Audiweb pubblica i dati della mobile e total digital audience del mese di aprile 2014

Nel mese di aprile 2014 l'audience totale di internet ha raggiunto 28,9 milioni di italiani dai due anni in su, con una media di 37ore e 50 minuti per persona.

L'audience da mobile è rappresentata da 17,2 milioni di utenti mensili tra i 18 e i 74 anni, 14,8 milioni nel giorno medio.

Il 58% del tempo totale speso online è generato dalla fruizione di internet da device mobili, il 51,7% dalla fruizione tramite mobile applications.

Milano, 7 agosto 2014 – Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i dati di **audience online da mobile** (smartphone e tablet) **e dell'audience totale di internet** (total digital audience) **del mese di aprile 2014**.
Il nastro di pianificazione, distribuito alle software house e fruibile attraverso i tool di pianificazione, offre il dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio, organizzati per device (PC e Mobile).
I nuovi dati sull'audience totale di internet e sulla fruizione di internet da device mobili sono disponibili anche sulla piattaforma **Audiweb View** per la consultazione dei **dati mensili** su tutto il mercato online.

Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database aprile 2014

Sono stati **28,9 milioni gli italiani dai due anni in su che si sono collegati a internet almeno una volta nel mese di aprile 2014**, online in media per **37ore e 50 minuti per persona**.
L'audience totale nel **giorno medio** raggiunge **20,6 milioni di utenti** collegati per **1 ora e 46 minuti**.

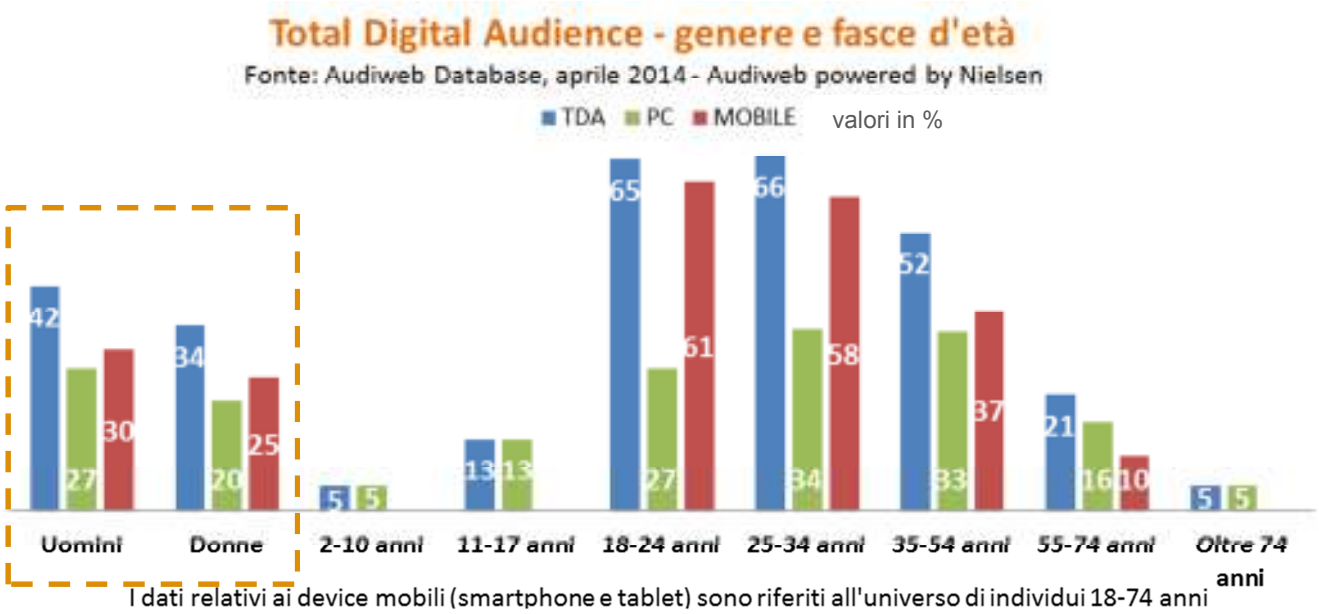
L'audience di internet da device mobili è rappresentata da **17,2 milioni di utenti nel mese** (utenti unici tra i 18 e i 74 anni che accedono a internet da smartphone e tablet), con una media di **37 ore di tempo speso per persona**. Nel **giorno medio** gli utenti mobile sono stati 14,8 milioni.

Audiweb srl | Via Larga 13, 20122 Milano | Tel. +39. 02.58315141 | Fax +39. 02.58318705 | E-mail: audiweb@audiweb.it

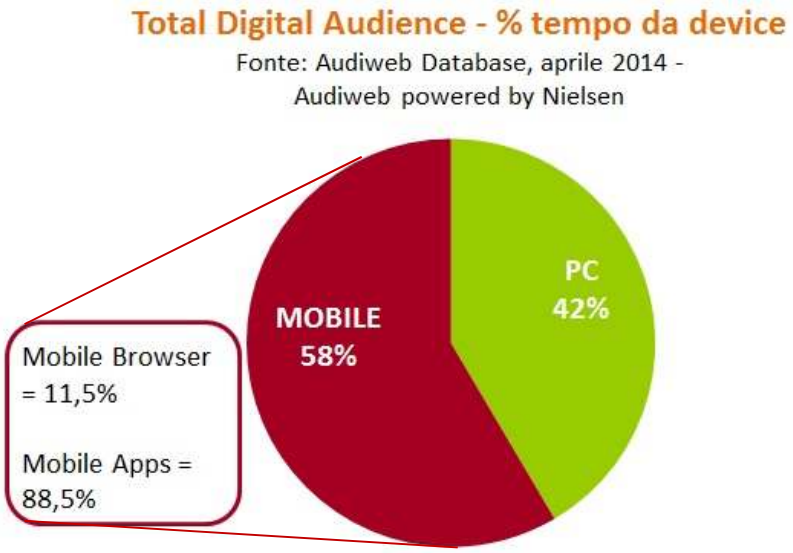
Total Digital Audience			
Fonte: Audiweb Database, aprile 2014 - Audiweb powered by Nielsen			
	TDA	PC	MOBILE
Utenti unici nel giorno medio (.000)	20,559	12,634	14,851
Tempo speso per persona nel giorno medio (h:mm)	1:46:00	1:12:00	1:26:00
Utenti unici nel mese (.000)	28,859	27,468	17,187
Tempo speso per persona nel mese (h:mm)	37:50:00	16:31:00	37:08:00

In base ai **dati socio-demografici, nel giorno medio** risultano online **11,3 milioni di uomini** (il 41,8% degli uomini dai 2 anni in su) e **9,3 milioni di donne** (il 34,3% delle donne dai 2 anni in su). Con 1 ora e 32 minuti nel giorno medio e 40 ore e 12 minuti nel mese, **le donne restano online tramite device mobili per più tempo rispetto agli uomini** (1 ora e 21 minuti nel giorno medio e 34 ore e 41 minuti nel mese).

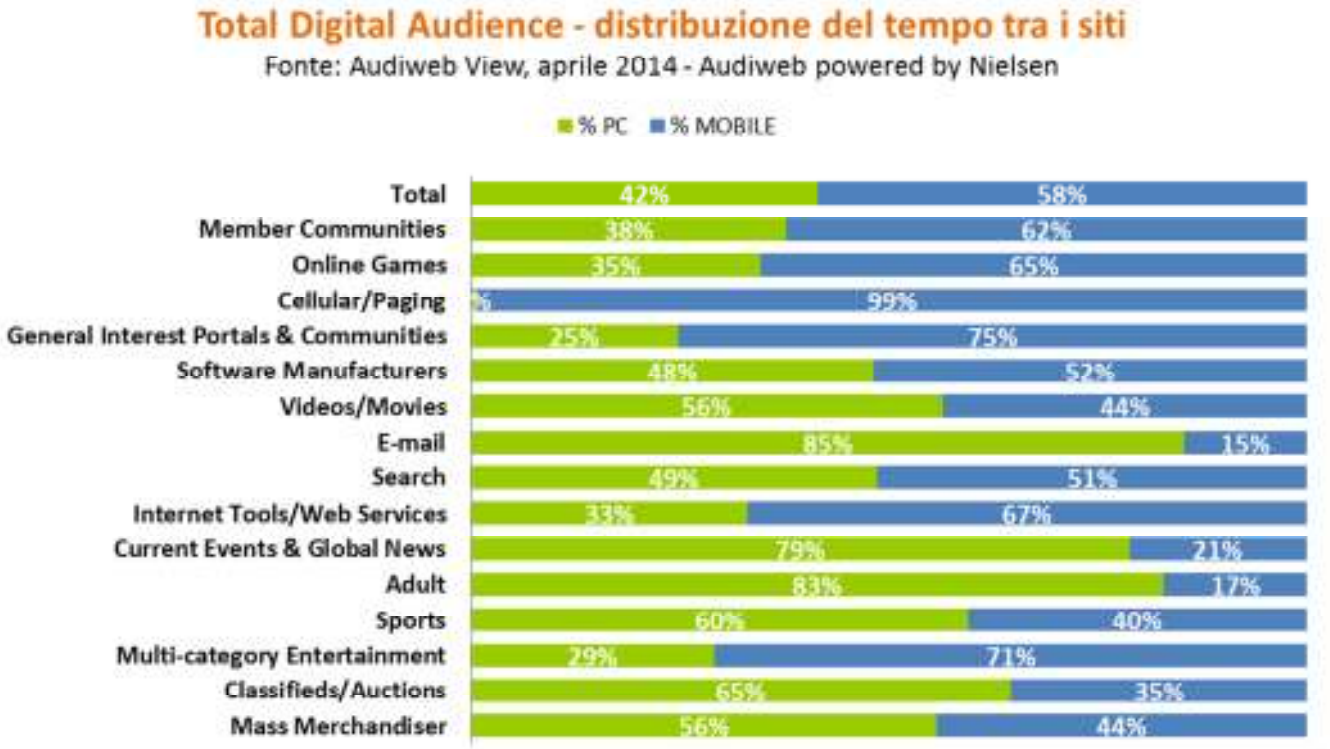
La fruizione quotidiana di internet è **molto diffusa principalmente tra le fasce più giovani della popolazione**, rispettivamente il **66% dei 25-34enni** (4,5 milioni) e il **65% dei 18-24enni** (2,8 milioni), che risultano anche i segmenti **più attivi nella fruizione di internet da mobile**.
In particolare, i giovani tra i 18 e i 24 anni accedono a internet **da device mobili** per 1 ora e 54 minuti al giorno e per oltre 50 ore nel mese, mentre i 25-34enni per 1 ora e 30 minuti nel giorno medio e 39 ore e 47 minuti nel mese.



Per quanto riguarda **i dati sull'uso dei differenti device utilizzati per accedere a internet**, risulta che **il 58% del tempo totale speso online è generato dalla fruizione di internet da mobile** e, più in dettaglio, **il 51,7% dalla fruizione tramite mobile applications**.
Per quanto riguarda, invece, la fruizione di internet da mobile, **l'88,5% del tempo speso tramite questi device** è generato dall'uso di mobile applications.



Tra le **categorie di siti più visitate ad aprile, la fruizione da mobile** rappresenta quote più elevate sul **tempo speso** per i **siti o applicazioni legati al mondo dei cellulari** (99% del tempo totale speso online su Cellular / Paging), i **siti generalisti** (75% su General Interest Portals & Communities), di **intrattenimento di vario genere** (71% su Multi-category Entertainment), **siti o applicazioni utili per il lavoro e la condivisione** (67% su Internet Tools / Web Services), i siti di **giochi online** (65% su Online Games) e i **Social Network** (62% su Member Communities).
Più tempo viene generato **da PC** nella consultazione delle **email** (85% del tempo speso su siti della categoria email), nella fruizione delle **news online** (79% su Current Event & Global News), su siti di **eCommerce** (65% su Classifieds/Auctions e 56% su Mass Merchandiser) e su siti specifici di **intrattenimento** (83% Adult, 60% su siti sportivi, 56% su siti con contenuti video).



La sintesi del report Audiweb Database (con i dati quotidiani di navigazione sui siti degli editori iscritti ad Audiweb) è disponibile sul sito www.audiweb.it per gli utenti registrati e in forma completa per tutti gli abbonati attraverso le principali aziende di elaborazione dati per la pianificazione pubblicitaria.

NOTA METODOLOGICA

Completamente **integrata alla rilevazione dell'audience da pc**, la nuova ricerca Audiweb Mobile è basata su **un modello di rilevazione '*user centric*'** che i**ntegra 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-sofware 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,** 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.

L'universo di riferimento della mobile audience:
- **18/74enni;**
- possessori di smartphone/tablet con sistemi operativi Android o iOS;
- che dichiarano di navigare in Internet da smartphone/tablet.

L'universo di riferimento della total digital audience:
- individui con età 2-74+, ad esclusione dei dati "Mobile" che sono rilevati per i soli 18-74enni, quindi:
- i consumi "Mobile" per la fascia di età 2-17 e over 74 sono pari a zero,
- i consumi per la fascia di età 2-17 e over 74 del dato "Total" sono riferiti esclusivamente ai consumi da "PC.

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
Michele Bon
michele.bon@hkstrategies.com

Audiweb - Tel. 02.58315141
Maria Giovanna Migliaro
mariagiovanna.migliaro@gmail.com