

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

*La total digital audience del mese di novembre 2015 è rappresentata da 28.8 milioni di utenti unici, il 52,2% degli italiani dai 2 anni in su, online per 45 ore e 23 minuti per persona.*

*Nel giorno medio sono stati 22.2 milioni gli italiani online, 18.4 milioni da device mobili (smartphone e tablet) e 12.2 milioni da desktop.*

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

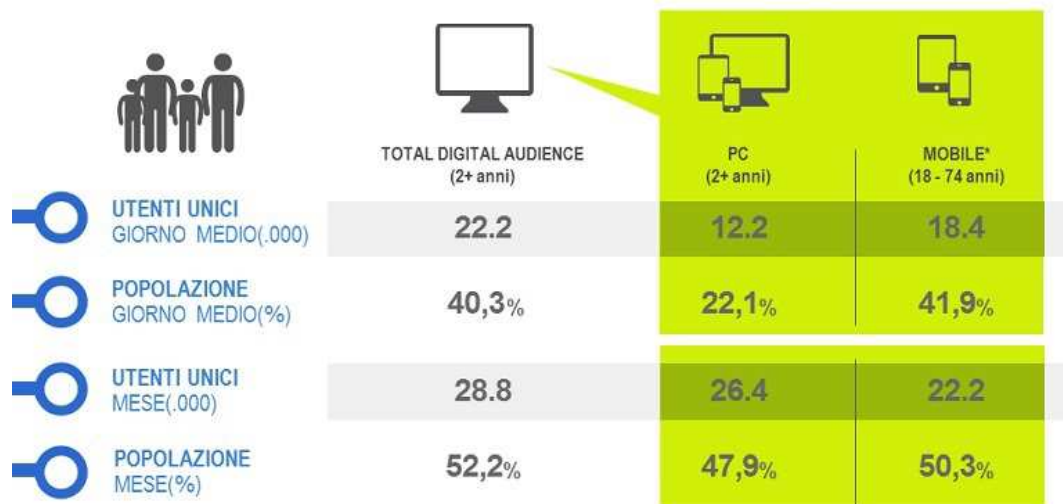
### **Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database, novembre 2015**

**La total digital audience** nel mese di **novembre** ha raggiunto **28.8 milioni** di utenti unici, il 52,2% degli italiani dai 2 anni in su, online per 45 ore e 23 minuti complessivi per persona. Nel giorno medio risultano 22.2 milioni gli utenti unici **da tutti i device rilevati** (PC, smartphone e tablet), online in media per 1 ore e 58 minuti per persona.

La **mobile audience** (smartphone e/o tablet) è rappresentata da **22.2 milioni di utenti nel mese**, il 50,3% degli italiani tra i 18 e i 74 anni, online per circa 42 ore complessive, e da **18.4 milioni di utenti nel giorno medio** collegati per 1 ora e 41 minuti per persona.

La **fruizione di internet da PC** ha registrato **26.4 milioni** di utenti **mensili**, il 47,9% degli italiani dai 2 anni in su, e **12.2 milioni nel giorno medio**.

## LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA

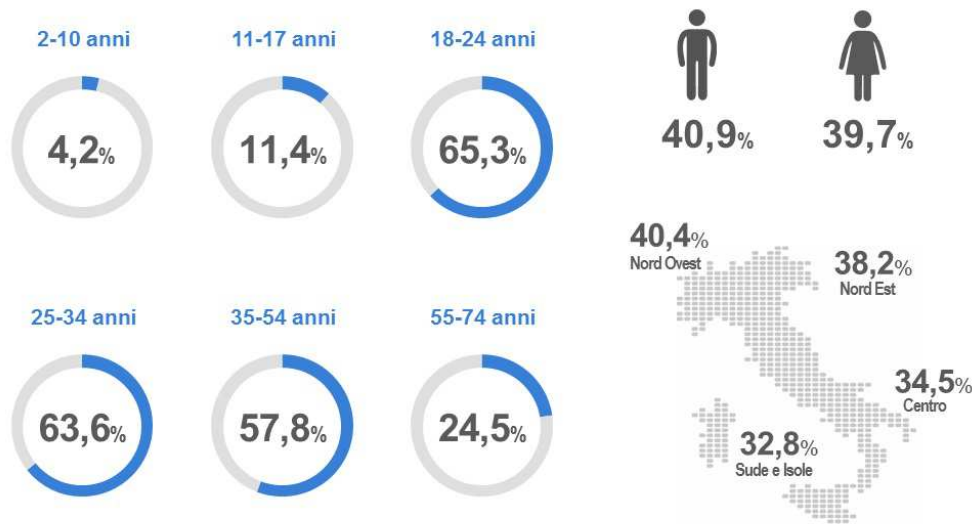


Fonte: Audiweb Database, dati di Novembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
 Individui dai 2 anni in su per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

L'accesso abituale a internet continua a essere diffuso principalmente tra le fasce più giovani della popolazione italiana (il 65,3% dei 18-24 anni e il 63,6% dei 25-34enni hanno effettuato almeno un accesso a internet nel giorno medio) e, in parte, dalla fascia più "matura" dei 35-54enni (il 57,8%).

Per quanto riguarda la provenienza geografica degli utenti online nel giorno medio, resta confermata una maggiore penetrazione tra gli italiani dell'area Nord Ovest (il 40,4% degli abitanti di quest'area, 4.6 milioni).

## CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO NOVEMBRE 2015



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Novembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
 Total Digital Audience, individui 2+ anni

Le **donne** e i **giovani** continuano a presentare quote più elevate di tempo dedicato alla navigazione: 2 ore online nel giorno medio per le donne, 2 ore e 21 minuti per i 18-24enni e 2 ore e 18 minuti per i 25-34enni.

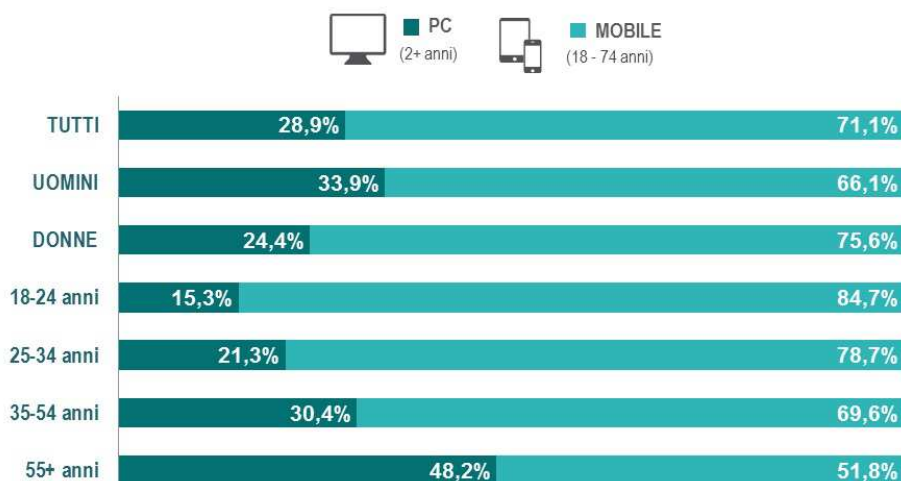
## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO NOVEMBRE 2015



Fonte: Audiweb Database, dati di Novembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

**Gran parte del tempo trascorso online** è dedicato alla fruizione di internet **tramite device mobili** (smartphone e/o tablet). **Il 71% del tempo totale online** è generato, infatti, dalla navigazione **via mobile**, con quote che confermano ancora la preferenza dei **giovani** e delle **donne** verso questi device: **l'84,7%** del tempo totale dei **18-24enni**, il **78,7%** del tempo dei **25-34enni** e il **75,6%** del tempo totale delle **donne**.

## LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO TOTALE TRASCORSO ONLINE NOVEMBRE 2015



\*Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.

Fonte: Audiweb Database, dati di Novembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Per quanto riguarda i dati di **consumo**, tra le **categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese**, troviamo ancora **siti di ricerca** (sotto-categoria “Search”, con il 92% degli utenti online), i **portali generalisti** (sotto-categoria “General Interest Portals & Communities”, con l’89,7% degli utenti online), i **social network** ( “Member Communities”, con l’87,3% degli utenti online), i siti delle categorie **“Videos / Movies”** (l’82,2% degli utenti online), **“Email”** (il 76,8% degli utenti online), di **ecommerce** ( “Mass Merchandiser”, con il 75,9% degli utenti) e dedicati alle **News** (circa il 70,8% degli utenti).

## COSA FANNO GLI ITALIANI ONLINE?

Alcune tra le categorie più gettonate

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>28.829</b>	<b>100,0%</b>	<b>52,2%</b>	<b>45:23:29</b>
<b>Search</b>	26.553	92,1%	48,1%	01:48:03
<b>General Interest Portals &amp; Communities</b>	25.872	89,7%	46,8%	01:13:01
<b>Member Communities</b>	25.177	87,3%	45,6%	12:45:02
<b>Software Manufacturers</b>	24.545	85,1%	44,4%	02:45:03
<b>Internet Tools/Web Services</b>	24.086	83,5%	43,6%	00:51:54
<b>Videos/Movies</b>	23.707	82,2%	42,9%	01:55:11
<b>E-mail</b>	22.129	76,8%	40,1%	02:14:32
<b>Mass Merchandiser</b>	21.886	75,9%	39,6%	01:49:18
<b>Cellular/Paging</b>	20.685	71,8%	37,5%	09:31:49
<b>Current Events &amp; Global News</b>	20.423	70,8%	37,0%	01:09:19
<b>Multi-category Telecom/Internet Services</b>	19.994	69,4%	36,2%	00:36:46
<b>Corporate Information</b>	18.964	65,8%	34,3%	00:43:51
<b>Research Tools</b>	17.742	61,5%	32,1%	00:19:56
<b>Multi-category Entertainment</b>	17.029	59,1%	30,8%	00:46:55
<b>Maps/Travel Info</b>	16.970	58,9%	30,7%	00:33:36
<b>Online Games</b>	16.849	58,4%	30,5%	06:43:01

Fonte: Audiweb View, dati mensili, Novembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Total Digital Audience - Individui 2+ anni

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](http://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 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**

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Anna Bellini – Hill+Knowlton Strategies

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

Michele Bon – Hill+Knowlton Strategies

[michelebon@hkstrategies.com](mailto:michelebon@hkstrategies.com)

Maria Giovanna Migliaro

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