

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

La total digital audience nel 2019 ha raggiunto una media mensile di 41,6 milioni di utenti, pari al 70% della popolazione dai 2 anni in su. L'81% della popolazione di 18-74 anni (35,9 milioni) ha navigato da smartphone nel mese medio del 2019.

A dicembre erano online 41,5 milioni di utenti, pari al 69,6% degli individui di 2+ anni, online complessivamente per 116 ore e 57 minuti (4 giorni e 23 ore).

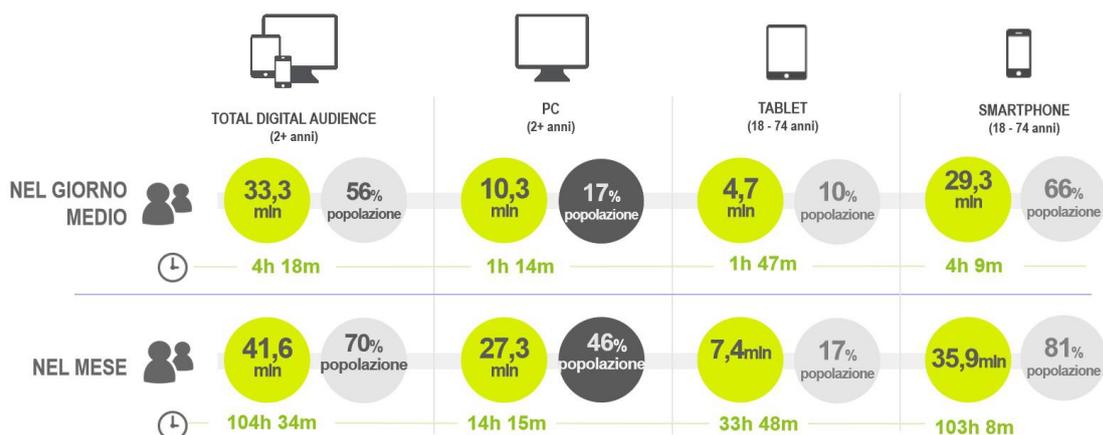
Milano, 13 febbraio 2020 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **dicembre 2019**, prodotto con la nuova metodologia Audiweb 2.0⁽¹⁾. I nuovi dati dell'Audiweb Database, sono stati distribuiti alle software house per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

La total digital audience in media nel 2019: dati di sintesi

La total digital audience nel 2019 ha raggiunto una **media mensile di 41,6 milioni** di utenti unici, pari al 70% della popolazione (l'87% se si considera solo la popolazione di 18-74 anni), online **per 104 ore e 34 minuti** complessivi (4 giorni e 8 ore di navigazione).

Nel **giorno medio del 2019** hanno navigato **33,3 milioni** di individui dai 2 anni in su, online per **4 ore e 18 minuti** in media per persona dai device rilevati (Computer, Smartphone e Tablet). Restringendo l'osservazione **solo alla popolazione maggiorenne**, risulta che nel 2019 erano online nel giorno medio 32,7 milioni di persone, pari al **73% dei 18-74enni**, confermando l'**uso dominante dello Smartphone** per accedere a internet. Infatti, risultano **29,3 milioni i 18-74enni** che nel giorno medio dell'anno hanno navigato da Smartphone, pari al 66% di questo segmento della popolazione, **collegati in media per circa 4 ore**.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2019*



Fonte: Audiweb Database, Media 2019 - Audiweb powered by Nielsen

*BASE: Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni.

La total digital audience nel mese di dicembre 2019

Per quanto riguarda i dati riferiti alla **rilevazione del mese di dicembre 2019**, in quest'ultimo mese dell'anno la total digital audience ha raggiunto **41,5 milioni** di utenti, pari al **69,6%** degli individui di 2+ anni, online complessivamente per **116 ore e 57 minuti** (4 giorni e 23 ore).

L'audience online nel giorno medio a dicembre è rappresentata da **33,4 milioni** di utenti, online dai device rilevati per **4 ore e 42 minuti** in media per persona. Per quanto riguarda il **dettaglio** della fruizione "giornaliera" dell'online **dai singoli device**, risulta che hanno navigato nel giorno medio 9,4 milioni di persone via **Computer** (il 15,8% della popolazione dai 2 anni in su), 4,8 milioni da **Tablet** (il 10,7% della popolazione di 18-74 anni) e/o 29,8 milioni da **Smartphone** (il 66,9% della popolazione di 18-74 anni).

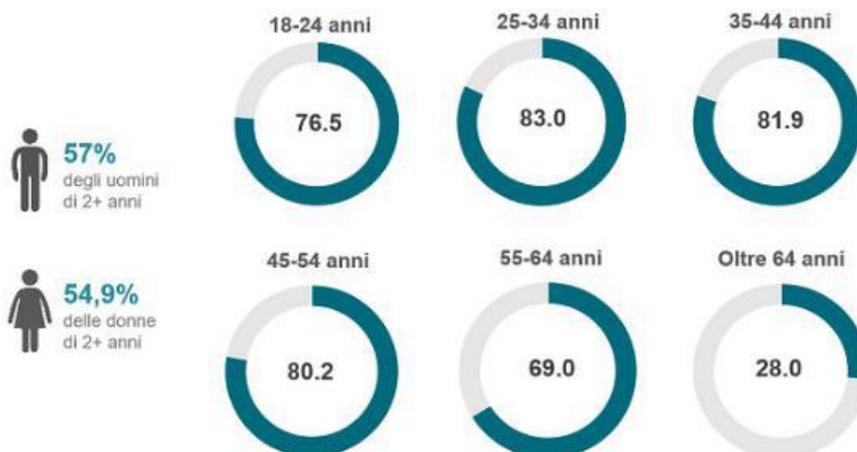
LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI DICEMBRE 2019

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18-74 anni)	SMARTPHONE (18-74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)	33,4	9,4	4,8	29,8
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	55,9%	15,8%	10,7%	66,9%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:42	1:13	1:50	4:35
UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)	41,5	25,7	7,7	36,7
% POPOLAZIONE - MESE (%)	69,6%	43,1%	17,2%	82,4%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	116:57	13:55	35:21	115:18

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

Nel giorno medio a dicembre era online il **55,9% della popolazione dai due anni in su**, composta dal 57% degli **uomini** (16,7 milioni) e dal 54,9% delle **donne** (16,8 milioni). Entrando nel dettaglio delle fasce d'età degli utenti maggiorenni online nel giorno medio, risulta che **almeno l'80% del segmento** che rappresenta i **25-54enni** ha navigato abitualmente, con la fascia dei 25-34enni, in particolare, che arriva all'83% dei casi, pari a quattro persone su cinque.

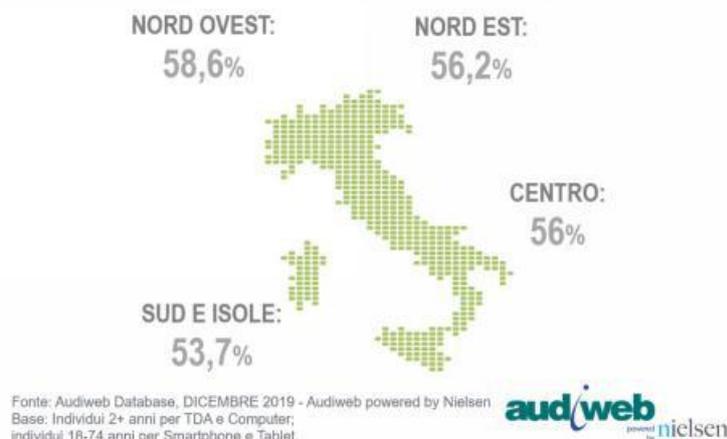
LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, DICEMBRE 2019 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su - Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni

Dai dati sulla **provenienza geografica degli utenti**, in questo mese di rilevazione risulta che nel giorno medio erano online il 58,6% della popolazione del **Nord Ovest** (9,4 milioni), il 56,2% della popolazione del **Nord Est** (6,2 milioni), il 56% dell'area **Centro** (6,5 milioni) e il 53,7% dell'area **Sud e Isole** (11,3 milioni).

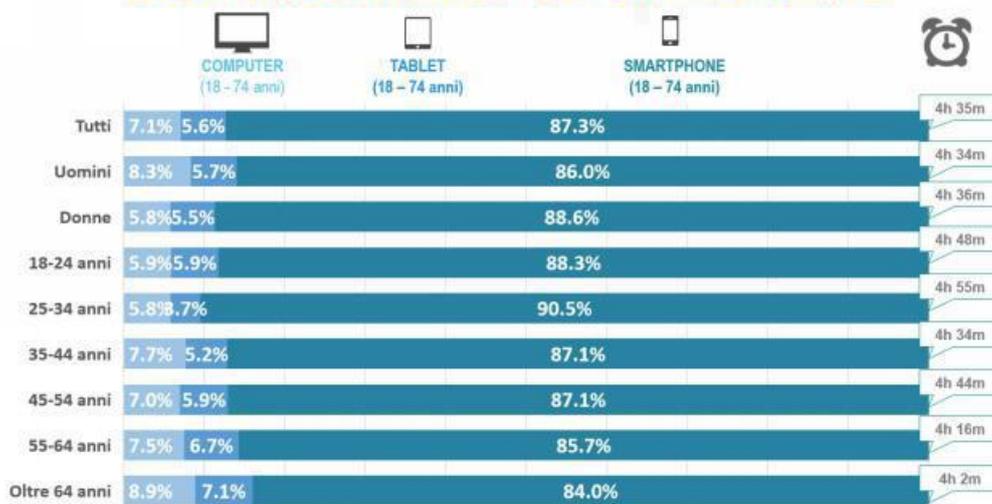
LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



L'87,3% del tempo trascorso online dai 18-74enni è generato dalla fruizione di internet da Smartphone, pari a 4 ore e 35 minuti per persona nel giorno medio.

Tutte le fasce d'età risultano coinvolte allo stesso livello nella fruizione da mobile, partendo dalla fascia degli **over 64** che trascorre l'84% del tempo totale online da Smartphone, fino ai **25-34enni** che navigano via Smartphone per il **90,5%** del tempo complessivo online.

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audiweb Database, DICEMBRE 2019 - Audiweb powered by Nielsen
Base: individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione

Per quanto riguarda le **sotto-categorie di siti più visitati nel mese di dicembre**, dopo i **motori di ricerca** (sotto-categoria Search con 39,9 milioni di utenti), seguono su livelli pressoché simili i contenuti della sotto-categoria **Video/Movies** (37,3 milioni di utenti), i **Social Network** (sotto-categoria Member Communities con 37,2 milioni di utenti) e i siti dedicati ai **servizi e tool online** (Internet Tools /Web Services, con 37,1 milioni di utenti). Tra i contenuti più consultati nel mese di dicembre troviamo ancora i **siti e i portali generalisti** (General Interest Portals & Computer, con 36,8 milioni), le **news online** (Current Event & Global News con 35,6 milioni), i **servizi di messaggeria online** (Instant Messaging, con 34,9 milioni) e i siti per chi preferisce fare la **spesa online** (Mass Merchandiser, con 34,8 milioni).

LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI DICEMBRE 2019

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	41,5	100,0%	115:18
SEARCH	39,9	96,1	8:55
VIDEOS/MOVIES	37,3	89,9	7:18
MEMBER COMMUNITIES	37,2	89,4	21:54
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37,1	89,4	2:39
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	36,8	88,7	2:56
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	35,6	85,8	1:50
INSTANT MESSAGING	34,9	84,0	31:11
MASS MERCHANDISER	34,8	83,8	3:27
SOFTWARE MANUFACTURERS	33,8	81,4	4:00
E-MAIL	33,6	81,0	10:55
MAPS/TRAVEL INFO	31,6	76,1	1:59
CORPORATE INFORMATION	31,0	74,7	1:09
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	29,8	71,8	0:47
FOOD & COOKING	29,7	71,5	0:40
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	27,8	66,9	0:38

Fonte: Total Digital Audience nel mese di DICEMBRE 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.

(1)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 espanse 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** 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