

## Audiweb distribuisce i dati dalla total digital audience del mese di novembre 2018

Nel mese di novembre ha navigato il 71,3% della popolazione, pari a 42,6 milioni di utenti unici mensili, online complessivamente per 73 ore e 10 minuti.

La total digital audience nel giorno medio a novembre è rappresentata da 33 milioni di utenti, con 27 milioni online per 2 ore e mezza tramite smartphone app.

Milano, 17 gennaio 2019 – Audiweb rende disponibile il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **novembre 2018**, prodotto con la nuova metodologia Audiweb 2.0\*.

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 a novembre

La **total digital audience nel giorno medio** del mese di novembre è rappresentata da **33 milioni di utenti** online per **3 ore e 16 minuti** per persona.

Dai **dati di navigazione dai device** rilevati, risulta che nel giorno medio a novembre **11,6 milioni** di italiani hanno navigato **da computer**, **5,4 milioni da tablet** e **27,9 milioni da smartphone**.

La **total digital audience mensile** - gli utenti unici totali che nel mese hanno navigato su internet - è pari a **42,6 milioni di utenti** unici, il 71,3% della popolazione, online complessivamente per 73 ore e 10 minuti.

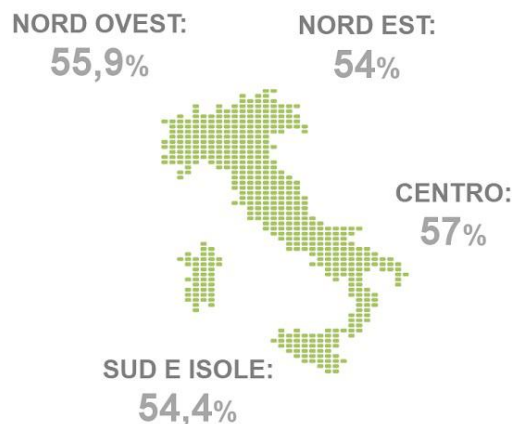
### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI NOVEMBRE 2018

	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</b>	11,6	5,4	27,9
<b>% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)</b>	<b>55,2%</b>	19,4%	12,1%	62,3%
<b>TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)</b>	<b>3:16</b>	1:16	1:41	3:01
<b>UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)</b>	<b>42,6</b>	28,9	8,5	34,5
<b>% POPOLAZIONE – MESE (%)</b>	<b>71,3%</b>	48,2%	18,9%	76,9%
<b>TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)</b>	<b>76:10</b>	15:24	32:22	73:16

Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 2018- 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 la **provenienza geografica**, nel mese di novembre risulta che erano online nel giorno medio il **55,9%** della popolazione dell'**area Nord Ovest** (8,9 milioni), **il 54% dall'area Nord Est** (5,8 milioni), **il 57% dall'area Centro** (6,5 milioni) e **il 54,4% dell'area Sud e Isole** (11,8 milioni).

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



Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 2018 - Audiweb powered by Nielsen  
 Total digital audience e PC = Popolazione dai 2 anni in su che ha navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione  
 Smartphone e Tablet audience = Popolazione di 18-74 anni che ha navigato almeno una volta dai device mobili



La popolazione online ha navigato per **3 ore e 16 minuti** in media per persona nel giorno medio e, con 3 ore e 32 minuti, **le donne** hanno speso online circa **mezz'ora in più** rispetto agli uomini.

In generale, gli utenti **tra i 18 e i 44 anni** hanno superato le **3 ore di navigazione da smartphone**, così come i **55-64enni** che, anche se online per meno tempo, hanno comunque trascorso online circa 2 ore e 40 minuti da smartphone, seguiti dagli **over 65 online per 2 ore e 11 minuti**.

### IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
<b>TUTTI</b>	<b>3:16:33</b>	<b>1:16:28</b>	<b>1:41:06</b>	<b>3:01:02</b>
<b>UOMINI</b>	<b>3:01:47</b>	<b>1:17:36</b>	<b>1:34:16</b>	<b>2:53:14</b>
<b>DONNE</b>	<b>3:32:17</b>	<b>1:15:01</b>	<b>1:47:11</b>	<b>3:08:23</b>
18-24 anni	3:48:27	1:09:40	1:36:06	3:29:00
25-34 anni	3:42:21	1:26:17	1:32:09	3:16:16
35-44 anni	3:37:43	1:23:53	1:38:55	3:12:36
45-54 anni	3:21:58	1:24:45	1:53:12	2:53:12
55-64 anni	2:51:50	1:12:19	1:48:08	2:39:59
Oltre 64 anni	1:58:41	0:59:56	1:26:42	2:11:30

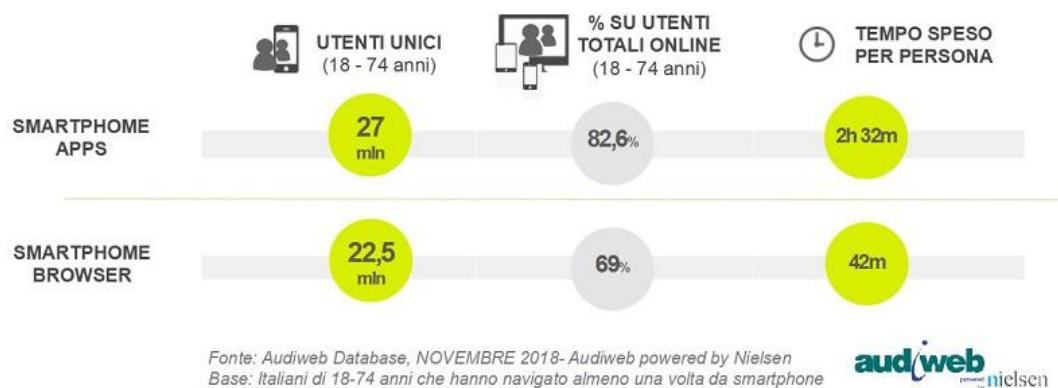
Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 2018 - Audiweb powered by Nielsen.  
 Total digital audience e computer = Popolazione dai 2 anni in su che ha navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione.  
 Smartphone e Tablet audience = Popolazione di 18-74 anni che ha navigato almeno una volta dai device mobili.



Dai dati di fruizione da **smartphone** risulta che nel giorno medio a novembre sono stati **27 milioni** gli utenti che hanno navigato **tramite applicazioni** installate sul proprio smartphone (l'82,6% degli utenti totali online), dedicandovi **2 ore e 32 minuti** in media a persona.

Gli utenti che hanno navigato **via browser da smartphone** sono stati **22,5 milioni** (il 69% degli utenti online) e lo hanno fatto solo per **circa 40 minuti** in media per persona.

## INTERNET DA SMARTPHONE TRA APP E BROWSER



Contestualmente alla distribuzione dei dati del mese di novembre, **sono stati rilasciati anche i dati riferiti alle rilevazioni di aprile e maggio**, così da coprire il periodo di sospensione della rilevazione e offrire continuità di trend al mercato.

I dati di queste ultime rilevazioni sono disponibili in due modalità di consultazione: nella **forma completa tramite i tool di pianificazione** e nella versione mensile tramite la piattaforma **Audiweb Media View, disponibili solo** per gli operatori abbonati ai servizi di consultazione; in forma sintetica rappresentati nel documento di sintesi pubblicato sul sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it) e disponibile per tutti gli utenti registrati al sito.

### Nota sulla copertura dell'offerta online rilevata da Audiweb

Nel **giorno medio** del mese di novembre sono stati **22,3 milioni** gli utenti unici che hanno navigato almeno una volta su almeno uno dei siti o applicazioni degli editori iscritti al servizio di rilevazione Audiweb.

La **copertura weekly**, ovvero gli utenti unici che almeno una volta nella settimana media hanno navigato su uno dei siti o applicazioni degli editori iscritti al servizio, raggiunge un valore molto rilevante ai fini della pianificazione pubblicitaria, con **33,8 milioni di utenti raggiunti, pari all'87% dell'intera offerta disponibile online**.

### \*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 espanse 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)**