Milano, 4 agosto 2015

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

Nel primo semestre del 2015 risultano 41 milioni gli italiani che dichiarano di accedere a internet, 30,6 milioni coloro che possono accedere da smartphone e circa 11,6 milioni da tablet.

Nel mese di giugno 2015 risultano 29 milioni gli italiani che hanno navigato almeno una volta nel mese, il 52,6% degli italiani dai due anni in su.

L'audience online nel giorno medio è cresciuta del 5,9% in un anno, trainata da un incremento continuo degli accessi dai device mobili: +14,7% in un anno gli italiani online anche dai device mobili (smartphone e tablet).

———

Audiweb rende disponibile il nuovo aggiornamento del report **della Ricerca di Base** sulla **diffusione dell'online in Italia** - **Audiweb Trends*** - e distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con **i dati dell'audience totale di internet** (total digital audience) del mese di **giugno 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 di internet da desktop e da device mobili sono disponibili anche sulla piattaforma **Audiweb View** per la consultazione dei **dati mensili su tutto il mercato online**.

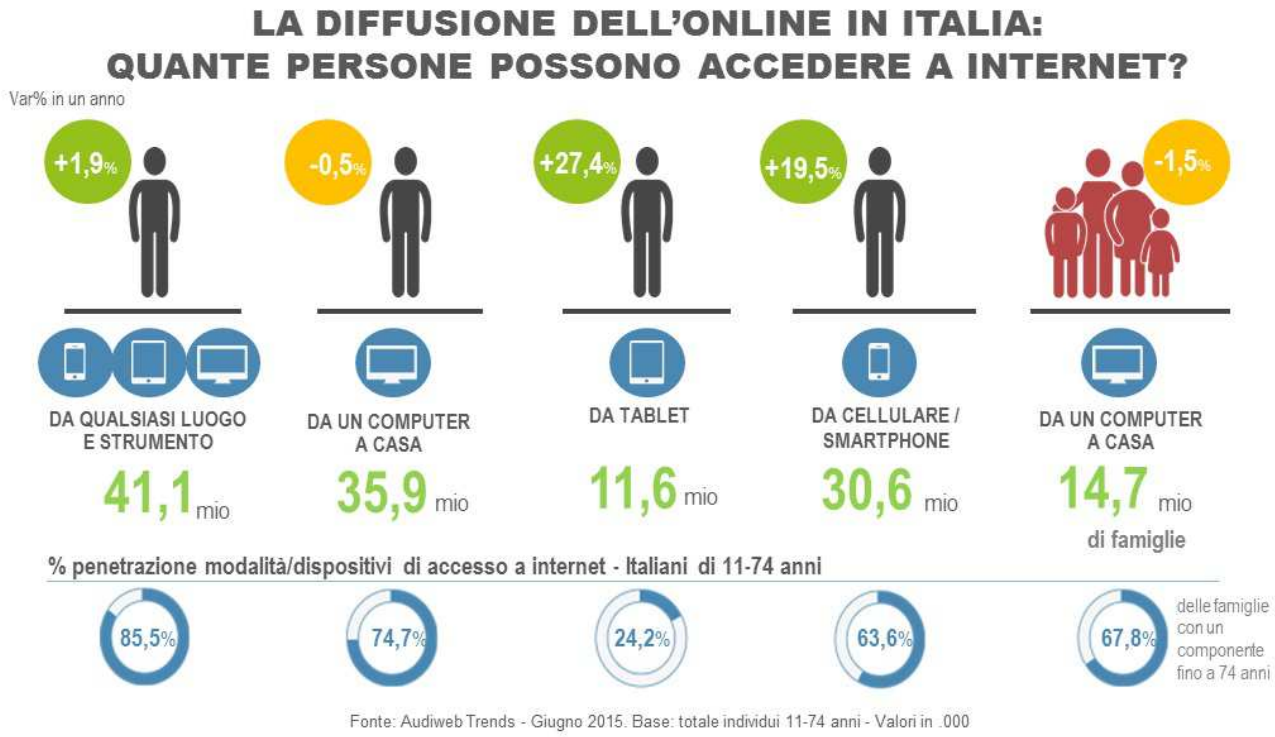
Sintesi dei dati sulla diffusione dell'online in Italia – Audiweb Trends giugno 2015

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**, a **giugno 2015** risultano **41,1 milioni** gli italiani **che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento**, l'85,5% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni.

La **diffusione dell'online in Italia continua a crescere** in misura maggiore per la disponibilità di accesso tramite dispositivi mobili. Risultano, infatti, **30,6 milioni gli italiani 11-74 anni che**

dichiarano di accedere a internet da smartphone (+19,5% in un anno) e **11,6 milioni da tablet** (+27,4%).

La **possibilità di accedere a internet tramite computer** rappresenta ancora la modalità più diffusa tra a popolazione connessa e presenta un tasso di crescita che tende a stabilizzarsi (+1,9% in un anno).



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

Dai nuovi dati sulla **fruizione di internet**, Audiweb Database, nel mese di giugno 2015 risultano **29 milioni** gli utenti che si sono collegati almeno una volta **da PC e device mobili** (smartphone e tablet), il 52,6% degli italiani dai 2 anni in su, online per un totale di 44 ore e 50 minuti.
La **total digital audience** nel **giorno medio** è di **21,7 milioni** di utenti, online in media per quasi 2 ore.

Accedono a internet **da device mobili (smartphone e tablet) 17,3 milioni** di italiani nel giorno medio (il 39,2% degli individui di 18-74 anni), mentre la fruizione di internet **da PC** registra **12,3 milioni** di utenti (il 22,2% degli italiani dai 2 anni in su).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA: GLI ITALIANI ONLINE A GIUGNO 2015

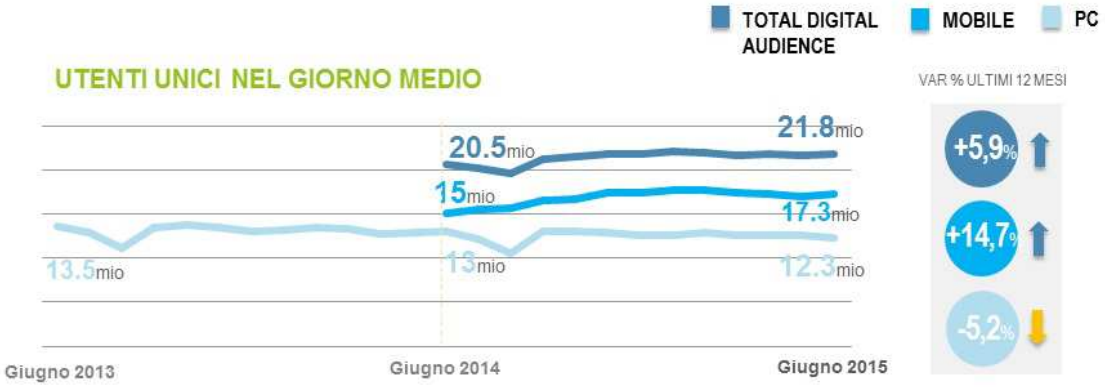
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI-GIORNO MEDIO(.000)	21.728	12.271	17.272
% POPOLAZIONE-GIORNO MEDIO(%)	39,4%	22,2%	39,2%
TEMPO PER PERSONA–GIORNO MEDIO (HH:MM)	01:59	01:06	01:44
UTENTI UNICI-MESE(.000)	29.038	26.947	20.463
% POPOLAZIONE-MESE(%)	52,6%	48,8%	46,4%
TEMPO PER PERSONA MESE(HH:MM)	44:51	15:02	43:50

** Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni*

Fonte: Audiweb Database, dati Giugno 2015 - Audiweb powered by Nielsen
, Individui dai 2 anni in su per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

I dati di trend dell'ultimo anno sulla fruizione di internet rilevano un **incremento del 5,9%** dell'**audience totale online nel giorno medio**, crescita sostenuta dal consolidamento e dalla continua espansione dell'**abitudine d'uso dei device mobili** (smartphone e tablet) per accedere a internet, pari a **+14,7%**.

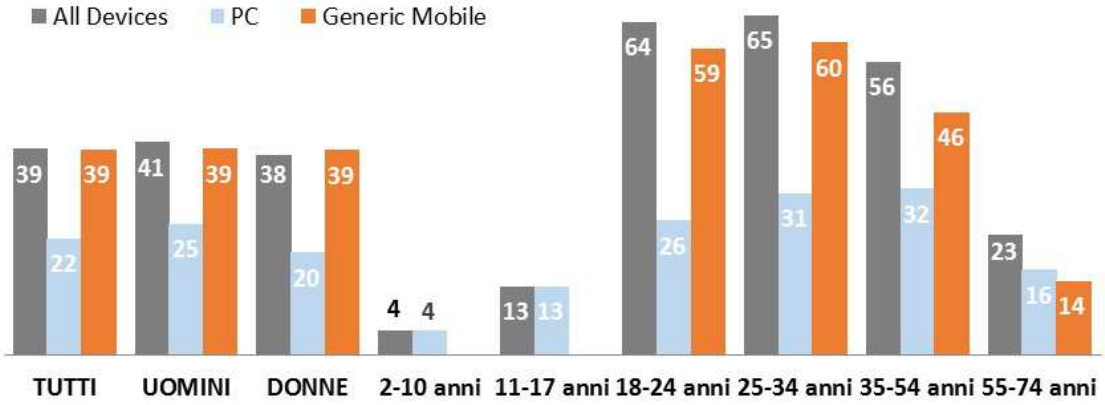
L'AFFERMAZIONE DEI DEVICE MOBILI NELL'USO QUOTIDIANO DI INTERNET...



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

In base ai **dati socio-demografici**, nel giorno medio a giugno risultano online il **41% degli uomini** (11 milioni di utenti dai 2 anni in su) e il **38% delle donne** (10,6 milioni di utenti dai 2 anni in su) e si conferma ancora una forte diffusione della fruizione quotidiana di internet da parte dei **segmenti più giovani della popolazione**, soprattutto tramite **device mobili.**
Infatti, seppure con un lieve calo "stagionale" rispetto al mese precedente, l'accesso a internet nel **giorno medio via mobile** raggiunge circa il **59% dei 18-24enni** (2,5 milioni di utenti, -6,4% rispetto a maggio 2015) e il **60% dei 25-34enni** (4,2 milioni, -1% rispetto a maggio 2015).

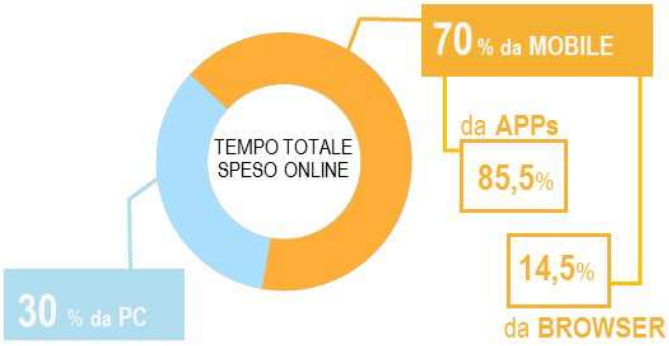
TOTAL DIGITAL AUDIENCE:
LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO
Fonte: Audiweb Database, dati di Giugno 2015 - Audiweb powered by Nielsen
Valori in %



Base: italiani dai 2 anni in su. I dati relativi ai device mobili (smartphone e tablet) sono riferiti all'universo di individui 18-74 anni

Il **70% del tempo totale speso online nel giorno medio** è generato dalla fruizione di internet **dai device mobili** e, più in dettaglio**, il 63,4%** dalla fruizione tramite **mobile applications**.
Per quanto riguarda, invece, la **fruizione di internet da mobile,** risulta che l'**85,5%** del tempo trascorso online da questi device è generato dall'uso di **mobile applications**.

DESKTOP O MOBILE? BROWSER O APPLICAZIONI?
LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio Giugno 2015
Audiweb powered by Nielsen, individui 18-74 anni

Nella **classifica delle categorie più visitate nel mese**, a giugno restano confermati **i siti e le applicazioni di ricerca** “Search” (il 91,6% degli utenti online), **i portali generalisti** “General Interest Portals & Communities” (il 90,6%), i **social network** “Member Communities” (l’87,1%) e, per quanto riguarda le categorie di siti e applicazioni di intrattenimento e informazione, i siti delle categorie “**Videos / Movies**” (l’80,3%) e “**Current Event e Global News**” (il 68,9%).
Si raggiungono valori molto significativi anche per i siti e applicazioni dedicati alla **gestione delle email** (sotto-categoria “Email”, con il 77% degli utenti online), all’**ecommerce** (Mass Merchandiser, con il 71,3% degli utenti online) e alla consultazione di **mappe e informazioni di viaggio** (Maps/Travel info, con il 60,3%).

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

SOTTOCATEGORIE SITI (Total Digital Audience)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE (2+anni)	TEMPO SPESO PER PERSONA (hh:mm)
Total	**29.038**	**100,0%**	**52,6%**	**44:50:44**
Search	26.601	91,6%	48,2%	01:54:21
General Interest Portals & Communities	26.318	90,6%	47,7%	01:18:51
Member Communities	25.287	87,1%	45,8%	13:45:35
Software Manufacturers	24.315	83,7%	44,0%	02:34:55
Internet Tools/Web Services	23.593	81,3%	42,7%	00:51:43
Videos/Movies	23.309	80,3%	42,2%	01:52:28
E-mail	22.369	77,0%	40,5%	02:09:40
Mass Merchandiser	20.702	71,3%	37,5%	01:04:47
Current Events & Global News	20.020	68,9%	36,3%	01:06:25
Cellular/Paging	19.623	67,6%	35,5%	09:27:27
Multi-category Telecom/Internet Services	18.753	64,6%	34,0%	00:32:17
Corporate Information	18.403	63,4%	33,3%	00:35:29
Research Tools	18.092	62,3%	32,8%	00:22:37
Maps/Travel Info	17.502	60,3%	31,7%	00:31:54
Multi-category Entertainment	17.236	59,4%	31,2%	00:49:31

Fonte: Audiweb View, dati mensili. Giugno 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