



AW Trends

***Sintesi dei risultati della Ricerca di Base sulla diffusione
dell'online in Italia – VI Edizione***

***Analisi dei risultati
Dati cumulati cicli 1, 2, 3 e 4 del 2009
dal 09/02/09 al 01/12/09***

10 Febbraio 2010

| | |
|--|---------------|
| PREMESSA | - 4 - |
| Il nuovo approccio della Ricerca | - 5 - |
| Key Questions | - 5 - |
| PRINCIPALI EVIDENZE | - 6 - |
| FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE FINO A 74 ANNI: MODALITÀ DI ACCESSO A INTERNET E USO DEL COMPUTER..... | - 12 - |
| Possesso di pc di proprietà o in leasing a casa | - 13 - |
| Profilo delle famiglie che possiedono pc di proprietà o in leasing a casa | - 13 - |
| Famiglie con accesso a internet da casa: device utilizzato | - 14 - |
| Numero di pc di proprietà o in leasing con cui possono accedere da casa..... | - 15 - |
| a internet | - 16 - |
| Principale tipologia di connessione a internet disponibile da casa | - 16 - |
| Tipo di abbonamento sottoscritto | - 17 - |
| INDIVIDUI 11-74 ANNI: MODALITÀ DI ACCESSO A INTERNET | - 18 - |
| Accesso a internet: luoghi e strumenti | - 19 - |
| CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE DEGLI INDIVIDUI (11-74 ANNI) CON ACCESSO A INTERNET | - 20 - |
| Profilo degli individui con accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento | - 21 - |
| Profilo degli individui con accesso a internet da casa tramite computer | - 23 - |
| Profilo degli individui con accesso a internet da lavoro/ufficio tramite computer..... | - 24 - |
| Utilizzo del pc da cui hanno accesso a internet dal luogo di lavoro..... | - 25 - |
| Profilo degli individui occupati con accesso a internet da lavoro/ufficio tramite computer | - 26 - |
| Profilo degli individui con accesso a internet da luogo di studio tramite computer..... | - 29 - |
| Profilo degli individui con accesso a internet da altri luoghi tramite computer | - 29 - |
| CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE DEI POSSESSORI DI TELEFONO CELLULARE CON ACCESSO A INTERNET..... | - 30 - |
| Possessori di telefono cellulare e accesso a internet | - 31 - |
| Profilo degli individui che hanno accesso a internet da Smartphone, cellulare, PDA | - 32 - |
| Fruizione dei servizi di telefonia mobile | - 32 - |
| Fruizione dei servizi di telefonia mobile | - 33 - |
| Modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile..... | - 33 - |
| Spesa mensile per i servizi di telefonia mobile | - 34 - |
| Attività che è possibile fare dal proprio cellulare e solitamente effettuate almeno una volta la settimana | - 34 - |
| APPROFONDIMENTO SULLE MOTIVAZIONALI RELATIVE ALL'USO/MANCATO USO DI INTERNET | - 35 - |
| Uso di internet: motivazioni | - 36 - |
| Uso di internet: elementi di soddisfazione | - 36 - |
| Uso di internet: elementi di insoddisfazione..... | - 37 - |
| Uso di internet: fattori che ne aumenterebbero la frequenza di utilizzo..... | - 37 - |
| Mancato uso di internet: motivazioni..... | - 38 - |

| | |
|--|---------------|
| NOTE METODOLOGICHE | - 39 - |
| Universo di riferimento e campione | - 39 - |
| Metodo di rilevazione | - 39 - |
| Periodo di rilevazione | - 39 - |
| Fonte dei nominativi utilizzati per l'indagine..... | - 39 - |
| Piano di campionamento | - 39 - |
| Ponderazione dei dati raccolti..... | - 40 - |
| QUESTIONARIO..... | - 42 - |
| AUDIWEB | - 48 - |

Premessa

AW Trends è il report trimestrale sui dati sintetici della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia 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 e alla descrizione dei profili socio-demografici. Basata su un campione teorico costituito da interviste face to face con estrazione dei nominativi dalle liste elettorali, suddivise in quattro cicli trimestrali, su un campione della popolazione italiana residente (individui di 11-74 anni).

La Ricerca di Base rappresenta il primo strumento accreditato e "indipendente" in Italia nella rilevazione dell'universo degli utenti internet e nella descrizione delle loro caratteristiche in termini di profilo socio-demografico e attitudinale.

Partita nel mese di aprile del 2008, applicando una differente distribuzione dei cicli al fine di ottenere una corretta rappresentazione degli accessi a internet¹ nell'arco di tutto l'anno, la Ricerca di Base è continuamente aggiornata e perfezionata, al fine di soddisfare le esigenze di ricerca in termini di approfondimento e chiarimento delle tematiche trattate e rendere il questionario di più facile somministrazione per gli intervistati e il più completo possibile.

Infatti, nel **2008 il campione teorico annuale** era costituito da **7.200** interviste face to face suddivise in quattro cicli trimestrali di **1.800** casi ciascuno, mentre dal 2009 la Ricerca di Base è basata su un campione più ampio di **10.000 interviste** annue, suddivise in 4 cicli trimestrali di rilevazione di circa 2.500 casi ciascuno.

Inoltre, al fine di estendere anche l'indagine su particolari tematiche, nel 2009 sono state introdotte due nuove sezioni nel questionario²: una sezione dedicata alle motivazioni legate all'utilizzo o mancato utilizzo di internet e sui motivi di soddisfazione/insoddisfazione dell'accesso; una sezione dedicata all'approfondimento sulle attività che è possibile fare da cellulare.

In questo report AW Trends è descritta la sintesi dei dati cumulati dei cicli 1°, 2°, 3° e 4° del 2009 (dal 09/02/09 al 01/12/09), basati su 10.130 interviste complessive, che consente per la prima volta di confrontare due anni di ricerca mettendo in evidenza le variazioni sulla diffusione del mezzo tra il 2009 e il 2008. Il trend sulla disponibilità di accesso a internet dai diversi luoghi di accesso sarà descritto nel capitolo "Principali evidenze", in cui è anche illustrata la sintesi dei risultati della ricerca.

Nei capitoli successivi si descriveranno i profili delle famiglie italiane e degli individui che hanno accesso a internet attraverso computer o altri device e da differenti luoghi (casa, lavoro, ufficio, altri luoghi).

Nel primo capitolo sarà descritto il profilo delle famiglie che dispongono di un computer e che accedono a internet da casa. Nel secondo capitolo, "Individui 11-74 anni: modalità di accesso internet", e nel terzo, "Caratteristiche socio-demografiche degli individui (11-74 anni) con accesso a internet", si presentano le differenti modalità di accesso a internet descrivendo in dettaglio il profilo degli individui che accedono a internet dai luoghi esaminati. Il quarto capitolo offre un approfondimento sugli individui che accedono a internet tramite smartphone, cellulare o PDA con un approfondimento dedicato alle principali attività che è possibile fare da cellulare o solitamente effettuate almeno una volta a settimana. La presentazione dei risultati si chiude con l'ultimo capitolo, "Approfondimenti sulle motivazioni relative all'uso/mancato uso di internet".

¹ Per 'accesso a internet' si intende la presenza di almeno un 'device' collegato a internet. Per approfondimento, consultare il questionario (Domande A.1.1, A.1.3) nel capitolo "Questionario".

² Sezione D1 e le nuove domande E6 + E7.

Il nuovo approccio della Ricerca

La Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia 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.

- **Dal 2008 interviste individuali “face to face”** a domicilio con estrazione dei nominativi dalle liste elettorali che sostituiscono il precedente metodo basato su interviste telefoniche in modalità Random Digit Dial (RDD);
- **nel 2009 ulteriore ampliamento del campione:** 10.000 questionari somministrati a individui di età compresa fra gli 11 e i 74 anni nei 4 cicli di interviste;
- **indagine su nuove tematiche:** estensione dell'analisi dell'accesso a internet da “altri luoghi” (computer da luogo di studio, computer da altri luoghi), dettaglio sul profilo degli utenti che accedono a internet da smartphone/cellulare/PDA e, più in generale, approfondimenti motivazionali sull'uso/mancato uso di internet.

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?

Quali sono le motivazioni alla base dell'uso/mancato uso di internet?

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

Quali sono le principali attività che è possibile fare da cellulare o solitamente effettuate?

Come evolve la diffusione dell'online in Italia?

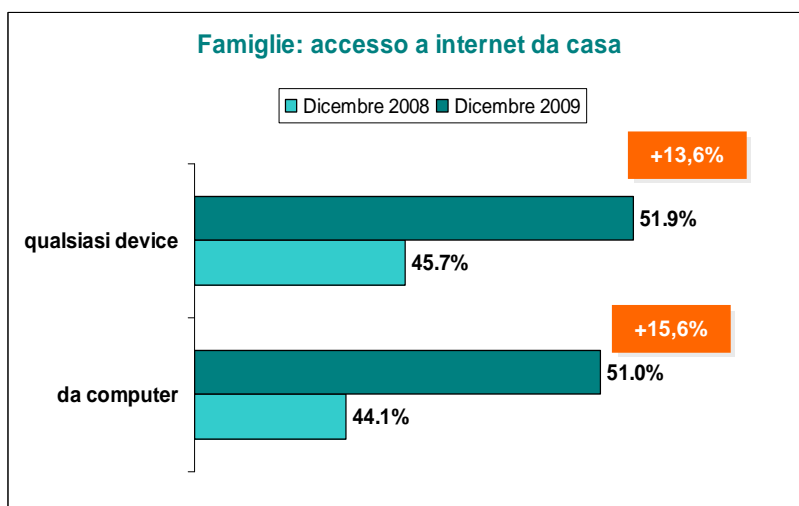
Principali evidenze

La Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia è arrivata alla IV edizione, completando così 8 cicli di interviste che rappresentano 2 anni completi di analisi, con la possibilità di illustrare per la prima volta le dinamiche di sviluppo dell'online in Italia e l'andamento del fenomeno tra il 2008 e il 2009.

La diffusione di internet in Italia risulta abbastanza capillare e in crescita, considerando i dati in positivo sull'andamento annuale del 2009. Gli **indicatori principali** che attestano la crescita rispetto al 2008, sono rappresentati da un **aumento del 13,6% della disponibilità di accesso a internet da casa tramite qualsiasi device tra le famiglie italiane** con almeno un componente fino a 74 anni e, più in generale, da un **aumento del 10,4% degli Italiani d'età compresa tra gli 11 e i 74 che hanno un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento**.

Famiglie con accesso a internet

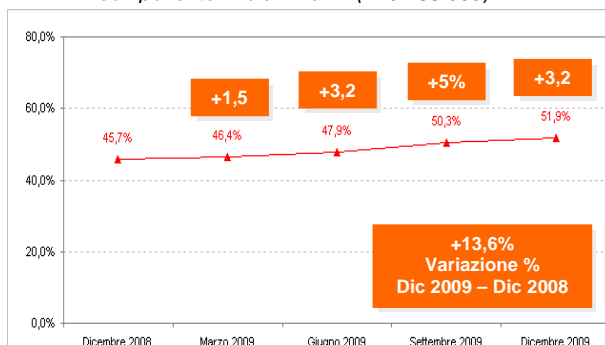
Dall'ultima rilevazione della Ricerca di Base, infatti, risulta che il **51,9% delle famiglie italiane** con almeno un componente fino a 74 anni (10,8 milioni) dichiara di avere un **accesso a internet da casa da qualsiasi device**, con un incremento di 1,3 milioni i nuclei familiari. Una crescita del 13,6% rispetto ai dati cumulati registrati nel dicembre 2008 in cui risultavano 9,339 milioni di famiglie con accesso, il 45,7% delle famiglie italiane. Cresce in particolare la **disponibilità di accesso tramite computer**, presente nelle case di 10,6 milioni di famiglie, con un **incremento del 15,6% rispetto a dicembre 2008** e del 3,9% rispetto alla rilevazione precedente (settembre 2009 = 49,1%).



Le differenze tra l'accesso da qualsiasi device e da pc di proprietà o in leasing è dovuto alla possibilità di accedere da televisori e pc aziendali. Nei riquadri arancioni è evidenziata la variazione percentuale tra i dati cumulati di dicembre 2009 e quelli di dicembre 2008.

Famiglie: accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device, trend annuale

% e stime sul totale delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=20.788.000)



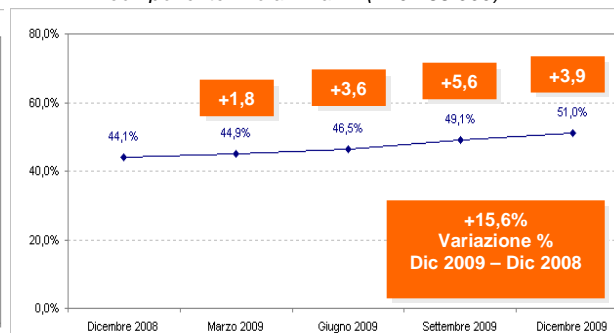
Nei riquadri più piccoli è evidenziata la variazione percentuale rispetto al cumulato precedente.

I dati di ciascun trimestre si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2008 si riferiscono all'intero anno 2008.

Nei riquadri grandi è evidenziata la variazione percentuale tra i dati cumulati di dicembre 2009 e quelli di dicembre 2008.

Famiglie: accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà o in leasing, trend annuale

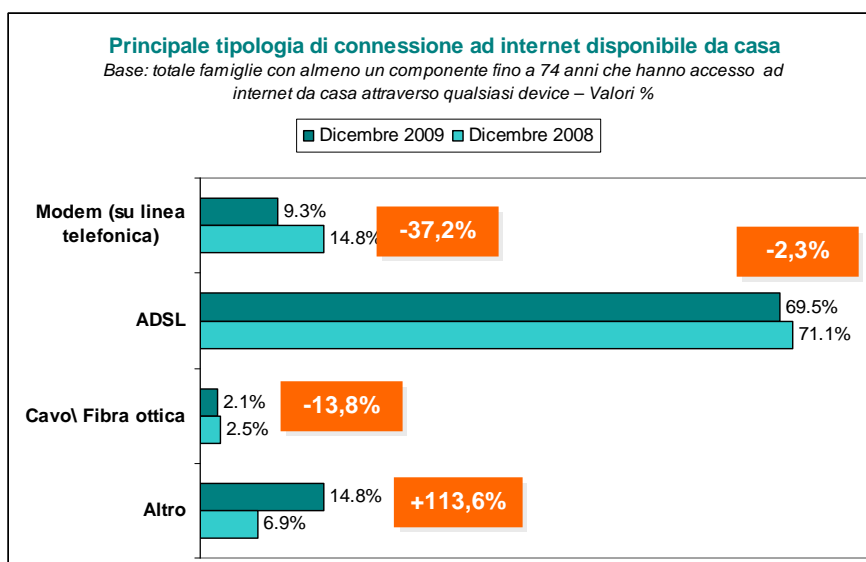
% e stime sul totale delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (=20.788.000)



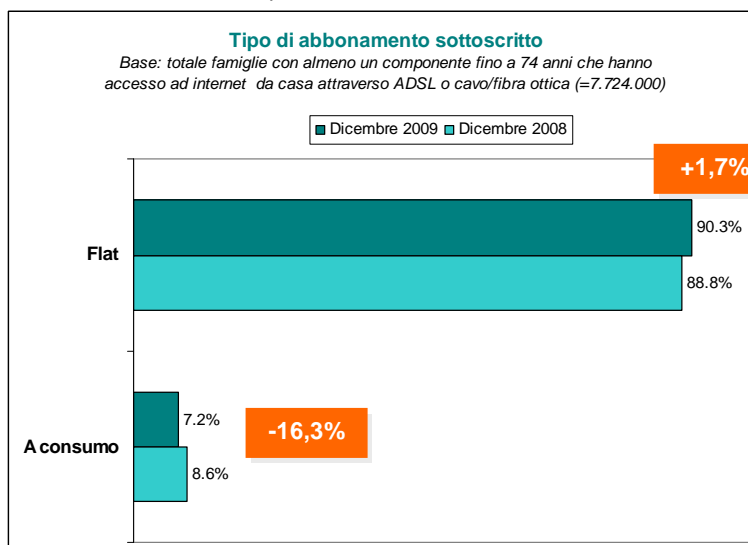
La disponibilità di un accesso a internet, inoltre, risulta direttamente proporzionale alla **dimensione del nucleo familiare**: più è numerosa la famiglia e più cresce la possibilità di connessione alla Rete. Una relazione significativa che indica una maggiore disponibilità d'accesso soprattutto tra i più giovani, i cosiddetti "nativi digitali", come si vedrà più in dettaglio nella descrizione del profilo degli individui che possono accedere a internet da casa.

Le famiglie con un accesso a internet dispongono anche di altre **dotazioni tecnologiche**: oltre alla TV tradizionale presente nell'86,5% dei casi (9,329 milioni) e a un telefono fisso nell'82,7% (8,914 milioni), il 39% (4,209 milioni) dichiara di avere anche una **TV Digitale Terrestre**, il 31,5% (3,395) una **console di giochi** e il 30,5% (3,290 milioni) di **TV satellitare**.

La maggior parte delle famiglie che dichiara di avere un accesso a internet da casa dispone di un **collegamento veloce via ADSL** (69,5% dei casi) e via **cavo/fibra ottica** (2,1%), con un contratto flat nel 90,3% dei casi. Rispetto al contratto flat, inoltre, si registra un trend in crescita dell'1,7% rispetto al 2008. Tra le tipologie di connessione a internet disponibili da casa, la **categoria "Altro"** presenta una notevole crescita motivata dalla diffusione delle **internet key** che si è consolidata a partire dal 2009 grazie alle politiche commerciali dei principali operatori telefonici.



Nei riquadri arancioni è evidenziata la variazione percentuale tra i dati cumulati di dicembre 2009 e quelli di dicembre 2008.



Intervistati che indicano come principale tipologia di connessione ad internet disponibile da casa ADSL, cavo/fibra ottica. Nei riquadri arancioni è evidenziata la variazione percentuale tra i dati cumulati di dicembre 2009 e quelli di dicembre 2008.

Individui 11-17 anni: accesso a internet – luoghi e strumenti

L'accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento è indicato da 30,863 milioni di Italiani tra gli 11 e i 74 anni, il **64,6% della popolazione**, con un trend di crescita del 10,4% rispetto al 2008 (2,9 milioni di individui in più) e del 2,4% rispetto alla precedente rilevazione di settembre 2009.

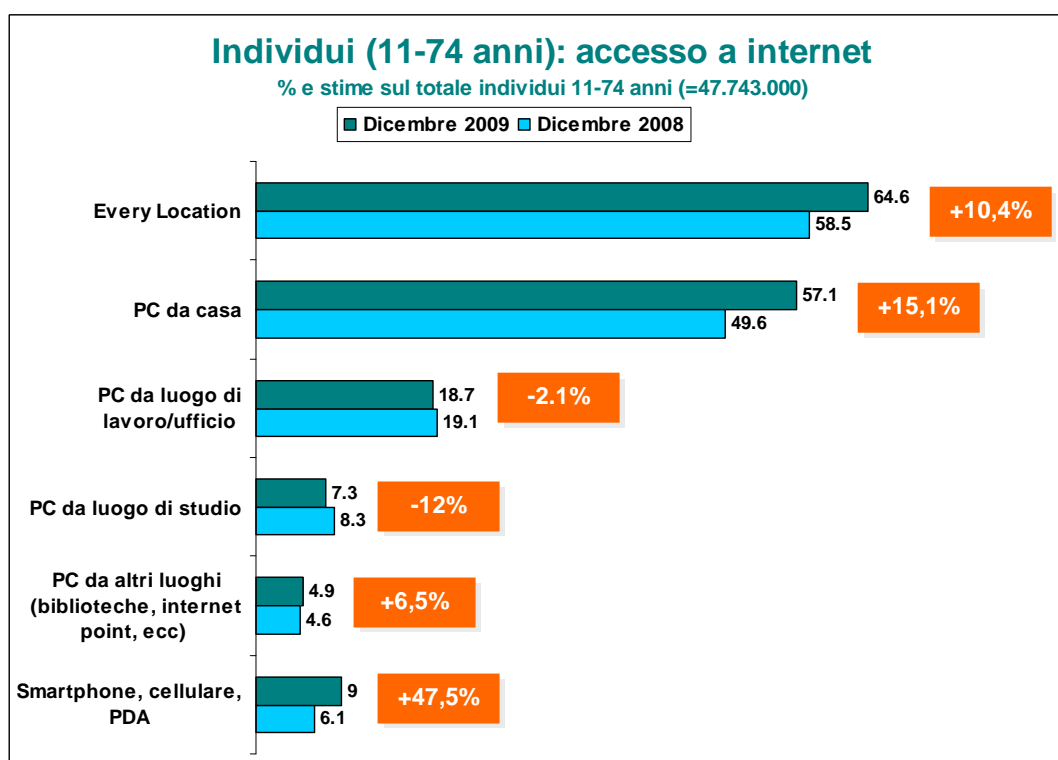
Entrando nel dettaglio dei differenti luoghi di accesso a internet, l'accesso da casa tramite computer è indicato da 27,2 milioni di Italiani, il 57,1% della popolazione, con un trend in crescita costante in tutto il 2009 che si attesta al +15,1% rispetto al 2008.

Cresce molto la **disponibilità di accesso alla Rete da dispositivi mobili – cellulare, smartphone e PDA** – indicata dal 9% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni (4,282 milioni), il 47,5% in più, confermando il forte slancio di questo mercato.

L'accesso a internet da altri luoghi, principalmente luoghi pubblici quali biblioteche e internet point, registra una crescita del 6,5%, toccando il 4,9% della popolazione italiana (2,341 milioni di individui).

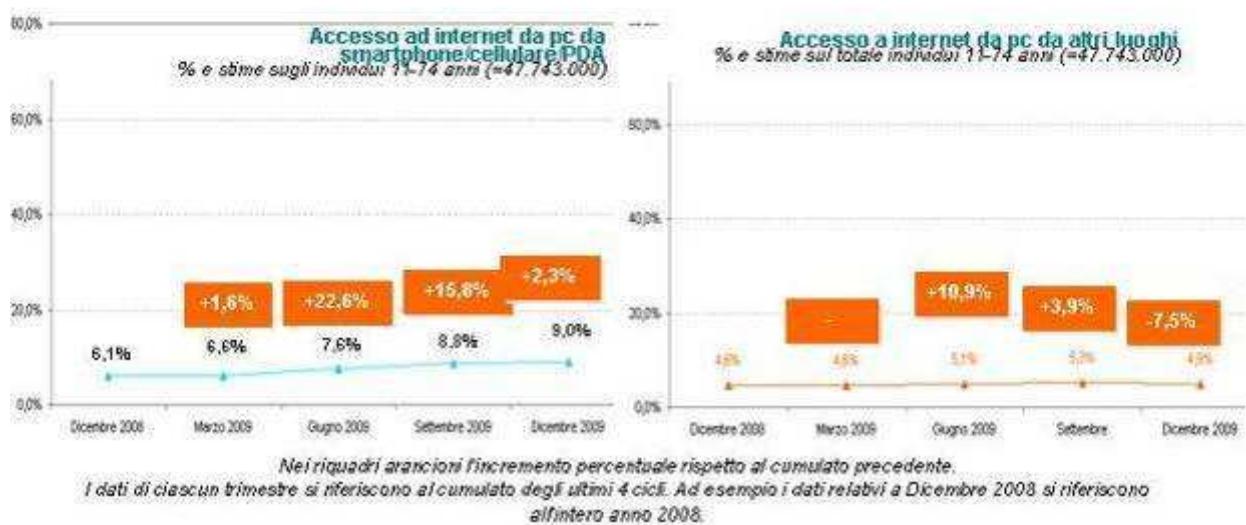
La **disponibilità di accesso da luogo di lavoro e ufficio** è indicata dal 18,7% degli Italiani (8,948 milioni), in particolare dal 38,2% degli occupati con una **variazione percentuale del -4,7% rispetto al 2008**.

Un trend negativo anche per gli **accessi da luogo di studio** come scuole e università che nel 2009 è indicato da 3,469 milioni di Italiani, il 7,3% della popolazione, registrando un calo del -12% rispetto al 2008.



Nei riquadri arancioni è evidenziata la variazione percentuale tra i dati cumulati di dicembre 2009 e quelli di dicembre 2008

Individui 11-74 anni: Accesso a internet, trend 2009



Individui 11-74 anni: Accesso a internet, profilo socio-demografico – qualsiasi luogo e strumento

Hanno un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento¹ sia gli uomini (68,2%) che le donne (61,2%), in particolare i **giovani** tra gli 11 e i 17 anni (82,7%) e i 18-34 anni (78,9%) e nella fascia più matura tra i 35 e i 54 anni (71,9%), di **tutte le aree geografiche** d'Italia con livelli di concentrazione simili - il Centro (69,6%), il Nord-Est (67,4%) e il Nord-Ovest (67,4%) – a eccezione dell'area Sud e le Isole che presenta una percentuale più bassa (58,4%). Il **profilo** di chi dichiara di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento, risulta **abbastanza elevato** considerando gli alti livelli di concentrazione tra gli imprenditori e liberi professionisti (93,7%), tra i dirigenti, quadri e docenti universitari (92,1%), gli impiegati e gli insegnanti (91%) e tra gli altri lavoratori indipendenti come negozianti, tassisti, agenti di commercio, ecc (71,2%). Internet è soprattutto tra gli **studenti universitari** (98,5% dei casi), i laureati (93,2%) e gli studenti di scuole media e superiori (85,8%).

Individui 11-74 anni: Accesso a internet, profilo socio-demografico – luogo di lavoro e ufficio

L'accesso a internet da lavoro è disponibile per il **38,2% degli occupati**, con un trend in calo del -4,7% rispetto all'anno scorso. Un dato che riflette anche la limitata disponibilità di un computer a uso esclusivo con accesso a internet disponibile solo per il 47,7% degli individui che hanno accesso a internet da luogo di lavoro (4,267 milioni).

Chi dispone di un accesso a internet da lavoro² vive principalmente nelle **aree geografiche** del Nord-Est (44,6% degli individui occupati con accesso) e del Centro (42,1% dei casi). **Più donne (40,4%) che uomini (36,8%)** tra gli occupati di oltre 54 anni nel 40,1% dei casi, i 35-54 anni nel 38,4% dei casi o i 17-34 anni nel 37,2%. In generale, gli individui occupati con possibilità di accedere a internet da lavoro presentano anche caratteristiche sociali leggermente più elevate. Come si evince dall'**approfondimento sul livello di istruzione e sul tipo di occupazione**, internet è disponibile per il 69,1% dei laureati occupati, il 78,2% dei dirigenti, quadri o docenti universitari e il 68,6% degli imprenditori e liberi professionisti, impegnati principalmente nei **settori** finanziario-assicurativo (78,8% dei casi), professionale/scientifico e tecnico (78,3%), nei servizi di informazione e comunicazione (67,6%) e nell'amministrazione pubblica o nella difesa (62,9%). Chi lavora e ha un accesso a internet da luogo di lavoro, nella maggior parte dei casi è occupato in **aziende di grandi dimensioni** dai 100 ai 499 addetti (42,1%) o con oltre 500 addetti (56,5%), affermando di avere una buona influenza sugli acquisti aziendali (il 60% con accesso tra coloro che dichiarano di valutare o raccomandare prodotti e servizi per l'azienda o il dipartimento di riferimento).

Individui 11-74 anni: Accesso a internet, profilo socio-demografico – cellulare/smartphone/PDA

Sono **4,268 milioni** i possessori di un **dispositivo mobile** – cellulare, smartphone o PDA – **con accesso a internet**, l'**8,9% della popolazione italiana** tra gli 11 e i 74 anni. L'11% degli **uomini** e il 7% delle **donne**, d'età compresa tra i **18 e i 34 anni (15,9%) e gli 11-17 anni (14,2%)**, residenti nella maggior parte dei casi nel **Centro Italia** (14,2%) con una concentrazione inferiore nelle altre aree geografiche che presentano una media percentuale del 7,7%. Anche in questo caso, gli individui che dichiarano di avere un accesso a internet via mobile rispondono a un profilo piuttosto elevato: il 19,2% dei **dirigenti, quadri e docenti universitari**, il 14,8% degli imprenditori e liberi professionisti, il 14,7% dei laureati, il 20,5% degli **studenti universitari** e il 15,3% delle scuole medie e superiori.

La maggior parte dei possessori di cellulare con accesso a internet usufruisce dei **servizi di telefonia mobile** da oltre 3 anni (90,8%), usa una **scheda prepagata o ricaricabile** (84,2%) spendendo mensilmente **fino a 30 euro** nel 71,1% dei casi.

¹ Per il dettaglio sul profilo degli individui che con disponibilità di accesso a internet da casa e da altri luoghi, consultare il capitolo "Caratteristiche socio-demografiche degli individui (11-74 anni) con accesso a internet"

² Base: individui occupati (=23.227.000)

In generale, dall'analisi sulle **attività che è possibile fare o solitamente effettuate (almeno una volta a settimana)**¹ dal proprio cellulare emergono due profili ben distinti: da un lato i **possessori di cellulare con accesso a internet** che generalmente possiedono un dispositivo abbastanza evoluto con cui navigano nel 26,5% dei casi; dall'altro lato tutti coloro **che possiedono un cellulare**, compresi coloro che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento, che nella maggior parte dei casi scelgono un dispositivo con minori funzionalità (mms, videogiochi, lettore musica, ecc).

Più in dettaglio, tra i **possessori di cellulare che accedono a internet via mobile** è presente anche la possibilità di **ricevere o inviare mms (75,4%), ascoltare musica (70,7%), giocare con videogame (63,1%) e video telefonare (35,8%)** e, per quanto riguarda le **attività effettuate almeno una volta a settimana dal proprio cellulare**, troviamo l'invio e ricezione di sms (91,6%) e mms (26,9%), l'ascolto di musica (34,1%), l'accesso a internet (26,5%) e i videogame (17,9%).

Motivazionali relative all'uso/mancato uso di internet

Internet rappresenta² una fonte di conoscenza, un mezzo che semplifica e velocizza attività di lavoro, studio o relative a pratiche di vario tipo, attraverso cui gestire le proprie relazioni e divertirsi nel tempo libero. Queste le principali caratteristiche che emergono dall'**approfondimento sulle motivazioni di utilizzo della rete e sugli elementi di soddisfazione** indicati da chi dichiara di aver navigato negli ultimi 30 giorni.

Navigare in internet procura soddisfazione soprattutto quando si trova ciò che si cercava (57,9%), cose che non si trovano altrove (29,4%) o notizie non disponibili sugli altri media (21,8%). Si prova insoddisfazione, invece, quando la connessione è lenta (34,8%) o si trovano siti pesanti e lenti (25,2%), quando ci sono stati problemi con il computer (17,7%) o, più in generale, non è stato possibile trovare ciò che si cercava (24,2%).

Per i navigatori occasionali (coloro che non hanno navigato negli ultimi 7 giorni), l'accesso a internet **sarebbe più frequente** soprattutto se costasse meno (29,1%), se fosse più veloce (18,4%) o se fosse possibile collegarsi dal telefonino senza spendere troppo (10,6%).

Si può notare, inoltre, che in alcuni casi **chi naviga occasionalmente** non conosce bene internet e il computer (il 10,7% si collegherebbe con maggiore frequenza se ci fosse qualcuno ad aiutarlo).

Chi non ha mai navigato afferma di non sapere utilizzare il computer (58,8%), preferirebbe essere aiutato (7,3%) ed è convinto che occorrono specifiche competenze informatiche (15,8%) o linguistiche per navigare (4,4%).

In conclusione, i dati sulla diffusione dell'online in Italia nell'ultimo anno evidenziano una **crescente diffusione di internet in Italia**, con una **distribuzione abbastanza simile sul territorio** - a eccezione dell'area Sud e le Isole che presenta una percentuale più bassa (58,4%) rispetto alle aree -, **un'elevata concentrazione nelle differenti fasce d'età** e un'importante **espansione della base degli utilizzatori**, soprattutto nell'utilizzo individuale e domestico del mezzo, guidata anche da una forte crescita delle nuove forme di connessione in mobilità.

1 Per un maggiore approfondimento, consultare il capitolo "Caratteristiche socio-demografiche dei possessori di telefono cellulare con accesso a internet"

2 Per un maggiore dettaglio, consultare il capitolo "Approfondimento sulle motivazioni d'uso/mancato uso di internet"

Famiglie con almeno un componente fino a 74 anni: modalità di accesso a internet e uso del computer

In Italia oltre **una famiglia su due possiede un computer di proprietà o in leasing**, il 60,2% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (12,508 milioni) e, tra queste, il 27,5% (3,445 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.

Il **51,9%** delle famiglie italiane con almeno un componente fino a 74 anni (10,782 milioni) dichiara di avere un **accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device**, con una crescita del +13,6% rispetto a dicembre 2009. Inoltre, il 27,5% delle famiglie con accesso (2,907 milioni) dichiara di poter accedere alla rete da 2 o più computer in casa.

Dal punto di vista della penetrazione di internet tra le famiglie italiane, si osserva che poco più della metà dichiara di avere un accesso e, in particolare, il 51% dichiara di poter accedere alla Rete principalmente da computer di proprietà o in leasing, il 4,6% da computer aziendale e il 2,5% da Televisore.

Per quanto riguarda le **dotazioni tecnologiche delle famiglie con accesso a internet**, risulta che l'86,5% (9,329 milioni) dispone anche di TV tradizionale, l'82,7% (8,914 milioni) di un telefono fisso, il 39% (4,209 milioni) di TV Digitale Terrestre, il 31,5% (3,395) di una console giochi e il 30,5% (3,290 milioni) di TV satellitare.

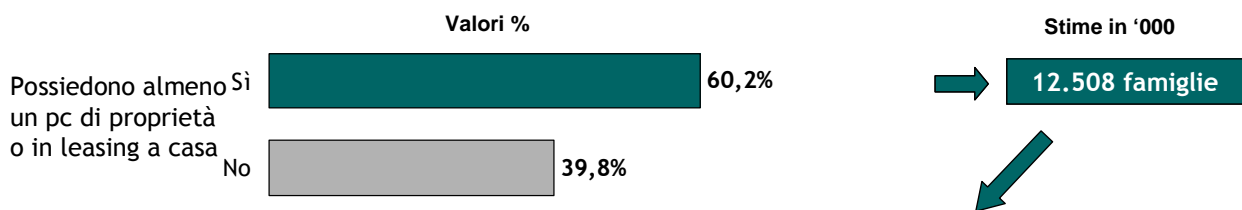
Analizzando in dettaglio il **profilo** delle famiglie con un accesso a internet da casa, da qualsiasi device o solo da computer, resta confermata la **relazione tra la composizione del nucleo familiare e la presenza di una connessione alla Rete**. La disponibilità di accesso a internet, infatti, è più diffusa tra le famiglie numerose. Infatti, dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi device principalmente le famiglie con 5 componenti (73% dei casi), seguite dalle famiglie composte da 4 componenti (72,9%) e da quelle con 6 o più componenti (70,5%), mentre le famiglie con 3 componenti dichiarano di avere un accesso a internet nel 64,2% dei casi con percentuali meno elevate nel caso di famiglie con 2 componenti (35,5%) o mononucleo (31,8%).

Si presenta la stessa distribuzione analizzando più in dettaglio anche i dati sulle famiglie che dichiarano di avere un **accesso a internet da casa tramite computer di proprietà**: il 72,1% dei casi tra le famiglie con 4 componenti, il 72% tra quelle con 5 componenti, il 70,5% tra le famiglie con 6 o più componenti, oltre la metà dei casi, il 63,6%, nelle famiglie con 3 componenti e percentuali più basse tra le famiglie con 2 componenti (34,7%) o mononucleo (30,1%).

La maggior parte delle famiglie che dichiara di avere un accesso a internet da casa, dispone di un **collegamento veloce** via ADSL (69,5% dei casi), cavo/fibra ottica (2,1%), con un **contratto flat** nel 90,3% dei casi (6,975 milioni).

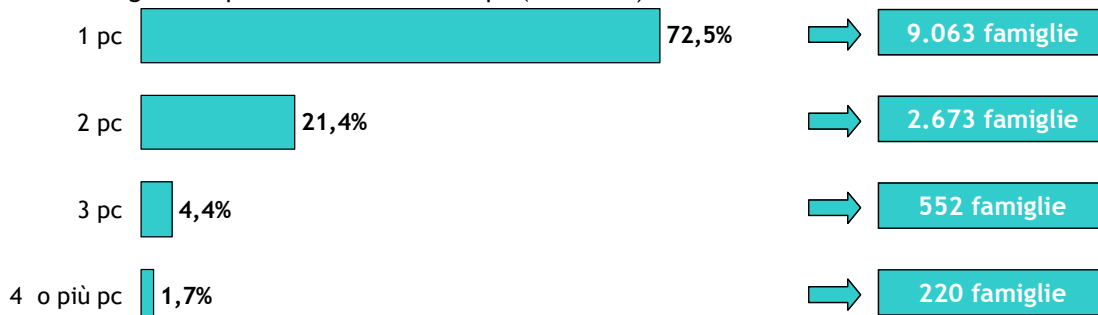
Possesso di pc di proprietà o in leasing a casa

% e stime sul totale delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (= 20.788.000)



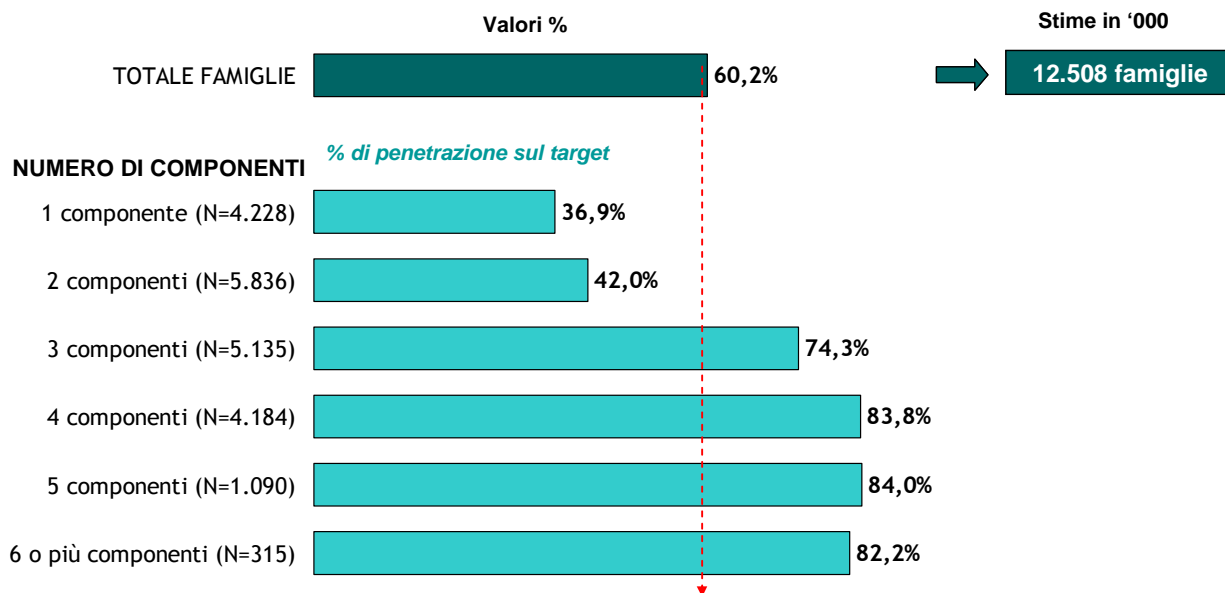
Numero di pc di proprietà o in leasing posseduti

Base: famiglie che possiedono almeno un pc (N=12.508)



Domande A1 – A2

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

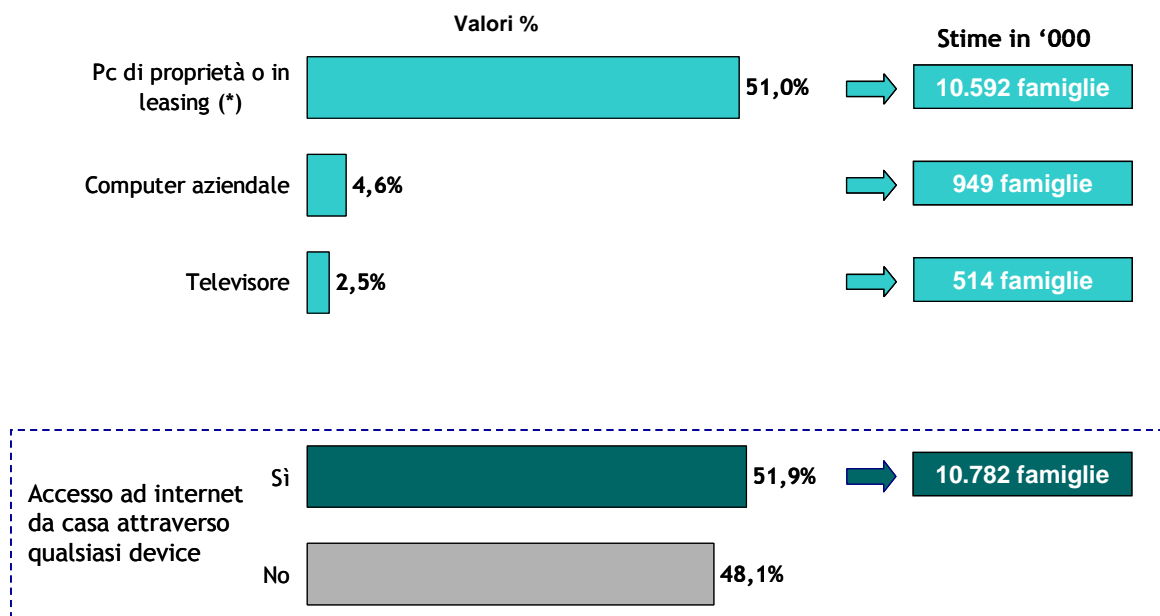


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che possiede almeno un pc di proprietà o in leasing a casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Domanda A 2

Famiglie con accesso a internet da casa: device utilizzato

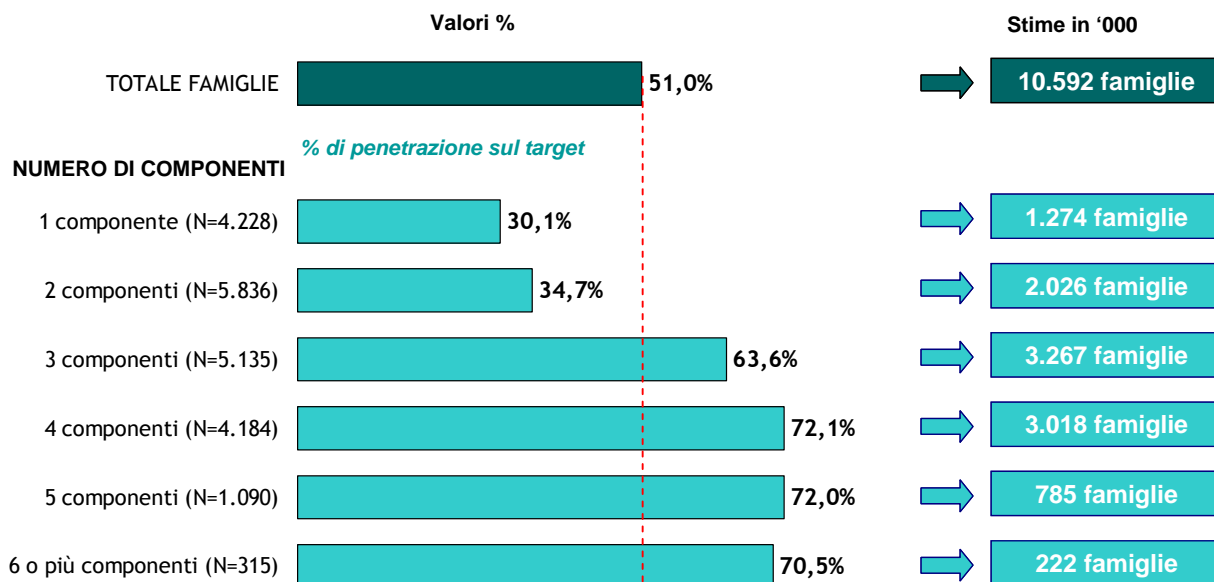
% e stime sul totale delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (= 20.788.000)



(*) Mediamente 1,36 pc con accesso a internet per famiglia.

(**) Per "accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device" si intende la somma logica dei 3 principali strumenti evidenziati nel grafico: pc di proprietà o in leasing, computer aziendale e televisore
Domande A3 – A3.bis

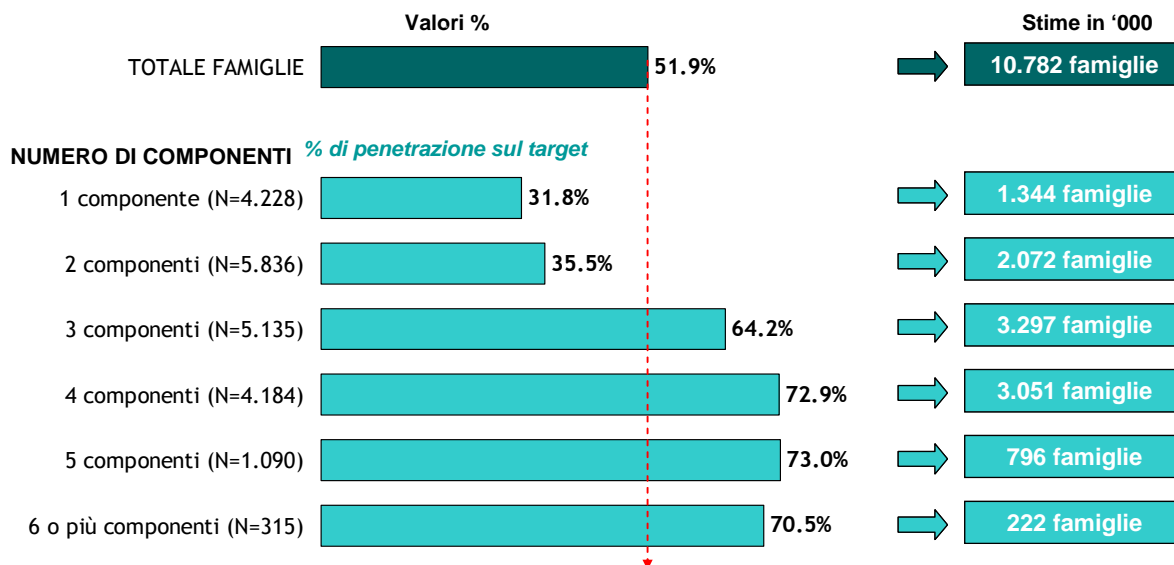
Profilo delle famiglie che hanno accesso a internet da casa attraverso pc di proprietà o in leasing



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.

Domanda A3

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

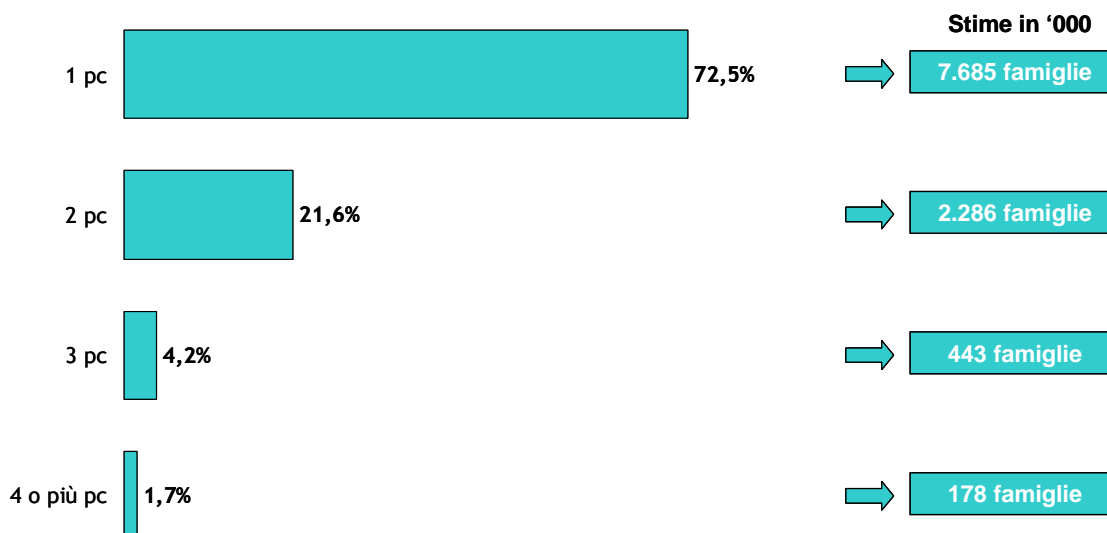


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso a internet da casa attraverso qualsiasi device all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Domanda A.1.3

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

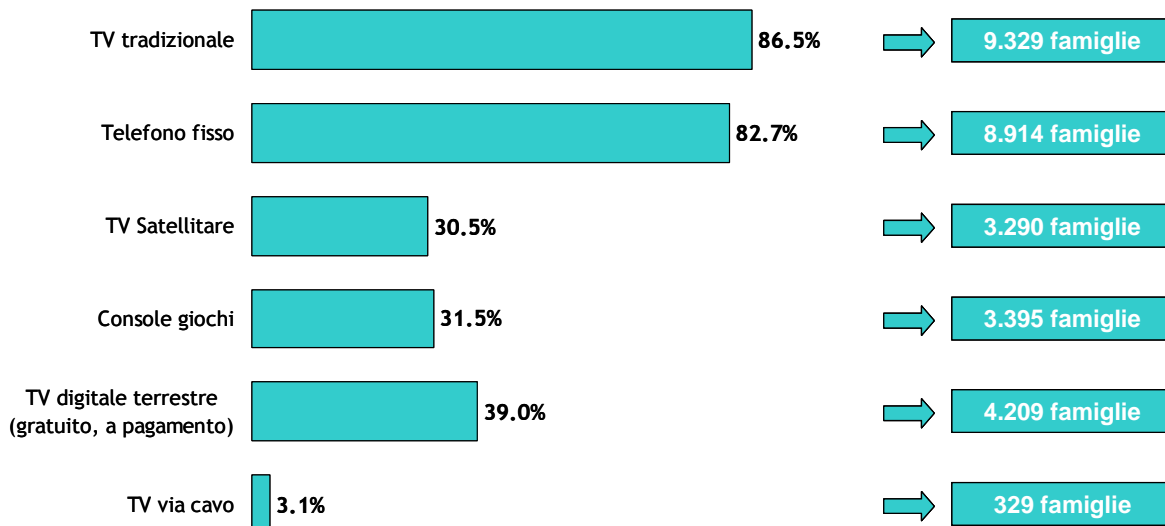
% e stime sul n° di famiglie con accesso a internet da casa attraverso pc di proprietà o leasing (=9.657.000)



Domanda A3a

Dotazioni tecnologiche nell'abitazione delle famiglie con accesso a internet

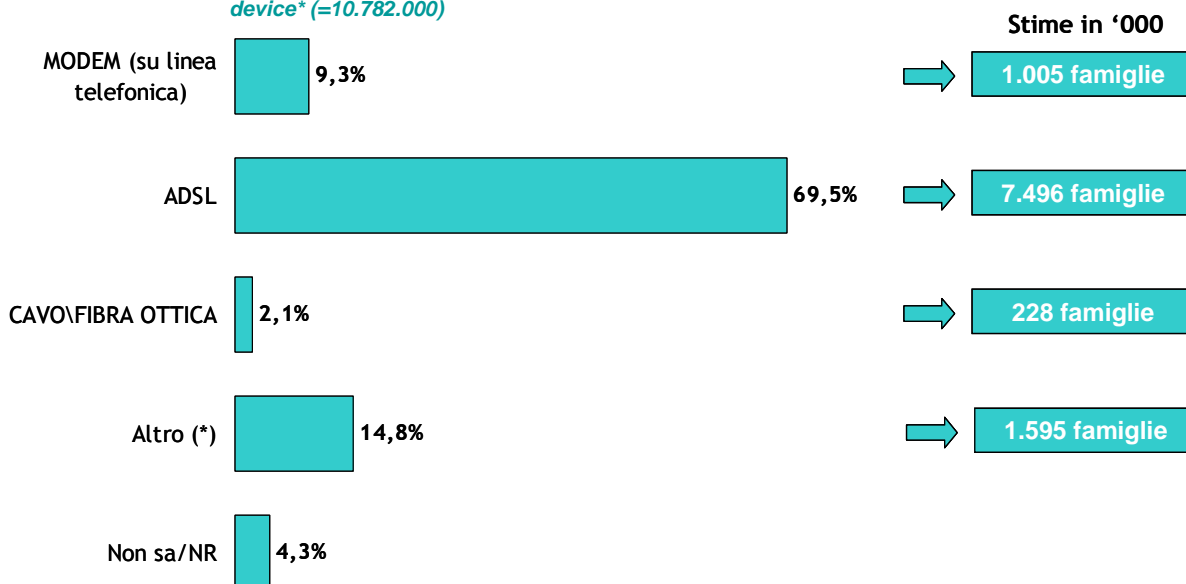
% e stime sul n° di famiglie con accesso da qualsiasi si device* (=10.782.000)



Domanda B1

Principale tipologia di connessione a internet disponibile da casa

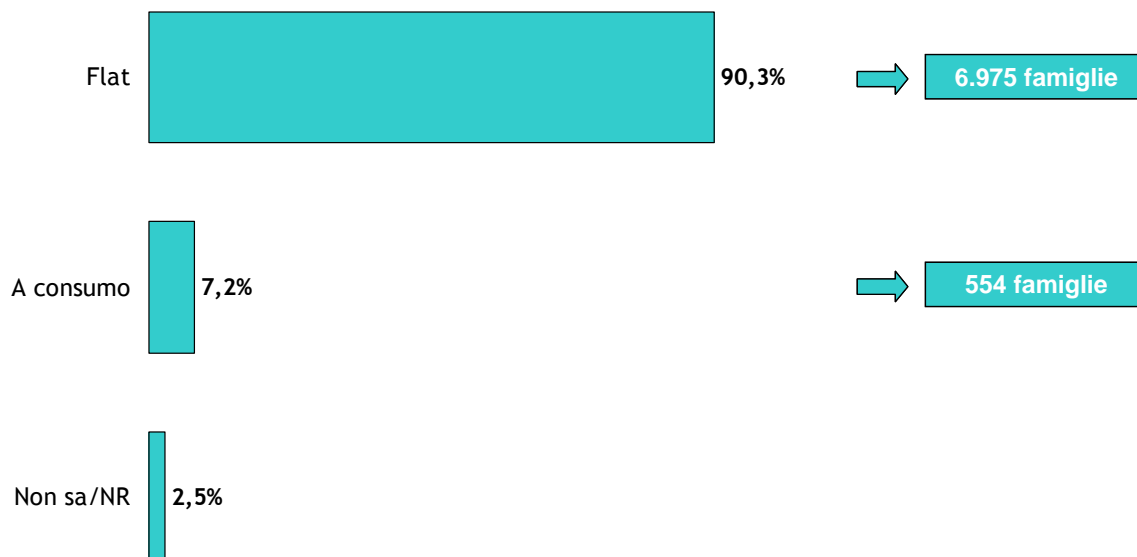
% e stime sul n° di famiglie con accesso da qualsiasi si device* (=10.782.000)



(*) La modalità "altro" include anche "GPRS" e "UMTS" via pc-scheda
Domande A4

Tipo di abbonamento sottoscritto

% e stime sul n° di famiglie con accesso attraverso ADSL o cavo/fibra ottica (=7.724.000)



Domande A4.1

Individui 11-74 anni: modalità di accesso a internet

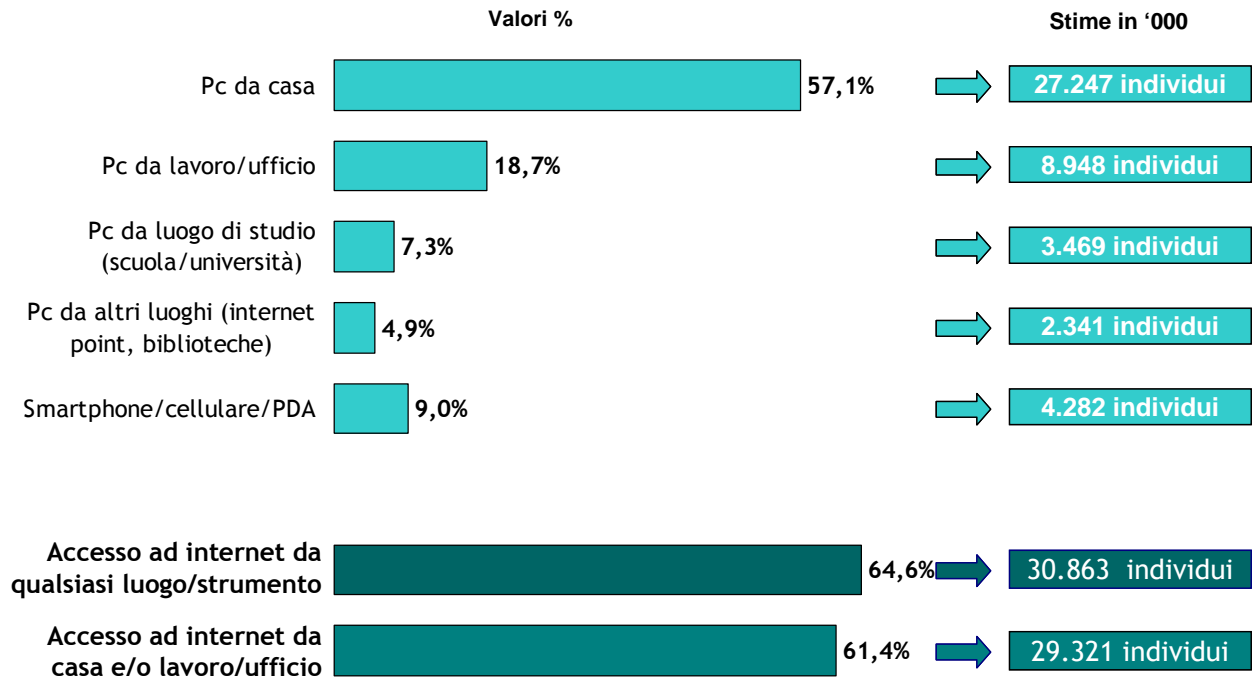
Cresce del 10,4% la quota di Italiani tra gli 11 e i 74 anni che, rispetto al 2008, dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e attraverso qualsiasi device.

In base all'ultima rilevazione della Ricerca di base, sono **30,863 milioni gli individui con disponibilità di accesso alla Rete da qualsiasi luogo e attraverso qualsiasi device**, il 64,6% della popolazione nella fascia considerata dalla ricerca, con 2,928 individui in più rispetto all'anno precedente in cui si registrava una percentuale del 58,5%

Analizzando in dettaglio la disponibilità di accesso a internet dalle differenti location esaminate, risulta una maggiore disponibilità **da casa attraverso computer**, confermata nel 57,1% dei casi (27,247 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 nel 18,7% dei casi (8,948 milioni), da **luogo di studio** nel 7,3% dei casi (3,469 milioni) e da **altri luoghi** (internet point, biblioteche, ecc) nel 4,9% dei casi (2,341 milioni). L'accesso a internet da **cellulare/smartphone/PDA** è disponibile nel 9% dei casi (4,282 milioni) con una crescita del 47,5% rispetto a dicembre 2008.

Accesso a internet: luoghi e strumenti

% e stime sul totale degli individui tra gli 11 e i 74 anni (=47.743.000)



(* Il dato include anche una quota minima (0,9%) di non occupati, es. pensionati che continuano a svolgere un'attività lavorativa.
Domanda C0

Caratteristiche socio-demografiche degli individui (11-74 anni) con accesso a internet

Analizzando i dati sul **profilo degli individui tra gli 11 e i 74 anni che dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento**, emerge una disponibilità simile leggermente più elevata tra gli uomini (68,2%) che tra le donne (61,2%) e un alto livello di penetrazione soprattutto nelle fasce d'età tra gli 11 e i 17 anni (82,7%), tra i 18-34 anni (78,9%) e nella fascia più matura tra i 35 e i 54 anni (71,9%).

L'accesso a internet è indicato in particolare dagli **studenti universitari** tra cui è presente in modo quasi assoluto (98,5% dei casi), dai laureati (93,2%) e dagli studenti di scuole media e superiori (85,8%). Indicato anche da imprenditori e liberi professionisti (93,7%), dai dirigenti, quadri e docenti universitari (92,1%), dagli impiegati e dagli insegnanti (91%) e da altri lavoratori indipendenti come negozianti, tassisti, agenti di commercio, ecc (71,2%).

Per quanto riguarda la **distribuzione geografica**, resta confermata una diffusione significativa in tutte le aree con percentuali di penetrazione simili per il Centro (69,6%), il Nord-Est (67,4%) e il Nord-Ovest (67,4%) e un dato inferiore ma in crescita per il Sud e le Isole (58,4%). I **centri urbani** con un maggior numero di abitanti presentano percentuali più alte: è il caso, ad esempio, dei centri urbani da 100.000 a 250.000 abitanti con il 67,8% dei casi e dei centri con oltre 250.000 abitanti nel 71,6% dei casi.

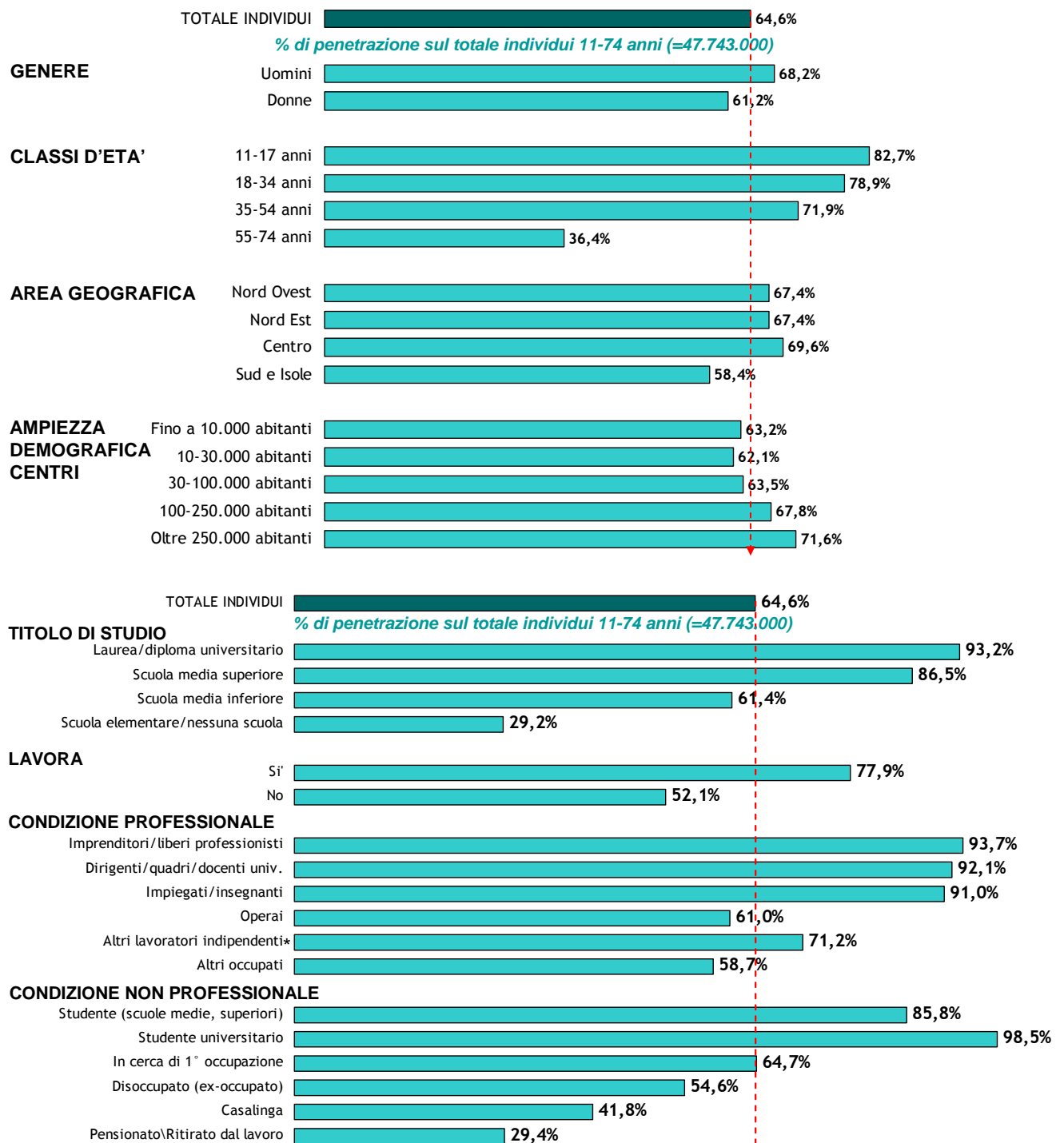
L'**accesso a internet da casa tramite computer** è indicato nella maggior parte dei casi (57,1%), in particolare tra gli uomini (60,2%) e in misura un po' inferiore tra le donne (54%), nelle fasce d'età tra gli 11 e i 17 anni (69,8%), 18-34 (68,6%) e 35-54 (63,3%) e principalmente nell'area geografica del Centro (61,9%). Anche in questo caso è presente un'**elevata concentrazione tra gli studenti universitari** (92,7%), tra i laureati (83,5%) e tra gli studenti di scuole media e superiori (73,8%). Il 66,7% degli Italiani occupati che dichiara di avere un accesso da casa tramite computer e, in particolare, l'81% dei dirigenti, quadri e docenti universitari, il 78,9% degli imprenditori e liberi professionisti, il 75,7% degli impiegati e insegnanti e il 60,2% degli altri lavoratori indipendenti.

Per quanto riguarda la disponibilità di accesso da **luogo di lavoro/ufficio**, questa modalità si registra nel **18,7% degli individui** (8,948 milioni), ovvero il 38,2% degli occupati con un trend in calo del -4,7% rispetto all'anno scorso (dicembre 2008). Un dato che riflette la limitata disponibilità sul lavoro di un computer a uso esclusivo con disponibilità di accesso a internet. Solo il 47,7% sul totale dei lavoratori che dichiarano di poter accedere da luogo di lavoro (4,267 milioni) dispone di un computer a uso esclusivo con accesso alla rete, mentre oltre la metà può disporre di un computer condiviso.

Tra gli **individui occupati con accesso a internet da lavoro**, si rilevano più **donne** (40,4%) che **uomini** (36,8%), nelle **diverse fasce d'età** dai 18 ai 74 anni, una concentrazione più elevata nelle **aree geografiche** del Nord-Est (44,6%) e del Centro (42,1%) e nei centri urbani più grandi (46,5% nei centri con oltre 250.000 abitanti e 43,4% nei centri dai 100.000 ai 250.000 abitanti).

Il **profilo degli individui occupati** che possono accedere alla Rete da luogo di lavoro è piuttosto elevato. Infatti, questa possibilità è presente tra il 69,1% dei laureati, il 78,2% dei dirigenti, quadri o docenti universitari e nel 68,6% degli imprenditori e liberi professionisti, impegnati principalmente nei **settori** finanziario-assicurativo (78,8% dei casi), professionale/scientifico e tecnico (78,3%), nei servizi di informazione e comunicazione (67,6%) e nell'amministrazione pubblica o nella difesa (62,9%). Gli occupati che possono accedere da lavoro sono impiegati principalmente nei **reparti** tecnico e di progettazione (66,6%), amministrativo, impiegatizio, finanziario e di contabilità (61,2%), societario, organizzativo o legale (51,7%) e, in generale, dichiarano di avere una buona influenza sugli acquisti aziendali, valutando o raccomandando prodotti e servizi per l'azienda o il dipartimento di riferimento (60%). L'accesso a internet è presente soprattutto nelle **aziende di grandi dimensioni** dai 100 ai 499 addetti (42,1%) o con oltre 500 addetti (56,5%).

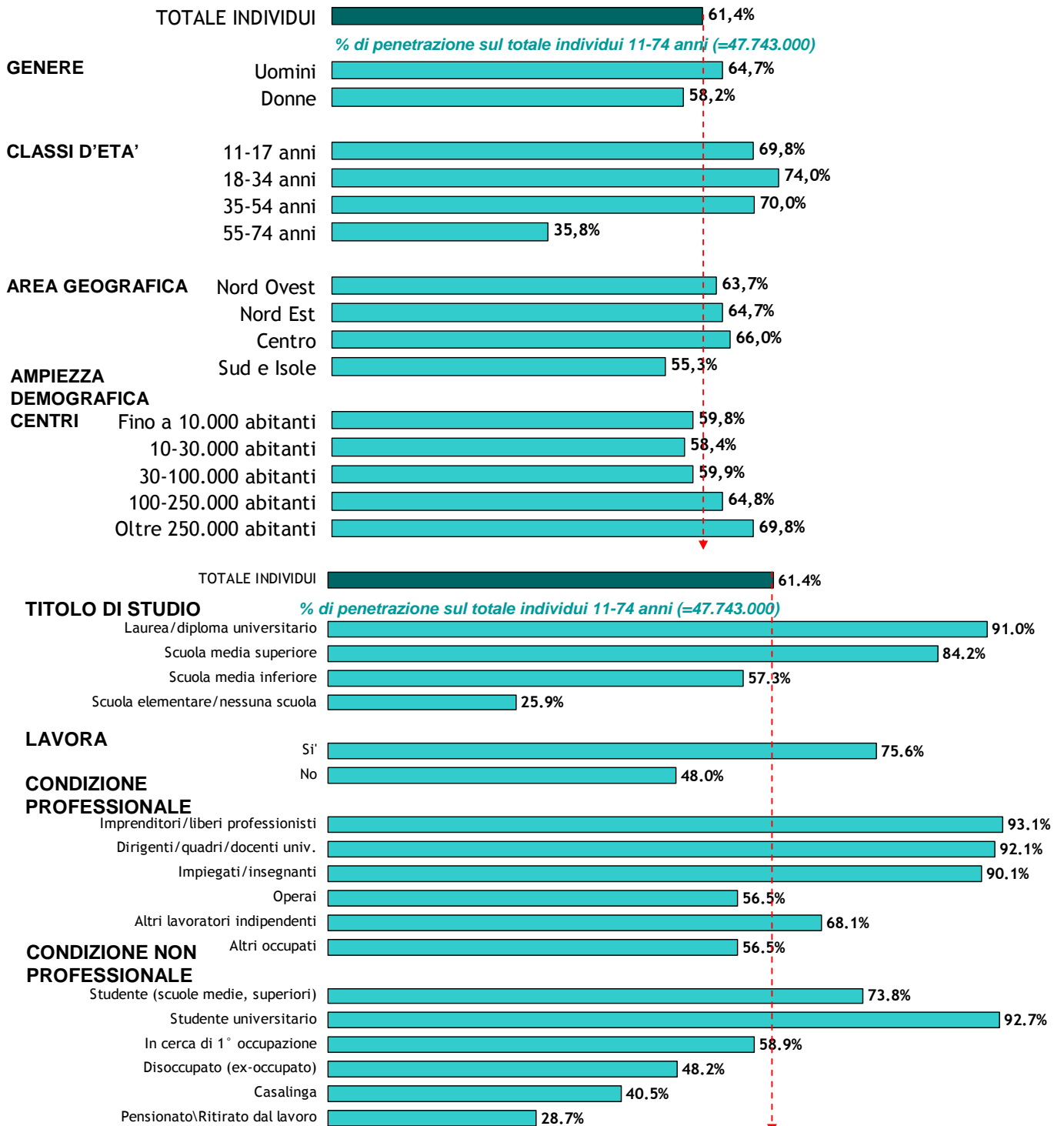
Profilo degli individui con accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento



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...
 Domanda C0*

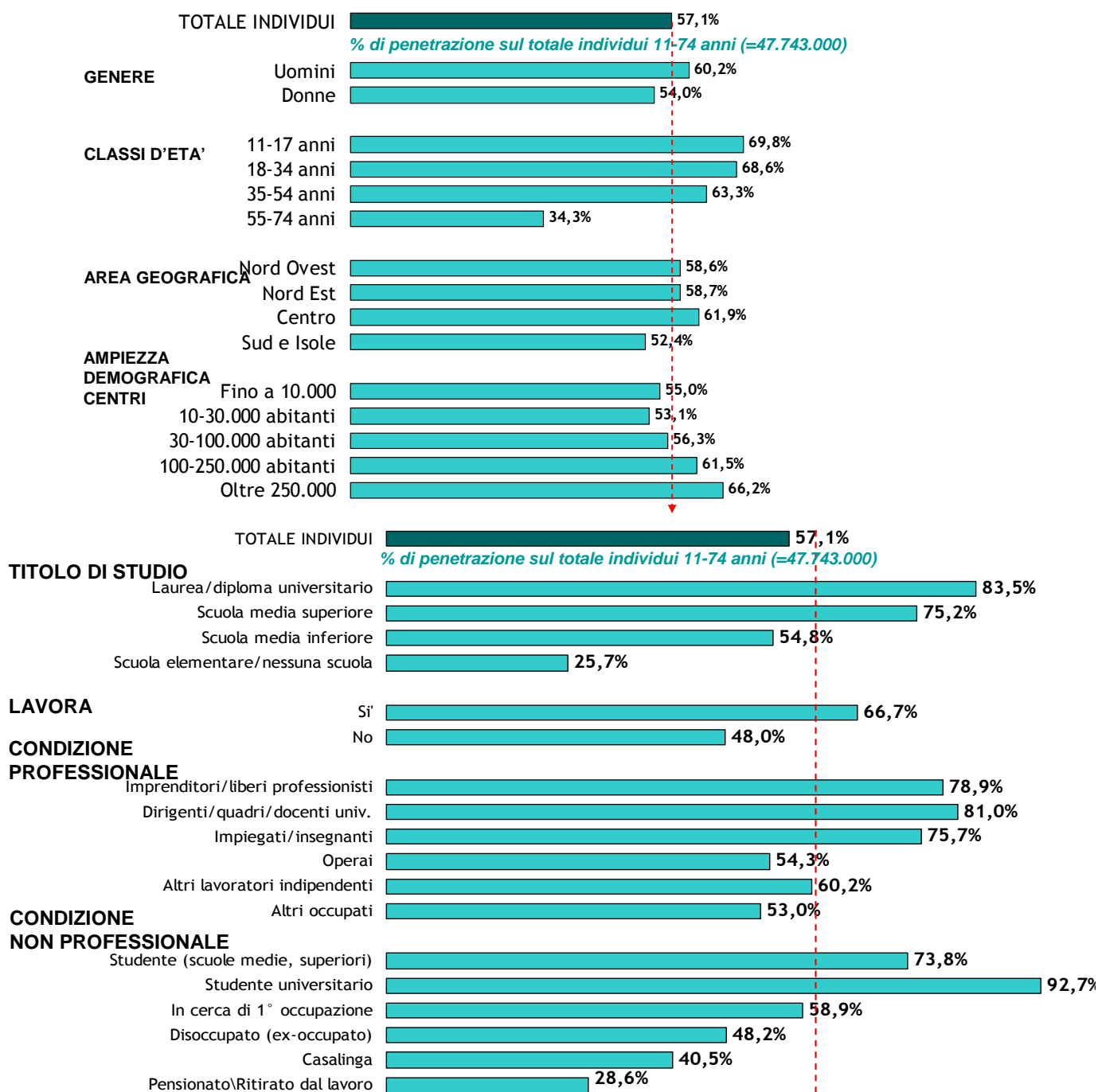
Profilo degli individui con accesso a internet da casa e/o lavoro/ufficio tramite computer



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...
Domanda C0

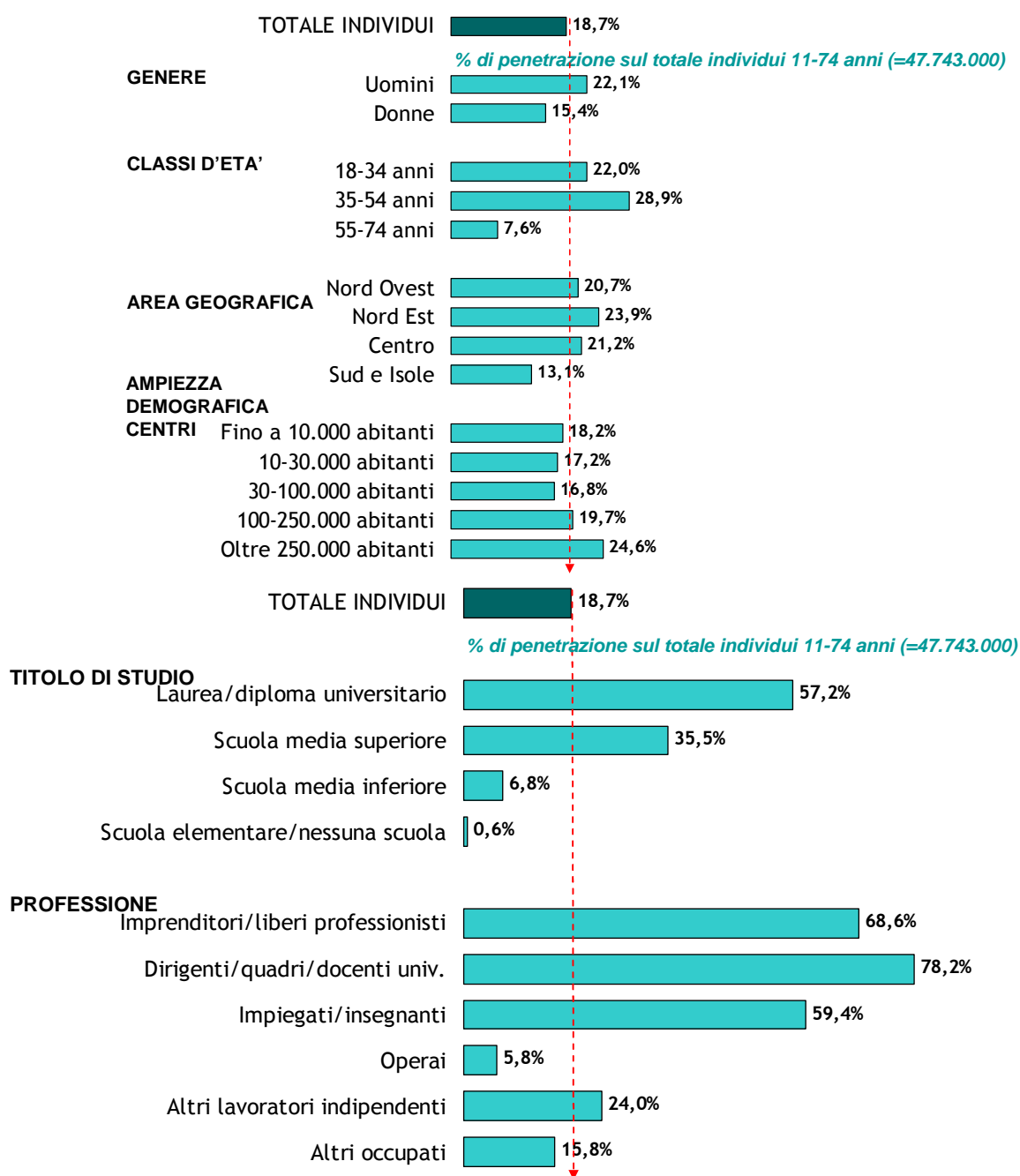
Profilo degli individui con accesso a internet da casa tramite computer



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...
Domanda C0

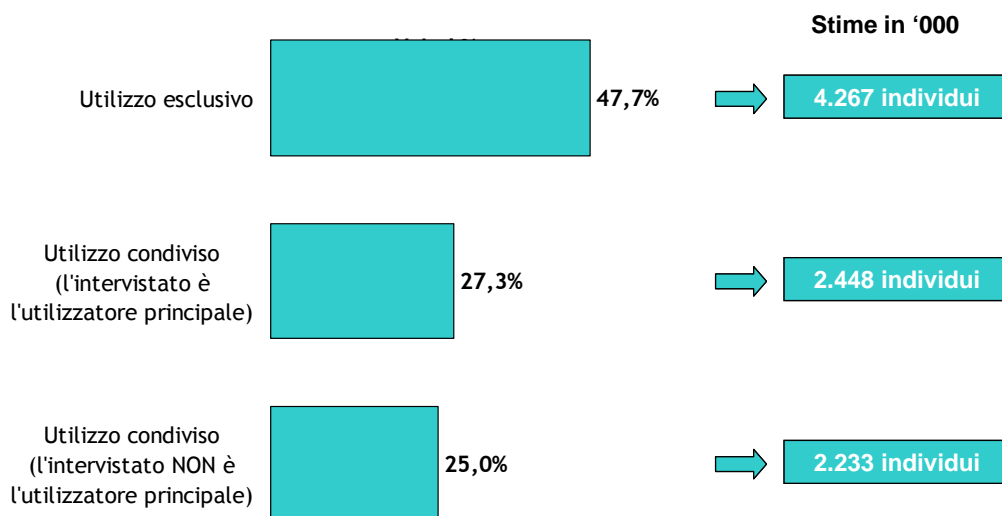
Profilo degli individui con accesso a internet da lavoro/ufficio tramite computer



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.

*Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...
Domande C0

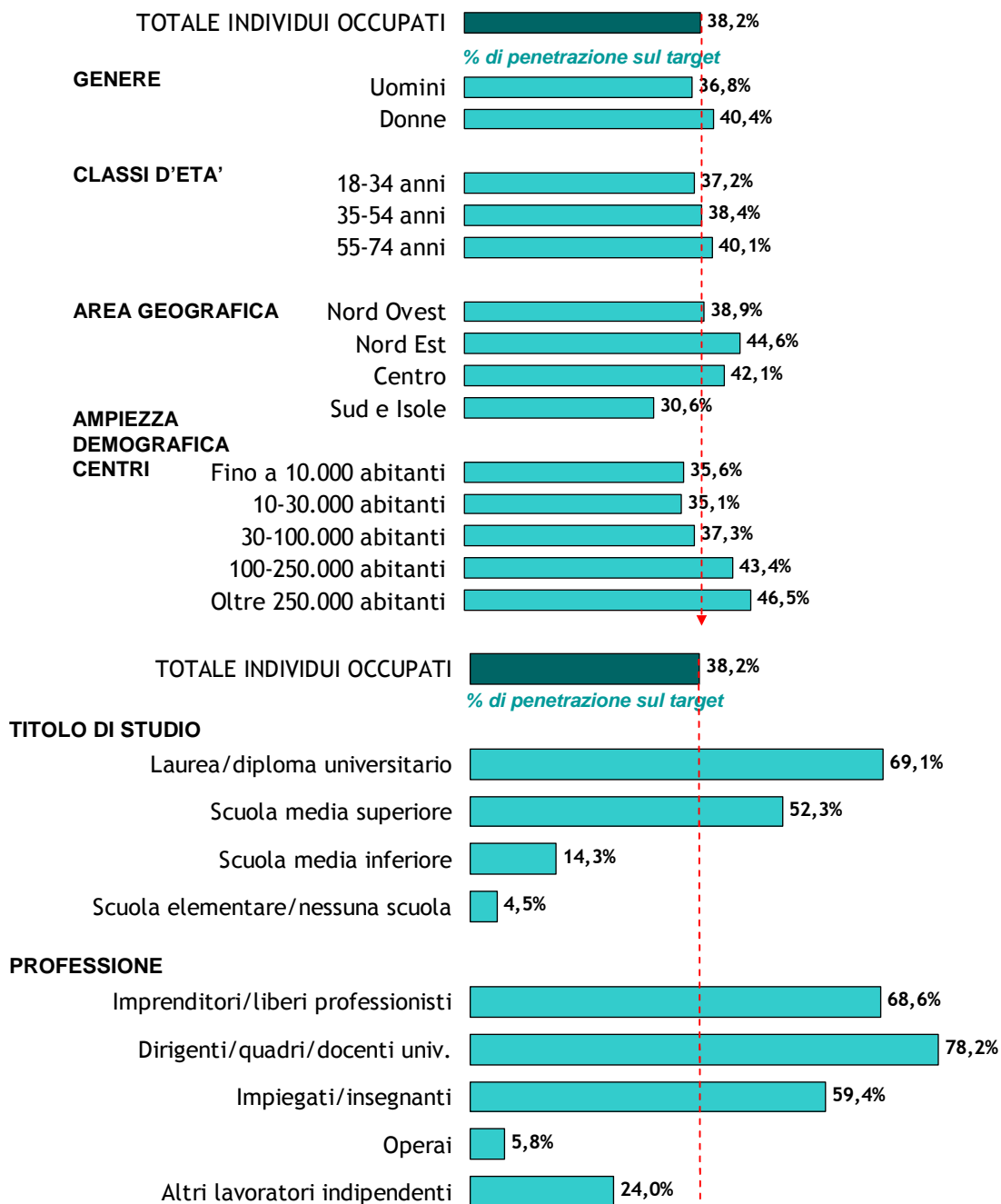
Utilizzo del pc da cui hanno accesso a internet dal luogo di lavoro
% e stime sul totale degli individui con accesso a internet da luogo di lavoro (=8.948.000)



Domanda C8

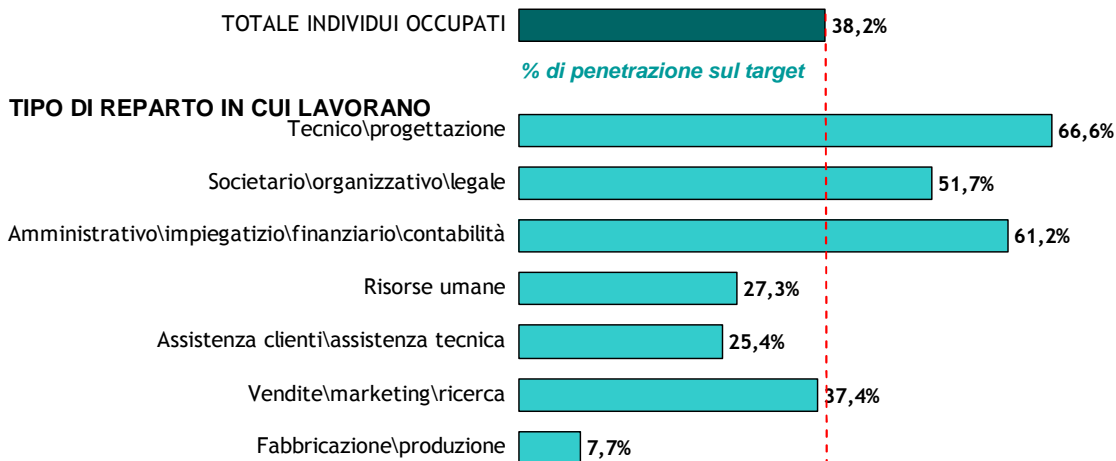
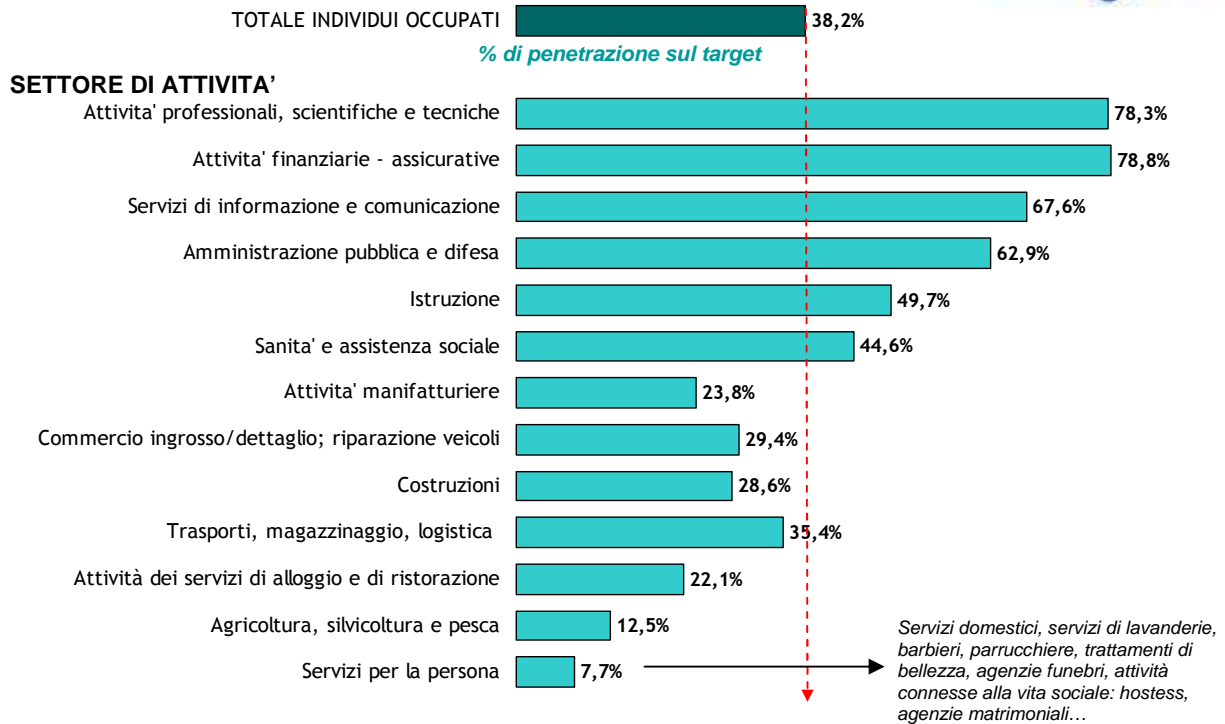
Profilo degli individui occupati con accesso a internet da lavoro/ufficio tramite computer

% e stime sul totale degli individui occupati = 23.227.000

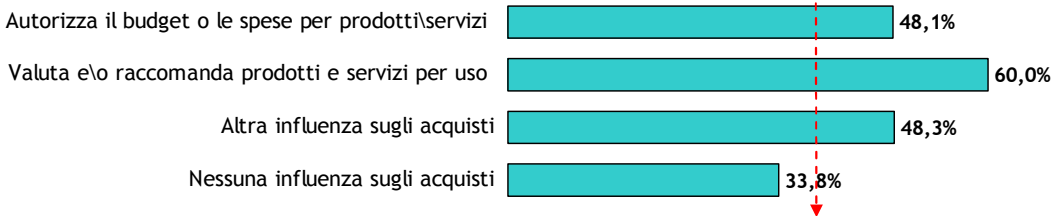


I due grafici rappresentano la quota di individui che ha accesso da pc da lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

*Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...
Domanda C0

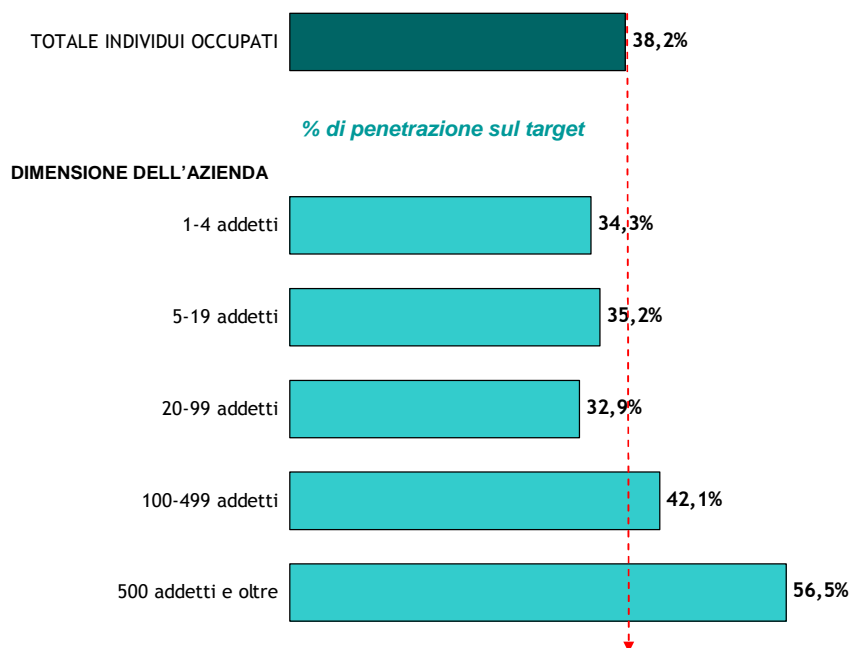


INFLUENZA SUGLI ACQUISTI



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

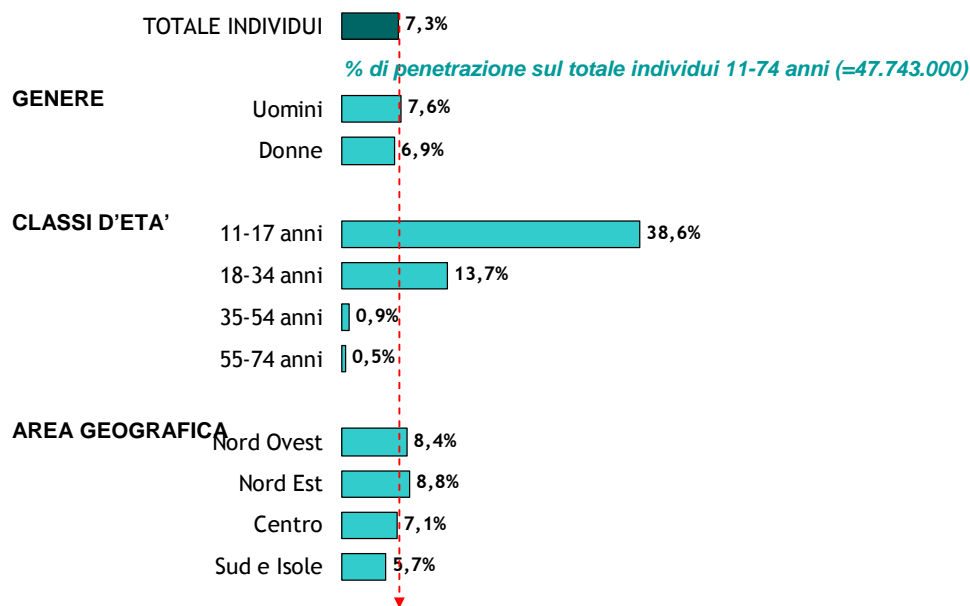
Domanda C0



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

Domanda C0

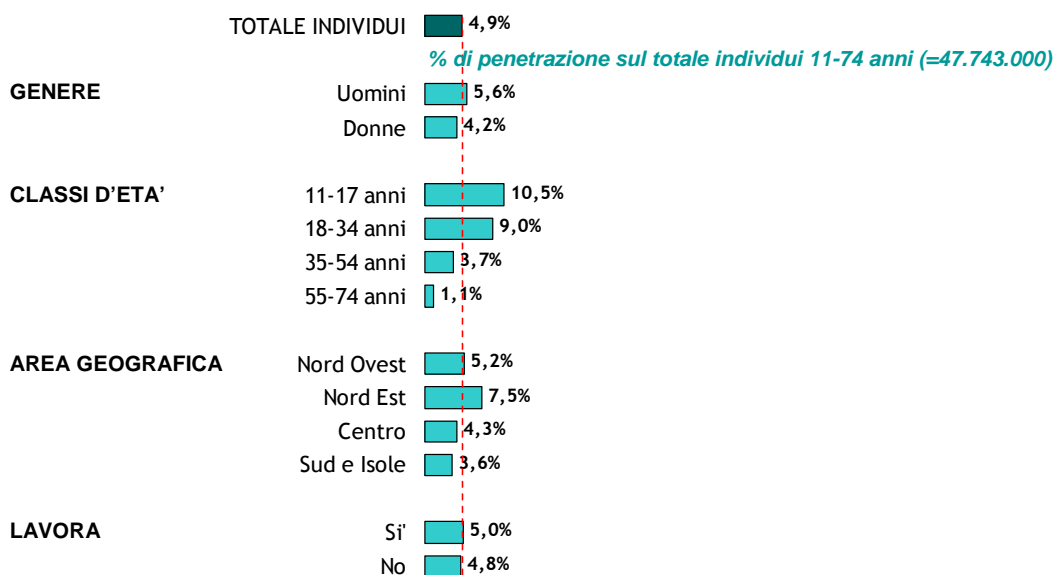
Profilo degli individui con accesso a internet da luogo di studio tramite computer



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.

Domanda C0

Profilo degli individui con accesso a internet da altri luoghi tramite computer



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.

Domanda C0

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

Il 95,8% (29,554 milioni) degli Italiani tra gli 11 e i 74 anni che dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento, possiede un telefono cellulare, ovvero l'89,9% della popolazione italiana nella fascia considerata (42,944 milioni).

Sono **4,268 milioni** i **possessori di un dispositivo mobile** – cellulare, smartphone o PDA – **con accesso a internet, l'8,9% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni.**

Più in dettaglio, dichiara di avere disponibilità di accesso alla Rete tramite cellulare l'11% degli **uomini** e il 7% delle **donne**, principalmente d'età compresa tra i **18 e i 34 anni (15,9%) e gli 11-17 anni (14,2%)**, residenti nel **Centro Italia** (14,2%) con una concentrazione inferiore nelle altre aree geografiche (8,4% nell'area del Nord-Est, 7,8% nell'area del Nord-Ovest e 7,3% nel Sud e Isole).

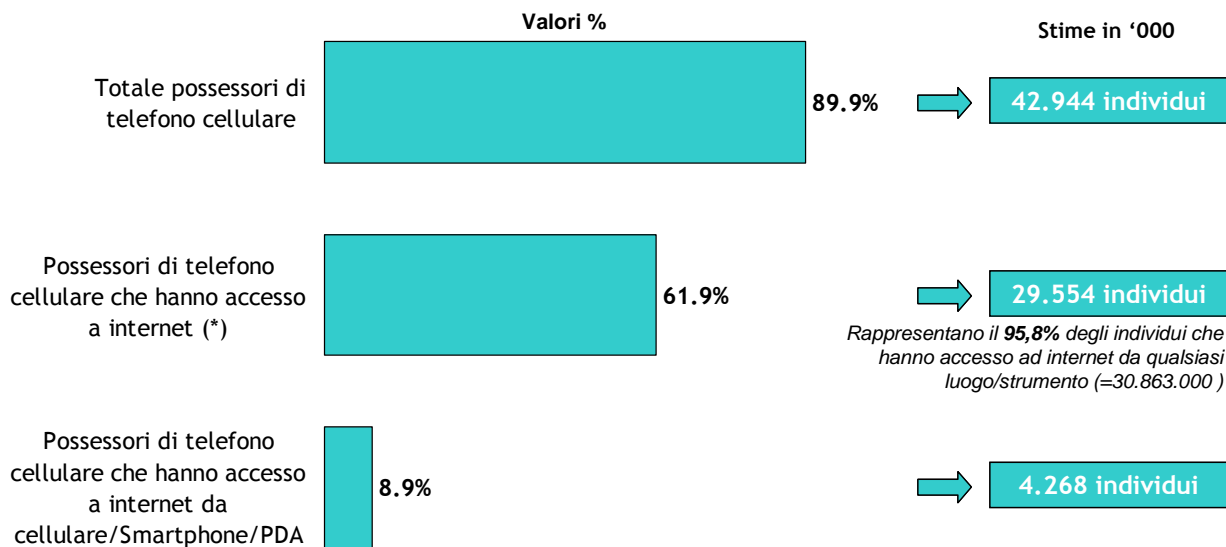
L'accesso a internet via mobile è presente tra gli **studenti universitari** (20,5% dei casi) e di scuole medie e superiori (15,3%), tra i laureati (14,7%), tra i dirigenti, quadri e docenti universitari (19,2%) e gli imprenditori o i liberi professionisti (14,8%).

La maggior parte dei possessori di cellulare con accesso a internet usufruisce dei **servizi di telefonia mobile** da oltre 3 anni (90,8%), usa una **scheda prepagata o ricaricabile** (84,2%) spendendo mensilmente **fino a 30 euro** nel 71,1% dei casi.

Infine, entrando nel dettaglio delle **attività che è possibile fare dal proprio cellulare**, risulta che **chi dichiara di avere un accesso a internet via mobile** possiede un dispositivo piuttosto evoluto con cui, oltre **a inviare e ricevere sms (97,7%) o mms (75,4%)**, è possibile anche **connettersi a internet (80,5%), ascoltare musica (70,7%) giocare con videogame (63,1%) e video telefonare (35,8%)**. Mentre tra le attività maggiormente effettuate almeno una volta a settimana, dopo l'invio e ricezione di sms (91,6%), sono indicate l'ascolto di musica (34,1%), l'invio e ricezione di mms (26,9%), la connessione a internet (26,5%), i videogame (17,9%).

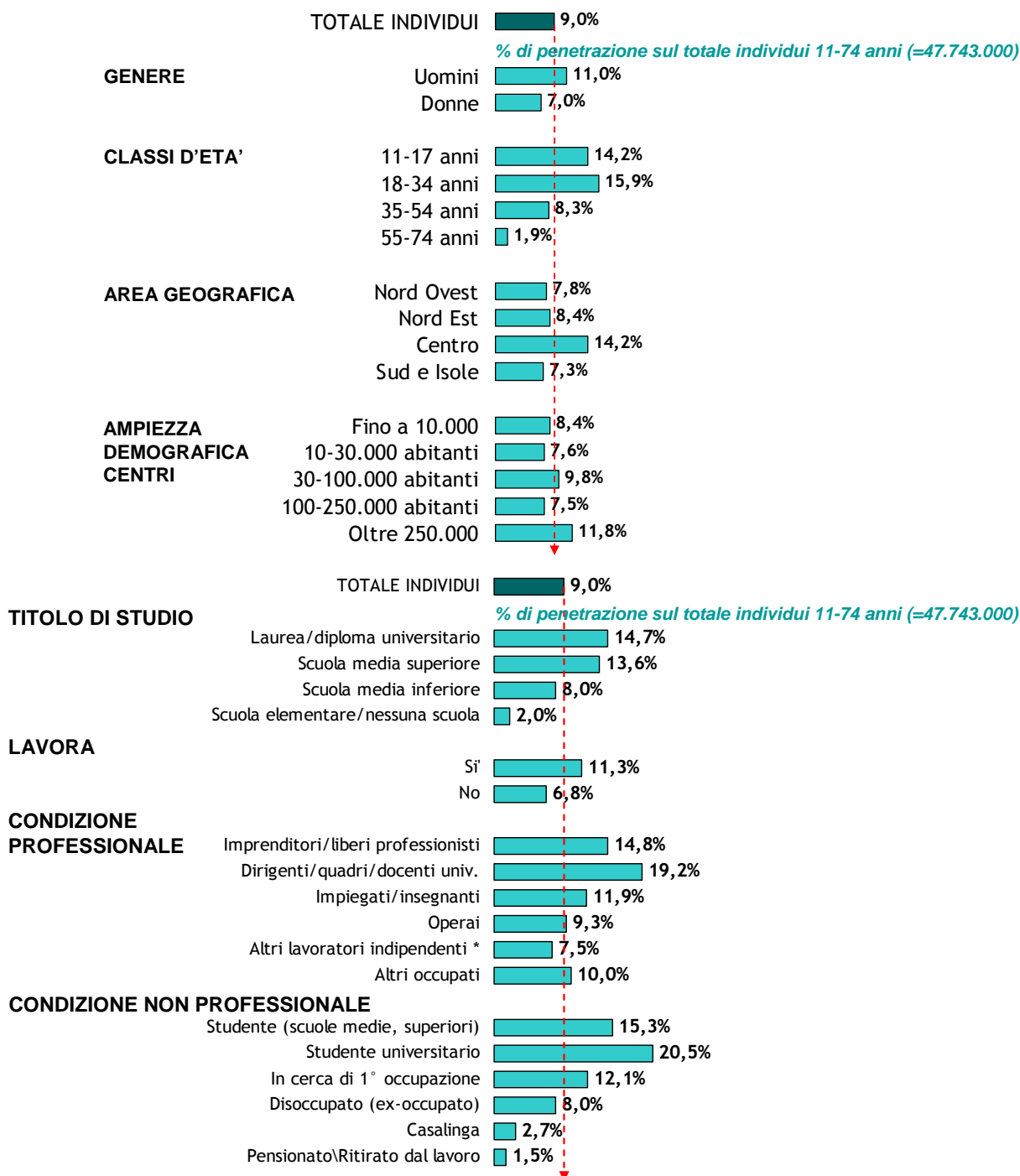
Possessori di telefono cellulare e accesso a internet

% e stime sul totale degli individui 11-74 anni (=47.743.000)



(*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento
Domanda E1

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

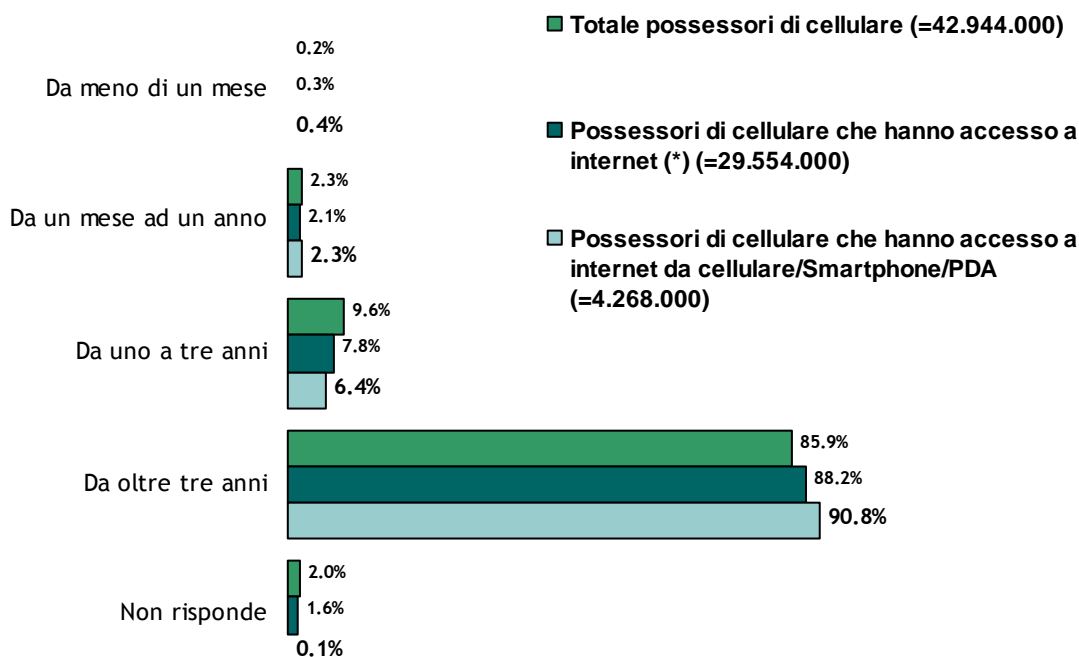


*Negozianti, esercenti, agenti di commercio, artigiani, tassisti...

I due grafici rappresentano 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.

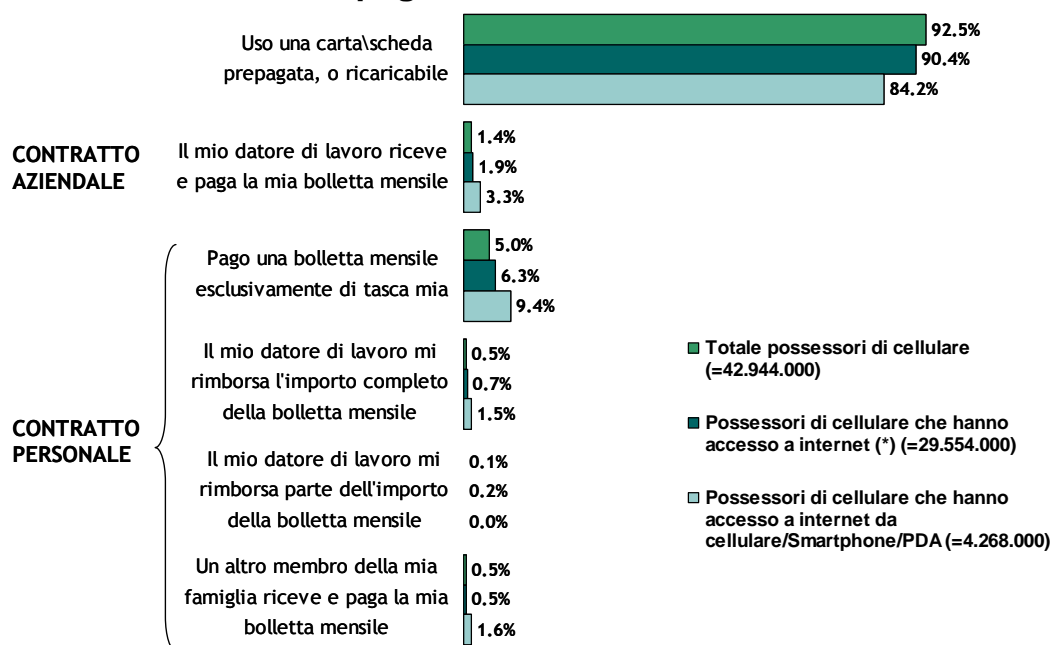
Domanda C0

Fruizione dei servizi di telefonia mobile



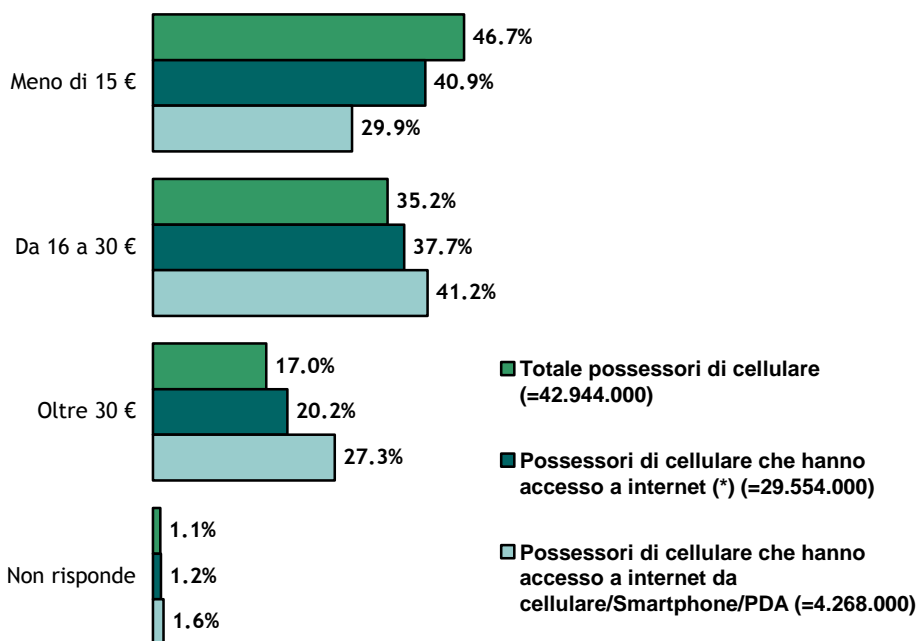
(*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento
 Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo
 Domanda E2

Modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile



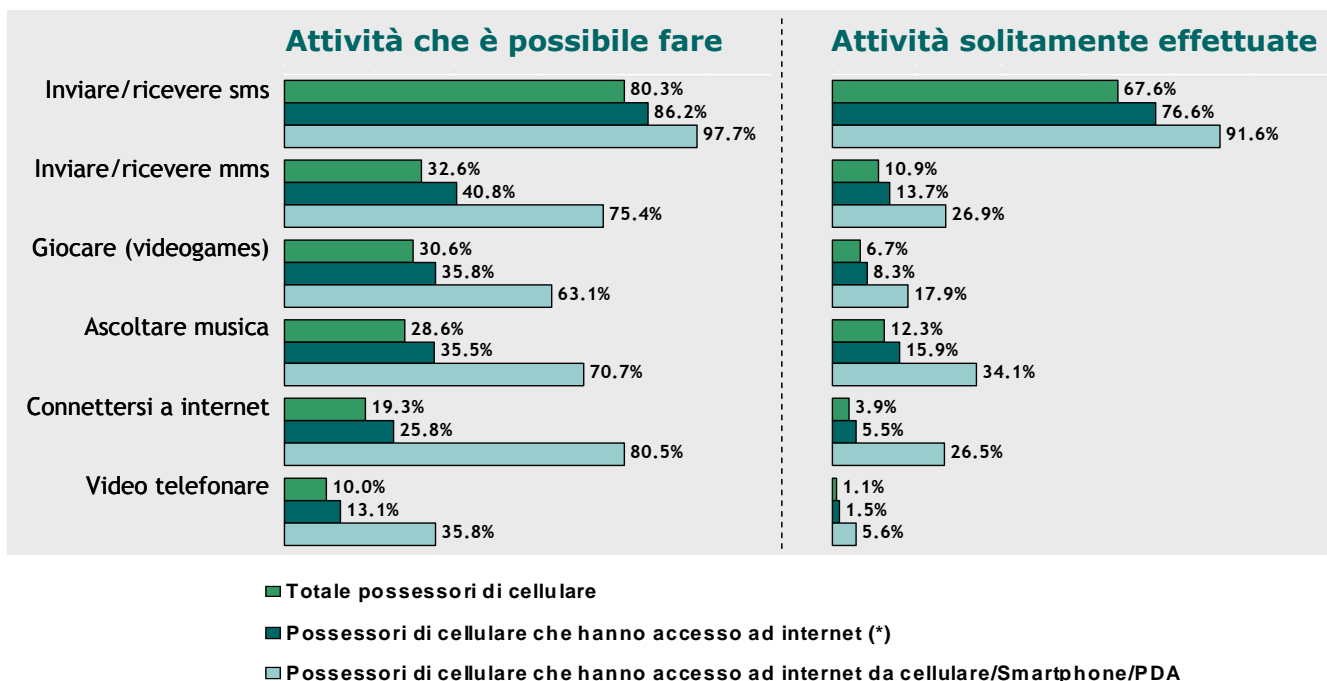
(*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento
 Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo
 Domanda E4

Spesa mensile per i servizi di telefonia mobile



(*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento
 Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo
 Domanda E5

Attività che è possibile fare dal proprio cellulare e solitamente effettuate almeno una volta la settimana



(*)Hanno accesso a internet da qualsiasi luogo/strumento
 I dati si riferiscono al 2^ e 3^ ciclo di rilevazione del 2009
 Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo
 Domanda E6 - E7

Approfondimento sulle motivazioni relative all'uso/mancato uso di internet

Dai dati sulle motivazioni relative all'uso/mancato uso di internet, emerge che **ci si collega alla Rete perché** è possibile trovare qualsiasi tipo di informazione (47,2%), accedere velocemente ai servizi pubblici e privati a distanza (29,5%), trovare cose disponibili solo sul Web (26,2%), essere informati in tempo reale su notizie di cronaca (20,8%), mettersi in contatto con molte persone in qualsiasi parte del mondo (20,2%), rendere più efficaci e divertenti il lavoro e lo studio (19,3%), risparmiare tempo e denaro (18,4%) e divertirsi a *surfare* (14,6%). **Navigare in internet procura soddisfazione** soprattutto quando si trova ciò che si cercava (57,9%), cose che non si trovano altrove (29,4%) o notizie non disponibili sugli altri media (21,8%), quando è stato utile per comprendere meglio argomenti di interesse, per imparare cose nuove (16,8%), conoscere nuovi amici (9,7%) ed essersi divertiti (18,3%).

Mentre può procurare **insoddisfazione** la connessione lenta (34,8%), entrare in siti pesanti e lenti a caricarsi (25,2%), l'aver avuto problemi con il computer (17,7%) o, più in generale, non trovare ciò che si cercava (24,2%). Per il 28% delle persone che dichiarano di aver navigato nell'ultimo mese, capita raramente di sentirsi insoddisfatto.

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 (29,1%), se la connessione fosse più veloce (18,4%) o se fosse possibile collegarsi dal telefonino senza spendere troppo (10,6%). In altri casi la frequenza di accesso sembra dipendere da una poca conoscenza del mezzo, infatti il 10,7% si collegherebbe con maggiore frequenza se ci fosse qualcuno ad aiutarlo, se non temesse virus informatici (12,7%), se i contenuti fossero più controllati e certificati (5,8%), se ci fosse meno pubblicità (8,4%) e se trovasse realmente qualcosa di utile (9,8%). Il 23,6% dei navigatori occasionali dichiara non si connetterebbe a internet più di quanto già fa.

Per quanto riguarda **le persone che non hanno mai navigato**, i motivi sono molto spesso legati all'incapacità di utilizzare il computer (58,8%) - il 7,3% dei casi dichiara che preferirebbe essere aiutato - o alla convinzione che occorranzo specifiche competenze informatiche (15,8%) e linguistiche per navigare (4,4%). In alcuni casi non si prova alcun interesse per il mezzo (27,3%) o si pensa che ciò che si può fare con internet lo si possa fare anche senza (14,9%).

Uso di internet: motivazioni

Valori in % sul totale degli individui che hanno navigato negli ultimi 30 giorni (=23.684.000)

| <i>In genere per quali ragioni si connette a internet?</i> | Valori % | Stime in '000 |
|---|----------|---------------|
| <i>Mi permette di acquisire informazioni su qualunque argomento</i> | 47,2% | 11.18 |
| <i>Posso usufruire di servizi a distanza, velocemente (pubblica amministrazione, università, prenotazione viaggi, ecc.)</i> | 29,5% | 6.985 |
| <i>Ci sono cose che si trovano solo su internet</i> | 26,2% | 6.21 |
| <i>Mi piace aggiornarmi in tempo reale sui principali avvenimenti di cronaca</i> | 20,8% | 4.928 |
| <i>Mi piace mettermi in contatto con molte persone in ogni parte del mondo</i> | 20,2% | 4.779 |
| <i>Lo studio e il lavoro diventano più divertenti/efficaci</i> | 19,3% | 4.561 |
| <i>Mi consente di risparmiare tempo e denaro</i> | 18,4% | 4.362 |
| <i>Mi diverto a navigare tra i siti più impensati</i> | 14,6% | 3.452 |
| <i>Mi sembra di avere il mondo a portata di mouse</i> | 11,9% | 2.816 |
| <i>Gli altri media mi interessano meno</i> | 4,5% | 1.074 |
| <i>Per giocare a essere qualcun altro</i> | 3,7% | 888 |
| <i>Per raccontare qualcosa di me</i> | 2,8% | 654 |

Risposte multiple - I dati si riferiscono ai cicli di rilevazione 1°, 2°, 3° e 4° del 2009
Domanda D1.1

Uso di internet: elementi di soddisfazione

Valori in % sul totale degli individui che hanno navigato negli ultimi 30 giorni (=23.684.000)

| <i>Cosa la rende soddisfatto dopo essersi connesso a internet?</i> | Valori % | Stime in '000 |
|--|----------|---------------|
| <i>L'aver trovato quello che cercavo</i> | 57,9% | 13.713 |
| <i>L'aver trovato cose che altrove non si trovano</i> | 29,4% | 6.957 |
| <i>L'aver trovato notizie che non c'erano sugli altri media</i> | 21,8% | 5.167 |
| <i>L'aver capito meglio gli avvenimenti a cui sono interessato</i> | 21,6% | 5.111 |
| <i>L'essermi divertito</i> | 18,3% | 4.324 |
| <i>L'aver imparato a fare delle cose</i> | 16,8% | 3.988 |
| <i>L'aver fatto nuove amicizie</i> | 9,7% | 2.299 |
| <i>Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio blog</i> | 2,1% | 504 |
| <i>Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio sito</i> | 1,9% | 452 |
| <i>Mi capita raramente di sentirmi soddisfatto</i> | 3,6% | 854 |

Risposte multiple - I dati si riferiscono ai cicli di rilevazione 1°, 2°, 3° e 4° del 2009
Domanda D1.2

Uso di internet: elementi di insoddisfazione

Valori in % sul totale degli individui che hanno navigato negli ultimi 30 giorni (=23.684.000)

| <i>Cosa la rende insoddisfatto dopo essersi connesso a internet?</i> | Valori % | Stime in '000 |
|--|----------|---------------|
| <i>La connessione lenta</i> | 34,8% | 8.238 |
| <i>I siti pesanti e lenti</i> | 25,2% | 5.968 |
| <i>Non aver trovato quello che cercavo</i> | 24,2% | 5.727 |
| <i>L'aver avuto problemi con il computer</i> | 17,7% | 4.185 |
| <i>L'aver girovagato senza trovare nulla di interessante</i> | 8,8% | 2.088 |
| <i>La sensazione di aver sprecato il mio denaro</i> | 1,8% | 423 |
| <i>Mi capita raramente di sentirmi insoddisfatto</i> | 28,0% | 6.636 |

Risposte multiple - I dati si riferiscono ai cicli di rilevazione 1°, 2°, 3° e 4° del 2009
Domanda D1.3

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

Valori in % sul totale degli individui che navigano, ma non negli ultimi 7 giorni (=3.207.000)

| <i>Si connetterebbe di più a internet se</i> | Valori % | Stime in '000 |
|---|----------|---------------|
| <i>Costasse di meno</i> | 29,1% | 934 |
| <i>Non mi connetterei a internet più di quanto già faccio</i> | 23,6% | 756 |
| <i>Le connessioni fossero più veloci</i> | 18,4% | 591 |
| <i>Non temessi i virus informatici</i> | 12,7% | 406 |
| <i>Ci fosse qualcuno sempre in grado di aiutarmi</i> | 10,7% | 343 |
| <i>Potessi farlo con il telefonino senza spendere troppo</i> | 10,6% | 341 |
| <i>Trovassi veramente qualcosa di utile</i> | 9,8% | 315 |
| <i>Non fossi bombardato dalla pubblicità</i> | 8,4% | 268 |
| <i>I contenuti fossero più controllati/certificati</i> | 5,8% | 187 |
| <i>Non ci fosse il problema della linea telefonica occupata</i> | 4,3% | 137 |
| <i>Non ci fosse troppa pornografia</i> | 4,2% | 135 |
| <i>Potessi connettermi col televisore di casa</i> | 4,2% | 135 |
| <i>Non fossi convinto che attraverso internet mi possono spiare</i> | 2,9% | 95 |

Risposte multiple - I dati si riferiscono ai cicli di rilevazione 1°, 2°, 3° e 4° del 2009
Domanda D1.5

Mancato uso di internet: motivazioni

Valori in % sul totale degli individui che non hanno mai navigato (=22.680.000)

| <i>Quali sono le motivazioni prevalenti per cui non usa internet?</i> | Valori % | Stime in '000 |
|---|-----------------|----------------------|
| <i>Non so usare il computer</i> | 58,8% | 13.345 |
| <i>Da quanto ne ho sentito dire non mi interessa</i> | 27,3% | 6.193 |
| <i>Richiede più conoscenze informatiche di quelle che ho</i> | 15,8% | 3.593 |
| <i>Quello che si può fare con internet lo faccio anche senza</i> | 14,9% | 3.378 |
| <i>Non ho nessuno che mi aiuti</i> | 7,3% | 1.645 |
| <i>Non conosco l'inglese</i> | 4,4% | 1.003 |
| <i>Non è sicuro, troppe truffe</i> | 4,0% | 899 |
| <i>Dovrebbe essere facile come vedere la tv o sfogliare una rivista</i> | 3,7% | 843 |
| <i>Non è sicuro, troppi virus</i> | 1,7% | 383 |
| <i>Non è sicuro, troppa pornografia</i> | 1,3% | 289 |

*Risposte multiple - I dati si riferiscono ai cicli di rilevazione 1°, 2°, 3° e 4° del 2009
Domanda D1.4*

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* (pari a 47.743.000 individui – Fonte: ISTAT aggiornamento dati censuari al 31/12/2007). Data la natura del fenomeno indagato si è ritenuto opportuno inserire un limite superiore all'età (74 anni compiuti).

Il campione teorico annuale 2008 è costituito da **7.200** interviste suddivise in quattro cicli trimestrali di circa **1.800** casi ciascuno:

1^ ciclo: dal 24/04/08 al 18/05/08 (1.812 casi)

2^ ciclo: dal 12/05/08 al 23/06/08 (1.831 casi)

3^ ciclo: dal 25/08/08 al 21/09/08 (1.800 casi)

4^ ciclo: dal 03/11/08 al 07/12/08 (1.801 casi)

Il campione teorico annuale 2009 è costituito da **10.000** interviste suddivise in quattro cicli trimestrali di circa **2.500** casi ciascuno:

1^ ciclo: dal 09/02/09 al 12/03/09 (2.550 casi)

2^ ciclo: dal 20/04/09 al 20/05/09 (2.574 casi)

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

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

Metodo di rilevazione

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

Periodo di rilevazione

Nel presente report sono presentati i dati cumulati dei cicli 1, 2, 3 e 4 del 2009, basati su 10.130 interviste complessive.

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.

Al fine di consentire una più equilibrata diffusione territoriale del campione, si procede 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 concentrate in un'unica operazione di campionamento, per l'intero campione annuo (di 7.200 casi per il 2008, di 10.000 casi per il 2009).

Successivamente il campione annuo viene suddiviso in 4 sub-campioni trimestrali.

Questa soluzione presenta un duplice vantaggio:

- ottenere una migliore rappresentatività e capacità di stima del campione annuo;
- massimizzare l'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 | | | | |

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.

Nel 2009, su 1.004 PDC da 10 interviste ciascuno, 1.000 sono stati distribuiti sul territorio in maniera proporzionale al peso della popolazione per macroregione (rispettando la distinzione tra capoluogo/non capoluogo). Si è poi effettuato un leggero sovracampionamento che ha portato i PDC da 1.000 a 1.004 al fine di garantire almeno 4 PDC annuali per ogni cella di stratificazione (1 per ciclo).

Si sono escluse da questa procedura la "Valle d'Aosta capoluogo" (ovvero la città di Aosta) e il "Molise capoluogo" 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 macroregione. 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 1.004 PDC in 4 sub-campioni (uno per ciclo) da 251 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 (= 47.743.000) 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 (= 20.788.000) 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 31/12/2007

^(**) Fonte: ISTAT Multiscopo 2007

Questionario

SEZIONE A – CENSIMENTO APPARECCHIATURE TECNOLOGICHE DELLA FAMIGLIA

Domanda A.1.1 Parliamo innanzitutto delle apparecchiature tecnologiche funzionanti presenti nella sua abitazione. Potrebbe, per cortesia, indicare per ciascuna di quelle elencate se è presente nella sua casa?

(risposte multiple – se un apparecchio televisivo dispone di più tecnologie vanno inserite tutte)

Computer

- fisso (da tavolo) 1
- portatile 2
- Palmare/PDA 3

Televisioni

- tradizionale/analoga 4
- digitale satellitare (ad es. SKY) 5
- digitale terrestre (gratuita o a pagamento) 6
- via cavo (ad es. Fastweb, Alice homeTV) 7

Telefoni

- mobili (cellulari/Smartphone) 8
- fissi (anche cordless) 9
- Consolle giochi (playstation, nintendo)
 - Nessuno di questi (non mostrare) 11
 - Non sa (non mostrare) 12

Domanda A.1.2 Quanti funzionanti sono presenti nella sua casa?

- Indicare il numero |_|_| max 10
- Non sa
- Non risponde

Domanda A.1.3

Parliamo del primo ...

Dà la possibilità di collegarsi ad internet?

- Sì 1
- No 2
- Non sa 3
- Non risponde 4

(SOLO PER I COMPUTER FISSI E PORTATILI)

Domanda A.1.4

E questo computer è

(Risposta singola)

- di proprietà di un componente della sua famiglia (o preso in leasing) 1
- aziendale dell'azienda dove lavora lei 2
- aziendale dell'azienda dove lavora un componente della sua famiglia 3
- Non sa 4
- Non risponde 5

(Se sì alla dom. A.1.3 per almeno un' apparecchiatura)

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

(Se cod=2,3 a A4)

A4.1. Per la connessione ADSL/Fibra Ottica disponibile a casa sua che tipo di abbonamento è stato scelto?

(leggere)

- Abbonamento a consumo 1
- Abbonamento con tariffa fissa/flat..... 2
- Non sa 3
- Non risponde 4

| |
|---|
| SEZIONE C – UTILIZZO PERSONALE DI INTERNET |
|---|

Adesso parliamo di lei.

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

1. Computer (fisso o portatile) da casa propria
(coerenza: deve avere telefono fisso a A.1.1 o scheda UMTS/GPRS a A4)
2. Computer da lavoro/ufficio*
3. Computer da luogo studio come scuola/università
4. Computer da altri luoghi come internet point/
biblioteche pubbliche
5. Cellulare/Smartphone/palmare/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

(Se cod=2 a C0) quindi se ha accesso da Computer da lavoro/ufficio

C8. Il Computer 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

| |
|---|
| SEZIONE D1 – APPROFONDIMENTI MOTIVA-ZIONALI SULL'USO/MANCATO USO DI INTERNET |
|---|

(Se cod=1,2 o 3 a C1tot) ovvero a chi si è collegato ad internet negli ultimi 30 giorni

D1.1 In genere per quali ragioni si connette a internet?

(risposte multiple - massimo tre risposte – risposte in ordine casuale)

(mostrare il video all'intervistato con le possibili risposte)

- Mi sembra di avere il mondo a portata di mouse 1
- Mi piace aggiornarmi in tempo reale sui principali avvenimenti di cronaca 2
- Mi diverto a navigare tra i siti più impensati 3
- Mi piace mettermi in contatto con molte persone in ogni parte del mondo 4
- Gli altri media mi interessano meno 5
- Mi permette di acquisire informazioni su qualunque argomento 6
- Lo studio e il lavoro diventano più divertenti/efficaci 7
- Ci sono cose che si trovano solo su internet 8
- Mi consente di risparmiare tempo e denaro 9
- Per raccontare qualcosa di me 10
- Per giocare a essere qualcun altro 11
- Posso usufruire di servizi a distanza, velocemente (pubblica amministrazione, università, prenotazione viaggi, ecc.) 12
- Nessuna di queste 13

(Se cod=1,2 o 3 a C1tot) ovvero a chi si è collegato ad internet negli ultimi 30 giorni

D1.2 Cosa la rende soddisfatto dopo essersi connesso a internet?

(risposte multiple - massimo tre risposte – risposte in ordine casuale)

(mostrare il video all'intervistato con le possibili risposte)

- L'aver trovato quello che cercavo 1
- L'aver capito meglio gli avvenimenti a cui sono interessato 2
- L'aver trovato notizie che non c'erano sugli altri media.. 3
- L'aver imparato a fare delle cose 4
- L'essermi divertito 5
- L'aver fatto nuove amicizie..... 6
- L'aver trovato cose che altrove non si trovano 7
- Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio sito 8
- Il fatto che qualcuno abbia visitato il mio blog 9
- Mi capita raramente di sentirmi soddisfatto 10
- Nessuna di queste 11

(Se cod=1,2 o 3 a C1tot) ovvero a chi si è collegato ad internet negli ultimi 30 giorni

D1.3 Cosa la rende insoddisfatto dopo essersi connesso a internet?

(risposte multiple - massimo tre risposte – risposte in ordine casuale)

(mostrare il video all'intervistato con le possibili risposte)

- Non aver trovato quello che cercavo 1
- La connessione lenta 2

- I siti pesanti e lenti..... 3
- L'aver avuto problemi con il computer..... 4
- L'essermi sembrato di aver sprecato il mio denaro..... 5
- L'aver girovagato senza trovare nulla di interessante 6
- Mi capita raramente di sentirmi insoddisfatto 7
- Nessuna di queste 8

(Se mai a C1tot) ovvero a chi non si è mai collegato ad internet (compresi coloro che non sono andati alla C1 perché non hanno accesso alla C0)

D1.4 Quali sono le motivazioni prevalenti per cui non usa internet?

**(risposte multiple - massimo tre risposte – risposte in ordine casuale)
(mostrare il video all'intervistato con le possibili risposte)**

- Non so usare il computer 1
- Quello che si può fare con internet lo faccio
anche senza 2
- Richiede più conoscenze informatiche di quelle che ho. 3
- Dovrebbe essere facile come vedere la tv o
sfogliare una rivista..... 4
- Non è sicuro, troppe truffe..... 5
- Non conosco l'inglese 6
- Non è sicuro, troppi virus 7
- Non è sicuro, troppa pornografia..... 8
- Non ho nessuno che mi aiuti..... 9
- Da quanto ne ho sentito dire non mi interessa..... 10
- Nessuna di queste 11

(Se cod=3,4 o 5 a C1tot) ovvero a chi si è collegato l'ultima volta ad internet negli ultimi 30 giorni o meno recentemente (non negli ultimi 7 giorni)

D1.5 Si connetterebbe di più a internet se

**(risposte multiple - massimo tre risposte – risposte in ordine casuale)
(mostrare il video all'intervistato con le possibili risposte)**

- I contenuti fossero più controllati/ certificati..... 1
- Costasse di meno 2
- Le connessioni fossero più veloci 3
- Potessi connettermi col televisore di casa 4
- Non temessi i virus informatici 5
- Non fossi convinto che attraverso internet mi possono
spiare..... 6
- Potessi farlo con il telefonino senza spendere troppo.... 7
- Trovassi veramente qualcosa di utile..... 8
- Non fossi bombardato dalla pubblicità 9
- Non ci fosse troppa pornografia 10
- Non ci fosse il problema della linea telefonica
occupata 11
- Ci fosse qualcuno sempre in grado di aiutarmi 12
- Non mi connetterei a internet più di quanto già faccio... 13
- Nessuna di queste 14

| |
|---|
| SEZIONE E – POSSESSO ED USO PERSONALE DEL TELEFONO CELLULARE |
|---|

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

- Si1
- No (**Controllare con C1 ITEM 5**)... ..2

Se l'intervistato ha dichiarato che si è collegato ad internet con il cellulare a C1-item 5 - e ha dichiarato di non possedere il cellulare, inserire WARNING ..IL TELEFONO POTREBBE ESSERE DI UN COMPONENTE

(Se cod=2 a E1 va ai dati di classificazione)

(Se cod=1 a E1)

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

(Se cod=1 a E1)

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

(Se cod=1 a E1)

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-€100.....4
- Oltre € 1005
- Non risponde.....6

(Se cod=1 a E1)

E6. Quali fra le seguenti attività (a parte telefonare) è possibile fare con il suo cellulare?

(leggere - risposte multiple)

- giocare (videogame) 1
- ascoltare musica.....2
- inviare/ricevere sms.....3

- connettersi a internet4
- inviare/ricevere mms.....5
- video telefonare6
- nessuna di queste (non leggere)7

(se cita almeno un'attività a domanda E6)

E7. E quali fra queste attività lei solitamente effettua almeno una volta la settimana? **(appaiono a video soltanto le attività citate a domanda E6)**

(leggere - risposte multiple)

- giocare (videogames)1
- ascoltare musica2
- inviare/ricevere sms.....3
- connettersi a internet4
- inviare/ricevere mms.....5
- video telefonare6
- nessuna di queste (non leggere)7

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 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