

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

La total digital audience del mese di maggio ha raggiunto 29,3 milioni di italiani dai due anni in su, con una media di 43 ore e 56 minuti spesi online in totale per persona.

L'audience da mobile è rappresentata da 20,4 milioni di utenti mensili tra i 18 e i 74 anni, 17 milioni nel giorno medio.

Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con **i dati dell'audience totale di internet** (total digital audience) del mese di **maggio 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 maggio 2015

Nel mese di maggio 2015 sono stati **29,3 milioni gli italiani dai due anni in su che si sono collegati a internet almeno una volta nel mese**, online in media per **43 ore e 56 minuti di tempo speso in totale per persona**.

L'audience totale nel **giorno medio** raggiunge **21,6 milioni di utenti** collegati per **1 ora e 55 minuti**.

L'audience di internet da device mobili è rappresentata da **20,4 milioni di utenti nel mese** (utenti unici tra i 18 e i 74 anni che accedono a internet da smartphone e tablet), con una media di **42 ore e 12 minuti di tempo speso in totale per persona**.

Nel **giorno medio** gli utenti **mobile** sono stati **circa 17 milioni**, superando anche questo mese l'uso quotidiano di internet da computer (12,5 milioni di utenti online da PC nel giorno medio).

INTERNET AUDIENCE (browser + app)			
Fonte: Audiweb Database, dati Maggio 2015 - Audiweb powered by Nielsen			
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	PC 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	21.635	12.466	16.947
Pop. di riferimento giorno medio (%)	39,2%	22,6%	38,5%
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	1:55:07	1:06:13	1:38:14
Utenti unici mese (.000)	29.289	27.169	20.378
Pop. di riferimento mese (%)	53%	49,2%	46,3%
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	43:55:50	15:42:00	42:12:32

In base ai **dati socio-demografici**, si conferma ancora una significativa diffusione dell'uso quotidiano della rete da parte dei **segmenti più giovani della popolazione**.

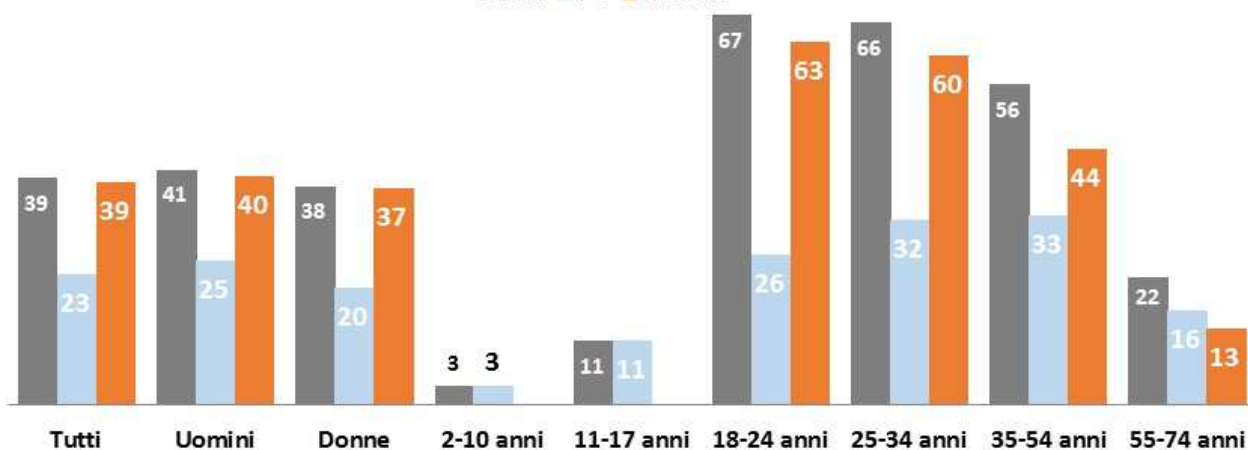
Infatti, la fruizione quotidiana di internet risulta **molto diffusa principalmente tra i 18-24enni** (il 67%, 2,8 milioni di utenti) e i **25-34enni** (il 66%, 4,6 milioni), tra i **più attivi anche nella fruizione di internet da mobile**.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE: la popolazione online nel giorno medio

Fonte: Audiweb Database, dati di Maggio 2015 - Audiweb powered by Nielsen

Valori in %

■ TDA ■ PC ■ MOBILE



I dati relativi ai device mobili (smartphone e tablet) sono riferiti all'universo di individui 18-74 anni

Tra le prime tre 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 91,2% e l’89,6% degli utenti online) e i **social network** (sotto-categoria “Member Communities”, con l’86,8% degli utenti online e 13 ore e 42 minuti totali per persona).

Per quanto riguarda i raggruppamenti di siti dedicati all’**intrattenimento e all’informazione**, i siti e le applicazioni della sotto-categoria **Video / Movie** raccolgono **23,2 milioni di utenti** (il 79,3% degli utenti online) e i siti di **News** 20,6 milioni di utenti (il 70,4% degli utenti online - sotto-categoria Current Event & Global News).

Presentano valori molto rilevanti anche i siti dedicati all’**ecommerce** che raccolgono 20,4 milioni di utenti (il 69,6% degli utenti online nel mese – sotto-categoria Mass Merchandiser).

LE CATEGORIE DI SITI PIU VISITATI A MAGGIO 2015

SOTTOCATEGORIE SITI (Total Digital Audience)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE (2+anni)	TEMPO SPESO PER PERSONA (hh:mm)
Total	29.289	100,0%	53%	43:55:50
Search	26.709	91,2%	48,4%	01:47:16
General Interest Portals & Communities	26.243	89,6%	47,5%	01:22:26
Member Communities	25.428	86,8%	46,1%	13:42:26
Software Manufacturers	24.423	83,4%	44,2%	02:21:18
Internet Tools/Web Services	23.671	80,8%	42,9%	00:44:00
Videos/Movies	23.234	79,3%	42,1%	01:53:37
E-mail	22.157	75,7%	40,1%	02:07:57
Current Events & Global News	20.616	70,4%	37,3%	01:02:10
Mass Merchandiser	20.393	69,6%	36,9%	01:05:18
Cellular/Paging	19.412	66,3%	35,2%	09:10:52
Research Tools	18.997	64,9%	34,4%	00:24:46
Multi-category Telecom/Internet Services	18.635	63,6%	33,7%	00:29:40
Corporate Information(b)	17.857	61,0%	32,3%	00:35:34
Maps/Travel I	17.455	59,6%	31,6%	00:32:05
Multi-category Entertainment	17.018	58,1%	30,8%	00:50:58

Fonte: Audiweb View, dati mensili. Maggio 2015 - Audiweb powered by Nielsen
Total Digital Audience - Individui dai 2 anni in su.

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 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