

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

La total digital audience a maggio ha raggiunto 30,4 milioni di italiani online, collegati da tutti i device rilevati per 57 ore e 46 minuti complessivi, pari a circa 2 giorni e 9 ore.

La fruizione di internet da mobile (smartphone e/o tablet) nel mese riguarda il 60% della popolazione maggiorenne, con 26,5 milioni di utenti unici.

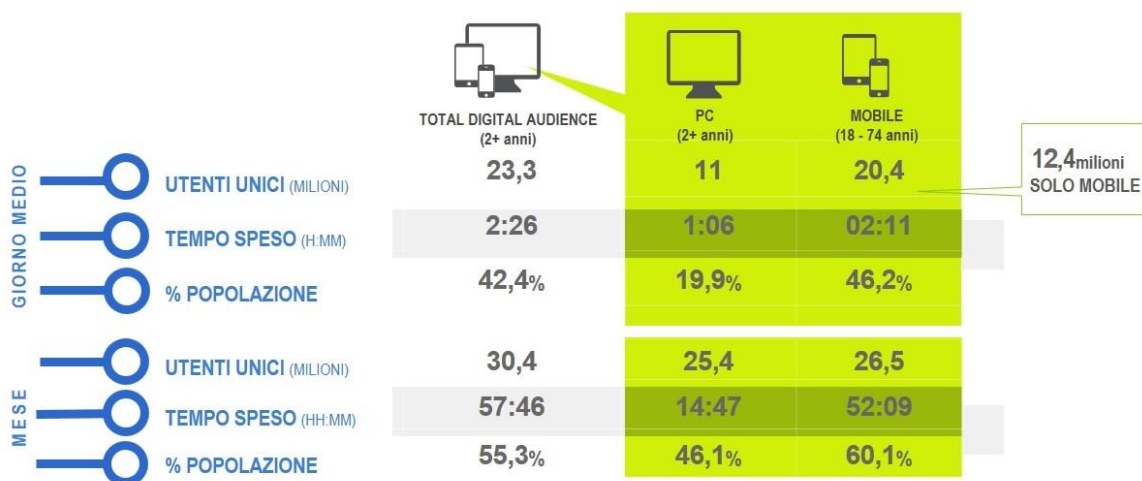
L'audience online nel giorno medio è rappresentata da 23,3 milioni di utenti unici, online in media per 2 ore e 26 minuti.

Milano, 13 luglio 2017 – Nel mese di maggio la total digital audience conferma la quota dei **30,4 milioni di utenti unici** dai 2 anni in su, con il 60% della popolazione maggiorenne collegata da mobile (smartphone e/o tablet), pari a 26,5 milioni di utenti unici. Questi i nuovi dati dell'**Audiweb Database***, il nastro di pianificazione con **i dati della fruizione di internet** (total digital audience) in Italia.

A **maggio** gli italiani hanno navigato complessivamente nel mese per **57 ore 46 minuti**, circa 2 giorni e 8 ore per persona, **dedicando alla navigazione quotidiana 2 ore e 26 minuti in media per persona**.

Più in dettaglio, dai dati sulla **fruizione nel giorno medio** risultano **23,3 milioni gli utenti unici totali** collegati **dai device rilevati (PC e mobile)**: **11 milioni online da PC** (italiani 2+ anni) e **20,4 milioni** (italiani 18-74 anni) **da mobile** (smartphone e/o tablet).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI MAGGIO 2017



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

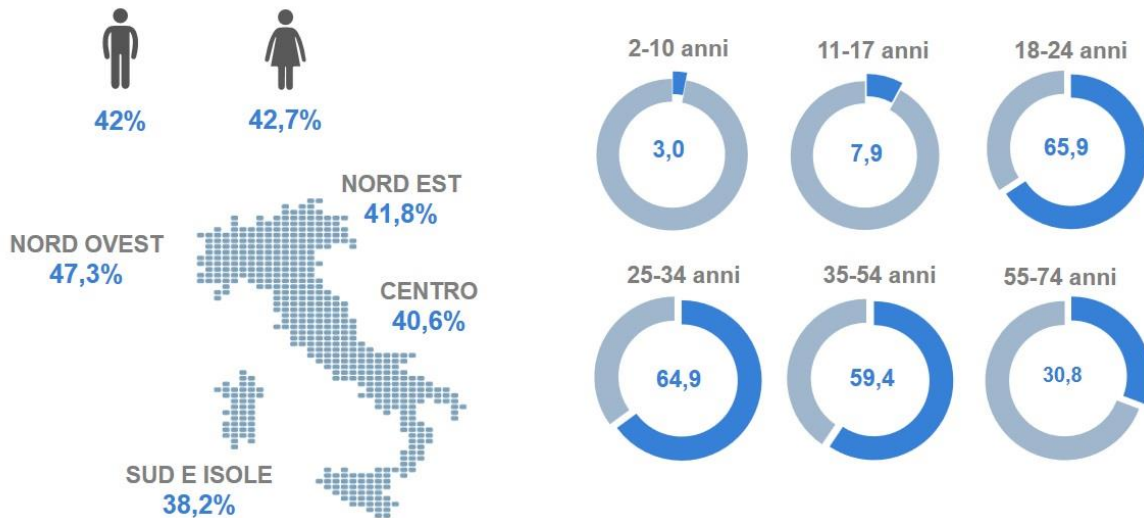
* Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Dai dati sul **profilo demografico** degli italiani online, **nel giorno medio a maggio** risultano online **il 42% degli uomini** (11,5 milioni) e **il 42,7% delle donne** (11,8 milioni) dai 2 anni in su, ancora con **una elevata**

quota dei segmenti della **popolazione più giovane**: circa il **66% dei 18-24enni** (2,7 milioni) e il **65% dei 25-34enni** (4,5 milioni).

Da un punto di vista **geografico**, l'area **nord-ovest** mostra un livello di **penetrazione più elevato**, con il 47,3% della popolazione dai 2 anni in su online nel giorno medio.

CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO

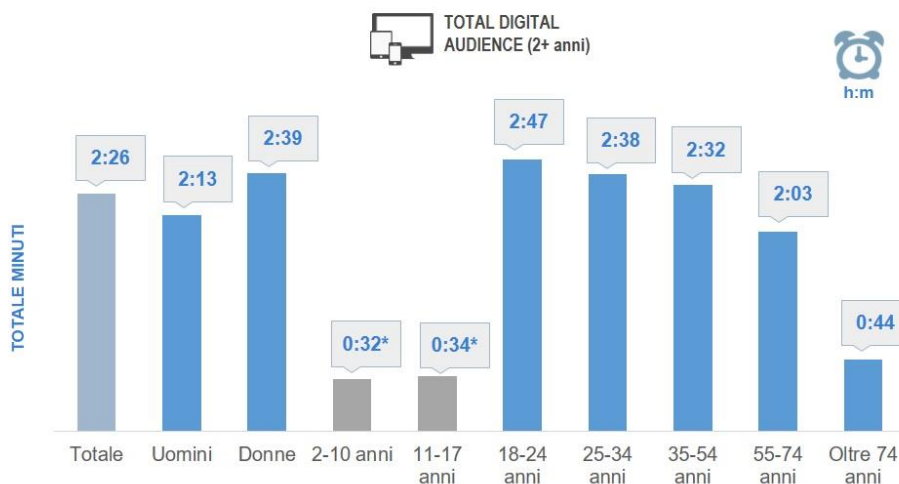


Fonte: Audiweb Database, dati di Maggio 2017- Audiweb powered by Nielsen.
 Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
 MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Il tempo speso online nel **giorno medio** a maggio è pari a **2 ore e 26 minuti** per persona.

Le **donne** risultano **più attive degli uomini**, con **2 ore e 39 minuti** spesi in media online dai device rilevati (PC e mobile). Si confermano ancora i livelli di consumo raggiunti nei mesi scorsi anche nelle differenti fasce d'età, con il **segmento dei 18-34enni** che risulta mediamente più collegato nel giorno medio (2 ore e 47 minuti per i 18-24enni e 2 ore e 38 minuti per i 25-34enni).

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO





Fonte: Audiweb Database, dati di Maggio 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
 * Il tempo speso online dai segmenti 2-10 anni e 11-17anni è riferito SOLO alla fruizione da PC

Il **tempo speso online** in media per persona tra i device rilevati (PC e mobile – smartphone e/o tablet) riflette la fotografia complessiva. Con **2 ore e 11 minuti** in media per persona al giorno, risulta, infatti, **decisamente più elevato il tempo dedicato alla fruizione di internet da mobile**, rispetto alla fruizione da PC che registra un tempo speso medio di 1 ora e 6 minuti.

La differenza è meno evidente tra gli uomini che in media spendono 1 ora e 8 minuti da PC e 1 ora e 56 minuti da mobile, mentre **per le donne è decisamente più elevata**, con circa 1 ora e 20 minuti di tempo in più speso online da mobile.

Si registra una distribuzione simile anche **per i giovani utenti**, dai 18 ai 34 anni - almeno 1 ora e 16 minuti in più dedicati alla navigazione da mobile nel caso dei 25-34enni -, che si assottiglia decisamente nella **fascia più matura della popolazione**, tra i 55 e i 74 anni, con circa mezz'ora di differenza per il tempo dedicato alla navigazione dai due device (1 ora e 10 minuti da PC e 1 ora e 40 minuti da mobile).

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO: DETTAGLIO DEVICE

	 PC (2+ anni)	 MOBILE (18 - 74 anni)
TOTAL	1:06:14	2:11:27
UOMINI	1:07:40	1:56:23
DONNE	1:04:28	2:24:51
2-10 anni	0:32:18	N.D.
11-17 anni	0:33:59	N.D.
18-24 anni	1:02:41	2:41:13
25-34 anni	1:07:14	2:22:46
35-54 anni	1:08:25	2:11:01
55-74 anni	1:09:38	1:39:44

Fonte: Audiweb Database, dati di Maggio 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

* Il tempo speso online dai segmenti 2-10 anni e 11-17anni è riferito SOLO alla fruizione da PC



Per quanto riguarda i **dati sui consumi dei contenuti online**, anche a maggio si attestano **ai primi posti** delle categorie di siti più visitati dagli italiani **i motori di ricerca** (“Search” con il 93,8% degli utenti nel mese), **i portali generalisti** (“General Interest Portals & Communities” con il 90,6% degli utenti), **i servizi e strumenti online** (“Internet Tools / Web Services”, con l’86% degli utenti) e **i Social Network** (“Member Communities”, con l’85,8% degli utenti).

Tra **gli altri contenuti**, raggiungono o superano almeno i 20 milioni di utenti le categorie di siti e/o applicazioni dedicati ai **contenuti video**, che raggiungono un’audience totale di 25,2 milioni di utenti unici (l’83% degli utenti nel mese), ai **servizi di messaggistica da mobile**, con 23,1 milioni di utenti (il 76%), alla gestione delle **email**, con 23 milioni di utenti (il 75,7%), all’**e-commerce**, con 22,2 milioni di utenti (il 73,1%), ai **servizi e alle informazioni delle compagnie telefoniche**, con 21,3 milioni di utenti (il 70,1%), alle **news online**, con 20,5 milioni di utenti (il 67,5% degli utenti online).

COSA FACCIAMO ONLINE?

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
TOTAL	30.437	100,0%	57:46:28
SEARCH	28.553	93,8%	02:18:34
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	27.567	90,6%	01:17:38
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	26.171	86,0%	01:03:44
MEMBER COMMUNITIES	26.109	85,8%	16:14:22
SOFTWARE MANUFACTURERS	25.646	84,3%	03:30:16
VIDEOS/MOVIES	25.249	83,0%	02:44:27
CELLULAR/PAGING	23.141	76,0%	13:14:09
E-MAIL	23.049	75,7%	02:25:43
MASS MERCHANDISER	22.235	73,1%	01:35:11
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	21.322	70,1%	00:38:55
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	20.550	67,5%	01:11:34
MAPS/TRAVEL INFO	20.469	67,3%	00:50:47
CORPORATE INFORMATION	20.275	66,6%	00:42:13
INSTANT MESSAGING	19.707	64,7%	02:10:44
RESEARCH TOOLS	18.898	62,1%	00:20:29

Fonte: Audiweb Database, dati di Maggio 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



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.

***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