

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

La total digital audience nel mese di giugno ha raggiunto 41,3 milioni di utenti, pari al 69,1% della popolazione di 2+ anni.

In questo mese che apre la stagione estiva erano online nel giorno medio 33 milioni gli italiani, collegati in media per 4 ore e 28 minuti per persona.

Sul sito Audiweb è inoltre disponibile il report Audiweb Week riferito all'audience della settimana dal 12 al 18 agosto degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb Daily/Weekly.

Milano, 3 settembre 2019 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **giugno 2019**, prodotto con la nuova metodologia Audiweb 2.0⁽¹⁾. 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.

Sul sito Audiweb è inoltre disponibile il report Audiweb Week con la sintesi dell'audience online della settimana dal 12 al 18 agosto 2019 degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb Daily/Weekly⁽²⁾.

La Total Digital Audience nel mese di giugno 2019

La **Total Digital Audience** nel mese di **giugno** è rappresentata da **41,3 milioni** di utenti, **pari al 69,1%** della popolazione dai 2 anni in su. In questo mese che apre il periodo estivo hanno navigato **da smartphone 35,6 milioni** di utenti, pari al **79,6%** della popolazione maggiorenne.

Sono stati **33 milioni** gli italiani che si sono collegati almeno una volta **nel giorno medio** dai device rilevati, trascorrendo su internet in media **4 ore e 28 minuti al giorno per persona**.

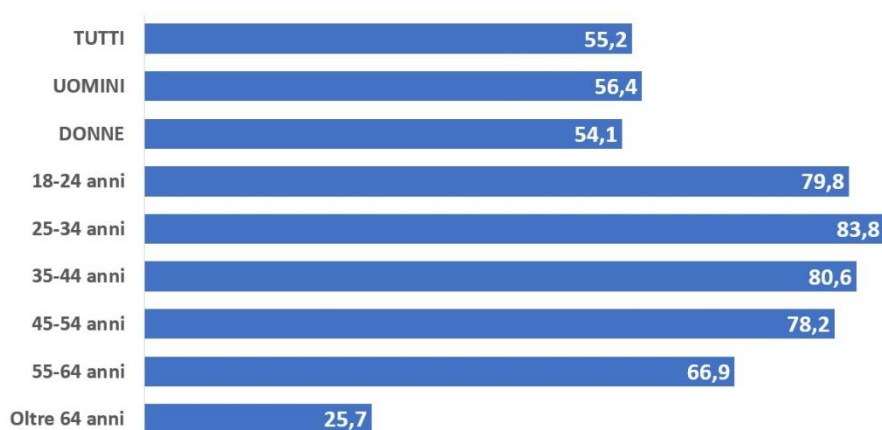
LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI GIUGNO 2019

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (MILIONI)	33	10,2	4,7	29,1
% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)	55,2%	17,1%	10,6%	65,1%
TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:28	1:13	1:45	4:21
UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)	41,3	27,6	7,5	35,6
% POPOLAZIONE – MESE (%)	69,1%	46,2%	16,8%	79,6%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	107:02	13:28	33:10	106:57

Fonte: Audiweb Database, GIUGNO 2019- Audiweb powered by Nielsen
 Total digital audience e PC = 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 da smartphone e/o tablet

Nel giorno medio a giugno erano online il 56,4% degli **uomini** e il 54% delle **donne** e, per quanto riguarda le fasce d'età, il **79,8% dei 18-24enni** (pari a 3,4 milioni), l'**83,8% dei 25-34enni** (5,7 milioni), l'**80,6% dei 35-44enni** (7,2 milioni), il **78,2% dei 45-54enni** (7,5 milioni), il **66,9% dei 55-64enni** (5,4 milioni) e il **25,7% degli over 64enni** (3,5 milioni).

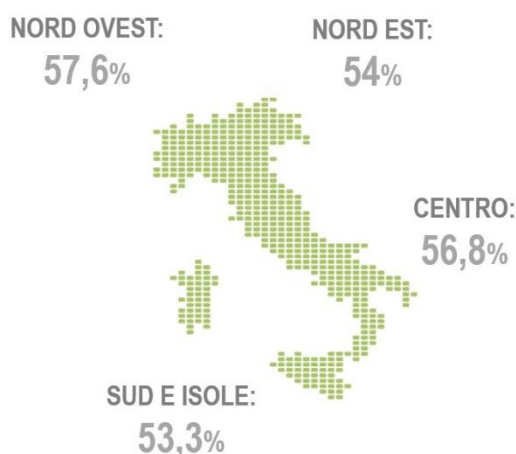
LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, GIUGNO 2019 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Per quanto riguarda l'area geografica di **provenienza** degli utenti online nel giorno medio, troviamo il 57,6% della popolazione del **Nord Ovest** (pari a 9 milioni), il 54% della popolazione del **Nord Est** (5,9 milioni), il 56,8% dal **Centro** (6,5 milioni) e il 53,3% dell'area **Sud e Isole** (11,5 milioni).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, GIUGNO 2019 - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet.

La fotografia dei consumi online nel mese di giugno conferma la tra le prime sotto-categorie di siti e applicazioni le sotto-categorie **"Search"**, con il 95,5% degli utenti online nel mese (39,5 milioni), **"Member Communities"** - Social Network -, con l'89% degli utenti (36,8 milioni), **"Internet Tools/Web Services"** - servizi e strumenti online - con l'88,7% degli utenti (36,7 milioni), **"Video/Movies"** con l'88,2% degli utenti

(36,4 milioni) e “General interest portals & communities” –portali generalisti - con l’87,3% degli utenti (36,1 milioni).

La sotto-categoria “Current Event & Global News”, che raggruppa i siti e le applicazioni delle testate giornalistiche online, con 35,1 milioni di utenti raggiunge l’85% dell’audience online nel mese, seguita dalla sotto-categoria **Instant Messaging**, dedicata alla messaggistica istantanea, raggiunge l’82% degli utenti online (34,1 milioni). A giugno, con l’avvicinarsi dell’estate, tra le sotto-categorie più consultate compare anche “Health Fitness & Nutrition”, con quasi 27 milioni di utenti mensili, pari al 65,3% dell’audience online.

LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI GIUGNO 2019

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	41,3	100,0%	106:57
SEARCH	39.470	95,5	05:44
MEMBER COMMUNITIES	36.770	89,0	21:27
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	36.659	88,7	06:07
VIDEOS/MOVIES	36.438	88,2	07:32
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	36.096	87,3	01:50
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	35.135	85,0	01:29
INSTANT MESSAGING	34.115	82,5	26:49
E-MAIL	33.125	80,1	09:12
SOFTWARE MANUFACTURERS	33.095	80,1	03:57
MASS MERCHANDISER	32.954	79,7	02:25
MAPS/TRAVEL INFO	31.302	75,7	01:57
CORPORATE INFORMATION	30.029	72,7	01:19
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	29.415	71,2	00:48
BROADCAST MEDIA	27.001	65,3	01:16
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	26.975	65,3	00:57

Fonte: Total Digital Audience nel mese di GIUGNO 2019 - Audiweb powered by Nielsen
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

*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**.

⁽²⁾ Il report Audiweb Week

Il report Audiweb Week rappresenta un estratto della rilevazione Audiweb Daily / Weekly e riporta i dati dell’audience online di una settimana del mese di rilevazione per gli editori aderenti e che, quindi, hanno instrumentato il TAG/SDK per l’attivazione della componente censuaria.

Derivati dalla rilevazione Audiweb Daily / Weekly, che offre dati “currency” (utenti, non browser), i dati rappresentati nel report Audiweb Week sono riferiti all’universo di individui dai 2 anni in su, non solo per la componente Computer, ma anche per la componente Mobile - Smartphone e Tablet - che nella rilevazione Audiweb Database è circoscritta all’universo di individui di 18-74 anni.

Tutte le informazioni sul nuovo sistema Audiweb 2.0 e sui dati disponibili sono consultabili sul **sito 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

