

## **Audiweb completa la nuova ricerca Mobile e pubblica i primi dati della total digital audience, integrando in un unico planning database le navigazioni da pc, smartphone e tablet.**

*Distribuito il nastro di pianificazione per gli operatori con i dati di gennaio, febbraio e marzo 2014. I dati smartphone e tablet, ora aggregati, verranno evidenziati separatamente a partire dal dato di luglio.*

*Total digital audience a marzo 2014: 25 milioni gli italiani online tra i 18 e i 74 anni per un consumo mensile di 46 ore e 15 minuti.*

*Nel giorno medio sono 19,8 milioni gli utenti attivi, con una media di 1 ora e 53 minuti online per persona.*

*Con 17,2 milioni di utenti nel mese, collegati in media per 38 ore e 21 minuti, la fruizione di internet da mobile (smartphone e tablet) rappresenta il 57% del tempo totale speso online.*

---

*Milano, 1 luglio 2014 – Audiweb completa la ricerca Mobile e pubblica, per la prima volta, il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i dati di **audience online da mobile (smartphone e tablet) integrati con i dati da pc dei mesi di gennaio, febbraio e marzo 2014.***

Il nuovo set di dati è il risultato dell'**estensione del sistema di rilevazione di Audiweb, Audiweb Mobile**, sviluppato in collaborazione con i partner di ricerca Nielsen, Doxa e Memis, con l'obiettivo di offrire dati e informazioni puntuali sulla **total digital audience e sulla fruizione di internet dai nuovi device mobili.**

Nel corso del convegno "**lab Seminar Mobile Marketing & Advertising**", tenutosi stamattina, **Audiweb ha presentato i primi dati della Total Digital Audience sulla fruizione totale di internet da computer e device mobili** da cui è emersa la portata rilevante di internet nella quotidianità degli italiani.

In base ai **dati della total digital audience di marzo**, risultano online **25 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni**, collegati in media per **46 ore e 15 minuti nel mese**.

*“L’estensione del sistema di rilevazione Audiweb rappresenta un grande risultato. Per la prima volta vengono distribuiti al mercato i dati sulla fruizione complessiva di internet e sulla fruizione da mobile”, dichiara Enrico Gasperini, presidente di Audiweb. “Grazie all’estensione del sistema di rilevazione e al lavoro di sviluppo portato avanti negli ultimi due anni, gli operatori del mercato potranno misurare la complessiva portata del mezzo, utilizzando strumenti indispensabili per la pianificazione delle campagne anche sui device mobili, che sempre più influenzano i consumi del mezzo.”*

**La mobile audience** è rappresentata da **17,2 milioni di utenti nel mese** (utenti unici che accedono a internet da smartphone e tablet), con un dato non molto differente **nel giorno medio – 14,5 milioni** – che dimostra l’uso abituale dei nuovi device per accedere alla rete.



TOTAL DIGITAL AUDIENCE, Marzo 2014 - Individui 18-74 anni. AUDIWEB powered by Nielsen

**I 18-34enni generano la metà (52%) del tempo speso online tramite device mobili** e lo stesso valore è riscontrato sul totale del tempo dedicato dagli utenti nella **fruizione di applicazioni mobile** (il 52% del tempo speso su applicazioni mobile).

Altra parte consistente del tempo totale dedicato alla navigazione da mobile, **il 42%, è generato dai 35-54enni** che, più in dettaglio, **prediligono il mobile browsing**, la navigazione tramite browser (48% del tempo mobile dedicato al mobile browsing).

Analizzando i **dati sull’uso dei differenti device per accedere a internet nel giorno medio** - computer e device mobili –risultano **7,4 milioni gli italiani che accedono a internet solo da**

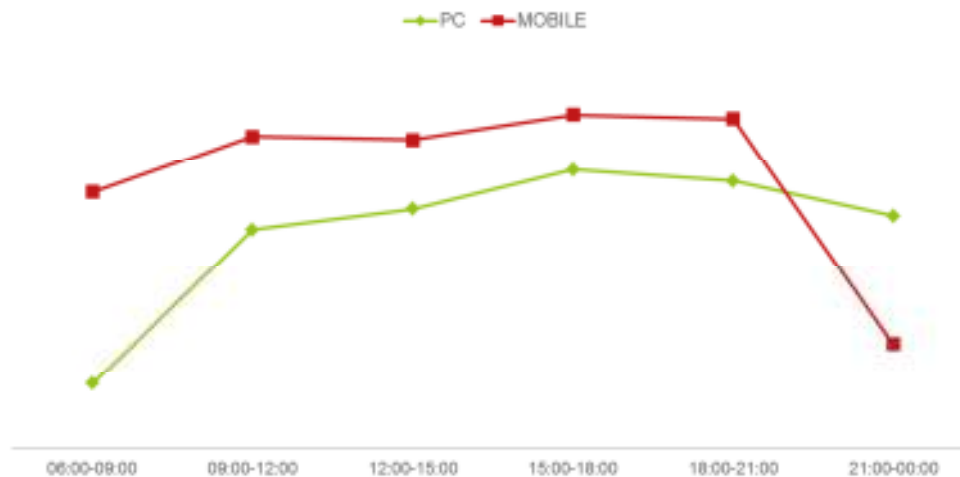
**mobile** (il 37% degli utenti online nel giorno medio), un dato superiore all'accesso solo da computer (5,3 milioni solo PC) e all'uso combinato tra i due device (7,2 milioni PC e mobile). **Il 91% degli utenti tra i 18 e i 24 anni nel mese si può definire "multiscreen surfer"**, con una forte propensione all'uso esclusivo dei device mobili per accedere a internet nel giorno medio (il **55% degli utenti di questo profilo che accede a internet nel giorno medio solo da mobile**).

Per quanto riguarda il **consumo dell'online da device mobili**, emergono quote molto elevate per il **tempo speso** nella fruizione di contenuti delle categorie **social network** (59% del tempo totale speso nella fruizione di contenuti della categoria), **siti o applicazioni legate al mondo dei cellulari** (Cellular / Paging: 99%), **contenuti vari di intrattenimento** (71%, multicategory entertainment), **portali** (73%, general interests portal & communities). Mentre le news (79%) e le **email** (86%) hanno una quota di tempo **molto più elevata da PC**.

Dai dati sulla **distribuzione del tempo totale speso online nel giorno medio** attraverso i due device rilevati, emerge un trend stabile per tutta la giornata dovuto al **peso della fruizione da mobile attiva dalle ore 9 alle 21**, a differenza della **fruizione da computer che conferma il peak time nel pomeriggio**.

Confrontando i dati di audience nel giorno medio dei **mezzi digitali** rilevati da Audiweb (PC, mobile e total digital audience) e della **TV** (elaborazione Audiweb su dati Auditel), risulta che **per i 18-24enni internet è il mezzo principale dalle ore 6 alle 21**, in particolare nel *peak time* della total digital audience, **tra le ore 15 e le 18 in cui si rilevano 2,2 milioni di utenti**.

La distribuzione del tempo nel giorno medio per PC e MOBILE



TOTAL DIGITAL AUDIENCE nel giorno medio, Marzo 2014 - Individui 18-74 anni, fasce orarie analizzate: ore 6-24.

AUDIWEB powered by Nielsen

**Questi i primi dati di sintesi disponibili in Audiweb Database**, il nastro di pianificazione che consentirà di disporre dei dati sulla total digital audience, organizzati per device (PC e Mobile), con la stima della fruizione totale di internet, al netto delle sovrapposizioni tra i diversi device rilevati.

Il nastro di pianificazione, distribuito alle software house e fruibile attraverso i tool di pianificazione, offrirà, dunque, il dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio, relativamente alla fruizione dai differenti device rilevati.

**La prima distribuzione dei dati sulla total digital audience prevede la disponibilità immediata del nastro di pianificazione per i mesi di gennaio, febbraio e marzo 2014.**

Entro fine luglio, sarà possibile consultare anche i **dati mobile mensili**, con lo stesso livello di dettaglio, organizzati in base ai tre device disponibili - pc, smartphone o tablet -, e consultabili attraverso la piattaforma **Audiweb View** disponibile per gli operatori iscritti al servizio.

**A partire dai dati del secondo semestre del 2014 i dati di audience Smartphone e Tablet saranno separati** e verrà ridotto il divario temporale nella consegna dei dati PC da quelli completi, arrivando alla distribuzione simultanea sul mercato di un unico nastro di pianificazione, con tutti i dati disponibili: total digital audience, smartphone, tablet e pc audience.

In concomitanza con la pubblicazione dei nuovi dati della digital audience, Audiweb rilascia il nuovo sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it) caratterizzato da un'interfaccia user friendly da cui è possibile accedere in modo più facile e immediato ai dati e ai report Audiweb. Inoltre, i tool Audiweb Report grafico e Audiweb Trends consentono, grazie a una nuova interfaccia grafica, di visualizzare in modo semplice e intuitivo i dati disponibili.

## **METODOLOGIA**

Completamente **integrata alla rilevazione dell'audience da pc**, la nuova ricerca è basata su un **modello di rilevazione 'user centric'** che integra i dati di navigazione da device mobili (smartphone e tablet) con i dati della fruizione pc.

**L'estensione del sistema di rilevazione ha richiesto un importante ampliamento del panel e la conseguente evoluzione della metodologia alla base del sistema di rilevazione. In particolare, al panel pc già esistente, composto da oltre 40.000 panelisti, sono stati aggiunti un nuovo panel per la misurazione delle navigazioni e dell'utilizzo di applicazioni da smartphone, composto da circa 3000 panelisti (1.500 per il sistema operativo Android e 1500 per iOS), e il panel per i tablet, composto da circa 1000 panelisti (Android e iOS). I due nuovi panel utilizzano meter-softwar per la rilevazione automatica delle navigazioni degli utenti.**

Il risultato finale è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database: un file respondent level**, che contiene i **dati elementari di navigazione e i profili socio demografici degli utenti online dai 18 anni in su**, con un dettaglio per giorni della settimana, fasce orarie di 3 ore, proponendo le metriche già usate per l'audience da pc: utenti unici, reach %, pagine viste e tempo speso.

## **LEGENDA**

**Utenti attivi nel giorno medio (Reach Daily)** = fruitori per almeno un secondo del mezzo nel giorno medio del periodo selezionato.

**Utenti attivi (Reach)** = fruitori per almeno un secondo del mezzo nell'intero periodo di durata della rilevazione.

Si prega di citare nella diffusione dei dati Audiweb elementi tecnici quali: la fonte, il nome del report, l'universo di riferimento e le date di rilevazione.

## **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 guidato dal Presidente Enrico Gasperini e 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:*

**Hill+Knowlton Strategies - Tel. 02.319141**

Anna Bellini

[anna.bellini@hkstrategies.com](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)

Michele Bon

[michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Alberto Alloisio

[alberto.alloisio@audiweb.it](mailto:alberto.alloisio@audiweb.it)

Maria Giovanna Migliaro

[mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)