

Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di marzo 2018

Nel mese di marzo 2018 la total digital audience ha raggiunto 34,2 milioni di utenti unici, il 62,3% della popolazione dai 2 anni in su.

La mobile audience mensile ha raggiunto il 68,7% della popolazione maggiorenne, con 30,1 milioni di utenti collegati per 49 ore in media per persona.

La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 25,4 milioni di utenti, online in media per 2 ore e 25 minuti a persona.

Milano, 17 maggio 2018 – Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, con i **dati della fruizione di internet** (total digital audience) del mese di **marzo 2018***.

Sintesi dei dati della total digital audience – Marzo 2018

Nel mese di marzo sono stati 34,2 milioni gli utenti che hanno navigato da PC, smartphone e/o tablet, pari al **62,3%** della popolazione dai due anni in su.

L'audience online da mobile nel mese ha raggiunto il **68,7%** della popolazione maggiorenne, con 30,1 milioni di utenti collegati per **49 ore in media per persona**.

Nel **giorno medio** la total digital audience ha raggiunto **25,4 milioni di utenti, online in media per 2 ore e 25 minuti a persona**.

Dai dati sulla fruizione di internet dai differenti device rilevati, risulta che nel giorno medio sono stati **21,5 milioni** gli italiani che hanno navigato **da mobile** (smartphone e/o tablet), di cui oltre la metà, il **58,8%** pari a 12,6 milioni, ha navigato **esclusivamente da mobile**. Nel giorno medio sono stati **12,8 milioni** gli italiani che hanno scelto di navigazione **anche da PC**.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI MARZO 2018

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI (milioni)	25,4	12,8	21,5
TEMPO SPESO (H:Mm)	2:25	1:06	02:12
% POPOLAZIONE	46,3%	23,3%	49%
UTENTI UNICI (milioni)	34,2	26,5	30,1
TEMPO SPESO (Hh:Mm)	55:47	16:23	49:00
% POPOLAZIONE	62,3%	48,3%	68,7%

12,6milioni SOLO MOBILE

Fonte: Audiweb Database, dati di Marzo 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

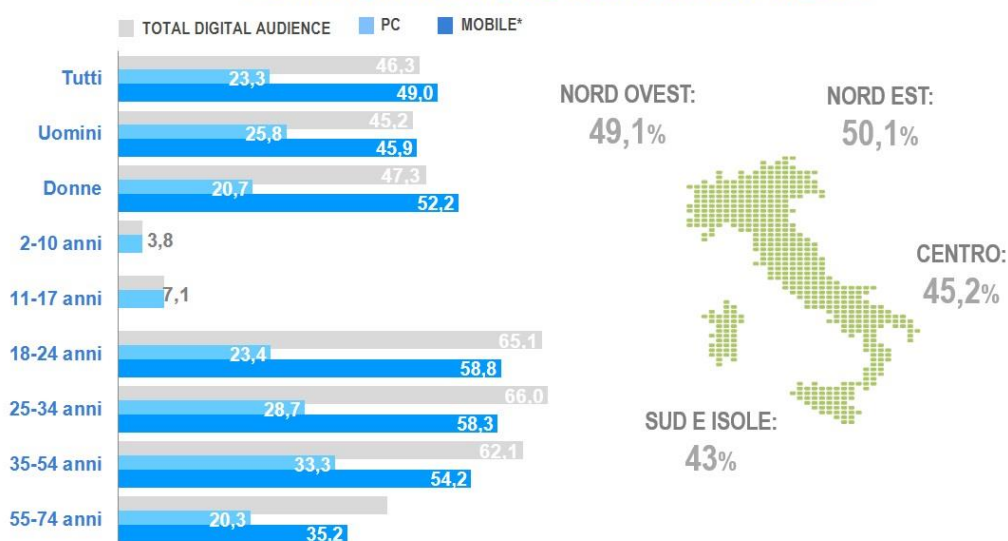
MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Per quanto riguarda il **profilo degli utenti online**, in questo mese di rilevazione erano online nel giorno medio il **45,2% degli uomini** (12,6 milioni) e il **47,3% delle donne** (12,8 milioni) e, più nel dettaglio, **oltre il 60% della popolazione adulta tra i 18 e i 54 anni** (il 65% dei 18-24enni, il 66% dei 24-34enni e il 62% dei 35-54enni).

Il mobile surfing si è ormai affermato tra le attività quotidiane **per oltre il 50% della fascia centrale della popolazione di 18-54 anni**. Infatti, nel giorno medio risultano online anche o solo da mobile il 58,8% dei 18-24enni (2,4 milioni), il 58,3% dei 25-34enni (4 milioni) e il 54,2% dei 35-54enni (10 milioni).

Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online, nel giorno medio a marzo risultano online il **49,1%** della popolazione dell'area **Nord-Ovest** (6,9 milioni), il **50,1%** dall'area **Nord-Est** (4,7 milioni), il **45,2%** dall'area **Centro** (4,2 milioni) e il **43%** dell'area **Sud e Isole** (9,2 milioni).

GLI ITALIANI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

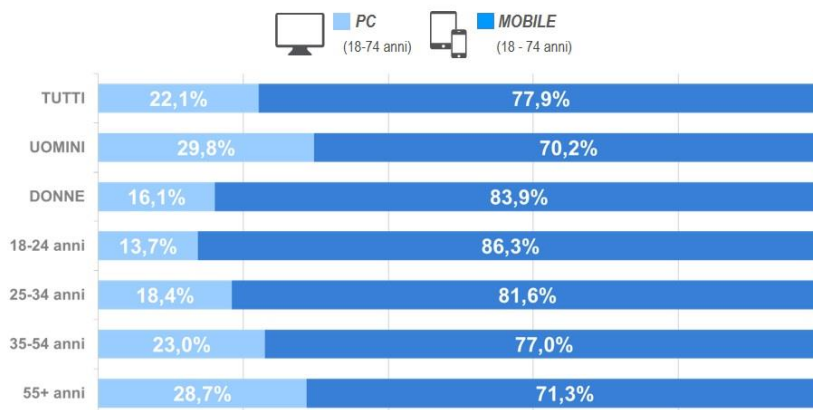


Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Marzo 2018 - Audiweb powered by Nielsen
Base TDA e PC: % popolazione 2+ anni. *MOBILE (= smartphone e/o tablet): % popolazione 18-74 anni



Dai **dati sulla distribuzione del tempo online** tra i device rilevati, emerge che in questo mese di rilevazione **il 78% del tempo totale trascorso online è stato dedicato alla fruizione di internet da mobile** (smartphone e/o tablet). Resta ulteriormente confermata la **preferenza** da parte delle **donne e dei giovani 18-24enni** per questa modalità di navigazione. Infatti, con circa l'84% del tempo totale online da questi device, le donne superano i valori raggiunti dagli uomini e, con l'86,3% del tempo totale online da mobile, i più giovani si attestano tra i principali fruitori dell'online da mobile.

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Marzo 2018 - Audiweb powered by Nielsen.
Base: Total digital audience italiani 18-74 anni.



Per quanto riguarda le **dinamiche dei consumi online**, resta confermato il trend fino ad ora rilevato e rappresentato, che vede **almeno l'80% della popolazione online** concentrata tra i siti e le applicazioni delle **prime cinque categorie**. Infatti, a marzo i contenuti e le applicazioni raggruppati nella categoria **"Search"** sono stati consultati dal **92,7% degli utenti online nel mese**, quelli della categoria **"General interest portals & communities"** dall'85,1% degli utenti, della categoria **"Member communities"** (social network) dall'84,7% degli utenti, **"Internet tools / web services"** dall'83,4% e della categoria **"Video / Movies"** dall'81,9%.

Le altre categorie di siti e applicazioni online, riescono comunque a raccogliere l'attenzione di **almeno il 60% degli utenti online**, segno del fatto che, sebbene la quasi totalità degli utenti sia attratta dalle entità rappresentate nelle prime categorie, molta parte dell'audience online si muove consultando tutta l'offerta disponibile, in base a interessi particolari, come nel caso delle **News** (categoria Current Events & Global News con il 64% degli utenti online) o le **informazioni corporate** (70,9% degli utenti online), legate alla comunicazione interpersonale, come nel caso della categoria **Email** (77,7% degli utenti), **Cellular Paging** (73,5%) e **Instant Messaging** (59,5%), oppure di interessi personali, come nel caso dell'**ecommerce** (categoria Mass Merchandiser con il 72%) e di informazioni e servizi legati ai **viaggi** (categoria Maps/Travel info con il 66,% degli utenti online).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATI NEL MESE DI MARZO 2018

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
TOTALE	34.203	100,0%	62,3%	55:47:14
SEARCH	31.704	92,7%	57,8%	02:44:53
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	29.100	85,1%	53,0%	01:08:22
MEMBER COMMUNITIES	28.954	84,7%	52,7%	14:33:01
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	28.536	83,4%	52,0%	01:05:43
VIDEOS/MOVIES	28.025	81,9%	51,1%	03:23:36
SOFTWARE MANUFACTURERS	27.803	81,3%	50,7%	02:42:19
E-MAIL	26.566	77,7%	48,4%	03:05:18
CELLULAR/PAGING	25.123	73,5%	45,8%	14:10:27
MASS MERCHANDISER	24.634	72,0%	44,9%	01:47:44
CORPORATE INFORMATION	24.258	70,9%	44,2%	00:43:03
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	23.072	67,5%	42,0%	00:41:52
MAPS/TRAVEL INFO	22.604	66,1%	41,2%	00:54:27
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	21.902	64,0%	39,9%	00:59:06
RESEARCH TOOLS	20.476	59,9%	37,3%	00:18:14
INSTANT MESSAGING	20.357	59,5%	37,1%	02:23:17

Fonte: Total Digital Audience Marzo 2018 Audiweb powered by Nielsen
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

* I dati relativi a questo mese di rilevazione sono prodotti con la consueta modalità di rilevazione.

I dati dei consumi di internet sono intanto rilevati in parallelo anche con la nuova metodologia Audiweb 2.0 ed è in atto la fase di controllo e di verifiche resa necessaria dall'ampiezza e dalla novità delle rilevazioni previste.

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 per gli utenti registrati e in forma completa per tutti gli abbonati attraverso le principali aziende di elaborazione dati per la pianificazione pubblicitaria.

I 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.

LEGENDA

Total digital audience: l'insieme di **utenti unici** che hanno effettuato almeno un accesso a internet tramite i device rilevati - pc e/o device mobili (smartphone e/o tablet) - nel periodo di analisi.

La rilevazione della fruizione di internet tramite PC è riferita agli italiani dai 2 anni in su; la fruizione di internet tramite device mobili (smartphone e tablet) è riferita agli italiani tra i 18 ed i 74 anni.



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:

Maria Giovanna Migliaro
mariagiovanna.migliaro@gmail.com
Audiweb - Tel. 02.58315141