

## Pc, smartphone e tablet: Audiweb misura la total digital audience

*Da gennaio sarà disponibile la nuova ricerca Audiweb Mobile per Smartphone e Tablet che si integra con la rilevazione delle audience PC in un unico sistema di reporting e pianificazione.*

*Cresce del 35% dallo scorso anno il numero di italiani con smartphone connessi a internet (21 milioni di italiani 11-74 anni) e del 160% da tablet (6 milioni).*

*Dai primi dati della rilevazione delle audience mensili risultano 9,2 milioni gli utenti online da smartphone nel mese di agosto e 4 milioni da Tablet (18-74 anni - sistemi iOS e Android).*

---

Milano, 17 ottobre 2014 – In occasione dello **IAB Seminar**, Audiweb annuncia il nuovo sistema di rilevazione dell'audience online che si estende dal PC ai dispositivi mobili smartphone e tablet, **Audiweb Mobile**. La nuova ricerca, che dopo una fase beta sarà pienamente operativa a partire dal **prossimo gennaio 2014**, offrirà dati completi sulle abitudini e i comportamenti online degli **utenti italiani (18-74 anni)** che accedono a internet o utilizzano un'applicazione da uno **smartphone** o da un **tablet**.

La diffusione dell'online in Italia presenta una crescita sempre più evidente dei nuovi strumenti disponibili per accedere alla Rete. A fronte di **38 milioni di italiani** tra gli 11 e i 74 anni che dichiarano di poter **accedere a internet da qualsiasi strumento e luogo**, cresce del **35% in un anno la disponibilità di accesso da uno smartphone (21 milioni di italiani 11-74 anni)** e del **160% da tablet (6 milioni)**.

I dati di accesso da PC, invece, da alcuni mesi presentano dati in flessione, registrando nel mese agosto 2013 **un calo del 3%** rispetto all'anno precedente e **del 7%** per quanto riguarda il tempo speso online per ogni utente.

Valori che indicano lo **spostamento dell'audience online dal PC verso altri device** che, in base ai primi dati "beta" di **Audiweb Mobile**, nel mese di agosto presentano un'audience di **9,2 milioni di utenti da smartphone** e **4 milioni da tablet**. Dati in rapida ascesa, in particolare per i tablet che registrano un trend di crescita trimestrale del 30% degli utenti online nel corso del 2013.

Il nuovo sistema mobile di Audiweb è stato realizzato **in collaborazione con i partner Nielsen e Doxa**, offrendo per la prima volta dati e informazioni sulla **Total Digital Audience** basati su un

**modello di rilevazione 'user centric'**, che rileva e incrocia i dati di fruizione di **quattro schermi diversi**: smartphone, tablet, che si aggiungono a quelli dei pc da casa e da ufficio.

**Audiweb Mobile** è stato realizzato apportando due importanti novità alla struttura della ricerca: **l'ampliamento del panel "meterizzato" ai device mobili** e un **aggiornamento della Ricerca di Base**.

L'estensione del **panel**, ovvero del campione rappresentativo della popolazione italiana che, attraverso l'installazione di un software meter sul proprio dispositivo che registra tutte le attività di navigazione, ha previsto uno studio approfondito sulla metodologia di rilevazione, sulla scelta del meter da attribuire ai due nuovi device e sul processo finale di fusione del dato con le altre fonti alla base del sistema di rilevazione.

Al panel PC già esistente, composto da oltre 41.000 panelisti, sono stati aggiunti **un nuovo panel per la misurazione delle navigazioni e dell'utilizzo di applicazioni da smartphone**, composto da circa **3000 panelisti** (1.500 per il sistema operativo Android e 1500 per iOS), e il **panel per i tablet**, composto da circa **1000** panelisti (Android e iOS).

Altro elemento di novità è rappresentato dal **nuovo approfondimento mobile della Ricerca di Base**, condotta sulla base di 10.000 interviste face to face annuali a un campione rappresentativo della popolazione italiana di 11-74 anni. Oltre a un **nuovo set di domande** sulla disponibilità dei due nuovi device è stato introdotto un **catalogo di 1.000 telefoni cellulari**, in costante aggiornamento, con foto, marca del dispositivo, modello, sistema operativo e altre caratteristiche indispensabili **per individuare le caratteristiche del cellulare posseduto dall'intervistato**. Questo approfondimento, insieme all'intero set di dati derivanti dalla Ricerca di Base, consentono di stimare l'universo degli utenti internet da smartphone e tablet utilizzato per l'estensione dei dati panel.

Il risultato finale è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database, respondent level**, che fornisce i **dati elementari di navigazione e di utilizzo delle applicazioni e i profili socio demografici degli utenti online dai 18 anni in su**, con un dettaglio per giorni della settimana, fasce orarie di 3 ore, proponendo le metriche già usate per l'audience da PC: utenti unici, reach %, pagine viste e tempo speso. Attraverso il nastro di pianificazione, distribuito a cadenza mensile a tutti gli operatori iscritti al servizio, sarà possibile pianificare le proprie campagne conoscendo quanta parte dell'audience attribuire alla navigazione solo da PC, solo da Smartphone e solo da Tablet, oppure quanta alla sovrapposizione PC/Smartphone, PC/Tablet e PC/smartphone/tablet.

Oltre al dato *mobile* quotidiano di Audiweb Database, sarà possibile consultare anche i **dati mobile mensili**, con lo stesso livello di dettaglio, organizzati in base ai tre device disponibili - pc, smartphone o tablet -, e consultabili attraverso la piattaforma **Audiweb View** disponibile per gli operatori iscritti al servizio.

“Da oggi Audiweb è in grado di fornire al mercato la già più ampia gamma di dati e informazioni sull’utenza digitale nel suo complesso, le sue abitudini e i suoi comportamenti in rete”, ha dichiarato Enrico Gasperini, Presidente di Audiweb. “La nuova ricerca consente infatti di rilevare in modo puntuale e obiettivo quali e quanti sono gli utenti mobile, cosa fanno online, quando, come e dove vi accedono, quale uso fanno dei tablet e delle app. Il nuovo sistema di rilevazione offre agli operatori del mercato gli strumenti adeguati per pianificare indipendentemente dagli schermi di fruizione e effettuare le stime di reach & frequency delle campagne con i numerosi tools offerti da operatori indipendenti”, ha concluso Gasperini.

## 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 guidato dal Presidente Enrico Gasperini e 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:

**Hill+Knowlton Strategies - Tel. 02.319141**

Anna Bellini

[anna.bellini@hkstrategies.com](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)

Michele Bon

[michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Alberto Alloisio

[alberto.alloisio@audiweb.it](mailto:alberto.alloisio@audiweb.it)

Maria Giovanna Migliaro

[maria giovanna.migliaro@gmail.com](mailto:maria giovanna.migliaro@gmail.com)