

Milano, 13 aprile 2015

## **Audiweb rende disponibili i dati della total digital audience di febbraio 2015, con un maggior dettaglio sulla rappresentazione dell'audience degli editori iscritti al sistema.**

*Nel mese di febbraio 2015 risultano online 28,4 milioni di utenti unici, 21,9 milioni nel giorno medio.*

*A partire dai dati di febbraio, Audiweb ha distinto le audience "organiche", derivanti dal traffico realizzato su siti di proprietà degli editori iscritti al servizio, da quelle "non organiche", derivanti da accordi editoriali di cessione del traffico.*

*Con più di 1.000 utenti premium, oltre 22.000 piani media online e unità pianificabili triplicate in 5 anni, Audiweb si conferma punto di riferimento per la misurazione del mercato digitale al servizio degli operatori di settore.*

---

Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con **i dati dell'audience totale di internet** (total digital audience) del mese di **febbraio 2015**. 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).

A partire da questo mese di rilevazione viene offerto un **maggior dettaglio nella rappresentazione delle componenti di audience** di ogni editore iscritto ad Audiweb, distinguendo le **audience "organiche"**, derivanti dal traffico realizzato su siti di proprietà del publisher iscritto, da quelle **"complessive o non organiche"**, derivanti da **accordi editoriali di cessione del traffico (RCT – Richieste di Cessione del Traffico)**.

La nuova rappresentazione dei dati è frutto dell'applicazione del **regolamento sulle RCT** mirato a garantire una maggiore trasparenza nella **rappresentazione delle componenti di audience online**, attraverso una **riorganizzazione del catalogo di Audiweb** e le regole di composizione e rappresentazione delle brand e dei canali.

Da un punto di vista organizzativo, inoltre, **Audiweb gestisce direttamente la documentazione** sulle aggregazioni e sulle cessioni del traffico degli editori presenti nell'Audiweb Database.

Il dettaglio dell'aggiornamento delle regole di catalogazione dell'offerta editoriale è disponibile nelle Note Informative scaricabili dal sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it).

Questa nuova modalità di rappresentazione della composizione dell'audience degli editori iscritti, già consultabile nei dati del nastro di pianificazione disponibili tramite i tool di pianificazione, è ora disponibile sia **sul documento di sintesi del Database Audiweb** pubblicato sul sito web, che attraverso la **piattaforma Audiweb View per la consultazione dei dati dell'audience mensile**.

A distanza di meno di un anno dal lancio della Total Digital Audience, **Audiweb continua a rappresentare il punto di riferimento per la misurazione del mercato digitale italiano**, garantendo un sistema basato sulla **condivisione di logiche di trasparenza** da parte di tutti gli attori del mercato e la solidità del dato quantitativo. Criteri che sono stati apprezzati dal mercato e che vengono confermati anche dagli **indicatori di utilizzo dei dati Audiweb** da parte degli operatori del settore.

Infatti, sono stati raggiunti risultati significativi: **1.000 utenti premium (+13% su 2014)**, **2.220 unità pianificabili (triplicate in 5 anni)**, **oltre 22.000 piani media online sviluppati nel 2014** e **oltre 180.000 actions su Audiweb View**.

### **Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database febbraio 2015**

In base ai nuovi dati dell'Audiweb Database, la **total digital audience** nel mese di **febbraio 2015** è rappresentata da **28,4 milioni** di utenti collegati almeno una volta nel mese, il 52,7% degli italiani dai 2 anni in su, online per un tempo totale mensile di **44 ore in media per persona**. L'audience totale (da PC o device mobili) nel **giorno medio** è di **21,9 milioni** di utenti, online **per oltre 2 ore in media per persona**.

Sono stati **17,6 milioni gli utenti online da device mobili nel giorno medio**, il 40,6% degli italiani di 18-74 anni, collegati per 1 ora e 38 minuti per persona.

L'**audience online da PC** è rappresentata da **12,9 milioni** di utenti (dai 2 anni in su) online nel **giorno medio** e **26,2 milioni online nel mese**.

<b>INTERNET AUDIENCE</b> (browser + app)			
Fonte: Audiweb Database, dati Febbraio 2015 - Audiweb powered by Nielsen			
	<b>TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni</b>	<b>PC 2+ anni</b>	<b>MOBILE 18-74 anni</b>
<b>Unique audience - daily (.000)</b>	<b>21.907</b>	12.879	17.613
<b>Universe reach - daily (%)</b>	40,6%	23,9%	40,6%

<b>Time per person - daily (hh:mm:ss)</b>	2:02:22	1:13:46	1:38:15
<b>Unique audience - monthly (.000)</b>	<b>28.423</b>	26.181	20.320
<b>Universe reach - monthly (%)</b>	52,7%	48,5%	46,9%
<b>Time per person - monthly (hh:mm:ss)</b>	<b>44:00:37</b>	16:56:05	39:44:32

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 e sulla **piattaforma Audiweb View** per la consultazione dei dati mensili su tutto il mercato online.

## 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.

## **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 - Tel. 02.319141**

Anna Bellini -

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

Michele Bon – Hill & Knowlton

[michelebon@hillandknowlton.com](mailto:michelebon@hillandknowlton.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Maria Giovanna Migliaro

[mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)