

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

Nel mese di gennaio 2019 la total digital audience ha raggiunto 42 milioni di utenti unici, online dai device rilevati. Sono stati 35,5 milioni gli utenti online da smartphone nel mese, pari al 79,4% della popolazione maggiorenne.

Nel giorno medio sono stati 33,5 milioni gli utenti online, collegati in media per 3 ore e 28 minuti per persona.

Milano, 14 marzo 2019 – Audiweb rende disponibile il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **gennaio 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 gennaio 2019

La total digital audience **nel primo mese dell'anno** ha raggiunto 42 milioni di utenti unici\* dai due anni in su, online dai device rilevati: computer, tablet e smartphone. Con 35,5 milioni di utenti nel mese, **la fruizione da smartphone** ha raggiunto una copertura pari al 79,4% della popolazione tra i 18 e i 74 anni.

Hanno navigato **almeno una volta nel giorno medio 33,5 milioni di utenti**, con una media per persona di **3 ore e 28 minuti**.

Dai dati della fruizione dell'online dai device rilevati, risulta che sono stati 11,3 milioni gli utenti online da **computer** (il 18,9% della popolazione dai 2 anni in su), 4,8 milioni gli utenti online da **tablet** (il 10,7% della popolazione di 18-74 anni) e/o 29 milioni gli utenti da **smartphone**, questi ultimi collegati in media per 3 ore e 13 minuti nel giorno medio.

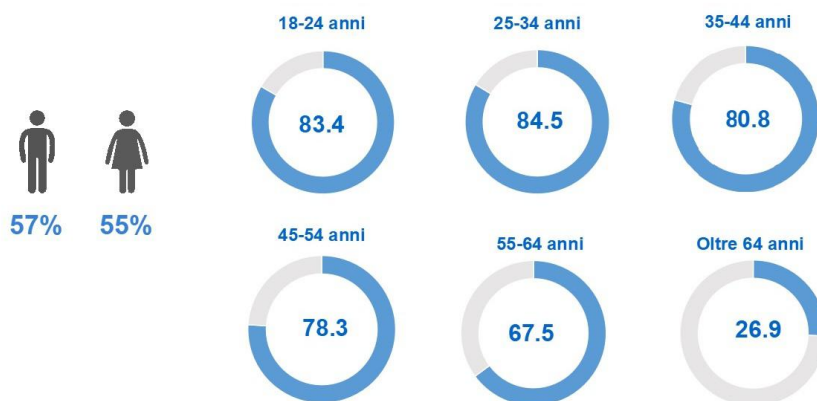
Rispetto al dato dell'audience online nel mese, che ci dà un'idea della copertura del mezzo nel periodo di rilevazione, **l'osservazione del dato dell'audience online nel giorno medio** è importante poiché fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla frequenza di utilizzo del mezzo\*\*.

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

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
<b>UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)</b>	<b>33,5</b>	11,3	4,8	29
<b>% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)</b>	<b>56%</b>	18,9%	10,7%	64,7%
<b>TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)</b>	<b>3:28</b>	1:17	1:45	3:13
<b>UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)</b>	<b>42</b>	28,8	7,5	35,5
<b>% POPOLAZIONE - MESE (%)</b>	<b>70,2%</b>	48,1%	16,7%	79,4%
<b>TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)</b>	<b>85:41</b>	15:46	34:49	81:08

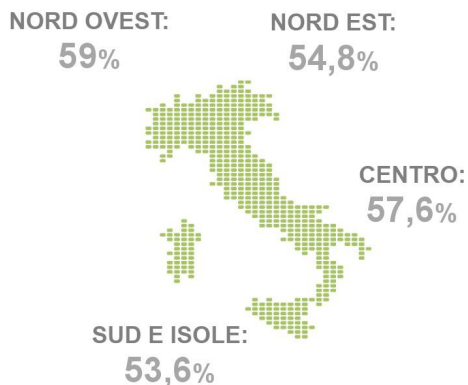
Nel giorno medio a gennaio erano online il 55% delle **donne** dai due anni in su (pari a 16,7 milioni) e il 57% degli **uomini** (16,8 milioni). Anche questo mese le fasce d'età più coperte nel giorno medio sono le più giovani: l'83,4% dei **18-24enni** (3,6 milioni), l'84,5% dei **25-34enni** (5,7 milioni) e l'80,8% dei **35-44enni** (7,2 milioni).

### GLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO PER GENERE ED ETÀ



Per quanto riguarda la **provenienza geografica degli utenti**, nel giorno medio a gennaio troviamo online il 59% della popolazione del **Nord Ovest** (pari a 9,3 milioni), il 54,8% della popolazione del **Nord Est** (5,9 milioni), il 57,6% dal **Centro** (6,5 milioni) e il 53,6% dell'area **Sud e Isole** (11,7 milioni).

### LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



#### \*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).



### **\*\*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 AssoComunicazione, 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)**