

## La total digital audience in Italia nel mese di agosto 2016

La total digital audience nel mese di agosto ha raggiunto 28,8 milioni di utenti unici, 21,3 milioni nel giorno medio.

Sono stati 18,5 milioni gli italiani che hanno navigato da mobile (smartphone e tablet) nel giorno medio e 8,9 milioni da PC.

Milano, 19 ottobre 2016 – Dai nuovi dati di sintesi dell’**Audiweb Database\***, il nastro di pianificazione che offre il **dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio**, nel mese di **agosto** la **total digital audience** ha raggiunto **28,8 milioni** di utenti unici.

La **total digital audience nel giorno medio** di questo mese estivo ha raggiunto **21,3 milioni** di italiani, online tramite i device rilevati: **computer e mobile** (smartphone e tablet).

Dai dati di **dettaglio sui device** da cui si accede a internet, risulta che **nel giorno medio** ad agosto hanno navigato **da mobile 18,5 milioni di italiani** (18-74 anni) e **8,9 milioni da PC** (italiani dai 2 anni in su).

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA

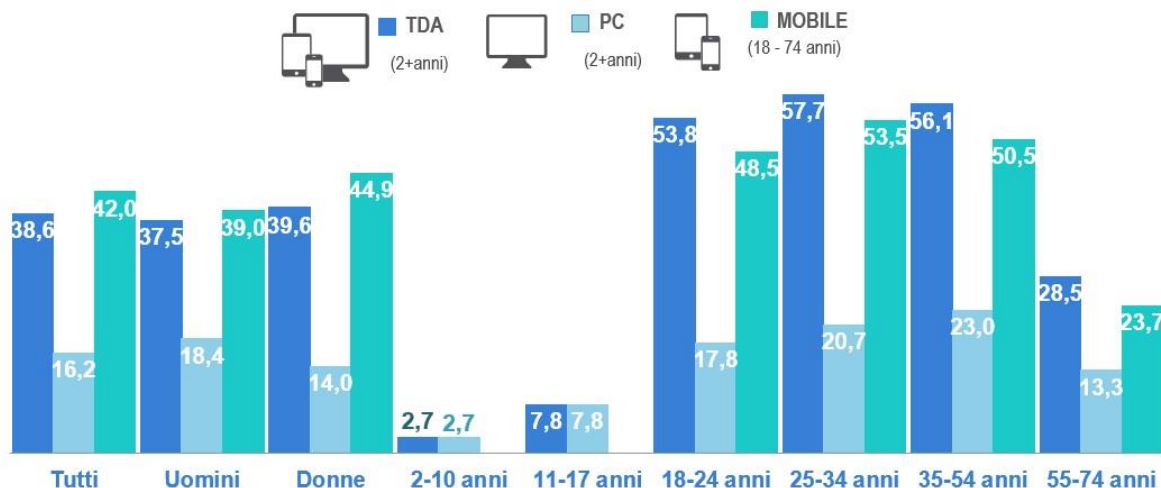
INTERNET AUDIENCE (browser + app)			
Fonte: Audiweb Database, dati Agosto 2016 - Audiweb powered by Nielsen			
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	PC 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	21.249	8.901	18.450
Pop. di riferimento giorno medio (%)	38,6%	16,2%	42%
Utenti unici mese (.000)	28.793	24.501	24.787
Pop. di riferimento mese (%)	52,3%	44,5%	56,4%

Fonte: Total Digital Audience, dati di Agosto 2016 - Audiweb powered by Nielsen.  
italiani2+ anni per TDA e PC; italiani18-74 anni per il MOBILE  
\*MOBILE: smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni.

Hanno navigato almeno una volta nel giorno medio il 37,5% degli **uomini** (10,2 milioni) e il 39,6% delle **donne** (11,1 milioni) e, considerando i **dati per fasce d’età**, la fruizione di internet nel principale mese

estivo ha coinvolto il 53,8% dei **18-24enni** (2,3 milioni), il 57,7% dei **25-34enni** (4 milioni) e il 56,1% dei **35-54enni** (10,3 milioni).

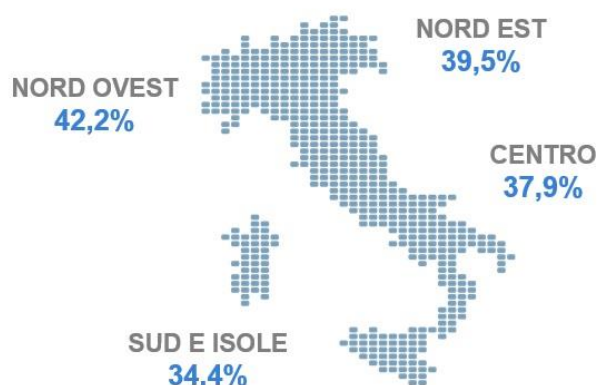
## IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience, dati giorno medio, Agosto 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
 Italiani 2+ anni per TDA e PC;  
 italiani 18-74 anni per il MOBILE (smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni).

Dai dati sulla **provenienza geografica**, risultano online nel giorno medio il **42,2%** degli abitanti dell'area **Nord Ovest** (5,6 milioni), il **39,5%** del **Nord Est** (3,5 milioni), il **37,9%** del **Centro** (3,5 milioni) e il **34,4%** dell'area **Sud e Isole** (7,3 milioni).

## LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI ITALIANI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience, dati giorno medio, Agosto 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
 Italiani 2+ anni per TDA e PC;  
 italiani 18-74 anni per il MOBILE (smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni).

Per quanto riguarda le categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese, ad agosto risulta che il **93,5%** degli utenti ha consultato siti o applicazioni di **ricerca** (sotto-categoria “Search”, con 26,9 milioni di utenti unici), l'**89,6%** almeno uno tra i **portali generalisti** (sotto-categoria “General Interest Portals & Communities”, con 25,8 milioni di utenti), l'**86,4%** i **social network** (“Member Communities”, con 24,9 milioni di utenti), l'**85,8%** i siti che offrono **servizi e tool online** (sotto-categoria “Internet tools / web services” con 24,7 milioni di utenti), l'**81,9%** ha consultato siti o applicazioni di **software** (sotto-categoria “Software Manufacturers” con 23,6 milioni di) e l'**81,3%** siti dedicati alla distribuzione di **contenuti video** (“Video / Movies”, con 23,4 milioni di utenti).

## COSA FACCIAMO ONLINE?

### Le 15 categorie di siti più visitati nel mese di Agosto 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE
<b>Total</b>	<b>28.793</b>	<b>100,0%</b>	<b>52,2%</b>
<b>Search</b>	26.915	93,5%	48,8%
<b>General Interest Portals &amp; Communities</b>	25.804	89,6%	46,8%
<b>Member Communities</b>	24.877	86,4%	45,1%
<b>Internet Tools/Web Services</b>	24.715	85,8%	44,8%
<b>Software Manufacturers</b>	23.588	81,9%	42,8%
<b>Videos/Movies</b>	23.412	81,3%	42,5%
<b>E-mail</b>	21.159	73,5%	38,4%
<b>Cellular/Paging</b>	20.957	72,8%	38,0%
<b>Mass Merchandiser</b>	20.335	70,6%	36,9%
<b>Multi-category Telecom/Internet Services</b>	19.709	68,5%	35,8%
<b>Current Events &amp; Global News</b>	19.408	67,4%	35,2%
<b>Maps/Travel Info</b>	18.811	65,3%	34,1%
<b>Instant Messaging</b>	18.401	63,9%	33,4%
<b>Corporate Information</b>	18.047	62,7%	32,7%
<b>Online Games</b>	16.733	58,1%	30,4%

Fonte: Total Digital Audience Agosto 2016- Audiweb powered by Nielsen  
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE (smartphone e/o tablet)

\*Audiweb Database, 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](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.

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

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 **intitolato a Enrico Gasperini che ha rifondato e guidato la società dal 2007 fino alla sua scomparsa.**

Il JIC è 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](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)  
Michele Bon: [michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

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