

Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di dicembre 2015 e il nuovo report sulla diffusione di internet in Italia.

La diffusione dell'online in Italia nel 2015 raggiunge l'86,3% della popolazione, con 41.5 milioni di italiani che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento.

La total digital audience nel 2015 ha registrato un valore medio di 28.8 milioni di utenti unici nel mese e di 21.7 milioni nel giorno medio.

Nel solo mese di dicembre sono stati 22.2 milioni gli italiani che hanno navigato almeno una volta nel giorno medio da PC o device mobili, il 2% in più rispetto all'anno precedente con un incremento del 7% di accessi da mobile (smartphone e/ tablet).

Audiweb pubblica il report con i nuovi risultati **della Ricerca di Base** sulla **diffusione dell'online in Italia**, Audiweb Trends*, e rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, con i **dati della fruizione effettiva di internet** (total digital audience) del mese di **dicembre 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 sulla diffusione dell'online in Italia – Audiweb Trends dicembre 2015

In base al nuovo report sulla **diffusione dell'online in Italia**, **Audiweb Trends**, sui dati di sintesi della Ricerca di Base realizzata in collaborazione con DOXA, nel 2015 risultano **41,5 milioni gli italiani che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento**, l'86,3% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni.

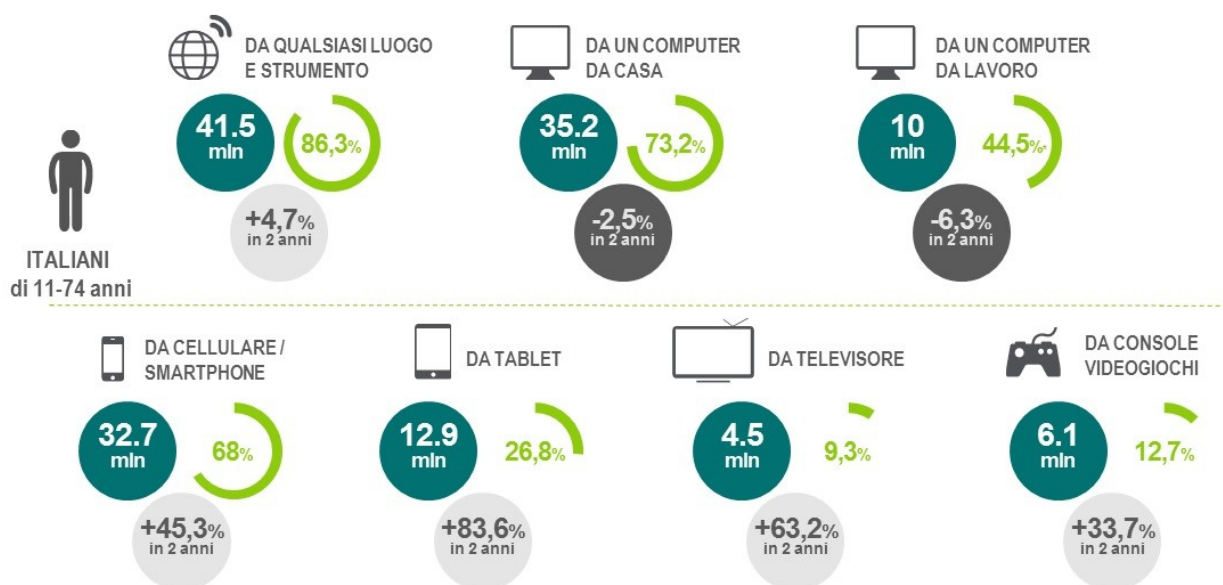
La disponibilità di accesso a internet da qualsiasi device è **ampiamente diffuso** tra tutti i segmenti della popolazione analizzati, con un incremento del **4,7% in due anni**.

Analizzando più nel dettaglio la **disponibilità di accesso a internet dai vari device** e dalle singole **location** esaminati, emerge una **leggera flessione** della disponibilità **da casa tramite computer** (-2,5% negli ultimi due anni), a fronte di un **trend di crescita costante della diffusione dei device mobili con accesso a internet**.

La disponibilità di accesso a internet **da cellulari o smartphone**, infatti, è disponibile per 32.7 milioni di individui (+45,3% in due anni) e 12.9 milioni **da tablet** (+83,6%).

Aumentano anche gli italiani che dichiarano di accedere a internet tramite **televisore** (4.5 milioni, +63,2% in due anni) e da **console giochi** (6 milioni, +33,7% in due anni).

GLI ITALIANI CHE POSSONO ACCEDERE A INTERNET



Fonte: Audiweb Trends, La diffusione di internet in Italia - Dicembre 2015 Dati cumulati cicli 1, 2, 3, 4 del 2015.
Base: totale individui 11-74 anni - Valori % - Computer la lavoro, base: italiani occupati

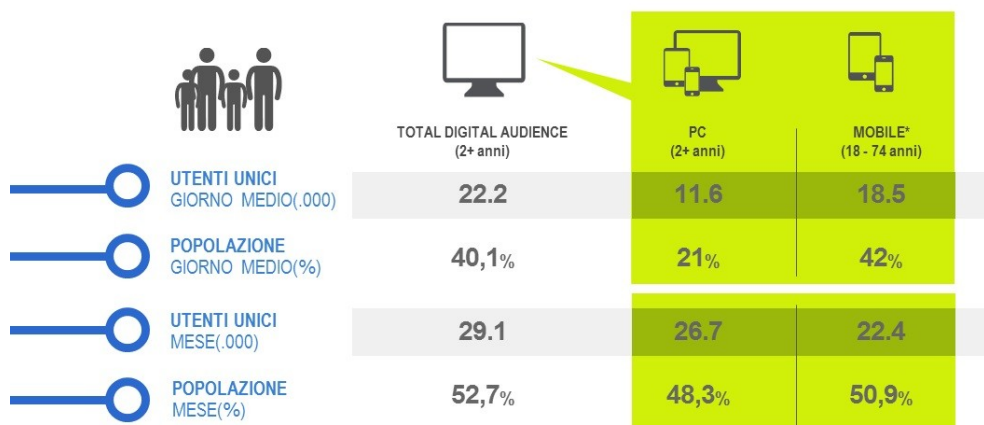
Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database, dicembre 2015

Per quanto riguarda i **dati sulla fruizione reale di internet**, prodotti da **Audiweb Database**, nel **mele di dicembre 2015** la **total digital audience** ha raggiunto **29.1 milioni di utenti**, il 52,7% degli italiani dai 2 anni in su, online complessivamente per circa due giorni (45 ore e 46 minuti).

Nel **giorno medio** sono stati **22.2 milioni** gli italiani che si sono collegati almeno una volta a internet tramite i device rilevati (PC e device mobili – smartphone, tablet), con una media di 1 ora e 56 minuti online per persona.

A dicembre erano online **nel giorno medio 18,5 milioni di italiani da device mobili** (smartphone e/o tablet), il 42% degli individui di 18-74 anni, e **11.6 milioni da computer**, il 21% degli italiani dai 2 anni in su.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA GLI ITALIANI ONLINE A DICEMBRE 2015



* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

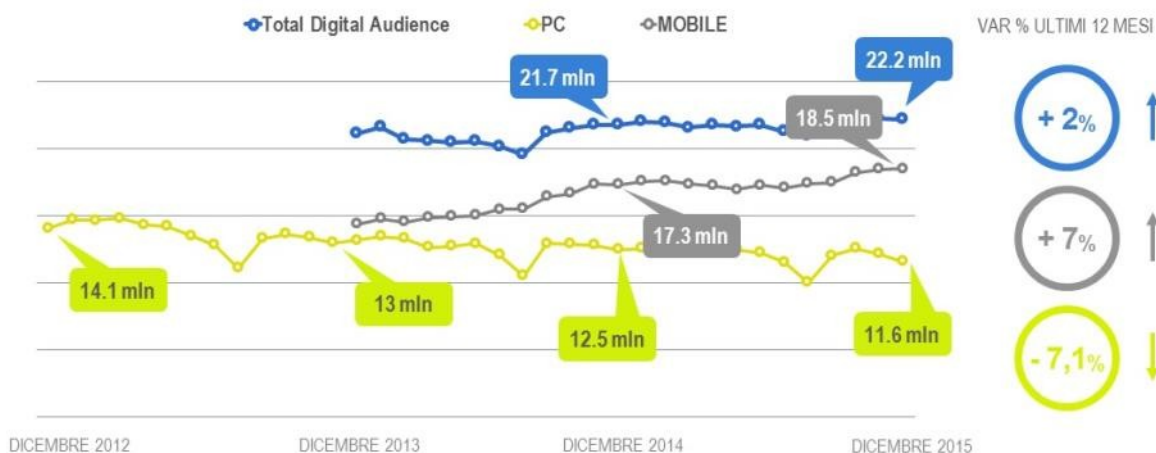
Fonte: Audiweb Database, dati di Dicembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen.
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Nel corso del 2015, la **total digital audience** ha registrato un **valore medio di 28.8 milioni** di utenti unici nel **me**se, e di **21.7 milioni nel giorno medio**.

Inoltre, confrontando i dati del solo mese di dicembre 2015 con i dati dell'audience online nell'anno precedente, si registra un **incremento del 2%** nella fruizione quotidiana di internet.

Più in dettaglio, nel giorno medio il **trend risulta ancora in calo** per la fruizione di **internet da PC** (-7% rispetto a dicembre 2014), **continua a crescere** l'audience online **da dispositivi mobili** (+7% gli italiani che navigano da smartphone e/o tablet nel giorno medio).

IL TREND DELL'AUDIENCE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

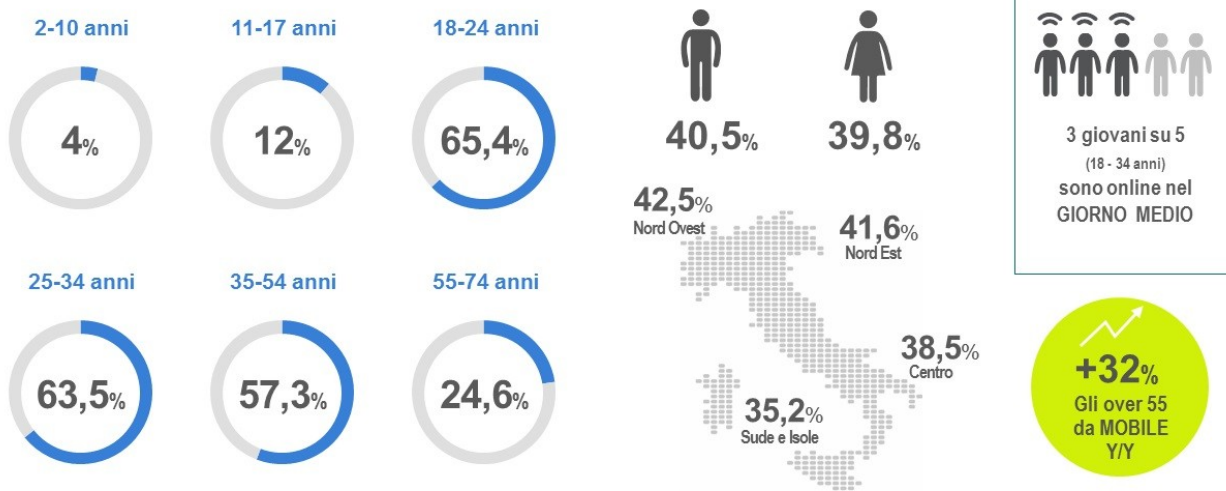
Dai dati sui **profili degli utenti online nel giorno medio** risultano **11.1 milioni gli uomini** che hanno effettuato almeno un accesso a internet (il 40,5% degli uomini dai 2 anni in su), **11 milioni le donne** (il 39,8%) e quasi due terzi **dei giovani tra i 18 e i 34 anni** (il 65,4% dei 18-24enni e il 63,5% dei 25-34enni).

In particolare, le **donne** e i **giovani** continuano a dedicare più tempo alla navigazione quotidiana: **2 ore** online nel giorno medio per **le donne**, **2 ore e 23 minuti** per i **18-24enni** e **2 ore e 14 minuti** per i **25-34enni**.

Solo il **24,6%** dei **55-74enni** (3,5 milioni di utenti unici) accede a internet nel giorno medio da tutti i device rilevati, con un incremento del 32% in un anno di accessi da mobile per questa fascia di utenti.

Per quanto riguarda i dati sulla **provenienza geografica**, risultano online nel giorno medio il **42,5%** degli abitanti dell'area **Nord Ovest** (5.8 milioni), il **41,6%** del **Nord Est** (3.6 milioni), il **38,5%** del **Centro** (3.4 milioni) e il **35,2%** dell'area **Sud e Isole** (7 milioni).

CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



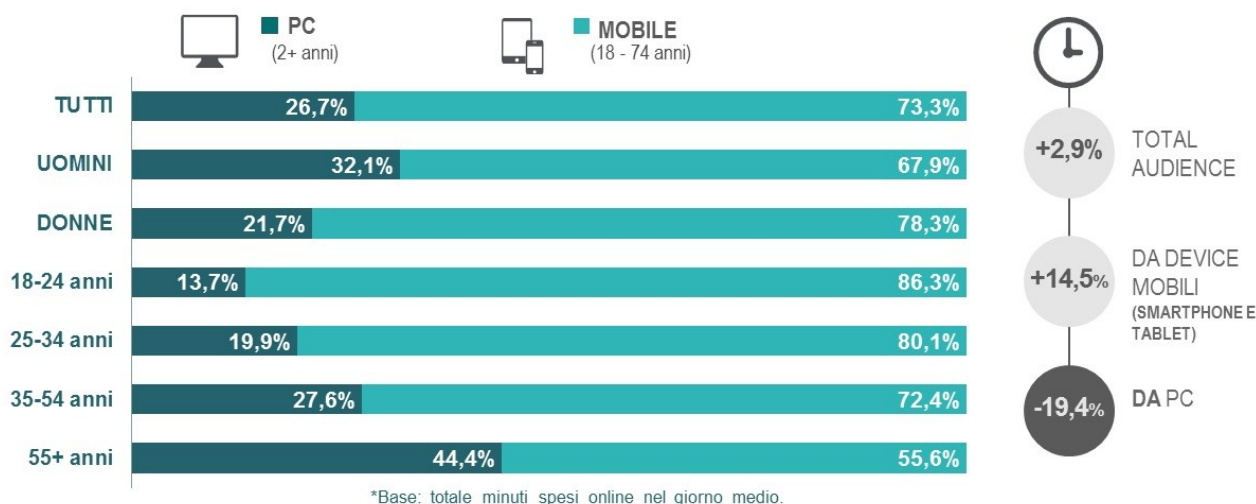
Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Dicembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen
Total Digital Audience, individui 2+ anni

Dai **dati sul tempo totale trascorso online**, emerge un **trend positivo**, anche in questo caso trainato dall'uso sempre più abituale dei device mobili.

Infatti, rispetto all'anno scorso, cresce di circa il **3%** il **tempo complessivo online**, con un **incremento del 14,5%** della quota del tempo dedicato alla navigazione tramite device mobili (smartphone e/o tablet) e un calo del 19,4% del tempo online da personal computer.

Per quanto riguarda, più in dettaglio, la distribuzione del tempo tra i device rilevati, nel mese di dicembre 2015 il **73,3% del tempo totale speso online nel giorno medio** è stato generato dalla fruizione di internet dai **device mobili**, con quote di tempo speso online tramite **mobile** molto elevate per i **giovani** (86,3% del tempo online dei 18-24enni e 80,1% del tempo online dei 25-34enni) e le **donne** (78,3% del tempo totale trascorso online).

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO TOTALE TRASCORSO ONLINE DICEMBRE 2015



*Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.

Fonte: Total Digital Audience Dicembre2015 - Audiweb powered by Nielsen
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Infine, per quanto riguarda i **dati di consumo**, tra le **principali categorie di siti e applicazioni più consultati** nell'ultimo mese dell'anno, restano confermati i siti o applicazioni di **ricerca** (sotto-categoria "Search", con il 92,4% degli utenti online), i **portali generalisti** (sotto-categoria "General Interest Portals & Communities", con il 90,5% degli utenti online), i **social network** ("Member Communities", con l'87,6% degli utenti online).

Risultano interessanti anche i dati di fruizione dei siti dedicati alla fruizione dei **video** ("Videos / Movies", 24 milioni di utenti), i siti dedicati all'**ecommerce** ("Mass Merchandiser", con 22,5 milioni di utenti unici nel mese), siti legati ai **servizi mobile e di messaggistica istantanea** ("Cellular/Paging", con 20.8 milioni di utenti unici) e le **testate giornalistiche online** ("Current event e Global News con 20,3 milioni di utenti unici).

COSA FACCIAMO ONLINE?

Le 15 categorie di siti più visitati a dicembre 2015

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
TOTAL	29.090	100,0%	52,7%	45:46:33
SEARCH	26.884	92,4%	48,7%	01:48:18
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	26.340	90,5%	47,7%	01:12:37
MEMBER COMMUNITIES	25.488	87,6%	46,1%	12:54:33
SOFTWARE MANUFACTURERS	24.795	85,2%	44,9%	02:39:23
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	24.422	84,0%	44,2%	00:53:14
VIDEOS/MOVIES	24.059	82,7%	43,6%	02:03:17
MASS MERCHANDISER	22.542	77,5%	40,8%	01:44:59
E-MAIL	22.389	77,0%	40,5%	02:05:36
CELLULAR/PAGING	20.779	71,4%	37,6%	10:25:08
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	20.377	70,0%	36,9%	00:34:10
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	20.330	69,9%	36,8%	00:57:53
CORPORATE INFORMATION	19.154	65,8%	34,7%	00:38:25
RESEARCH TOOLS	17.578	60,4%	31,8%	00:20:08
MAPS/TRAVEL INFO	17.443	60,0%	31,6%	00:33:38
FOOD & COOKING	17.438	59,9%	31,6%	00:39:58

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Dicembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

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.

**Audiweb Trends è il report trimestrale sui dati sintetici della Ricerca di Base condotta in collaborazione con DOXA con l'obiettivo di stimare la diffusione di internet in Italia.*

La ricerca è basata su 10.000 interviste face-to-face - suddivise in quattro cicli all'anno - ad un campione rappresentativo della popolazione italiana di 11-74 anni.

La Ricerca di Base fornisce la percentuale di popolazione che ha accesso a internet (a livello potenziale), con un dettaglio sui profili socio-demografici, e contribuisce alla definizione dell'universo degli utenti internet.

LEGENDA

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

Utenti attivi nel mese (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 Marco Muraglia 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