



**Mediascope Europe**



## **EIAA Italian Digital Women Report**

**Novembre 2009**

**Lorenzo Montagna, amministratore  
delegato e direttore commerciale,  
Yahoo! Italia**

# Mediascope Europe – l'essenziale

VI anno consecutivo

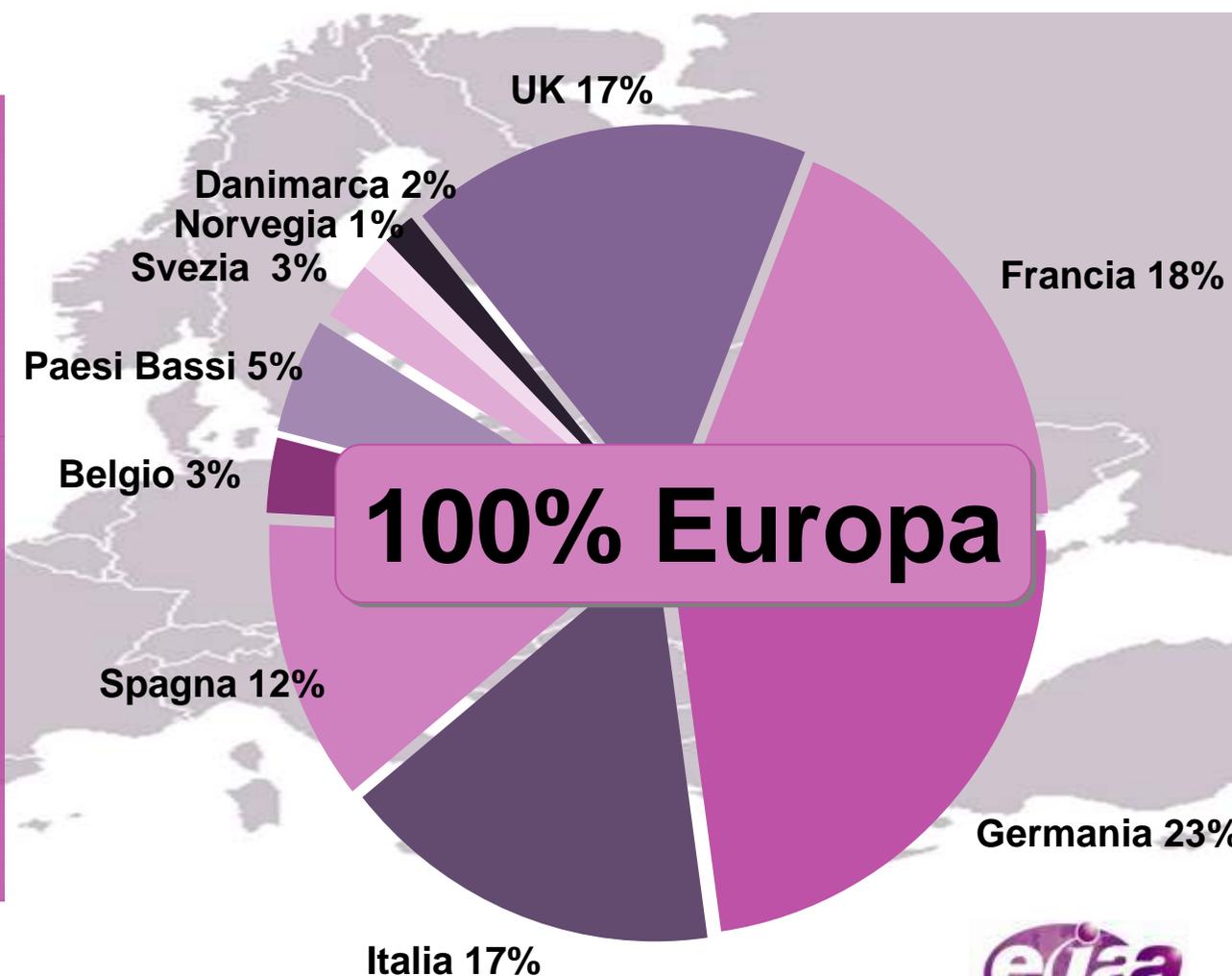
10 Paesi europei coinvolti

9095 persone intervistate

Quotate per:

- età
- sesso
- educazione
- Distribuzione regionale all'interno del proprio Paese

Una fonte capace di misurare tutti i principali media



**Mediascope Europe**  
Media Consumption Study



European Interactive Advertising Association 2

# Agenda

## Le donne italiane si muovono in Rete

- Utilizzo settimanale
- Banda larga e wireless
- Tempo trascorso per ciascun medium
- Frequenza di utilizzo

## Cosa fanno le donne digitali italiane su Internet?

- Siti visitati
- Attività svolte online
- Impatto sul proprio stile di vita

## Crescita dell'e-commerce

- Numero di donne italiane che fanno acquisti online
- Cosa comprano

# Le donne italiane si muovono In Rete...

# Donne italiane online

**25.8m**

**le donne (16 anni +) in Italia**

**8.3m**

**online (32%)**

+28% dal 2006

L'uso di altri media è diminuito

**5.2m**

**hanno la banda larga**

67% delle donne digitali italiane (internaute)

**2.1m**

**sono wireless**

40% di tutte le donne digitali italiane con la banda larga



# Navigare su Internet è un piacere

**20%** delle donne  
italiane oggi online nei  
weekend

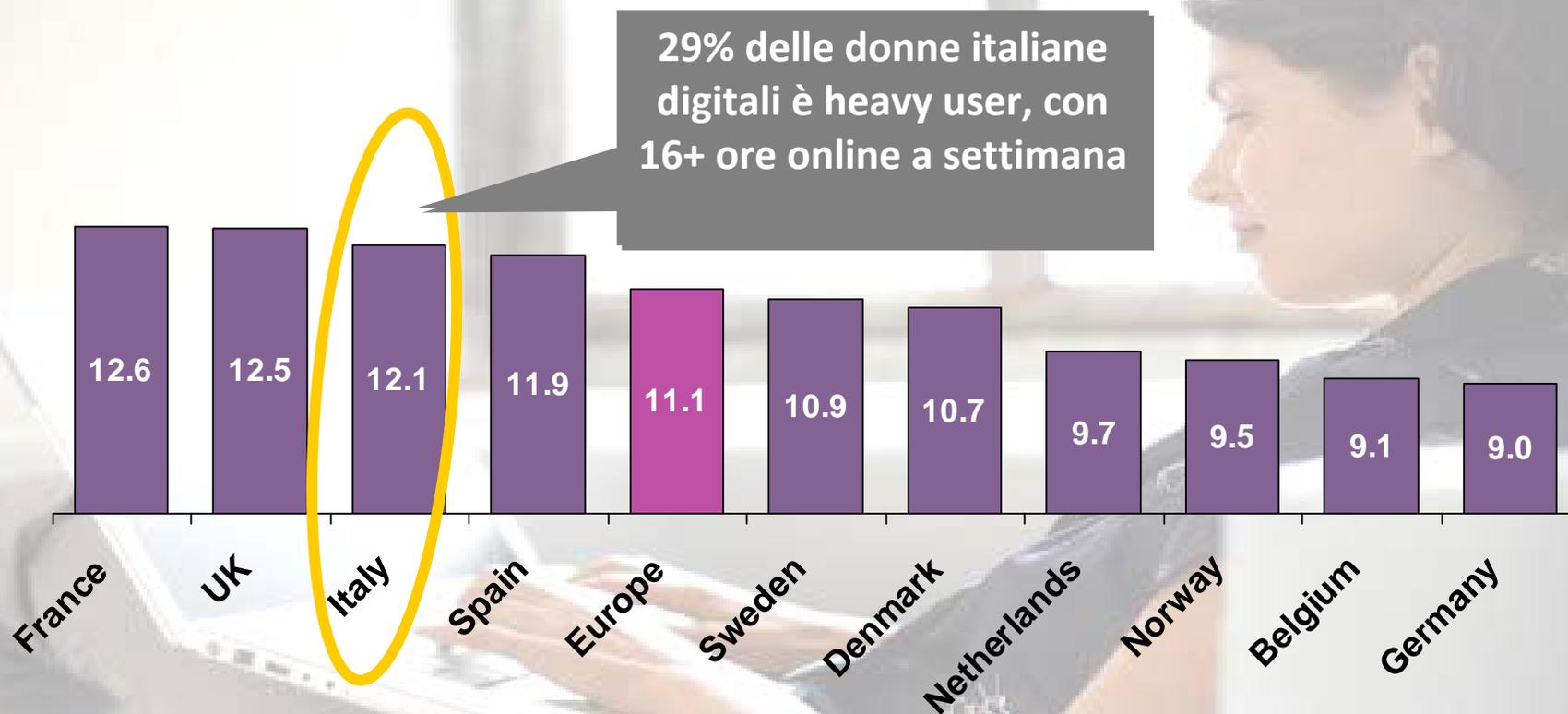
Utilizzo di Internet durante  
i weekend  
**+66%**  
dal 2006



**56%** delle donne  
digitali italiane online la  
sera  
(TV = 62%)

Utilizzo di Internet la sera  
(17.30 – 21)  
**+17%**  
dal 2006

# Le italiane al III posto per tempo trascorso online tra le donne europee intervistate



# Le donne italiane trascorrono sempre più tempo su Internet

**2004**

Media di ore spese online a settimana:

**6.4**

**+89%**

**2008**

Media di ore spese online a settimana:

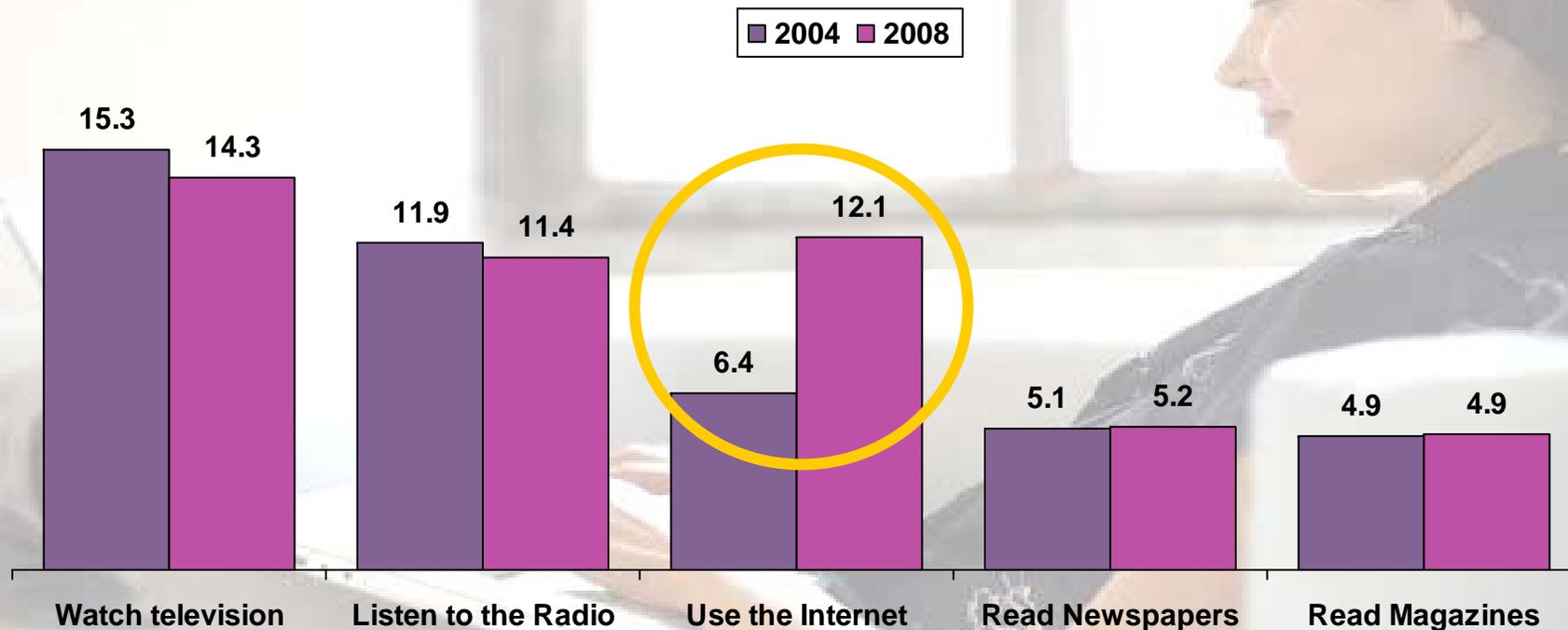
**12.1**



35% delle donne digitali italiane sono online tutti i giorni, +150% dal 2007

Spalmate su **4.9** giorni

# Il tempo speso su altri media diminuisce o resta stabile mentre il tempo online aumenta



# Le 16-34nni italiane trascorrono più tempo online piuttosto che davanti alla TV

Guardano la TV



Quasi 8 su 10 16-34nni italiane sono online ogni settimana

Utilizzano Internet



12.5 ore a settimana

13.7 ore a settimana

Spalmate in 5.7 giorni a settimana

16-34nni italiane spendono il 14% del loro tempo in meno guardando la TV rispetto a tutte le donne digitali italiane

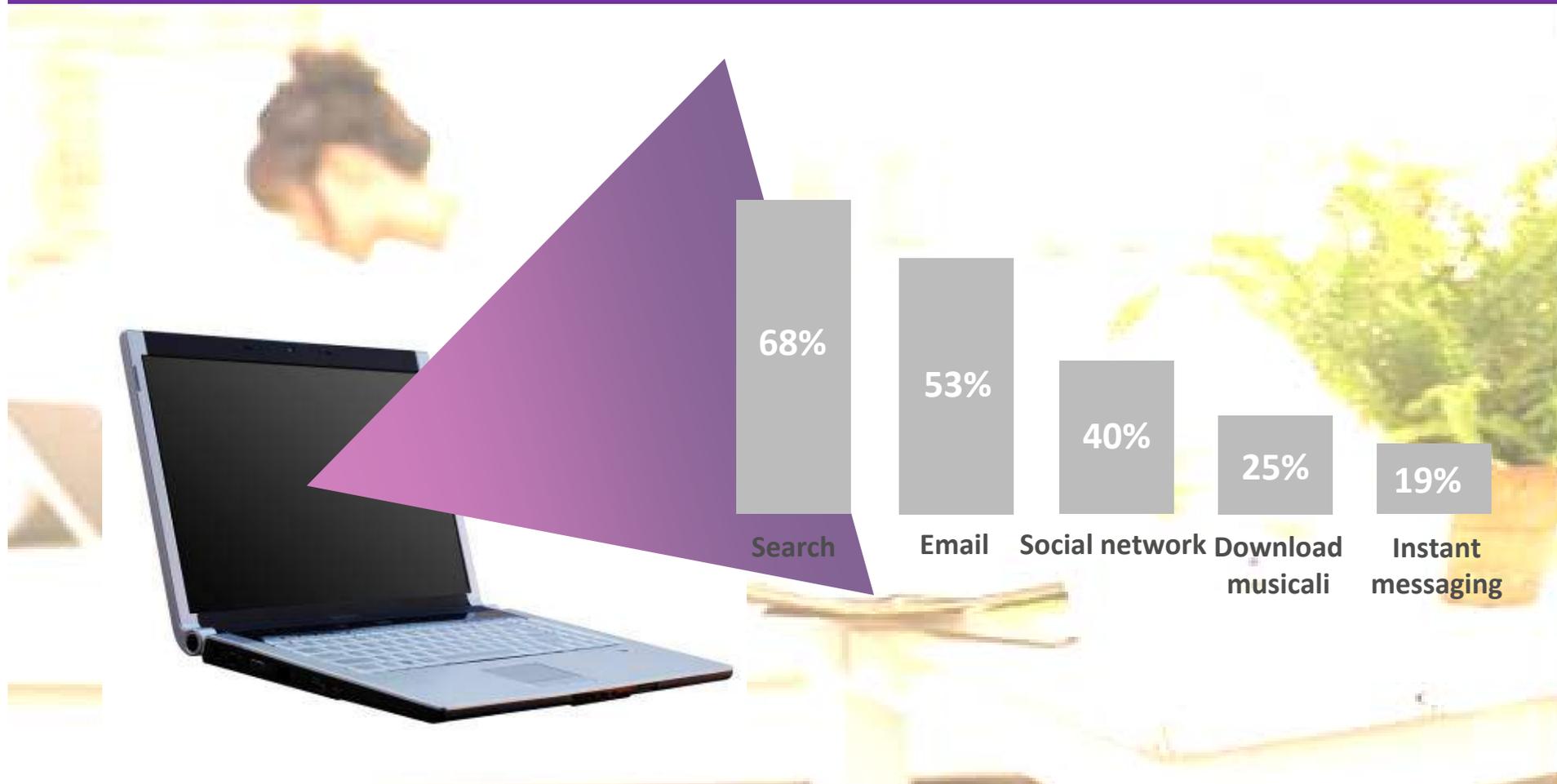
Spalmante in 5.3 giorni a settimana

16-34nni italiane spendono il 13% in più su internet rispetto a tutte le donne digitali italiane

Ci si aspetta che la tendenza sia per una crescita anno su anno ogni anno, come sta avvenendo dal 2004

# Cosa fanno le donne digitali italiane su Internet?

# Le attività web più popolari



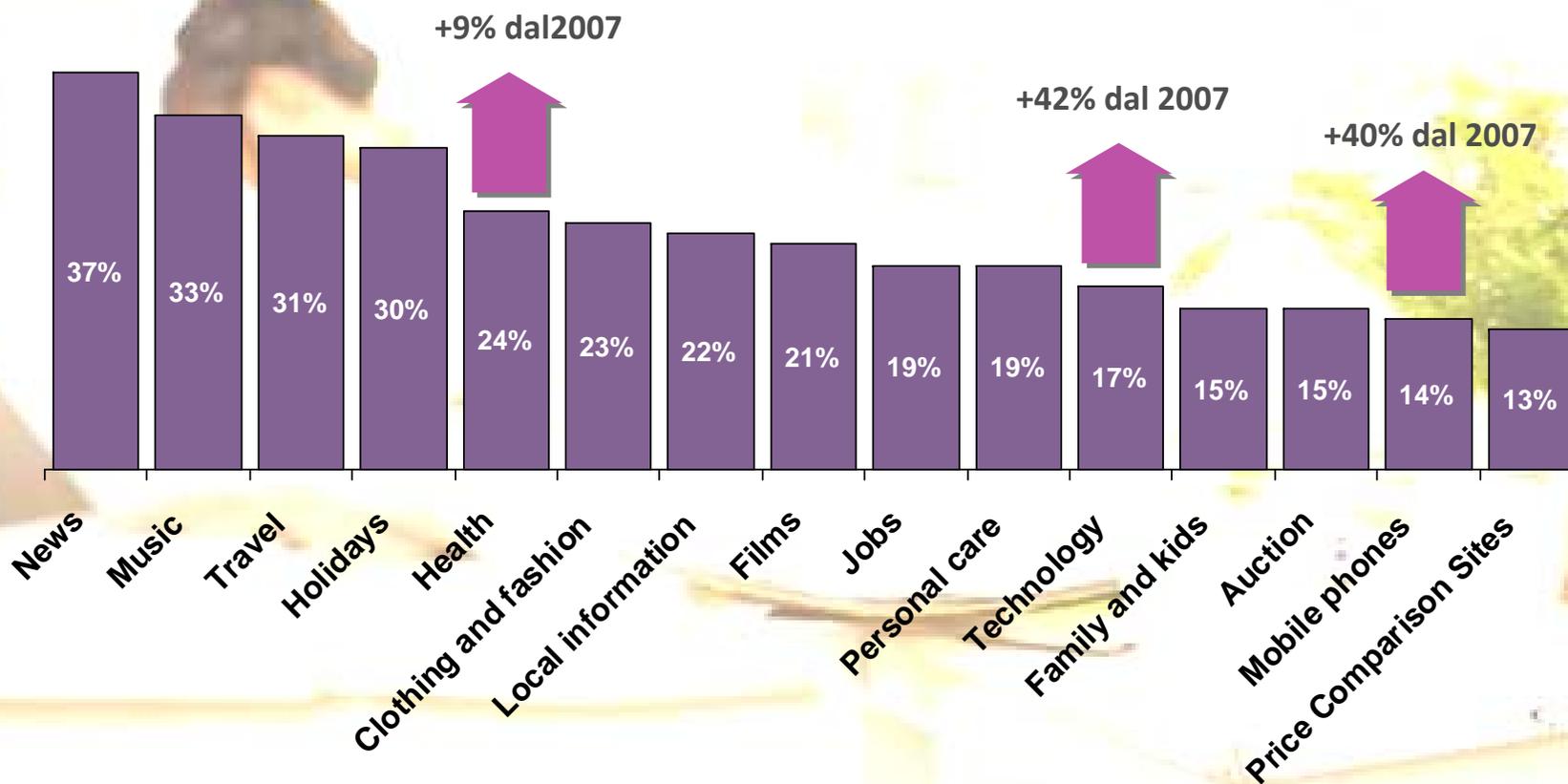
# Le attività web a popolarità crescente tra le donne digitali italiane



72% delle donne digitali italiane non può vivere senza almeno un'attività web



# I siti preferiti dalle donne digitali italiane



# Internet aiuta le donne digitali italiane a gestire la loro quotidianità

Attività che le donne digitali italiane riescono a seguire meglio grazie a Internet



**68%**

Restare in contatto con amici e parenti



**44%**

Accedere a informazioni sulla salute



**43%**

Prenotare viaggi e vacanze



**34%**

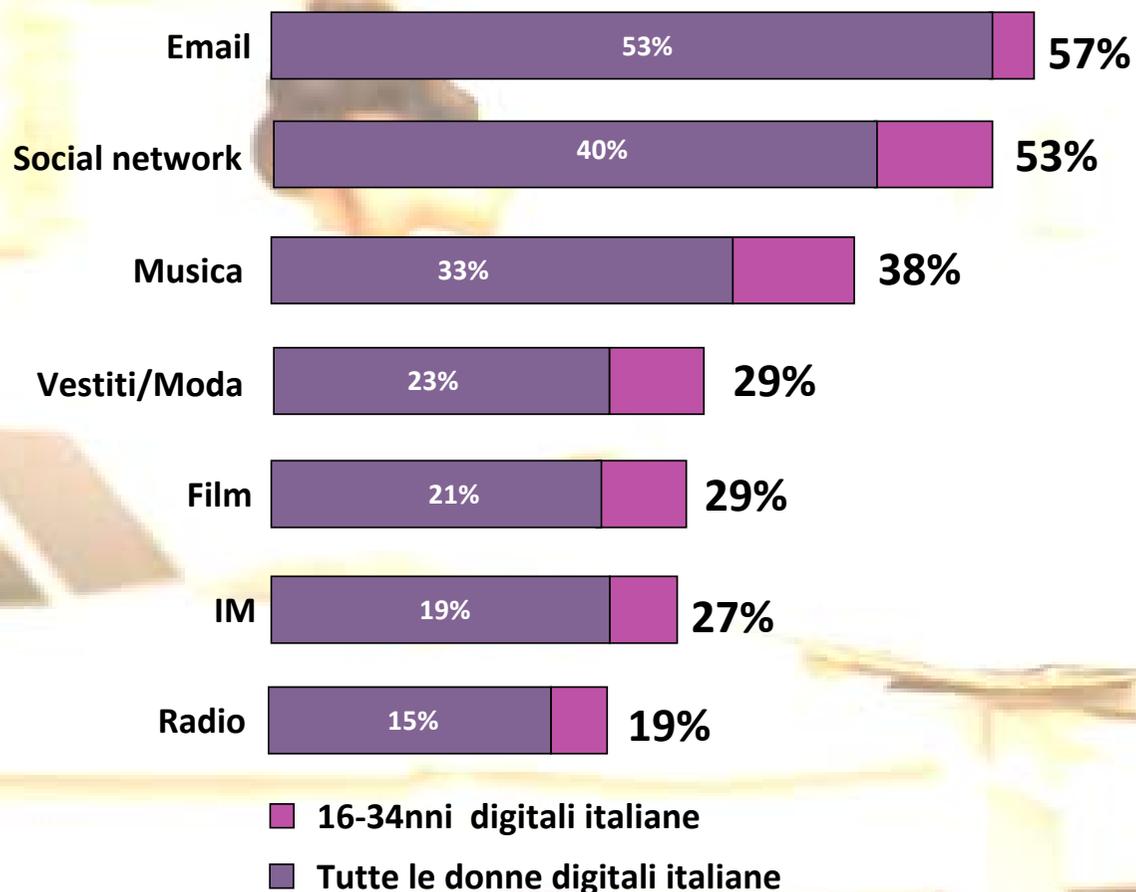
Scegliere prodotti/servizi migliori



**31%**

Aggiornarsi su aspetti ambientali

# 16-34nni digitali italiane sono le più attive online



communication

information

entertainment

manage lifestyle

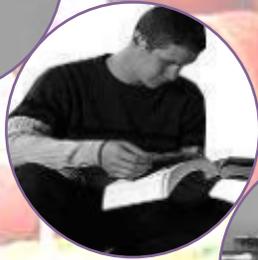
# Crescita dell'e-commerce...

# Online shopping in crescita tra le donne digitali italiane



**Biglietti di viaggio**

Cerca online: 53%, compra online: 29%



**Libri**

Cerca: 40, compra: 20%



**Vacanze**

Cerca: 59%, compra: 17%



**Download musicali**

Cerca: 45%, compra: 16%



**Concerti/teatro/festival**

Cerca: 29%, compra: 16%



**Abiti**

Cerca: 27%, compra: 11%

93% delle donne digitali italiane cercano prodotti/servizi online e 59% compra online, +247% dal 2004

31% delle donne digitali italiane che cercano su internet cambiano opinione sul marchio che stavano per acquistare



Ricapitolando...



**Mediascope Europe**  
Media Consumption Study



European Interactive  
Advertising Association 19

## Per concludere...

**Le donne italiane si muovono in Rete**

**Spendono sempre più tempo online**

**Le donne più giovani guidano le tendenze di utilizzo**

**Internet rende le donne più consapevoli**

**Comprano online & cambiano opinione**





**Mediascope Europe**

**GRAZIE** 😊

**EIAA**

**info@eiaa.net**