

## Disponibili i dati dalla total digital audience del mese di agosto 2018.

Prodotti con la nuova metodologia Audiweb 2.0, i nuovi dati del nastro di pianificazione, Audiweb Database, sono distribuiti alle software house e consultabili dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione. La versione sintetica è disponibile sul sito Audiweb.

In base alla nuova rilevazione la total digital audience nel giorno medio ad agosto è rappresentata da 32,2 milioni di utenti unici complessivi online in media per 2 ore e 52 minuti per persona.

Milano, 30 ottobre 2018 – Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di agosto 2018, prodotti con la nuova metodologia Audiweb 2.0\*.

Con i dati di agosto vengono distribuiti anche i dati di giugno 2018, così da procedere nella produzione contestuale dei periodi di rilevazione non ancora coperti dal nuovo sistema.

### La total digital audience ad agosto

#### TOTAL DIGITAL AUDIENCE - AGOSTO 2018

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (.000)	32,2	9,8	5,2	27,2
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	53,2%	16,2%	11,5%	59,9%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:52	1:12	1:35	2:39
UTENTI UNICI - MESE (.000)	41,7	28,2	8,8	34,1
% POPOLAZIONE - MESE (%)	69%	46,7%	19,5%	75,1%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	68:39	12:51	28:57	65:44

Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2018 - Audiweb powered by Nielsen  
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione  
Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Dai nuovi dati riferiti al mese di agosto, risulta che nel giorno medio hanno navigato 32,2 milioni di utenti unici, il 53,2% della popolazione dai 2 anni in su, online complessivamente per 2 ore e 52 minuti per persona.

In questo mese di rilevazione risulta che circa il 60% della popolazione maggiorenne – 27,2 milioni - ha navigato almeno una volta nel giorno medio da smartphone, trascorrendo online in mobilità 2 ore e 39 minuti.



Dai dati riferiti all'intero mese di agosto, risulta che il **69% degli italiani dai 2 anni in su** – 41,7 milioni – ha navigato almeno una volta, per 68 ore e 39 minuti a persona, pari a circa 2 giorni e 20 ore complessivi.

Più in dettaglio, per quanto riguarda i **dati per singolo device** rilevato, **nel mese di agosto** hanno navigato da **computer** 28,2 milioni di persone (il 46,7% della popolazione di 2+ anni), hanno usato anche o solo un **tablet** per navigare 8,8 milioni di persone (il 19,5% della popolazione dai 18 ai 74 anni) e 34,1 milioni da **smartphone** (75,1% della popolazione dai 18 ai 74 anni).

**Gran parte del tempo trascorso online** è generato dalla **fruizione da smartphone** che arriva a una media di **2 ore e 39 minuti al giorno** e di **65 ore e 44 minuti mensili** per persona.

**Nel nastro di pianificazione Audiweb Database**, distribuito mensilmente alle **software house** e consultabile dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione, oltre ai dati generali sulla fruizione di internet in Italia, è disponibile il dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio.

La versione sintetica dall'Audiweb Database è raccolta nel **documento di sintesi** ed è disponibile sul sito Audiweb per tutti gli utenti registrati.

---

#### **\*La metodologia alla base del nuovo sistema Audiweb 2.0**

Il nuovo sistema di rilevazione, Audiweb 2.0, realizzato in collaborazione con Nielsen, è basato su **quattro fonti di dati**: la fonte **“censuaria”**, basata sull'strumentazione di un **TAG/SDK** (Software Development Kit di Nielsen) che consente la raccolta di dati relativi alla fruizione di tutti i contenuti online da differenti device e piattaforme e che, con le informazioni provenienti dal big data provider, è alla base della rilevazione Audiweb Daily / Weekly; i **Big Data**, le cui informazioni, validate dal Panel, contribuiscono all'attribuzione di età e genere all'audience e alla deduplica delle audience tra device. A queste due fonti di rilevazione, si aggiunge la **rilevazione Audiweb Panel**. Alla base della produzione dell'Audiweb Database Respondent Level, la rilevazione Audiweb Panel è la misurazione che avviene attraverso un **campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana**, che ha installato un software meter nel proprio computer, smartphone e/o tablet e fornisce informazioni oggettive e dettagliate sulla fruizione dell'online, oltre a dati esclusivi sul profilo socio-demo degli utilizzatori della Rete. Le informazioni provenienti dalla rilevazione Panel vengono poi espanso all'intero universo della popolazione connessa grazie alle informazioni derivanti dalla **nuova Ricerca di base congiunta con Auditel**.

Il prodotto finale e più completo della fusione di tutte le fonti di dati del sistema è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, che offre le informazioni sull'audience di tutta l'offerta online e i **dati elementari di navigazione degli editori iscritti al servizio, con i profili socio-demografici degli utenti (= “Respondent Level”)** - non solo per genere ed età, come per i dati “Daily” e “Weekly”, ma offrendo anche le informazioni relative al livello di istruzione, alla condizione professionale, al tipo di occupazione, il numero dei componenti in famiglia, il reddito familiare, l'area geografica, la regione di provenienza e, novità importante, la / il responsabile di acquisto -, arrivando a una rappresentazione dei comportamenti di fruizione per **fascia oraria giornaliera di 3 ore**.

Tutte le informazioni sul nuovo sistema Audiweb 2.0 e sui dati disponibili sono consultabili sul **sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it)** e nel documento completo delle **Note Informative consegnate ad AGCOM e pubblicate sul sito**.



## 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:*

**Maria Giovanna Migliaro: Mob. 389 9744207 – [mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)**