

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

Nel mese di novembre erano online 41,6 milioni di utenti, collegati tramite computer, smartphone e/o tablet per 118 ore e 20 minuti complessivi per persona.

La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 34 milioni di individui di 2+ anni, con 30,3 milioni che hanno navigato da smartphone per 4 ore e 41 minuti in media per persona.

Milano, 15 gennaio 2020 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **novembre 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 novembre 2019

La **total digital audience a novembre** ha raggiunto **41,6 milioni** di individui di 2+ anni, collegati dai device rilevati - computer, smartphone e/o tablet - per **118 ore e 20 minuti** complessivi, pari a 4 giorni e 22 ore.

Nel **giorno medio** erano online **34 milioni** di utenti, collegati per **4 ore e 49 minuti** in media per persona dai device rilevati. La fruizione nel giorno medio a novembre vede 10 milioni e 100 mila utenti online da **computer**, 4 milioni e 900 mila utenti (e/o) da **tablet** e 30,3 milioni di utenti (e/o) da **smartphone**.

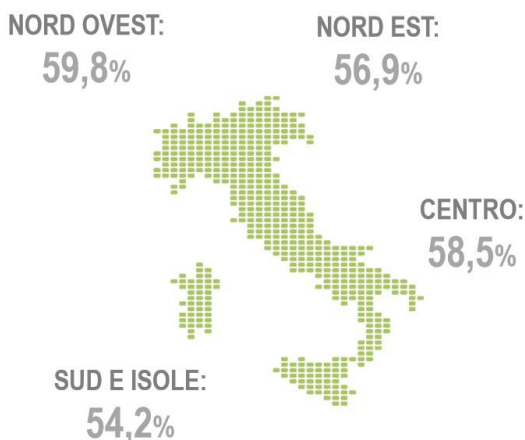
LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI NOVEMBRE 2019

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)	34	10,1	4,9	30,3
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	57%	16,9%	11%	68%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:49	1:16	1:50	4:41
UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)	41,6	25,8	7,7	36,7
% POPOLAZIONE - MESE (%)	69,6%	43,3%	17,2%	82,3%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	118:20	14:48	35:23	116:19

Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 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

Dai dati sulla **provenienza geografica degli utenti**, risulta rappresentata la stessa distribuzione dei mesi scorsi, con il 59,8% della popolazione del **Nord Ovest** (9,6 milioni), il 56,9% della popolazione del **Nord Est** (6,3 milioni), il 58,5% dal **Centro** (6,7 milioni) e il 54,2% dell'area **Sud e Isole** (11,4 milioni).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

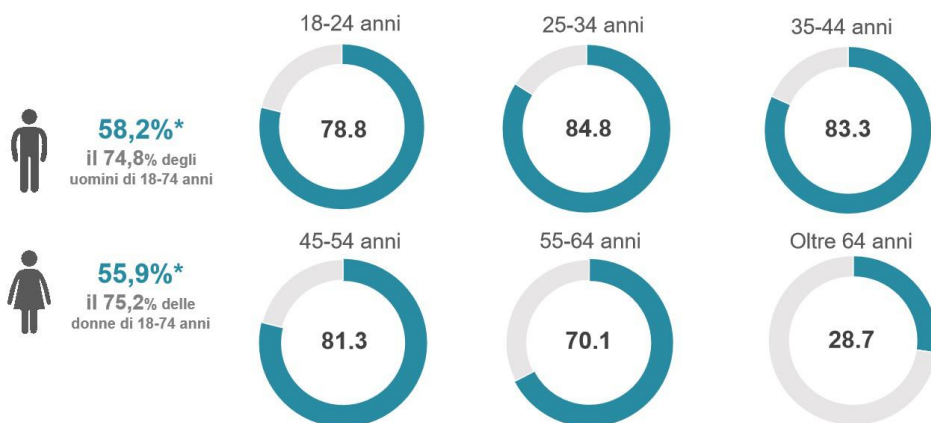


Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 2019
Audiweb powered by Nielsen
Base: TDA e Computer audience = Individui 2+ anni;
Smartphone e Tablet = individui 18-74 anni..

Per quanto riguarda il **profilo degli utenti online nel giorno medio** a novembre, troviamo online il 58,2% degli **uomini** (17 milioni) e il 55,9% delle **donne** (17,1 milioni) e, più in dettaglio tra i differenti segmenti della popolazione, oltre l'**80% dei 18-54enni** - l'84,8% dei **25-34enni** (5,6 milioni), l'83,3% dei **35-44enni** (7,2 milioni) e l'81,3% dei **45-54enni** (7,9 milioni) - il 78,8% dei **18-24enni** (3,2 milioni), il 70,1% dei **55-64enni** (5,8 milioni) e il 28,7% degli **over 64 anni** (3,9 milioni).

Tutti valori che, guardando i dati sulla penetrazione della fruizione dell'online in mobilità, risultano fortemente influenzati dalla navigazione via smartphone.

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO

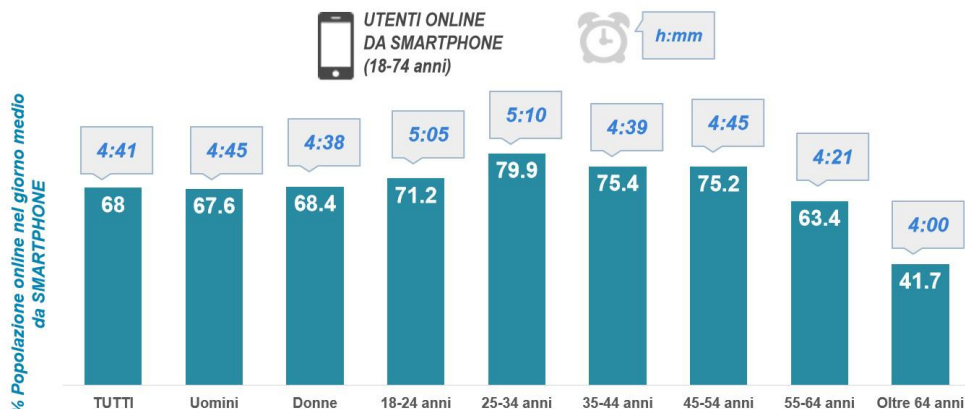


Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 2019 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su; Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.

La **navigazione da smartphone** nel giorno medio, infatti, raggiunge il **68% della popolazione maggiorenne** che vi spende **4 ore e 41 minuti** in media a persona per navigare o utilizzare applicazioni connesse.

Il segmento dei **25-34enni** risulta il più coinvolto, con quasi l'**80%** della popolazione di questa fascia online nel giorno medio per **5 ore e 10 minuti**. Oltre il **75% dei 35-44enni** (75,4%) e dei **45-54enni** (75,2%) ha navigato nel giorno medio da smartphone per **più di 4 ore e 30 minuti**, seguiti dal **71,2% dei 18-24enni** online per circa **5 ore** in media per persona.

LA POPOLAZIONE ONLINE DA SMARTPHONE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, NOVEMBRE 2019 - Audiweb powered by Nielsen
Smartphone audience = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Dal punto di vista delle **preferenze online**, nel mese di novembre resta confermata la distribuzione degli utenti tra le varie sotto-categorie di siti: dai **motori di ricerca** che raccolgono l'interesse del 96,5% degli utenti mensili (pari a 40,1 milioni), alle sottocategorie dedicate ai **Social Network** (37,7 milioni di utenti per la sotto-categoria Member Communities), ai contenuti video e ai **servizi e strumenti online** (37,6 milioni per le due sotto-categorie Video/Movies e Internet Tools/Web Services) che raggiungono il 90% degli utenti.

L'interesse verso differenti contenuti online viene confermato anche per i **portali generalisti** - General Interest Portals & Communities - che hanno raggiunto 37 milioni di utenti (pari all'89,1% degli utenti mensili), per i **siti di news online** - Current Event & Global News -, con 36,1 milioni di utenti (l'86,8%), per i **siti dedicati allo shopping online** - Mass Merchandiser -, con 35,2 milioni di utenti (l'84,7%), per poi estendersi alle sotto-categorie dedicate ai **servizi per comunicare**, quali **Instant Messaging** (35,1 milioni) ed **Email** (33,9 milioni), dopo quelli dedicati alla presentazione o aggiornamento di software - Software Manufacturers.

LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI NOVEMBRE 2019

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	41,6	100,0%	118:20
SEARCH	40,1	96,5	9:27
MEMBER COMMUNITIES	37,7	90,6	21:21
VIDEOS/MOVIES	37,6	90,5	7:15
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37,6	90,4	3:02
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37,0	89,1	2:59
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36,1	86,8	1:53
MASS MERCHANDISER	35,2	84,7	3:39
INSTANT MESSAGING	35,1	84,6	29:32
SOFTWARE MANUFACTURERS	34,2	82,4	4:01
E-MAIL	33,9	81,5	11:18
MAPS/TRAVEL INFO	32,0	77,0	1:54
CORPORATE INFORMATION	31,6	76,0	1:15
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	30,4	73,2	0:53
FOOD & COOKING	30,1	72,5	0:31
BROADCAST MEDIA	29,6	71,3	1:06

Fonte: Total Digital Audience nel mese di NOVEMBRE 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**.

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