

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

La total digital audience nel mese di febbraio ha raggiunto 34,2 milioni di italiani, pari al 62,4% della popolazione dai 2 anni in su.

Nel giorno medio sono stati 26,5 milioni gli italiani online, con 2 ore e 26 minuti di tempo speso per persona.

Milano, 19 aprile 2018 – Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di febbraio 2018\*.

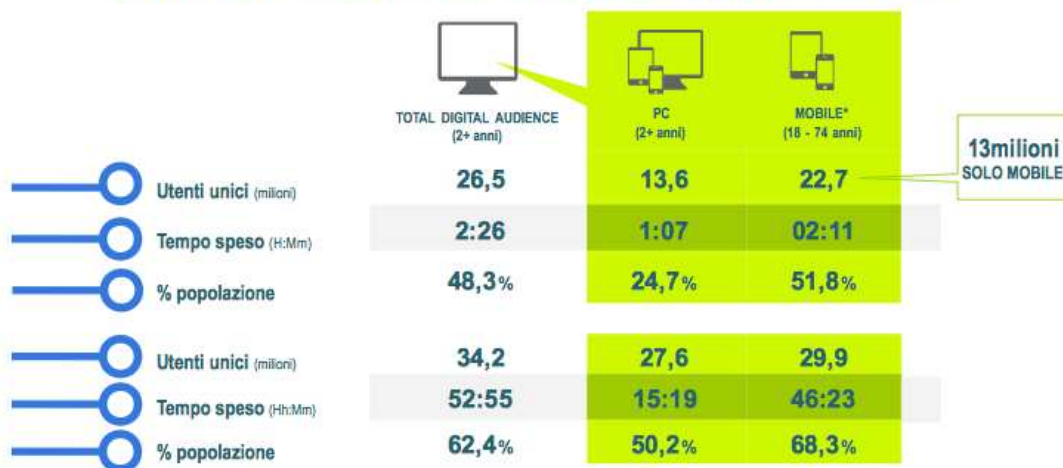
### Sintesi dei dati della total digital audience – Febbraio 2018

La total digital audience a febbraio è rappresentata da **34,2 milioni** di utenti unici, il **62,4% della popolazione dai due anni in su**, online per 52 ore e 55 minuti in media per persona.

Nel **giorno medio** risultano 26,5 milioni gli italiani che si sono collegati almeno una volta, online in media per **2 ore e 26 minuti** per persona.

Per quanto riguarda la **fruizione dai differenti device** rilevati, nel **giorno medio** a febbraio risulta che **13,6 milioni** di italiani dai due anni in su hanno navigato **da un PC** e **22,7 milioni** di italiani maggiorenni anche **da mobile** (smartphone e/o tablet), con **13 milioni** di questi che hanno preferito navigare **esclusivamente da mobile**.

#### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI FEBBRAIO 2018



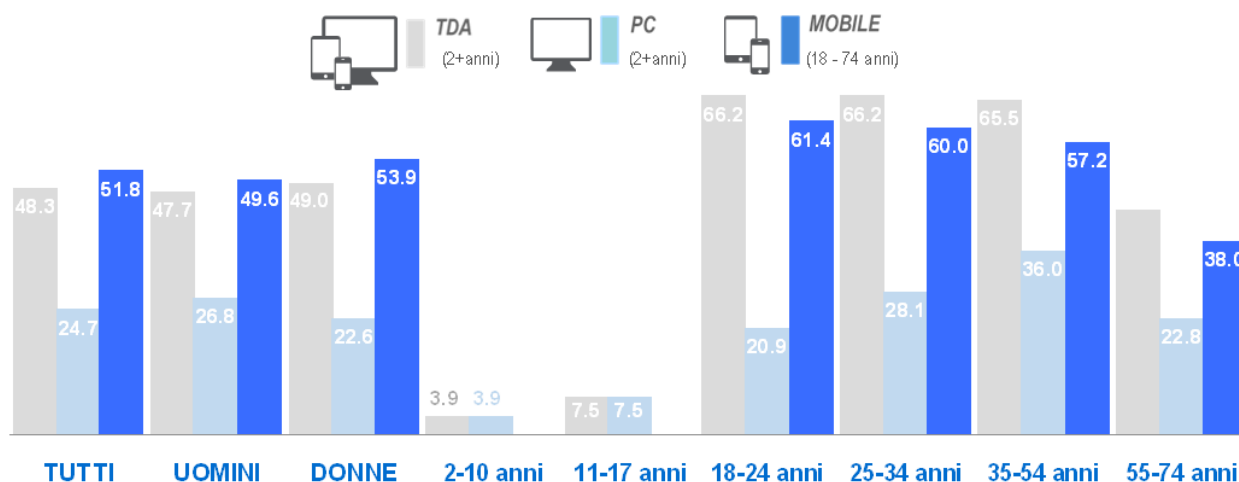
Fonte: Audiweb Database, dati di Febbraio 2018- Audiweb powered by Nielsen.

\* 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

Quasi metà degli italiani, il 48,3%, ha navigato quotidianamente a febbraio, con quote più rilevanti per la fascia d'età dai 18 ai 34 anni, con il 66,2% online almeno una volta nel giorno medio, e al di sotto della metà (43,8%) per la fascia più matura dei 55-74 anni.

A trainare resta la **navigazione da mobile** che vede coinvolti, in generale, il **51,8% degli italiani maggiorenni** e, più in dettaglio, la quasi totalità dei giovani online (il **61,4% dei 18-24enni** e il **60% dei 25-34enni**), il **57,2% dei 35-54enni** e il **38% degli over 55**.

## IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

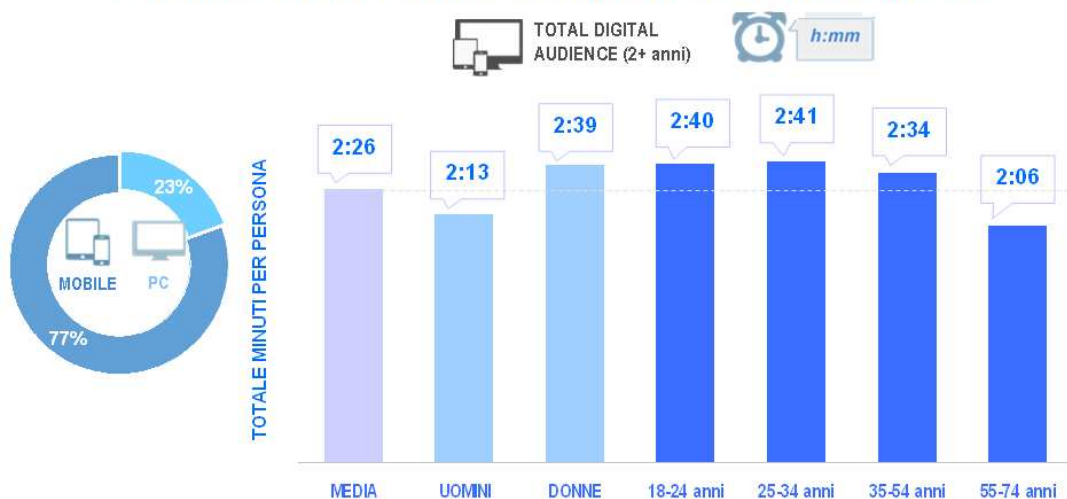


Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Febbraio 2018 - Audiweb powered by Nielsen  
Italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE



In sintesi, per quanto riguarda il tempo dedicato all'online, in questo mese di rilevazione risulta che: il **77% del tempo complessivo** dedicato alla fruizione di internet è stato generato dagli accessi **da mobile**; le **donne** hanno dedicato all'online **26 minuti in più** rispetto agli **uomini**; il tempo quotidiano dedicato alla fruizione di internet **supera la media** generale nel caso della **popolazione più giovane**, con 2 ore e 40 per i 18-34enni, arrivando alle 2 ore e 34 minuti nel caso dei 35-54enni.

## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Febbraio 2018 - Audiweb powered by Nielsen.  
Total digital audience italiani di 2+ anni per PC e TDA; italiani 18-74 anni per la fruizione da mobile



I dati riferiti alle prime cinque categorie di siti e applicazioni più visitati a febbraio assegnano alla categoria **Serch** il **93,6% degli utenti online nel mese**, pari a 32 milioni, l'**86,4%** degli utenti alla

categoria **General interest portals & communities** (29,6 milioni), l'86,1% ai siti della categoria **Member communities - social network** – (29,5 milioni), l'85,2% alla categoria **Internet tools / web services** - i siti dedicati ai servizi e tool online -, (29,2 milioni) e l'83,2% alla categoria **Video / Movies** (28,5 milioni).

Sono comunque molto rilevanti anche i dati riferiti alle categorie di siti e applicazioni di servizio, ad esempio **Email**, con il 79% degli utenti online nel mese, e **Corporate Information**, con il 72,1% degli utenti, oppure dedicate al tempo libero e alle relazioni, come nel caso della categoria **Cellular/Paging** con 75,1% degli utenti o **Map/Travel-Info** con il 67,7%.

## ALCUNE DELLE CATEGORIE DI SITI PIU' VISITATE NEL MESE DI FEBBRAIO 2018

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
TOTALE	34.231	100,0%	62,4%	52:54:38
SEARCH	32.028	93,6%	58,4%	02:32:56
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	29.573	86,4%	53,9%	00:59:36
MEMBER COMMUNITIES	29.463	86,1%	53,7%	13:26:17
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	29.180	85,2%	53,2%	00:58:49
VIDEOS/MOVIES	28.477	83,2%	51,9%	03:07:12
SOFTWARE MANUFACTURERS	28.459	83,1%	51,8%	02:42:48
E-MAIL	27.048	79,0%	49,3%	02:44:59
CELLULAR/PAGING	25.698	75,1%	46,8%	12:44:24
MASS MERCHANDISER	25.168	73,5%	45,9%	01:44:44
CORPORATE INFORMATION	24.673	72,1%	44,9%	00:38:21
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	23.405	68,4%	42,6%	00:40:03
MAPS/TRAVEL INFO	23.169	67,7%	42,2%	00:45:04
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	22.242	65,0%	40,5%	00:54:44
RESEARCH TOOLS	21.118	61,7%	38,5%	00:20:16
INSTANT MESSAGING	21.080	61,6%	38,4%	02:07:45

Fonte: Total Digital Audience Febbraio 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](http://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](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)

Audiweb - Tel. 02.58315141