

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

La total digital audience a maggio ha raggiunto il 70,6% della popolazione di 2+ anni, pari a 42,2 milioni di individui online nel mese.

Nel giorno medio hanno navigato 33,9 milioni di individui, online in media per 4 ore e 23 minuti a persona.

Milano, 16 luglio 2019 – Audiweb rende disponibile il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **maggio 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.

La Total digital audience nel mese di maggio 2019

La total digital audience a maggio ha raggiunto il 70,6% della popolazione di 2+ anni, pari a 42,2 milioni di individui online nel mese.

Nel giorno medio risultano online **33,9 milioni di utenti**, collegati in media per 4 ore e 23 minuti. Questo mese, che arriva dopo il precedente caratterizzato da festività e ponti (Pasqua e 25 aprile), registra un **incremento di utenti unici nel giorno medio pari all'1,8%** rispetto ad aprile 2019 e, più in dettaglio, vede **online da computer** 11,2 milioni di persone (+4,3% rispetto ad aprile), **4,8 milioni da tablet** (+2%) e **29,4 milioni da smartphone** (+1,8%).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI MAGGIO 2019

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)	33,9	11,2	4,8	29,4
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	56,7%	18,8%	10,7%	65,8%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:23	1:16	1:49	4:16
UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)	42,2	29,1	7,5	35,5
% POPOLAZIONE - MESE (%)	70,6%	48,6%	16,7%	79,4%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	105:32	14:35	34:57	106:03

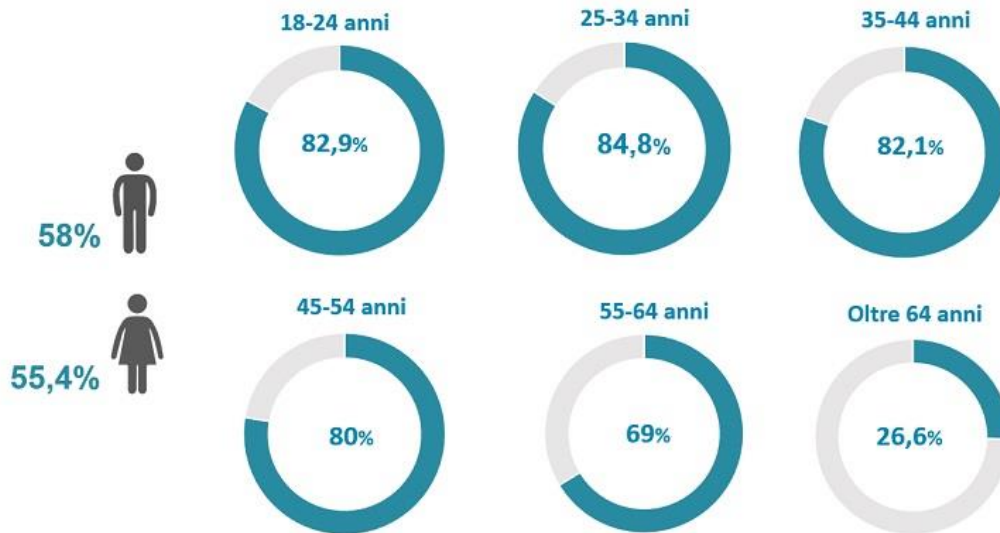
Fonte: Audiweb Database, Maggio 2019- Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Per quanto riguarda il **profilo degli utenti online**, a maggio troviamo **online nel giorno medio** il 58% degli **uomini** (17 milioni) e il 54,4% delle **donne** (16,9 milioni).

Entrando nel dettaglio delle fasce d'età, nel giorno medio hanno navigato almeno una volta **circa l'82% dei 18-24enni** (3,6 milioni) e **dei 35-44enni** (7,3 milioni), **l'84,8% dei 25-34enni** (5,8 milioni) - che rappresentano

anche il segmento della popolazione maggiormente interessato alla Rete -, l'**80% dei 45-54enni** (7,7 milioni), il **69% dei 55-64enni** (5,6 milioni) e il **26,6% degli over 64 anni** (3,6 milioni).

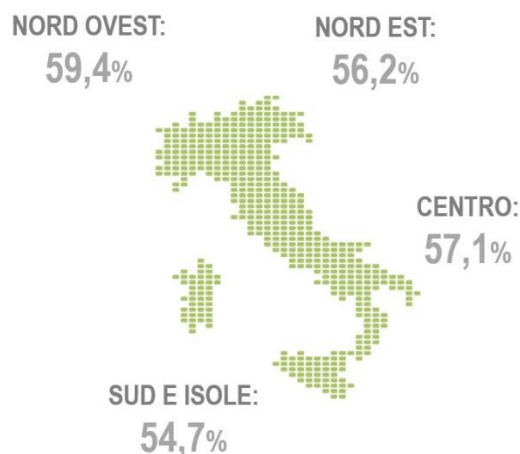
La popolazione online nel giorno medio



Fonte: Audiweb Database, MAGGIO 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

Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online risulta che a maggio erano online nel giorno medio il 59,4% della popolazione del **Nord Ovest** (pari a 9,4 milioni), il 56,2% della popolazione del **Nord Est** (6,1 milioni), il 57,1% dal **Centro** (6,5 milioni) e il 54,7% dell'area **Sud e Isole** (11,9 milioni).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Tra le prime tipologie di siti e applicazioni più visitati a maggio, troviamo confermate le sotto-categorie "**Search**", con il 95,8% degli utenti online nel mese, "**Member Communities**" – la categoria che raggruppa i

siti e le app dei Social Network -, con l'89,1% degli utenti e "Internet Tools/Web Services" - dedicata a servizi e strumenti online – con l'88,5% degli utenti.

Seguono poi le sotto-categorie che raggruppano siti e applicazioni dedicati all'intrattenimento e all'informazione, come: **Video/Movies**, con l'88,1% degli utenti online nel mese, "**General interest portals & communities**" – che raggruppa siti e app di portali generalisti e communities di interessi -, con l'87,9% degli utenti e "**Current events & global news**" – i siti e le applicazioni delle testate giornalistiche online -, con l'84,9% degli utenti.

LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI MAGGIO 2019

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI
Total	42,2	100,0%
SEARCH	40,5	95,8
MEMBER COMMUNITIES	37,6	89,1
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37,4	88,5
VIDEOS/MOVIES	37,2	88,1
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37,1	87,9
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	35,8	84,9
INSTANT MESSAGING	34,3	81,3
SOFTWARE MANUFACTURERS	34,1	80,8
E-MAIL	33,9	80,4
MASS MERCHANDISER	33,6	79,6
MAPS/TRAVEL INFO	32	75,7
CORPORATE INFORMATION	31,1	73,6
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	30,4	72
BROADCAST MEDIA	28,2	66,7
WEATHER	28,1	66,4

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

INFORMAZIONE DI SERVIZIO

A partire dal mese di aprile 2019 è stata rilasciata una nuova versione del meter per la rilevazione dei device dotati di sistema operativo Android, essenziale per tenere il passo con l'evoluzione di tale sistema operativo. Tutte le operazioni di verifica condotte dal Partner di ricerca Nielsen nel corso del mese di aprile, primo mese di attivazione degli aggiornamenti del meter, si sono concluse con esito positivo. L'effetto sui dati è riscontrabile in un aumento del Tempo speso accreditato ai brand misurati esclusivamente da panel e per le loro versioni Android, non sono stati riscontrati effetti sulle altre metriche, così come sulle entità taggate.

Contestualmente alla pubblicazione del documento di sintesi dei dati Audiweb Database di maggio 2019, sul sito Audiweb è stato ripubblicato il documento di sintesi dei dati di aprile 2019 con i dati completi sul tempo speso.

*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'instrumentazione 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** 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