



**aud*i*web
trends**

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

Giugno 2017

(Dati cumulati cicli 2, 3, 4 del 2016 e ciclo 1 del 2017)

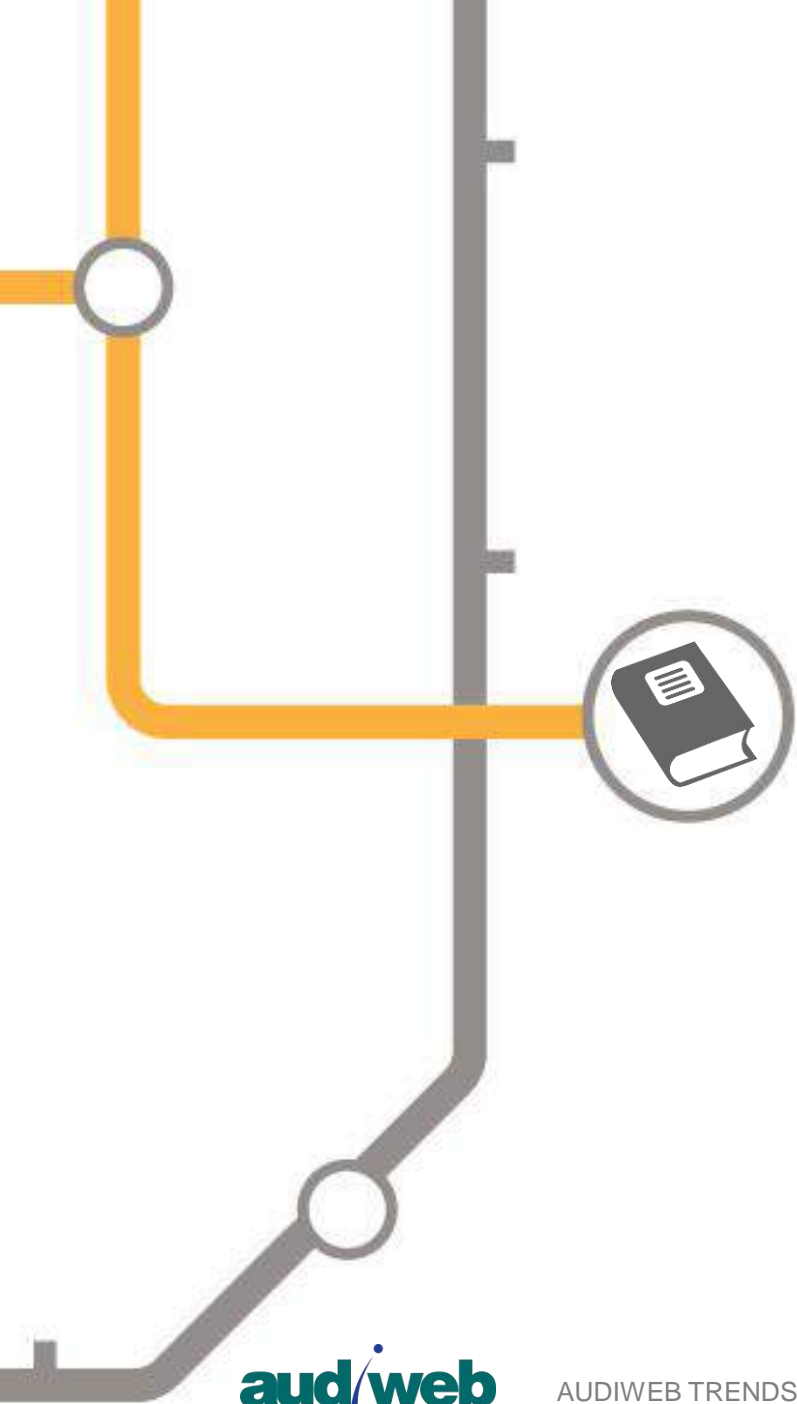
■ INDICE

○ Premessa

○ Sintesi e analisi dei risultati:
famiglie e individui

○ Sintesi e analisi dei risultati:
accesso a internet da cellulare/smartphone

○ Note metodologiche



PREMESSA



Cos'è Audiweb Trends?

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

La Ricerca di Base è la ricerca quantitativa che rileva la diffusione dell'online in Italia (potenziale d'accesso) e che contribuisce alla definizione dell'universo degli utenti internet (individui di 11-74 anni) descrivendone i profili socio-demografici e attitudinali.

La Ricerca di Base fornisce la percentuale di popolazione che ha accesso a internet declinato su ogni profilo socio-demografico ed è fondamentale per l'estensione dell'universo alla navigazione da "Altri Luoghi" oltre Casa e Lavoro e per garantire la corretta ponderazione del panel.

I dati della Ricerca di Base consentono, inoltre, l'estensione all'universo degli individui 2-10 anni e oltre 74 anni mediante l'approfondimento sulla composizione della famiglia.

I panel PC e mobile, ponderati sulla base dei pesi di ciascuno dei profili degli individui rilevati attraverso la Ricerca di Base, sono utilizzati per produrre l'Audiweb Database, il planning database che fornisce i dati elementari di navigazione e i profili socio demografici degli utenti che hanno navigato attraverso un computer o da device mobile (uno smartphone o un tablet).

Questo report riporta i dati cumulati dei cicli 2, 3, 4 del 2016 e del ciclo 1 del 2017 (09/05/2016 - 27/05/2017)



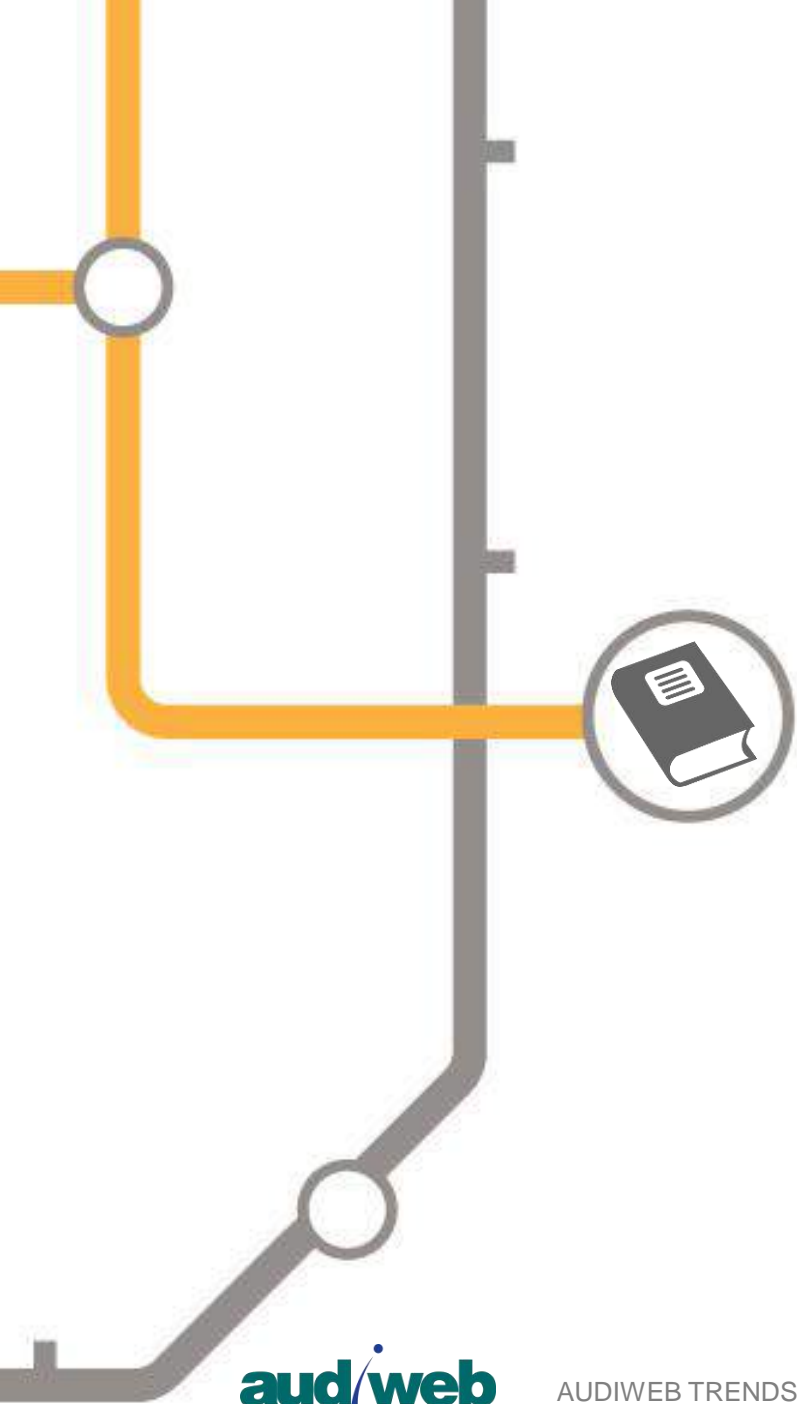
L'evoluzione della ricerca

Il questionario di rilevazione della Ricerca di Base viene periodicamente aggiornato al fine di monitorare la continua evoluzione dei nuovi device utilizzati per accedere ad internet (smartphone, tablet, televisori, console giochi) approfondendo, per ciascun device, i diversi livelli di accesso ad internet per descrivere in modo più puntuale le audience di riferimento.

Per questo motivo, dopo un primo aggiornamento nel 2012 al set di domande del capitolo mobile del questionario, a partire dal primo ciclo del 2013 è stata introdotta una nuova sezione dedicata al catalogo di telefoni cellulari, al fine di identificare il modello di telefono cellulare posseduto da ciascun intervistato.

La nuova definizione di accesso potenziale a internet da telefono cellulare/smartphone deriva dal catalogo e non dalla dichiarazione dell'intervistato, come nel caso degli altri device considerati dalla ricerca. Dunque agli individui che possiedono un modello di cellulare dotato di Sistema Operativo viene attribuito l'accesso a internet da telefono cellulare/smartphone.

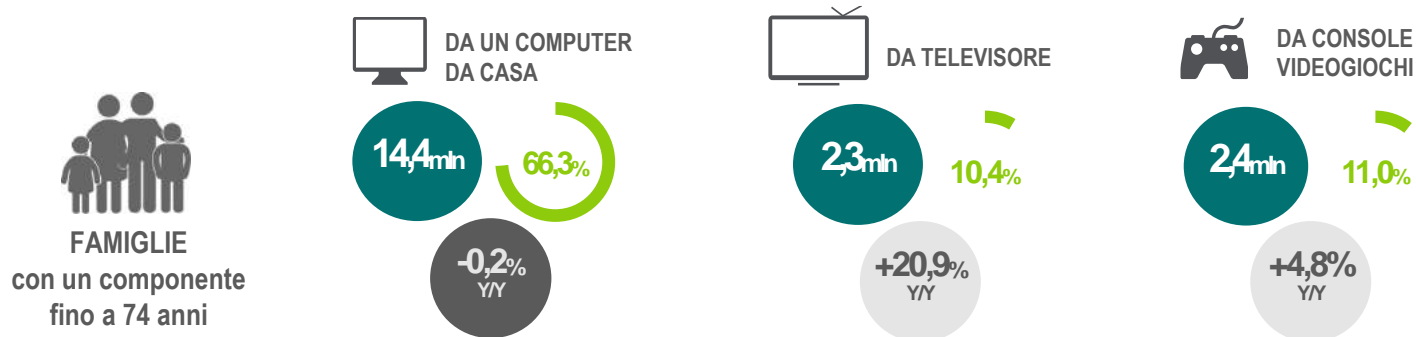
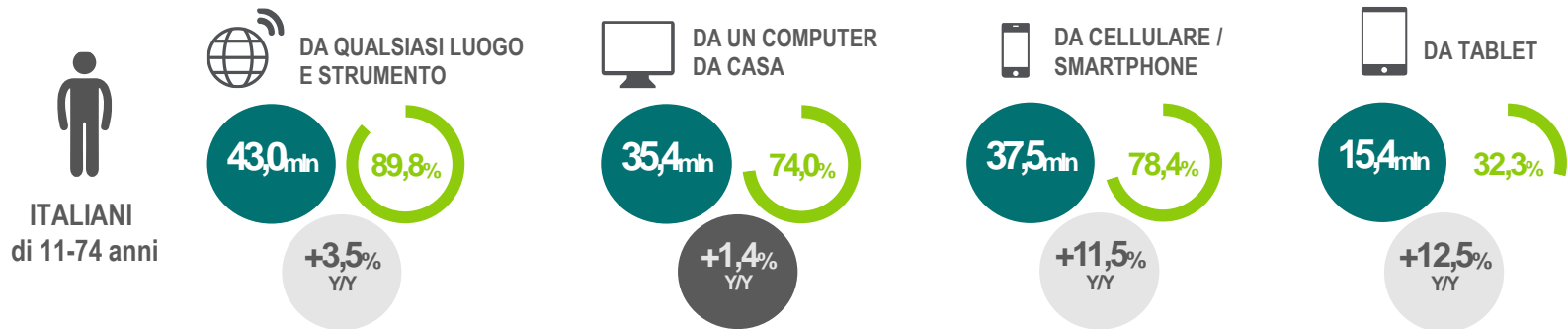
Per un maggiore approfondimento sulla Ricerca di Base Audiweb è possibile consultare le note metodologiche nell'ultimo capitolo del report.



PRINCIPALI INDICATORI DI SINTESI SULLA DIFFUSIONE DELL'ONLINE IN ITALIA




La diffusione dell'online in Italia 11-74 anni




Basi: totale individui 11-74 anni (=47.839.000) e totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=21.773.000)
Valori % e Stime



Accesso da qualsiasi device

88,4%  delle donne

91,2%  degli uomini

99,1% tra i 18-34enni


95,8% tra i 35-54enni

Nord Ovest: **92,3%**

Nord Est: **91,4%**

Centro: **91,4%**

Sud e Isole: **86,1%**



100% dirigenti, quadri e docenti universitari

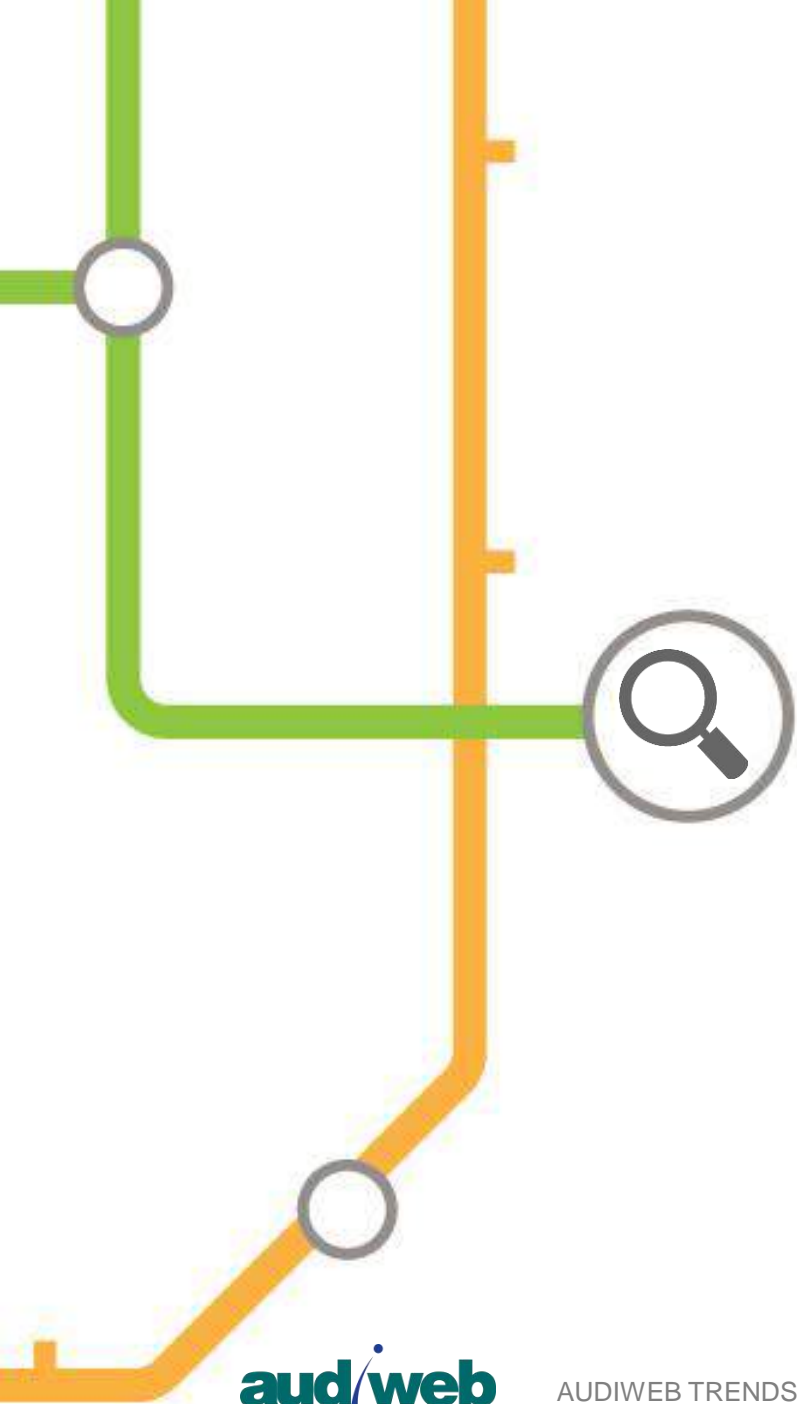
100% studenti universitari

99,8% imprenditori e liberi professionisti

99,5% impiegati e insegnanti

98,9% chi è in cerca di prima occupazione

79,9% casalinghe



SINTESI E ANALISI DEI RISULTATI:



Famiglie



Individui



SINTESI E ANALISI
DEI RISULTATI

FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE FINO A 74 ANNI



Uso del computer e modalità di
accesso a internet



Uso del computer e modalità di accesso a internet delle famiglie: summary



Possesso del computer e accesso a internet

In Italia **oltre due terzi delle famiglie possiedono un computer di proprietà**, il 68,5% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (14,915 milioni) e, tra queste, **14,444 milioni** hanno la possibilità di accedere a internet.

Accesso a internet anche da altri device

Se si considerano, oltre ai computer di proprietà, anche i computer aziendali utilizzati a casa, i televisori e le console giochi, le famiglie italiane che dichiarano di avere accesso a internet da casa attraverso uno di questi device sono **14,758 milioni** (il 67,8% del totale famiglie).

Accesso a internet e dimensione della famiglia

La disponibilità di un accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà risulta direttamente proporzionale alla **dimensione del nucleo familiare**: più è numerosa la famiglia e più tendenzialmente cresce la possibilità di connettersi alla Rete da casa. In particolare, il tasso di penetrazione supera l'80% per i nuclei familiari di quattro o più componenti.



Uso del computer e modalità di accesso a internet delle famiglie: summary



Diffusione della Banda Larga

Sono **12,1 milioni** le famiglie che possono accedere a internet con **connessione ADSL/Fibra ottica** (l'84% delle famiglie che dichiarano di avere un accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà) e quasi la totalità di queste dichiara di aver sottoscritto un abbonamento flat (11,4 milioni di famiglie).

Chiavette internet

Rilevante anche **l'accesso attraverso le chiavette internet** (1,8 milioni di famiglie italiane).

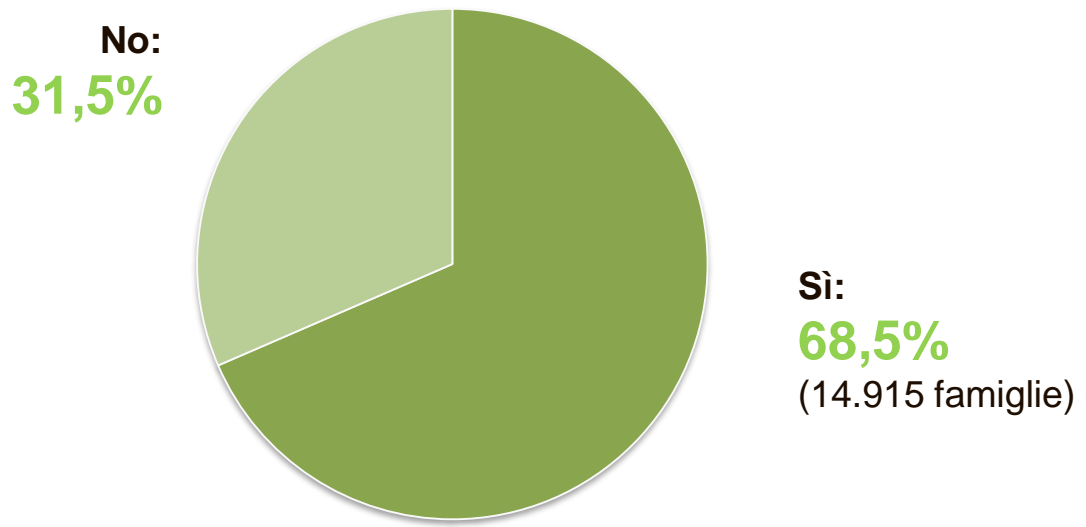


Possesso di computer di proprietà a casa

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=21.773.000)
Valori % e Stime in '000



POSSIEDONO ALMENO UN COMPUTER DI PROPRIETÀ A CASA



 Oltre due terzi delle famiglie italiane possiedono un computer di proprietà: **il 68,5% delle famiglie**

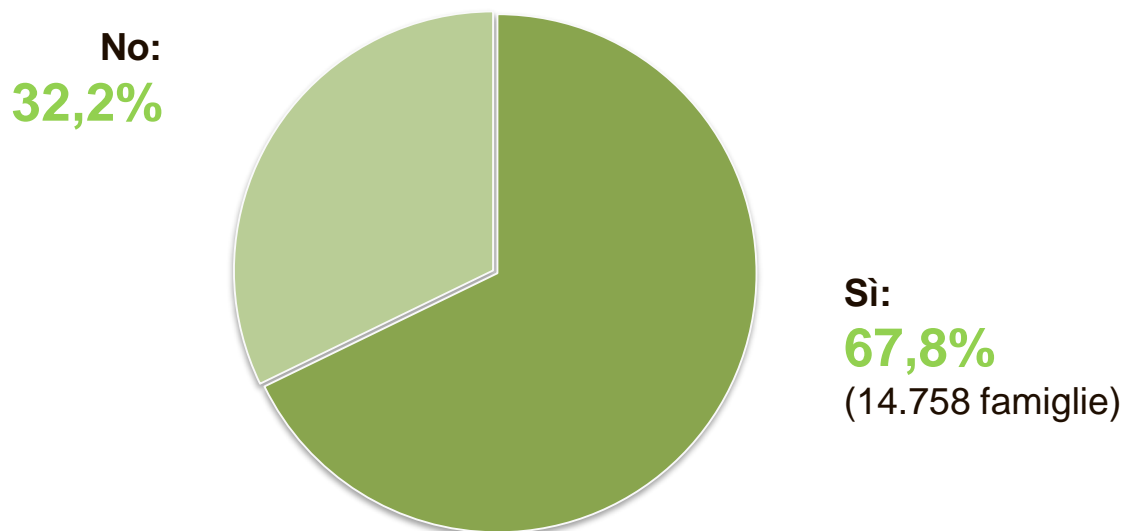


Accesso a internet da casa

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=21.773.000)
Valori % e Stime in '000



FAMIGLIE CHE HANNO LA POSSIBILITÀ DI ACCEDERE A INTERNET DA COMPUTER, TELEVISORE O CONSOLE GIOCHI



Il 67,8% delle famiglie italiane (14,758 milioni) dichiara di disporre di un accesso a internet da casa attraverso computer, televisore o console giochi



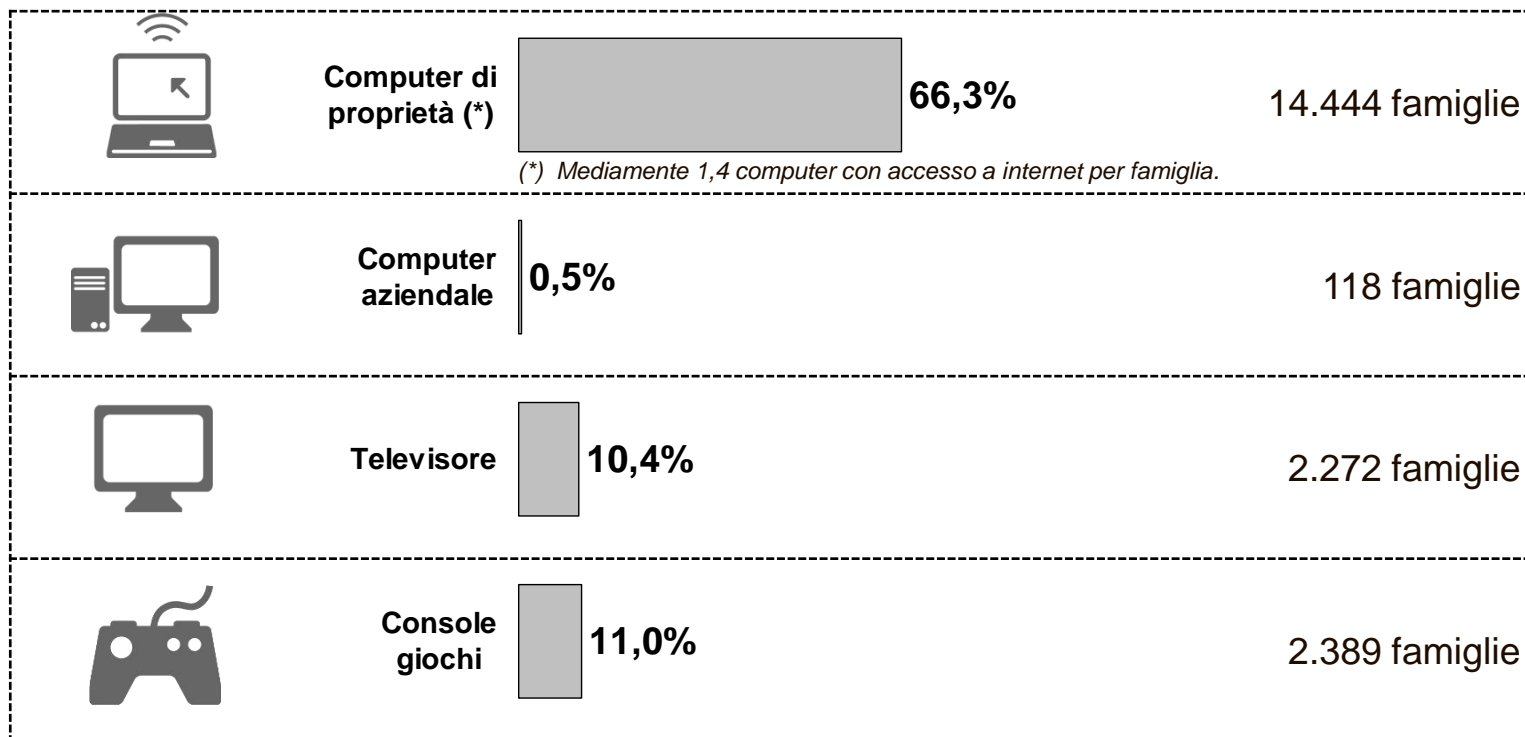
Accesso a internet da casa: device

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=21.773.000)
Valori % e Stime in '000



SPECIFICI DEVICE ATTRAVERSO CUI LE FAMIGLIE HANNO LA POSSIBILITÀ DI ACCEDERE A INTERNET

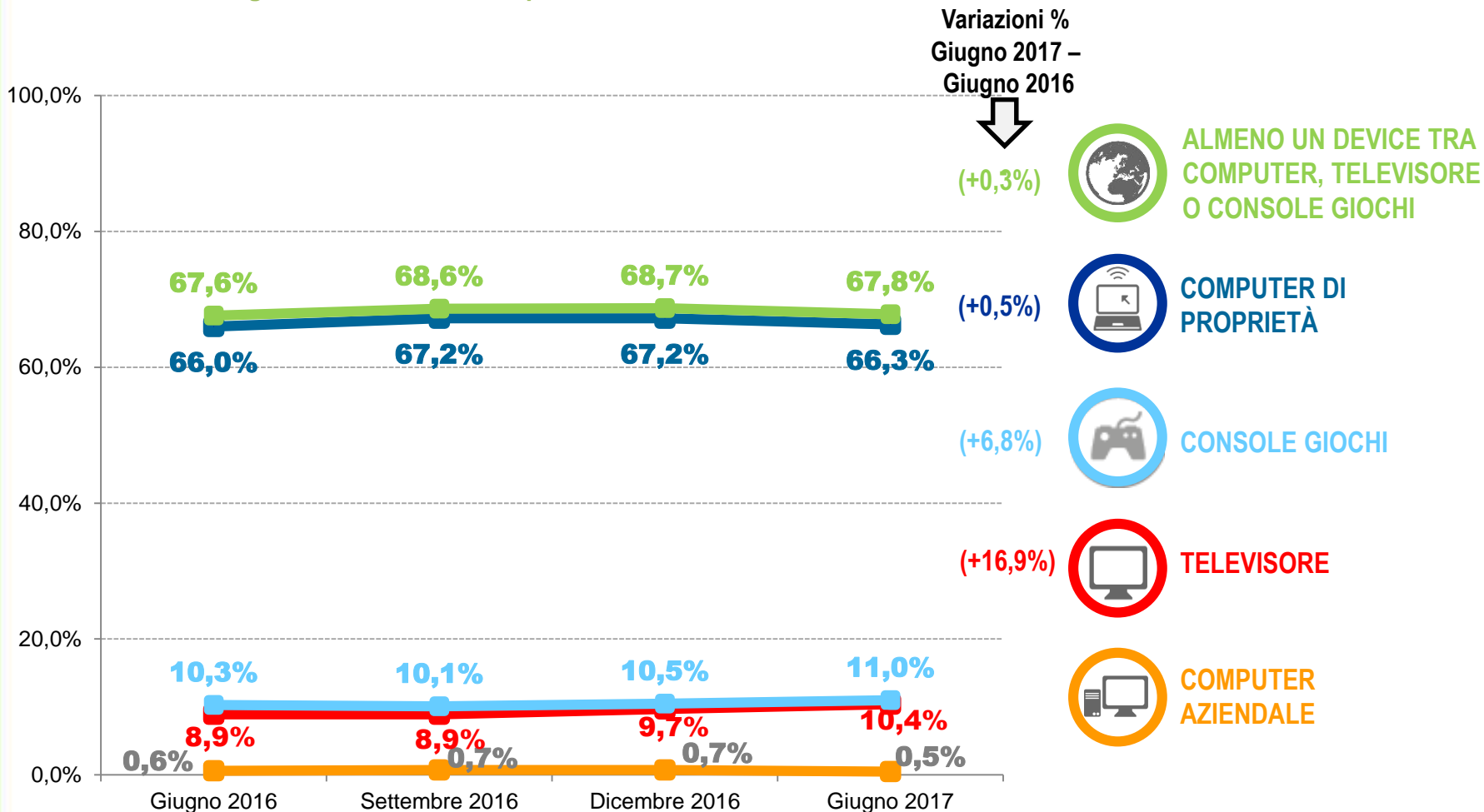
Stime in '000





Accesso a internet da casa delle famiglie: analisi di trend

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni - Valori %



Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto a Giugno 2016.

I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2016 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2016.



Profilo delle famiglie che hanno accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=21.773.000)

Valori % e Stime in '000

Analisi per numero di componenti della famiglia

Stime in '000

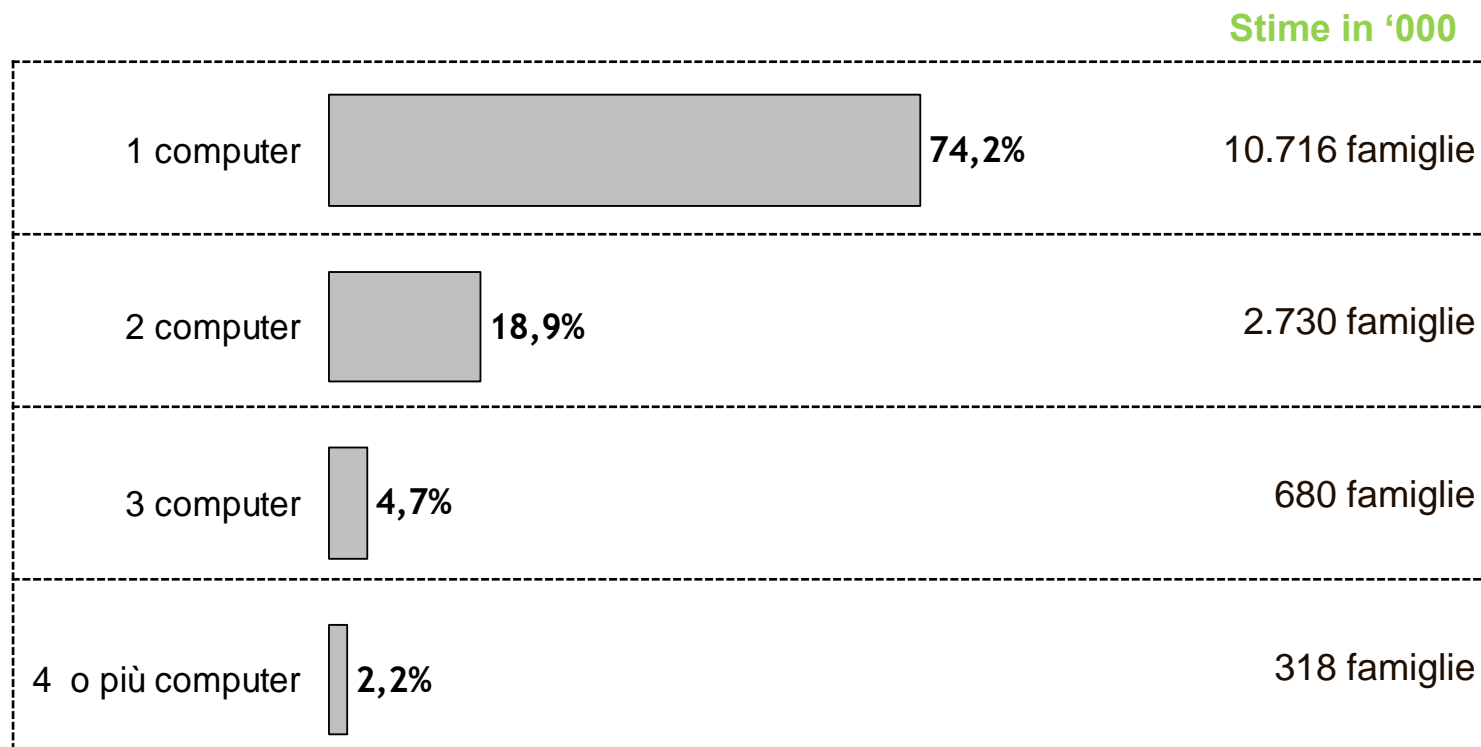
TOTALE FAMIGLIE	66,3%	14.444 famiglie
<i>% di penetrazione sul target</i>		
1 componente (N=5.336)	47,1%	2.516 famiglie
2 componenti (N=5.898)	57,0%	3.363 famiglie
3 componenti (N=5.112)	78,0%	3.985 famiglie
4 componenti (N=4.052)	84,9%	3.440 famiglie
5 componenti (N=1.088)	83,3%	906 famiglie
6 o più componenti (N=287)	81,5%	234 famiglie



Numero di computer di proprietà con cui le famiglie hanno accesso a internet da casa

Base: famiglie con accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà (N=14.444.000)
Valori % e Stime in '000

Il **74,2% delle famiglie** con accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà dichiara di poter accedere alla rete da un solo computer

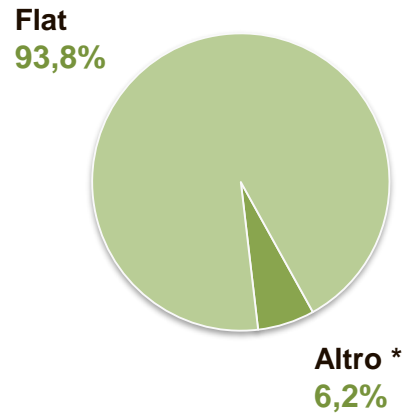
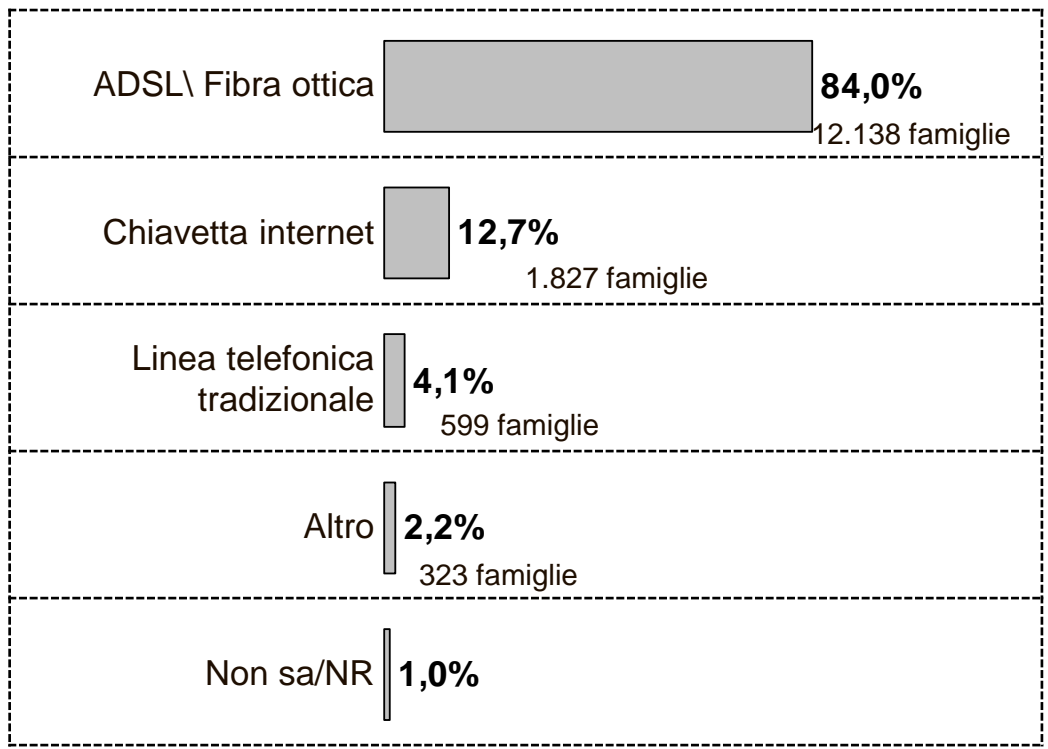




Tipologie di connessione a internet disponibili da casa

Base: famiglie con accesso a internet da casa attraverso computer di proprietà (N=14.444.000)
Valori % e Stime in '000

Sono 12,1 milioni le famiglie che possono accedere a internet con connessione **ADSL/Fibra ottica**, e il 93,8% di queste sottoscrive un **abbonamento flat** (11,4 milioni di famiglie).



* A consumo o mancata risposta

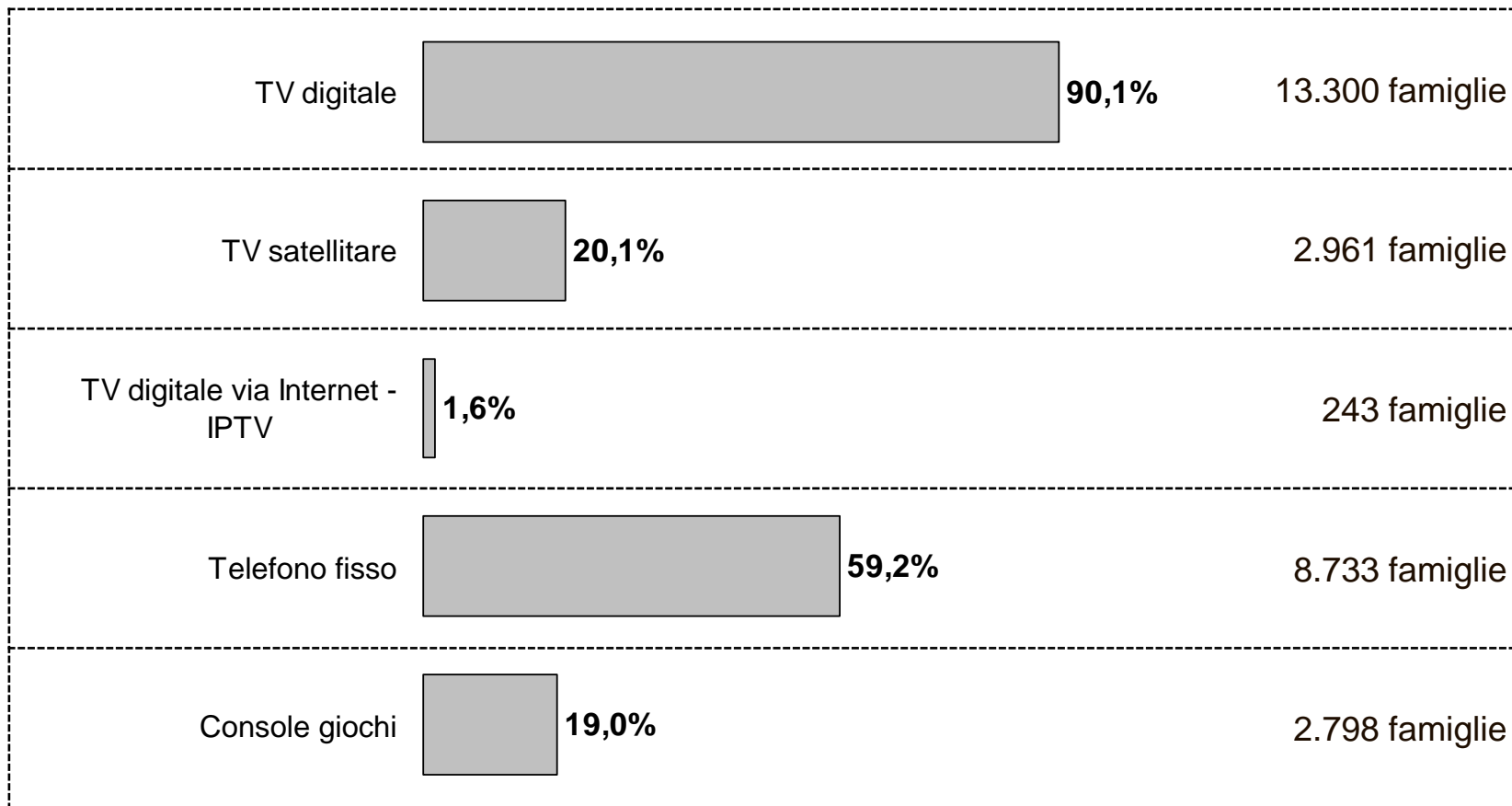


Dotazioni tecnologiche dell'abitazione

Base: famiglie con accesso a internet da computer , televisore o console giochi (N=14.758.000)
Valori % e Stime in '000



Stime in '000





SINTESI E ANALISI
DEI RISULTATI

INDIVIDUI 11-74 ANNI



Modalità di accesso a internet



Modalità di accesso a internet degli individui: summary



Accesso a
internet degli
individui

Gli individui italiani tra gli 11 ed i 74 anni che possono accedere a internet da location fisse (da casa, ufficio o da un luogo di studio) o da mobile sono **42,951 milioni**, pari all'**89,8%** della popolazione nella fascia d'età considerata.

Device e
location di
accesso

Analizzando nel dettaglio la disponibilità di accesso a internet dai vari device e dalle singole location esaminati risulta:

- ▶ un'elevata **disponibilità da casa** attraverso computer (35,4 milioni di individui tra gli 11 e i 74 anni, pari al 74% dei casi)
- ▶ l'accesso dal **luogo di lavoro** per il 46,3% degli occupati (**10,5 milioni di individui**)
- ▶ l'accesso da **telefono cellulare/smartphone** per il 78,4% degli individui (**37,5 milioni di individui**)
- ▶ l'accesso da **tablet** confermato dal 32,3% degli individui (**15,4 milioni di individui**).



Gli italiani e l'accesso a internet

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) – Valori % e Stime in '000

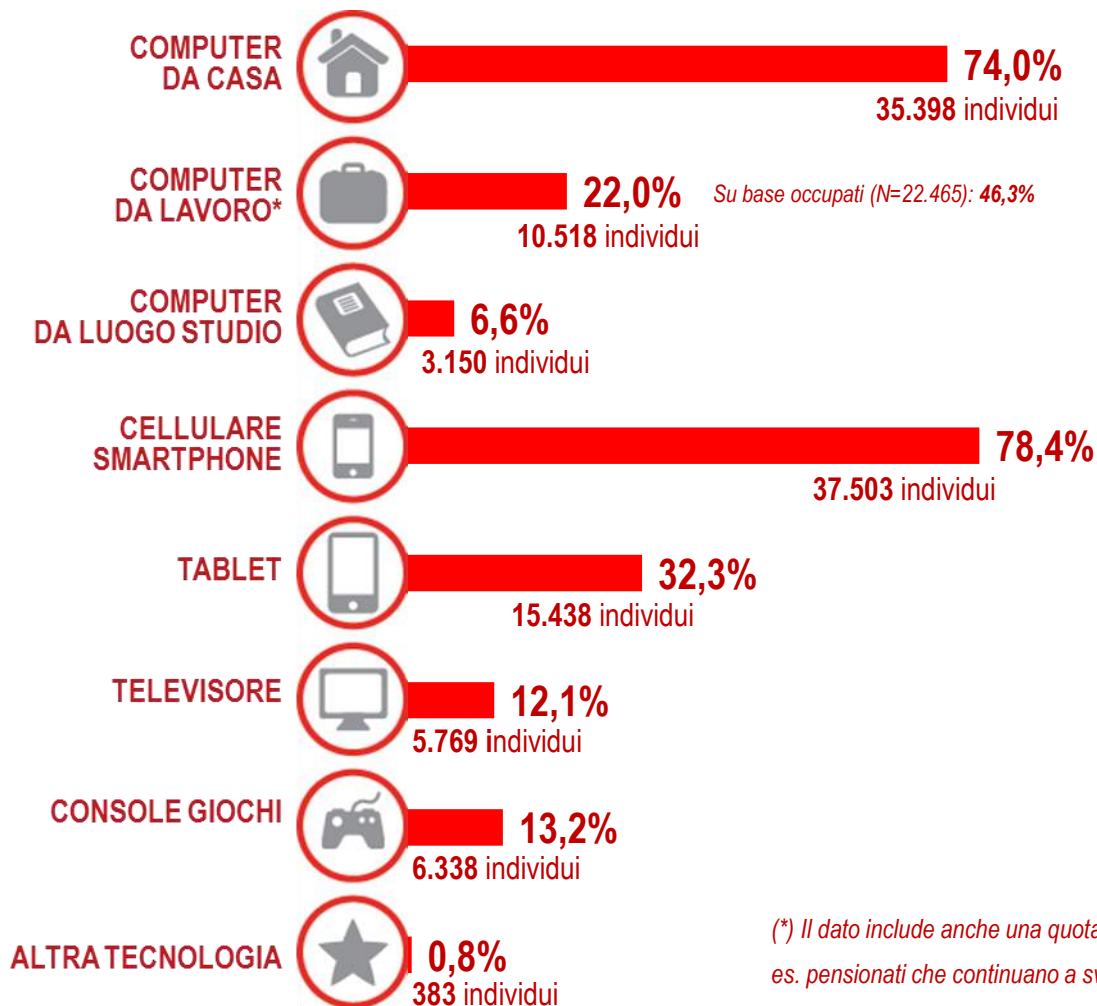
HANNO LA POSSIBILITA' DI ACCEDERE A INTERNET DA ALMENO UN DEVICE/LOCATION:

43 MILIONI

DA QUALSIASI LUOGO E STRUMENTO

l' 89,8%

DEGLI INDIVIDUI TRA GLI 11 E I 74 ANNI



Su base occupati (N=22.465): 46,3%

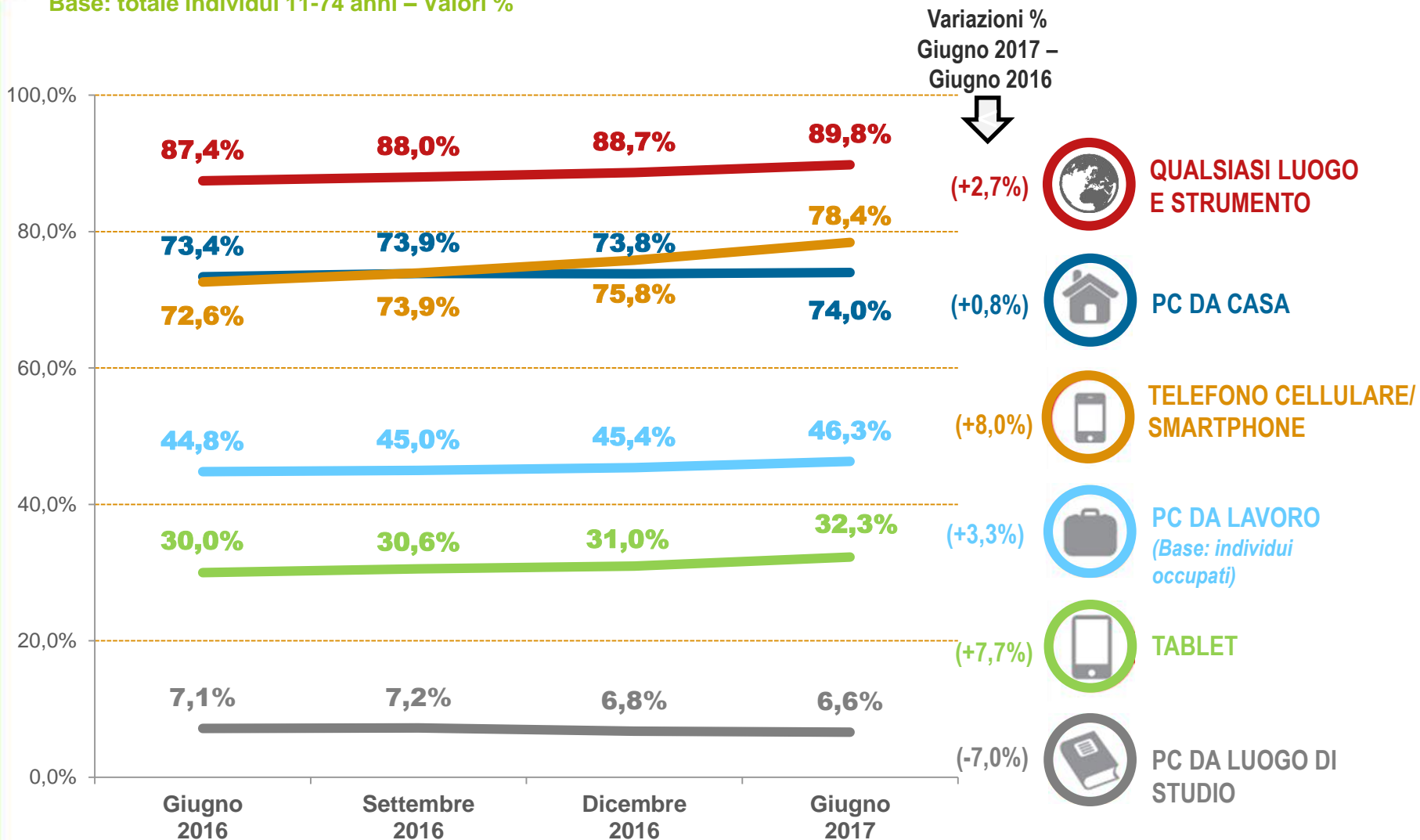
Accesso da computer da CASA E/O LAVORO: 36.578 individui
76,5%
DEL TOTALE

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



Gli italiani e l'accesso a internet: analisi di trend

Base: totale individui 11-74 anni – Valori %



Tra parentesi l'incremento percentuale rispetto a Giugno 2016.

I dati di ciascun periodo si riferiscono al cumulato degli ultimi 4 cicli. Ad esempio i dati relativi a Dicembre 2016 si riferiscono ai cicli 1, 2, 3, 4 del 2016.



SINTESI E ANALISI
DEI RISULTATI

INDIVIDUI 11-74 ANNI



Caratteristiche socio-demografiche
degli individui con accesso a internet



Profilo degli individui con accesso a internet: summary



Profilo socio-demografico degli individui con possibilità di accedere a internet

Analizzando il profilo socio-demografico degli individui con accesso a internet, a prescindere dalle location e dai device esaminati, il **segmento di popolazione maggiormente esposto** è rappresentato dai **giovani** (quasi la totalità degli individui di età compresa tra gli 11 e 34 anni).

Inoltre, pur presentando tassi di concentrazione molto elevati tra i profili più qualificati in termini di istruzione e condizione professionale, **l'accesso a internet si conferma ampiamente diffuso tra tutti i segmenti di popolazione analizzati.**

Si segnala, in particolare, un tasso di penetrazione che supera il 97% per i **laureati** (99,3%), i diplomati (97,1%), gli occupati in generale (97,4%) e in particolare **i dirigenti, quadri e docenti universitari** (il 100% degli intervistati appartenenti a questi segmenti), gli imprenditori e liberi professionisti (99,8%) e gli impiegati e insegnanti (99,5%).

Per quanto riguarda gli **studenti**, quelli universitari presentano un tasso di penetrazione elevatissimo (il 100% degli studenti universitari intervistati dichiara di avere accesso a internet), mentre gli studenti di scuole medie e superiori presentano un tasso di penetrazione del 98,5%.

Anche coloro che sono in cerca di prima occupazione presentano un elevato tasso di penetrazione dell'accesso a internet, pari al 98,9%.



Profilo degli individui con accesso a internet: summary



Profilo socio-demografico degli individui occupati con possibilità di accedere a internet dal luogo di lavoro

Gli **italiani occupati** che dispongono di un accesso a internet dal **luogo di lavoro** vivono principalmente nelle aree geografiche del Nord e del Centro (in media il 49,6% degli individui occupati, residenti nel Centro-Nord, hanno accesso da lavoro) e si tratta più di donne occupate (50,9%) che di uomini (43,1%).

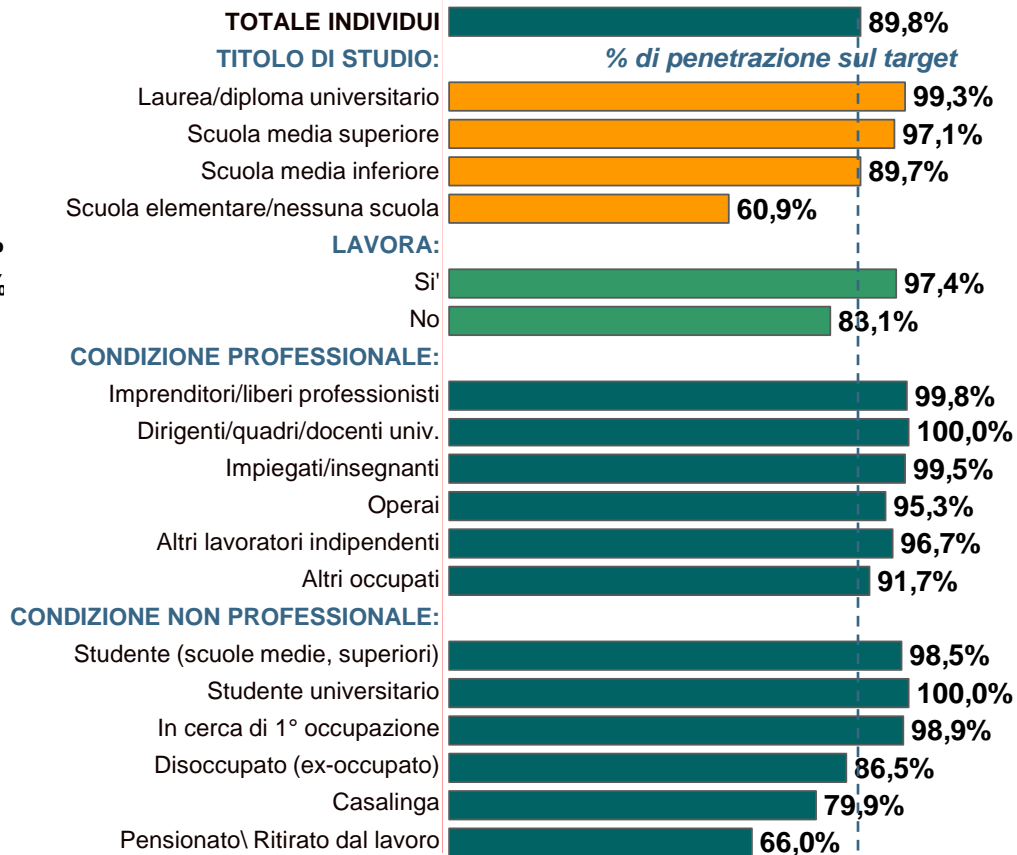
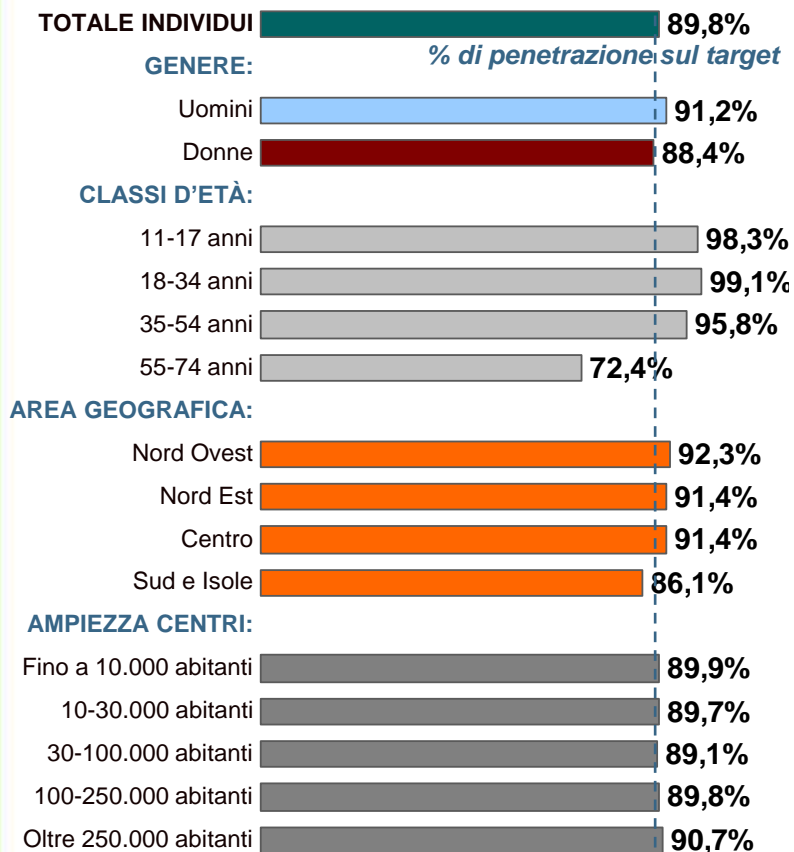
Dall'approfondimento **sul livello di istruzione e sul tipo di occupazione**, emerge la disponibilità di internet dal luogo di lavoro per il 77,4% dei laureati occupati; l'89% dei dirigenti, quadri o docenti universitari; il 73,4% degli imprenditori e liberi professionisti e il 71,5% degli impiegati e insegnanti.



Profilo degli individui con possibilità di accedere a internet da almeno un luogo/device



Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) - Valori %

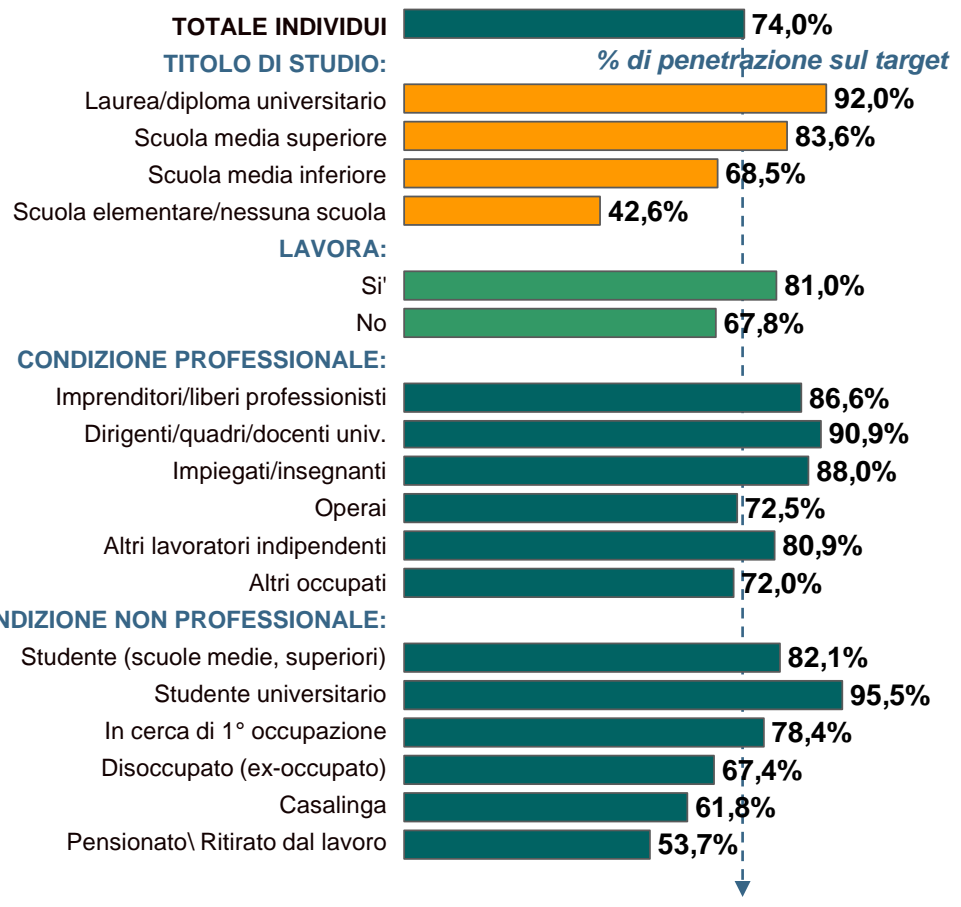
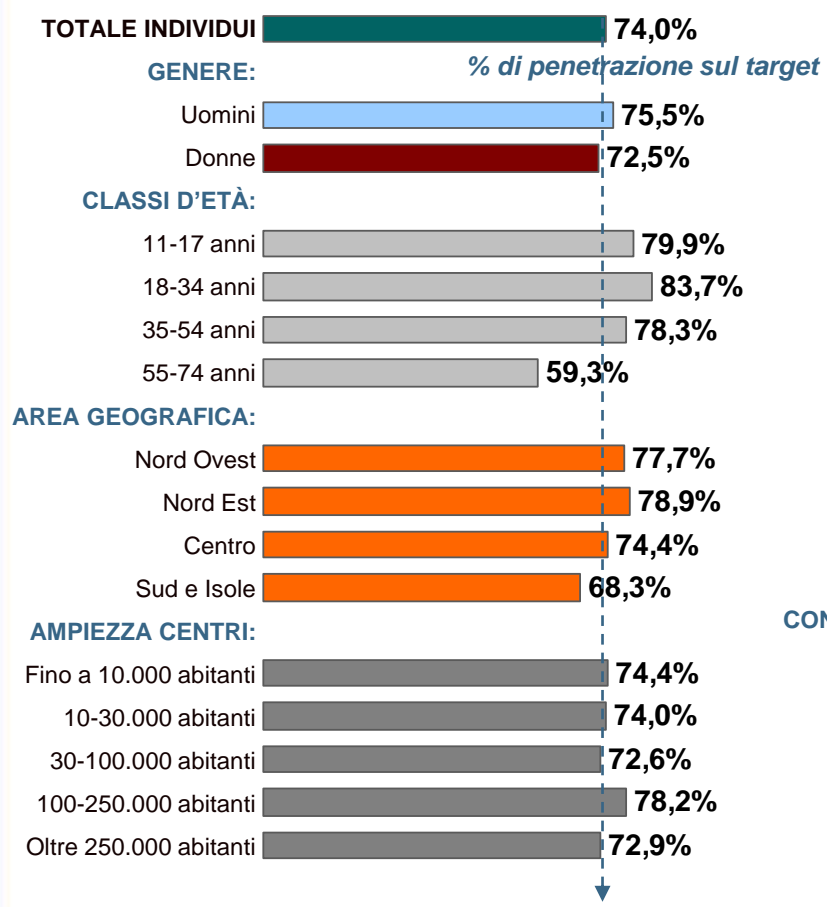




Profilo degli individui con possibilità di accedere a internet da computer da casa



Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) - Valori %

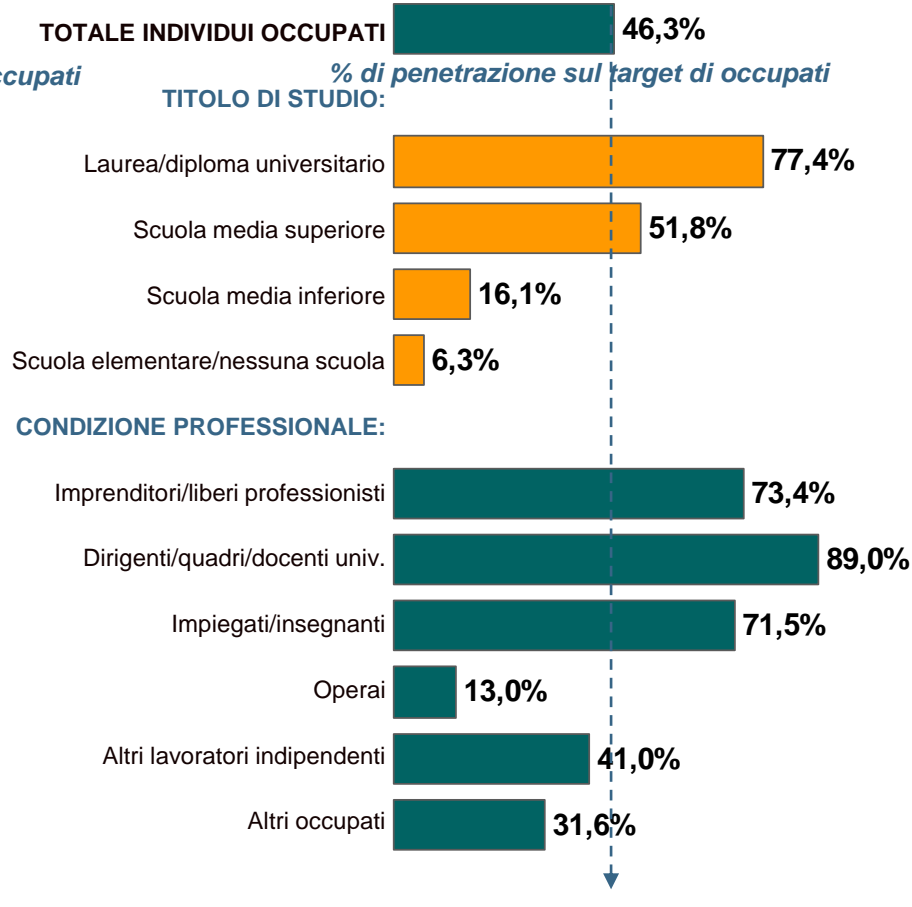
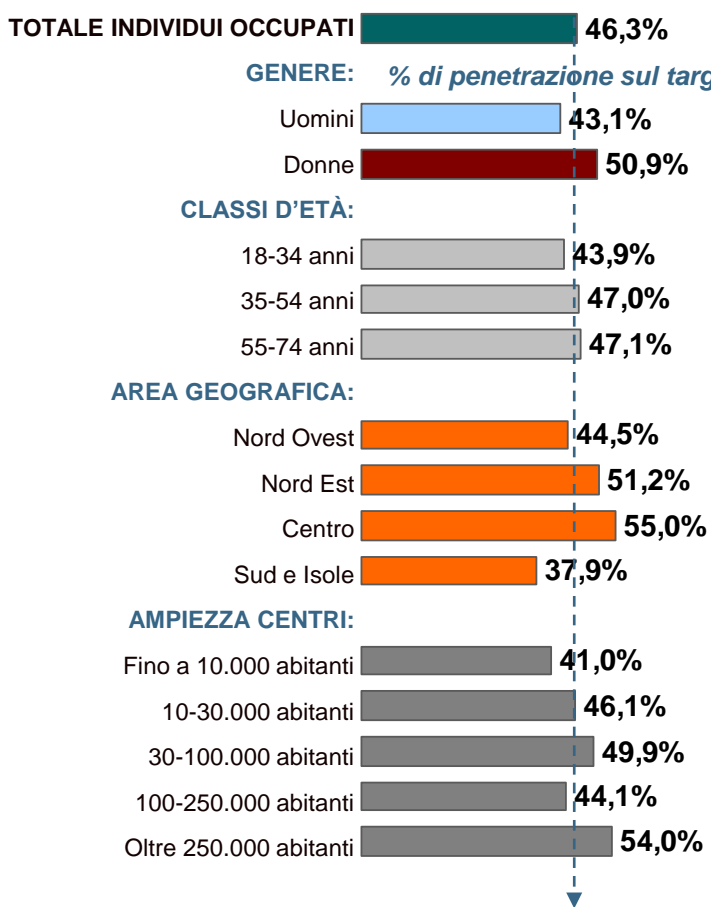




Profilo degli individui con possibilità di accedere a internet da computer dal luogo di lavoro



Base: totale individui occupati (N=22.465.000) - Valori %

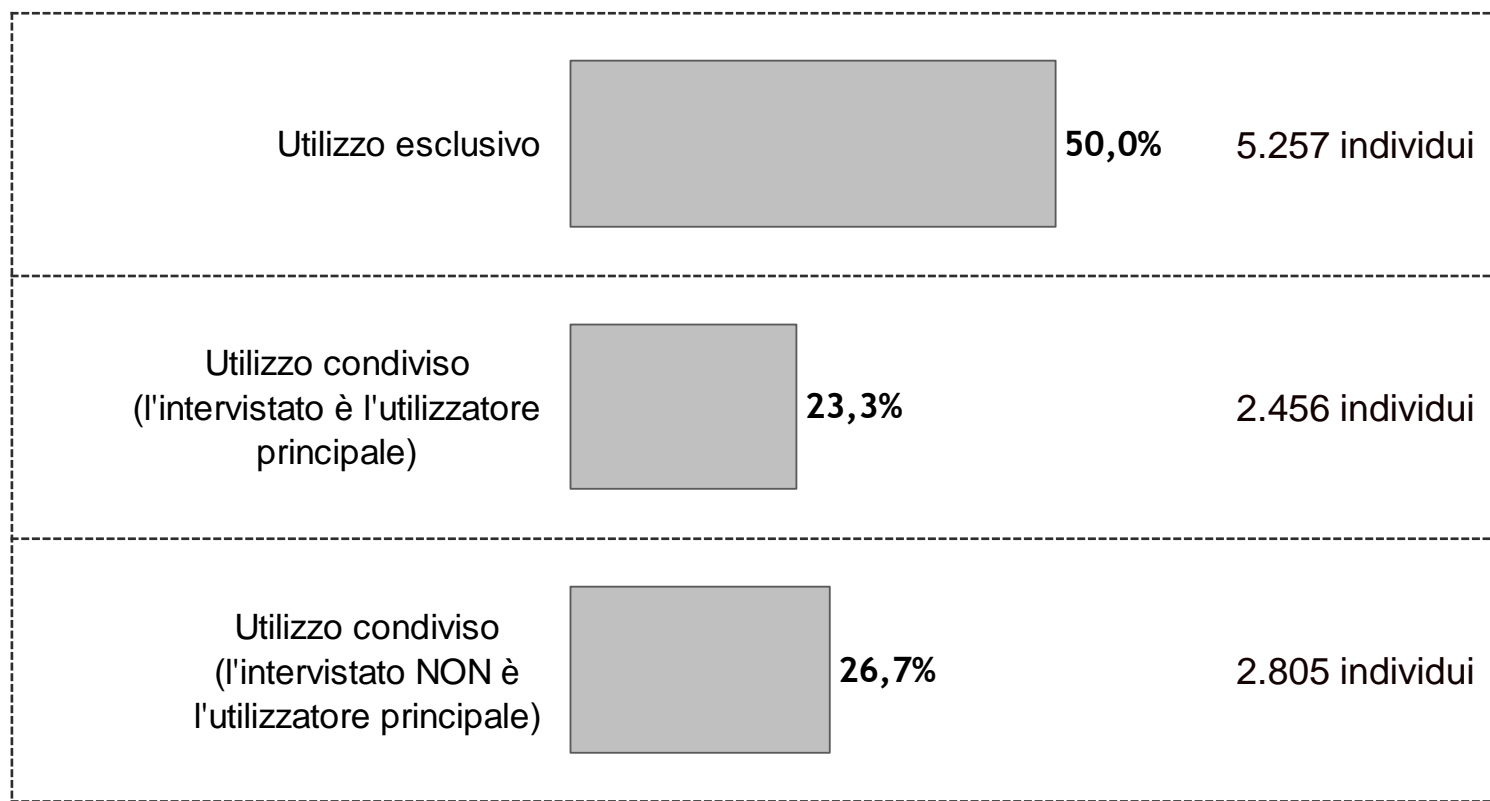


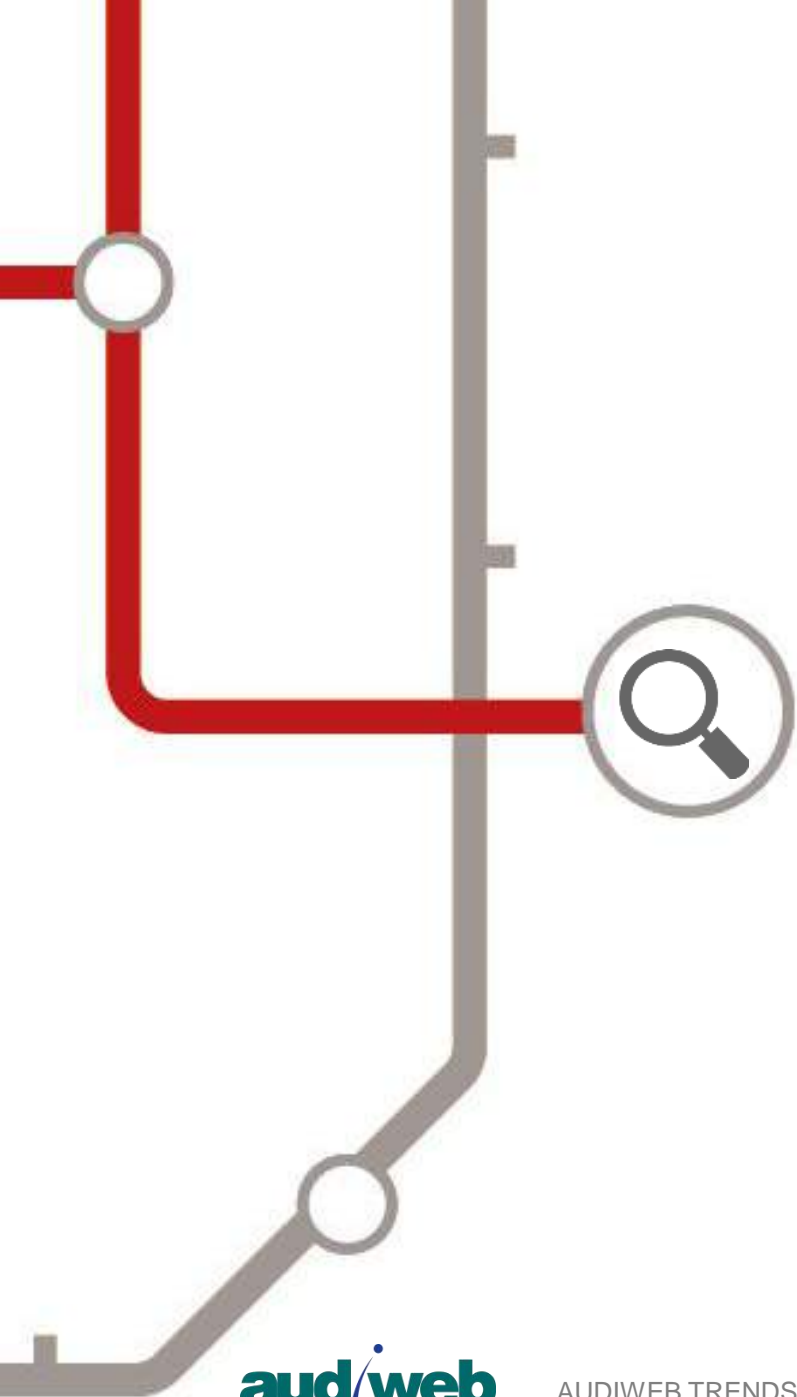


Utilizzo del computer da cui gli individui occupati hanno la possibilità di accedere dal luogo di lavoro

Base: individui che hanno accesso a internet dal luogo di lavoro (N=10.518.000)
Valori % e Stime in '000

Stime in '000





SINTESI E ANALISI DEI RISULTATI:

**Accesso a internet tramite telefono
cellulare e tablet**



SINTESI E ANALISI
DEI RISULTATI

ACCESSO A INTERNET DA CELLULARE/SMARTPHONE E TABLET



Caratteristiche socio-demografiche



Il possesso del telefono cellulare e l'accesso a internet degli individui da cellulare\smartphone: summary

Il possesso del telefono cellulare

Il **96,3% (46,066 milioni)** degli Italiani tra gli 11 e i 74 anni dichiara di possedere un telefono cellulare utilizzato esclusivamente dall'intervistato stesso, ovvero non condiviso con altri familiari.

Accesso a internet da cellulare

Hanno accesso a internet dal proprio cellulare/smartphone **37,503 milioni** di Italiani tra gli 11 e i 74 anni.

Profilo degli individui con accesso a internet da cellulare\smartphone

Analizzando il profilo socio-demografico degli individui con accesso a internet da cellulare\smartphone, i segmenti di popolazione maggiormente esposti sono i **giovani** (in media il 94,2% degli individui di età compresa tra gli 11 e 34 anni) e i residenti del **Centro – Nord**.

I **tassi di concentrazione più elevati si riscontrano tra i profili più qualificati in termini di istruzione e condizione professionale.**

Si segnala, in particolare, un tasso di penetrazione del 91,9% per i **laureati**, dell'88,3% per i **diplomati**, del 95,3% per i **dirigenti, quadri e docenti universitari**, del 93,5% per gli **impiegati e insegnanti** e del 92,1% per gli **imprenditori e liberi professionisti**.

Gli **studenti, universitari e non**, presentano un elevato tasso di penetrazione dell'accesso da telefono cellulare/smartphone (il 96,7% per gli studenti universitari e il 92,2% per gli studenti di scuole medie e superiori).



L'accesso a internet degli individui da tablet: summary

Accesso a
internet da
tablet

Il **32,3%** della popolazione italiana 11-74 anni **dichiara di accedere a internet da tablet**, pari a 15,4 milioni di individui.

Profilo socio-
demografico
degli individui
con possibilità
di accedere a
internet da
tablet

Gli individui con accesso a internet da **tablet** presentano un **profilo socio-demografico decisamente qualificato in termini di istruzione e condizione professionale**. Infatti, a fronte di una penetrazione media del 32,3% sull'intera popolazione dagli 11 ai 74 anni, si registra un tasso concentrazione del 69,8% per i **dirigenti, quadri e docenti universitari**, del 48,1% per gli **imprenditori e liberi professionisti** e del 50,4% per i **laureati**.

Si segnalano, inoltre, elevati tassi di penetrazione nelle fasce di popolazione più **giovani**, in particolare tra gli studenti, di scuole medie/superiori e universitari.



Possesso del telefono cellulare e accesso a internet in mobilità

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000)

46,1 mln

HANNO UN
TELEFONO CELLULARE



Il **96,3%** degli Italiani 11-74 anni dichiara di **possedere un telefono cellulare** utilizzato esclusivamente dall'intervistato e non condiviso con altri familiari

37,5 mln

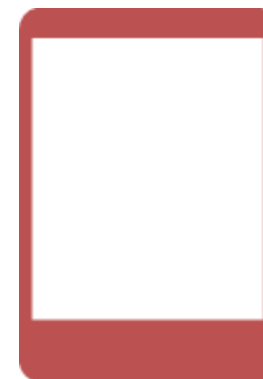
ACCEDONO A INTERNET DA
TELEFONO CELLULARE



Il **78,4%** della popolazione 11-74 anni ha accesso a internet da telefono cellulare

15,4 mln

ACCEDONO A INTERNET
DA TABLET

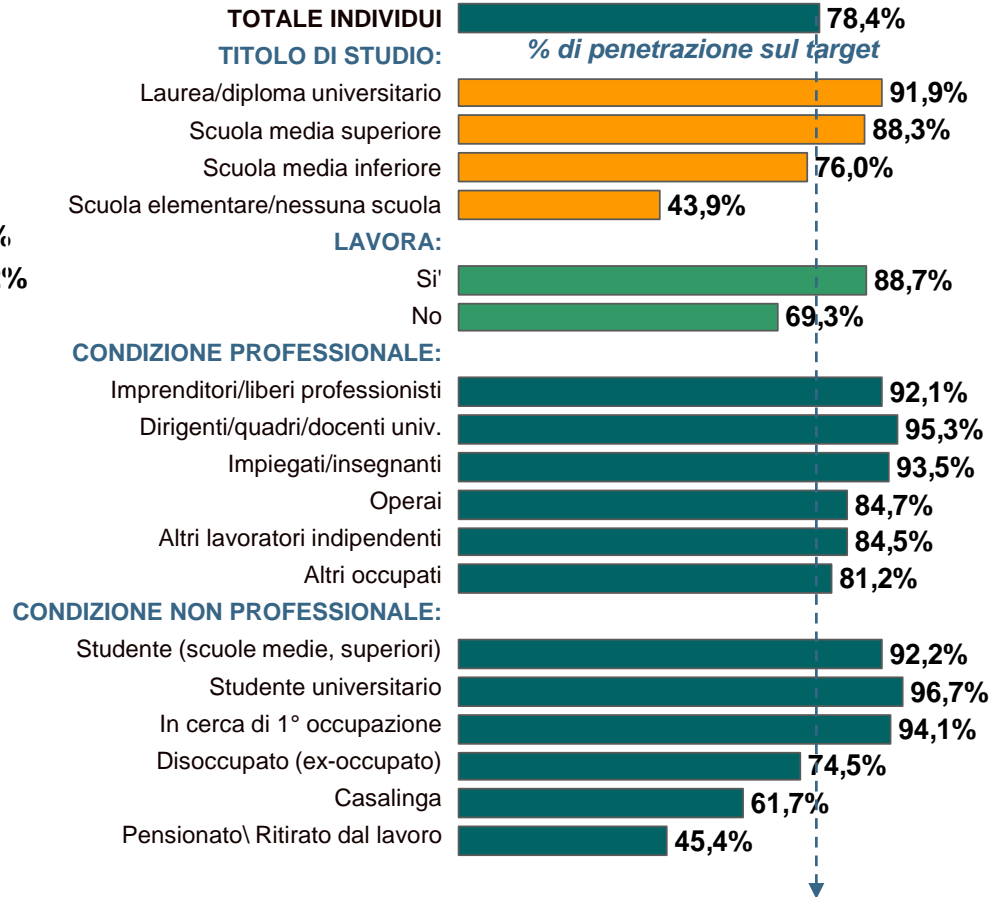
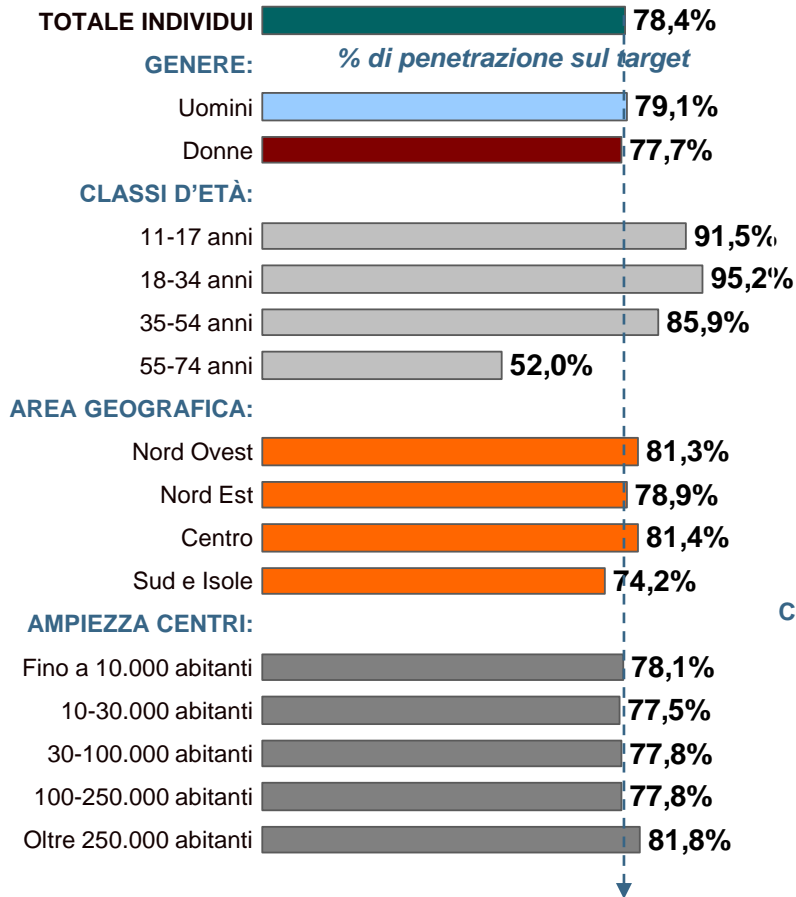


Il **32,3%** della popolazione 11-74 anni dichiara di accedere a internet da tablet



Profilo degli individui con possibilità di accedere a internet da cellulare/smartphone

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) - Valori %

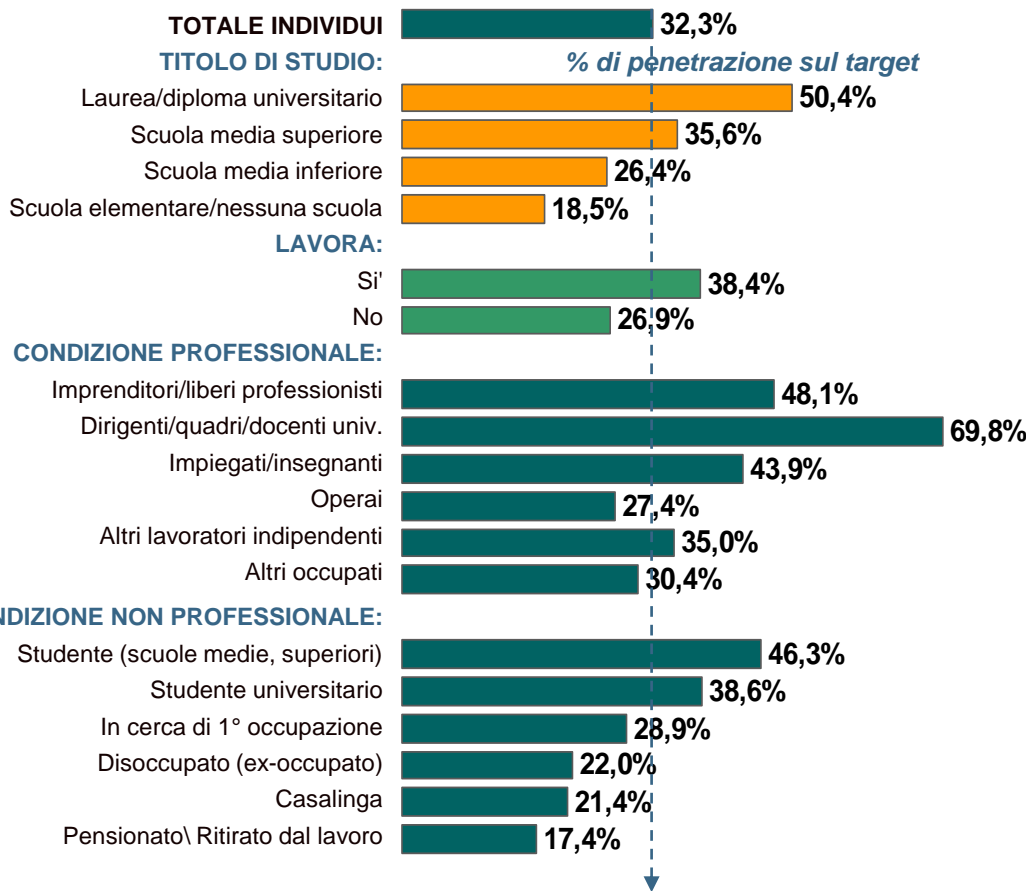
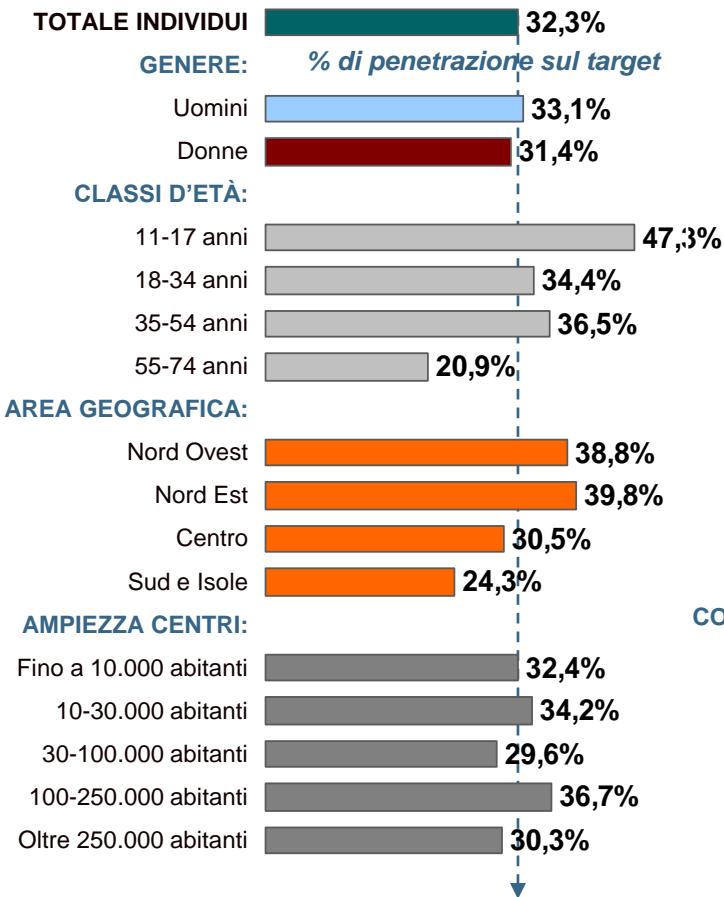




Profilo degli individui con possibilità di accedere a internet da tablet



Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) - Valori %





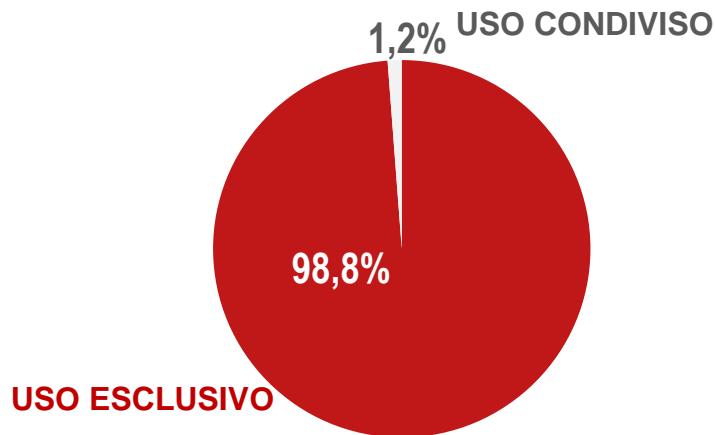
Modalità di utilizzo di smartphone e tablet

Base: individui 11-74 anni con accesso a internet e utilizzatori di ciascun device
Valori % relativi al device principale



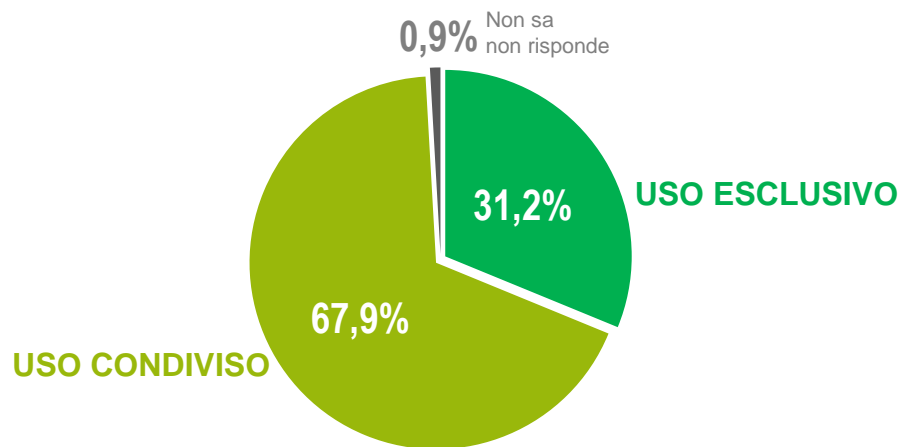
SMARTPHONE

(N=37.503.000)



TABLET

(N=14.787.000)





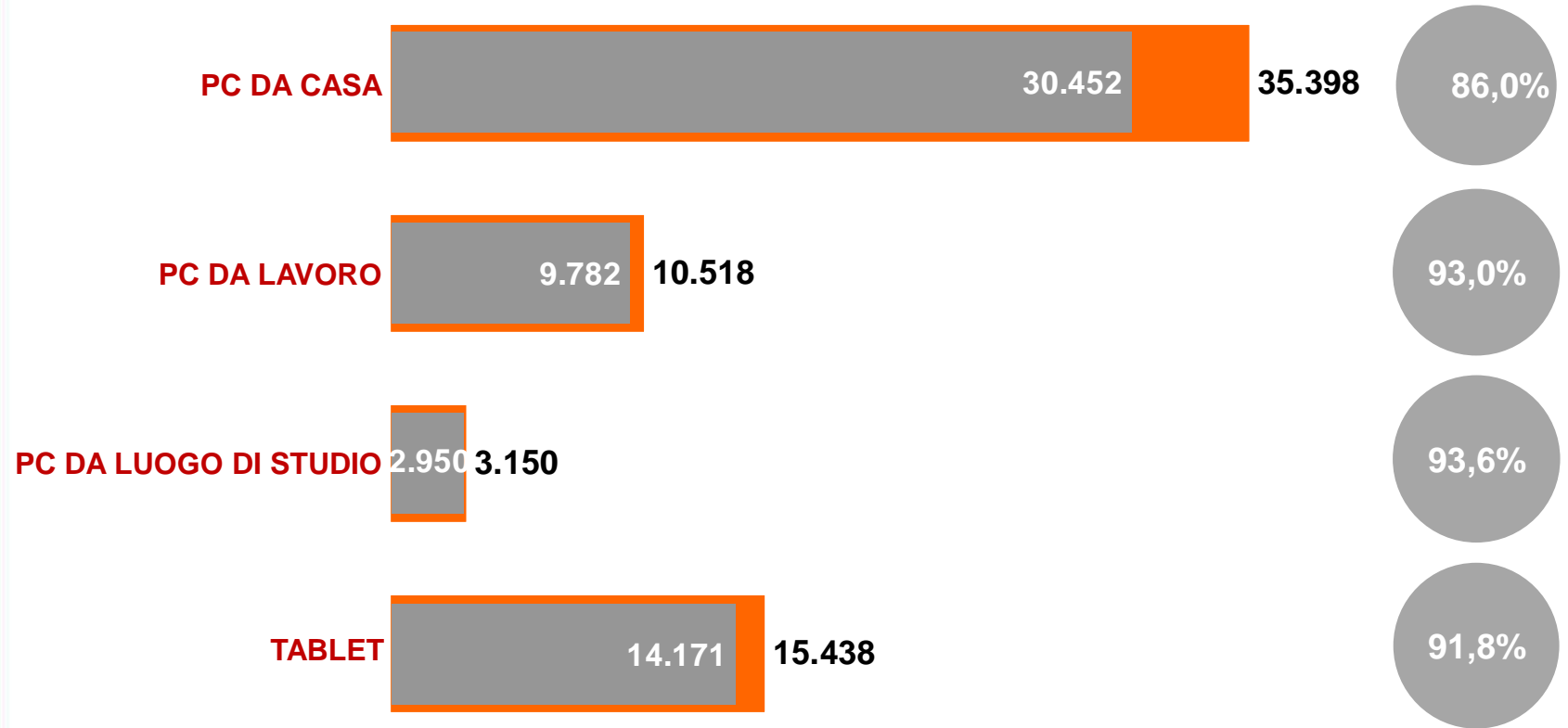
Accesso da smartphone e altri device/luoghi

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) - Valori % e Stime in '000



 totale individui con accesso a internet dai vari luoghi e device
DI CUI:
 individui con accesso a internet anche da cellulare/smartphone
TOTALE: 37.503.000 individui

% di sovrapposizione
 Base: totale individui con accesso a internet da ciascun luogo/device





Accesso da tablet e altri device/luoghi

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.839.000) - Valori % e Stime in '000



■ totale individui che possono accedere a internet dai vari luoghi e device

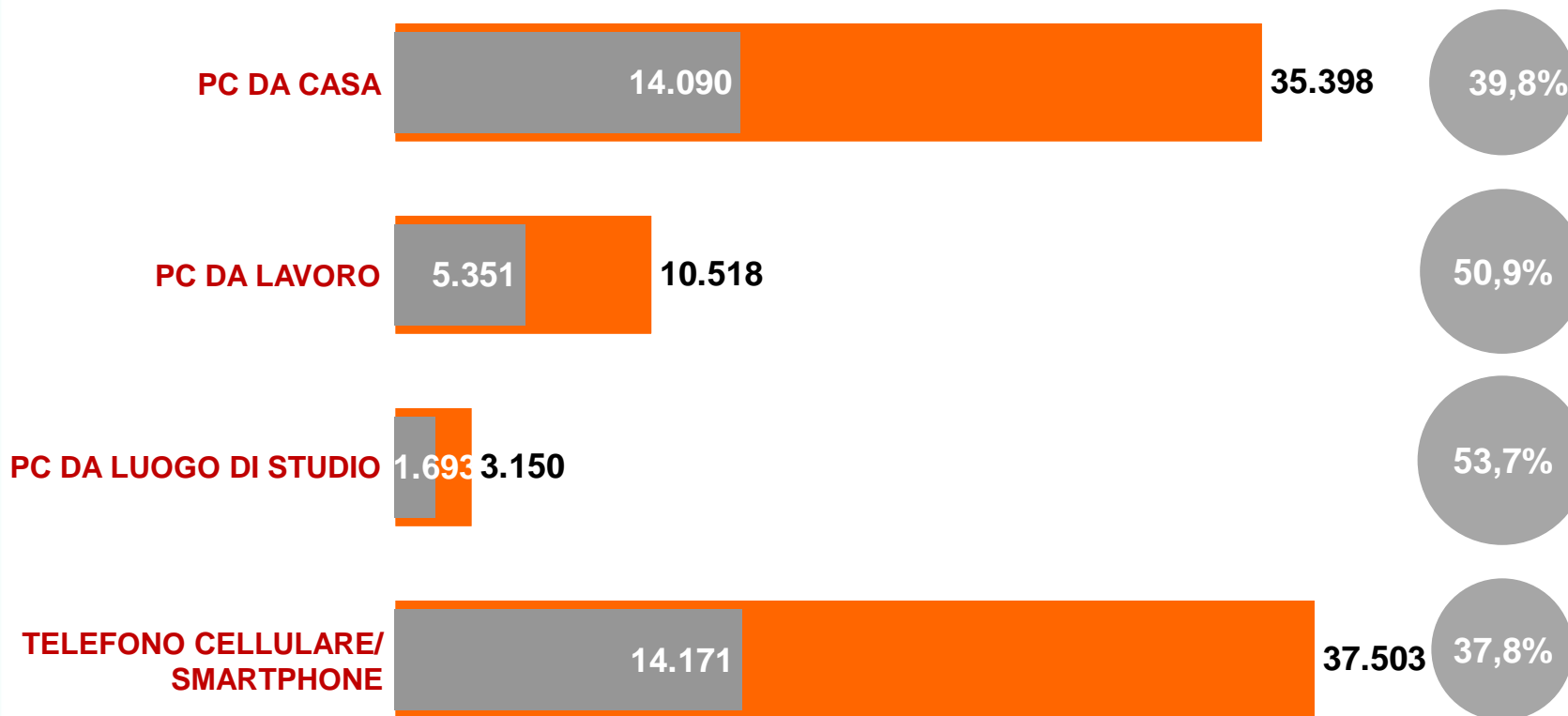
DI CUI:

■ individui che possono accedere a internet anche da tablet

TOTALE: 15.438.000 individui

% di sovrapposizione

Base: totale individui che possono accedere a internet da ciascun luogo/device





SINTESI E ANALISI
DEI RISULTATI

POSSESSORI DI TELEFONO CELLULARE



Modalità di utilizzo del telefono
cellulare personale



Modalità di utilizzo del telefono cellulare da parte degli individui: summary



Spesa mensile

Coloro che hanno accesso a internet da telefono cellulare/smartphone dichiarano di spendere mensilmente più di coloro che possiedono un cellulare ma non necessariamente possono accedere alla rete. Le fasce di spesa mensile **oltre i 15 Euro** sono infatti indicate maggiormente da chi ha accesso a internet da mobile.

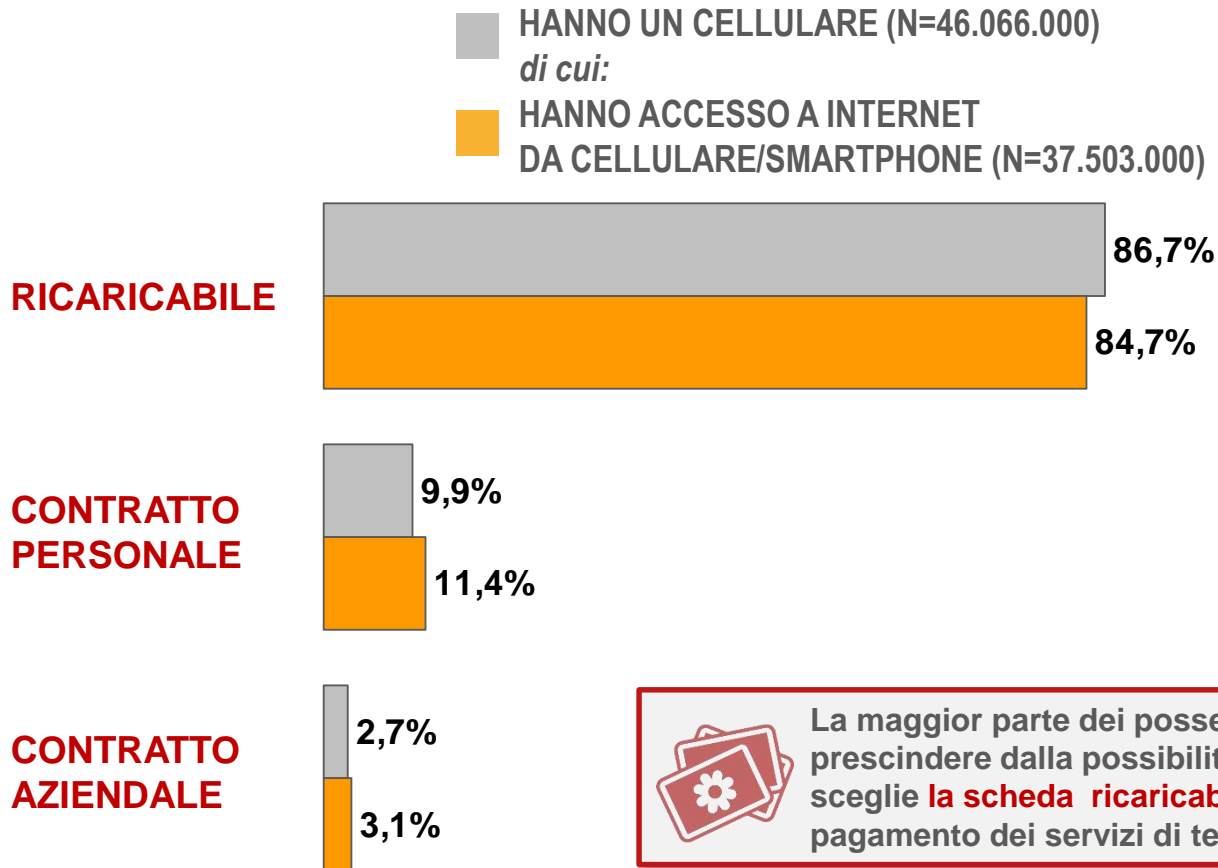
Modalità di pagamento

Tra le **modalità di pagamento** dei servizi di telefonia mobile, la maggior parte dei possessori di cellulare sceglie la **scheda ricaricabile**, a prescindere dalla possibilità o meno di accedere a internet dal device. In ogni caso, coloro che hanno accesso a internet da mobile hanno una maggiore propensione a stipulare un contratto.



Modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile

Base: individui tra gli 11 e i 74 anni - Valori %

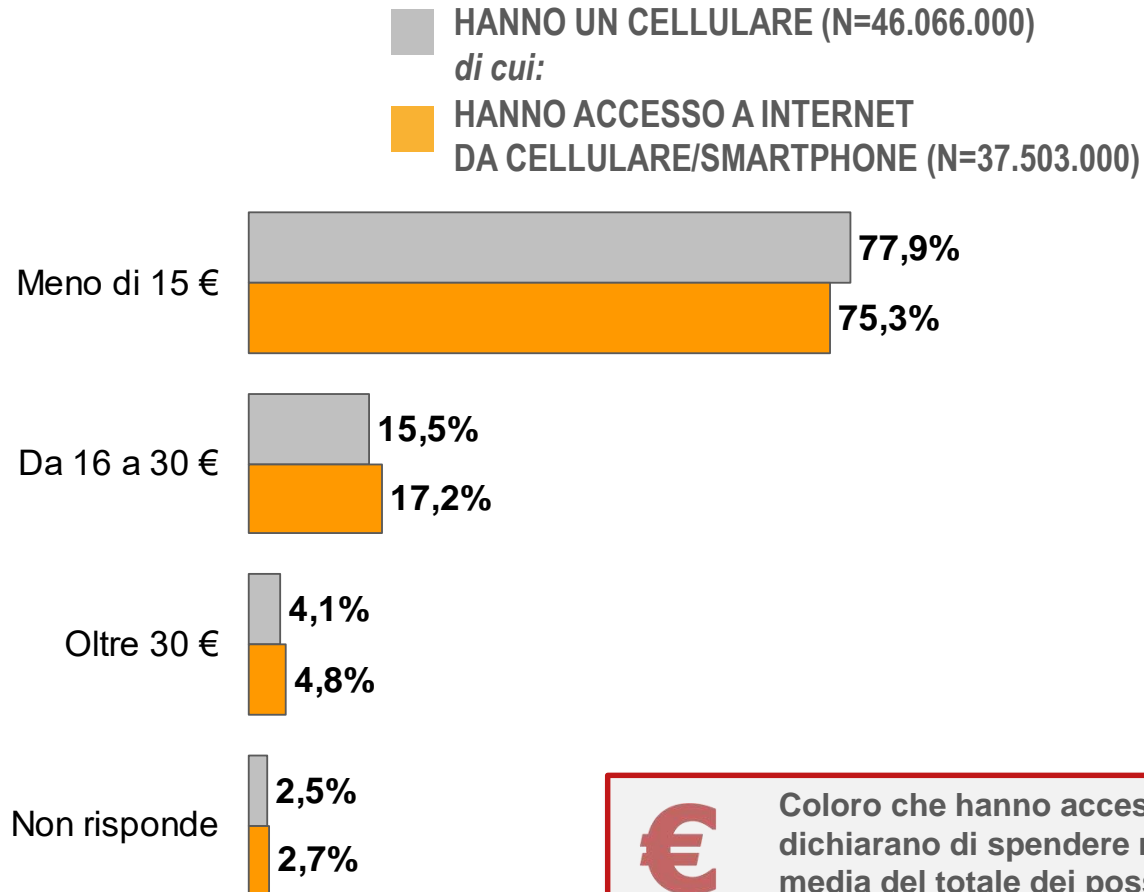


La maggior parte dei possessori di cellulare, a prescindere dalla possibilità di accedere ad internet, sceglie **la scheda ricaricabile** come modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile.

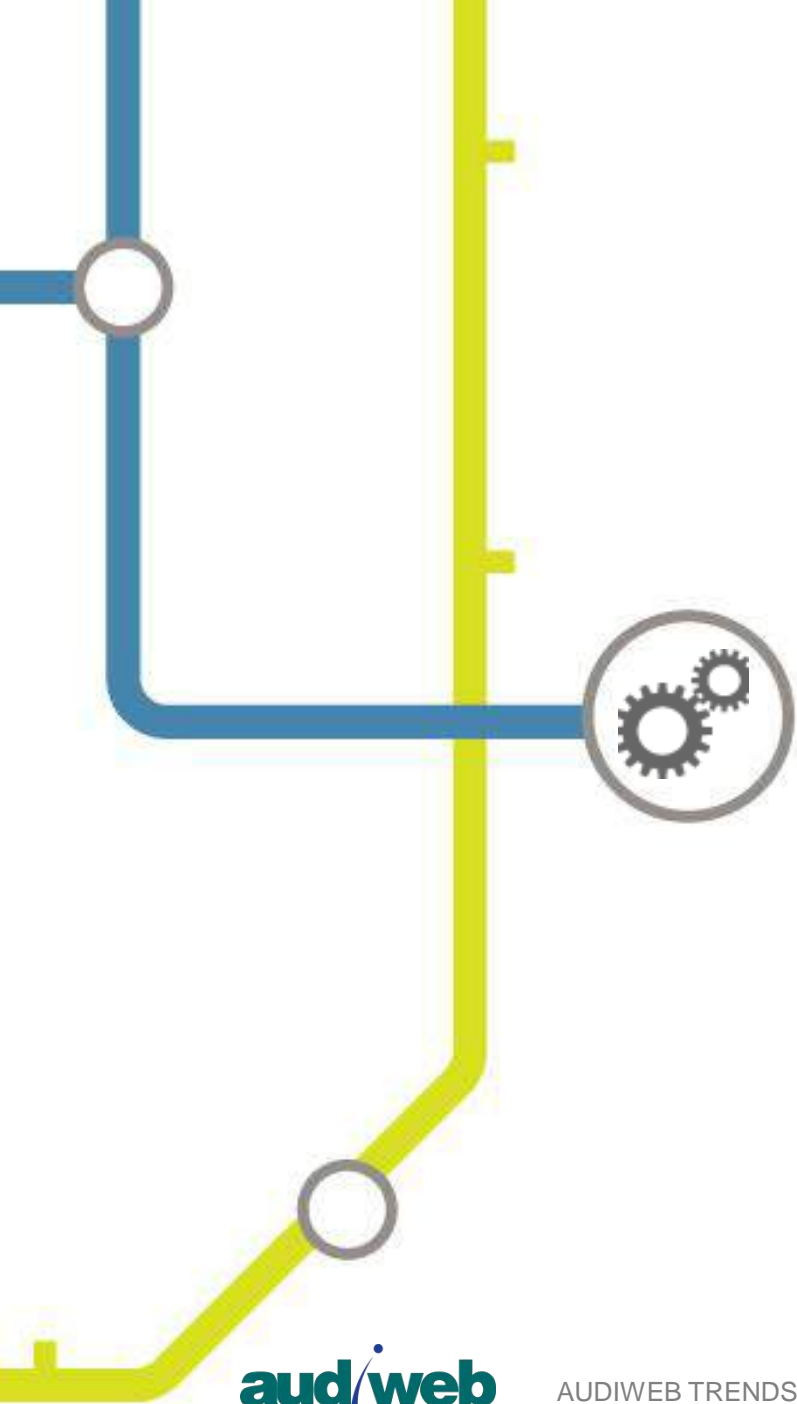


Spesa mensile per i servizi di telefonia mobile

Base: individui tra gli 11 e i 74 anni - Valori %



Coloro che hanno accesso a internet da mobile dichiarano di spendere mensilmente più della media del totale dei possessori di cellulare.



NOTE METODOLOGICHE



Note metodologiche

Obiettivi della Ricerca di Base Audiweb

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

Universo di riferimento e campione

- La collettività a cui si fa riferimento è costituita dalla popolazione italiana adulta, così definita: tutti i cittadini italiani di ambo i sessi, di età compresa fra gli 11 e i 74 anni compiuti che risiedono nell'intero territorio nazionale (pari a 47.839.000 individui – Fonte: ISTAT Popolazione residente al 1° Gennaio 2016).

Nel presente report sono presentati i dati cumulati degli ultimi tre cicli del 2016 e del primo ciclo del 2017, basati su 10.112 interviste complessive. In particolare:

- 2° ciclo 2016: dal 09/05/2016 al 09/06/2016 (2.541 casi)
- 3° ciclo 2016: dal 05/09/2016 al 04/10/2016 (2.554 casi)
- 4° ciclo 2016: dal 07/11/2016 al 15/12/2016 (2.505 casi)
- 1° ciclo 2017: dal 02/05/2017 al 27/05/2017 (2.512 casi)

Metodo di rilevazione

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



Note metodologiche

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

Catalogo di telefoni cellulari

- La somministrazione del catalogo di telefoni cellulari all'interno del questionario di rilevazione è finalizzata a identificare il modello di telefono cellulare posseduto da ciascun intervistato e di conseguenza stimare il numero di possessori di smartphone, definiti come device dotati di un Sistema Operativo.
- Più in dettaglio, il catalogo è costituito da circa 1.000 telefoni cellulari, con foto, marca, modello, sistema operativo e altre caratteristiche tecniche del dispositivo.
- Una volta indicata la marca del proprio telefono cellulare, agli intervistati viene chiesto di riconoscere il proprio modello di telefono a partire dalle immagini dei principali modelli presenti sul mercato, o in alternativa, di indicare esattamente il modello, se noto. L'introduzione del catalogo consente dunque di rilevare una serie di caratteristiche tecniche dei device che non sono necessariamente note all'intervistato stesso.



Note metodologiche

Ponderazione dei dati raccolti

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

Per le stime degli individui tra gli 11 ed i 74 anni (= 47.839.000) è stata utilizzata una ponderazione che tiene conto della distribuzione della popolazione italiana per:

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

Per le stime delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (= 21.773.000) 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 (**)

Il criterio di ponderazione dei dati cumulati prevede che venga attribuito un peso lievemente più alto ai cicli più recenti (a partire dal ciclo più recente: 36% al 1° ciclo, 28% al 2° ciclo, 20% al 3° ciclo, 16% al 4° ciclo ovvero al ciclo meno recente).

(*) Fonte: ISTAT Popolazione residente al 1° Gennaio 2016

(**) Fonte: ISTAT Multiscopo 2015

(***) Fonte: ISTAT Forze Lavoro 2015



Chi è Audiweb

Audiweb è il soggetto realizzatore e distributore dei dati sulla audience online. Il suo obiettivo primario è fornire informazioni oggettive e imparziali al mercato, di carattere quantitativo e qualitativo, sulla fruizione del mezzo Internet e sui sistemi online utilizzando opportuni strumenti di rilevazione.

Audiweb è un Joint Industry Committee intitolato a Enrico Gasperini, che ha rifondato e guidato la società dal 2007 fino alla sua scomparsa.

Il JIC è composto da tutti gli operatori del mercato: Fedoweb, associazione degli editori online; UPA Utenti Pubblicità Associati, che rappresenta le aziende nazionali e multinazionali che investono in pubblicità; e Assap Servizi, l'azienda di servizi di AssoComunicazione, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

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

Per maggiori informazioni visitare il sito www.audiweb.it