

Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di dicembre 2014

Nel mese di dicembre 2014 risultano 28,9 milioni gli utenti online, il 53,6% degli italiani dai due anni in su.

La total digital audience nel 2014 ha registrato un valore medio giornaliero di 20,9 milioni di utenti unici e di 28,6 milioni di utenti mensili.

Nel corso del 2014 l'audience online nel giorno medio ha registrato una crescita complessiva del 3%, trainata dall'incremento della fruizione da device mobili (+20,4%).

Audiweb rende disponibili i **nuovi risultati della Ricerca di Base** sulla **diffusione dell'online in Italia - Audiweb Trends*** - e distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i **dati dell'audience totale di internet** (total digital audience) del mese di **dicembre 2014**.

Il nastro di pianificazione, distribuito alle software house e fruibile attraverso i tool di pianificazione, offre il **dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio**, organizzati per device, PC e Mobile (smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni).

I nuovi dati sull'audience totale di internet e sulla fruizione di internet da desktop e da device mobili sono disponibili anche sulla piattaforma **Audiweb View** per la consultazione dei **dati mensili su tutto il mercato online**.

Sintesi dei dati sulla diffusione dell'online in Italia – Audiweb Trends dicembre 2014

In base al nuovo report sulla diffusione dell'online in Italia, **Audiweb Trends**, sui dati di sintesi della Ricerca di Base realizzata in collaborazione con DOXA, nel 2014 l'online raggiunge l'84,6% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni, **40 milioni di individui che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento**. Risultano, inoltre, 27,8 milioni gli italiani che possono accedere a internet da smartphone e 10,2 milioni da tablet.

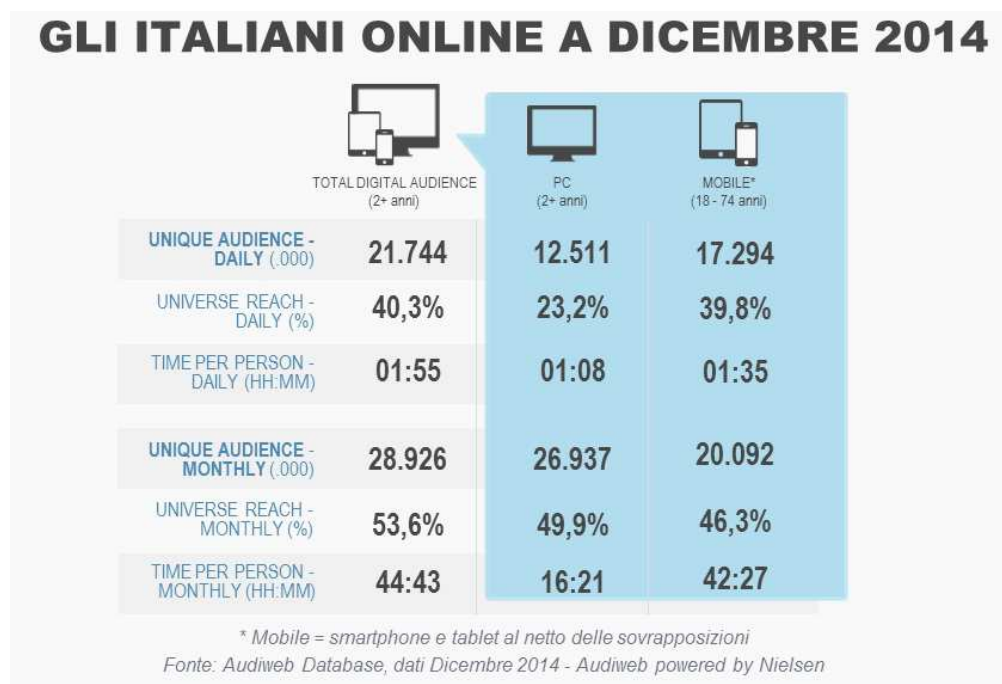


Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database, dicembre 2014

Per quanto riguarda la **fruizione di internet**, dai nuovi dati dell'Audiweb Database sull'audience online, nel mese di dicembre 2014 la **total digital audience** è rappresentata da **28,9 milioni** di utenti collegati almeno una volta nel mese, il 53,6% degli italiani dai 2 anni in su, online in media per 44 ore e 43 minuti.

Nel **giorno medio l'audience totale** (da PC e device mobili) è di **21,7 milioni** di utenti, online per 1 ora e 55 minuti.

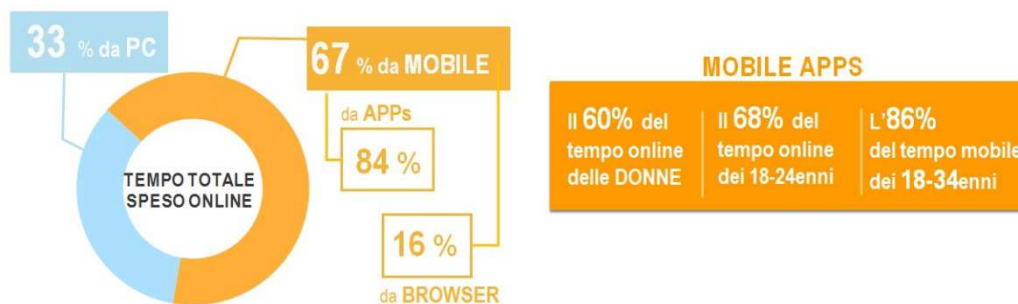
Accedono a internet **da device mobili 17,3 milioni** di italiani nel giorno medio (il 39,8% degli individui di 18-74 anni), mentre la fruizione di internet **da PC** registra **12,5 milioni** di utenti (il 23,2% degli italiani dai 2 anni in su).



Nel mese di **dicembre 2014** erano online nel **giorno medio** il **43%** degli **uomini** (11,4 milioni) e il **38%** delle **donne** (10,3 milioni), il **68%** dei **25-34enni** (4,7 milioni), il **65%** dei **18-24enni** (2,7 milioni), e il **56%** dei **35-54enni**.

Oltre a dedicare più tempo alla **fruizione di internet da mobile** nel giorno medio (più di 2 ore in media per persona), i **giovani tra i 18 e i 34 anni** confermano un elevato uso dei device mobili per accedere a internet (più del 74% del tempo trascorso online) e, più in dettaglio, delle applicazioni mobili (l'86% del tempo online da mobile).

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb powered by Nielsen - Dicembre 2014, individui 18-74 anni

Per quanto riguarda i dati di **consumo**, tra le **categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese**, sono confermati i **siti di ricerca** (sotto-categoria "Search", con circa il 92% degli utenti online), i **portali generalisti** (sotto-categoria "General Interest Portals & Communities", con il 90,6% degli utenti online), i **social network** ("Member Communities", con l'87,8% degli utenti online), i siti delle categorie "**Videos / Movies**" (l'81,4% degli utenti online), "**Email**" (il 75% degli utenti online), di **commercio elettronico** ("Mass Merchandiser", con il 74,8% degli utenti) e dedicati alle **News** (circa il 71% degli utenti).

I DATI DI CONSUMO NEL MESE LE TOP 15 SOTTO-CATEGORIE DI SITI A DICEMBRE

SOTTOCATEGORIE SITI (Total Digital Audience)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE (2+anni)	TEMPO SPESO PER PERSONA (hh:mm:ss)
Total	28.926	100,0%	53,6%	44:42:56
Search	26.588	91,9%	49,3%	01:43:11
General Interest Portals & Communities	26.219	90,6%	48,6%	01:23:03
Member Communities	25.389	87,8%	47,0%	13:29:04
Software Manufacturers	24.922	86,2%	46,2%	02:31:35
Videos/Movies	23.531	81,4%	43,6%	01:52:01
Internet Tools/Web Services	23.510	81,3%	43,5%	00:47:08
E-mail	21.681	75,0%	40,2%	02:03:11
Mass Merchandiser	21.636	74,8%	40,1%	01:23:33
Current Events & Global News	20.508	70,9%	38,0%	01:09:19
Cellular/Paging	19.987	69,1%	37,0%	08:03:37
Multi-category Telecom/Internet Services	19.221	66,4%	35,6%	00:32:14
Research Tools	18.922	65,4%	35,1%	00:23:42
Corporate Information(b)	18.581	64,2%	34,4%	00:35:20
Multi-category Entertainment	18.127	62,7%	33,6%	00:54:36
Maps/Travel Info	17.535	60,6%	32,5%	00:31:47

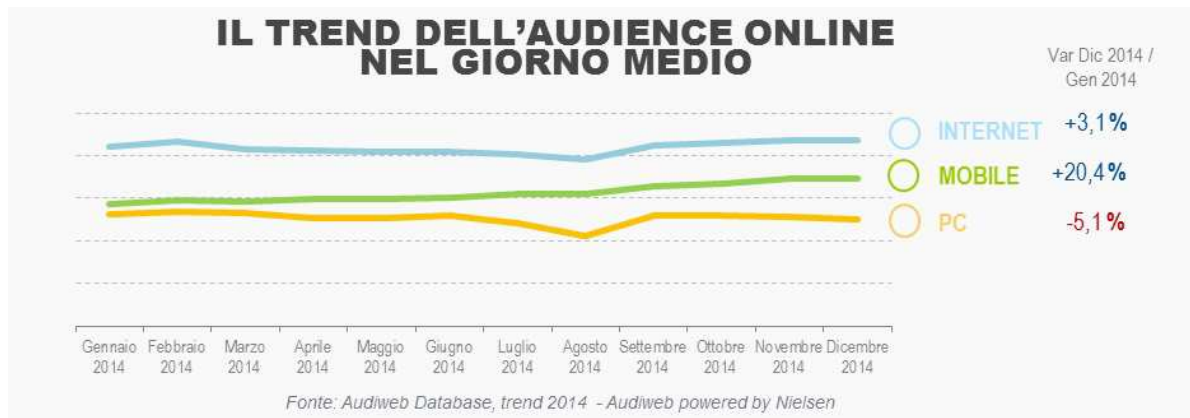
Fonte: Audiweb View, dati mensili. Dicembre 2014 - Audiweb powered by Nielsen

Sintesi dei dati dell'audience totale di internet nel 2014

L'internet audience nel 2014 ha registrato un **valore medio giornaliero** di 20,9 milioni di utenti unici e di 28,6 milioni in **media nel mese**.

Nel 2014 si rileva il **primato del mobile nella fruizione quotidiana di internet**, con una media di 15,6 milioni di utenti online da device mobili (smartphone e tablet) e 12,7 milioni di utenti online da PC.

Inoltre, nel corso del 2014 l'audience online nel giorno medio ha registrato una **crescita complessiva del 3%**, trainata dalla **fruizione da device mobili** che cresce **del 20,4%**.



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.

**Audiweb Trends è il report trimestrale sui dati sintetici della Ricerca di Base Audiweb sulla diffusione dell'online in Italia che contribuisce alla definizione dell'universo degli utenti internet (individui di 11-74 anni e famiglie con almeno un componente fino a 74 anni).*

La Ricerca di Base fornisce la percentuale di popolazione che ha accesso a internet (a livello potenziale) declinato su ogni profilo socio-demografico. I risultati della Ricerca garantiscono la corretta ponderazione ed estensione del panel all'universo degli individui 2-10 anni e oltre 74 anni indispensabile per produrre i dati di audience disponibili in Audiweb View (dati mensili sull'intera offerta editoriale) e Audiweb Database (dati quotidiani sui siti degli editori iscritti), per la stima dell'effettivo utilizzo di internet da casa, ufficio e altri luoghi da parte della popolazione italiana 2+.

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.

L'audience online nel giorno medio registra una crescita del 7,3%, con 13,8 milioni di utenti attivi che hanno navigato per 1 ora e 26 minuti, consultando 166 pagine per persona.

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 - Tel. 02.319141

Anna Bellini -

anna.bellini@hillandknowlton.com

Michele Bon – Hill & Knowlton

michelebon@hillandknowlton.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro

mariagiovanna.migliaro@gmail.com