

Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di febbraio 2017

Nel mese di febbraio sono stati 30,7 milioni gli italiani online dai device rilevati (PC e mobile - smartphone e tablet).







La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 24,1 milioni di utenti: 10,9 milioni da PC e/o 21,4 milioni da mobile.

Milano, 21 aprile 2017 - Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database***, con i **dati della fruizione di internet** (total digital audience) del mese di **febbraio 2017**.

La **total digital audience a febbraio** ha raggiunto **30,7 milioni di utenti unici**, il 56% della popolazione dai 2 anni in su. Gli italiani online hanno navigato complessivamente per **53 ore e 20 minuti**, collegati tramite i device rilevati (PC e mobile - smartphone e tablet - al netto delle sovrapposizioni).

Erano **online nel giorno medio 24,1 milioni di utenti**, online per **2 ore e 26 minuti** per persona. Più in dettaglio, nel giorno medio a febbraio hanno navigato **da un computer 10,9 milioni** di italiani (circa il 20% della popolazione 2+ anni) e/o **da mobile 21,4 milioni** (il 48,5% della popolazione di 18-74 anni).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI FEBBRAIO 2017

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE (18 - 74 anni)
 UTENTI UNICI (MILIONI)	24,1	10,9	21,4
 TEMPO SPESO (H:MM)	2:26	1:09	02:09
 % POPOLAZIONE	43,8%	19,9%	48,5%
 UTENTI UNICI (MILIONI)	30,7	25,5	26,4
 TEMPO SPESO (HH:MM)	53:20	13:57	48:37
 % POPOLAZIONE	55,9%	46,3%	59,9%

13,2milioni SOLO MOBILE

Fonte: Audiweb Database, dati di Febbraio 2017- Audiweb powered by Nielsen.

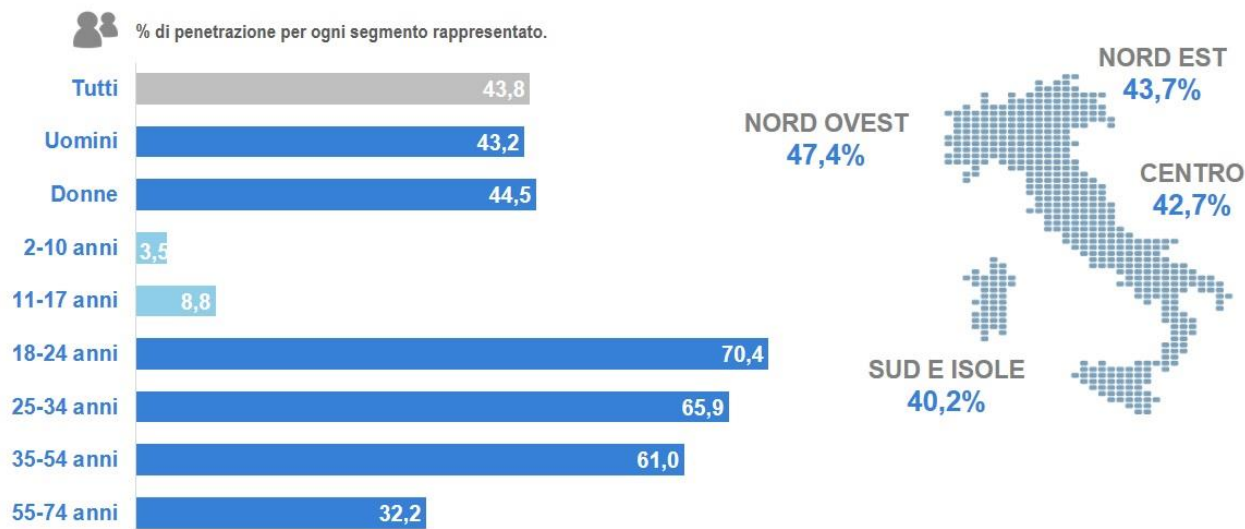
* Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione

MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Dai **dati demografici** risulta che **nel giorno medio** a febbraio erano online il **43,2% degli uomini** (11,8 milioni dai due anni in su) e il **44,5% delle donne** (12,3 milioni). La fruizione quotidiana di internet si

conferma quale **abitudine diffusa** soprattutto **tra i giovani** - con il **70,4% dei 18-24enni** (2,9 milioni) e il **65,9% dei 25-34enni** (4,6 milioni) online nel giorno medio – e gli under 54 (il 61% dei 35-54enni). Inoltre, con il **47,4%** della popolazione collegata a internet nel giorno **medio** (6,3 milioni), il **Nord Ovest** è ancora geografica più online nel giorno medio, rispetto al **43,7%** del **Nord Est** (3,7 milioni), il **42,7%** del **Centro** (3,9 milioni) e il 40,2% dell'area **Sud e Isole** (8,4 milioni).

GLI ITALIANI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total digital audience, dati giorno medio febbraio 2017 - Audiweb powered by Nielsen.
 Base: % penetrazione popolazione. Italiani 2+ anni per TDA e PC;
 italiani 18-74 anni per il MOBILE (smartphone e/o tablet).
 Per le fasce 2-10 anni e 11-17 anni sono è rilevata solo la fruizione di internet da PC

In base ai **dati di consumo nel giorno medio** emerge ancora la preferenza delle **donne** e dei **giovani** per la **fruizione da mobile**. Infatti, nel giorno medio a febbraio hanno dedicato alla fruizione da mobile **2 ore e 23 minuti le donne** e **2 ore e 35 minuti i 18-24enni**, navigando per **poco più di 1 ora da PC**.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE (18 - 74 anni)
TOTAL	2:25:40	1:09:34	2:08:41
UOMINI	2:13:33	1:12:34	1:52:59
DONNE	2:37:14	1:05:47	2:22:27
2-10 anni	0:35:15	0:35:15	N.D.
11-17 anni	0:34:42	0:34:42	N.D.
18-24 anni	2:43:56	1:03:53	2:35:04
25-34 anni	2:38:46	1:12:29	2:21:02
35-54 anni	2:31:14	1:12:25	2:07:48
55-74 anni	2:04:18	1:12:32	1:39:30

Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, febbraio 2017 - Audiweb powered by Nielsen
 italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE.

Dai dati sul traffico online nel mese, tra le categorie di siti più visitati dagli italiani, risultano confermati i **motori di ricerca** (sotto-categoria “Search”, con il 93,3% degli utenti online, 28,7 milioni), i **portali generalisti** (“General Interest Portals & Communities”, con l’89,6% degli utenti online, 27,5 milioni) e i **social network** (“Member Communities”, con l’87,1% degli utenti online, 26,8 milioni).

Tra le altre categorie di siti dedicati **all'intrattenimento, all'informazione e alle diverse attività pratiche** emergono: la categoria di siti dedicati alla **fruizione dei video** (“Videos / Movies”) con 25,7 milioni di utenti, i siti dedicati **all'informazione** (“Current event & global news”) che hanno raccolto l'interesse di circa 20 milioni di utenti, i siti dedicati **all'ecommerce** (“Mass Merchandiser”) con 22,6 milioni di utenti unici, i siti e le applicazioni dedicati alla gestione delle **email** con 23,4 milioni di utenti e quelli dedicati ai **servizi mobile e di messaggistica istantanea** (“Cellular/Paging”) con 23,7 milioni di utenti unici.

COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a febbraio 2017

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
TOTAL	30.743	100,0%	55,9%	53:20:13
SEARCH	28.679	93,3%	52,1%	02:17:50
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	27.551	89,6%	50,1%	01:12:00
MEMBER COMMUNITIES	26.787	87,1%	48,7%	15:16:31
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	26.641	86,7%	48,4%	01:03:52
SOFTWARE MANUFACTURERS	25.913	84,3%	47,1%	03:02:42
VIDEOS/MOVIES	25.721	83,7%	46,7%	02:38:46
CELLULAR/PAGING	23.719	77,2%	43,1%	11:49:59
E-MAIL	23.378	76,0%	42,5%	02:13:38
MASS MERCHANDISER	22.567	73,4%	41,0%	01:38:48
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	21.873	71,1%	39,7%	00:33:07
CORPORATE INFORMATION	20.776	67,6%	37,7%	00:36:20
MAPS/TRAVEL INFO	20.160	65,6%	36,6%	00:39:53
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	19.967	64,9%	36,3%	01:01:18
INSTANT MESSAGING	19.708	64,1%	35,8%	02:00:10
RESEARCH TOOLS	18.629	60,6%	33,8%	00:18:41

Fonte: Total Digital Audience febbraio 2017 - 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.

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.

***Audiweb Database**, 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 per gli utenti registrati e in forma completa per tutti gli abbonati attraverso le principali aziende di elaborazione dati per la pianificazione pubblicitaria.

LEGENDA

Total digital audience: l'insieme di utenti unici che hanno effettuato almeno un accesso a internet tramite i device rilevati - pc e/o device mobili (smartphone e/o tablet) - nel periodo di analisi.

La rilevazione della fruizione di internet tramite PC è riferita agli italiani dai 2 anni in su; la fruizione di internet tramite device mobili (smartphone e tablet) è riferita agli italiani tra i 18 ed i 74 anni.

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 **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:

Maria Giovanna Migliaro

mariagiovanna.migliaro@gmail.com

Audiweb - Tel. 02.58315141