

La total digital audience in Italia nel mese di febbraio 2016

Nel mese di febbraio 2016 l'online audience ha raggiunto 28.5 milioni di utenti, collegati per 47 ore e 25 minuti complessivi.

Sono stati 22 milioni gli utenti online nel giorno medio, 18.4 milioni tramite device mobili (smartphone e/o tablet) e 12 milioni tramite computer.

Dai nuovi dati sulla total digital audience, disponibili sul nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, nel mese di **febbraio 2016** sono stati **28.5 milioni** gli italiani che hanno navigato almeno una volta dai device rilevati (pc, smartphone e/o tablet).

Nel giorno medio, l'audience online ha raggiunto **22 milioni di utenti unici**, collegati in media per più di due ore a persona (2 ore e 7 minuti).

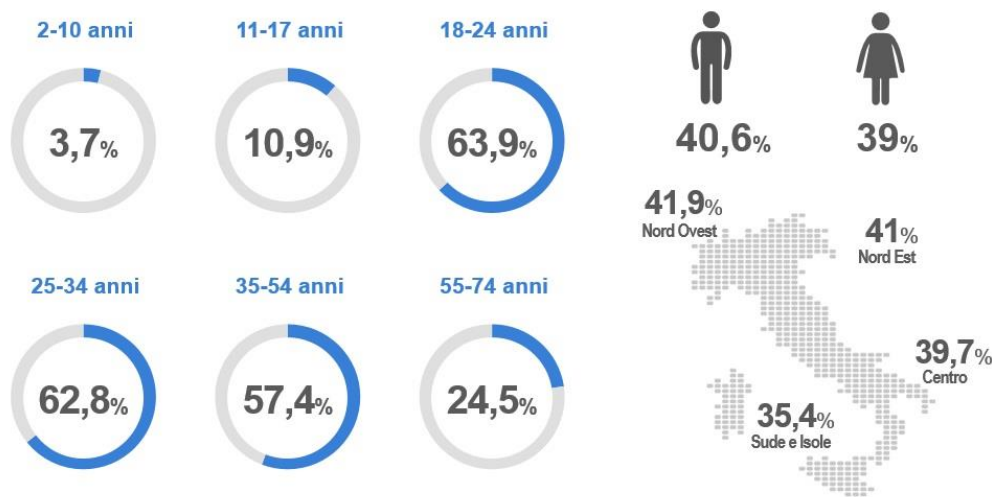
Dai dati di dettaglio sui device da cui si accede a internet, nel mese di febbraio hanno navigato almeno una volta da **device mobili** (smartphone e/o tablet) **22.4 milioni** di utenti unici (il 50,7% degli italiani di 18-74 anni), **18.4 milioni** nel **giorno medio** (il 41,6% dei 18-74enni).

La fruizione di **internet da PC** ha registrato un'audience mensile di **25.8 milioni** di utenti (il 46,6% degli italiani dai 2 anni in su) e di **12 milioni** nel **giorno medio** (il 21,8%).

INTERNET AUDIENCE (browser + app)			
Fonte: Audiweb Database, dati Febbraio 2016 - Audiweb powered by Nielsen			
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	PC 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	21.999	12.037	18.361
Pop. di riferimento giorno medio (%)	39,8%	21,8%	41,6%
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:06:58	1:06:26	1:48:34
Utenti unici mese (.000)	28.470	25.813	22.389
Pop. di riferimento mese (%)	51,4%	46,6%	50,7%
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	47:25:02	14:58:22	43:02:00

Per quanto riguarda i dettagli **socio-demografici sugli italiani online, erano online nel giorno medio** a febbraio il 40,6% degli **uomini** dai due anni in su (11.1 milioni) e il 39% delle **donne** (11 milioni circa), il 42% di italiani dell'area **Nord Ovest** (5.7 milioni), il 41% dell'area **Nord Est** (3.6 milioni), il 39,7% del **Centro Italia** (3.5 milioni) e il 35,4% dell'area **Sud e Isole** (7.5 milioni).

CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total digital audience nel giorno medio, Febbraio 2016 - Audiweb powered by Nielsen
 Base: Italiani dai 2 anni in su per PC audience;
 Italiani 18-74 anni per MOBILE audience (smartphone e tablet).

Per quanto riguarda il **tempo quotidiano dedicato alla navigazione**, con 2 ore e 17 minuti di tempo trascorso online, le **donne** hanno superato la media generale (2 ore e 6 minuti) e ancor più i **giovani tra i 18 e i 24 anni** hanno raggiunto le 2 ore e mezza in media online.

IL TEMPO SPESO ONLINE NEL GIORNO MEDIO FEBBRAIO 2016

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	PC (2+ anni)	MOBILE (18 - 74 anni)
TOTAL	2:06:58	1:06:26	1:48:34
UOMINI	1:56:30	1:07:43	1:34:17
DONNE	2:17:35	1:04:48	2:01:55
2-10 anni	0:37:44	0:37:44	N.D.
11-17 anni	0:44:03	0:44:03	N.D.
18-24 anni	2:32:02	1:07:48	2:16:16
25-34 anni	2:21:49	1:04:46	2:01:27
35-54 anni	2:09:28	1:09:41	1:43:45
55-74 anni	1:39:11	1:06:43	1:17:20

Total digital audience nel giorno medio, Febbraio 2016 - Audiweb powered by Nielsen
 Base: Italiani dai 2 anni in su per PC audience;
 Italiani 18-74 anni per MOBILE audience (smartphone e/o tablet).

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).

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.

I nuovi dati sull'audience totale di internet e sulla fruizione dell'online da desktop e da device mobili sono disponibili anche 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 nel mese (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 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 Marco Muraglia 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 – Hill+Knowlton Strategies

anna.bellini@hkstrategies.com

Michele Bon – Hill+Knowlton Strategies

michelebon@hkstrategies.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro

mariagiovanna.migliaro@gmail.com