

La total digital audience in Italia nel mese di settembre 2016

Nel mese di settembre la total digital audience è rappresentata da 29,5 milioni di utenti, 22,8 milioni nel giorno medio.

La mobile audience nel giorno medio ha raggiunto circa 20 milioni di italiani, il 45,2% dei 18-74enni online da smartphone e/o tablet.

Milano, 16 novembre 2016 – Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i dati dell'audience totale di internet (total digital audience) del mese di settembre 2016.

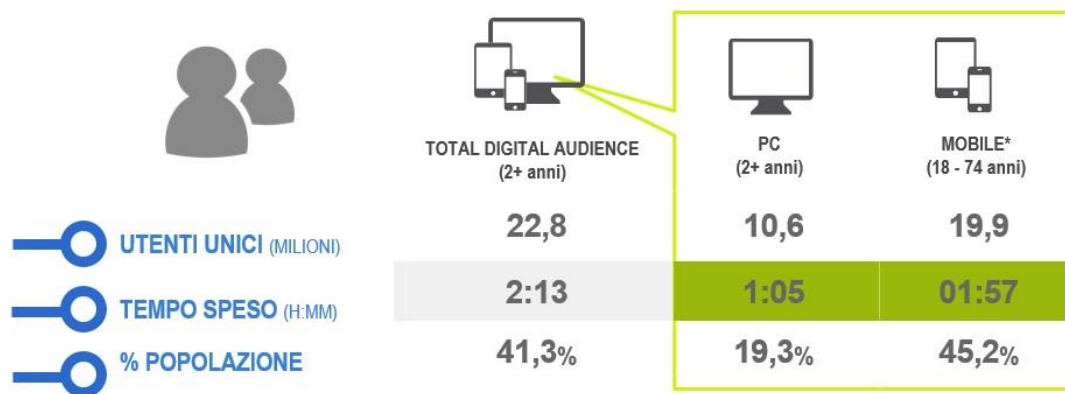
Il nastro di pianificazione, distribuito alle software house e fruibile attraverso i tool di pianificazione, offre il dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti degli editori iscritti al servizio, organizzati per device, PC e Mobile (smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni).

Nel mese di settembre 2016 hanno navigato almeno una volta dai device rilevati 29,5 milioni di italiani dai due anni in su.

La total digital audience nel giorno medio è rappresentata da 22,8 milioni di utenti, online per 2 ore e 13 minuti.

Più in dettaglio, hanno navigato da mobile (smartphone e/o tablet) nel giorno medio circa 20 milioni di utenti unici (il 45,2% degli italiani tra i 18 e i 74 anni), mentre l'accesso a internet da computer si attesta a 10,6 milioni di utenti (il 19,3% degli italiani dai 2 anni in su).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA NEL GIORNO MEDIO



* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

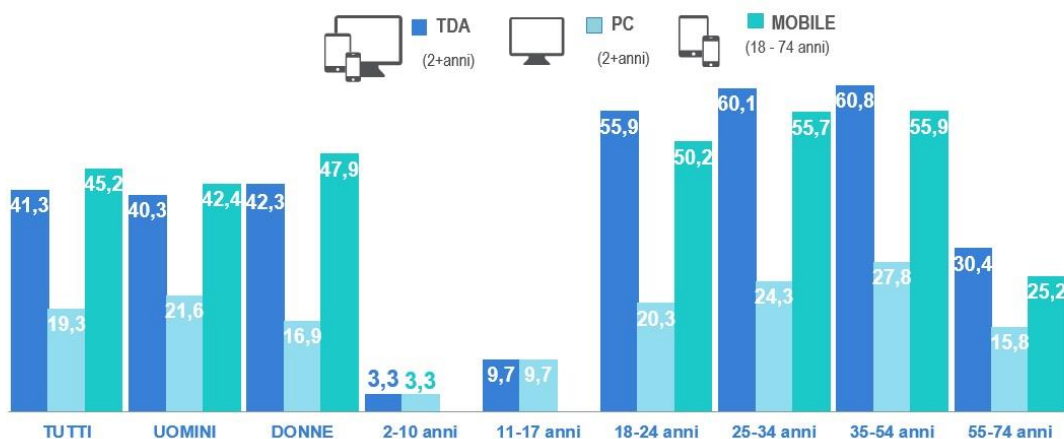
Fonte: Total Digital Audience nel giorno medio, dati di Settembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen.

italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE

*MOBILE: smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni.

Dai **dati demografici** emerge che a settembre hanno navigato almeno una volta **nel giorno medio** il **40,3% degli uomini dai due anni in su** (11 milioni) e il **42,3% delle donne** (11,8 milioni), il **55,9% dei 18-24enni** (2,3 milioni), il **60% dei 25-34enni** (4,2 milioni) e circa il **61% dei 35-54enni** (11,2 milioni).

IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

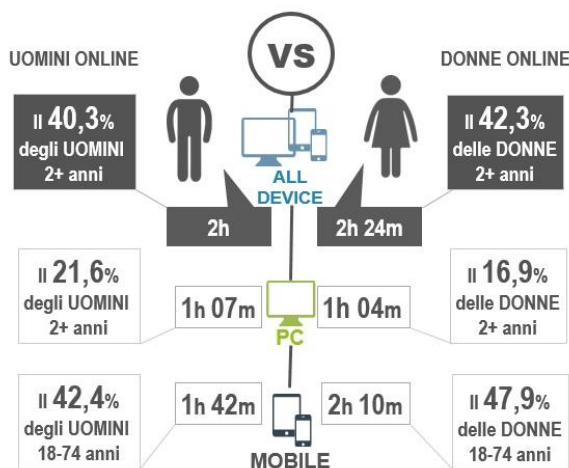


Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Settembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen Italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE

Internet è da mobile nel giorno medio per il **47,9% delle donne** (10,7 milioni tra i 18-74 anni), il **42,4% degli uomini** (9,2 milioni tra i 18-74 anni) e per circa il **56% dei 25-54enni**.

Continua ancora la **preferenza delle donne** per la fruizione di internet da mobile, a cui **dedicano in media 2 ore e 10 minuti** al giorno, contro 1 ora e 42 minuti in media degli uomini.

UOMINI E DONNE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Settembre 2016
Audiweb powered by Nielsen
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE
Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

Dai **dati di consumo sulla fruizione mensile**, emerge che il **93,4% degli utenti online** ha consultato siti o applicazioni di **ricerca** (sotto-categoria “Search”, con 27,5 milioni di utenti unici), il **90,3%** almeno uno tra i **portali generalisti** (sotto-categoria “General Interest Portals & Communities”, con 26,6 milioni di utenti), l’**87,4%** i siti che offrono **servizi e tool online** (sotto-categoria “Internet tools / web services” con 25,8 milioni di utenti), l’**87,3%** i **social network** (“Member Communities”, con 25,7 milioni di utenti). Tra le **categorie di siti dedicati all'intrattenimento**, la categoria **Video/Movies** raggiunge l’**82%** degli utenti online, con 24,2 milioni di utenti, così come raggiungono valori molto rilevanti le categorie di siti e applicazioni dedicati alla **messaggistica “in mobilità”**, Cellular/Paging con il 75,7% degli utenti, all’**ecommerce** con il 73,6% degli utenti (21,7 milioni), e alle **news** (categoria Current Events & Global News), con il 68,4% degli utenti (20,2 milioni).

COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Settembre 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	29.466	100,0%	53,5%	51:23:47
SEARCH	27.508	93,4%	49,9%	01:56:37
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	26.598	90,3%	48,3%	01:11:34
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	25.758	87,4%	46,7%	00:59:13
MEMBER COMMUNITIES	25.728	87,3%	46,7%	15:11:24
SOFTWARE MANUFACTURERS	24.713	83,9%	44,8%	03:01:49
VIDEOS/MOVIES	24.183	82,1%	43,9%	02:33:50
E-MAIL	22.453	76,2%	40,7%	02:02:16
CELLULAR/PAGING	22.307	75,7%	40,5%	10:50:51
MASS MERCHANDISER	21.696	73,6%	39,4%	01:30:20
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	20.349	69,1%	36,9%	00:31:53
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	20.159	68,4%	36,6%	00:58:11
CORPORATE INFORMATION	19.602	66,5%	35,6%	00:31:00
MAPS/TRAVEL INFO	19.246	65,3%	34,9%	00:43:46
INSTANT MESSAGING	18.972	64,4%	34,4%	01:53:05
RESEARCH TOOLS	17.578	59,7%	31,9%	00:17:46

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Settembre 2016- Audiweb powered by Nielsen
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

*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 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

Anna Bellini: anna.bellini@hkstrategies.com

Michele Bon: michele.bon@hkstrategies.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro:

mariagiovanna.migliaro@gmail.com