

## COMUNICATO STAMPA

**E-mail, in Italia 4 milioni di utenti internet si connettono con dispositivi mobili**

**Altri 4 milioni pronti a farlo quando i prezzi scenderanno**

*Dal 2008 al 2009 gli internauti italiani che si connettono a web ed e-mail tramite dispositivi mobili sono cresciuti di oltre mezzo milione. Lo rivela il nuovo European E-mail Marketing Consumer Report realizzato da ContactLab, l'azienda italiana leader nell'e-mail marketing, che nel 2009 ha avviato un processo di espansione internazionale aprendo uffici in Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. Dal confronto sui diversi usi dell'e-mail nei cinque paesi europei, l'Italia conquista primati di segno opposto: più donne, meno messaggi al giorno, più sms via web.*

**Milano, 23 ottobre 2009** – Sono ben **4 milioni** gli italiani che utilizzano dispositivi mobili come i telefoni cellulari per connettersi alla propria e-mail. Si tratta del **18%** dei 21,4 milioni di nostri connazionali maggiori di 15 anni che si connettono a internet almeno una volta alla settimana: la percentuale più alta registrata nei 'big five', i cinque maggiori Paesi europei (**Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito**). E altri 4 milioni di italiani sono pronti a collegarsi alla rete e all'e-mail dal cellulare non appena le barriere di prezzo di questo servizio si abbasseranno. Questo dimostra la forte propensione degli abitanti della Penisola alla telefonia mobile in generale, e in particolare all'uso di **dispositivi mobili evoluti** quali l'Apple iPhone, gli smartphone, BlackBerry e Pda, che consentono l'accesso a internet e alla posta elettronica anche in mobilità. I dati provengono dall'**European E-mail Marketing Consumer Report**, la ricerca sull'utilizzo dell'e-mail commissionata da ContactLab ad Human Higway, istituto specializzato nelle indagini su Internet, ed eseguita online in diverse fasi nel corso del 2009 nei 'big five'. Questo è infatti l'anno del grande salto in Europa dell'azienda italiana leader nelle soluzioni di e-mail, sms e digital direct marketing, che ha aggiunto all'headquarter milanese nuove sedi proprio negli altri quattro Paesi oggetto della ricerca, per la precisione a **Madrid, Parigi, Londra e Monaco di Baviera**. La ricerca, presentata in aprile in una prima release in Italia e Spagna, è stata estesa agli altri paesi europei e arricchita di contenuti inediti dedicati proprio all'utilizzo dell'e-mail in mobilità.

**La 'mobile e-mail' è giovane, e metà di chi la usa non può farne a meno**

Rispetto alla precedente rilevazione, condotta in Italia un anno fa, il numero di individui che consulta l'e-mail in mobilità è aumentato di oltre **mezzo milione** di unità, spinto dal lancio di recenti device entrati nell'ultimo anno sul mercato italiano, come l'iPhone o la famiglia sempre più numerosa di smartphones (telefonini evoluti). Gli utilizzatori dei dispositivi evoluti in grado di leggere le mail in mobilità tendono a concentrarsi tra gli **uomini di giovane età** che accedono molto più spesso della media alla Rete. Si tratta cioè di heavy users di Internet, caratterizzati da un elevato consumo del mezzo e, soprattutto, dallo stile di connessione basato sull'always on. Il maggior beneficio dell'utilizzo mobile è rappresentato (soprattutto per gli utilizzatori di età superiore ai 35 anni) proprio dalla possibilità di essere raggiungibile in tempo reale da telefono, sms ed e-mail, a tal punto che **il 50% di questi utilizzatori dichiara di non poter più fare a meno** di una soluzione di connettività mobile.

### **Mercato potenziale di 8 milioni di persone: ma i prezzi sono ancora troppo alti**

I 4 milioni di persone che consultano l'e-mail in mobilità hanno una forte motivazione a farlo, tale da superare il freno del prezzo del servizio, anche se generalmente questo prezzo è ritenuto ancora troppo elevato: come accennato, infatti, altri 4 milioni circa di persone dichiarano che potrebbero accedere alla e-mail dal proprio dispositivo in modalità mobile ma non lo fanno, principalmente per **il costo**, e solo in misura minore per difficoltà di utilizzo dei terminale mobile. E' quindi ipotizzabile nei prossimi anni una forte crescita del segmento degli utenti Internet mobili se la percezione del costo dell'accesso calerà in modo sensibile nel target degli attuali non utilizzatori.

### **E-mail ma anche web, il cellulare si sfrutta pienamente. Tranne che per operazioni bancarie!**

I mobile users navigano in Internet senza risentire di limitazioni di spazio e di prestazioni dei device utilizzati: infatti la quasi totalità (96%), oltre all'e-mail **accede anche al web** dallo stesso terminale mobile; due utenti su tre ricevono i messaggi e-mail completi di immagini e solo il 10% dichiara di non poterle visualizzare per limiti del proprio device. L'utilizzo del web da dispositivo mobile è considerato particolarmente appropriato per leggere le notizie di attualità e controllare i contenuti dei propri siti web di riferimento (es., social network, blog, meteo). Le limitazioni sono maggiormente sentite quando da dispositivo mobile si devono compiere azioni dispositive in banca o acquisti online, attività per le quali si preferisce di gran lunga l'utilizzo del Pc.

## **L'Italia è il paese più 'mobile' d'Europa: c'è voglia di connessione permanente alla Rete**

L'European E-mail Marketing Consumer Report, come detto, ha analizzato l'uso dell'e-mail in mobilità in tutti e cinque i grandi Paesi europei (Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito), ed è risultato che proprio il nostro Paese ha la più alta penetrazione del mobile fra gli utenti internet: 18% come abbiamo visto, contro il **13% medio** (il 12% della Spagna, l'8% della Francia, il 13,5% della Germania e il 13% del Regno Unito). In particolare, confrontando l'Italia con la Spagna (dove la ricerca si è svolta nello stesso periodo) si nota una penetrazione più alta del 50%, e una più marcata prevalenza di individui di sesso maschile. La differenza è sostanzialmente prodotta dall'atteggiamento verso la connessione mobile: in Spagna è meno sentita che in Italia la necessità di rimanere sempre connessi alla Rete (le altre considerazioni legate al costo del servizio o alla complicazione tecnologica sono inibitori meno determinanti per spiegare la minor incidenza del fenomeno). Si conferma ancora una volta che l'Italia è un Paese avanzato nell'industria delle telecomunicazione mobili grazie al forte bisogno di comunicare a distanza che coinvolge larghi segmenti di popolazione.

## **E-mail, confronto fra i 'big five': in Italia pochi messaggi pro capite (20 al giorno), e primato delle donne**

Confrontando i dati emersi dalle ricerche condotte nei 5 Paesi analizzati (Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito), Human Highway ha prodotto per ContactLab un **report** complessivo sull'utilizzo della posta elettronica e delle newsletter digitali nei 'big five', che contano complessivamente **144 milioni di utenti** internet over 18: l'obiettivo del report è confrontare i risultati rilevati con identica metodologia nei diversi Paesi, per individuare trend complessivi europei ma anche differenze locali. ***(Tutte le ricerche sui singoli Paesi sono disponibili, oltre che nelle rispettive lingue, anche in inglese, e sono scaricabili gratuitamente all'indirizzo [www.contactlab.com](http://www.contactlab.com)).*** Il mercato di maggiori dimensioni è quello tedesco, composto da più di 44 milioni di individui, seguito da Francia e Regno Unito con una trentina di milioni ciascuno e una penetrazione vicina o superiore al 70% nella popolazione di età compresa tra 18 e 74 anni. Spagna e Italia mostrano livelli di penetrazione di Internet molto inferiori (intorno al 45%) e una popolazione online caratterizzata da una maggiore presenza dei segmenti di giovane età. L'età media è pari a 37 anni in Italia, **36 in Spagna**, a fronte di una media nei 5 Paesi intorno ai 40 anni. In tutti i Paesi la popolazione Internet presenta una leggera prevalenza di

uomini rispetto alle donne (contrariamente alla popolazione complessiva). Sono invece **quattro miliardi** i messaggi e-mail che gli utenti Internet dei cinque Paesi ricevono ogni giorno, ovvero in media circa **28 messaggi pro-capite** (dai 20 di Italia e Spagna, ai 30 nel Regno Unito, fino a 35 della Francia) su un numero di caselle di posta elettronica superiore ai **300 milioni**, poco più di **due caselle per utente**. Ciò si deve alla consuetudine, omogenea nei 5 Paesi, di diversificare le proprie caselle di posta: in genere ad una casella di riferimento (personale e/o di lavoro) se ne affiancano altre da utilizzare per finalità diverse, quali ad esempio l'iscrizione ai servizi online, alle newsletter, ai siti di e-commerce, ai siti di social network. Il numero medio di caselle attive è maggiore nelle fasce centrali di età, tra 25 e 34 anni, e la quantità di corrispondenza e-mail è fortemente dipendente dalla frequenza di utilizzo di Internet. **In Italia le donne ricevono più e-mail degli uomini**, in Spagna non si nota differenza tra i sessi mentre nei tre restanti Paesi sono gli uomini ad avere in media una corrispondenza e-mail più fitta. Il grande volume di e-mail ricevute deriva dal prodotto di tre fattori studiati nell'indagine: il fenomeno di creare e utilizzare più caselle di posta elettronica per singolo utente, in media pari a poco più di 2; la consuetudine di spedire un messaggio a più persone, moltiplicando quindi il numero di messaggi ricevuti dagli utenti Internet; infine la prassi di quasi tutti gli utenti di iscriversi alle newsletter per rimanere in relazione con i brand preferiti, per ricevere informazioni e aggiornamenti.

### **Newsletter, 7 per utente, prevalgono e-commerce e viaggi e turismo**

In riferimento all'utilizzo delle **newsletter**, la ricerca mostra che la percentuale di chi non sottoscrive alcun servizio di informazione via e-mail è estremamente ridotta, vicina al 5%. La metà degli utenti, al contrario, dichiara di essere iscritto a **7 o più newsletter**. La media nell'intera utenza Internet dei 5 Paesi è pari a poco più di 7 newsletter per utente, un dato che si rileva maggiore per le donne e per le persone di età superiore ai 40 anni. Gli argomenti più popolari delle newsletter a cui ci si iscrive sono i servizi di **'Viaggi e Turismo'** (per il 43% dell'intero campione), l'**E-Commerce** (38%), l'**'Informazione di attualità'** (il 37%). Quanto alle abitudini di gestione delle e-mail, in più di quattro casi su cinque gli utenti Internet caricano le eventuali immagini contenute nelle e-mail, sanno in generale riconoscere e difendersi dallo spam e dal phishing e hanno imparato a cancellare la propria iscrizione (unsubscribe) dalle newsletter che non ritengono più di loro interesse. In generale, comportamenti di utilizzo e atteggiamenti verso e-mail e newsletter sono in gran parte simili nei diversi Paesi.

### **Mobile, nei 'big five' sono connessi 20 milioni di utenti internet. Italia leader nei web-sms**

Il numero complessivo di individui nei 5 Paesi che si connette regolarmente alla Rete con un dispositivo mobile è prossimo a **20 milioni di unità**, e, come abbiamo già visto, la ricerca rileva una quota molto variabile di utenti 'mobili', con una penetrazione che va dall'8% della Francia al 18% dell'Italia. Tra gli strumenti alternativi all'e-mail per la comunicazione via Web prevale di gran lunga il Windows/Msn Messenger, usato da quasi il 60% degli utenti, in particolare in Spagna, Francia e Italia. **In Italia si riscontra la quota più elevata di utenti Internet che spedisce sms dal Web (40%)**, usa il fax via Internet (10%) e, insieme alla Germania, fa uso di applicazioni VoIP (il 20% circa).

**L'E-mail Marketing Consumer Report 2009**  
**Abitudini e comportamenti nell'uso di e-mail e newsletter:**  
**confronti tra Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito**

è scaricabile gratuitamente all'indirizzo  
[www.contactlab.com/email-marketing-consumer-report](http://www.contactlab.com/email-marketing-consumer-report)

**Ufficio Stampa ContactLab**

Via Natale Battaglia, 12 - 20127 Milano (Italy)

Tel.: +39 02 28 31 181 - Mobile: +39 339 338 78 18 - Fax: +39 02 70 03 02 69

E-mail: [ufficiostampa@contactlab.com](mailto:ufficiostampa@contactlab.com)

**CONTACTLAB**

*ContactLab è un'azienda specializzata in soluzioni e consulenza di e-mail, sms e digital direct marketing.*

*L'expertise acquisita dal 2000 ad oggi nella gestione di oltre 800 Clienti in tutti i settori ha consentito di sviluppare un mix completo di tecnologia e consulenza che spazia da soluzioni "chiavi in mano" a personalizzazioni avanzate per la gestione di campagne internazionali a 360°. ContactLab offre consulenza in marketing digitale (realizzazione newsletter e campagne DEM); tecnologia per la gestione delle campagne sui canali e-mail (oltre 20 milioni di spedizioni al giorno), sms, fax e sondaggi, con analisi statistiche, comparative e di performance; consulenza nella creazione di campagne di acquisizione utenti, di concorsi e giochi online per incrementare gli iscritti al database, di programmi di incentivazione e fidelizzazione. ContactLab si avvale di un team di oltre 50 professionisti esperti in information technologies and systems, comunicazione e marketing, business development, Internet e strategie e-mail. ContactLab è presente in Europa con uffici a Milano, Madrid, Parigi, Londra e Monaco di Baviera. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.contactlab.com](http://www.contactlab.com).*

**HUMAN HIGHWAY**

*Human Highway si occupa di ricerche e analisi su temi legati ai servizi, alla comunicazione e al marketing online. L'attività di ricerca si svolge principalmente sul Web, mediante l'utilizzo di un panel rappresentativo della popolazione Internet (OpLine) e un'innovativa suite di strumenti di ricerca per lo studio di qualsiasi segmento di popolazione Web e di online customer base. Per maggiori informazioni: [www.humanhighway.it](http://www.humanhighway.it).*