

NetObserver® Italia – Autunno 2008

Modello Pubblicitario

Sommario

Presentazione dello studio	P3
Metodologia dello studio	P4
Comportamento nei confronti del marketing diretto e della pubblicità online	P5
Percezione della pubblicità su Internet	P7
Percezione della pubblicità sul sito	P8
Largo consumo	P9
Auto-Moto	P12
Finanza	P15
Viaggi-Turismo	P17
Contatti	

Presentazione dello studio

Periodo di rilevazione dell'inchiesta

Dal 15 settembre al 30 novembre 2008

Numero di rispondenti sito

235 rispondenti

Numero di rispondenti totale NetObserver® - Modello Pubblicitario

15768 rispondenti

Metodologia dello studio

Universo di riferimento

Navigatori nazionali, di età maggiore o uguale a 15 anni, indipendentemente dal luogo di connessione ad Internet: domicilio, lavoro, scuole, università, luoghi pubblici...

Modalità di raccolta dei dati

Inchiesta online sottoposta ai navigatori tramite pop-up, formati pubblicitari (banner, bottoni, skyscraper...) o link editoriali sui siti e/o tramite newsletter dei siti partner

Metodologia di profilazione dei visitatori

Metodologia « in situ »: profilo dei visitatori stabilito sulla base dei navigatori “catturati” direttamente ed esclusivamente sui siti partecipanti all’inchiesta

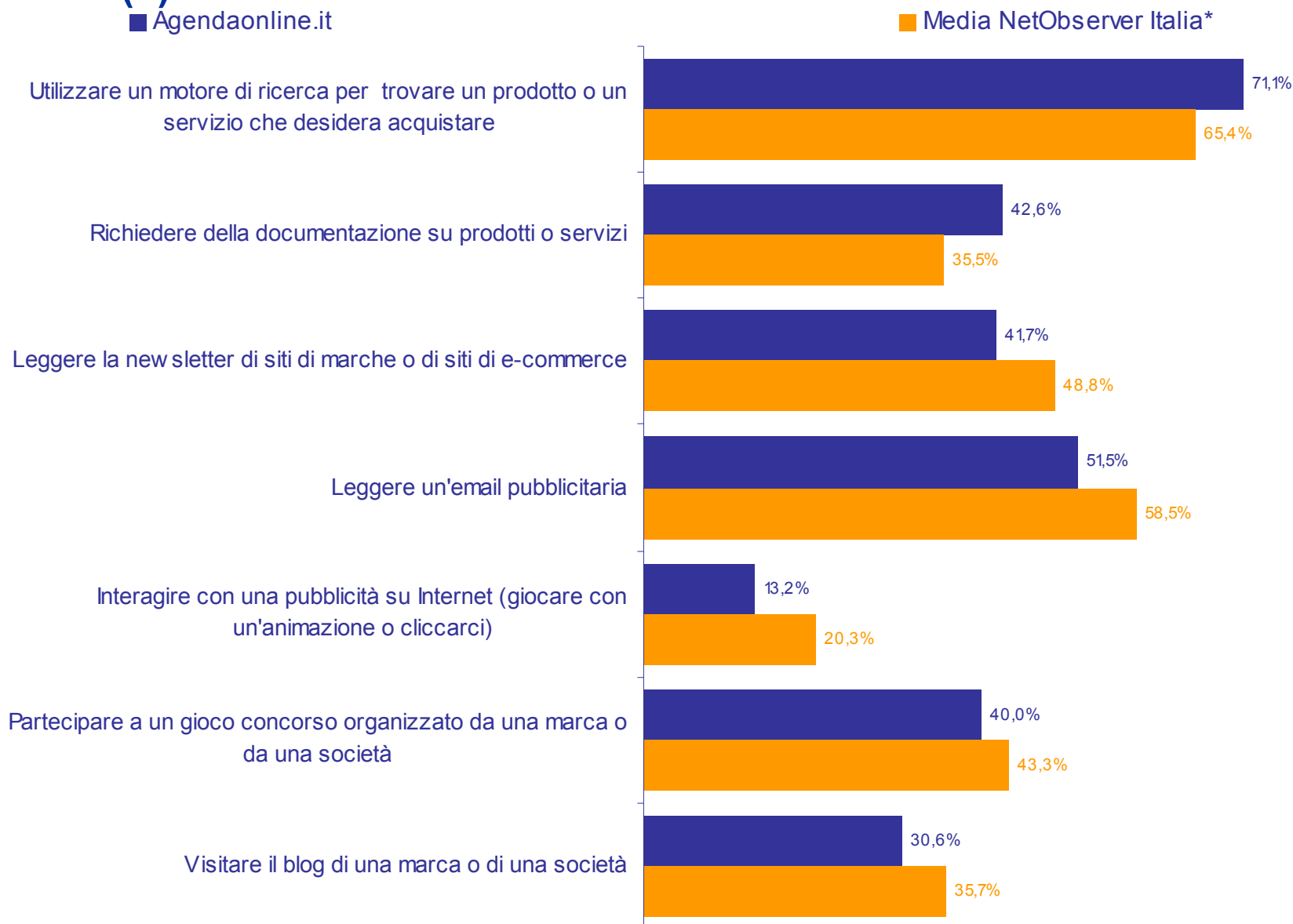
Trattamento dei risultati

- Eliminazione dei questionari doppi e incompleti
- Test di coerenza: eliminazione dei questionari “insensati” o compilati troppo velocemente
- Ponderazione dei risultati dell’indagine online attraverso uno studio di enumerazione sui criteri socio-demografici e sull’uso di Internet. In particolare, sui criteri: sesso, età, professione, modalità di connessione da casa, acquisti su Internet.

Questa ponderazione permette di garantire la rappresentatività nazionale dei risultati della media NetObserver®

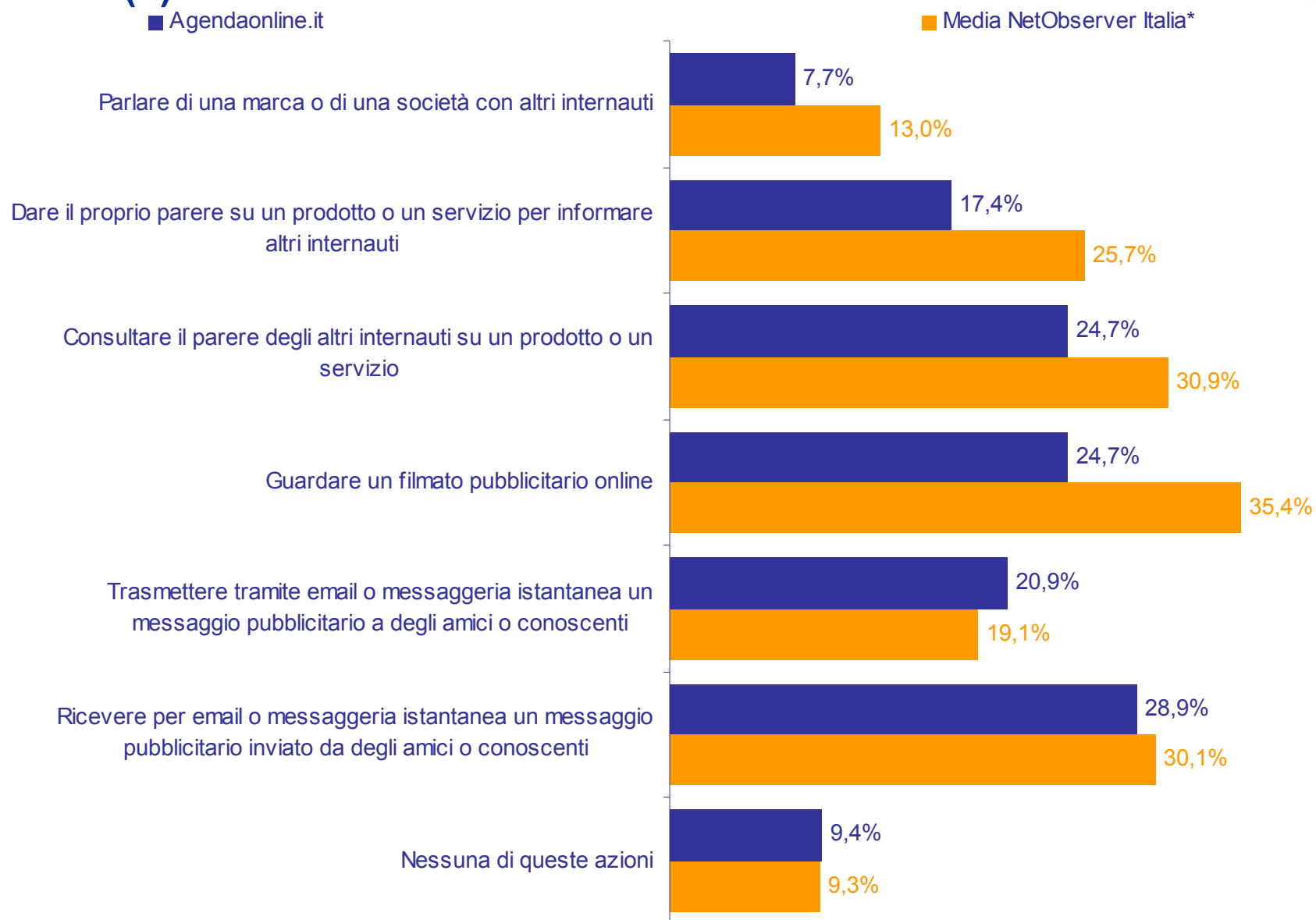
Comportamento nei confronti del marketing diretto e della pubblicità online: Operazioni effettuate su Internet nel corso degli ultimi 6 mesi (1)

Online Advertising



Comportamento nei confronti del marketing diretto e della pubblicità online: Operazioni effettuate su Internet nel corso degli ultimi 6 mesi (2)

Online Advertising

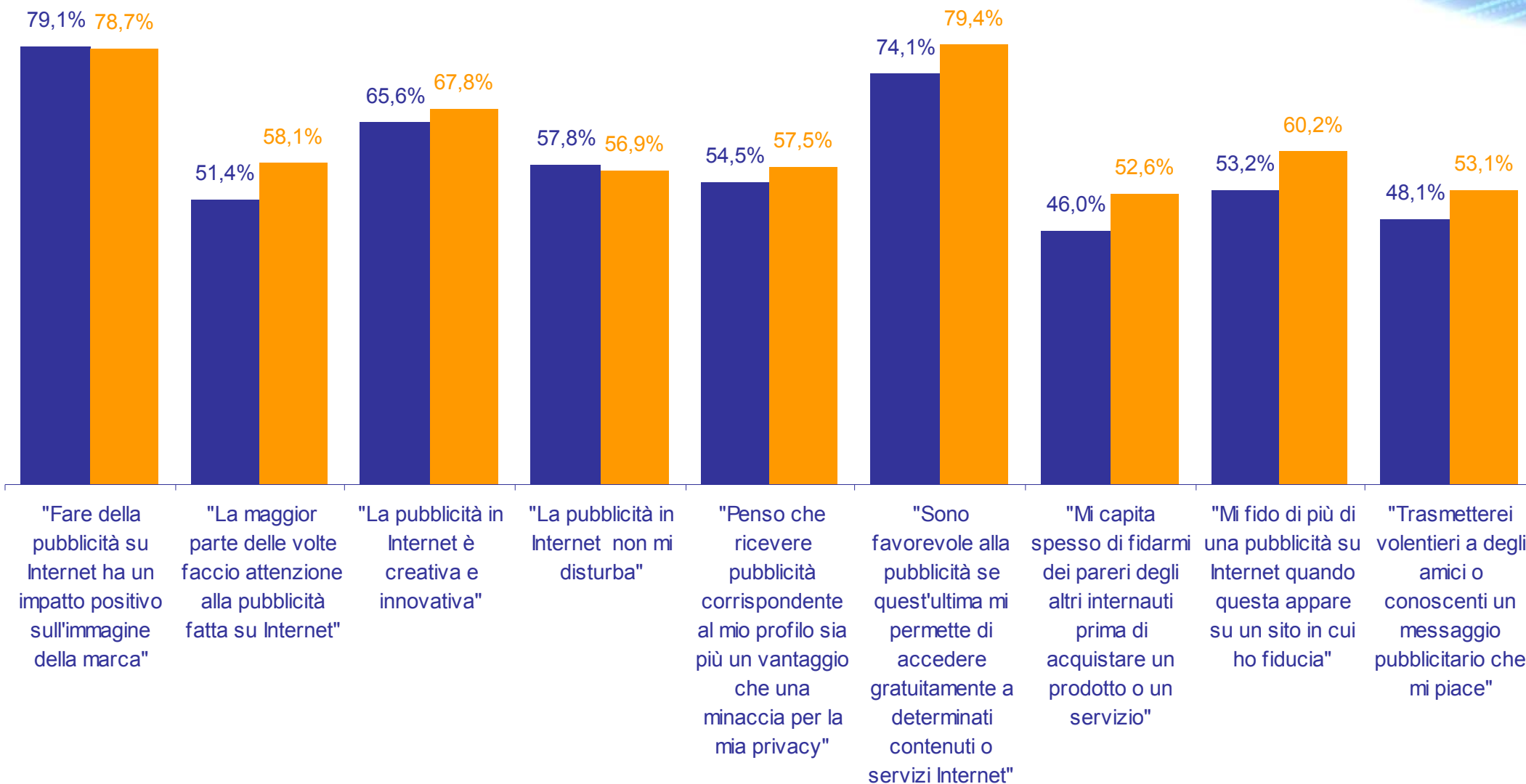


Percezione della pubblicità su Internet: Totale in accordo

Online Advertising

■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*

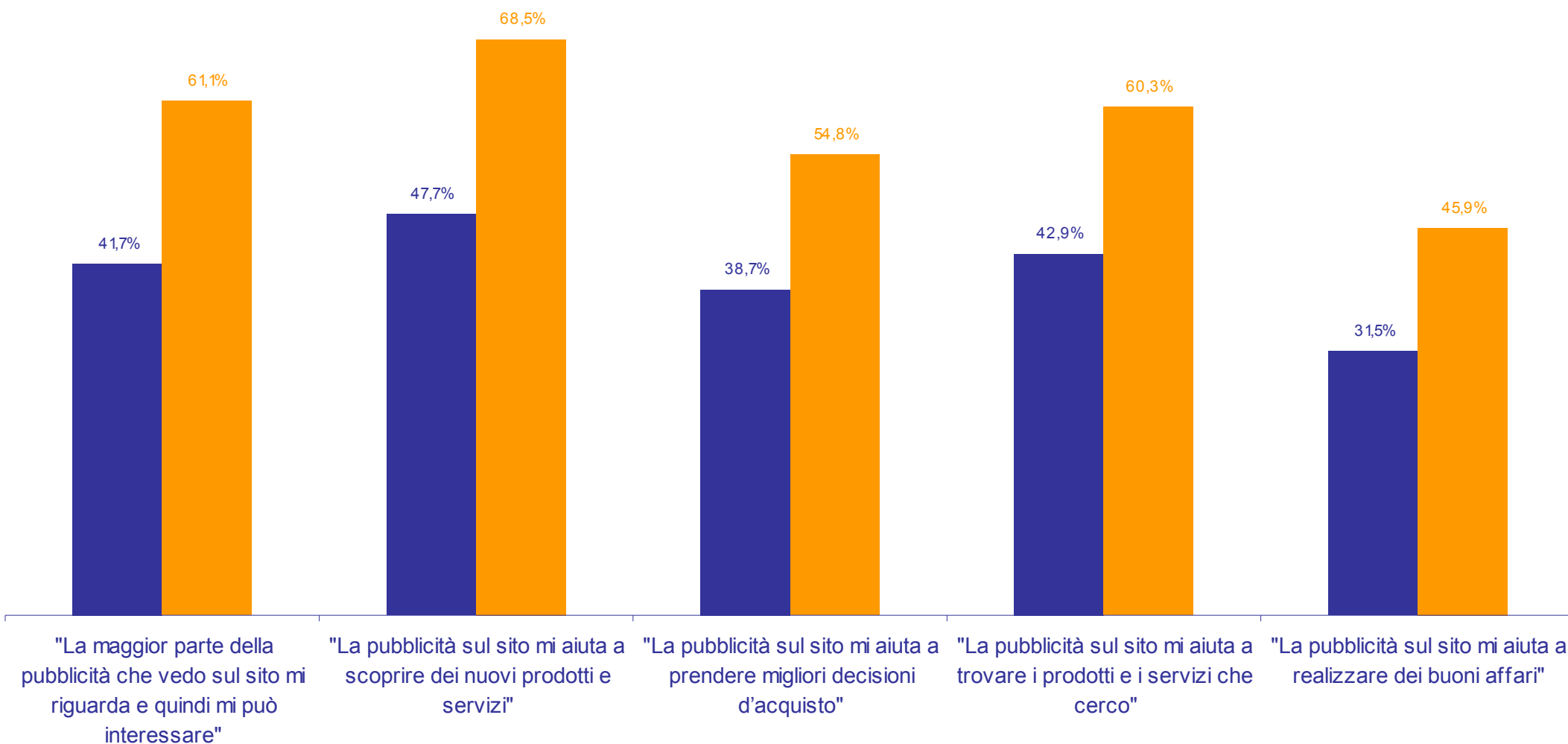


Percezione della pubblicità sul sito: Totale in accordo

Online Advertising

■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*



Largo consumo: Ripartizione degli acquisiti tra grandi marche e marche di negozi (1) (Base: rispondenti tranne "non so" e "non interessato")



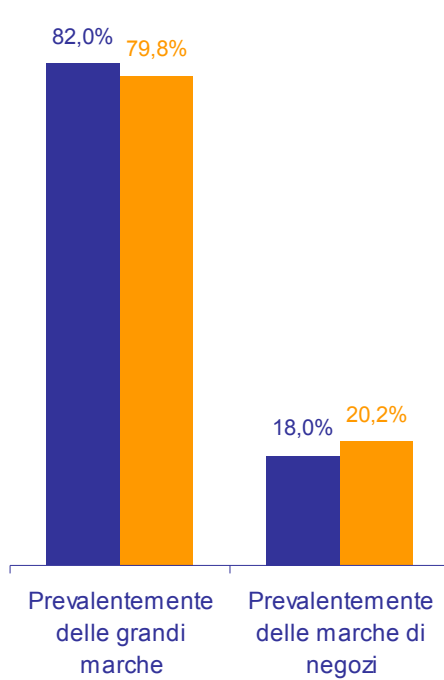
Dotazioni multimediali (informatica, TV, Hi-Fi, foto, video, console di gioco)

Elettrodomestici

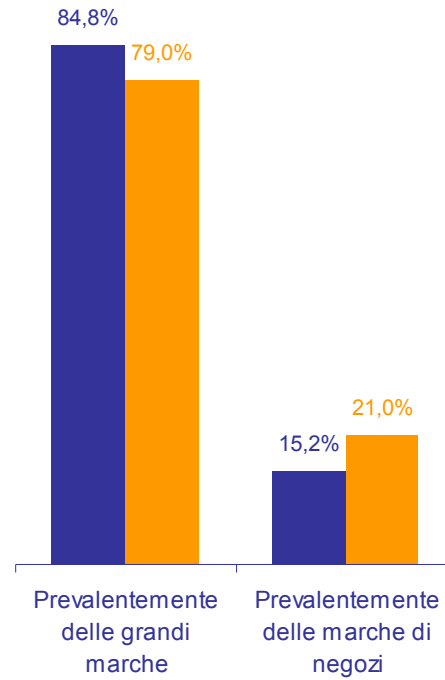
Bricolage, giardinaggio

Arredo

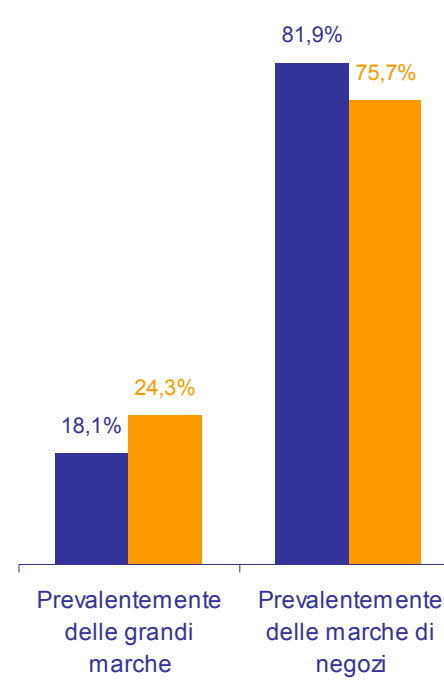
■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*



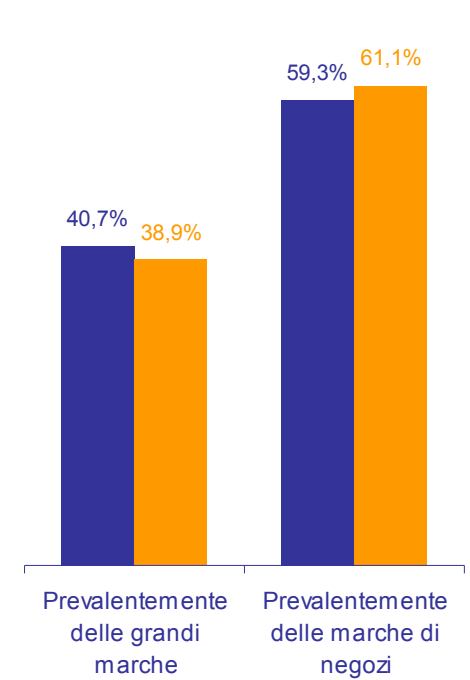
■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*



■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*



■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*



Largo consumo: Ripartizione degli acquisiti tra grandi marche e marche di negozi (2) (Base: rispondenti tranne "non so" e "non interessato")



Abbigliamento (vestiti, scarpe e accessori)

Sport (vestiti, scarpe e accessori)

Profumi

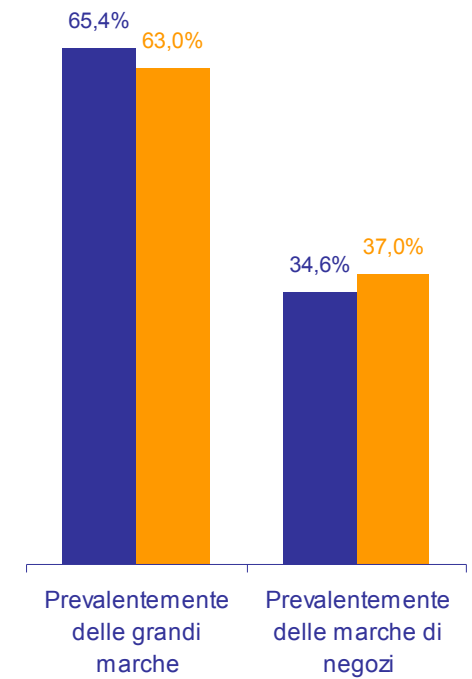
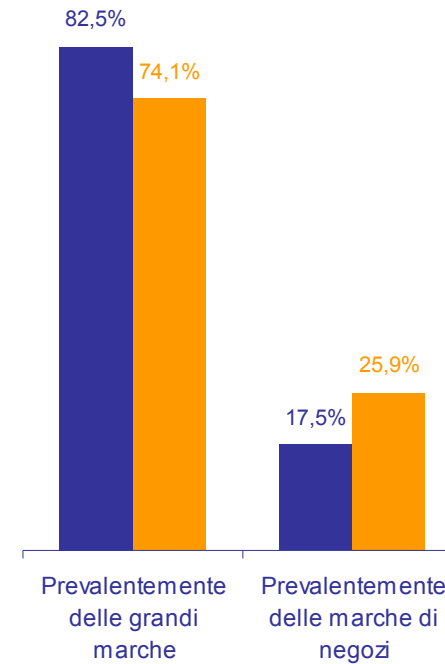
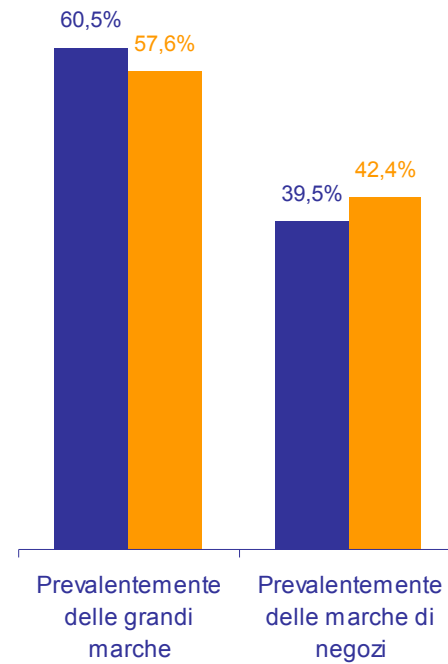
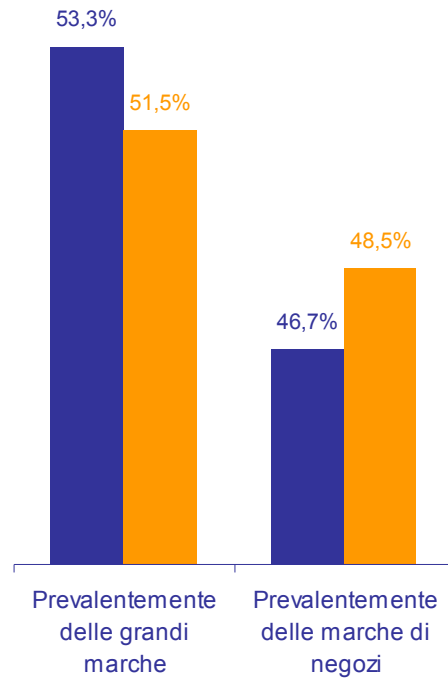
Prodotti per l'igiene e la bellezza

■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*

■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*

■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*

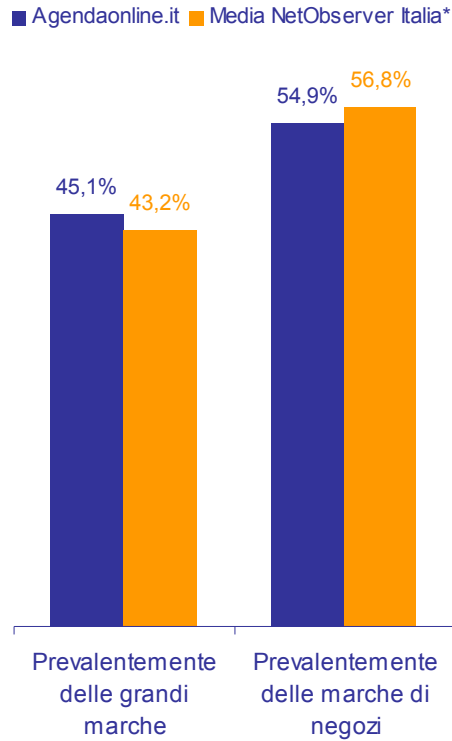
■ Agendaonline.it ■ Media NetObserver Italia*



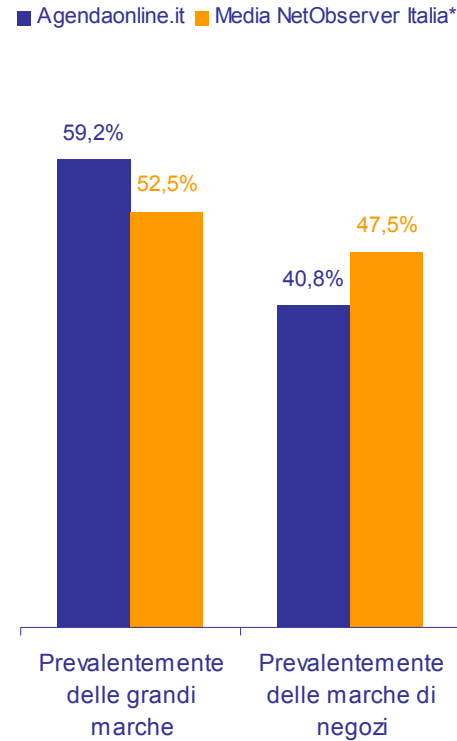
Largo consumo: Ripartizione degli acquisiti tra grandi marche e marche di negozi (3) (Base: rispondenti tranne "non so" e "non interessato")



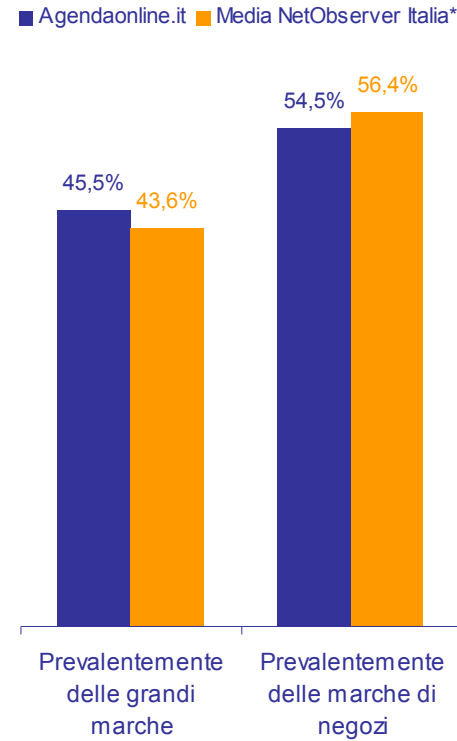
Prodotti per la pulizia della casa



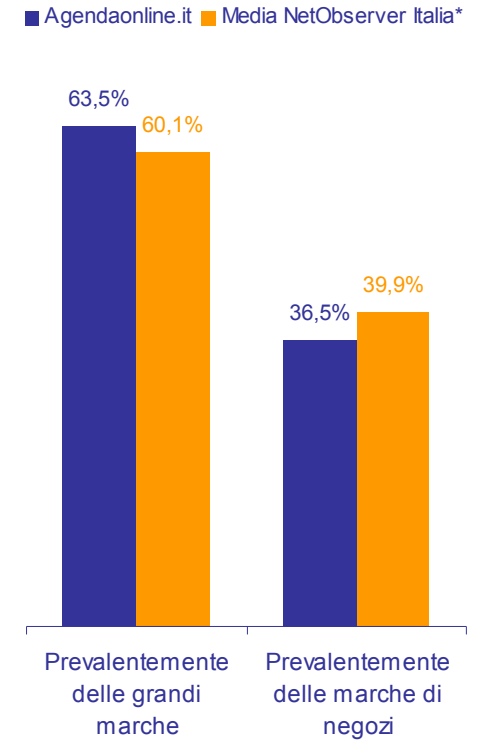
Alimentazione



Alimentazione per animali domestici



Bevande

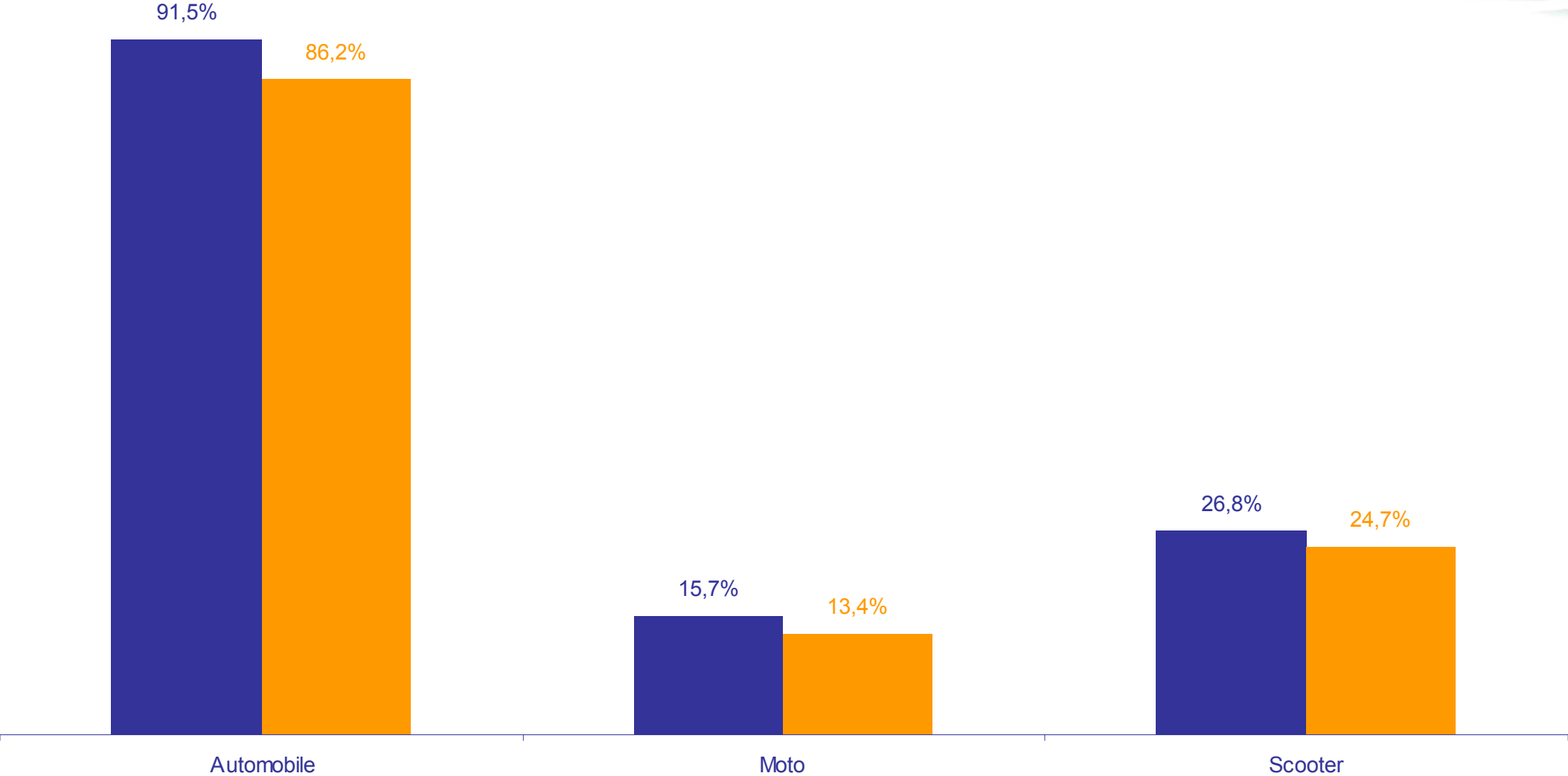


Auto-Moto: Auto-moto in possesso



■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*

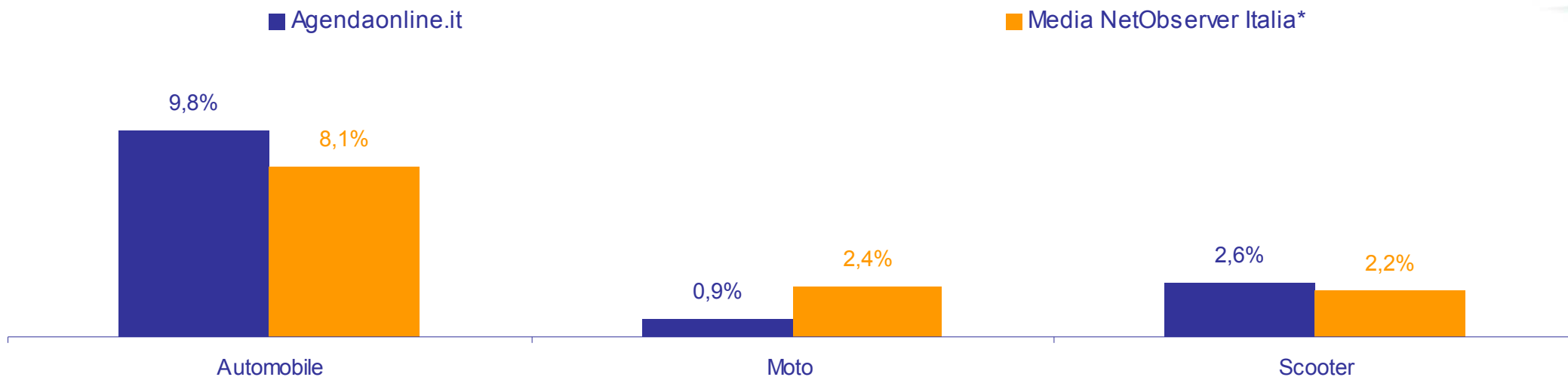


©Harris Interactive SAS, 2007. Tous droits réservés.

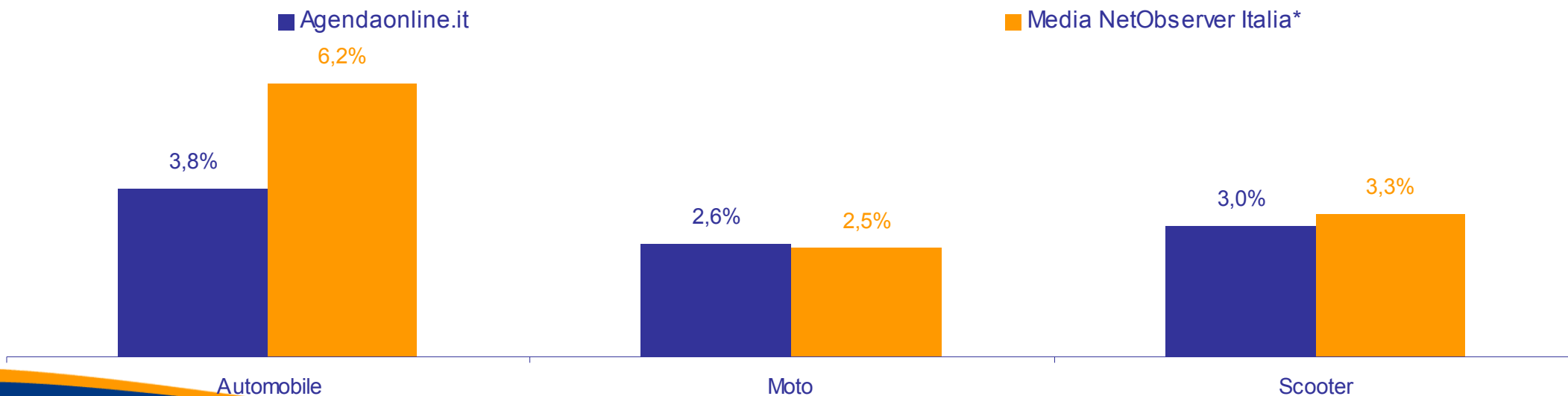
Auto-Moto: Intenzione di un nuovo acquisto o intenzione d'acquisto di un usato nel corso dei prossimi 6 mesi



Intenzione di un nuovo acquisto



Intenzione d'acquisto di un usato nel corso dei prossimi 6 mesi

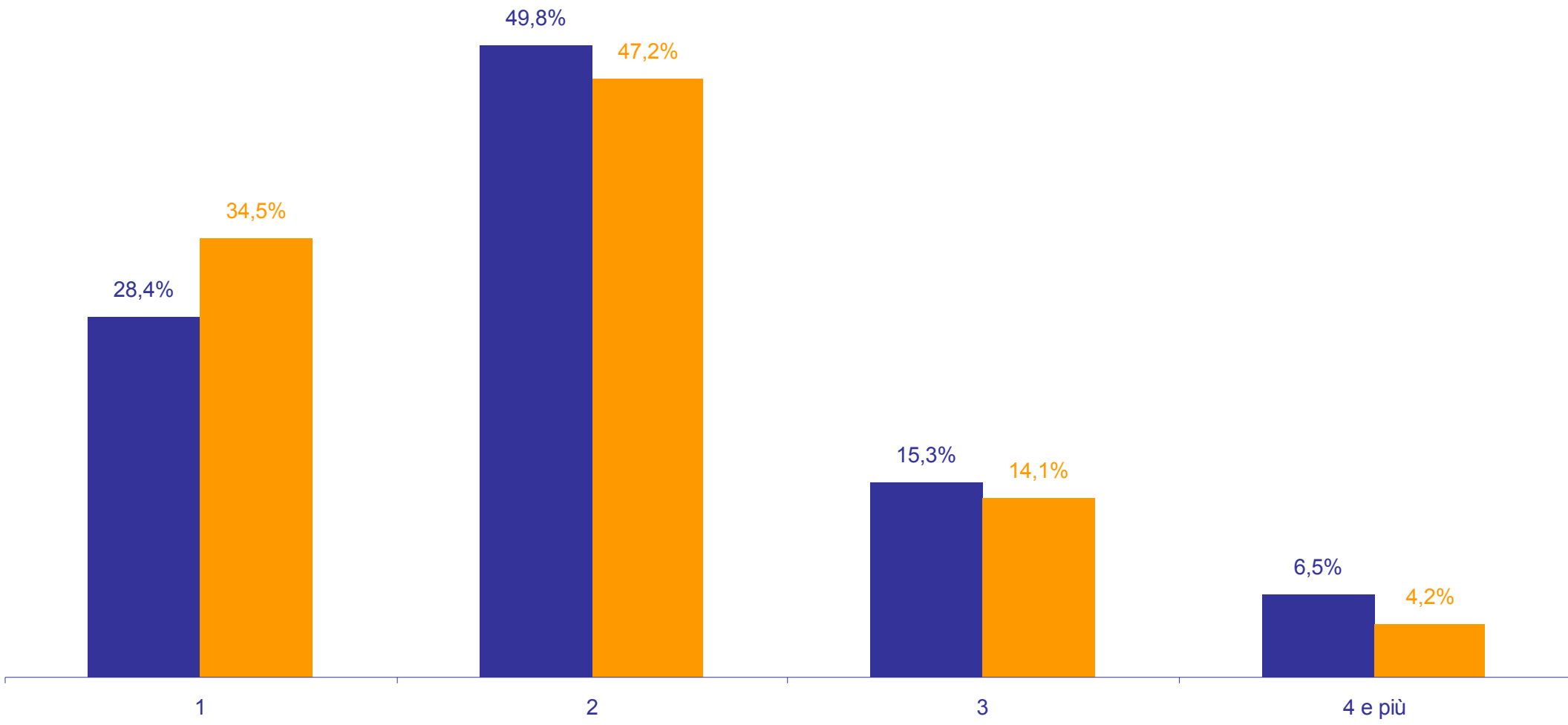


Auto-Moto: Numero di auto possedute



■ Agendaonline.it

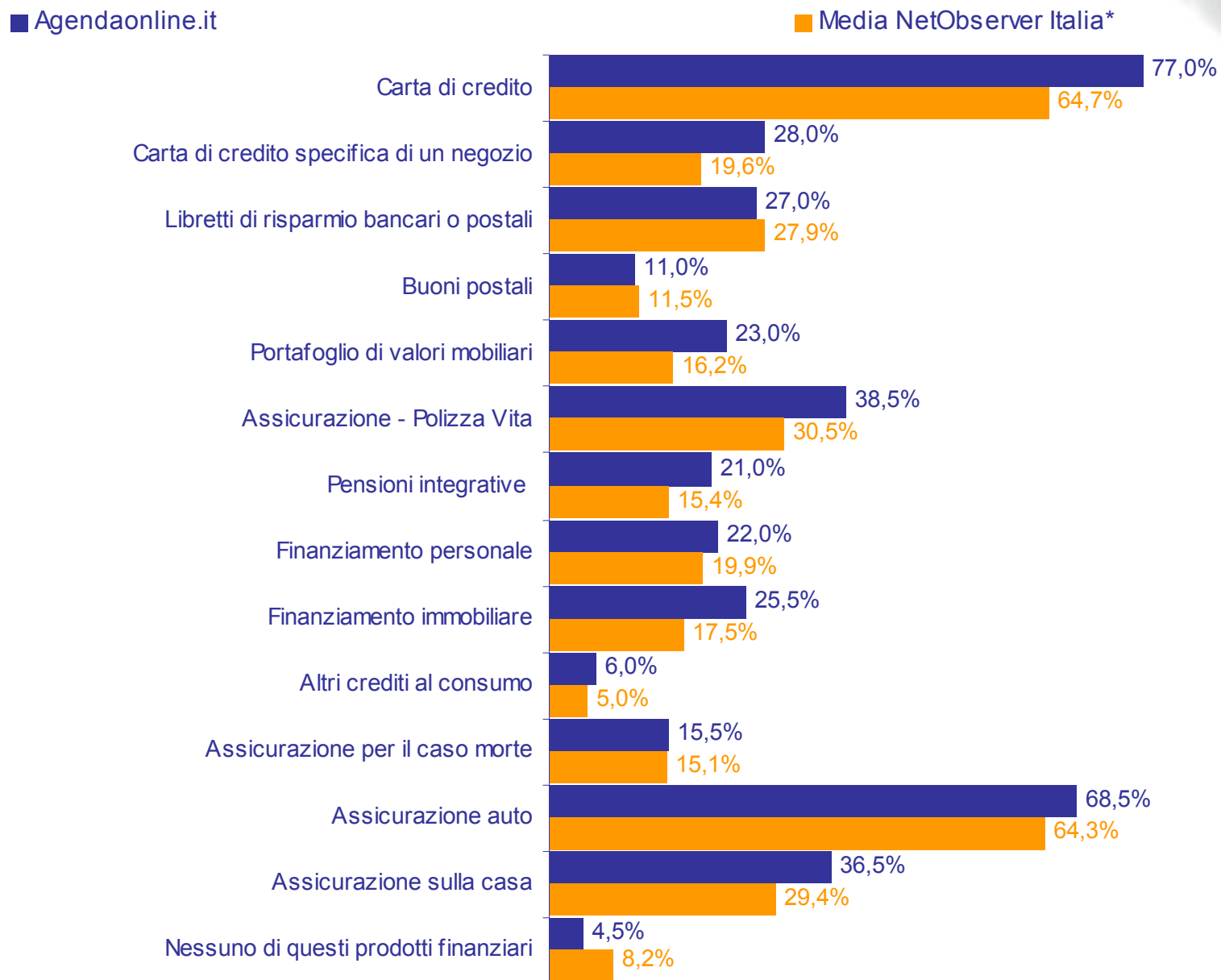
■ Media NetObserver Italia*



©Harris Interactive SAS, 2007. Tous droits réservés.

Finanza: Prodotti finanziari posseduti

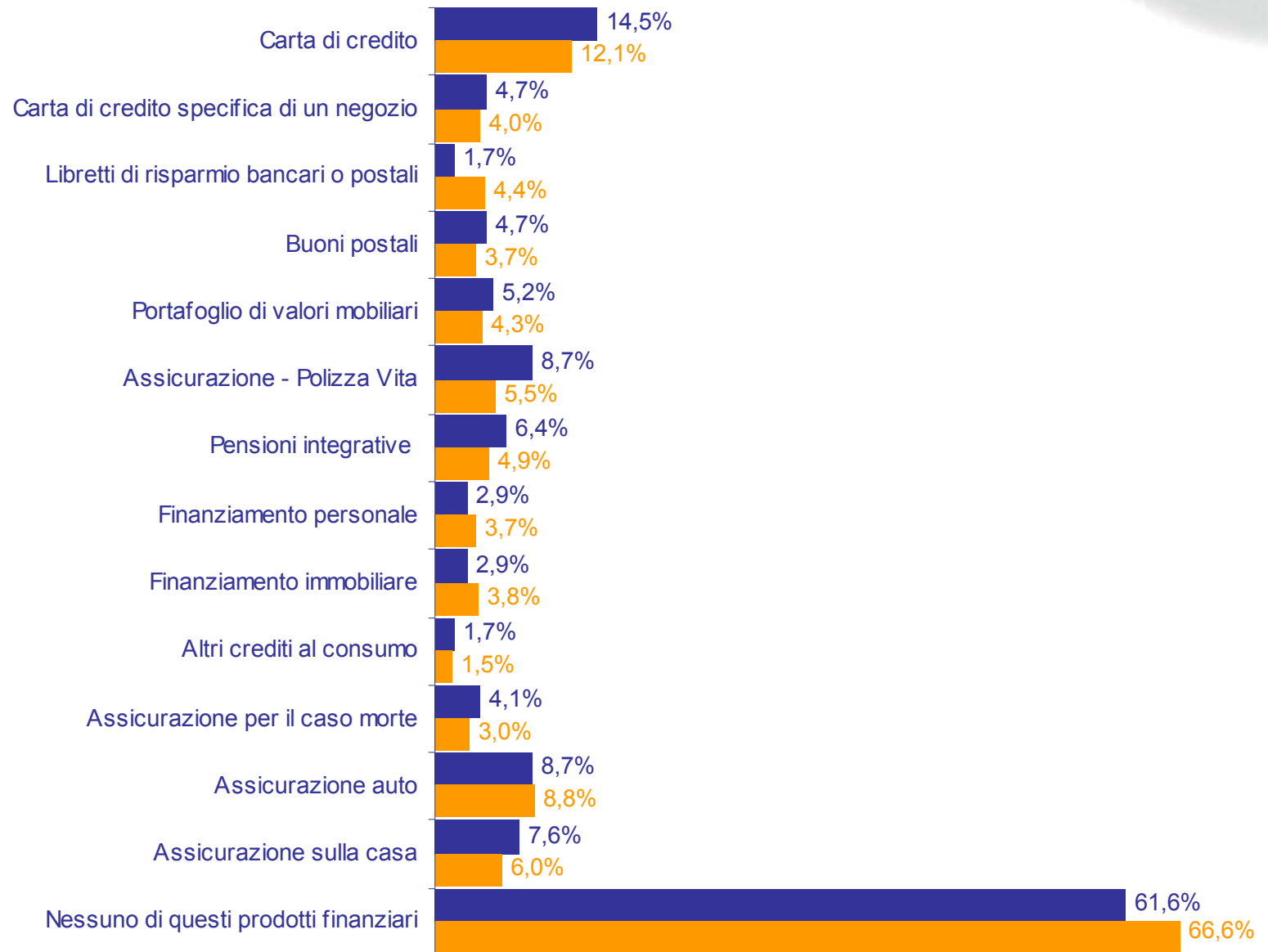
(Base: rispondenti tranne "preferisco non rispondere")



Finanza: Intenzione di sottoscrizione di prodotti finanziari nel corso dei prossimi 6 mesi (Base: rispondenti tranne "preferisco non rispondere")

■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*

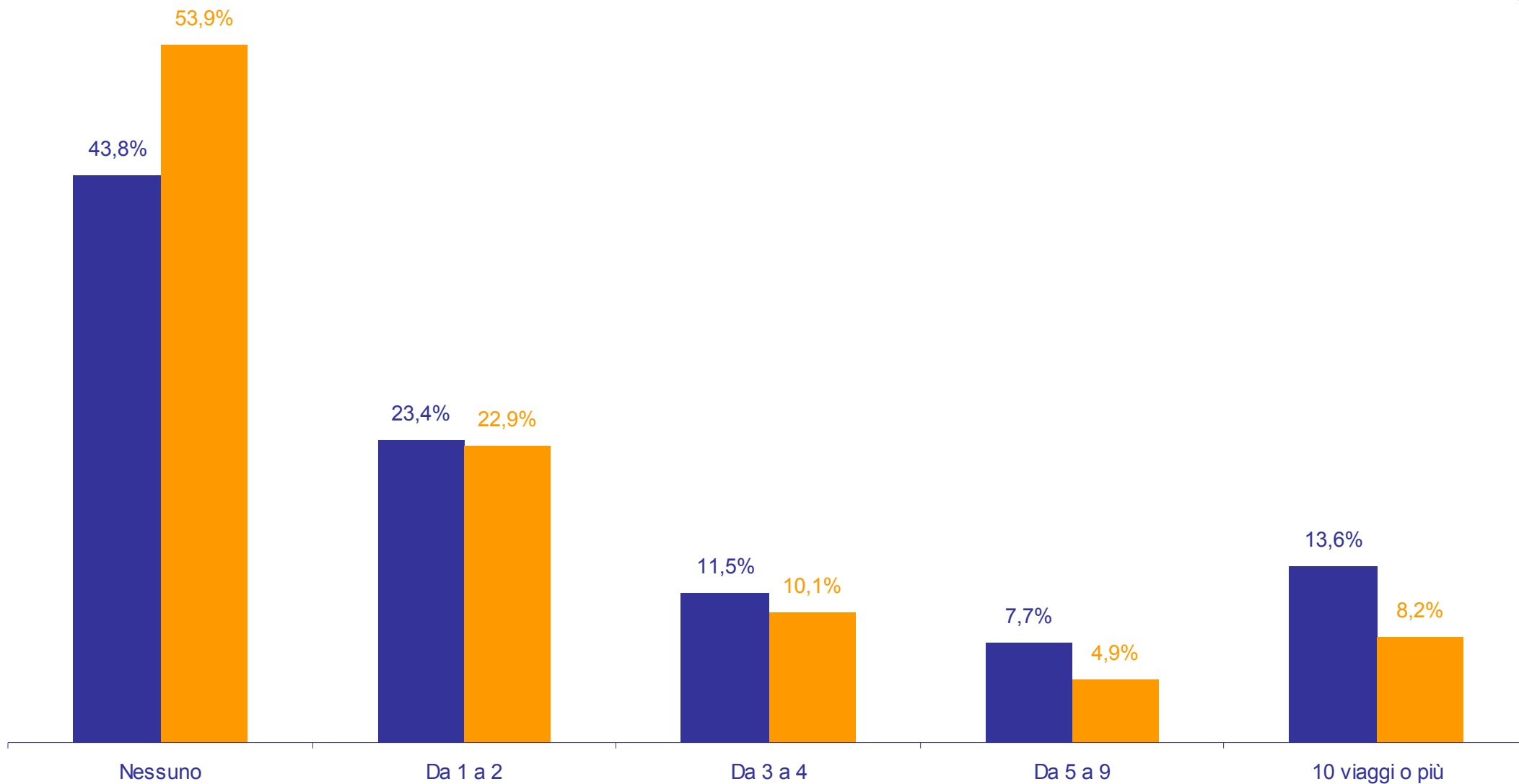


Viaggi-Turismo: Numero di viaggi andata-ritorno in treno nel corso degli ultimi 6 mesi



■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*

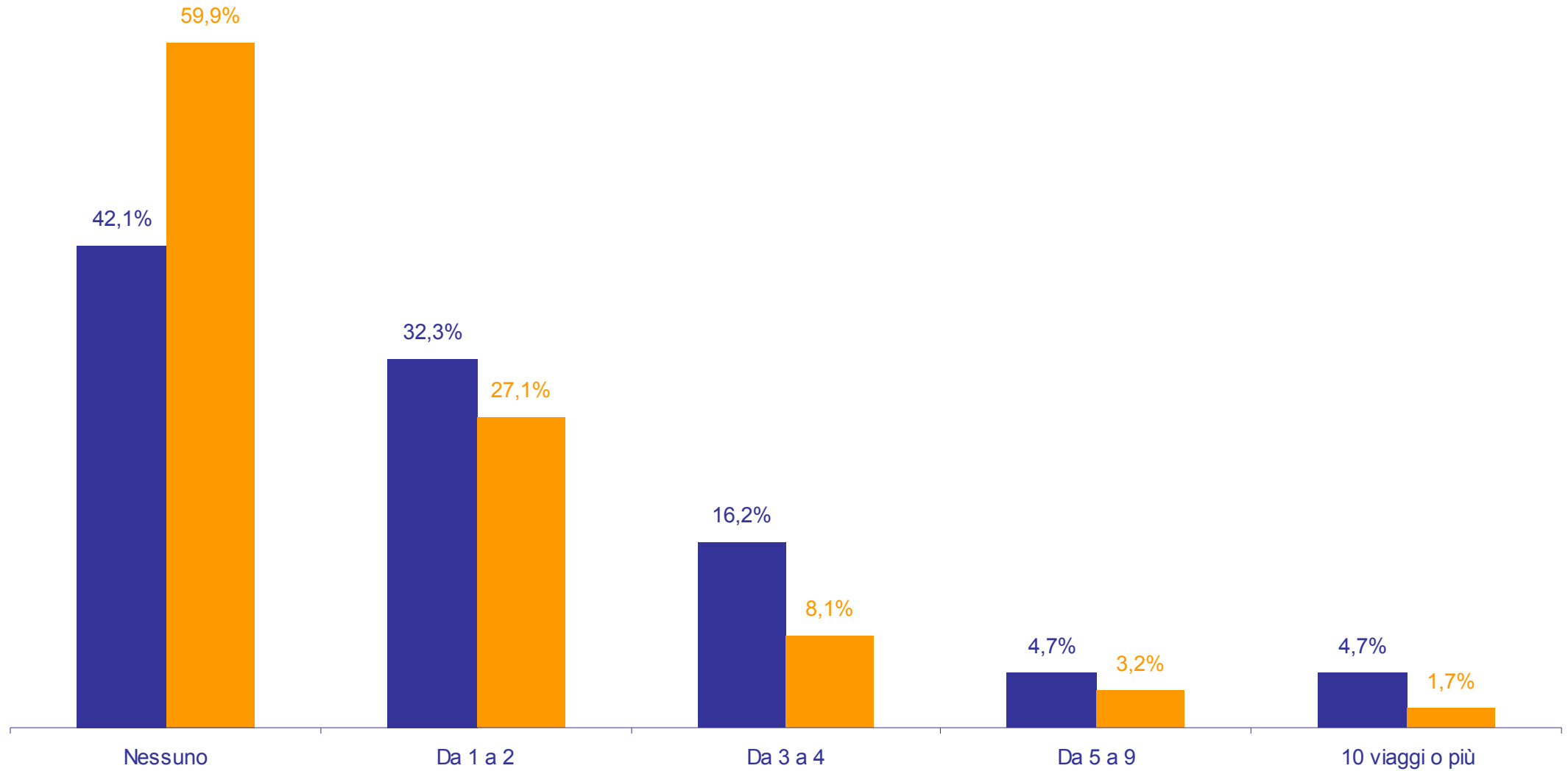


Viaggi-Turismo: Numero di viaggi andata-ritorno in aereo nel corso degli ultimi 6 mesi



■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*

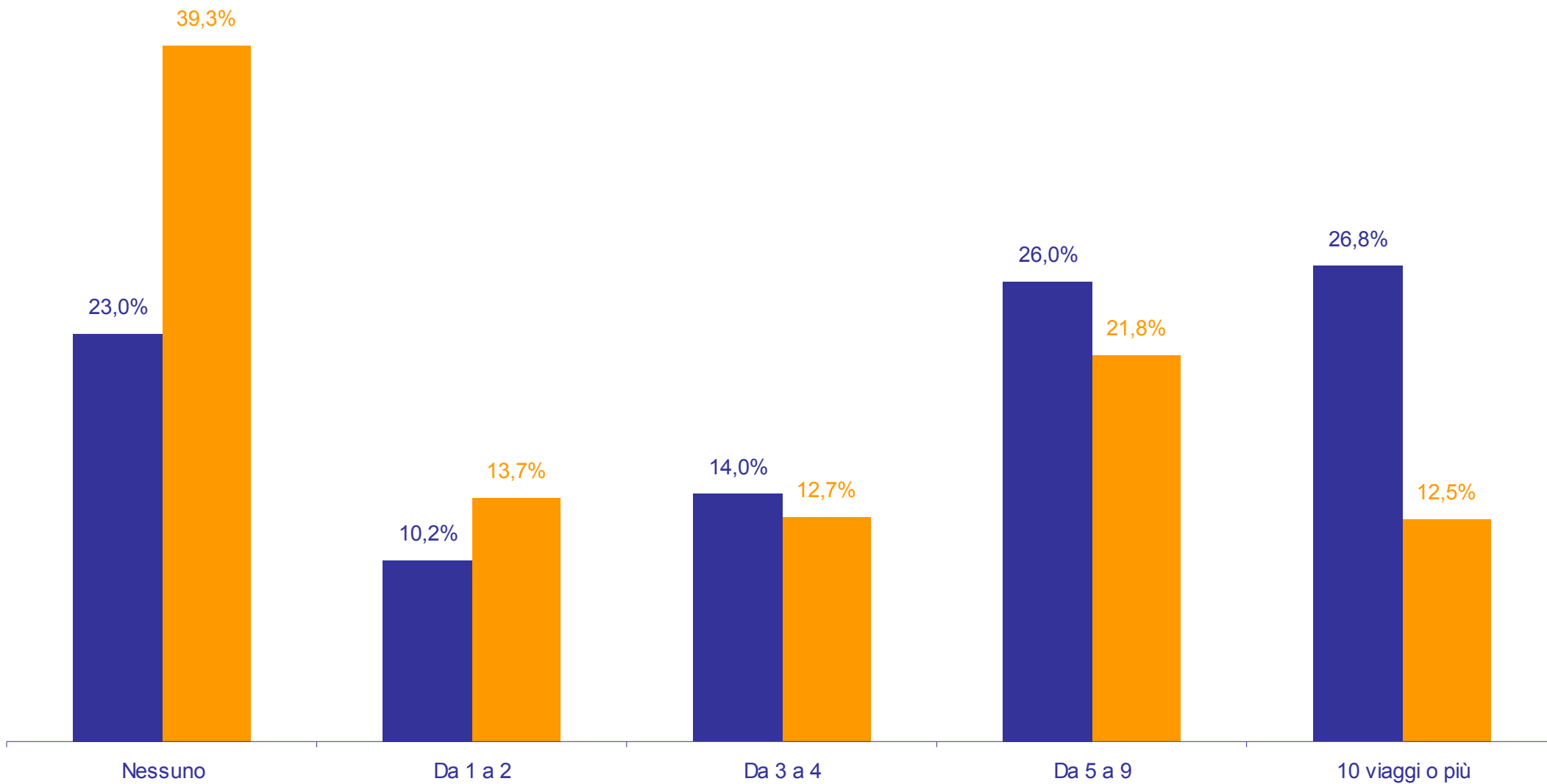


Viaggi-Turismo: Numero di notti in albergo nel corso degli ultimi 6 mesi



■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*

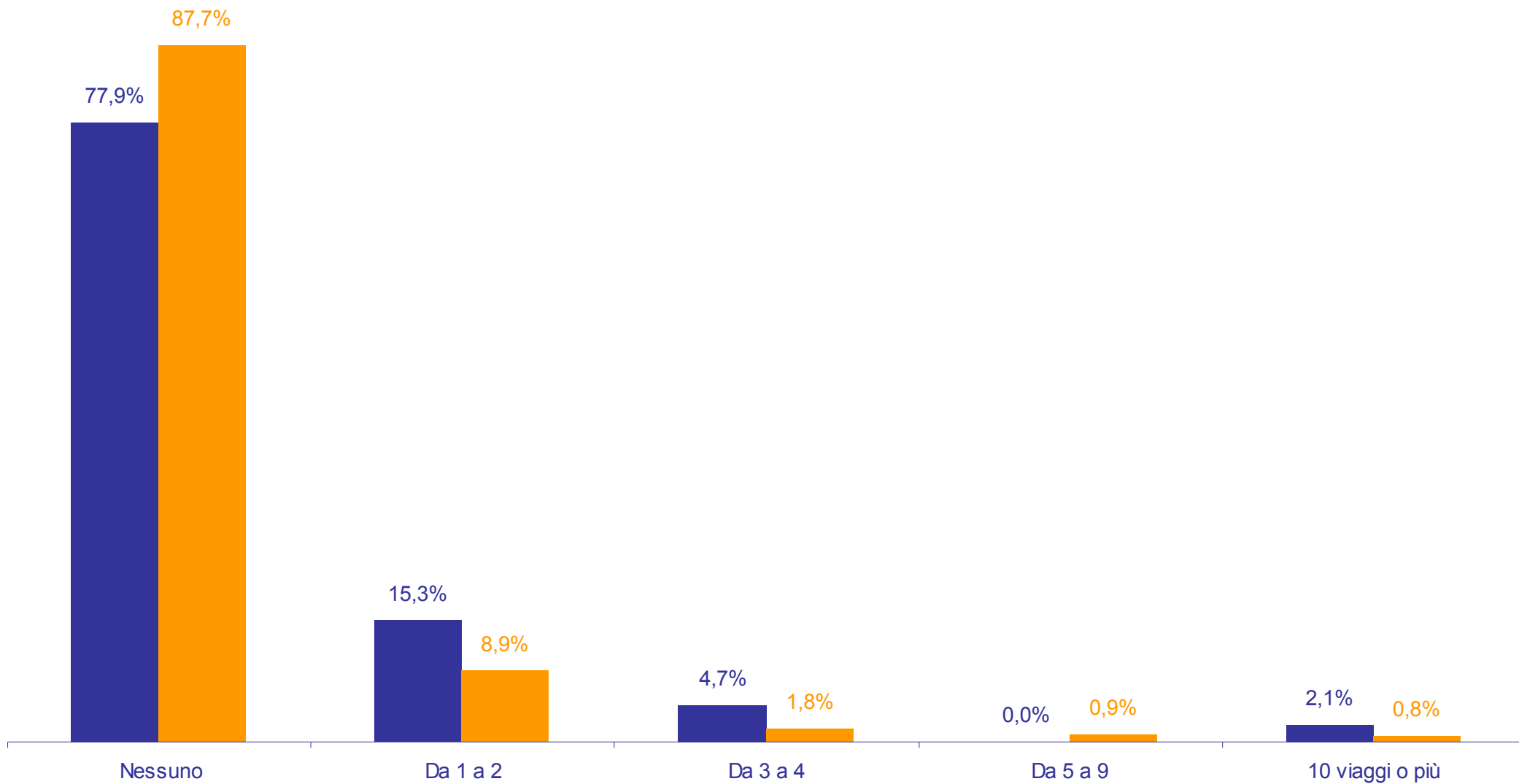


Viaggi-Turismo: Numero di auto noleggiate nel corso degli ultimi 6 mesi



■ Agendaonline.it

■ Media NetObserver Italia*



Harris Interactive – NetObserver Italia - Europa

Harris Interactive
5-7 rue du sahel
75012 PARIS
Tel: 01 44 87 60 30

Luca DE CONTI
NetObserver Italia - Business Development Manager Italia e Spagna
Email: ldconti@harrisinteractive.fr
Tel diretto: 01 44 87 60 58

Jean-Laurent BOUVERET
NetObserver Europa – Direttore NetObserver Europa
Email: jlbouveret@harrisinteractive.fr
Tel diretto: 01 44 87 60 57