

Milano, 30 maggio 2011

## Audiweb pubblica i dati di audience online del mese di aprile 2011

**Nel mese di aprile 2011 sono 26,6 milioni gli Italiani che hanno navigato almeno una volta attraverso un PC, con un incremento del 12,4 su base annua**

**L'audience online nel giorno medio cresce del 12%, con 13 milioni di utenti attivi**

Audiweb pubblica i dati di **audience online del mese di aprile 2011** distribuendo il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, che presenta la stima **dell'utilizzo effettivo di internet da parte degli Italiani dai 2 anni in su** che si collegano attraverso un computer da casa, ufficio o altri luoghi.

Nel mese di aprile 2011 sono **26,6 milioni gli utenti attivi** che si sono collegati a internet almeno una volta tramite computer, con un **incremento del 12,4%** su base annua e circa 694 mila utenti unici in più rispetto a marzo 2011.

L'**audience online nel giorno medio** registra un incremento del 12% rispetto ad aprile 2010. Sono, infatti, **13 milioni gli utenti attivi nel giorno medio** che hanno speso 1 ora e 18 minuti online, consultando 158 pagine per persona.

<b>Internet Audience</b> (Include internet applications)			
	apr-11	apr-10	variazione % aprile 2011 / aprile 2010
Popolazione (.000)	54.832	54.746	0,2%
Utenti connessi a internet (.000)	38.068	34.800	9,4%
Utenti attivi nel mese (000)	26.566	23.641	12,4%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	13.037	11.644	12,0%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (h:m)	1:18	1:36	-18,8%
Pagine viste nel giorno medio per persona	158	174	-9,3%

Fonte: Audiweb Database, dati aprile 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Per quanto riguarda l'**uso del mezzo nel giorno medio**, si presenta una particolare attività a partire dal mattino, raggiungendo i valori più alti nelle fasce orarie pomeridiane e in prima serata. Infatti, tra le ore **9:00 e le 12:00** risultano online in media **5,8 milioni di utenti attivi** che passano a **6,6 milioni** tra le ore **12 e le 15**, mantenendo un dato abbastanza **stabile fino alle ore 21** (6,8 milioni di utenti attivi nella fascia oraria 18:00 – 21:00). L'audience si abbassa leggermente tra le **21:00 e la mezzanotte** (5,4 milioni di utenti attivi) ma registra il **valore più alto sia per tempo speso** (33 minuti) che **pagine viste** (67) in media per persona.

Utenti attivi, pagine viste e tempo speso nel giorno medio, per fasce orarie								
	00:00 - 03:00	03:00 - 06:00	06:00 - 09:00	09:00 - 12:00	12:00 - 15:00	15:00 - 18:00	18:00 - 21:00	21:00 - 00:00
Utenti attivi nel giorno medio (000)	2.000	421	2.898	5.756	6.571	6.641	6.764	5.450
% sugli utenti attivi nel giorno medio	15,3%	3,2%	22,2%	44,2%	50,4%	50,9%	51,9%	41,8%
Pagine viste nel giorno medio	101.103	17.172	93.159	325.532	363.548	411.964	383.105	363.717
Pagine viste nel giorno medio per persona	51	41	32	57	55	62	57	67
Tempo speso nel giorno medio per persona (h:m)	0:29	0:26	0:14	0:26	0:26	0:30	0:28	0:33

Fonte: Audiweb Database, dati aprile 2011 - Audiweb powered by Nielsen

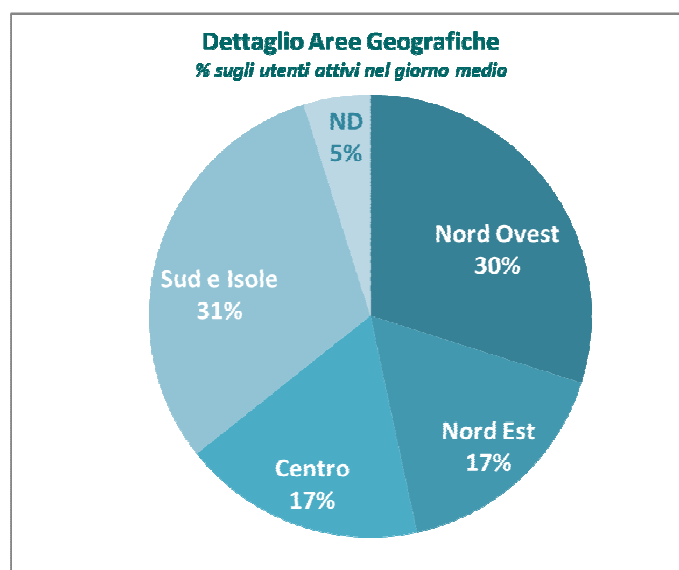
Nel mese di aprile 2011 sono online nel giorno medio 7,4 milioni di **uomini**, il 56,9% degli utenti attivi nel giorno medio, principalmente tra i **35 e i 54 anni** (3,4 milioni) e tra i **55 e i 74 anni** (1,4 milioni). Cresce del 12,5% la presenza di uomini online, in particolare per la fascia d'età 11-17 anni (+21,6%) e 55-74 anni (+18,4%).

Le **donne online nel giorno medio** aumentano dell'11,2%, con 5,6 milioni di utenti attivi di sesso femminile, principalmente tra i 35 e i 54 anni (2,6 milioni) e tra i 25 e i 34 anni (1,4 milioni). Cresce particolarmente, rispetto all'anno scorso, la presenza online delle bambine tra i 2 e gli 11 anni (+30,9%), tra le giovani 18-24enni (+14,6%) e tra le 55-74enni (+15,7%).

Internet audience, Genere / Età – variazione 2011 / 2010						
	Attivi nel giorno medio, UOMINI – aprile 2011 (.000)	Attivi nel giorno medio, UOMINI – aprile 2010 (.000)	Var % apr 2011 / apr 2010	Attivi nel giorno medio, DONNE – aprile 2011 (.000)	Attivi nel giorno medio, DONNE – aprile 2010 (.000)	Var % apr 2011 / apr 2010
<b>Tutte le fasce</b>	<b>7.418</b>	<b>6.594</b>	<b>12,5%</b>	<b>5.618</b>	<b>5.050</b>	<b>11,2%</b>
2-10 anni	114	106	7,5%	106	81	30,9%
11-17 anni	405	333	21,6%	381	360	5,8%
18-24 anni	742	687	8,0%	653	570	14,6%
25-34 anni	1.294	1.261	2,6%	1.370	1213	12,9%
35-54 anni	3.426	3.006	14,0%	2.580	2372	8,8%
55-74 anni	1.366	1.154	18,4%	517	447	15,7%
Oltre 74 anni*	71	47	51,1%	12	7	71,4%

Fonte: AW Database - Audiweb powered by Nielsen

Nel 31% dei casi, gli utenti attivi nel giorno medio provengono dall'area **Sud e Isole**, nel 30% dall'area **Nord Ovest**, nel 17% dal **Centro** e nel restante 17% dal **Nord Est**.



Gli editori online pianificabili questo mese nel planning database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: 161 Parent, 295 Brand, 911 Channel e 82 Custom Property per aggregati o aree tematiche.

La *sintesi mensile del report Audiweb Database* 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.

---

**\*Legenda**

**Utenti attivi nel giorno medio (Reach Daily)** = fruitori per almeno un secondo del mezzo (Brand/Channel) nel giorno medio del periodo selezionato.

**Utenti attivi (Reach)** = fruitori per almeno un secondo del mezzo nell'intero periodo di durata della rilevazione.

**Connessi:** individui +2 che hanno accesso potenziale a Internet.

**Popolazione:** individui + 2 anni (per quanto riguarda gli individui +74 anni, si fa riferimento esclusivamente agli individui che vivono in nuclei familiari dove c'è almeno un componente tra gli 11-74 anni).

**Popolazione di riferimento:** in alcuni casi viene proposta la proiezione dei dati sulla popolazione di riferimento al fine di dare un'idea della percentuale di concentrazione del fenomeno nel segmento di riferimento. Ad esempio, tabella "Internet audience - Donne / Fasce d'età", popolazione di riferimento = totale popolazione femminile +2 anni.

---

**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:*

**Anna Bellini - Hill & Knowlton**  
**Michele Bon - Hill & Knowlton**  
Tel. 02.319141  
[anna.bellini@hillandknowlton.com](mailto:anna.bellini@hillandknowlton.com)  
[michelebon@hillandknowlton.com](mailto:michelebon@hillandknowlton.com)

**Alberto Alloisio - Audiweb**  
Tel. 02.58315141  
[alberto.alloisio@audiweb.it](mailto:alberto.alloisio@audiweb.it)