

Disponibili i dati dalla total digital audience del mese di settembre 2018.

Nel mese di settembre la total digital audience ha raggiunto 42,7 milioni di utenti unici, pari al 70,5% della popolazione dai 2 anni in su.

La total digital audience nel giorno medio è rappresentata da 33,5 milioni di utenti, con il 60,9% della popolazione maggiorenne online quotidianamente da smartphone per 2 ore 46 minuti in media per persona.

Milano, 22 novembre 2018 – Audiweb rende disponibile **il nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **settembre 2018**. Prodotti con la nuova metodologia Audiweb 2.0*, i nuovi dati dell'Audiweb Database, sono stati distribuiti alle software house e consultabili dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

La total digital audience a settembre

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI SETTEMBRE 2018

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (MILIONI)	33,5	11,7	5,4	27,7
% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)	55,4%	19,4%	11,8%	60,9%
TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:58	1:14	1:36	2:46
UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)	42,7	29,5	8,9	34,1
% POPOLAZIONE – MESE (%)	70,5%	48,8%	19,6%	75,1%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	70:06	14:46	29:06	67:15

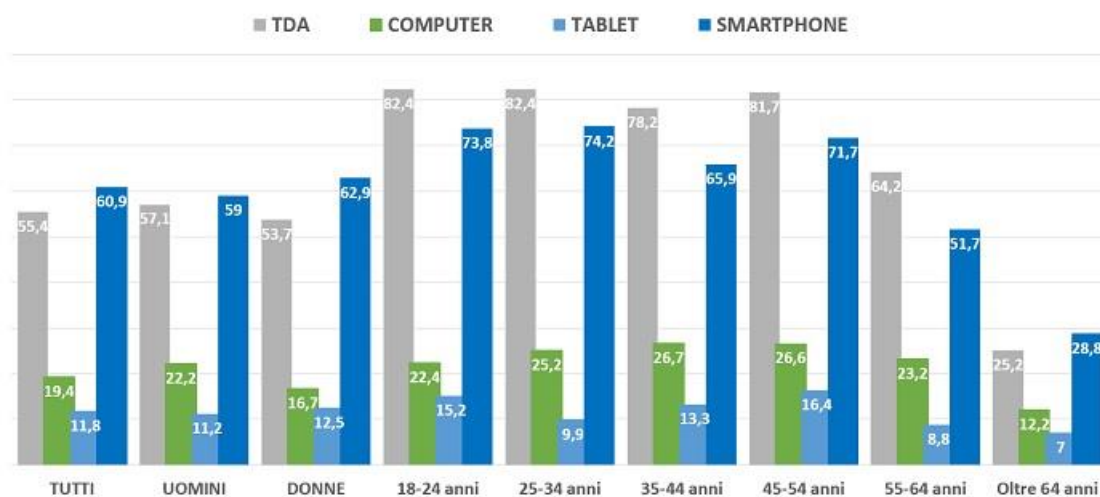
Fonte: Audiweb Database, SETTEMBRE 2018 - Audiweb powered by Nielsen
 Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
 Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

La total digital audience nel mese di settembre 2018 ha raggiunto **42,7 milioni** di utenti unici collegati da almeno uno dei device rilevati tra computer, smartphone e tablet. In questo mese di rilevazione, l'online in Italia ha interessato complessivamente il **70,5% della popolazione** dai 2 anni in su e, per quanto riguarda la fruizione in mobilità, ha visto coinvolta il **75,1%** della popolazione maggiorenne (18-74 anni), pari a 34,1 milioni di persone collegate da smartphone.

Nel giorno medio hanno navigato almeno una volta dai device rilevati **33,5 milioni di utenti** dai 2 anni in su, per **quasi 3 ore in media per persona**.

Per quanto riguarda il device d'accesso nel giorno medio, nel giorno medio a settembre risulta che hanno navigato **11,7 milioni di utenti da computer** (il 19,4% della popolazione di 2+ anni), **5,4 milioni di persone da tablet e/o 27,7 milioni da smartphone** (rispettivamente l'11,8% e il 60,9% della popolazione maggiorenne).

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, SETTEMBRE 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

I **segmenti più coinvolti** nella fruizione quotidiana dell'online risultano: il segmento più ampio dei **giovani tra i 18 e i 34 anni**, con l'82,4% dei casi online nel giorno medio da almeno uno dei device rilevati e circa il 74% di questa parte della popolazione che ha navigato da smartphone; il segmento della **fascia più matura dei 45-54enni**, online nell'81,7% dei casi, con il 71,7% online almeno una volta anche o solo da smartphone; **la fascia dei 35-44enni** online nel 78,2% dei casi da uno dei device rilevati e, più in dettaglio, nel 65,9% dei casi online da smartphone, che si lascia superare dall'area più matura della Generazione X (45-54enni).

I dati di sintesi dell'audience online nel giorno medio e degli editori iscritti al servizio sono disponibili sul sito Audiweb per tutti gli utenti registrati.

*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 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