

IAB Forum 2014: Audiweb presenta i dati sull'evoluzione dell'audience online

La diffusione di internet in Italia è capillare: sono 40 milioni gli italiani che possono accedere a internet in Italia, +6.8% negli ultimi due anni, e continua la crescita tra i segmenti non ancora del tutto conquistati.

Nel 2014 si afferma il primato del mobile nella fruizione quotidiana di internet, con 16,4 milioni di utenti online per 1 ora e 44 minuti e il 59% del tempo totale speso online generato dalla fruizione di mobile applications.

Il mobile internet è dei Millennials: il 67% dei 18-34enni sceglie i device mobili per accedere alla rete nel giorno medio.

Milano, 25 novembre 2014 – In occasione del convegno **IAB Forum 2014**, Audiweb ha presentato **l dati di scenario sull'audience online in Italia**, con un focus sui **trend** degli ultimi anni, sulle **abitudini di consumo** degli utenti online e sul crescente **valore dei device mobili**.






In base ai nuovi **dati sulla diffusione dell'online in Italia**, Audiweb Trends, emerge che **la diffusione dell'online nel nostro Paese è ormai capillare**. Sono, infatti, **40 milioni gli italiani che possono accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento** (l'84,4% degli 11-74 anni), con un trend di crescita del 6,8% negli ultimi due anni.

I **device mobili**, smartphone e tablet, conquistano sempre più persone facendo da traino per l'ulteriore incremento della diffusione di internet in Italia: gli **smartphone connessi** sono disponibili per il 56% della popolazione (26,5 milioni, + 69,5% in due anni) e i **tablet** per il 20% (9,5 milioni+ 310%).

Nel 2014 si rileva il primato del mobile nella fruizione quotidiana di internet, un fenomeno già previsto negli anni scorsi - registrato a partire dall'estensione del sistema di rilevazione Audiweb anche ai dati mobile – e in controtendenza con il calo dell'audience da PC nel corso del 2013 (- 3,4% nella fruizione mensile e -7,8 nella fruizione quotidiana)

Oggi, in base ai nuovi dati Audiweb **sull'uso di internet a settembre 2014**, Audiweb Database, la **total digital audience** è rappresentata da **21 milioni di utenti unici (2+ anni) nel giorno medio**, collegati per 2 ore per persona, e 28,6 milioni nel mese, online per 46 ore.

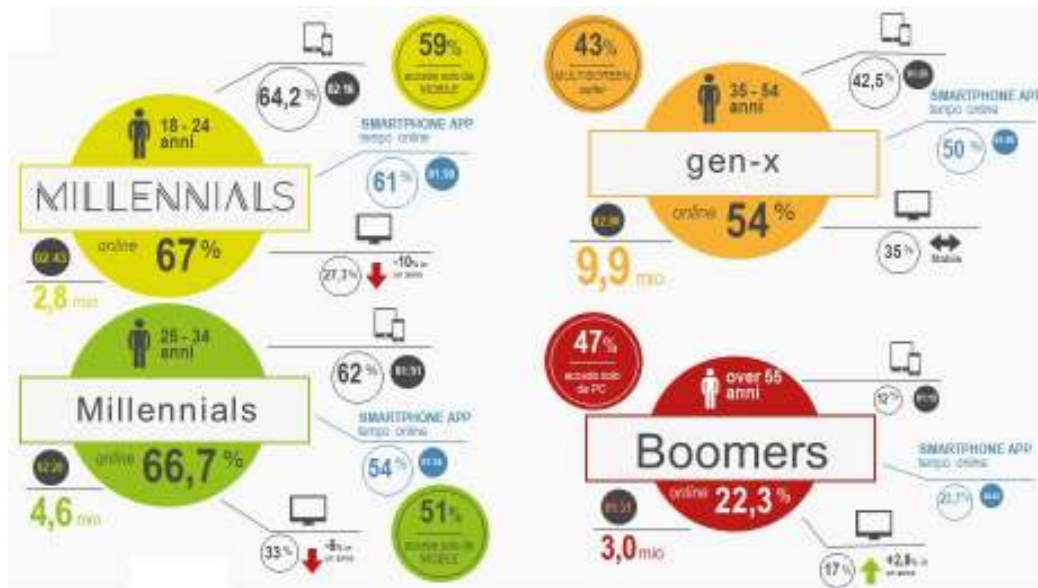
La **fruizione di internet in mobilità** è rappresentata da **15 milioni di utenti unici (18-74 anni)** che accedono a internet nel giorno medio tramite **smartphone**, online per 1 ora e 29 minuti a persona, e 5,2 milioni tramite **tablet**, per 1 ora e 12 minuti.

	 TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	 PC (2+ anni)	 MOBILE* (18 - 74 anni)	 SMARTPHONE (18 - 74 anni)	 TABLET (18 - 74 anni)
UNIQUE AUDIENCE - DAILY (.000)	21,153	12,932	16,404	15,023	5,164
UNIVERSE REACH - DAILY (%)	39,2%	24,0%	37,8%	34,6%	11,9%
TIME PER PERSON - DAILY (HH:MM)	2:05	1:12	1:44	1:29	1:12

Il mobile internet piace alle donne e 'svecchia' l'audience interessando le fasce più giovani della popolazione.

Infatti, nel giorno medio risultano online **7,6 milioni di donne**, con 1 ora e 51 minuti di tempo speso nel giorno medio (contro 1 ora e 37 minuti degli uomini online) e il 68% del tempo totale dedicato alla fruizione di internet da mobile.

Anche i giovani tra i **18 e i 34 anni, i Millennials**, preferiscono accedere a internet da device mobili: i 18-24enni preferiscono navigare dai device mobili: 2,7 milioni nel giorno medio (il 64% della popolazione di questa fascia d'età) per 2 ore e 16 minuti e 3 milioni nel mese per oltre 60 ore. Solo il 27,3% dei 18-24enni sceglie l'accesso a internet da PC nel giorno medio. I valori di mobile reach per i Millennials sono pressoché simili sia nel giorno medio che nel mese, segno di un uso costante e quotidiano dei nuovi device.



Fonte: AUDIWEB powered by Nielsen - Settembre 2014, impianti 18-74 anni. Dati riferiti al giorno medio.

“Grazie all’estensione del sistema di rilevazione Audiweb ai device mobili, possiamo finalmente monitorare, in modo più completo per il mercato, i trend e le abitudini di consumo degli italiani online. Il 2014 conferma il primato del mobile nella fruizione quotidiana di internet nel giorno medio, con una reach più alta rispetto al PC - 16,4 milioni contro 12 milioni sui 18-74 anni - e il 65% del tempo trascorso online.”, dichiara Enrico Gasperini, presidente di Audiweb. “La rilevazione dell’audience totale di internet accende i riflettori sul digital divide generazionale, con solo il 22,3% degli over 55 online, principalmente online da PC, contro il 67% dei 18-34enni. Infine, risulta estremamente interessante l’uso esclusivo del mobile per accedere all’online per il 42% delle donne online, il 59% dei 18-24enni e il 51% dei 25-34enni”.

Per quanto riguarda la **fruizione di internet dai diversi device**, nel giorno medio domina l’**uso esclusivo di smartphone** per accedere a internet, con **11,2 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni** che scelgono questo device, mentre sono 4 milioni gli utenti che preferiscono navigare solo **da PC** e 3,8 milioni gli utenti **multiscreen**.

La fruizione di **internet da mobile** (smartphone e tablet, al netto delle sovrapposizioni) ha generato il **65% del tempo totale speso online** e, più in dettaglio, oltre la metà del tempo totale è generato dall’**uso di applicazioni mobili** (il 59% del tempo totale speso online).

Diventa, inoltre, particolarmente rilevante il tempo dedicato all’online attraverso l’utilizzo di **applicazioni mobili**: l’84% del tempo totale speso sui device mobili è generato dalle applicazioni; la fruizione di mobile app è preferita dalle donne (57% del tempo online), dai 18-24 anni (68% del tempo online) e dai 25-34 anni (62%).

Si conferma ancora il **valore del mobile nel confronto con la TV**, soprattutto per alcuni segmenti di target più affezionati all’online. Infatti, analizzando i dati di audience nel giorno medio, distribuiti

in fasce di tre ore, risulta che **il mobile domina sulla TV fino alle ore 12**, raggiungendo il 28% dei 18-74enni e, sul target dei **18-54 anni con studi superiori e più**, il mobile supera la TV per tutto il giorno, dalle ore 9 alle 24, raggiungendo il 58% di questo segmento.

I dati di consumo dell'online in Italia a settembre, presentati in occasione dello IAB Forum, sono riferiti ai dati di sintesi di Audiweb Database, il nastro di pianificazione con i dati di **audience online da mobile** (smartphone e tablet in forma aggregata) e **dell'audience totale di internet** (PC e mobile audience) **del mese di settembre 2014**.

Il documento presentato al convegno di apertura dello IAB Forum 2014 è disponibile sul sito Audiweb.

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. I dati dell'audience online sono disponibili anche sulla piattaforma **Audiweb View** per la consultazione dei **dati mensili** su tutto il mercato online.

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 **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-software 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 (PC e mobile audience):

- individui con età 2-74+, ad esclusione dei dati "Mobile" che sono rilevati per i soli 18-74enni, quindi:

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