

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

Nel mese di gennaio 2015 risultano online 28,8 milioni di utenti unici, 22 milioni nel giorno medio.

Sono stati 17,6 milioni gli utenti online nel giorno medio da device mobili (smartphone e tablet) e 12,6 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 **gennaio 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 gennaio 2015

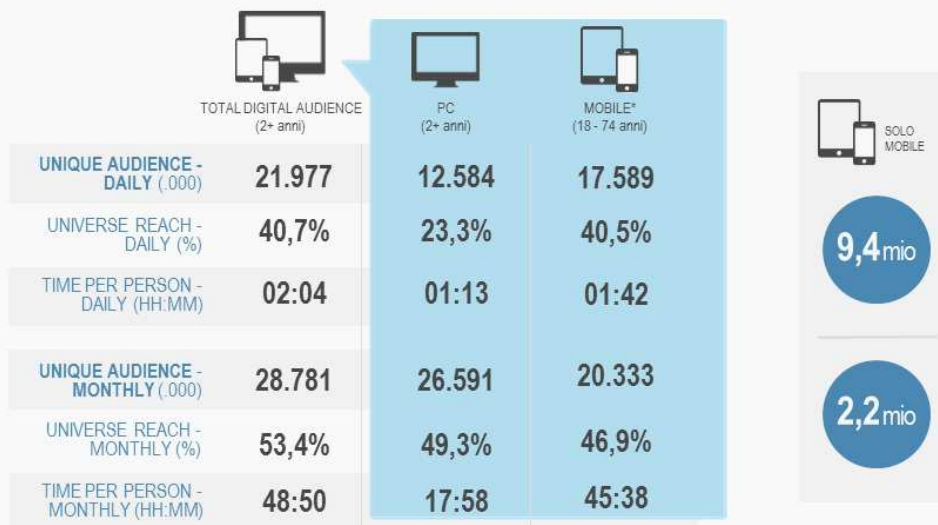
La **total digital audience** nel mese di **gennaio 2015** è rappresentata da **28,8 milioni** di utenti collegati almeno una volta nel mese, il 53,4% degli italiani dai 2 anni in su, online per un tempo totale mensile di **oltre 48 ore e 50 minuti in media per persona**.

L'audience totale (da PC o device mobili) nel **giorno medio** è di circa **22 milioni** di utenti, online per **2 ore e 4 minuti** in media per persona.

Sono stati **17,6 milioni gli utenti online da device mobili nel giorno medio**, il 40,5% degli italiani di 18-74 anni, collegati per 1 ora e 42 minuti per persona e, più in dettaglio, risultano **9,4 milioni** gli utenti che hanno navigato su internet **esclusivamente da device mobili**.

L'**audience online da PC** è rappresentata da **12,6 milioni** di utenti (dai 2 anni in su) online nel **giorno medio** e **26,6 milioni online nel mese**.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE A GENNAIO

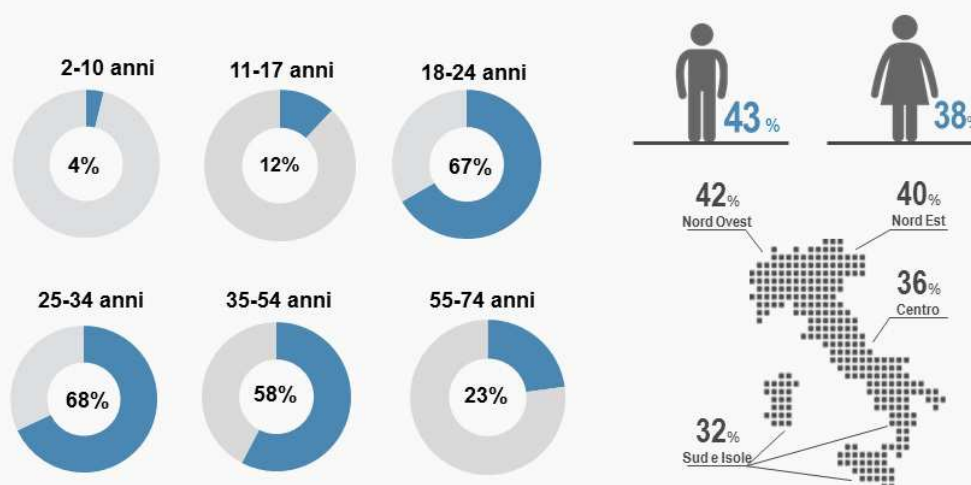


* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni
 Fonte: Audiweb Database, dati Gennaio 2015 - Audiweb powered by Nielsen

Per quanto riguarda il **profilo degli utenti online a gennaio**, risultano collegati almeno una volta nel giorno medio il 43% degli **uomini** (11,6 milioni) e il 38,4% delle **donne** dai due anni in su (10,4 milioni), con **valori più elevati tra i 25-34enni** (4,7 milioni, il 68% della fascia considerata), tra i **18-24enni** (2,8 milioni, il 66,7%) e tra i **35-54enni** (10,5 milioni, il 57,7%).

Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online, emerge che il 41,7% degli utenti online nel giorno medio è **dell'area Nord Ovest** (4,7 milioni di utenti), il 40,1% dall'area **Nord Est** (circa 3 milioni), il 36,3% dal **Centro** (2,3 milioni) e il 32,5% dal **Sud e Isole** (5,7 milioni).

CHI ACCEDE A INTERNET GIORNO MEDIO - GENNAIO 2015



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

Tra le categorie di siti e applicazioni più consultati 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 90,8% degli utenti online), i **social network** (sotto-categoria “Member Communities”, l’88,4% degli utenti online e 14 ore per persona), i siti di **software, tool e servizi web** (sotto-categorie “Software Manufacturers” e “Internet Tools / Web Services, rispettivamente l’85,8% e circa l’82% degli utenti online nel mese), i siti dedicati ai contenuti **video** (l’81,4% degli utenti), alla gestione di **email** (il 76%), agli **acquisti online** (sotto-categoria “Mass Merchandiser” con circa il 75% degli utenti online) e i siti di **News** (sottocategoria “Current Event & Global News”, con il 72% degli utenti online).

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

SOTTOCATEGORIE SITI (Total Digital Audience)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE (2+anni)	TEMPO SPESO PER PERSONA (hh:mm:ss)
Total	28.781	100,0%	53,4%	48:50:34
Search	26.538	92,2%	49,2%	01:49:44
General Interest Portals & Communities	26.139	90,8%	48,5%	01:27:43
Member Communities	25.453	88,4%	47,2%	14:01:51
Software Manufacturers	24.697	85,8%	45,8%	02:46:31
Internet Tools/Web Services	23.576	81,9%	43,7%	00:50:05
Videos/Movies	23.425	81,4%	43,4%	02:01:47
E-mail	21.868	76,0%	40,5%	02:05:05
Mass Merchandiser	21.546	74,9%	39,9%	01:15:25
Current Events & Global News	20.714	72,0%	38,4%	01:15:23
Cellular/Paging	20.137	70,0%	37,3%	08:38:35
Research Tools	19.467	67,6%	36,1%	00:30:59
Multi-category Telecom/Internet Services	19.419	67,5%	36,0%	00:32:45
Corporate Information(b)	18.703	65,0%	34,7%	00:34:46
Multi-category Entertainment	18.106	62,9%	33,6%	00:55:41
Online Games	17.420	60,5%	32,3%	08:17:42

Fonte: Audiweb View, dati mensili. Gennaio 2015- 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 - Tel. 02.319141

Anna Bellini -
anna.bellini@hillandknowlton.com

Michele Bon – Hill & Knowlton
michelebon@hillandknowlton.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro
mariagiovanna.migliaro@gmail.com