

Audiweb pubblica i nuovi dati dell'audience online: mobile e total digital audience del mese di luglio 2014

Nel mese di luglio sono stati 27,8 milioni gli utenti online in Italia, 20,1 milioni nel giorno medio.

Mobile audience: 17,8 milioni gli utenti online nel mese e 15,5 milioni nel giorno medio.

Rispetto al mese precedente, a luglio il tempo dedicato alla fruizione di internet da device mobili (smartphone e tablet) aumenta dell'8,7%.

Milano, 10 ottobre 2014 – Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i dati di **audience online da mobile** (smartphone e tablet) e **dell'audience totale di internet** (total digital audience) **del mese di luglio 2014**.

I dati dell'audience online sono disponibili anche sulla piattaforma **Audiweb View** per la consultazione dei **dati mensili** su tutto il mercato online.

Sono inoltre **disponibili anche i nuovi dati sull'audience online da PC di agosto***.

Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database luglio 2014

A luglio sono stati **27,8 milioni** gli utenti unici (dai 2 anni in su) che si sono **collegati a internet almeno una volta**, con una media di **44 ore e 26 minuti per persona**.

Nel **giorno medio** l'audience totale ha raggiunto i 20,1 milioni di utenti collegati per circa 2 ore.

La **mobile audience mensile** è rappresentata da **17,8 milioni di utenti** (18-74 anni, da smartphone e tablet), online in media per 43 ore per persona, con un dato non molto differente nel **giorno medio** - 15,5 milioni di utenti – che conferma ulteriormente l'uso sempre più abituale dei device mobili per accedere alla rete.

INTERNET AUDIENCE

(browser + app)

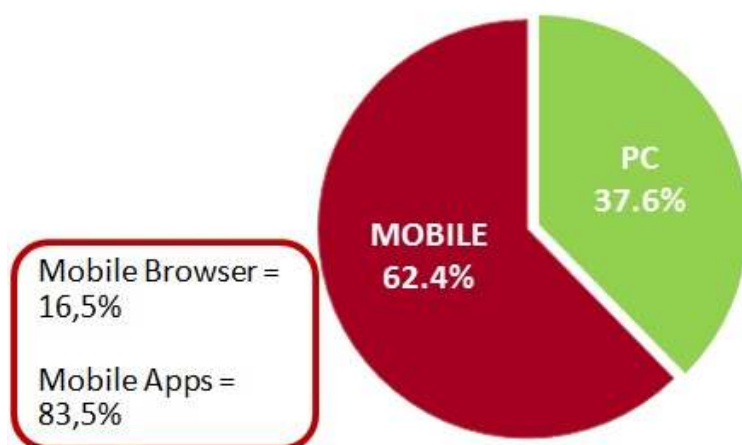
Fonte: Audiweb Database, dati luglio 2014 - Audiweb powered by Nielsen

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE	PC	MOBILE
Unique audience - daily (.000)	20,147	12,091	15,479
Universe reach - daily (%)	37.3%	22%	28.70%
Time per person - daily (hh:mm)	1:59:00	1:14:00	1:36:00
Unique audience - monthly (.000)	27,781	26,410	17,844
Universe reach - monthly (%)	51.50%	48.90%	33.10%
Time per person - monthly (hh:mm)	44:26:00	17:36:00	43:09:00

Il tempo totale speso online è generato per il **62,4%** dalla fruizione di internet da device mobili e, più in dettaglio, oltre la metà (il 52% del tempo totale speso online) è generato dall'uso di applicazioni mobili.

Total Digital Audience - % tempo da device

Fonte: Audiweb Database, LUGLIO 2014 - Audiweb powered by Nielsen



Rispetto al mese precedente, a luglio il tempo totale speso online in mobilità è aumentato dell'8,7% nel mese e del 5,2% nel giorno medio.

Oltre alle **donne** che, rispetto al mese precedente, hanno dedicato due ore in più alla fruizione di internet da mobile, sono in particolare i **35-54enni e gli over 55enni** che, in questo primo mese estivo, trascorrono più tempo online da device mobili. I **35-54enni**, infatti, passano da un consumo medio mensile di 36 ore e 47 minuti a persona di giugno a **41 ore e 22 minuti a luglio**, mentre gli **over 55enni** passano da un consumo medio di 28 ore e 48 minuti a persona a **32 ore a luglio**.

Il tempo speso in media nel mese (browser + app)

Fonte: Audiweb Database, dati luglio 2014 - Audiweb powered by Nielsen

	TEMPO SPESO PER PERSONA - GIUGNO 2014, dati mensili (hh:mm:ss)			TEMPO SPESO PER PERSONA - LUGLIO 2014 - dati mensili (hh:mm:ss)		
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE	PC	MOBILE	TOTAL DIGITAL AUDIENCE	PC	MOBILE
Total	43:09:00	18:40:00	41:03:00	44:26:00	17:36:00	43:09:00
UOMINI	43:50:00	20:15:00	38:35:00	44:36:00	19:20:00	40:07:00
DONNE	42:21:00	16:51:00	44:07:00	44:15:00	15:36:00	46:46:00
2-10 anni	3:18:00	3:18:00	N/A	2:20:00	2:20:00	N/A
11-17 anni	6:06:00	6:06:00	N/A	6:07:00	6:07:00	N/A
18-24 anni	70:32:00	18:40:00	54:05:00	67:20:00	17:10:00	52:41:00
25-34 anni	59:56:00	20:16:00	44:30:00	59:20:00	19:39:00	44:46:00
35-54 anni	44:23:00	21:04:00	36:47:00	48:00:00	20:12:00	41:22:00
55-74 anni	30:26:00	20:25:00	28:48:00	30:39:00	17:55:00	32:02:00
Oltre 74 anni	9:57:00	9:57:00	N/A	8:08:00	8:08:00	N/A

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.

NOTA METODOLOGICA

Completamente **integrata alla rilevazione dell'audience da pc**, la nuova ricerca Audiweb Mobile è basata su **un modello di rilevazione 'user centric'** che **integra i dati di navigazione da device mobili (smartphone e tablet) con i dati della fruizione PC**.

L'estensione del sistema di rilevazione ha richiesto un importante ampliamento del panel e la conseguente evoluzione della metodologia alla base del sistema di rilevazione.
In particolare, al panel PC già esistente, composto da oltre 40.000 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). I due nuovi panel utilizzano meter-software per la rilevazione automatica delle navigazioni degli utenti.

Il risultato finale è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database: un file respondent level**, che contiene i **dati elementari di navigazione e i profili socio demografici degli utenti online**, 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.

L'universo di riferimento della mobile audience:

- **18/74enni;**
- possessori di smartphone/tablet con sistemi operativi Android o iOS;
- che dichiarano di navigare in Internet da smartphone/tablet.

L'universo di riferimento della total digital audience:

- **individui con età 2-74+, ad esclusione dei dati "Mobile" che sono rilevati per i soli 18-74enni**, quindi:

- i consumi "Mobile" per la fascia di età 2-17 e over 74 sono pari a zero,
- i consumi per la fascia di età 2-17 e over 74 del dato "Total" sono riferiti esclusivamente ai consumi da "PC".

**La produzione dei dati sull'audience totale di internet segue un calendario differente rispetto ai dati PC. Il divario temporale si sta riducendo, fino ad arrivare, nel breve periodo, alla distribuzione simultanea e completa al mercato di tutti i dati disponibili (total digital audience, mobile e pc audience).*

LEGENDA

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

Utenti attivi (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 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

Audiweb - Tel. 02.58315141

Anna Bellini



anna.bellini@hkstrategies.com

Michele Bon

michele.bon@hkstrategies.com

Maria Giovanna Migliaro

mariagiovanna.migliaro@gmail.com