

La total digital audience in Italia nel mese di novembre 2016

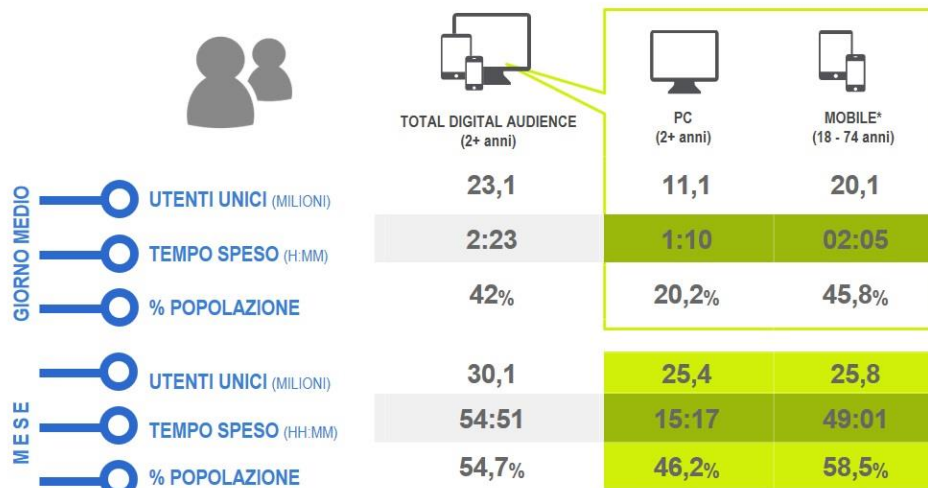
La total digital audience nel mese di novembre ha raggiunto 30,1 milioni di utenti, il 54,7% degli italiani dai due anni in su, online complessivamente per 54 ore e 51 minuti.

Nel giorno medio si sono collegati almeno una volta dai device rilevati (PC e mobile smartphone e tablet) 23,1 milioni di italiani.

Milano, 12 gennaio 2017 – Dai nuovi dati dell’Audiweb Database*, il nastro di pianificazione con i dati dell’audience totale di internet (total digital audience), risulta che nel mese di novembre 2016 la total digital audience ha raggiunto 30,1 milioni di utenti, il 54,7% degli italiani dai due anni in su, online complessivamente per 54 ore e 51 minuti per persona.

Nel giorno medio erano online 23,1 milioni di italiani, collegati tramite i device rilevati - PC e mobile (smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni) per 2 ore e 23 minuti per persona. Hanno navigato da mobile 20,1 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni, in media per 2 ore e 5 minuti per persona.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA



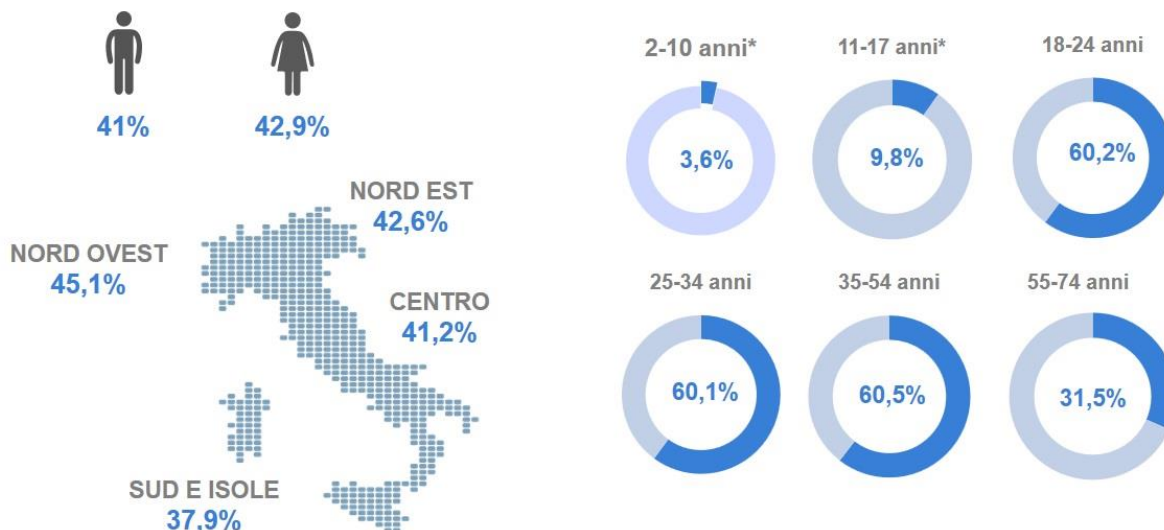
* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

Fonte: Total Digital Audience, dati di Novembre 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.

A novembre era online nel giorno medio, sia da pc che da mobile (smartphone e tablet), circa il 60% della popolazione tra i 18 e i 54 anni e il 31,5% della fascia più matura tra i 54 e i 74 anni.

Dai dati sulla provenienza geografica degli utenti, risultano online il 45% degli italiani dell'area Nord-Ovest (6 milioni), il 42,6% dell'area Nord Est (3,7 milioni), il 41,2% del Centro (3,7 milioni) e il 37,9% dell'area Sud e Isole (8 milioni).

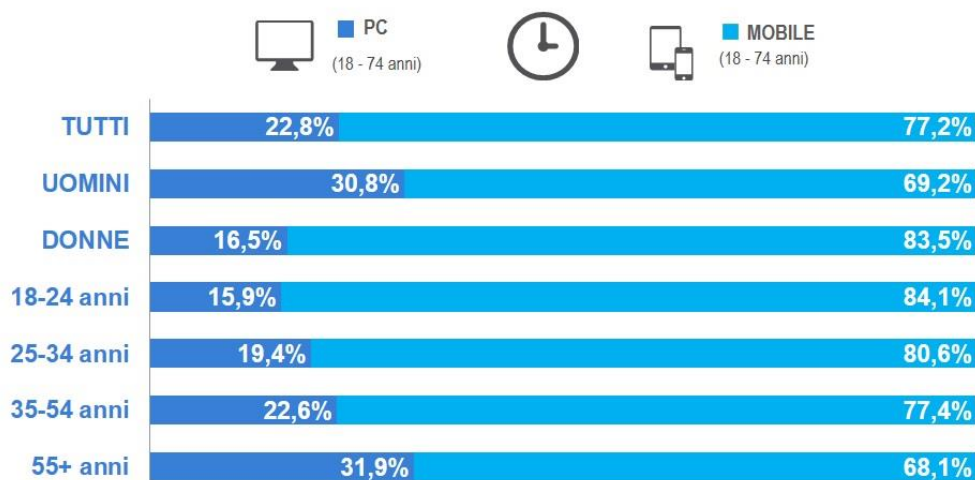
CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Novembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen italiani2+ anni per TDA e PC; italiani18-74 anni per il MOBILE. Per le fasce 2-10 anni e 11-17 anni la rilevazione è riferita solo alla navigazione da PC

Per quanto riguarda la distribuzione del tempo trascorso online, il 77,2% è generato dalla navigazione da mobile (smartphone e tablet), con quote maggiori raggiunte in generale dalle donne, con l'83,5% del tempo complessivo trascorso online da mobile, e dai giovani tra i 18 e i 24 anni che hanno dedicato l'84,1% del tempo online alla navigazione mobile.

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO TOTALE TRASCORSO ONLINE






Fonte: Total Digital Audience Novembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen Individui 18-74 anni. Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.

Più in dettaglio, dai **dati sul tempo speso per persona**, risulta che nel giorno medio hanno trascorso più tempo online i **25-34enni**, con **2 ore e 41 minuti** in media al giorno, seguiti dalla fascia più matura dei **35-54enni** (quasi 2 ore e mezza).

Con 2 ore e 17 minuti online nel giorno medio, i **18-24enni** continuano a preferire la fruizione di **internet da mobile**.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	 TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	 PC (2+ anni)	 MOBILE (18 - 74 anni)
TOTAL	2:23:03	1:09:56	2:05:21
UOMINI	2:11:09	1:14:17	1:48:29
DONNE	2:34:13	1:04:22	2:19:38
2-10 anni	0:38:23	0:38:23	N.D.
11-17 anni	0:42:54	0:42:54	N.D.
18-24 anni	2:27:39	1:09:43	2:16:44
25-34 anni	2:40:56	1:13:15	2:21:46
35-54 anni	2:28:57	1:11:07	2:06:01
55-74 anni	2:05:36	1:12:56	1:40:51

Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Novembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen italiani2+ anni per TDA e PC; italiani18-74 anni per il MOBILE.

Per quanto riguarda, infine, le principali **categorie di siti visitati nel mese di novembre**, il 93% degli utenti online ha navigato tra i siti e/o applicazioni della categoria **“Search”** (28 milioni di utenti), quasi il 90% **tra i portali generalisti** (“General Interest Portals & Communities”, con 27 milioni di utenti) e oltre l’80% degli utenti online ha visitato almeno un sito e/o applicazione tra le categorie **“Internet tools / web services”**, dedicati ai servizi e tool online (86%), **“Member Communities”** (85,6%) e **“Video/Movies”** (83%). Raggiungono valori interessanti anche le categorie **“Mass Merchandising”** con circa il 75% degli utenti online (22,6 milioni) e **“Current Event & Global News”** con il 65,4% degli utenti (19,7 milioni).

COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Novembre 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	30.113	100,0%	54,7%	54:51:21
SEARCH	28.023	93,1%	50,9%	02:20:28
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	27.051	89,8%	49,1%	01:16:55
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	25.883	86,0%	47,0%	01:03:01
MEMBER COMMUNITIES	25.768	85,6%	46,8%	15:32:52
SOFTWARE MANUFACTURERS	25.222	83,8%	45,8%	03:27:04
VIDEOS/MOVIES	25.032	83,1%	45,5%	02:31:49
E-MAIL	22.835	75,8%	41,5%	02:39:53
MASS MERCHANDISER	22.564	74,9%	41,0%	02:07:32
CELLULAR/PAGING	22.372	74,3%	40,6%	12:02:10
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	20.957	69,6%	38,1%	00:36:28
CORPORATE INFORMATION	20.392	67,7%	37,0%	00:34:07
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	19.680	65,4%	35,7%	00:58:10
INSTANT MESSAGING	19.447	64,6%	35,3%	01:54:23
MAPS/TRAVEL INFO	18.979	63,0%	34,5%	00:42:08
RESEARCH TOOLS	18.441	61,2%	33,5%	00:19:15

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Novembre 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:

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro:

mariagiovanna.migliaro@gmail.com