

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

La total digital audience nel mese di ottobre è rappresentata da 41,8 milioni di utenti che hanno navigato da computer, tablet e/o smartphone.

L'82,1% della popolazione di 18-74 anni ha navigato da smartphone e il 77,8% del tempo totale speso online in questo mese è stato generato dalla fruizione di internet tramite smartphone-app.

Sul sito Audiweb è disponibile anche il report Audiweb Week riferito all'audience della settimana dal 2 all'8 dicembre degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb Daily/Weekly.

Milano, 19 dicembre 2019 – Audiweb ha distribuito il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **ottobre 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.

Sul sito Audiweb è inoltre disponibile il report Audiweb Week con la sintesi dell'audience online della settimana dal 2 all'8 dicembre 2019 degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb Daily/Weekly.

La Total Digital Audience nel mese di ottobre 2019

Nel mese di **ottobre** l'audience online è rappresentata da **41,8 milioni di utenti** dai 2 anni in su, online per **113 ore e 26 minuti** complessivi per persona. L'**82,1%** della popolazione maggiorenne (36,7 milioni) ha usato lo **smartphone** per accedere a internet dedicandovi **111 ore e 29 minuti** per persona.

La **Total Digital Audience** nel giorno medio in questo mese di rilevazione ha raggiunto **34,3 milioni** di individui dai 2 anni in su che per navigare hanno scelto il **computer** nel 17,8% dei casi (10,6 milioni di individui) e/o il **tablet** nel 10,5% dei casi (4,7 milioni). La fruizione di internet nel giorno medio **da smartphone** ha interessato il **67,8%** della popolazione tra i **18 e i 74 anni** (30,3 milioni), online per **4 ore e 30 minuti** per persona.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI OTTOBRE 2019

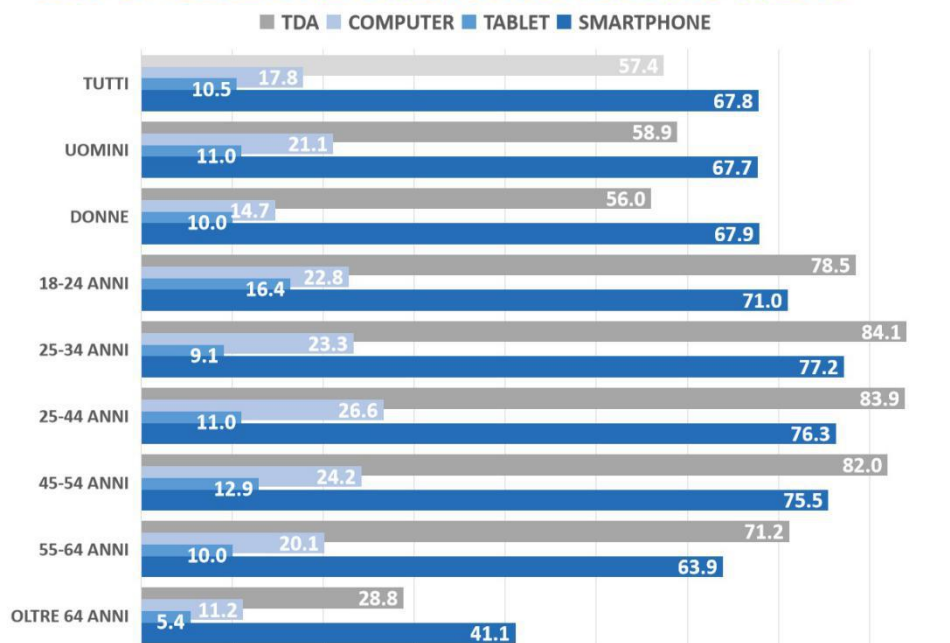
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (MILIONI)	34,3	10,6	4,7	30,3
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	57,4%	17,8%	10,5%	67,8%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:37	1:16	1:47	4:30
UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)	41,8	27,2	7,6	36,7
% POPOLAZIONE – MESE (%)	70%	45,6%	17,1%	82,1%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	113:26	14:50	32:56	111:29

Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 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

Nel giorno medio ad ottobre hanno navigato dai device rilevati (computer, tablet e smartphone) al nelle delle sovrapposizioni) il 58,9% degli **uomini** (17,2 milioni) e il 56% delle **donne** (17,1 milioni).

Le **fasce d'età** coinvolte tendono ad essere tutte **ampiamente rappresentate**, in particolar modo se si osserva la **fruizione da smartphone**. In questo caso, infatti, emerge che hanno navigato nel giorno medio, il **77,2% dei 25-34enni** (5,1 milioni), il **76,3% dei 35-44enni** (6,6 milioni), il **75,5 dei 45-54enni** (7,3 milioni), il **71% dei 18-24enni** (2,9 milioni) e il **63,9% dei 55-64enni** (5,4 milioni). Solo la fascia d'età degli **over 64 anni** è rappresentata con una quota minore, pari al **41,1%** della popolazione di questo segmento (2,9 milioni).

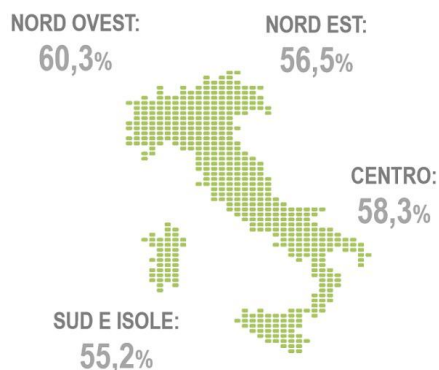
LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 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 che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Per quanto riguarda l'area geografica di **provenienza** degli utenti, nel giorno medio ad ottobre erano online il 60,3% della popolazione del **Nord Ovest** (pari a 9,6 milioni), il 56,5% della popolazione del **Nord Est** (6,3 milioni), il 58,3% dal **Centro** (6,8 milioni) e il 55,2% dell'area **Sud e Isole** (11,6 milioni).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Nel giorno medio ad ottobre gli utenti online hanno navigato in media per **4 ore e 37 minuti** per persona.

Entrando poi nel dettaglio del **tempo dedicato all'online**, emerge che sia i **18-24enni** sia i **25-34enni** hanno navigato per **circa 5 ore** nel giorno medio, poco più dei **35-44enni** e dei **45-54enni** che hanno registrato circa **4 ore e 50 minuti** di navigazione per persona.

Per quanto riguarda la **distribuzione del tempo dedicato all'online** tra le modalità disponibili, risulta che il **77,8%** del tempo totale speso online è stato generato dalla fruizione di internet **tramite smartphone-app**.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 2019- Audiweb powered by Nielsen
Base: individui di 2+ anni che hanno navigato almeno una volta da Desktop;
individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet.
La distribuzione del tempo speso è calcolato sulla popolazione di 18-71 anni

Per quanto riguarda gli **interessi degli utenti online**, nel **mese** di ottobre risulta che il **96,3%** degli utenti online ha "usato" i **motori di ricerca** (40,3 milioni di utenti unici per la sotto-categoria Search), il **90,3%** ha frequentato i **Social Network** (37,8 milioni di utenti per la sotto-categoria Member Communities), il **90,2%** era sui siti che offrono **servizi e strumenti online** (37,8 milioni per la sotto-categoria Internet Tools/Web Services).

Gli utenti online a ottobre, hanno navigato anche **tra i differenti contenuti disponibili**, ad esempio, tra i principali: l'**89,8%** ha consultato siti dedicati ai contenuti **video** (37,6 milioni per la sotto-categoria Video/Movies), l'**89,1%** ha consultato i **portali generalisti** (37,3 milioni per la sotto-categoria General interest portals & communities), l'**86,4%** si è informato online sui siti **news** (36,2 milioni per la sotto-categoria Current Event & Global News).

La sotto-categoria **Instant Messaging**, dedicata alla messaggistica istantanea, ha raggiunto l'**84,7%** degli utenti online (35,5 milioni), i servizi dedicati alla **gestione delle email** hanno coinvolto l'**81,6%** degli utenti (34,2 milioni) e l'**ecommerce** (sotto-categoria Mass Merchandiser) raggiunge l'**82,4%** degli utenti (34,5 milioni).

LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI OTTOBRE 2019

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	41,8	100,0%	113:26
SEARCH	40.3	96,3	9:00
MEMBER COMMUNITIES	37.8	90,3	21:15
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37.8	90,2	3:12
VIDEOS/MOVIES	37.6	89,8	7:18
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.3	89,1	2:46
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.2	86,4	1:51
INSTANT MESSAGING	35.5	84,7	28:49
MASS MERCHANDISER	34.5	82,4	2:48
SOFTWARE MANUFACTURERS	34.4	82,1	4:06
E-MAIL	34.2	81,6	10:56
MAPS/TRAVEL INFO	32.4	77,4	2:13
CORPORATE INFORMATION	31.4	75,1	1:21
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31	74,1	0:59
FOOD & COOKING	29.4	70,1	0:30
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.1	69,4	1:02

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

Report Audiweb Week - settimana 2-8 dicembre 2019

Sul sito Audiweb è disponibile anche il **report Audiweb Week** riferito all'audience della **settimana dal 2 all'8 dicembre** degli **editori iscritti** alla rilevazione Audiweb Daily/Weekly.

Il report Audiweb Week riporta i dati dell'audience online di una settimana del mese di rilevazione per gli editori aderenti e che, quindi, hanno instrumentato il **TAG/SDK** per l'attivazione della componente censuaria.

Derivati dalla rilevazione Audiweb Daily / Weekly, che offre dati "currency" (utenti, non browser), i dati rappresentati nel report Audiweb Week sono riferiti all'universo di **individui dai 2 anni in su**, non solo per la componente Computer, ma **anche per la componente Mobile - Smartphone e Tablet** - che nella rilevazione Audiweb Database è circoscritta all'universo di individui di 18-74 anni.

*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 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** 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