

## La total digital audience in Italia nel mese di ottobre 2016

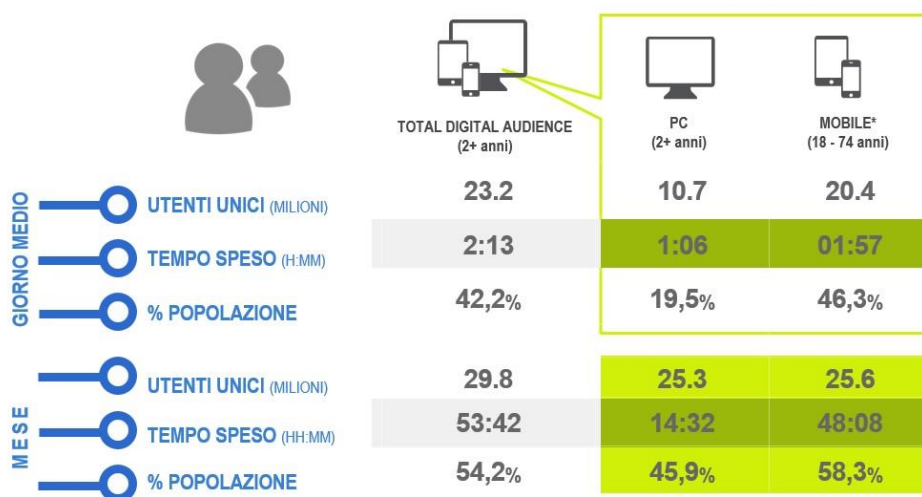
A ottobre la total digital audience ha raggiunto 29.8 milioni di utenti unici, online dai device rilevati - PC e/o mobile (smartphone e tablet) - per 53 ore e 42 minuti in media per persona.

La total digital audience nel giorno medio a ottobre è rappresentata da 23.2 milioni di utenti online in media per 2 ore e 13 minuti.

Milano, 13 dicembre 2016 – In base ai nuovi dati dell'**Audiweb Database\***, il nastro di pianificazione con i dati dell'audience totale di internet (total digital audience), nel mese di ottobre 2016 sono stati **29.8 milioni** gli italiani che si sono collegati a internet tramite i device rilevati, **PC e mobile** (smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni), **per 53 ore e 42 minuti** in media per persona. In questo mese hanno navigato **da mobile 25.6 milioni** di italiani (il 58,3% dei 18-74enni), mentre l'accesso **da PC** ha coinvolto **25.3 milioni** di italiani (il 45,9% della popolazione dai 2 anni in su).

La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto **23.2 milioni** di utenti, online **per 2 ore e 13 minuti**. Nel **giorno medio** la fruizione di internet **da mobile** supera di gran lunga la navigazione da **desktop**, con **20.4 milioni** di italiani (18-74 anni) online per 1 ora e 57 minuti in media per persona.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA



\* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

Fonte: Total Digital Audience, dati di Ottobre 2016 - Audiweb powered by Nielsen.

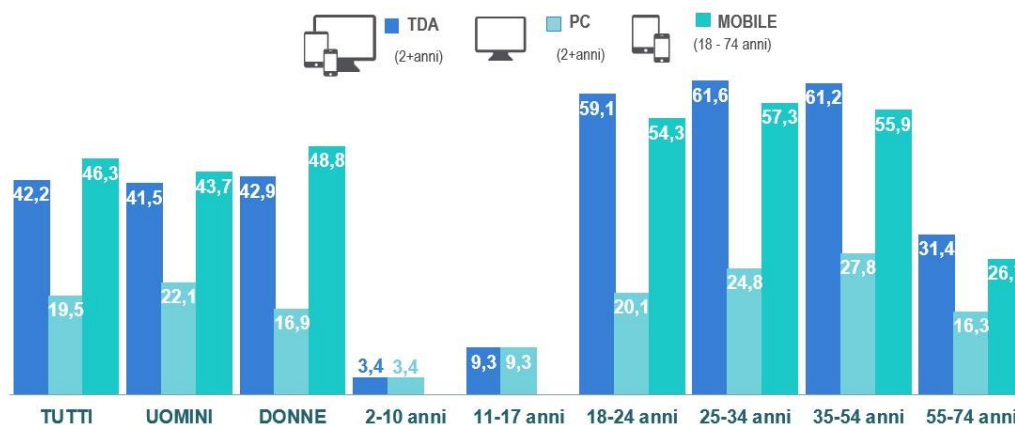
italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE

\*MOBILE: smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni.

Nel mese di ottobre erano **online nel giorno medio** il **41,5% degli uomini** (11.3 milioni) e il **42,9% delle donne** (12 milioni circa).

Internet nel giorno medio raggiunge il **59% dei 18-24enni** (2.5 milioni) e **più del 61%** della popolazione tra **i 25 e i 54 anni** (4.3 milioni tra i 25 e i 34 anni e 11.2 milioni del segmento più ampio tra i 35 e i 54 anni). Tra **gli over 55** risulta online il 31,4% della popolazione di questa fascia (4.6 milioni).

### IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



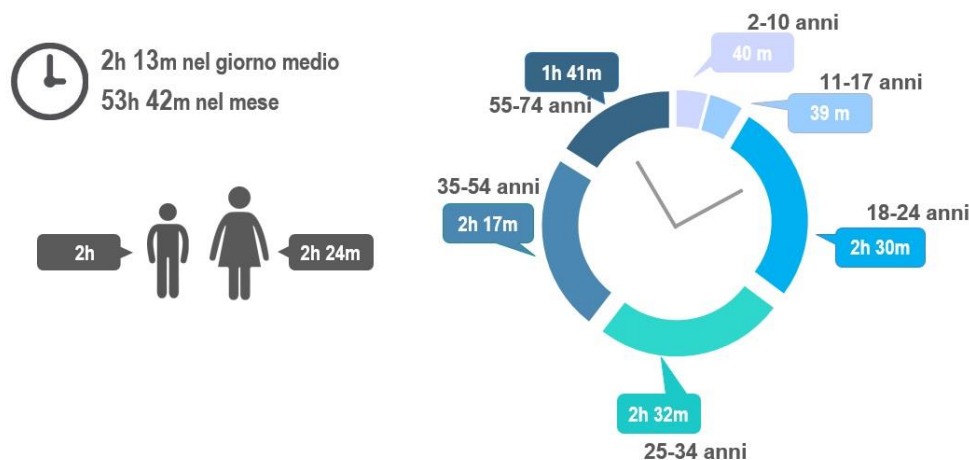
Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Ottobre 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
Italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE



Con **2 ore e 24 minuti** dedicati alla navigazione online **nel giorno medio**, anche questo mese **le donne superano gli uomini** (2 ore in media) e confermano ancora il maggiore interesse verso la **fruizione di internet tramite mobile** su cui hanno trascorso in media **2 ore e 10 minuti**.

I giovani dai **18 ai 34 anni** hanno dedicato più tempo alla navigazione quotidiana, con una media di circa **2 ore e 30 minuti** online per persona, seguiti dai **35-54enni** online per circa **2 ore e 17 minuti**.

### IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio Ottobre 2016- Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE



Per quanto riguarda i dati sulle **categorie di siti più visitati nel mese di ottobre 2016**, resta sostanzialmente **invariata la distribuzione dell'audience** tra i primi quindici raggruppamenti per tipologia di siti e/o applicazioni: il **93,8% degli italiani online** ha consultato almeno una volta siti o applicazioni di **ricerca** ( "Search", con circa 28 milioni di utenti unici), il **91,4%** ha visitato i **portali generalisti** ("General Interest Portals & Communities", con 27.3 milioni di utenti), l'**87,4%** ha consultato i siti dedicati ai **servizi e tool online** ("Internet tools / web services" con 26.1 milioni di utenti), l'**87%** sui **social network** ("Member Communities", con circa 26 milioni di utenti), l'**84,5%** su siti o applicazioni della categoria **Video/Movies** (25,2 milioni di utenti), il **76,5%** ha usato siti e/o applicazioni dedicati alla **messaggistica "in mobilità"** (Cellular/Paging con 22.8 milioni di utenti), il **75%** ha consultato siti della categoria **ecommerce** ("Mass Merchandiser" con 22.4 milioni) e il **67,8%** per i siti di **news** (categoria Current Events & Global News con 20.2 milioni).

## COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Ottobre 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>29.835</b>	<b>100,0%</b>	<b>54,2%</b>	<b>53:41:47</b>
SEARCH	27.998	93,8%	50,9%	02:11:47
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	27.274	91,4%	49,5%	01:18:02
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	26.091	87,4%	47,4%	00:57:53
MEMBER COMMUNITIES	25.969	87,0%	47,2%	15:41:10
SOFTWARE MANUFACTURERS	25.357	85,0%	46,1%	03:04:08
VIDEOS/MOVIES	25.209	84,5%	45,8%	02:35:37
E-MAIL	22.929	76,9%	41,6%	02:09:23
CELLULAR/PAGING	22.811	76,5%	41,4%	11:46:14
MASS MERCHANDISER	22.383	75,0%	40,7%	01:41:02
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	21.165	70,9%	38,4%	00:32:27
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	20.220	67,8%	36,7%	00:57:30
CORPORATE INFORMATION(B)	20.182	67,6%	36,7%	00:31:21
INSTANT MESSAGING	19.778	66,3%	35,9%	01:59:15
MAPS/TRAVEL INFO	19.552	65,5%	35,5%	00:43:45
RESEARCH TOOLS	18.683	62,6%	33,9%	00:17:45

Fonte: Total Digital Audience Ottobre 2016- Audiweb powered by Nielsen  
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

*\*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](http://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.*

### 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 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:*

**Hill+Knowlton Strategies - Tel. 02.319141**

**Audiweb - Tel. 02.58315141**



Anna Bellini: [anna.bellini@hkstrategies.com](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)  
Michele Bon: [michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

Maria Giovanna Migliaro:  
[mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)