

## Audiweb distribuisce i dati dalla total digital audience del mese di aprile 2019

La total digital audience nel mese di aprile 2019 ha raggiunto 41,9 milioni di utenti unici, pari al 70% della popolazione 2+ anni.

Sono stati 33,3 milioni gli utenti online nel giorno medio: 28,9 milioni da smartphone, 10,8 milioni da computer e 4,7 milioni da tablet.

Milano, 3 luglio 2019 – Audiweb rende disponibile il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **aprile 2019**, prodotto con la nuova metodologia Audiweb 2.0<sup>(1)</sup>. I nuovi dati dell'Audiweb Database, sono stati distribuiti alle software house per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

### La Total digital audience nel mese di aprile 2019

Nel mese di aprile 2019 sono stati quasi 42 milioni gli individui online, pari al 70,1% della popolazione di 2+ anni.

Hanno navigato almeno una volta **nel giorno medio ad aprile 33,3 milioni** di individui di 2+ anni, preferendo la **fruizione da smartphone** che ha interessato il 64,7% della popolazione maggiorenne, pari a **28,9 milioni di individui tra i 18 e i 74 anni**.

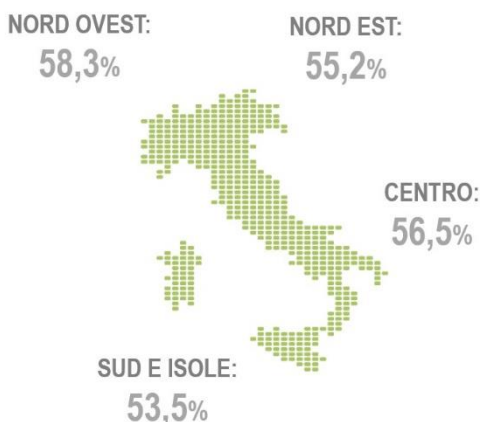
### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI APRILE 2019

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (MILIONI)	33,3	10,8	4,7	28,9
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	55,7%	18%	10,5%	64,7%
UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)	41,9	28,3	7,5	35,5
% POPOLAZIONE – MESE (%)	70,1%	47,4%	16,8%	79,6%

Fonte: Audiweb Database, Aprile 2019- Audiweb powered by Nielsen  
 Total digital audience e Computer = Individui dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta.

Per quanto riguarda la **provenienza geografica degli utenti online**, nel giorno medio ad aprile erano online online il 58,3% della popolazione del **Nord Ovest** (pari a 9,2 milioni), il 55,2% della popolazione del **Nord Est** (6 milioni), il 56,5% dal **Centro** (6,4 milioni) e il 53,5% dell'area **Sud e Isole** (11,6 milioni).

## LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

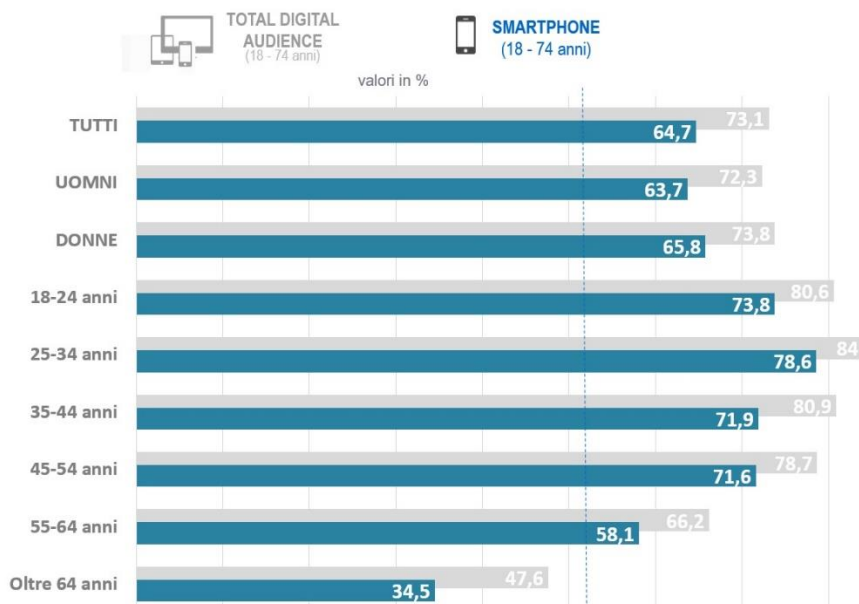


Fonte: Total Digital Audience nel mese di APRILE 2019  
Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet.

Dai dati sui device utilizzati per navigare in questo mese risulta che il **64,7%** della popolazione maggiorenne ha utilizzato il proprio smartphone per accedere a internet.

Tra le diverse fasce di popolazione, **il segmento dei 25-34enni è risultato maggiormente coinvolto**, con il 78,6% (5,3 milioni) che ha navigato da smartphone nel giorno medio, seguiti dai **18-24enni con il 73,8% online da smartphone** (3,2 milioni) e con **oltre il 71% dei 35-44enni (6,5 milioni) e dei 45-54enni (6,8 milioni)**. Gli over 55 mostrano un valore interessante da questo punto di vista, considerando che hanno navigato da smartphone nel giorno medio ad aprile il 58% dei 55-64enni e il 34,5% degli over 64 anni.

## LA FRUIZIONE DELL'ONLINE DA SMARTPHONE PER FASCE D'ETÀ



Fonte: Audiweb Database, APRILE 2019 Audiweb powered by Nielsen.  
Base: individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione.

Per quanto riguarda i siti e applicazioni più visitati in questo mese caratterizzato da una serie di ponti festivi, dopo le sotto-categorie di siti e applicazioni dedicati alla ricerca online, alle social communities e ai servizi e strumenti online, quali **“Search”** (con il 95,8% degli utenti online), **“Internet Tools/Web Services”** (37,2 milioni di utenti) e **“Member Communities”** (37,1 milioni di utenti mensili), **altre sotto-categorie conquistano oltre l’83% degli utenti online**. Tra queste troviamo le sotto-categorie focalizzate sui contenuti di intrattenimento o di vario interesse e sull’informazione giornalistica quali, ad esempio: **Video/Movies** (con l’88,6% degli utenti online), **“General interest portals & communities”** (con l’87,6% degli utenti online) e **“Current events & global news”** (con l’83,7% degli utenti online).

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI APRILE 2019

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI
<b>Total</b>	<b>41,6</b>	<b>100,0%</b>
SEARCH	40,2	95,8
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37,2	88,8
MEMBER COMMUNITIES	37,1	88,6
VIDEOS/MOVIES	37,1	88,6
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	36,7	87,6
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	35,1	83,7
INSTANT MESSAGING	34,2	81,7
SOFTWARE MANUFACTURERS	33,7	80,4
MASS MERCHANDISER	33,4	79,7
E-MAIL	33	78,6
MAPS/TRAVEL INFO	31,4	74,9
CORPORATE INFORMATION	30,6	72,9
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	29,6	70,6
BROADCAST MEDIA	27,7	66,1
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	27,4	65,5

Fonte: Total Digital Audience nel mese di APRILE 219 Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

**Informazione di servizio: per un problema tecnico relativo alla produzione dei dati, nel documento di sintesi di questo mese non sono presenti i valori riferiti alla metrica del tempo speso online nel giorno medio e nel mese. Questo dato sarà pubblicato non appena disponibile.**

### \*Definizione di utenti unici.

Il numero di singole persone, deduplicate, che si sono collegate, in un determinato arco temporale, ad un sito e/o elementi di esso effettuando una o più visite.

Differiscono dai browser e visitatori unici in quanto rappresentano persone fisiche.

Degli utenti unici è analizzabile anche la sovrapposizione su di diversi siti, valutando quanto pubblico hanno in comune (sovrapposizione) e quanto ne hanno complessivamente al netto delle duplicazioni (unduplicated audience).

\*\*Rispetto al dato dell’audience online nel mese, che ci dà un’idea della copertura del mezzo nel periodo di rilevazione, **l’osservazione del dato dell’audience online nel giorno medio** è importante poiché fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla frequenza di utilizzo del mezzo.

### Cosa si intende per giorno medio

Il giorno medio indica, per il mese di riferimento, il numero medio di utenti unici giornalieri, che nel giorno hanno effettuato almeno un accesso a internet.

#### **Come si calcola il giorno medio?**

La somma degli utenti unici di ciascun giorno del mese osservato / numero dei giorni del mese = il numero medio di utenti unici giornalieri del mese di osservazione.

L'osservazione nel giorno medio fornisce, ad esempio, indicazioni sulla frequenza di utilizzo.

#### **(1) La metodologia alla base del nuovo sistema Audiweb 2.0**

Il nuovo sistema di rilevazione, Audiweb 2.0, realizzato in collaborazione con Nielsen, è basato su **quattro fonti di dati**: la fonte **“censuaria”**, basata sull'strumentazione di un **TAG/SDK** (Software Development Kit di Nielsen) che consente la raccolta di dati relativi alla fruizione di tutti i contenuti online da differenti device e piattaforme e che, con le informazioni provenienti dal big data provider, è alla base della rilevazione Audiweb Daily / Weekly; **i Big Data**, le cui informazioni, validate dal Panel, contribuiscono all'attribuzione di età e genere all'audience e alla deduplica delle audience tra device.

A queste due fonti di rilevazione, si aggiunge la **rilevazione Audiweb Panel**. Alla base della produzione dell'Audiweb Database Respondent Level, la rilevazione Audiweb Panel è la misurazione che avviene attraverso un **campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana**, che ha installato un software meter nel proprio computer, smartphone e/o tablet e fornisce informazioni oggettive e dettagliate sulla fruizione dell'online, oltre a dati esclusivi sul profilo socio-demo degli utilizzatori della Rete. Le informazioni provenienti dalla rilevazione Panel vengono poi espanso all'intero universo della popolazione connessa grazie alle informazioni derivanti dalla **nuova Ricerca di base congiunta con Auditel**.

Il prodotto finale e più completo della fusione di tutte le fonti di dati del sistema è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, che offre le informazioni sull'audience di tutta l'offerta online e **i dati elementari di navigazione degli editori iscritti al servizio, con i profili socio-demografici degli utenti (= “Respondent Level”)** - non solo per genere ed età, come per i dati “Daily” e Weekly”, ma offrendo anche le informazioni relative al livello di istruzione, alla condizione professionale, al tipo di occupazione, il numero dei componenti in famiglia, il reddito familiare, l'area geografica, la regione di provenienza e, novità importante, la / il responsabile di acquisto -, arrivando a una rappresentazione dei comportamenti di fruizione per **fascia oraria giornaliera di 3 ore**.

Tutte le informazioni sul nuovo sistema Audiweb 2.0 e sui dati disponibili sono consultabili sul **sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it)** e nel documento completo delle **Note Informative consegnate ad AGCOM e pubblicate sul sito**.

## **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 UNA, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

*Questi i riferimenti riservati alla stampa:*

**Maria Giovanna Migliaro: Mob. 389 9744207 – [mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)**