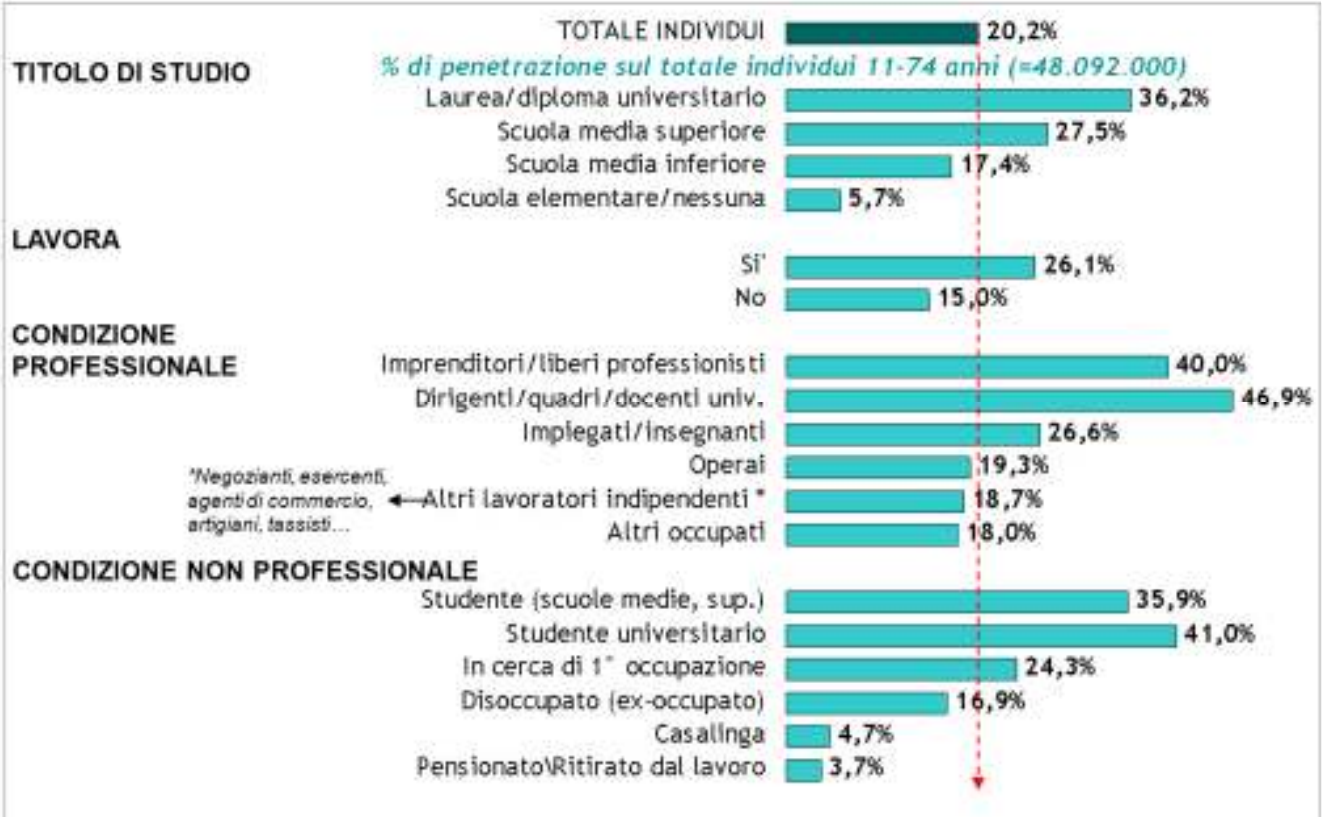
Principali evidenze

Accede a internet da cellulare, smartphone o PDA il 23,2% degli uomini ed il 17,2% delle donne, principalmente gli individui di 11-34 anni (33,7% nella fascia 11-17 anni e 34% nella fascia 18-34 anni), per lo più residenti nel Nord Ovest (28,2% dei residenti in quest'area) e nel Centro Italia (23%).

Più contenuta la concentrazione nell'area Sud e Isole (13,1%).

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

Base: totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



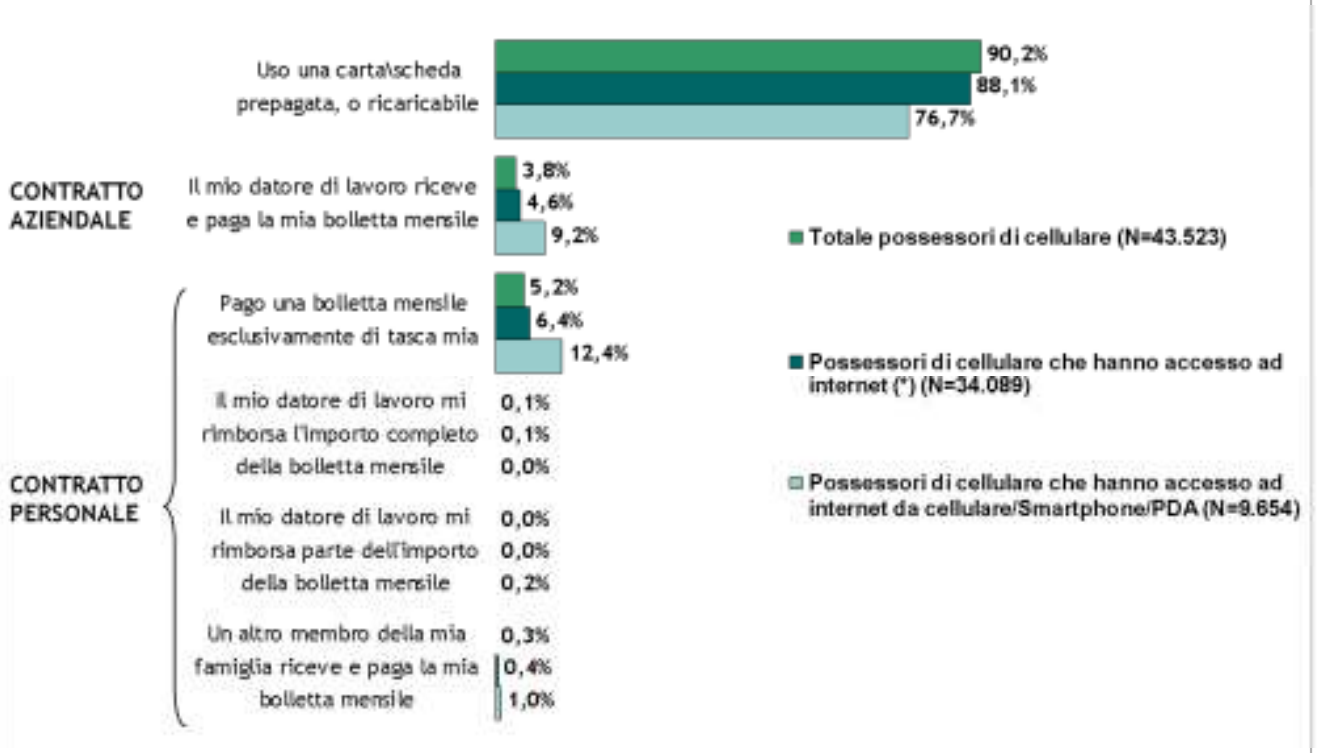
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da Smartphone, cellulare, PDA all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principali evidenze

Gli individui che dichiarano di avere un accesso a internet via mobile rispondono a un profilo più elevato: il 46,9% dei dirigenti, quadri e docenti universitari, il 40% degli imprenditori e liberi professionisti, il 41% degli studenti universitari, il 35,9% degli studenti delle scuole medie e superiori e il 36,2% dei laureati.

Modalità di pagamento dei 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

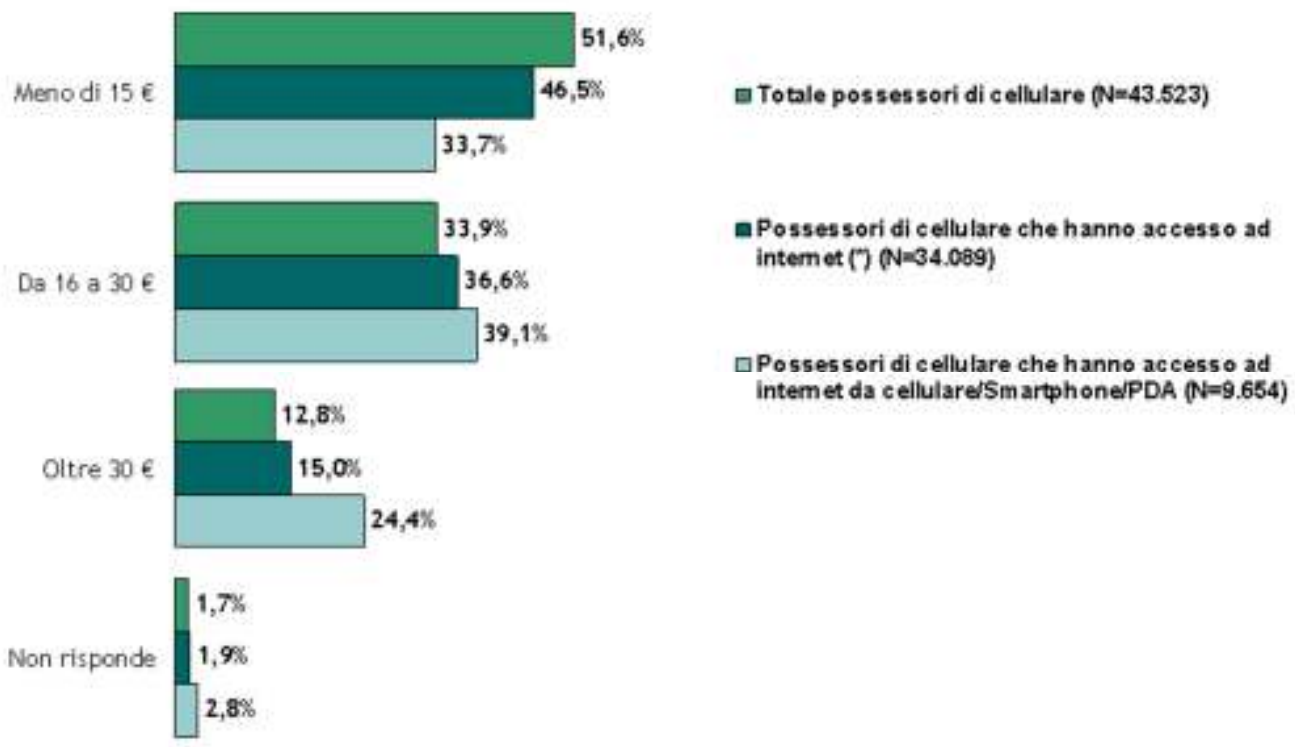
Principali evidenze

La maggior parte dei possessori di cellulare, a prescindere dalla possibilità di accedere ad internet, sceglie 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.

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.

POSSESSORI DI TELEFONO CELLULARE

MODALITÀ DI UTILIZZO DEL TELEFONO CELLULARE PERSONALE

Attività effettuate attraverso il cellulare

Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo (= 43.523.000) – Valori in % e in .000
- Risposte multiple sollecitate-

	Valori %	Stime in '000
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**14,9%**	**6.466**
navigare su internet (generico)	12,4%	5.383
scaricare e utilizzare applicazioni	4,7%	2.053
inviare\ricevere e-mail	6,9%	2.993
scaricare musica da uno store\portale	2,0%	861
accedere ai social network (Facebook, Twitter,..)	6,2%	2.718
consultare il meteo	4,1%	1.773
consultare itinerari, mappe, carte stradali	4,3%	1.892
consultare motori di ricerca (Google,..)	6,6%	2.854
consultare siti di news\informazione d'attualità\sport (es. siti dei quotidiani)	3,1%	1.363
giocare on-line	0,9%	395
scaricare giochi	2,4%	1.038
guardare video online	2,9%	1.266
acquistare biglietti o altri prodotti\servizi	0,9%	374
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**32,2%**	**14.022**
inviare\ricevere mms	19,5%	8.466
video telefonare	2,9%	1.259
ricevere news di informazione d'attualità\sport tramite sms\mms	4,8%	2.083
ricevere sms\mms con informazioni pubblicitarie	17,5%	7.627
Nessuna delle attività in elenco	**61,5%**	**26.766**

Principali evidenze

Il 14,9% di coloro che possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo dichiara di usarlo per navigare su internet. Tra le attività principali: 12,4% navigare su internet, 6,9% inviare ricevere e-mail, 6,6% consultare motori di ricerca e 6,2% accedere ai social network.

Più ridotte le quote legate ad altre attività come scaricare e utilizzare applicazioni, consultare itinerari/mappe, consultare il meteo, consultare siti di news, guardare video online, scaricare giochi.

Incide di più la quota di coloro che usano il telefono cellulare per attività più tradizionali (32,2%).

In particolare il 19,5% di coloro che possiedono un cellulare inviano e ricevono mms e il 17,5% riceve sms o mms con informazioni pubblicitarie. Più della metà dei possessori di telefono cellulare (61,5%) dichiara di non effettuare nessuna delle attività proposte.

Attività effettuate attraverso il cellulare

Base: possiedono un telefono cellulare e hanno accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento (= 34.089.000) - Valori in % e in .000 - Risposte multiple sollecitate

	Valori %	Stime in '000
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**18,9%**	**6.432**
navigare su internet (generico)	15,8%	5.373
scaricare e utilizzare applicazioni	6,0%	2.042
inviare\ricevere e-mail	8,8%	2.993
scaricare musica da uno store\portale	2,5%	858
accedere ai social network (Facebook, Twitter,..)	7,9%	2.709
consultare il meteo	5,2%	1.766
consultare itinerari, mappe, carte stradali	5,6%	1.892
consultare motori di ricerca (Google,..)	8,4%	2.848
consultare siti di news\informazione d'attualità\sport (es. siti dei quotidiani)	4,0%	1.359
giocare on-line	1,1%	392
scaricare giochi	3,0%	1.025
guardare video online	3,7%	1.266
acquistare biglietti o altri prodotti\servizi	1,1%	374
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**37,1%**	**12.657**
inviare\ricevere mms	23,1%	7.881
video telefonare	3,6%	1.215
ricevere news di informazione d'attualità\sport tramite sms\mms	5,8%	1.991
ricevere sms\mms con informazioni pubblicitarie	19,9%	6.786
Nessuna delle attività in elenco	**54,9%**	**18.714**

Principali evidenze

Risulta maggiore l'esposizione alle attività online attraverso il telefono cellulare da parte di chi dichiara anche di accedere ad internet da almeno un luogo/ strumento. Infatti, il 18,9% dichiara di effettuare almeno un'attività legata alla navigazione su internet. Nel dettaglio, il 15,8% dichiara di navigare su internet, l' 8,8% di inviare/ricevere e-mail, l' 8,4% di consultare motori di ricerca, il 7,9% di accedere ai social network, il 6% di scaricare e utilizzare applicazioni.

Più ridotte, inferiori al 6%, la consultazione di itinerari/mappe, del meteo e di siti di news.

Il 37,1% indica almeno un'attività non legata alla navigazione (il 23,1% inviare/ricevere mms, il 19,9% ricevere sms/mms con informazioni pubblicitarie).

Il 54,9% non effettua alcuna delle attività proposte.

Attività effettuate attraverso il cellulare

Base: possiedono un telefono cellulare e hanno accesso ad internet da cellulare/Smartphone/PDA (= 9.654.000) - Valori in % e in .000 - Risposte multiple sollecitate

	Valori %	Stime in '000
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**61,9%**	**5.978**
navigare su internet (generico)	53,2%	5.135
scaricare e utilizzare applicazioni	20,2%	1.954
inviare\ricevere e-mail	29,9%	2.891
scaricare musica da uno store\portale	8,2%	795
accedere ai social network (Facebook, Twitter,..)	26,7%	2.582
consultare il meteo	17,6%	1.695
consultare itinerari, mappe, carte stradali	18,8%	1.815
consultare motori di ricerca (Google,..)	28,3%	2.736
consultare siti di news\informazione d'attualità\sport (es. siti dei quotidiani)	13,6%	1.316
giocare on-line	3,8%	370
scaricare giochi	9,8%	951
guardare video online	12,7%	1.230
acquistare biglietti o altri prodotti\servizi	3,9%	374
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**49,7%**	**4.802**
inviare\ricevere mms	38,0%	3.665
video telefonare	8,1%	782
ricevere news di informazione d'attualità\sport tramite sms\mms	10,8%	1.046
ricevere sms\mms con informazioni pubblicitarie	23,7%	2.286
Nessuna delle attività in elenco	**23,5%**	**2.268**

Principali evidenze

Il segmento di popolazione maggiormente esposto alla navigazione su internet è naturalmente rappresentato da coloro che dichiarano di avere accesso tramite cellulare/Smartphone/PDA. Il 61,9% dichiara di effettuare almeno una delle attività legate alla navigazione su internet.

Tra le attività più citate: il 53,2% navigare su internet, il 29,9% inviare/ricevere e-mail, il 28,3% consultare motori di ricerca, il 26,7% accedere ai social network, il 20,2% scaricare e utilizzare applicazioni.

Quote comprese tra il 10% e il 20% per altre attività come consultare itinerari, mappe, il meteo, consultare siti di news, guardare video online.

Il 49,7% dichiara di effettuare attività più tradizionali, in particolare inviare/ricevere mms (38%).

Una quota più marginale dichiara di non effettuare alcuna attività (23,5%).

Attività effettuate attraverso il cellulare

Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo - Valori in % - Risposte multiple sollecitate

	Totale possessori di cellulare	Possessori di cellulare che hanno accesso ad internet (*)	Possessori di cellulare che hanno accesso ad internet da cellulare/ Smartphone
	Base: 43.523.000	Base: 34.089.000	Base: 9.654.000
	Valori %	Valori %	Valori %
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**14,9%**	**18,9%**	**61,9%**
navigare su internet (generico)	12,4%	15,8%	53,2%
scaricare e utilizzare applicazioni	4,7%	6,0%	20,2%
inviare\ricevere e-mail	6,9%	8,8%	29,9%
scaricare musica da uno store\portale	2,0%	2,5%	8,2%
accedere ai social network (Facebook, Twitter,..)	6,2%	7,9%	26,7%
consultare il meteo	4,1%	5,2%	17,6%
consultare itinerari, mappe, carte stradali	4,3%	5,6%	18,8%
consultare motori di ricerca (Google,..)	6,6%	8,4%	28,3%
consultare siti di news\informazione d'attualità\sport (es. siti dei quotidiani)	3,1%	4,0%	13,6%
giocare on-line	0,9%	1,1%	3,8%
scaricare giochi	2,4%	3,0%	9,8%
guardare video online	2,9%	3,7%	12,7%
acquistare biglietti o altri prodotti\servizi	0,9%	1,1%	3,9%
SINTESI - Indica almeno una delle seguenti attività:	**32,2%**	**37,1%**	**49,7%**
inviare\ricevere mms	19,5%	23,1%	38,0%
video telefonare	2,9%	3,6%	8,1%
ricevere news di informazione d'attualità\sport tramite sms\mms	4,8%	5,8%	10,8%
ricevere sms\mms con informazioni pubblicitarie	17,5%	19,9%	23,7%
Nessuna delle attività in elenco	**61,5%**	**54,9%**	**23,5%**

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

Principali evidenze

Dal confronto emerge una maggiore esposizione verso le attività legate alla navigazione su internet con il telefono cellulare di chi accede ad internet da qualsiasi luogo strumento, ma soprattutto da parte di chi ha accesso direttamente da cellulare/smartphone/PDA.
Le attività più citate, oltre alla navigazione in generale, inviare ricevere e-mail, la consultazione dei motori di ricerca, l'accesso ai social network.

Ultima volta in cui è stata effettuata ciascuna attività attraverso il proprio cellulare

Base: hanno effettuato almeno una volta la singola attività - Valori in %

	TOTALE	Oggi/ieri	Negli ultimi 7 giorni (ma non oggi/ieri)	Negli ultimi 30 giorni (ma non negli ultimi 7)	Non negli ultimi 30 giorni
navigare su internet (generico)	100,0%	47,0%	25,4%	12,8%	14,8%
scaricare e utilizzare applicazioni	100,0%	27,1%	37,7%	18,7%	16,5%
inviare\ricevere e-mail	100,0%	43,6%	34,4%	10,7%	11,3%
scaricare musica da uno store\portale	100,0%	13,1%	31,3%	31,7%	23,9%
accedere ai social network (Facebook, Twitter,..)	100,0%	47,2%	27,3%	12,2%	13,3%
consultare il meteo	100,0%	35,2%	35,6%	15,8%	13,4%
consultare itinerari, mappe, carte stradali	100,0%	19,7%	38,5%	23,7%	18,1%
consultare motori di ricerca (Google,..)	100,0%	44,4%	32,1%	12,2%	11,3%
consultare siti di news\informazione d'attualità\sport (es. siti dei quotidiani)	100,0%	40,0%	37,3%	13,7%	9,0%
giocare on-line	100,0%	20,8%	35,6%	25,2%	18,4%
scaricare giochi	100,0%	15,0%	32,0%	23,9%	29,1%
guardare video online	100,0%	29,0%	36,4%	18,7%	15,9%
acquistare biglietti o altri prodotti\servizi	100,0%	11,4%	14,5%	37,8%	36,3%
inviare\ricevere mms	100,0%	26,5%	28,1%	22,8%	22,6%
video telefonare	100,0%	31,6%	11,0%	10,6%	46,8%
ricevere news di informazione d'attualità\sport tramite sms\mms	100,0%	28,5%	40,2%	11,3%	20,0%
ricevere sms\mms con informazioni pubblicitarie	100,0%	39,1%	37,2%	15,9%	7,8%

Principali evidenze

Tra le principali attività indicate come effettuate almeno una volta attraverso il proprio cellulare, le più citate sono anche quelle per le quali si registra un utilizzo più recente.
Tra le attività che implicano la navigazione: navigare genericamente su internet (5,383 milioni) registra un utilizzo ieri pari al 47% e un totale ultima settimana pari al 72,4%, inviare/ricevere e-mail (2,993 milioni) che registra un utilizzo "ieri" pari al 43,6% e un totale ultima settimana pari al 78% e consultare motori di ricerca (2,854 milioni) registra un utilizzo ieri pari al 44,4% e un totale ultima settimana pari al 76,5%.
Tra le attività che implicano l'uso del cellulare ma non della navigazione la principale registrata è "Inviare/ricevere mms" (8,466 milioni) che registra un utilizzo "ieri" pari al 26,5% e un totale "ultima settimana" pari al 54,6%.

Tipologia di applicazioni scaricate

Base: possiedono un telefono cellulare e hanno scaricato e utilizzato applicazioni almeno una volta (= 2.053.000) - Valori in % e in .000

	Valori %	Stime in '000
Scarica applicazioni:		
Solo gratuite	69,8%	1.434
Solo a pagamento	1,6%	33
Sia gratuite che a pagamento	28,1%	576
Non risponde	0,5%	10

Principali evidenze

Coloro che hanno scaricato almeno una volta un'applicazione (2,053 milioni) preferiscono scaricare applicazioni solo gratuite (69,8%), il 28,1% scarica invece entrambe le tipologie di applicazioni (gratuite e a pagamento). Marginale è il dato riferito a chi scarica solo applicazioni a pagamento (1,6%).

Tipologie di applicazioni utilizzate almeno una volta negli ultimi 30 giorni

Base: possiedono un telefono cellulare e hanno scaricato e utilizzato applicazioni almeno una volta (= 2.053.000) - Valori in % e in .000

	Valori %	Stime in '000
Applicazioni utilizzate:		
giochi	55,5%	1.139
applicazioni che permettono di accedere e chattare sui social network (Facebook, Twitter,..)	45,4%	932
mappe, itinerari, informazioni sul traffico	44,1%	906
applicazioni per foto e immagini	41,4%	851
meteo	39,0%	800
applicazioni musicali	35,8%	735
aggiornamenti (news, es. quotidiani online)	27,1%	557
visitare store musicali (Apple, OVI, Android,..)	26,4%	541
applicazioni per vedere tv o ascoltare radio	18,7%	385
dizionari	15,9%	326
applicazioni per lo studio	15,8%	324
applicazioni per orari ferroviari \ aerei \ traghetti	15,3%	313
applicazioni per ricercare indirizzi \ n° di telefono	14,9%	305
applicazioni per lo sport e per allenarsi	13,2%	272
ricette	9,0%	184
applicazioni sui mercati finanziari	5,9%	122

Principali evidenze

Tra le applicazioni utilizzate negli ultimi 30 giorni, le principali sono quelle legate ai giochi (55,5%), seguono le applicazioni che permettono di accedere e chattare sui social network (45,4%), le mappe, itinerari, informazioni sul traffico (44,1%), le applicazioni per foto e immagini (41,4%), il meteo (39%) e le applicazioni musicali (35,8%).

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 (=28.977.000) – Risposte multiple

In genere per quali ragioni si connette a internet?	Valori %	Stime in '000
Mi permette di acquisire informazioni su qualunque argomento	43,2%	12.519
Posso usufruire di servizi a distanza, velocemente (pubblica amministrazione, università, prenotazione viaggi, ecc.)	25,0%	7.249
Ci sono cose che si trovano solo su internet	24,8%	7.181
Mi piace aggiornarmi in tempo reale sui principali avvenimenti di cronaca	24,8%	7.176
Mi piace mettermi in contatto con molte persone in ogni parte del mondo	21,6%	6.269
Mi consente di risparmiare tempo e denaro	17,0%	4.920
Lo studio e il lavoro diventano più divertenti\efficaci	16,5%	4.794
Mi diverto a navigare tra i siti più impensati	12,5%	3.630
Mi sembra di avere il mondo a portata di mouse	10,7%	3.104
Gli altri media mi interessano meno	5,2%	1.495
Per raccontare qualcosa di me	4,0%	1.161
Per giocare a essere qualcun altro	3,4%	990

Principali evidenze

Dai dati sulle motivazioni relative all'uso di internet emerge che ci si collega alla Rete perché è possibile trovare qualsiasi tipo di informazione (43,2%), accedere velocemente ai servizi pubblici e privati a distanza (25%), trovare cose disponibili solo sul Web (24,8%), essere informati in tempo reale su notizie di cronaca (24,8%), mettersi in contatto con molte persone in qualsiasi parte del mondo (21,6%), risparmiare tempo e denaro (17%), rendere più efficaci e divertenti il lavoro e lo studio (16,5%), per divertirsi a navigare tra i siti più impensati (12,5%) e perché sembra di avere il mondo a portata di mouse (10,7%).

Uso di internet: elementi di soddisfazione

Base: individui che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni (=28.977.000) – Risposte multiple

Cosa la rende soddisfatto dopo essersi connesso a internet?	Valori %	Stime in '000
L'aver trovato quello che cercavo	52,7%	15.273
L'aver trovato cose che altrove non si trovano	25,3%	7.327
L'aver capito meglio gli avvenimenti a cui sono interessato	22,7%	6.564
L'aver trovato notizie che non c'erano sugli altri media	19,5%	5.649
L'essermi divertito	16,9%	4.909
L'aver imparato a fare delle cose	14,9%	4.331
L'aver fatto nuove amicizie	11,2%	3.239
Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio sito	2,3%	679
Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio blog	1,6%	462
Mi capita raramente di sentirmi soddisfatto	2,8%	806

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 (52,7%), cose che non si trovano altrove (25,3%), l'aver compreso meglio argomenti di interesse (22,7%), aver trovato notizie non disponibili sugli altri media (19,5%), l'essersi divertiti (16,9%), l'aver imparato a fare cose nuove (14,9%), l'aver conosciuto nuovi amici (11,2%).

Uso di internet: elementi di insoddisfazione

Base: individui che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni (=28.977.000) – Risposte multiple

Cosa la rende insoddisfatto dopo essersi connesso a internet?	Valori %	Stime in '000
La connessione lenta	36,9%	10.684
I siti pesanti e lenti	24,9%	7.213
Non aver trovato quello che cercavo	21,9%	6.359
L'aver avuto problemi con il computer	14,4%	4.185
L'aver girovagato senza trovare nulla di interessante	7,7%	2.227
La sensazione di aver sprecato il mio denaro	1,5%	436
Mi capita raramente di sentirmi insoddisfatto	28,0%	8.114

Principali evidenze

Tra gli elementi di insoddisfazione citati da coloro che dichiarano di aver navigato negli ultimi 30 giorni, prevalgono le difficoltà di connessione (36,9%) ed entrare in siti pesanti e lenti (24,9%), seguite dalla delusione di non aver trovato ciò che si cercava (21,9%) e dai problemi legati all'utilizzo del computer in generale (14,4%).

Uso di internet: fattori che ne aumenterebbero la frequenza di utilizzo

individui che dichiarano di aver navigato, ma non negli ultimi 7 giorni (=2.383.000) – Risposte multiple

Si connetterebbe di più a internet se	Valori %	Stime in '000
Costasse di meno	15,5%	370
Ci fosse qualcuno sempre in grado di aiutarmi	14,0%	333
Le connessioni fossero più veloci	13,5%	323
Trovassi veramente qualcosa di utile	8,6%	206
Non fossi bombardato dalla pubblicità	8,6%	204
I contenuti fossero più controllati\certificati	7,0%	166
Potessi farlo con il telefonino senza spendere troppo	6,4%	153
Non temessi i virus informatici	5,0%	119
Non fossi convinto che attraverso internet mi possono spiare	4,8%	115
Potessi connettermi col televisore di casa	4,3%	103
Non ci fosse troppa pornografia	2,5%	61
Non ci fosse il problema della linea telefonica occupata	1,7%	40
Non mi connetterei a internet più di quanto già faccio	34,6%	825

Principali evidenze

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 (15,5%), se la connessione fosse più veloce (13,5%), o se fosse possibile collegarsi dal telefonino senza spendere troppo (6,4%). In altri casi la frequenza di accesso sembra dipendere da una scarsa conoscenza del mezzo, infatti il 14% si collegherebbe con maggiore frequenza se trovasse qualcuno disponibile ad aiutarlo, se non temesse virus informatici (5%), se i contenuti fossero più controllati e certificati (7%), se ci fosse meno pubblicità (8,6%) e se trovasse realmente qualcosa di utile (8,6%). Il 34,6% 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 (=18.129.000) - Risposte multiple

Quali sono le motivazioni prevalenti per cui non usa internet?	Valori %	Stime in '000
Non so usare il computer	56,9%	10.311
Da quanto ne ho sentito dire non mi interessa	29,9%	5.429
Quello che si può fare con internet lo faccio anche senza	19,8%	3.584
Richiede più conoscenze informatiche di quelle che ho	12,7%	2.311
Non ho nessuno che mi aiuti	6,7%	1.218
Non conosco l'inglese	5,2%	937
Non è sicuro, troppe truffe	3,3%	604
Dovrebbe essere facile come vedere la tv o sfogliare una rivista	2,5%	450
Non è sicuro, troppi virus	1,2%	222
Non è sicuro, troppa pornografia	0,8%	154

Principali evidenze

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 56,9% degli individui che non hanno mai navigato, la mancanza di interesse (29,9%), l'opinione che ciò che si può fare con internet lo si possa fare anche senza (19,8%), la convinzione che occorrano specifiche competenze informatiche (12,7%).

audiweb

NOTE METODOLOGICHE

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. Nel presente report sono presentati anche i dati di accesso ad internet degli individui attraverso Tablet, informazione rilevata a partire dal 1° ciclo del 2011.

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 48.092.000 individui – Fonte: ISTAT aggiornamento dati censuari al 31/12/2009).

Il campione teorico annuale del 2011 è costituito da **10.000** interviste, suddivise in quattro cicli trimestrali di circa **2.500** casi ciascuno.

Nel presente report sono presentati i dati cumulati dei quattro cicli di rilevazione del 2011, basati su 10.109 interviste complessive. In particolare:

1° ciclo 2011: dal 04/03/2011 al 05/04/2011 (2.540 casi)
2° ciclo 2011: dal 02/05/2011 al 31/05/2011 (2.518 casi)
3° ciclo 2011: dal 02/09/2011 al 05/10/2011 (2.526 casi)
4° ciclo 2011: dal 07/11/2011 al 11/12/2011 (2.525 casi)

Note metodologiche

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.

Note metodologiche

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 (= 48.092.000) 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 (= 21.221.000) 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 (**)

Dalla prima edizione del 2010, il criterio di ponderazione dei dati cumulati prevede che venga 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 31/12/2009
(**) Fonte: ISTAT Multiscopo 2009

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