

Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di gennaio 2017

Nel mese di gennaio erano online 30,7 milioni di italiani dai 2 anni in su che hanno dedicato a internet, complessivamente, 55 ore e 37 minuti.

Hanno navigato almeno una volta dai device rilevati (PC e mobile - smartphone e tablet) l'84% dei 18-24enni e il 79,3% dei 25-34enni.

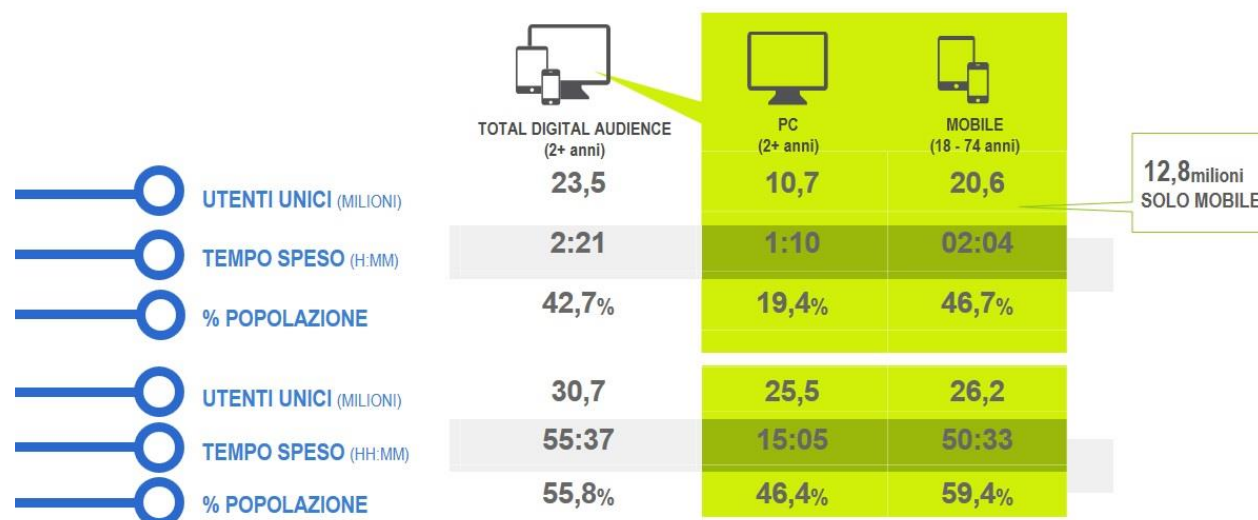
Milano, 15 marzo 2017 - Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database***, con i **dati della fruizione di internet** (total digital audience) del mese di **gennaio 2017**.

Nel **mese di gennaio** la total digital audience ha raggiunto **30,7 milioni di utenti**, online dai device rilevati (PC e mobile - smartphone e tablet - al netto delle sovrapposizioni) per **55 ore e 37 minuti**, pari a 2 giorni, 7 ore e 37 minuti.

Nel **giorno medio** sono stati rilevati **23,5 milioni di utenti**, online in media per **2 ore e 21 minuti** per persona.

Sono stati **10,7 milioni** gli utenti online nel giorno medio **da un computer** e **20,6 milioni online da mobile** e, tra questi, 12,8 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni hanno navigato **esclusivamente da mobile**.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI GENNAIO 2017



Fonte: Audiweb Database, dati di Gennaio 2017- Audiweb powered by Nielsen.

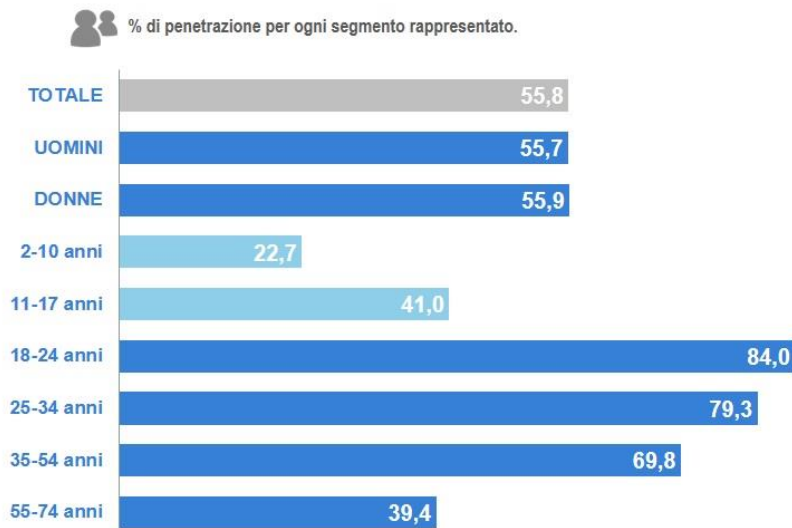
* Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione

MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Dai **dati demografici** risulta che a gennaio erano online il **55,7% degli uomini dai due anni in su** (15,2 milioni) e circa il **56% delle donne** (15,5 milioni). La fascia di popolazione più coinvolta è rappresentata ancora dai giovani, con **l'84% dei 18-24enni online nel mese** (3,5 milioni) e il **79,3% dei**

25-34enni (5,5 milioni), seguiti da circa il **70% dei 35-54enni** (12,8 milioni) e il **39,4% degli over 55** (5,7 milioni).

GLI ITALIANI ONLINE NEL MESE

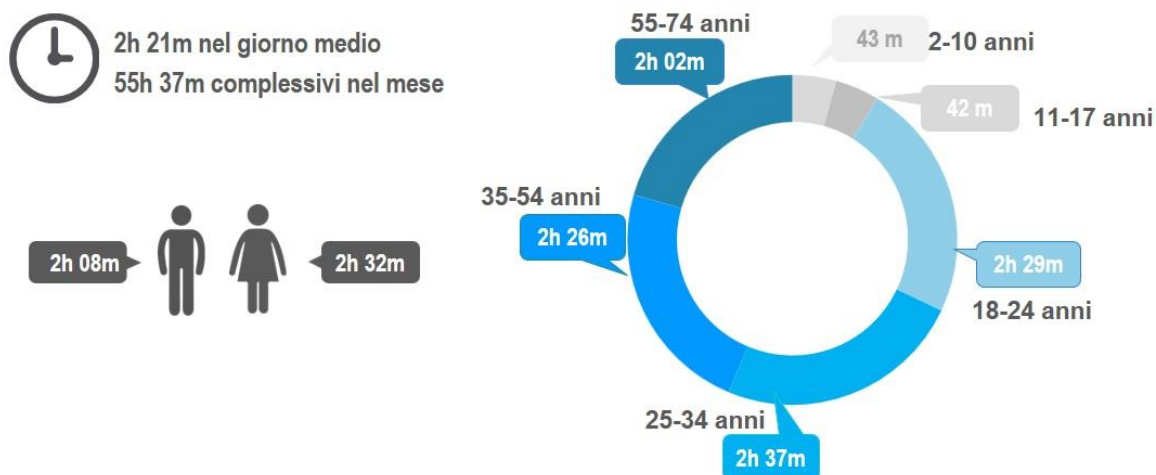


Fonte: Total digital audience, dati mensili gennaio 2017 - Audiweb powered by Nielsen.
 Base: % penetrazione popolazione. italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE (smartphone e/o tablet).
 Per le fasce 2-10 anni e 11-17 anni sono è rilevata solo la fruizione di internet da PC

Dai **dati di consumo** risulta che, con 2 ore e 32 minuti al giorno, mediamente **restano online più le donne che gli uomini**, collegati per poco più di 2 ore. I **25-34enni** hanno navigato per 2 ore e 37 minuti in media e 18-24enni per quasi 2 ore e mezza.

Nel giorno medio di gennaio **anche gli over 55 hanno sfiorato le 2 ore** in media di fruizione quotidiana.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Gennaio 2017 - Audiweb powered by Nielsen
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE
 Per le fasce 2-10 anni e 11-17 anni sono è rilevata solo la fruizione di internet da PC

Continuando sulle preferenze online, anche a **gennaio** tra le top categorie di **siti più visitati** dagli italiani online i **motori di ricerca** e gli strumenti affini (sotto-categoria “Search”, con il 93% degli utenti online), i **portali generalisti** (sotto-categoria “General Interest Portals & Communities”, con l’88,8% degli utenti online), i siti che offrono **servizi e tool online** (sotto-categoria “Internet tools / web services”, con l’85,6% degli utenti) i **social network** (sotto-categoria “Member communities”, con l’85,5% degli utenti online).

Anche le categorie di siti dedicati all’**intrattenimento**, ad attività varie quali lo **shop online** o la gestione delle **relazioni** (email e messaggistica) e all’**informazione** hanno consolidato un bacino di audience molto significativo. La sotto-categoria **Video/Movies**, ad esempio, a gennaio ha raggiunto l’82,7% degli utenti online (25,4 milioni) e l’**ecommerce** (Mass Merchandiser) il 73,3% degli utenti.

COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Gennaio 2017

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	30.732	100,0%	55,8%	55:37:13
Search	28.624	93,1%	52,0%	02:20:42
General Interest Portals & Communities	27.302	88,8%	49,6%	01:17:58
Internet Tools/Web Services	26.319	85,6%	47,8%	00:59:56
Member Communities	26.268	85,5%	47,7%	16:26:59
Software Manufacturers	25.432	82,8%	46,2%	03:28:38
Videos/Movies	25.406	82,7%	46,2%	02:32:30
Cellular/Paging	22.838	74,3%	41,5%	12:28:45
E-mail	22.767	74,1%	41,4%	02:32:07
Mass Merchandiser	22.513	73,3%	40,9%	01:44:33
Multi-category Telecom/Internet Services	21.497	70,0%	39,1%	00:35:07
Corporate Information	20.325	66,1%	36,9%	00:38:54
Current Events & Global News	19.884	64,7%	36,1%	01:08:27
Maps/Travel Info	19.764	64,3%	35,9%	00:38:58
Instant Messaging	19.315	62,9%	35,1%	01:48:50
Research Tools	18.435	60,0%	33,5%	00:20:48

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Gennaio 2017 - Audiweb powered by Nielsen
 Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE



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.

***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.

LEGENDA

Total digital audience: l'insieme di utenti unici che hanno effettuato almeno un accesso a internet tramite i device rilevati - pc e/o device mobili (smartphone e/o tablet) - nel periodo di analisi.

La rilevazione della fruizione di internet tramite PC è riferita agli italiani dai 2 anni in su; la fruizione di internet tramite device mobili (smartphone e tablet) è riferita agli italiani tra i 18 ed i 74 anni.

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:

Maria Giovanna Migliaro

mariagiovanna.migliaro@gmail.com

Audiweb - Tel. 02.58315141