

## **AW Trends**

***Sintesi dei risultati della Ricerca di Base sul consumo digitale degli italiani***

***Dati cumulati 1° - 2° - 3° ciclo: dal 24/04/08 al 21/09/08***

**1 Dicembre 2008**

<b>PREMESSA .....</b>	<b>3</b>
Il nuovo approccio della Ricerca .....	3
Key Questions.....	3
<b>PRINCIPALI EVIDENZE .....</b>	<b>4</b>
Famiglie con almeno un componente fino a 74 anni:.....	5
<b>Possesso pc e accesso a internet .....</b>	<b>5</b>
Profilo delle famiglie che possiedono pc di proprietà o in leasing a casa.....	6
Accesso a internet da casa: device.....	7
Numero di pc di proprietà o in leasing con cui possono accedere da casa.....	8
Principale tipologia di connessione a internet disponibile da casa .....	9
Tipo di abbonamento sottoscritto .....	10
<b>Individui 11-74 anni: Accesso e utilizzo di internet .....</b>	<b>11</b>
Accesso a internet da casa: device.....	12
Utilizzo del pc da cui hanno accesso a internet dal luogo di lavoro.....	13
<b>Individui 11-74 anni: profilo degli individui che hanno accesso a internet.....</b>	<b>14</b>
Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento .....	15
Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da casa.....	17
Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio .....	18
Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio (dettaglio sul totale degli individui occupati).....	19
Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da luogo di studio.....	21
Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da altri luoghi.....	22
<b>Individui 11-74 anni: Possesso ed uso personale del telefono cellulare .....</b>	<b>23</b>
<b>NOTE METODOLOGICHE .....</b>	<b>28</b>
Universo di riferimento e campione .....	28
Metodo di rilevazione .....	28
Periodo di rilevazione .....	28
Fonte dei nominativi utilizzati per l'indagine.....	28
Piano di campionamento .....	28
Ponderazione dei dati raccolti.....	29
<b>QUESTIONARIO.....</b>	<b>31</b>
<b>AUDIWEB .....</b>	<b>35</b>

## Premessa

AW Trends è il report trimestrale sui dati sintetici della Ricerca di Base sul consumo digitale degli italiani realizzata da Audiweb in collaborazione con l'istituto di ricerca DOXA.

La Ricerca di Base è una **ricerca quantitativa** finalizzata alla definizione dell'universo degli utenti Internet in Italia descrivendone il profilo socio-demografico. Il campione annuale 2008 è costituito da **7.200** interviste face to face con estrazione dei nominativi dalle liste elettorali, suddivise in quattro cicli trimestrali di **1.800** casi ciascuno, su un campione della popolazione italiana residente (individui di 11-74 anni).

Nel 2008 la prima Ricerca di Base è iniziata nel mese di aprile, applicando una differente distribuzione dei cicli al fine di ottenere una corretta rappresentazione degli accessi a internet<sup>1</sup> nell'arco di tutto l'anno. Questo primo AW Trend illustrerà i risultati cumulati dei primi tre cicli di interviste (1<sup>a</sup> ciclo: dal 24/04/08 al 18/05/08 - 2<sup>a</sup> ciclo: dal 12/05/08 al 23/06/08 - 3<sup>a</sup> ciclo: dal 25/08/08 al 21/09/08), vista la dinamica applicata e la forte omogeneità dei dati ottenuti. A partire dal 2009 la Ricerca di Base sarà realizzata in quattro cicli trimestrali con relativi quattro AW Trends di riferimento.

## Il nuovo approccio della Ricerca

La Ricerca di Base sul consumo digitale degli Italiani presenta alcuni elementi di novità nell'approccio metodologico e nelle tematiche trattate al fine di approfondire la conoscenza sui profili delle famiglie e degli individui che accedono a internet da differenti luoghi e in mobilità.

- **interviste individuali "face to face"** a domicilio con estrazione dei nominativi dalle liste elettorali che sostituiscono le interviste telefoniche in modalità Random Digit Dial (RDD);
- **ampliamento del campione:** 5.443 questionari somministrati a individui di età compresa fra gli 11 e i 74 anni nei primi 3 cicli di interviste per un totale di 7.200 interviste all'anno;
- **indagine su nuove tematiche:** estensione dell'analisi dell'accesso a internet da "altri luoghi" (computer da luogo di studio, computer da altri luoghi) e approfondimento sul profilo degli utenti che accedono a internet da smartphone/cellulare/PDA.

## Key Questions

*Quante sono le famiglie italiane che possiedono un accesso a internet?*

*Quanti sono gli individui che accedono a internet?*

*Qual è il profilo degli individui che accedono a internet?*

*Quanti individui accedono a internet via smartphone/cellulare/PDA?*

---

<sup>1</sup> Per 'accesso a internet' si intende la presenza di almeno un 'device' collegato a internet. Per approfondimento, consultare il questionario (Domande A3, A3bis) a pag. 32 del documento

## Principali evidenze

I dati della Ricerca di Base presentano una popolazione con accesso a internet abbastanza evoluta sia in termini socio-demografici che nelle modalità di accesso. Infatti, **il 58,3% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni (27.647 milioni) dichiara di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi)** e attraverso qualsiasi device, con una particolare preferenza per il collegamento da casa (49,4%) soprattutto tra gli studenti universitari (88,6%) e nelle prime due fasce d'età, 11-17 (62,5%) e 18-34 (62,1%).

Molti gli **uomini** (62,2%) ma anche le **donne** (54,4%) che dichiarano di avere accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento con una maggiore rappresentazione nelle fasce d'età 11-17 (77,6%) e 18-34 (72,8%) e tra gli individui del Nord-Est (65,2%) e del Centro (63,8%).

La maggior parte della popolazione con accesso a internet ha un livello di istruzione medio-alto (il 91,8% dei laureati e l'80,8% dei diplomati), una posizione lavorativa qualificata (il 96,6% di dirigenti/quadri/docenti universitari e il 92,3% degli imprenditori e dei liberi professionisti) o è studente (l'95,8% degli studenti universitari e il 81,4% degli studenti di scuola media superiore).

Per quanto riguarda l'**accesso da luogo di lavoro/studio** (40,8,% degli individui occupati) risulta una maggiore concentrazione tra gli individui impegnati in attività professionali, scientifiche e tecniche (84,6%) o in attività finanziarie – assicurative (81,1%), confermando in questo senso l'utilizzo di internet quale strumento di ricerca e condivisione della conoscenza oltre che come semplificatore e acceleratore di attività economico-finanziarie. Non sono comunque da tralasciare le categorie legate ai servizi di informazione e comunicazione (64,8%), alla pubblica amministrazione/Difesa (64,4%) e all'istruzione (60,7%).

In generale, il 45,2% delle **famiglie italiane** (9.235 milioni) ha **accesso a internet da casa** attraverso un computer di proprietà o in leasing (43,7%), un computer aziendale (18,3%) o un televisore (1,6%). In Italia una famiglia su due possiede almeno un computer di proprietà (54,6%) e più è ampio il nucleo familiare maggiore è l'indice di penetrazione dei computer posseduti (80,6% delle famiglie con 4 componenti contro il 31,2 delle famiglie con un unico componente) e di accesso a internet da casa (65,6% delle famiglie con 4 componenti contro il 23,9 delle famiglie con un unico componente). In generale risulta che quasi i tre quarti delle famiglie con accesso a internet scelgono l'ADSL (70,5%) con un abbonamento flat (88,6%) e presentano una maggiore disponibilità di altri devices tecnologici, confermando una competizione in atto tra i canali disponibili - TV Satellitare (33,3%), console di videogiochi (33,1%), TV Digitale Terrestre (26,3%) – e un consumo maturo di internet.

Per concludere, la nuova Ricerca di Base offre inoltre una descrizione del profilo degli utenti che hanno accesso a internet ovunque attraverso dispositivi mobili (smartphone, cellulare, PDA). In base ai dati raccolti, in Italia non è ancora presente un alto livello di penetrazione dell'accesso a internet via cellulare. Il 5,6% della popolazione (2.7 milioni di individui) ha accesso a internet in movimento (smartphone/cellulare/PDA). I possessori di cellulare che hanno accesso a internet da Smartphone/cellulare/PDA usufruiscono dei servizi di telefonia mobile da oltre tre anni (88,8%), usano principalmente una carta prepagata o ricaricabile (76,4%) e spendono fino a 30 euro (56,3%) per i servizi di telefonia mobile.

## **Famiglie con almeno un componente fino a 74 anni:**

### **Possesso pc e accesso a internet**

Una famiglia su 2 in Italia possiede un computer e potrebbe rappresentare un potenziale utente internet. Infatti il **54,6% delle famiglie (11.170 milioni) possiede un computer di proprietà o in leasing**. Nel 79,3% dei casi le famiglie posseggono un unico computer, mentre le famiglie con più di un computer di proprietà o leasing sono il 20,7%.

Tra le famiglie con più di 3 componenti è molto alta la percentuale di coloro che posseggono un computer di proprietà o in leasing: l'80,6% dei casi nelle famiglie con 4 componenti, l'80,4% dei casi in quelle con 5 componenti e il 77,3% dei casi in quelle con 6 o più componenti. La tipica famiglia italiana composta da 3 componenti presenta comunque un alto livello di penetrazione del COMPUTER con un 64,1% dei casi.

Il **45,2% delle famiglie italiane** (9.235 milioni) dichiara di avere **almeno un accesso a internet da casa** attraverso un computer di proprietà o in leasing (43,7%), un computer aziendale (18,3%) o un televisore (1,6%). Mediamente 1,24 computer con accesso ad internet per famiglia.

L'accesso a internet da casa con computer (di proprietà/leasing) presenta maggiori livelli di penetrazione tra le famiglie con oltre 3 componenti: il 65,6% dei casi nelle famiglie con 4 componenti, il 64,6% dei casi in quelle con 6 o più componenti, il 64,5% dei casi in quelle con 5 componenti e il 51,2% dei casi in quelle con 3 componenti.

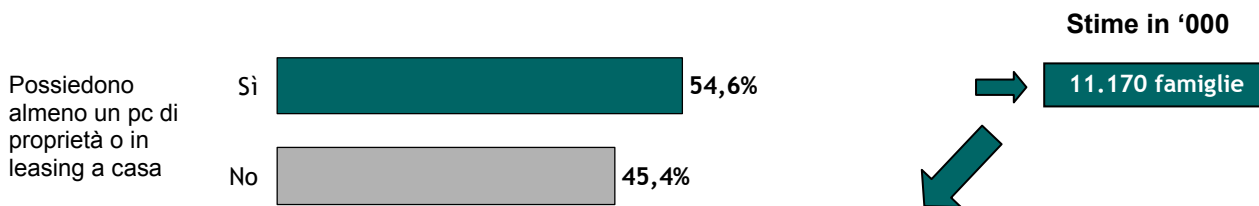
L'accesso a internet **da casa con qualsiasi device** (computer, computer aziendale, televisore) presenta caratteristiche simili all'accesso "casalingo" tramite computer: più grande è il numero di componenti in famiglia e maggiori sono le possibilità di accedere a internet. Il 66,9% dei casi nelle famiglie con 6 o più componenti, il 66,6% dei casi in quelle con 4, il 66,2% dei casi in quelle con 5 componenti e il 52,1% dei casi in quelle con 3 componenti.

Le famiglie con accesso a internet presentano una maggiore disponibilità di **devices tecnologici**: il 33,3% possiede una TV Satellitare, il 33,1% una console giochi (33,1%) e il 26,3% una TV Digitale Terrestre.

Per quanto riguarda le **modalità di connessione**, risulta che quasi i tre quarti delle famiglie con accesso a internet scelgono l'ADSL (70,5%) con un abbonamento flat (88,6%). Questo dato lascia supporre un uso maturo e consolidato di internet nelle case italiane.

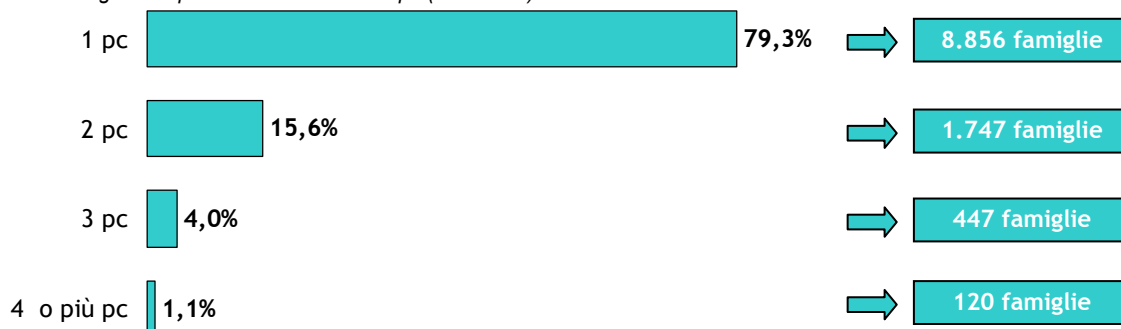
## Possesso di pc di proprietà o in leasing a casa

Valori % e Stime in '000



### Numero di pc di proprietà o in leasing posseduti

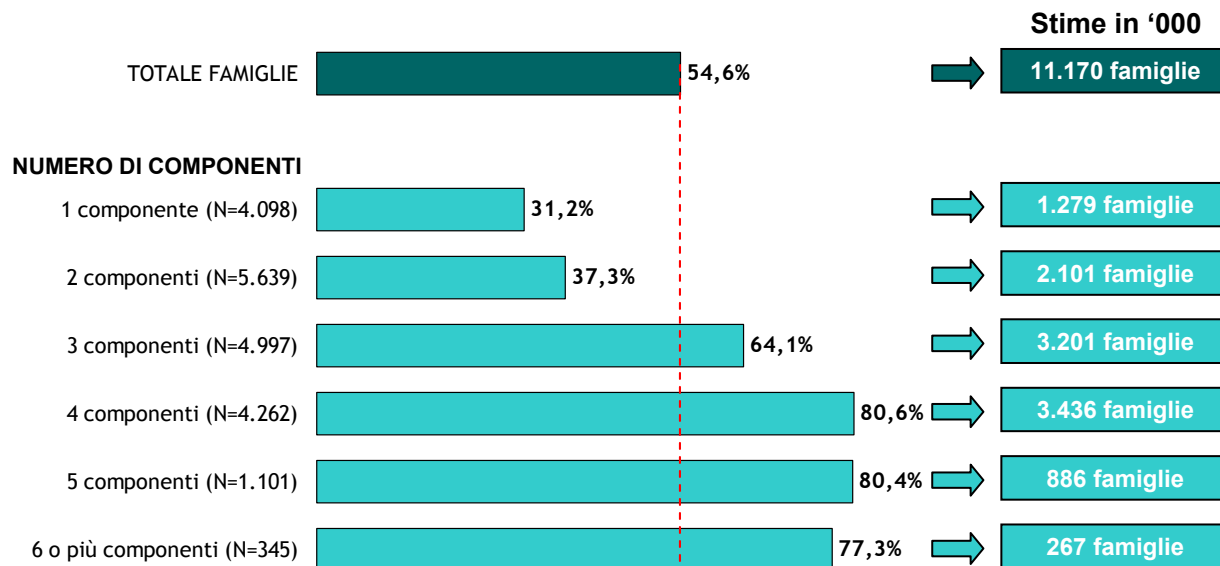
Base: famiglie che possiedono almeno un pc (N=11.170)



Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442)  
Domande (A1-A2)

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

Valori % e Stime in '000

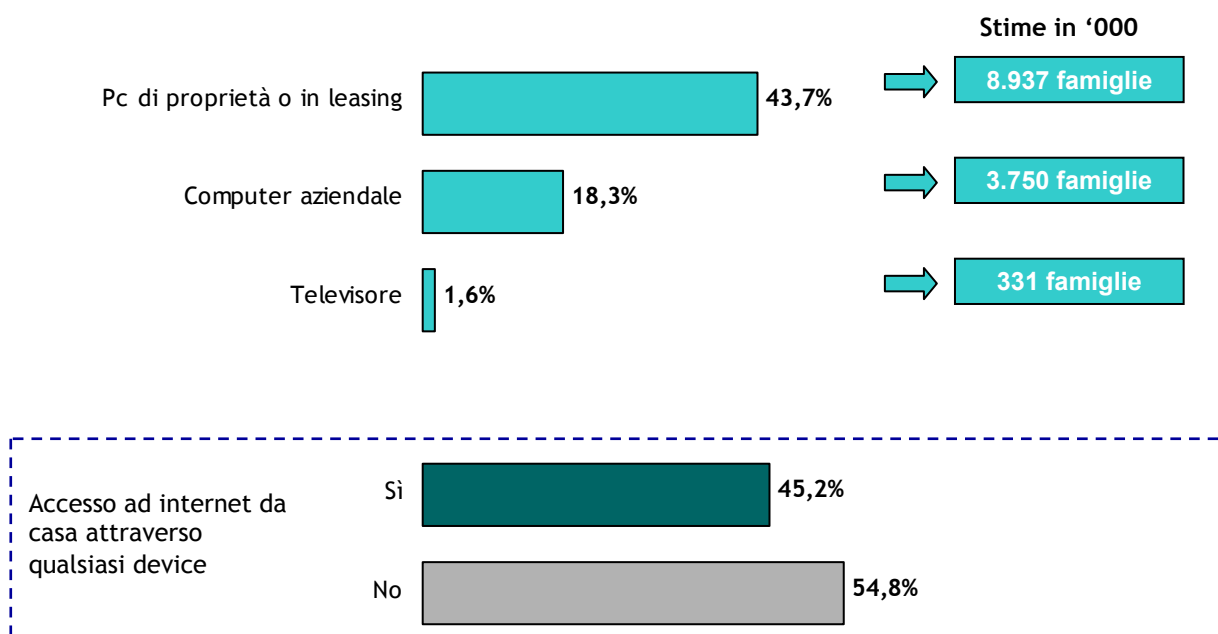


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che possiede almeno un pc di proprietà o in leasing a casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442)  
Domande (A1)

## Accesso a internet da casa: device

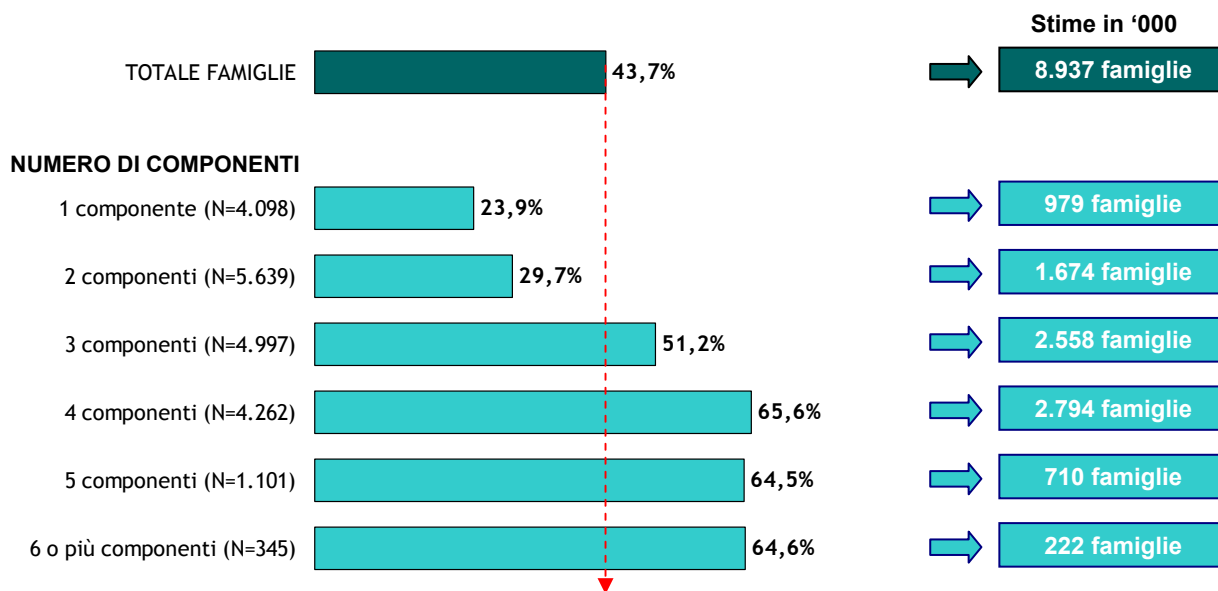
Valori % e Stime in '000



Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442)  
Domande (A3-A3.bis)

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

Valori % e Stime in '000

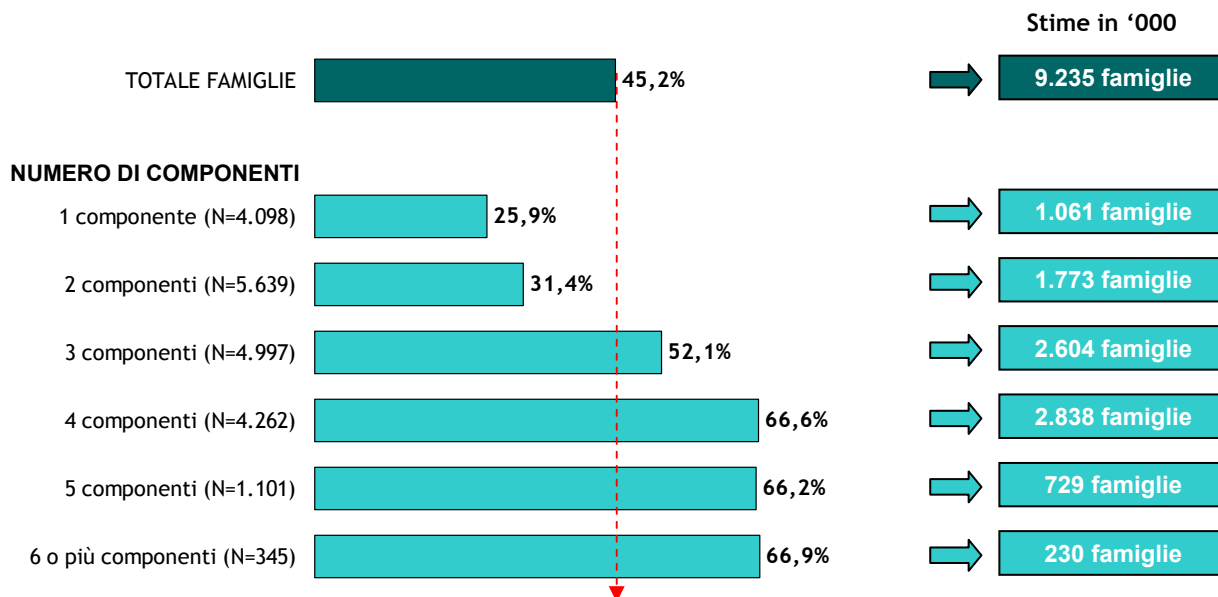


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso ad internet da casa attraverso pc di proprietà o in leasing all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione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

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442)  
Domande (A3)

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

Valori % e Stime in '000

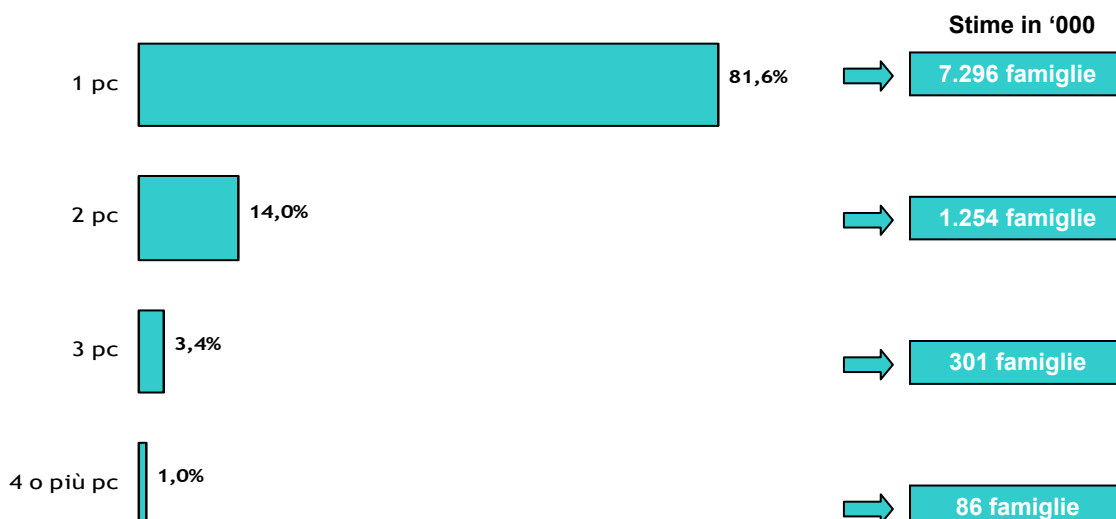


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso ad internet da casa attraverso qualsiasi device all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442)  
Domande (A3)

## Numero di pc di proprietà o in leasing con cui possono accedere da casa

Valori % e Stime in '000

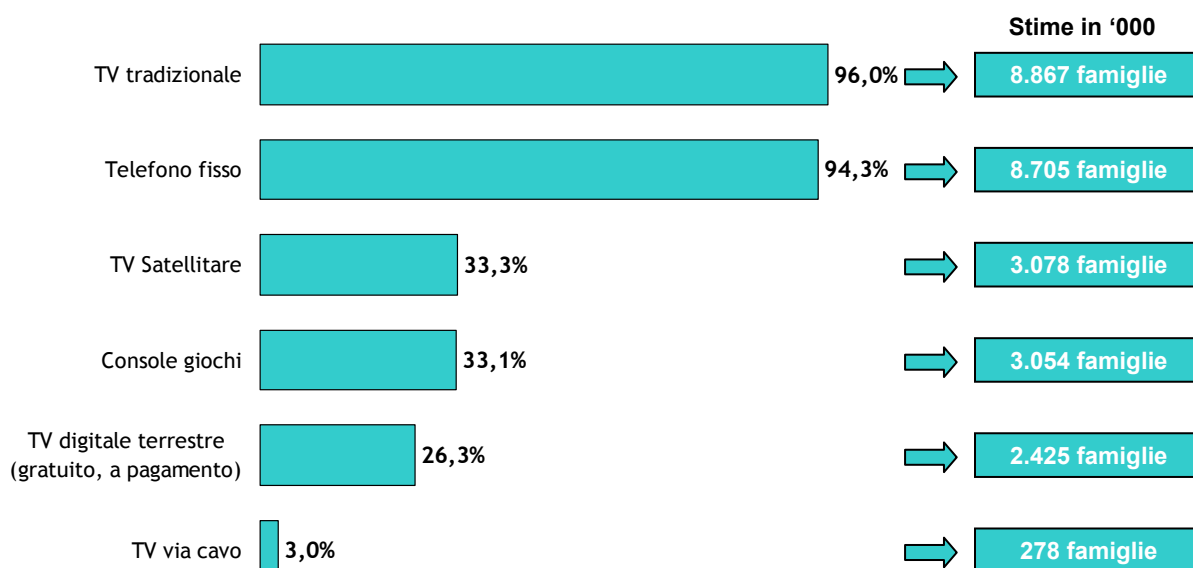


Base: totale famiglie che hanno accesso ad internet da casa attraverso pc di proprietà o in leasing (N=8.937)  
Domanda A3a



## Dotazioni tecnologiche dell'abitazione

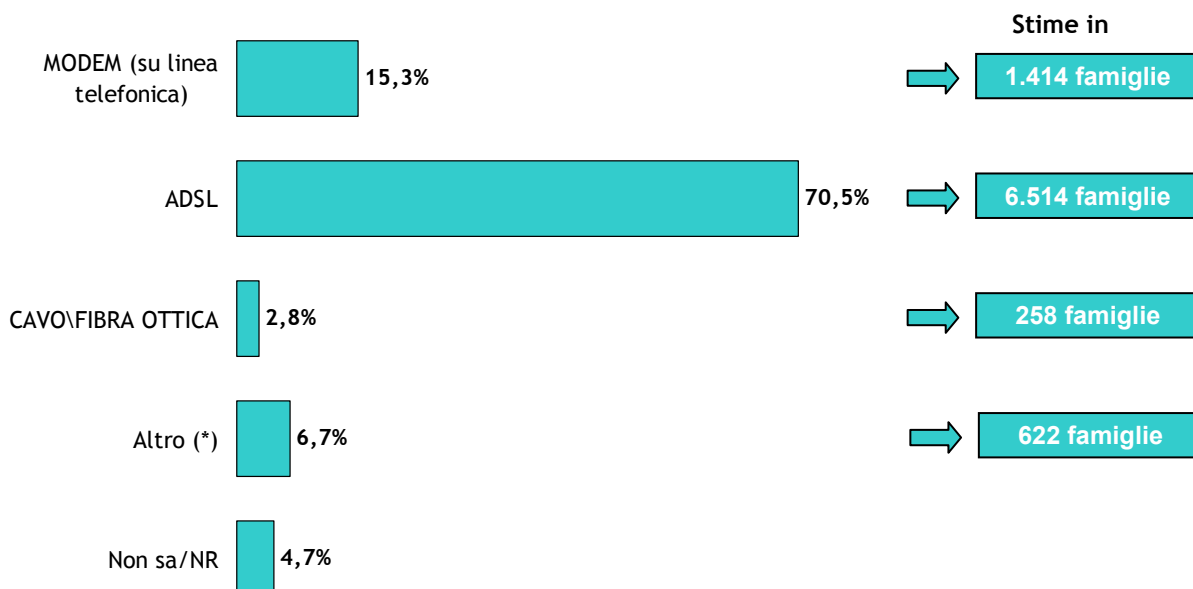
Valori % e Stime in '000



Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni con accesso ad internet da casa attraverso qualsiasi device (N=9.235)  
Domanda B1

## Principale tipologia di connessione a internet disponibile da casa

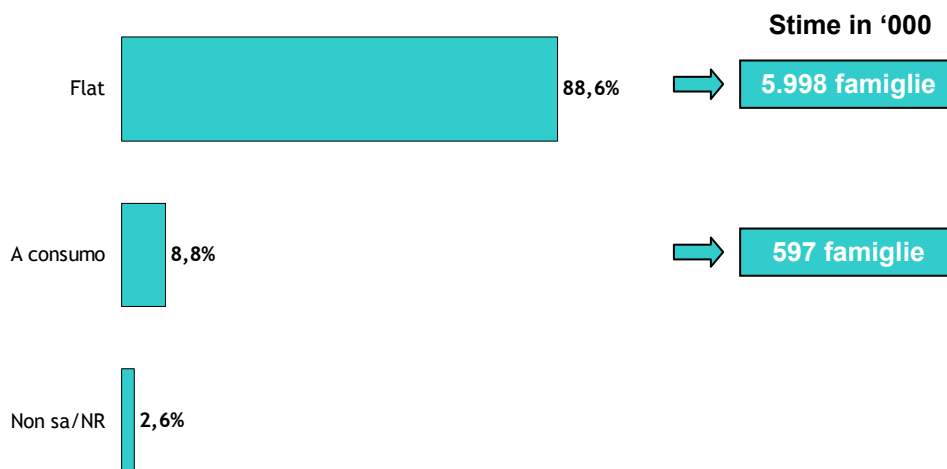
Valori % e Stime in '000



(\*) La modalità "altro" include anche "GPRS" e "UMTS" via pc-scheda  
Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni che hanno accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device (N=9.235)  
Domande (A4)

## Tipo di abbonamento sottoscritto

Valori % e Stime in '000



Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni che hanno accesso a internet da casa attraverso ADSL o cavo/fibra ottica (N=6.772)  
Domande (A4)

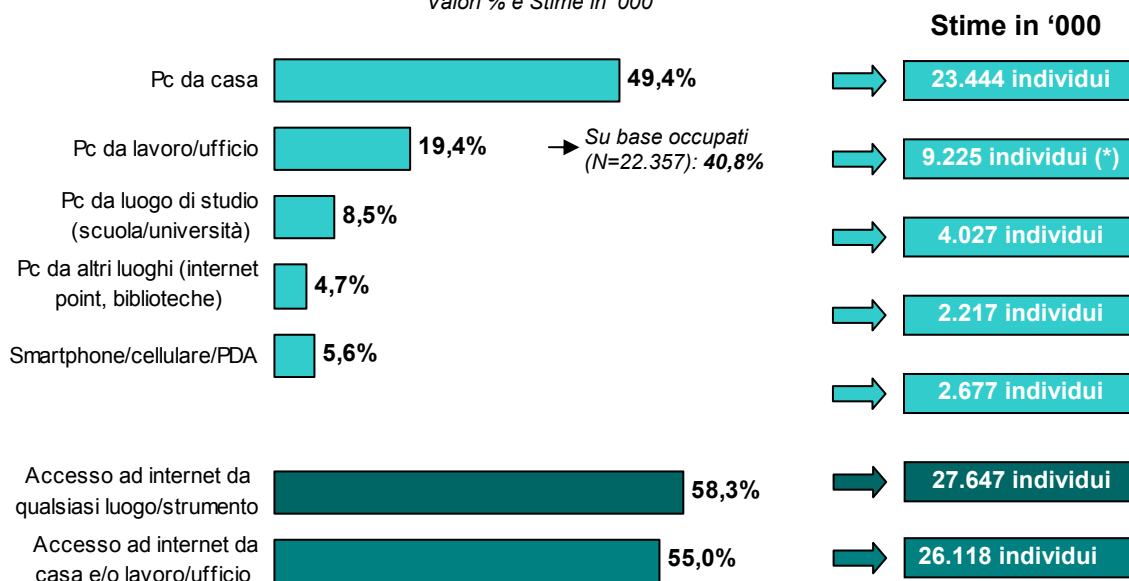
## ***Individui 11-74 anni: Accesso e utilizzo di internet***

Il **58,3%** della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni (**27.647 milioni**) dichiara di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi) e attraverso qualsiasi device, con una particolare preferenza per il collegamento da casa (49,4%) soprattutto tra gli studenti universitari (88,6%) e nelle prime due fasce d'età, 11-17 (62,5%) e 18-34 (62,1%).

Il 19,4 degli individui tra gli 11 e i 74 dichiara di poter accedere a internet dal lavoro/ufficio (9.225 milioni); è però molto elevato il dato di coloro che non hanno un utilizzo esclusivo del computer abilitato all'accesso (il 26,7% dei casi tra coloro che accedono da computer condiviso come utilizzatore principale e il 20,6% dei casi tra coloro che accedono da computer condiviso come utilizzatore secondario).

## Accesso a internet da casa: device

Valori % e Stime in '000

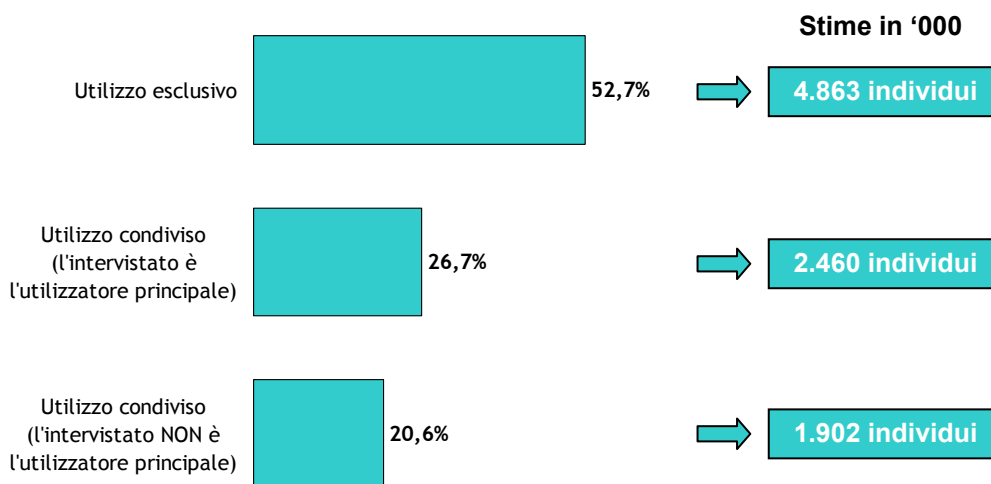


(\*) Il dato include anche una quota minima (1,2%) di non occupati, es. pensionati che continuano a svolgere un'attività lavorativa.  
Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)  
Domanda C0

Il 58,3% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni (27.647 milioni) dichiara di avere accesso a Internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi). La maggior parte degli individui (49,4%) ha accesso da casa e sale al 55% la percentuale di i individui (26.118 milioni) che ha accesso da casa e/o lavoro/ufficio.

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

Valori % e Stime in '000



Base: individui che hanno accesso ad internet dal luogo di lavoro (N=9.225)  
Domanda C8

Il 19,4 degli individui tra gli 11 e i 74 dichiara di poter accedere a internet dal lavoro/ufficio (9.225 milioni); è però molto elevato il dato di coloro che non hanno un utilizzo esclusivo del computer abilitato all'accesso. Se il 52,7% degli individui (4.863 milioni) accede da computer esclusivo, risulta comunque un 26,7% che accede da computer condiviso come utilizzatore principale, e un 20,6% che accede da computer condiviso come utilizzatore secondario.

## **Individui 11-74 anni: profilo degli individui che hanno accesso a internet**

Molti gli **uomini** (62,2%) ma anche le **donne** (54,4%) che dichiarano di avere **accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento** con una maggiore rappresentazione nelle fasce d'età 11-17 (77,6%) e 18-34 (72,8%) e tra gli individui del Nord-Est (65,2%) e del Centro (63,8%).

La maggior parte della popolazione con accesso a internet ha un **livello di istruzione medio-alto** (il 91,8% dei laureati e l'80,8% dei diplomati), una **posizione lavorativa qualificata** (il 96,6% di dirigenti/quadri/docenti universitari e il 92,3% degli imprenditori e dei liberi professionisti) o è studente (l'95,8% degli studenti universitari e il 81,4% degli studenti di scuola media superiore).

Il **55%** degli individui ha **accesso a internet da casa e/o da lavoro/ufficio**, rispettivamente il 58,7% degli uomini e il 51,4% delle donne. Le prime tre fasce d'età sono ben rappresentate, in particolare la fascia d'età tra i 18 e i 34 anni (68,5%) e, anche in questo caso, c'è una maggiore concentrazione tra i laureati (90,6%), i lavoratori (70%), in particolare tra i dirigenti/quadri/docenti universitari (95,8%) e gli studenti universitari (88,6%).

L'**accesso a internet da casa** è indicato nel 49,4% dei casi, con una maggiore rappresentazione tra gli studenti universitari (88,6%) e nelle prime due fasce d'età, 11-17 (62,5%) e 18-34 (62,1%).

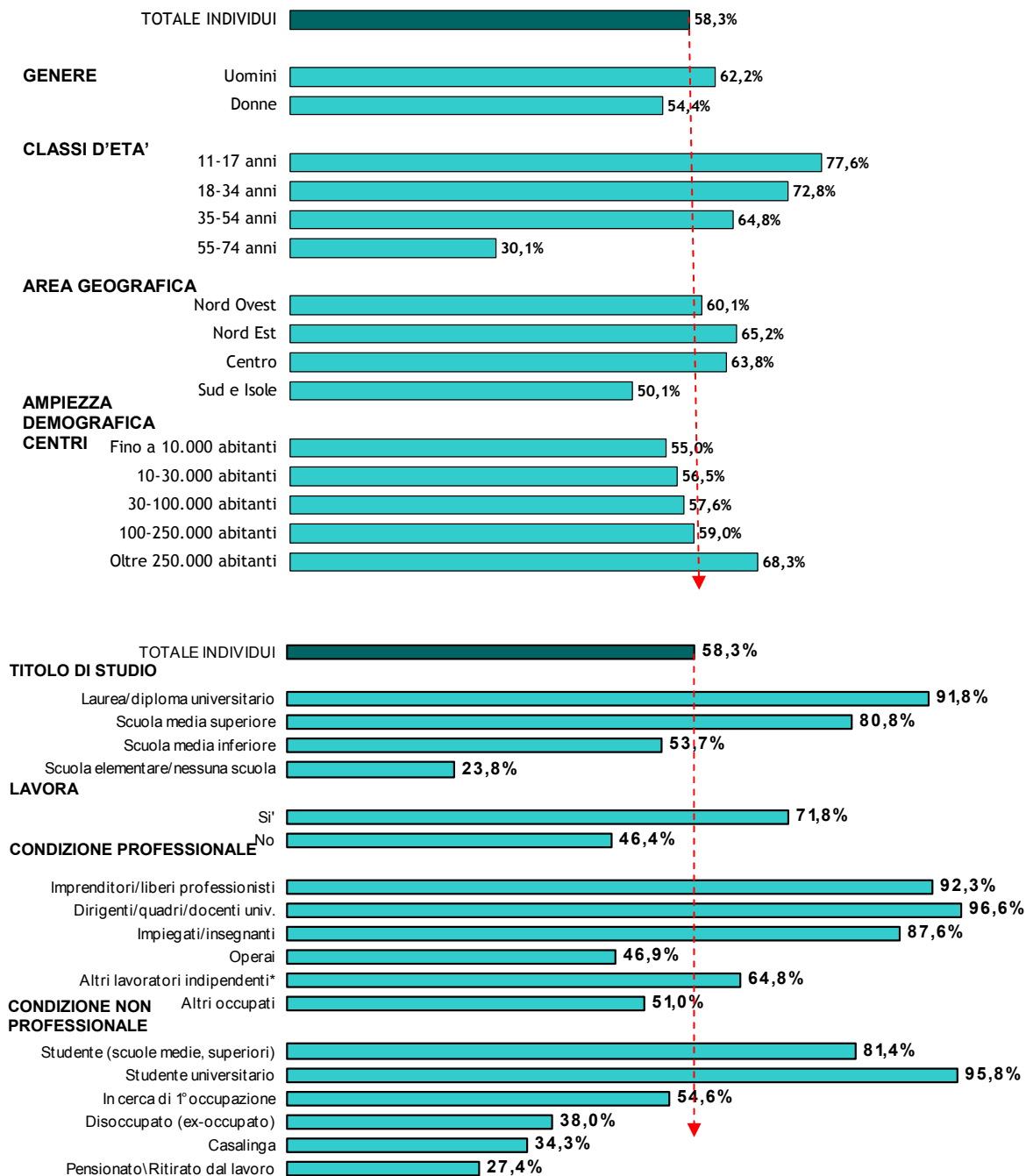
Tra gli individui che dichiarano di **accedere a internet da lavoro/ufficio** (19,4%) c'è una maggiore concentrazione nella fascia d'età 35-54 anni (30,9%), al Nord-Est (26,6%) e al Nord-Ovest (22,6%) più che al Centro (20%), nelle tre categorie professionali "imprenditori/liberi professionisti" (66,9%), "dirigenti/quadri/docenti universitari" (94,1%) e "impiegati/insegnanti" (60,5%), e cresce la percentuale dei diplomati di scuola media superiore (38,1%).

Più in dettaglio, il **40,8% degli individui occupati** accede a internet **da luogo di lavoro/studio**, con una maggiore concentrazione tra gli individui impegnati in attività<sup>1</sup> professionali, scientifiche e tecniche (84,6%) o in attività finanziarie – assicurative (81,1%), seguiti dalle categorie legate ai servizi di informazione e comunicazione (64,8%), alla pubblica amministrazione/difesa (64,4%) e all'istruzione (60,7%). I reparti maggiormente rappresentati sono: tecnico/progettazione (66,9%), societario/organizzativo/legale (66,6%) e amministrativo/impiegatizio/finanziario/contabilità (65,1%). Nella maggior parte dei casi, le persone che hanno accesso a internet da lavoro hanno una particolare influenza sulle decisioni d'acquisto dell'azienda/reparto in cui lavorano: "valuta e/o raccomanda prodotti e servizi per uso aziendale/dipartimentale" (65,5%), "autorizza il budget o le spese per prodotti/servizi dell'azienda/dipartimento" (55,3%) oppure ha "altra influenza sugli acquisti" (54,2%)

<sup>1</sup> Il raggruppamento delle attività lavorative è stato fatto in base al raggruppamento per settori di attività di Istat aggiornato al 2007. La categoria "attività professionali, scientifiche e tecniche" comprende anche "pubblicità e ricerche di mercato, pubbliche relazioni".

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

Valori % e Stime in '000



I due grafici rappresentano 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.

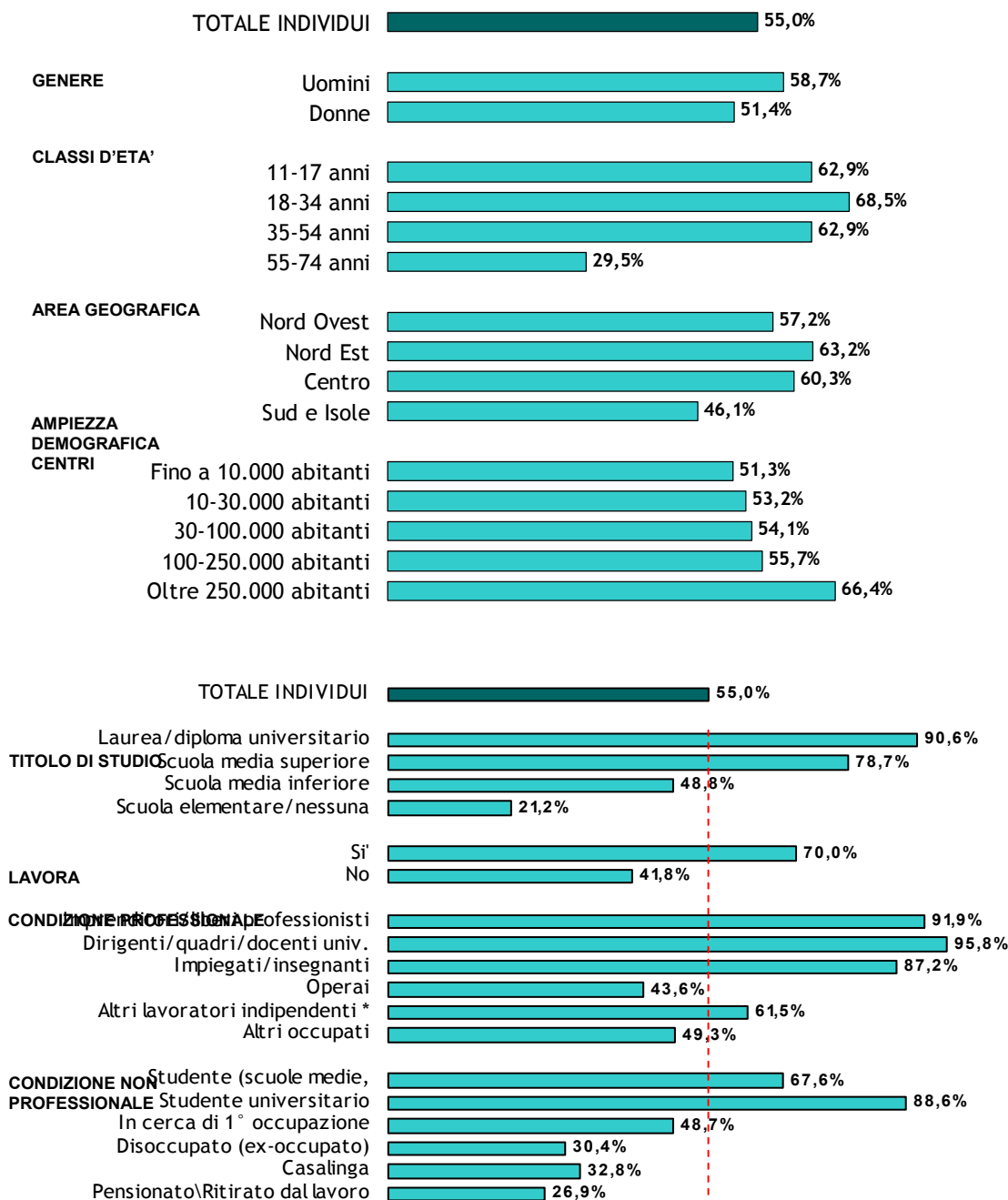
(\*)Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

Domanda C0

## Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da casa e/o lavoro/ufficio

Valori % e Stime in '000



I due grafici rappresentano la quota di individui che ha accesso da pc da casa e/o 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.

(\*)Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...

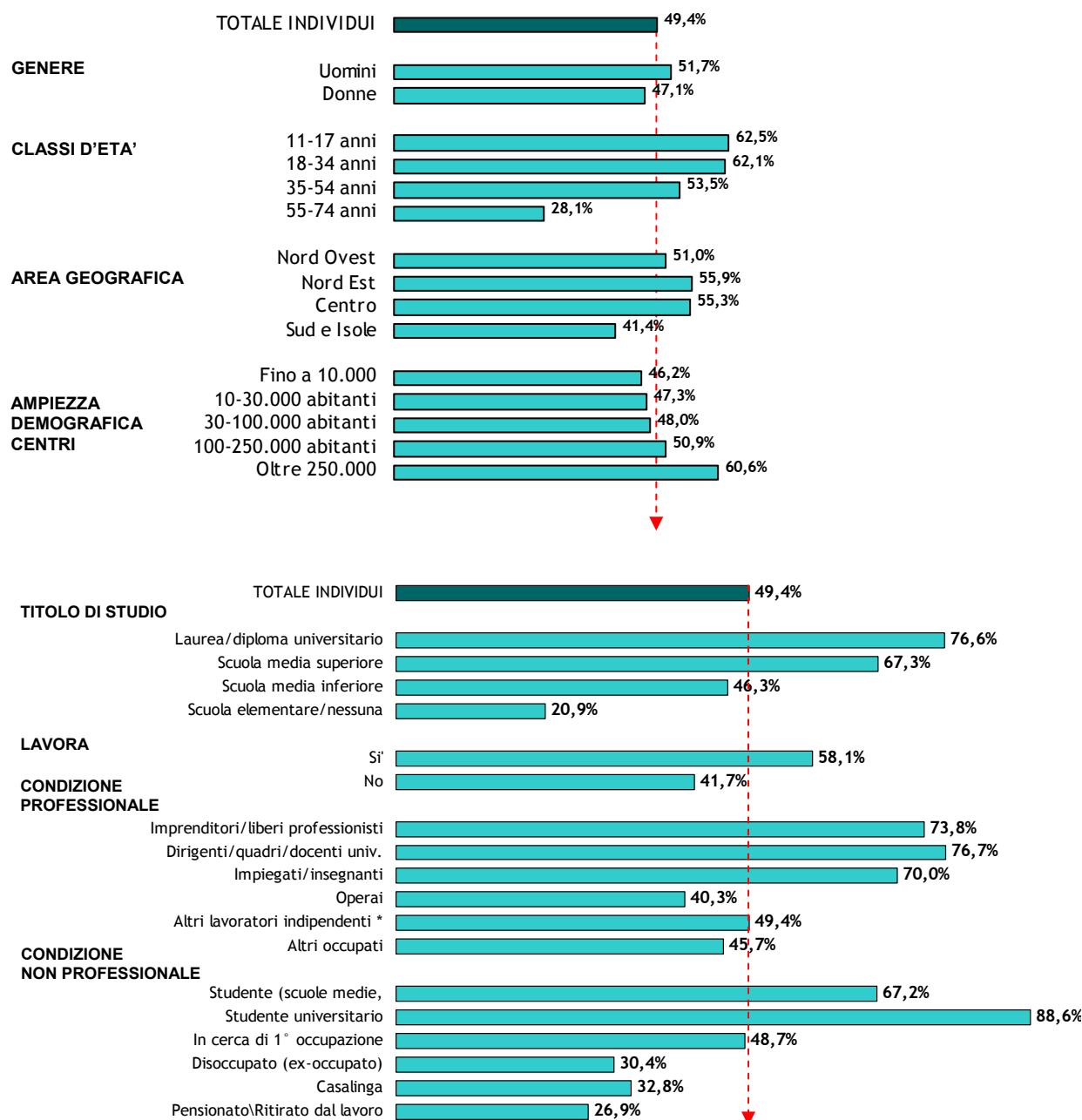
Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

Domanda C0



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

Valori % e Stime in '000



I due grafici rappresentano 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.

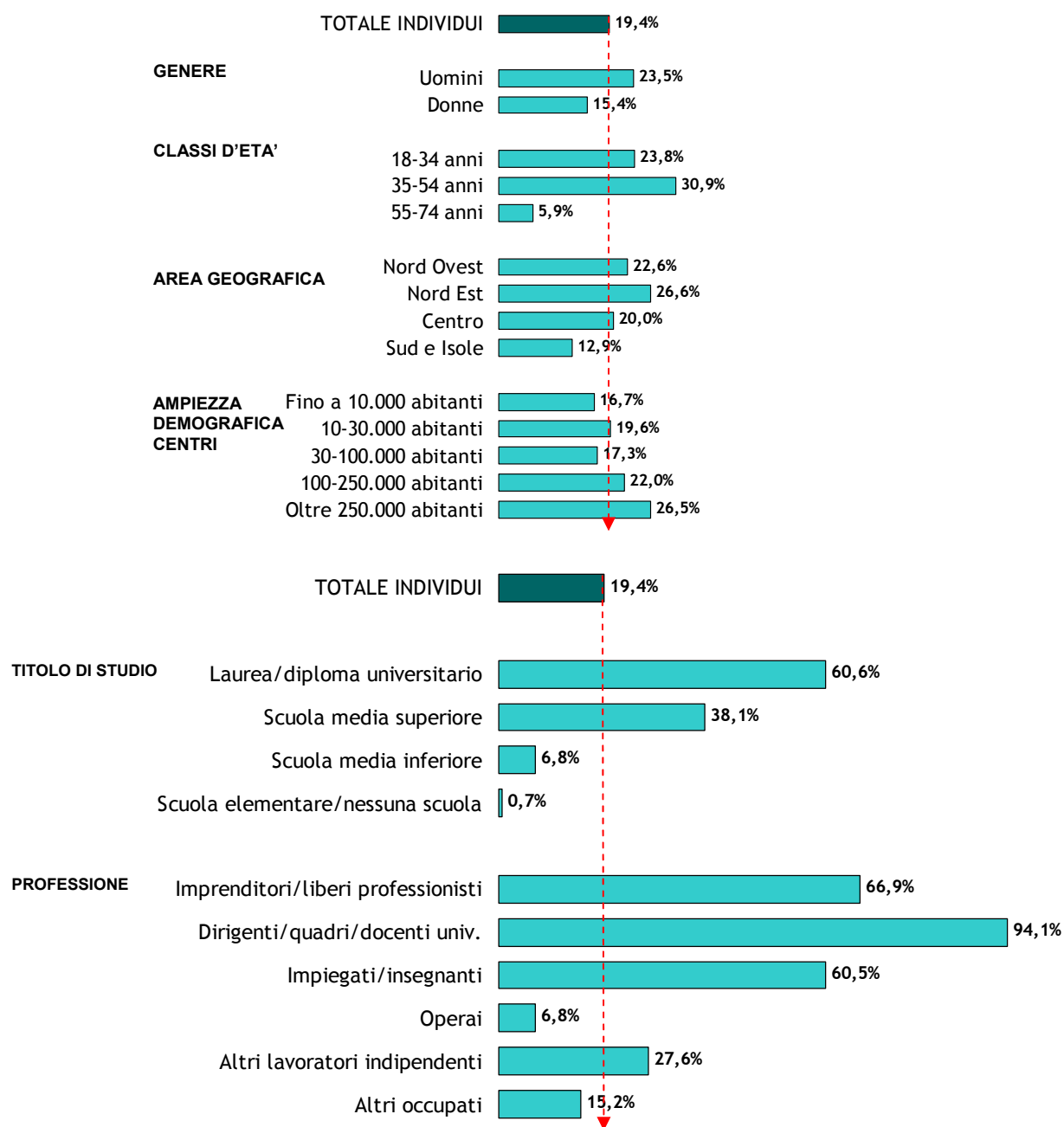
\*Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

Domanda C0

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

Valori % e Stime in '000



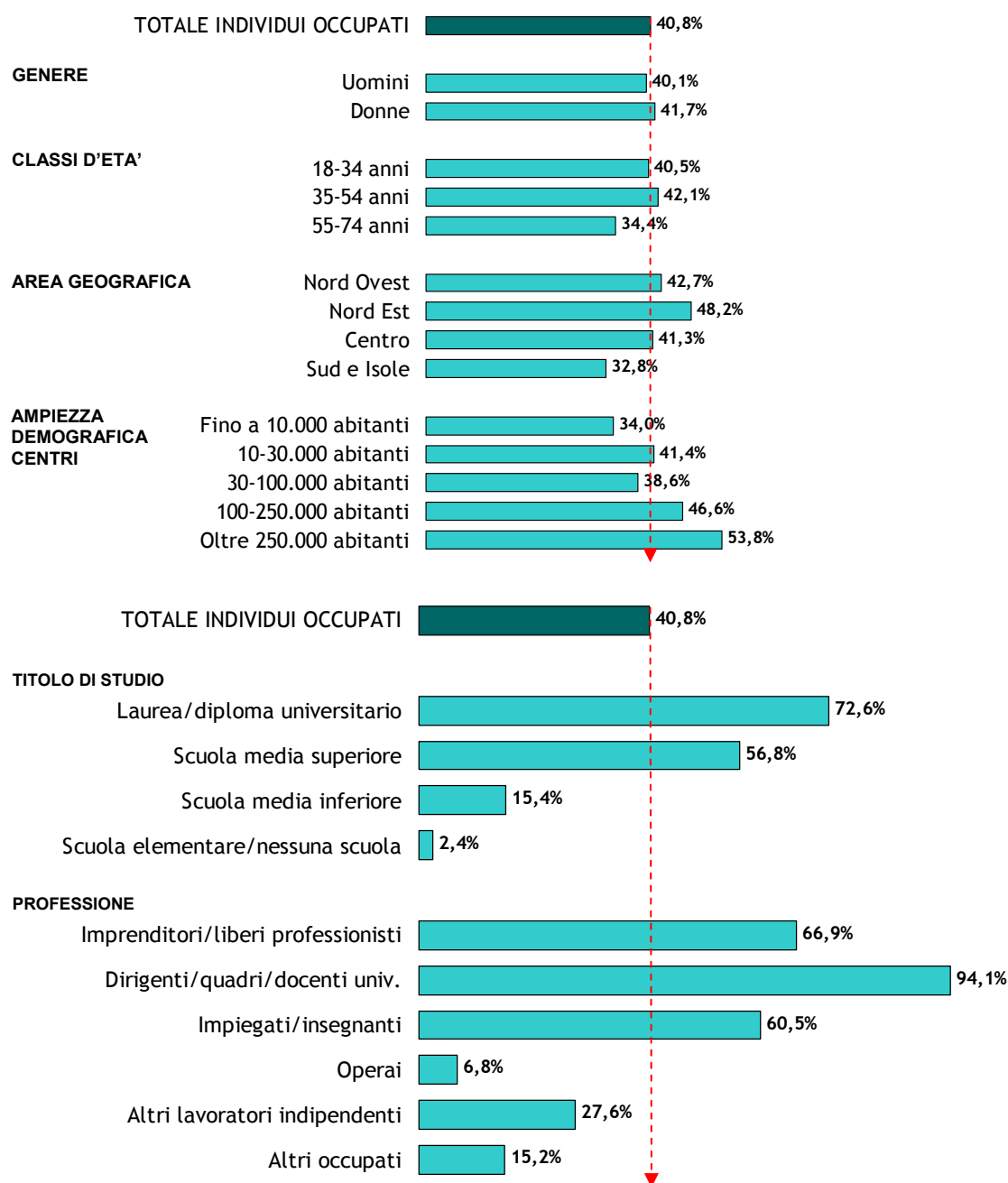
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

Domande (C0)

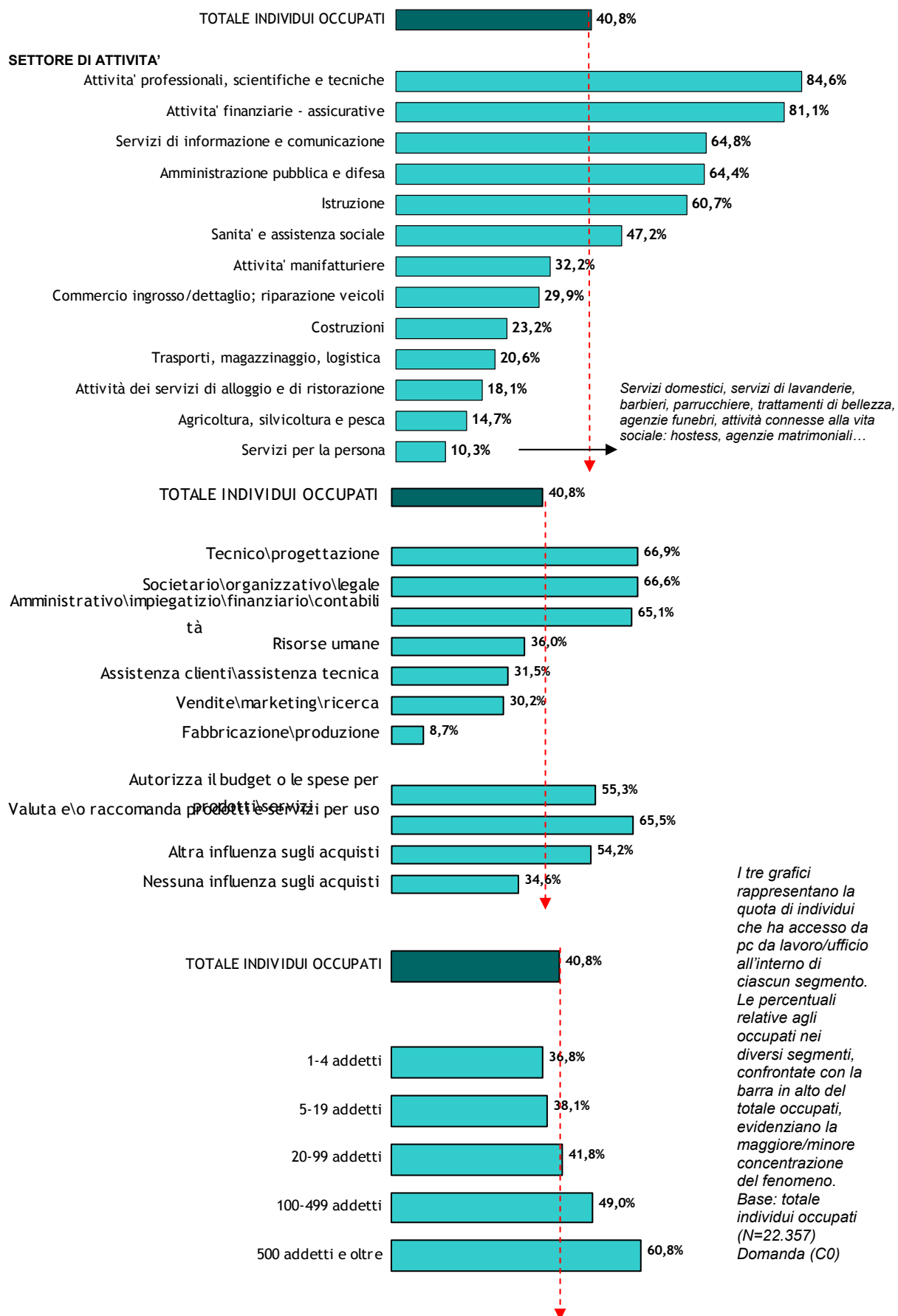
## Profilo degli individui che hanno accesso a internet da pc da lavoro/ufficio (dettaglio sul totale degli individui occupati)

Valori % e Stime in '000



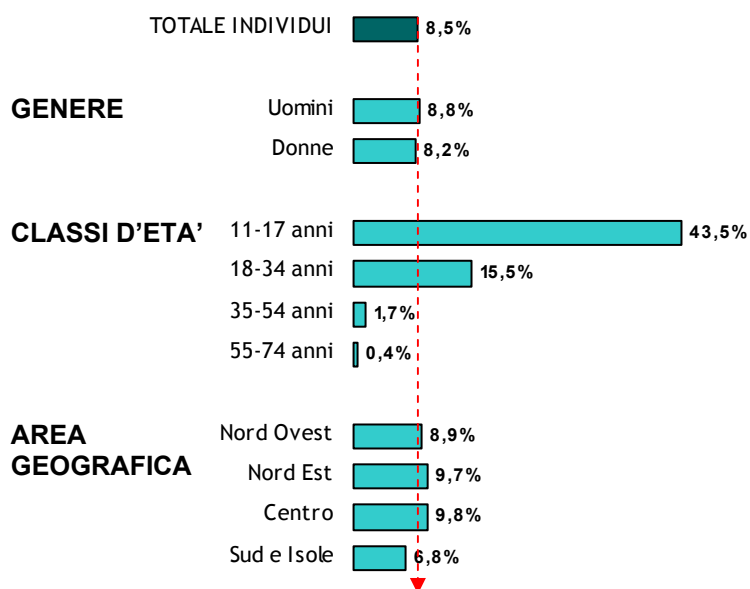
I due grafici rappresentano la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Base: totale individui occupati (N=22.357)  
Domanda (C0)



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

Valori % e Stime in '000



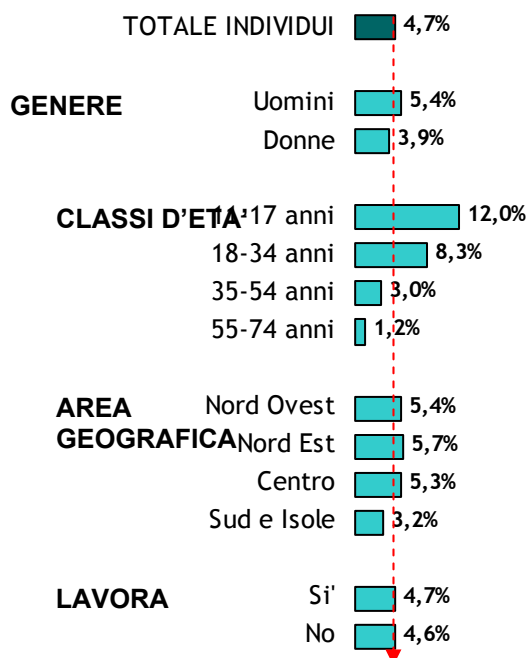
*Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da luogo di studio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.*

*Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)*

*Domanda (C0)*

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

Valori % e Stime in '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.*

*Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)  
Domanda (C0)*

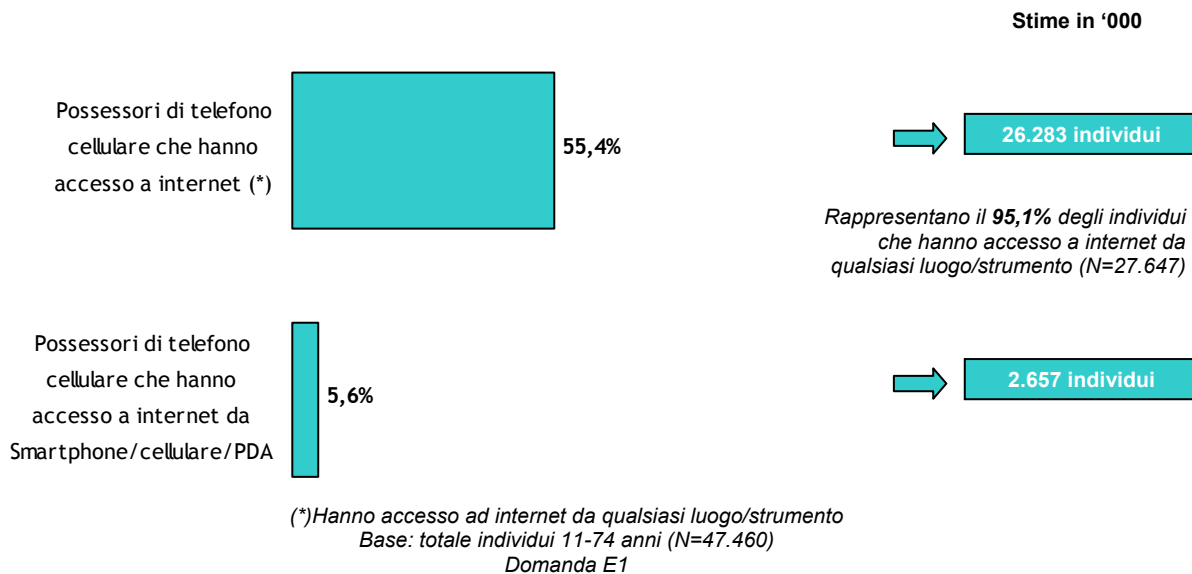
## ***Individui 11-74 anni: Possesso ed uso personale del telefono cellulare***

il **55,4%** degli individui 11-74 anni possiede un telefono cellulare e ha un accesso ad internet, ovvero, il 95,1% degli individui che hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento possiede anche un telefono cellulare (26.283 milioni).

Nonostante l'alto livello di penetrazione dei telefoni cellulari tra gli individui che accedono a internet, solo il **5,6%** della popolazione (**2.7 milioni di individui**) ha accesso a internet in movimento (smartphone/cellulare/PDA). I possessori di cellulare che hanno accesso ad internet da Smartphone/cellulare/PDA usufruiscono dei servizi di telefonia mobile da oltre tre anni (88,8%), usano principalmente una carta prepagata o ricaricabile (76,4%) e spendono fino a 30 euro (56.3%) per i servizi di telefonia mobile

## Possesso di telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo presso gli individui che hanno accesso ad internet

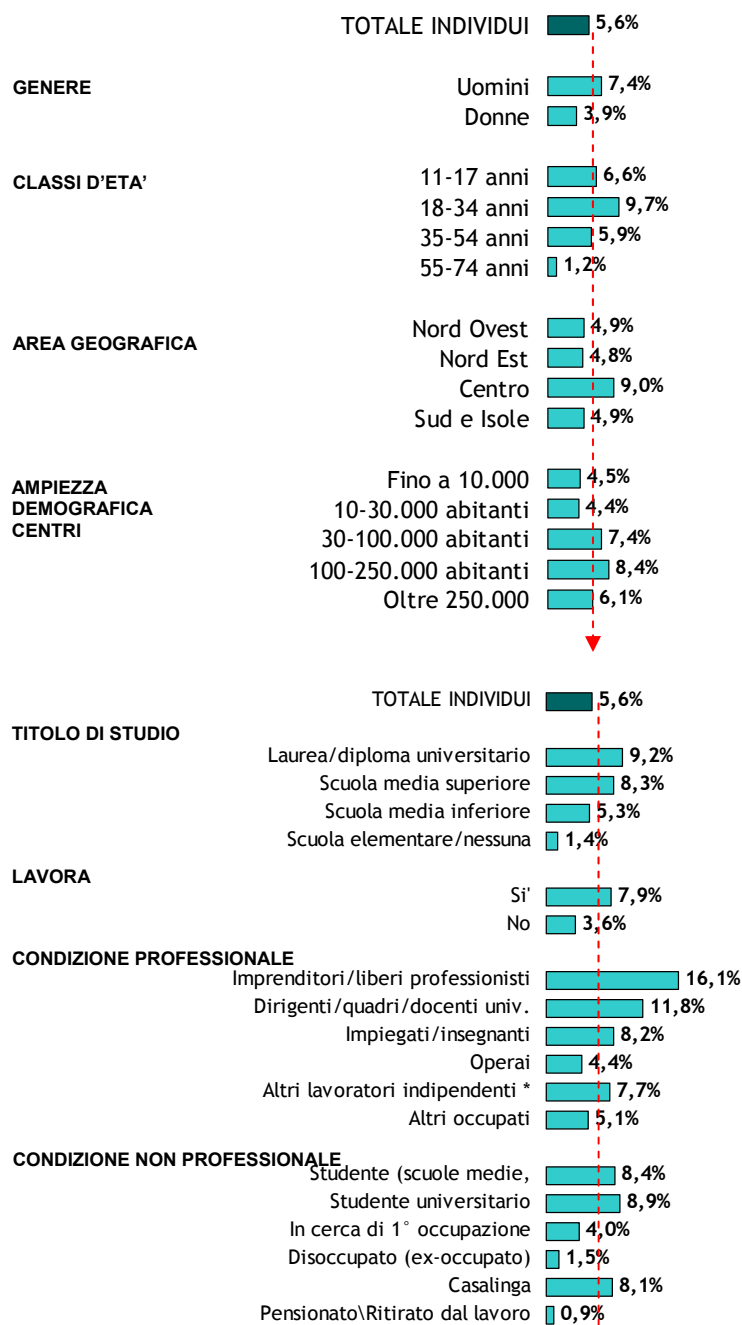
Valori % e Stime in '000





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

Valori % e Stime in '000



\*Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...

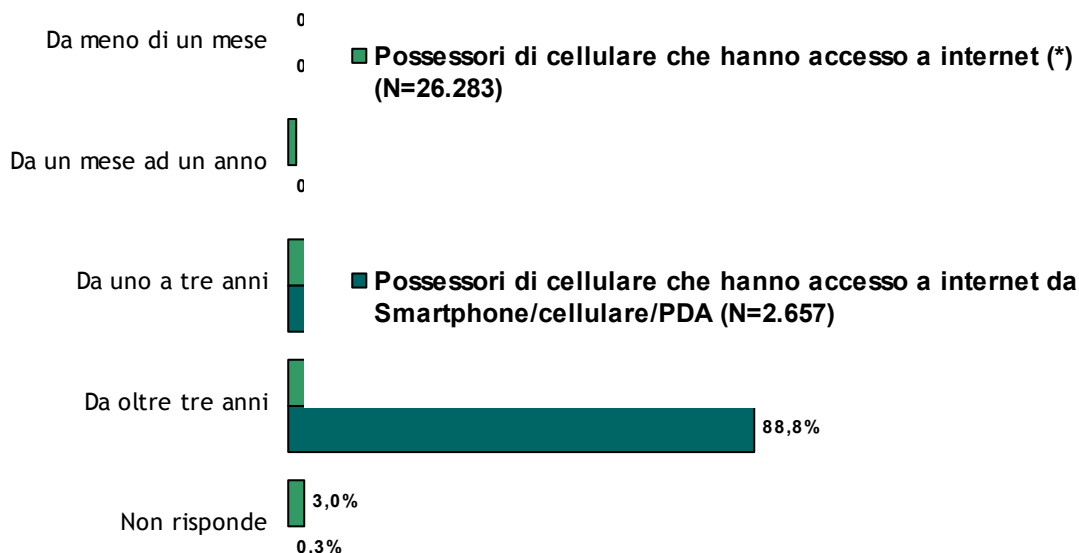
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da Smartphone, cellulare, PDA all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

Domanda C0

## Individui che hanno accesso a internet: da quanto tempo usufruiscono dei servizi di telefonia mobile

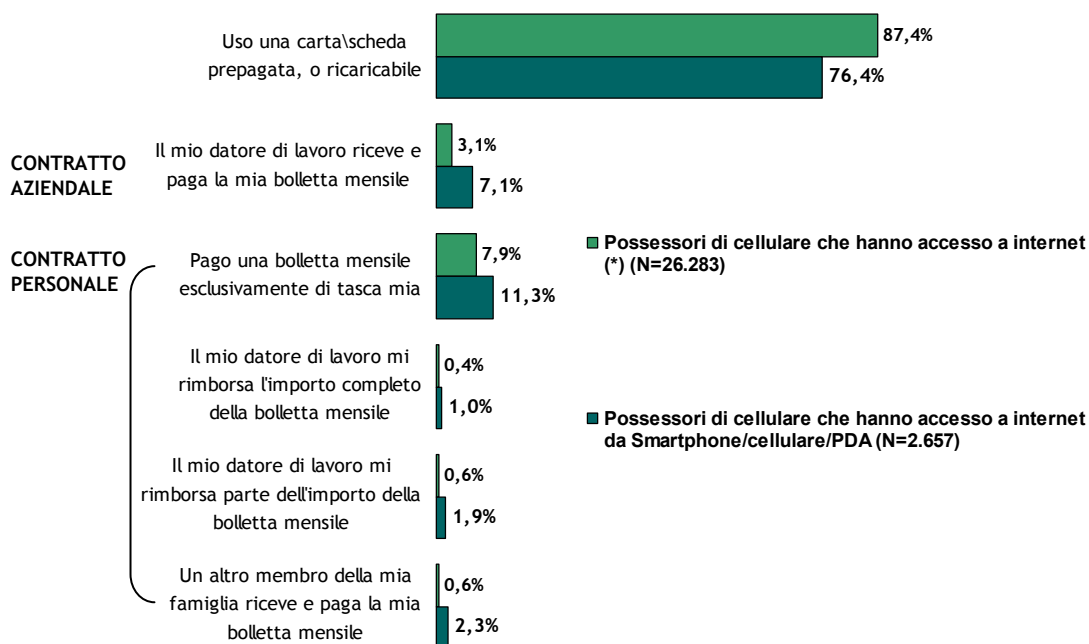
Valori % e Stime in '000



(\*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento  
Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo  
Domanda E2

## Individui che hanno accesso a internet: modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile utilizzati

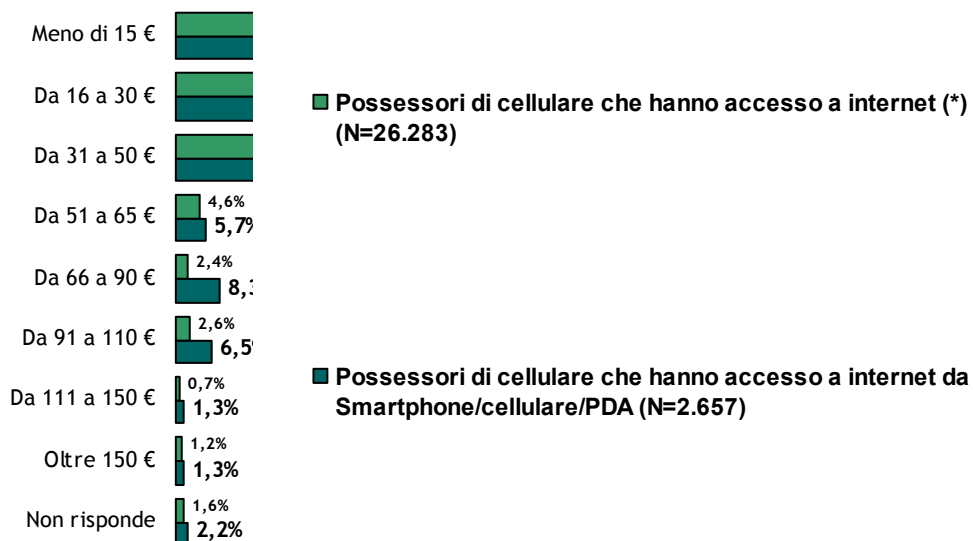
Valori % e Stime in '000



(\*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento  
Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo  
Domanda E4

## Individui che hanno accesso a internet: spesa mensile per i servizi di telefonia mobile

Valori % e Stime in '000



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

Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo  
Domanda E5

## Note Metodologiche

### **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.*

Questa collettività – stimata convenzionalmente sulla base dei dati dell'ultimo censimento della popolazione condotto dall'Istat (2001) – aggiornata in base ai dati del volume ISTAT "Popolazione e movimento anagrafico dei comuni" contenente i dettagli di distribuzione della popolazione per classi di età, per regioni e per provincia, ammonta a 47.460.000 individui (ultimo dato disponibile – Fonte ISTAT). Data la natura del fenomeno indagato si è ritenuto opportuno inserire un limite superiore all'età (74 anni compiuti).

Il campione annuale 2008 è costituito da **7.200** interviste, suddivise in quattro cicli trimestrali di **1.800** casi ciascuno.

### **Metodo di rilevazione**

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

### **Periodo di rilevazione**

Il campione annuale 2008 è costituito da 7.200 interviste suddivise in quattro cicli trimestrali di 1.800 casi ciascuno.

1<sup>a</sup> ciclo: dal 24/04/08 al 18/05/08

2<sup>a</sup> ciclo: dal 12/05/08 al 23/06/08

3<sup>a</sup> ciclo: dal 25/08/08 al 21/09/08

4<sup>a</sup> ciclo: dal 03/11/08 al 30/11/08 (*in corso*)

### **Fonte dei nominativi utilizzati per l'indagine**

Per la selezione del campione della RdB 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, province, 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.

Al fine di consentire una più equilibrata diffusione territoriale del campione, si è proceduto ad un campionamento annuo unico, ovvero le operazioni di stratificazione, pianificazione e selezione delle

unità di campionamento di primo e secondo stadio (i comuni e i PDC) sono state concentrate in una unica operazione di campionamento, per l'intero campione annuo di 7.200 casi. Successivamente il campione annuo è stato suddiviso in 4 sub-campioni da 1.800 casi ciascuno.

Questa soluzione presenta un duplice vantaggio:

- ottenere una migliore rappresentatività e capacità di stima del campione annuo;
- massimizzare la equivalenza e quindi la comparabilità reciproca tra i sub-campioni dei 4 cicli trimestrali grazie alla sub-selezione ordinata e sistematica dei comuni e dei PDC già estrapolati per l'intero campione annuo.

Le celle di stratificazione per la RDB sono le regioni italiane e, qualora presenti, i capoluoghi di provincia con popolazione superiore ai 250 mila abitanti.

Torino	Resto Piemonte	Piemonte	Valle d'Aosta	Milano	Resto Lombardia	Lombardia
Trentino A.A.	Veneto	Friuli V.G.	Genova	Resto Liguria	Bologna	Resto Emilia R.
Emilia R.	Firenze	Resto Toscana	Toscana	Umbria	Marche	Roma
Resto Lazio	Lazio	Abruzzo	Molise	Napoli	Resto Campania	Campania
Bari	Resto Puglia	Puglia	Basilicata	Calabria	Palermo	Catania
Resto Sicilia	Sicilia	Sardegna				

Tuttavia, per la realizzazione del campione, si è partiti dal dettaglio provinciale (107 province), necessario per l'applicazione del "metodo della cumulata" che consente di individuare i comuni non capoluogo in cui realizzare le interviste.

Per la costruzione del campione si sono utilizzati gli ultimi dati ISTAT disponibili sulla popolazione italiana di età compresa tra gli 11 ed i 74 anni a livello provinciale, distribuita secondo la distinzione capoluogo/non capoluogo.

Su 603 PDC da 12 interviste ciascuno, 588 sono stati distribuiti sul territorio in maniera proporzionale al peso della popolazione per provincia (rispettando la distinzione tra capoluogo/non capoluogo). Si è poi effettuato un leggero sovracampionamento che ha portato i PDC da 588 a 603 al fine di garantire almeno 4 PDC annuali per ogni cella di stratificazione (una per ciclo).

Si sono escluse da questa procedura la Valle d'Aosta e il Molise poiché altrimenti sarebbero risultate eccessivamente sovracampionate.

All'interno di ogni PDC una quota di interviste è stata realizzata a giovani, in base al peso che questi hanno all'interno della provincia. Poiché per esperienza si tratta di un target difficile da intervistare, si è effettuato su tutte le celle un sovracampionamento dei giovani del 20%.

Si è poi provveduto a suddividere il campione annuale da 603 PDC in 4 sub-campioni (uno per ciclo) da circa 150 PDC ciascuno.

## **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 (N=47.460.000) 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 (N=20.442.000) 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 (\*\*)

---

(\*) Fonte: ISTAT aggiornamento dati censuari al 31/12/2006

(\*\*) Fonte: ISTAT Multiscopo 2006

## Questionario

### SEZIONE A – POSSESSO PC E ACCESSO A INTERNET DA CASA

A1. Nella sua abitazione c'è almeno un computer (personal computer o MAC) di proprietà o in leasing funzionante? (non considerare i pc aziendali)

- Si ..... 1
- No (**passa alla dom. A3bis**) ..... 2
- Non sa (**passa alla dom. A3bis**) ..... 3
- Non risponde (**passa alla dom. A3bis**) ..... 4

**(Se sì alla dom. A1)**

A2. Quanti sono questi computer (di proprietà o in leasing) funzionanti presenti nella sua abitazione?

- Indicare il numero    **max 10**
- Non sa
- Non risponde

**(Se sì alla dom. A1)**

A3. Attualmente Lei o qualcuno della sua famiglia ha accesso da casa ad Internet con uno o più di questi computer?

- Si ..... 1
- No ..... 2
- Non sa ..... 3
- Non risponde ..... 4

**(Se sì alla dom. A3 e indica più di un pc alla dom. A2)**

A3a. Da quanti dei .....(appare il numero) computer presenti nella sua abitazione è possibile collegarsi ad Internet da casa?

- Indicare il numero
- Non sa
- Non risponde

A3bis. Attualmente Lei o qualcuno della sua famiglia ha accesso da casa ad Internet con uno dei seguenti strumenti?

**(leggere)**

- A** - Computer (PC/MAC) aziendale (portatile, palm top)
- B** – Palmare o PDA personale
- C** - Televisione
- D** - Telefono cellulare/Smart Phone
- E** – Altro dispositivo

- Si ..... 1
- No ..... 2
- Non sa (trattare come no) ..... 3
- Non risponde (trattare come no) ..... 4

A4. Qual è la **tipologia** di connessione disponibile da casa sua? *Nel caso ne avesse più di una, nel rispondere, si riferisca alla connessione più veloce.*

(una sola risposta)  
(mostrare cartellino A4)

- MODEM (su linea telefonica) ..... 1
- ADSL ..... 2
- CAVO/FIBRA OTTICA ... ..... 3
- GPRS ..... 4
- UMTS ..... 5
- Altro (**non specificare**) ..... 6
- Non sa ..... 7
- Non risponde ..... 8

**SEZIONE B - DOTAZIONI TECNOLOGICHE  
DELL' ABITAZIONE**

B1. Quali di queste apparecchiature sono presenti nella sua abitazione?:  
(mostrare cartellino B1)

- TV tradizionale ..... 1
- TV Satellitare (es. Sky) ..... 2
- TV via cavo (es. Fastweb, Alice hometv) ..... 3
- TV digitale terrestre (gratuito, a pagamento) ..... 4
- Telefono fisso ..... 5
- Console giochi (es. Playstation, Nintendo ) ..... 6
- Nessuno di questi (non mostrare)..... 7
- Non sa (non mostrare) ..... 8

**SEZIONE C – UTILIZZO PERSONALE DI  
INTERNET**

C0. Attualmente ha accesso a Internet da uno dei seguenti luoghi/situazioni/strumenti?

**Nota per l'intervistatore:** spiegare che si tratta della possibilità di poter accedere e non necessariamente di collegamento/navigazione effettuata  
(leggere)

1. PC (desktop o laptop) da casa propria  
(**coerenza A3 e A3bis.A, deve avere telefono fisso a B1 o scheda UMTS/GPRS a A4**)
2. PC da lavoro/ufficio\*
3. PC da luogo studio come scuola/università
4. PC da altri luoghi come internet point/  
biblioteche pubbliche
5. Smartphone/cellulare/PDA
6. Altra tecnologia

\* gli insegnanti che si collegano da scuola rientrano al punto dal "lavoro/ufficio"

**Per ciascuna situazione le risposte sono:**



- Si ..... 1
- No ..... 2
- Non sa ..... 3
- Non risponde ..... 4

C8. Il pc da cui ha accesso dal luogo di lavoro (**leggere – una sola risposta**)

- E' un computer usato esclusivamente da lei ..... 1
- E' un computer condiviso con uno o più colleghi di cui lei è l'utilizzatore principale 2
- E' un computer condiviso con altri colleghi di cui lei NON è l'utilizzatore principale (public access)..... 3

<p><b>SEZIONE E – POSSESSO ED USO PERSONALE DEL TELEFONO CELLULARE</b></p>
--

E1. Lei possiede un telefono cellulare che utilizza in maniera esclusiva (non condiviso con altre persone della famiglia)?

- Si .....1
- No (**Controllare con C2 cod. 2**) .....2

E2. Da quanto tempo usufruisce personalmente dei servizi di telefonia mobile?

**(una sola risposta)**

- Da meno di un mese..... 1
- Da meno di un anno ..... 2
- Da 1 a tre anni ..... 3
- Da oltre tre anni ..... 4
- Non risponde..... 5

E4. Quale tra le seguenti risposte rappresenta meglio la sua modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile da lei utilizzati? Se usa più cellulari, consideri solo il principale.

**(una sola risposta – leggere)**

- Ho un contratto personale e pago una bolletta mensile esclusivamente di tasca mia 1
- Ho un contratto personale e il mio datore di lavoro mi rimborsa l'importo completo della bolletta mensile .....2
- Ho un contratto personale e il mio datore di lavoro mi rimborsa parte dell'importo della bolletta mensile .....3
- Ho un contratto personale e un altro membro della mia famiglia riceve e paga la mia bolletta mensile 4
- Ho un contratto aziendale e il mio datore di lavoro riceve e paga la mia bolletta mensile 5
- Uso una carta/scheda prepagata, o ricaricabile 6

E5. A quanto ammonta all'incirca l'importo della sua spesa mensile? (*una sola risposta*)

- Meno di € 15 ..... 1
- €16-€30 .....2
- €31-€50 .....3
- €51-€65 .....4
- €66-€90 .....5
- €91-€110 .....6

- €111-€150.....7
- Oltre € 150 .....8
- Non risponde.....9

## 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 una Joint Industry Committee che vede la partecipazione di tutti gli operatori del mercato: Fedoweb, associazione degli editori online; UPA Utenti Pubblicità Associati, che rappresenta le aziende nazionali e multinazionali che investono in pubblicità; e Assap Servizi, l'azienda di servizi di AssoComunicazione, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

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

Per maggiori informazioni visitare il sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it)