

Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di marzo 2015

La total digital audience a marzo raggiunge 28,5 milioni di utenti unici nel mese, 21,5 milioni nel giorno medio.

Sono stati 17,4 milioni gli utenti online da mobile nel giorno medio, 12,5 milioni da PC.

Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i **dati dell'audience totale di internet** (total digital audience) del mese di **marzo 2015**.

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 (smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni).

I nuovi dati sull'audience totale di internet e sulla fruizione dell'online da desktop e 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 marzo 2015

Nel mese di marzo sono stati **28,5 milioni** gli utenti che si sono collegati almeno una volta, il 52,8% degli italiani dai 2 anni in su.

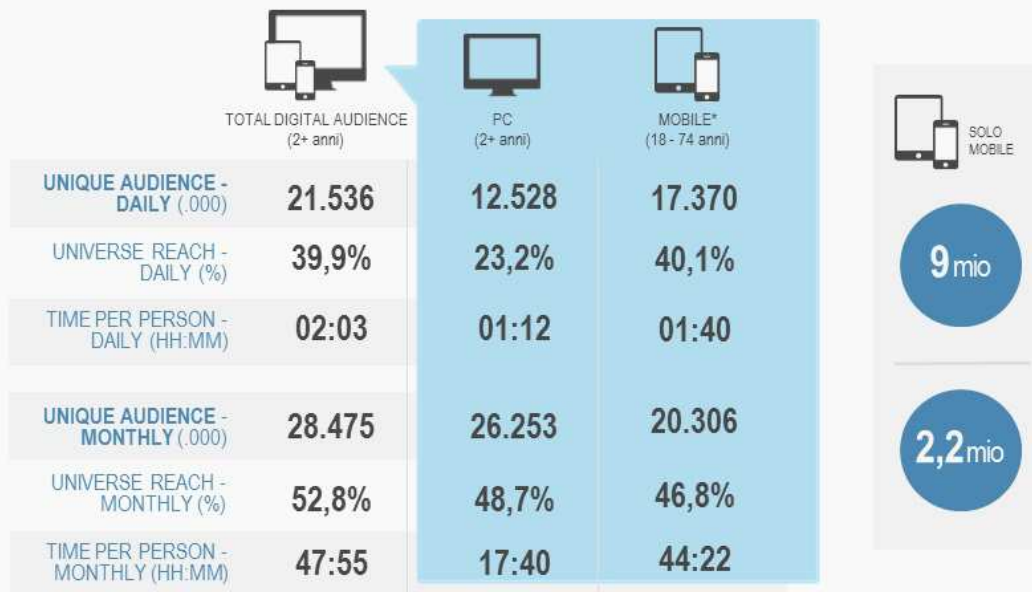
La total digital audience nel **giorno medio** è di **21,5 milioni** di utenti, online **per circa 2 ore** in media per persona.

Nel **giorno medio** risultano **17,4 milioni** gli utenti online **da device mobili (smartphone e tablet)**, il 40% degli italiani di 18-74 anni, online per 1 ora e 40 minuti per persona.

Accedono a internet **esclusivamente da mobile 9 milioni** di utenti nel giorno medio, **2,2 milioni nel mese**.

La **PC audience nel giorno medio** è rappresentata da **12,5 milioni** di utenti dai 2 anni in su, **26,2 milioni online nel mese**.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE A MARZO 2015

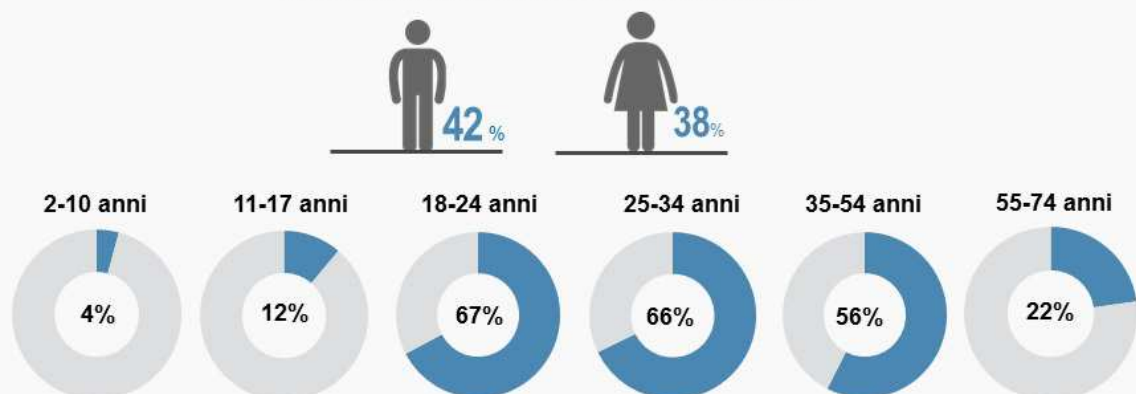


Fonte: Audiweb Database, dati Marzo 2015 - Audiweb powered by Nielsen

* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

Risultano online nel giorno medio il 42% degli **uomini** (11,3 milioni) e il 38% delle **donne** (10,3 milioni). **Oltre il 66% dei giovani italiani tra i 18 e i 34 anni** accede a internet nel giorno medio, **preferendo la fruizione da device mobili** (smartphone e tablet). Infatti, a marzo sono stati 2,8 milioni i giovani tra i 18 e i 24 anni e 4,6 milioni i 25-34enni che nel giorno medio hanno usato device mobili per accedere a internet.

CHI ACCEDE A INTERNET GIORNO MEDIO - MARZO 2015



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio Marzo 2015 - Audiweb powered by Nielsen

Con una media di almeno due ore di tempo complessivo speso su internet, le **donne** e i **giovani tra i 18 e i 34** anni trascorrono più tempo online nel giorno medio. I **18-24enni**, in particolare, trascorrono online oltre **2 ore e mezza**, dedicando alla fruizione da mobile l'82% del tempo speso su internet.



Nelle **prime posizioni delle categorie più consultate nel mese** si confermano i siti di **ricerca e i portali generalisti** (sotto-categoria "Search" e "General Interest Portals & Communities", rispettivamente con il 92,2% e il 90,6% degli utenti online), i **social network** (sotto-categoria "Member Communities", l'87,6% degli utenti online), i **siti di software, tool** (sotto-categorie "Software Manufacturers" con l'85% degli utenti online nel mese) e i siti dedicati ai **contenuti video** (81,1% degli utenti).

I DATI DI CONSUMO NEL MESE LE TOP 15 SOTTO-CATEGORIE DI SITI A MARZO 2015

SOTTOCATEGORIE SITI (Total Digital Audience)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE (2+anni)	TEMPO SPESO PER PERSONA (hh:mm)
Total	28.475	100,0%	52,8%	47:55
Search	26.243	92,2%	48,7%	01:53
General Interest Portals & Communities	25.800	90,6%	47,8%	01:29
Member Communities	24.943	87,6%	46,2%	13:35
Software Manufacturers	24.226	85,1%	44,9%	02:44
Videos/Movies	23.099	81,1%	42,8%	02:00
Internet Tools/Web Services	22.988	80,7%	42,6%	00:52
E-mail	21.864	76,8%	40,5%	02:32
Mass Merchandiser	20.299	71,3%	37,6%	01:13
Current Events & Global News	20.248	71,1%	37,5%	01:13
Cellular/Paging	19.693	69,2%	36,5%	09:24
Multi-category Telecom/Internet Services	18.880	66,3%	35,0%	00:36
Research Tools	18.767	65,9%	34,8%	00:27
Corporate Information	18.307	64,3%	33,9%	00:42
Multi-category Entertainment	17.399	61,1%	32,3%	00:54
Maps/Travel Info	17.228	60,5%	31,9%	00:32

Fonte: Audiweb View, dati mensili. Marzo 2015 - Individui dai 2 anni in su
Audiweb powered by Nielsen

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 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:

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

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 – Hill+Knowlton Strategies
anna.bellini@hkstrategies.com
Michele Bon – Hill+Knowlton Strategies
michelebon@hkstrategies.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro
mariagiovanna.migliaro@gmail.com