

## Audiweb distribuisce i dati dalla total digital audience del mese di agosto 2019

La total digital audience ad agosto è rappresentata da **40,7 milioni di utenti unici**, online per **111 ore e 34 minuti**, pari a **4 giorni e 16 ore complessivi**.

Nel giorno medio hanno navigato **32,1 milioni di persone**, online in media per **4 ore e 34 minuti**. Il **65,4% degli over 18 anni (29,1 milioni)** ha navigato da **smartphone**, collegandosi in media per **4 ore 28 minuti al giorno**.

Milano, 16 ottobre 2019 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **agosto 2019**, prodotto con la nuova metodologia Audiweb 2.0<sup>(1)</sup>. I nuovi dati dell'Audiweb Database, sono stati distribuiti alle software house per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

### La Total Digital Audience nel mese di agosto 2019

La **total digital audience ad agosto** ha raggiunto **40,7 milioni di utenti unici**, online dai device rilevati per **111 ore e 34 minuti**, pari a **4 giorni e 16 ore** trascorsi complessivamente a navigare.

Nel **giorno medio ad agosto** hanno navigato **32,1 milioni di persone**, online in media per **4 ore e 34 minuti**. Dai dati di dettaglio sui device d'accesso, risulta che nel giorno medio in questo mese estivo hanno navigato da **computer 8,1 milioni** di persone dai 2 anni in su, mentre sono stati **29,1 milioni i maggiorenni** che hanno navigato da **smartphone**, per **4 ore 28 minuti** in media al giorno.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI AGOSTO 2019

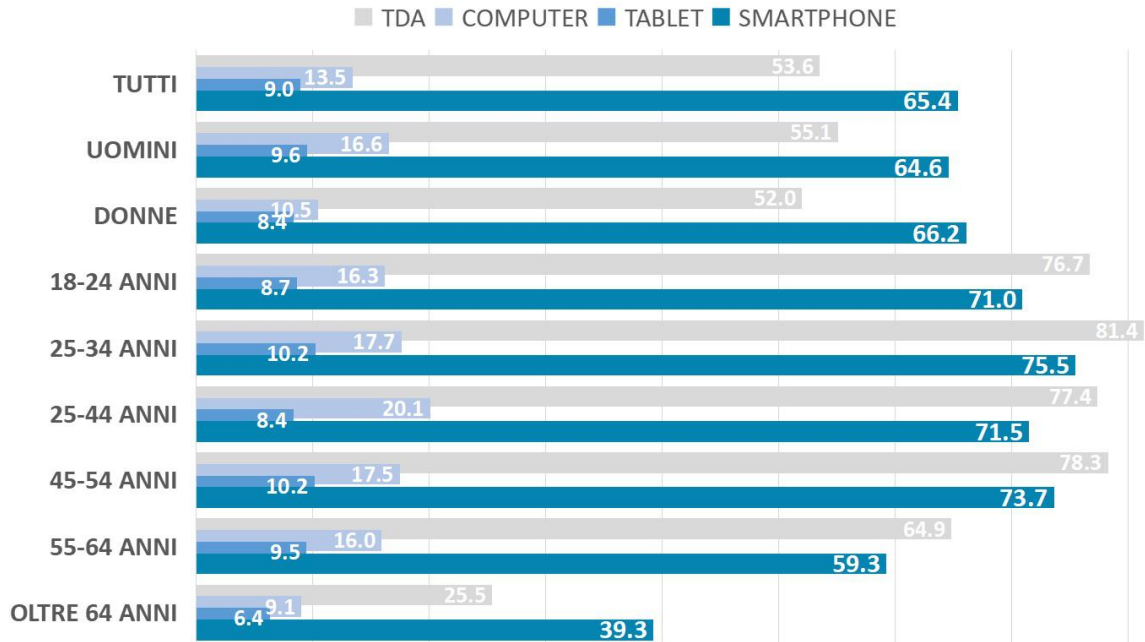
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)	32,1	8,1	4	29,1
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	53,6%	13,5%	9%	65,4%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:34	1:10	1:46	4:28
UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)	40,7	24,7	6,9	35,9
% POPOLAZIONE - MESE (%)	68%	41,2%	15,6%	80,8%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	111:34	11:48	31:29	112:13

Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2019 - Audiweb powered by Nielsen  
 Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione  
 Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

In base ai dati di **dettaglio sul profilo degli individui online**, nel giorno medio del mese estivo per eccellenza risulta collegato da **smartphone il 65,4% della popolazione over 18** e, tra le diverse fasce d'età, **il segmento più coinvolto** nella navigazione da questa tipologia di dispositivo è rappresentato dai **25-34enni**, con il **75,5%** delle persone di questa fascia online (5,1 milioni), seguiti dai **45-54enni** online in mobilità nel **73,7%** dei casi (7,1 milioni). Risulta interessante anche la quota dei **55-64enni online da**

**smartphone** nel giorno medio ad agosto, pari al **59,3%** di questo segmento della popolazione (4,9 milioni) e degli **over 64 anni** online nel **39,3%** dei casi (2,7 milioni).

## La popolazione nel giorno medio - per device ed età



Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2019 - 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

Il tempo speso online nel giorno medio ad agosto ha **superato del 2,5%** quello registrato nel mese precedente. Inoltre, in questo mese di rilevazione la fruizione dell'online da smartphone ha conquistato l'attenzione della popolazione maggiorenne per **almeno 4 ore nel giorno medio**, arrivando a **5 ore e 15 minuti** di navigazione per i **18-24enni**.

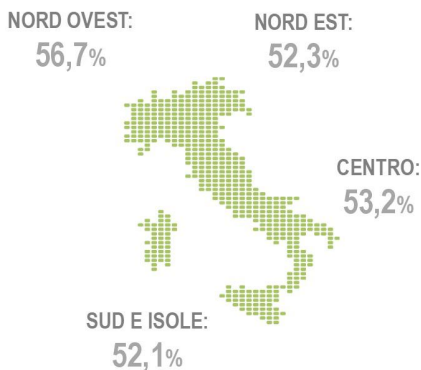
## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18-74 anni)	SMARTPHONE (18-74 anni)
<b>TUTTI</b>	4:34	1:10	1:44	4:28
<b>UOMINI</b>	4:34	1:10	1:40	4:29
<b>DONNE</b>	4:35	1:09	1:52	4:28
18-24 anni	5:16	1:06	1:40	5:15
25-34 anni	4:40	1:15	1:31	4:32
35-44 anni	4:45	1:11	1:51	4:35
45-54 anni	4:44	1:12	1:48	4:29
55-64 anni	4:19	1:12	1:48	4:07
Oltre 64 anni	3:38	1:02	1:53	3:50

Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2019 - Audiweb powered by Nielsen  
 Total digital audience e Computer = Individui dai 2 anni in su.  
 Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni.

Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online, risulta che hanno navigato il 56,7% della popolazione del **Nord Ovest** (8,9 milioni), il 2,3% della popolazione del **Nord Est** (5,7 milioni), il 3,2% dal **Centro** (6,3 milioni) e il 2,1% dell'area **Sud e Isole** (11,1 milioni).

### LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2019  
Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer;  
individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet.

Per quanto riguarda le **principali tipologie di siti e applicazioni più frequentati ad agosto**, tra quelle che conquistano l'attenzione di almeno l'80% degli utenti online nel mese, troviamo: la sotto-categoria **Search** con 38,9 milioni di utenti unici mensili (pari al 95,4% degli utenti online nel mese); con 36,2 milioni di utenti unici mensili troviamo sia la sotto-categoria di siti e app di **Social Network** (Member Communities) che registra un tempo complessivo per persona di 23 ore e 24 minuti, sia la sotto-categoria di siti e app dedicati a **servizi e strumenti online** (Internet Tools/Web Services); la sotto-categoria "**Video/Movies**" con 35,9 milioni di utenti (l'88,2%); i **portali generalisti** (General interest portals & communities) con 35,6 milioni di utenti (l'87,3%); i siti di **news online** (Current Event & Global News) che raggiungono 34,8 milioni di utenti; la sotto-categoria "Instant messaging" per la **messaggistica istantanea** che, con 34 milioni di utenti unici mensili e 26 ore e 22 minuti di tempo per persona, raggiunge l'83,6% degli utenti nel mese.

### LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI AGOSTO 2019

	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI ONLINE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>TUTTE LE CATEGORIE</b>	<b>40,7</b>	<b>100%</b>	<b>111:34</b>
MOTORI DI RICERCA	38,9	95,4	6:17
SOCIAL NETWORK	36,2	88,9	23:24
TOOLS / SERVICES	36,2	88,8	6:30
VIDEO / MOVIES	35,9	88,2	7:19
PORTAL & COMMUNITIES	35,6	87,3	2:03
CURRENT EVENT / NEWS	34,8	85,4	1:50
INSTANT MESSAGING	34	83,6	26:22
ECOMMERCE	32,4	79,7	2:33
SOFTWARE MANUFACTURER	32,1	78,7	4:02
E-MAIL	31,9	78,4	9:14

Fonte: Total Digital Audience nel mese di AGOSTO 2019 - Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

#### \*Definizione di utenti unici.

Il numero di singole persone, deduplicate, che si sono collegate, in un determinato arco temporale, ad un sito e/o elementi di esso effettuando una o più visite.

Differiscono dai browser e visitatori unici in quanto rappresentano persone fisiche.

Degli utenti unici è analizzabile anche la sovrapposizione su di diversi siti, valutando quanto pubblico hanno in comune (sovrapposizione) e quanto ne hanno complessivamente al netto delle duplicazioni (unduplicated audience).

\*\*Rispetto al dato dell'audience online nel mese, che ci dà un'idea della copertura del mezzo nel periodo di rilevazione, **l'osservazione del dato dell'audience online nel giorno medio** è importante poiché fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla frequenza di utilizzo del mezzo.

#### Cosa si intende per giorno medio

Il giorno medio indica, per il mese di riferimento, il numero medio di utenti unici giornalieri, che nel giorno hanno effettuato almeno un accesso a internet.

#### Come si calcola il giorno medio?

La somma degli utenti unici di ciascun giorno del mese osservato / numero dei giorni del mese = il numero medio di utenti unici giornalieri del mese di osservazione.

L'osservazione nel giorno medio fornisce, ad esempio, indicazioni sulla frequenza di utilizzo.

#### <sup>(1)</sup>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'instrumentazione 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 UNA, 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)**