

## La total digital audience in Italia nel mese di luglio 2016.

La total digital audience a luglio ha raggiunto 28,4 milioni di utenti nel mese e circa 22 milioni nel giorno medio.

Sono stati 24,6 milioni gli italiani tra i 18 e i 74 anni che hanno navigato da mobile a luglio, per 42 e 12 minuti in media per persona nel mese.





Milano, 19 settembre 2016 – Dai nuovi dati di sintesi dell'**Audiweb Database\***, il nastro di pianificazione che offre il **dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio**, nel mese di **luglio** la **total digital audience** ha raggiunto **28,4 milioni** di utenti unici, online complessivamente per **50 ore e 22 minuti** per persona.

Si sono collegati a internet **da mobile** (smartphone e/o tablet) **24,6 milioni** di italiani, il 56% dei 18-74enni, navigando per **42 e 12 minuti** in media per persona nel mese.

La **total digital audience nel giorno medio** ha raggiunto **22 milioni** di italiani dai 2 anni in su, online dai **device rilevati** (PC, smartphone e/o tablet) per **2 ore e 6 minuti** in media.

Più in dettaglio, nel giorno medio a luglio risultano **9,9 milioni gli utenti online da pc** (italiani 2+ anni) e **19,2 milioni da device mobili** (italiani 18-74 anni).

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA

		  TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)			 PC (2+ anni)	 MOBILE* (18 - 74 anni)
GIORNO MEDIO	UTENTI UNICI (MILIONI)	22	9,9	19,2		
	TEMPO SPESO (H:MM)	2:06	1:07	01:50		
	% POPOLAZIONE	39,9%	17,9%	43,7%		
MESE	UTENTI UNICI (MILIONI)	28,4	24,3	24,6		
	TEMPO SPESO (HH:MM)	50:22	13:59	42:12		
	% POPOLAZIONE	51,5%	44,1%	56,1%		

\* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

Fonte: Total Digital Audience, dati di Luglio 2016 - Audiweb powered by Nielsen.

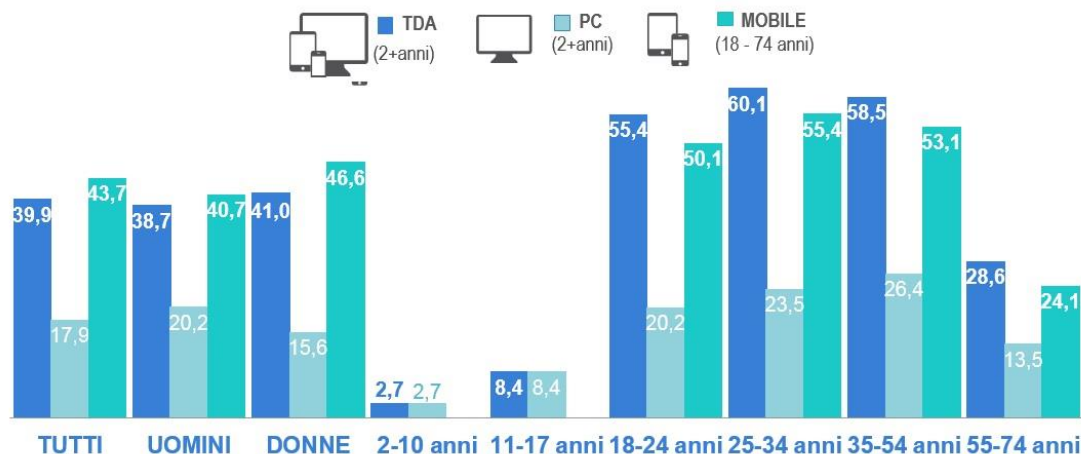
2+ anni per TDA e PC; 18-74 anni per il MOBILE

\*MOBILE: smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni.

Per quanto riguarda il **profilo degli italiani online dai device rilevati**, a luglio erano online nel giorno medio il 38,7% degli **uomini** (10,6 milioni) e il 41% delle **donne** (11,4 milioni).

La **fruizione di internet via mobile** ha coinvolto il **46,6% delle donne** (10,4 milioni), contro il **40,7% degli uomini** (8,8 milioni), il **50% dei 18-24enni** (2,1 milioni), il **55,4% dei 25-34enni** (3,8 milioni) e il **53% dei 35-54enni** (9,8 milioni).

### IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Luglio 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
Italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE

Il tempo speso online nel giorno medio supera le **due ore**. In particolare, i **18-24enni** e i **25-34enni** hanno dedicato alla navigazione **da tutti i device** rilevati (PC, smartphone e/o tablet), rispettivamente, **2 ore e 26 minuti** i primi e **2 ore e 31 minuti** la seconda fascia, prediligendo la **fruizione da mobile** che registra circa **2 ore e 15 minuti**.

### IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

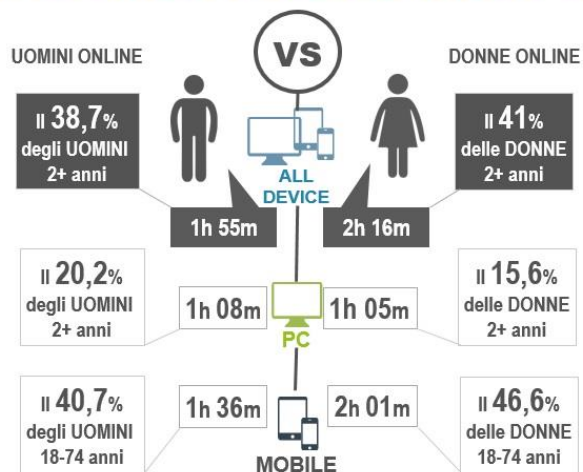
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE (18-74 anni)
<b>TOTAL</b>	<b>2:05:54</b>	<b>1:06:42</b>	<b>1:49:48</b>
<b>UOMINI</b>	1:55:24	1:08:03	1:36:15
<b>DONNE</b>	2:15:38	1:05:00	2:01:13
2-10 anni	0:40:40	0:40:40	N.D.
11-17 anni	0:51:09	0:51:09	N.D.
18-24 anni	2:26:10	1:07:11	2:14:24
25-34 anni	2:31:04	1:07:00	2:15:23
35-54 anni	2:06:49	1:10:01	1:44:54
55-74 anni	1:37:45	1:03:44	1:20:20

Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Luglio 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE.

Le **donne** continuano a dedicare **più tempo all'online nel giorno medio**. In particolare, in questo mese estivo, hanno trascorso online dai device rilevati (pc e mobile\*) circa **2 ore e 16 minuti** in media

per persona, dedicando **2 ore alla fruizione da device mobili** e **superando** ancora il consumo registrato dagli **uomini** (1 ora e 55 minuti dai device rilevati e 1 ora e 36 minuti da mobile).

## UOMINI E DONNE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Luglio 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE  
 Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

Tra le principali categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese di luglio, restano confermati i siti o applicazioni di **ricerca** (sotto-categoria “Search”, con circa il 94% degli utenti online), i **portali generalisti** (sotto-categoria “General Interest Portals & Communities”, con il 91,3% degli utenti online), i **social network** (“Member Communities”, con l’87% degli utenti online e più di 15 ore di tempo per persona), i siti che offrono **servizi e tool online** (sotto-categoria “Internet tools / web services” con circa l’87% degli utenti), di **software** (sotto-categoria “Software Manufacturers” con l’83,3% degli utenti).

Raggiungono **valori di rilievo in termini di tempo speso nel mese** i siti e/o applicazioni dedicati alle **chat da mobile** (sotto-categoria “Cellular Paging, con il 74,5% degli utenti online e oltre 10 ore per persona in media nel mese), della **messaggistica istantanea** (sotto-categoria “Instant messaging”, con il 65% degli utenti e 2 ore di tempo per persona) e di **giochi online** (sotto-categoria “Online Games”, con il 62% degli utenti e 7 ore e 53 minuti di tempo per persona).

## LE 15 CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATI A LUGLIO 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>28.376</b>	<b>100,0%</b>	<b>51,5%</b>	<b>50:22:06</b>
<b>Search</b>	<b>26.654</b>	<b>93,9%</b>	<b>48,4%</b>	<b>01:53:33</b>
<b>General Interest Portals &amp; Communities</b>	<b>25.918</b>	<b>91,3%</b>	<b>47,0%</b>	<b>01:13:29</b>
<b>Member Communities</b>	<b>24.691</b>	<b>87,0%</b>	<b>44,8%</b>	<b>15:14:46</b>
<b>Internet Tools/Web Services</b>	<b>24.648</b>	<b>86,9%</b>	<b>44,7%</b>	<b>00:57:04</b>
<b>Software Manufacturers</b>	<b>23.625</b>	<b>83,3%</b>	<b>42,9%</b>	<b>03:02:12</b>
<b>Videos/Movies</b>	<b>23.503</b>	<b>82,8%</b>	<b>42,6%</b>	<b>02:15:30</b>
<b>E-mail</b>	<b>21.469</b>	<b>75,7%</b>	<b>39,0%</b>	<b>01:57:21</b>
<b>Cellular/Paging</b>	<b>21.135</b>	<b>74,5%</b>	<b>38,4%</b>	<b>10:12:44</b>
<b>Mass Merchandiser</b>	<b>20.875</b>	<b>73,6%</b>	<b>37,9%</b>	<b>01:31:31</b>
<b>Current Events &amp; Global News</b>	<b>20.000</b>	<b>70,5%</b>	<b>36,3%</b>	<b>01:03:52</b>
<b>Multi-category Telecom/Internet Services</b>	<b>19.869</b>	<b>70,0%</b>	<b>36,1%</b>	<b>00:36:18</b>
<b>Corporate Information</b>	<b>18.752</b>	<b>66,1%</b>	<b>34,0%</b>	<b>00:31:04</b>
<b>Maps/Travel Info</b>	<b>18.554</b>	<b>65,4%</b>	<b>33,7%</b>	<b>00:41:44</b>
<b>Instant Messaging</b>	<b>18.473</b>	<b>65,1%</b>	<b>33,5%</b>	<b>02:00:00</b>
<b>Online Games</b>	<b>17.626</b>	<b>62,1%</b>	<b>32,0%</b>	<b>07:53:20</b>

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Luglio 2016- Audiweb powered by Nielsen Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

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).

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.

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.

### 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 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 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.*

## 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 **intitolato a Enrico Gasperini che ha rifondato e guidato la società dal 2007 fino alla sua scomparsa.**

Il JIC è 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](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)

Michele Bon: [michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Maria Giovanna Migliaro:

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