

Milano, 11 novembre 2015

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

La total digital audience del mese di settembre è rappresentata da 28,8 milioni di utenti, il 52% degli italiani dai 2 anni in su.

Nel giorno medio risultano 21,6 milioni gli utenti unici totali, 17,5 milioni da device mobili (smartphone e tablet) e 12 milioni da desktop.

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

La total digital audience nel mese di **settembre** è rappresentata da **28,8 milioni** di utenti unici, il **52%** degli italiani dai 2 anni in su, collegati complessivamente per **45 ore e 23 minuti** per persona. Nel **giorno medio** sono stati **21,6 milioni** gli utenti unici totali, online in media per **2 ore per persona**.

L'audience di **internet da dispositivi mobili** (smartphone e tablet) è rappresentata da **20,7 milioni** di utenti unici mensili, il **47%** degli italiani tra i 18 e i 74 anni.

Nel **giorno medio** risultano **online da mobile 17,5 milioni** di utenti collegati per 1 ora e 47 minuti per persona.

La **fruizione di internet da PC** è rappresentata da **26,6 milioni** di utenti **nel mese**, il **48,2%** degli italiani dai 2 anni in su), e **12 milioni nel giorno medio** online per 1 ora.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA

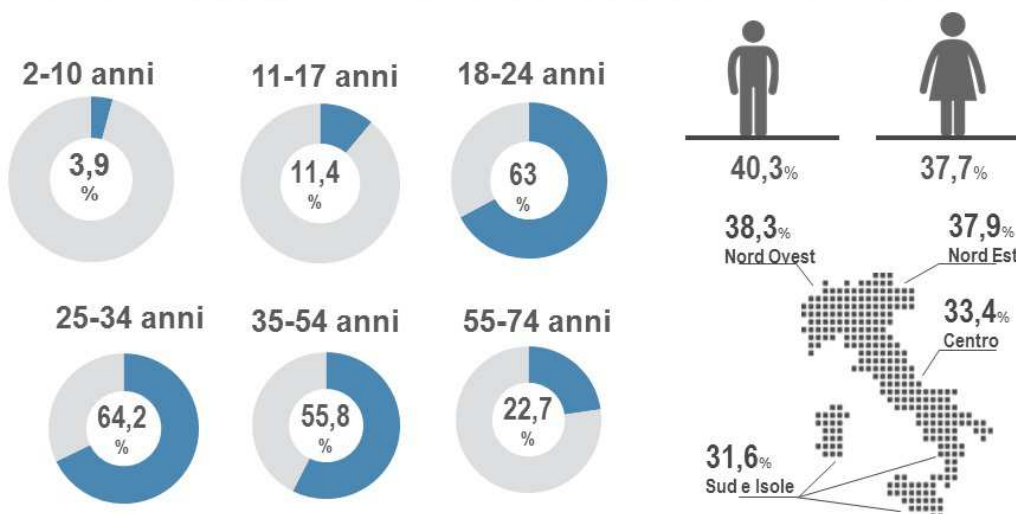
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE* (18-74 anni)
UTENTI UNICI-GIORNO MEDIO(.000)	21.558	12.043	17.469
% POPOLAZIONE-GIORNO MEDIO(%)	39%	21,8%	39,6%
TEMPO PER PERSONA-GIORNO MEDIO (HH.MM)	02:01	01:02	01:47
UTENTI UNICI-MESE(.000)	28.805	26.654	20.687
% POPOLAZIONE-MESE(%)	52,1%	48,2%	46,9%
TEMPO PER PERSONA MESE(HH.MM)	45:23	13:59	45:10

* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

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

A settembre erano online nel giorno medio il **40,3% degli uomini** (11 milioni di uomini dai 2 anni in su), il **37,7% delle donne** (10,5 milioni) e oltre il **60% dei giovani tra i 18 e i 34 anni**, rispettivamente il 63% dei 18-24enni (2,7 milioni) e il 64,2% dei 25-34enni (4,5 milioni). Erano online il **38,3% degli abitanti dell'area Nord Ovest** (4,3 milioni), il **37,9% del Nord Est** (2,8 milioni), il **33,4% del Centro** (2,3 milioni) e il **31,6% dell'area Sud e Isole** (5,6 milioni).

CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Settembre 2015 - Audiweb powered by Nielsen
 , Individui dai 2 anni in su 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.

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 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 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