

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

Nel 2017 l'internet audience ha raggiunto 24,2 milioni di utenti unici nel giorno medio, online dai device rilevati – pc, smartphone e/o tablet -, registrando un +8,7% rispetto alla media del 2016.

Nell'ultimo mese di rilevazione, dicembre 2017, la total digital audience ha raggiunto 24,8 milioni di utenti nel giorno medio e 33,9 milioni nel mese.

Milano, 15 febbraio 2018 – Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database***, con i **dati della fruizione di internet** (total digital audience) del mese di **dicembre 2017**.

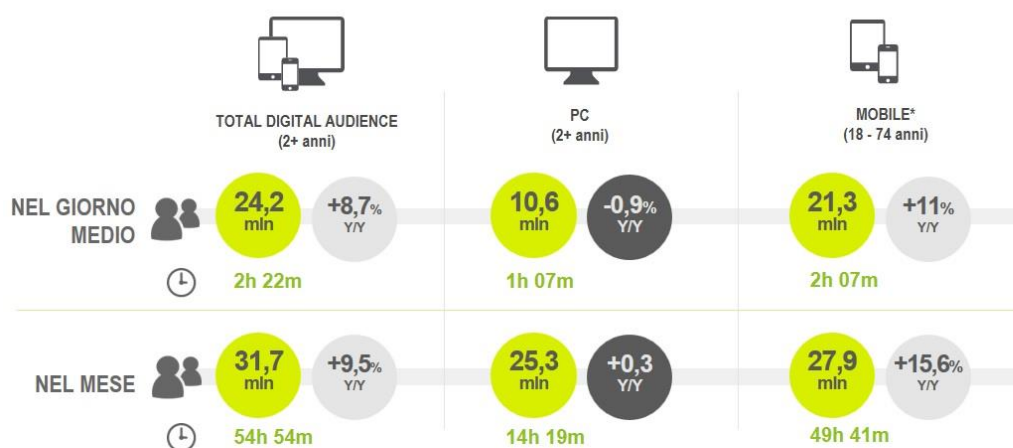
Sintesi dei dati dell'audience totale di internet: media del 2017 e rilevazione della total digital audience del mese di dicembre 2017

Nel 2017 la total digital audience ha raggiunto 24,2 milioni di utenti unici online nel giorno medio tramite i device rilevati - pc e/o mobile (smartphone e/o tablet), registrando **un incremento dell'8,7% rispetto alla media del 2016**.

In generale, gli italiani si sono collegati per circa **2 ore e 22 minuti al giorno**, con una preferenza per la **navigazione da mobile** a cui sono state dedicate 2 ore in media per persona.

Gli utenti unici mensili online in media nel 2017 sono stati 31,7 milioni - pari al 57,6% della popolazione italiana dai 2 anni in su - e hanno dedicato all'online complessivamente 54 ore e 54 minuti, circa 2 giorni 6 ore e 54 secondi.

L'INTERNET AUDIENCE IN MEDIA NEL 2017



* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

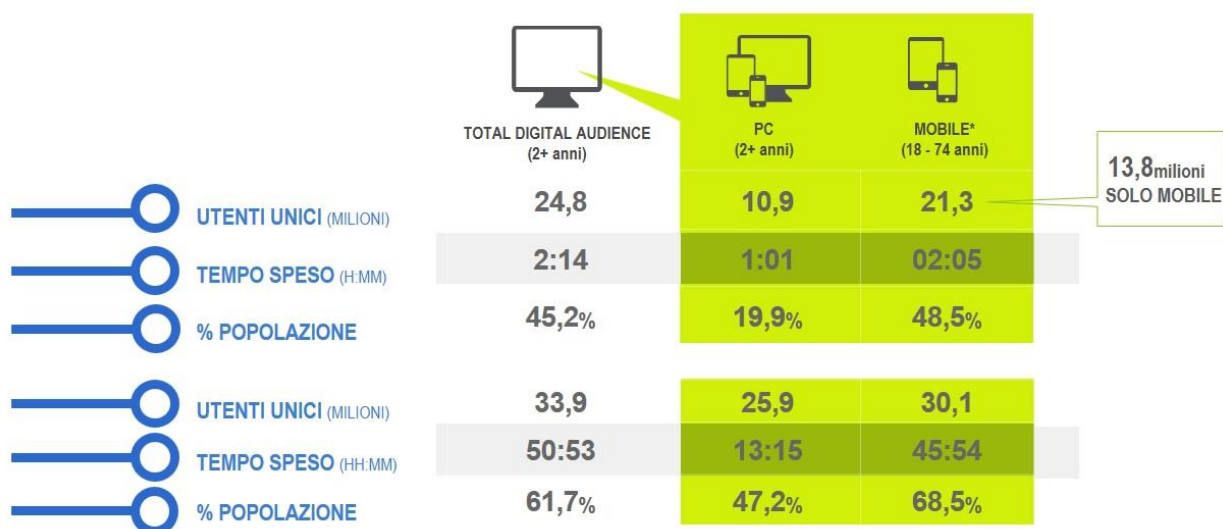
Fonte: Audiweb Database MEDIA audience online 2017- Audiweb powered by Nielsen.
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione.
MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Entrando, invece, nel dettaglio dei dati di sintesi relativi all'ultimo mese di rilevazione del 2017, **nel giorno medio a dicembre** sono stati **24,8 milioni gli italiani** che hanno navigato almeno una volta dai device rilevati (al netto delle sovrapposizioni), con **10,9 milioni di italiani online da pc** (il 19,9% degli italiani dai 2 anni in su) e **21,3 milioni da mobile** (il 48,5% degli italiani dai 18 ai 74 anni).

Risultano, inoltre, **13,8 milioni** gli italiani maggiorenni che hanno navigato **esclusivamente da mobile** nel giorno medio.

Nel mese di dicembre sono stati in totale **33,9 milioni** gli utenti unici, pari al **61,7% della popolazione dai 2 anni in su**, collegati complessivamente per 50 ore e 53 minuti

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI DICEMBRE 2017



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

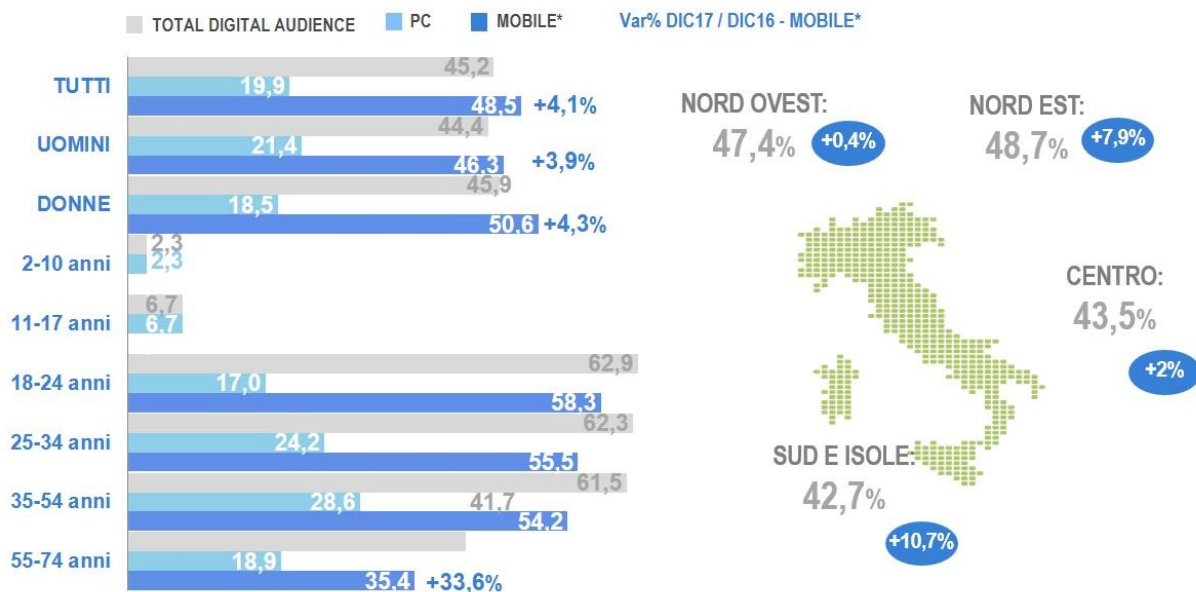
* Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Dai dati sul **profilo degli utenti online**, risulta che nel giorno medio a dicembre hanno navigato almeno una volta da uno dei device rilevati (pc e mobile) il **44,4% degli uomini** (12,2 milioni) e il **45,9% delle donne** (12,6 milioni) e circa **due terzi degli italiani dai 18 ai 54 anni** (il 62,9% dei 18-24enni, il 62,3% dei 25-35enni e il 61,5% dei 35-54enni).

Continua a crescere rispetto a dicembre 2016 l'**accesso a internet nel giorno medio da mobile** (smartphone e/o tablet), anche se con variazioni più lievi in generale sia per gli uomini (il 46,3% online da mobile, +3,9% rispetto a dicembre 2016) che per le donne (il 50,6% online da mobile, +4,3%), ma ancora significative per il segmento della popolazione **tra i 55 e i 74 anni** (il 35,4% online da mobile, +33,6%).

Per quanto riguarda la **provenienza geografica** degli utenti online, risulta che nel giorno medio a dicembre hanno navigato il **47,4%** della popolazione dell'area **Nord-Ovest**, il **48,7%** dall'area **Nord-Est** (+7,9% da mobile rispetto al mese di dicembre del 2016), il **43,5%** dall'area **Centro** (+2% da mobile) e il **42,7%** dell'**area Sud e Isole** che, con una variazione pari a **+10,7%** rispetto ai dati di dicembre 2016, registra un incremento ancora rilevante per la fruizione **da mobile** nel giorno medio.

GLI ITALIANI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

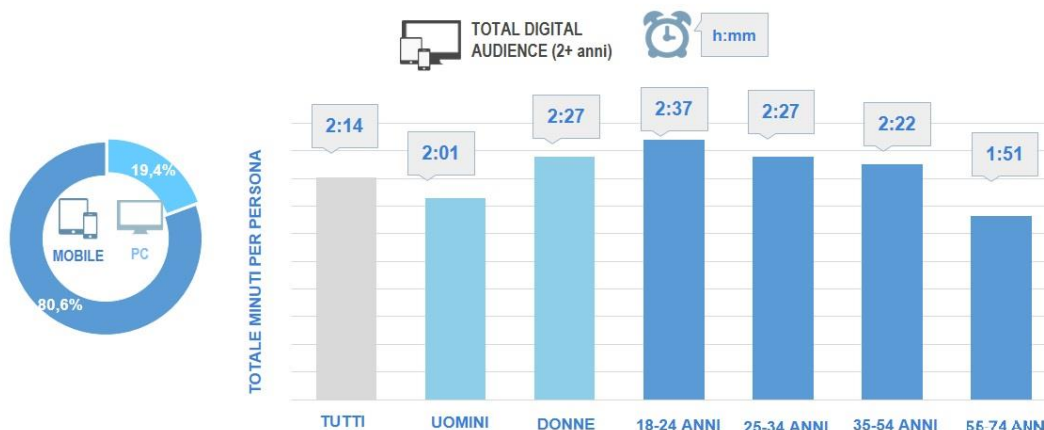


Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Dicembre 2017- Audiweb powered by Nielsen
 Base TDA e PC: % popolazione 2+ anni *MOBILE (= smartphone e/o tablet): % popolazione 18-74 anni

Nel giorno medio di quest'ultimo mese di rilevazione del 2017 gli italiani hanno trascorso in media **circa 2 ore e un quarto per persona**, con intervalli più ampi per i giovani tra i **18-24 anni** (online in media per oltre 2 ore e mezza) e poco meno per le due fasce tra i **25-34enni** e i **35-54enni** (online rispettivamente per 2 ore e 27 minuti e 2 ore e 22 minuti), oltre agli **over 55** che hanno navigato in media per **1 ora e 51 minuti al giorno**.

In generale, gran parte del **tempo trascorso online** è stato generato dalla fruizione **da mobile**, pari all'**80,6%** del tempo totale online.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO A DICEMBRE 2017



Fonte: Audiweb Database, dati di Dicembre 2017- Audiweb powered by Nielsen.
 Total digital audience italiani di 2+ anni per PC e TDA; italiani 18-74 anni per la fruizione da mobile.
 Per la fascia 2-17 anni non è rilevata la fruizione di internet da mobile.

Per quanto riguarda le **categorie di siti più visitati nel mese di dicembre 2017**, continuano a mantenere una reach di **oltre l'80%** l'insieme di siti e applicazioni dedicati alla **ricerca online** (sottocategorie Search con il 93% degli utenti online nel mese), i **portali generalisti** (General interest portals & communities, con l'85,8% degli utenti online), i siti che offrono **servizi e tool online** (Internet tools / web services", con l'84,9%), i **social network** (Member communities, con l'84,3% degli utenti),

quelli dedicati alla presentazione e aggiornamento di **software** (Software manufacturers, l'82,5%) e la categoria dedicata ai **video online** (Video / Movies, con l'82,3%).

COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Dicembre 2017

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	33.876	100,0%	50:53:08
SEARCH	31.500	93,0%	02:18:15
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	29.081	85,8%	00:57:19
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	28.769	84,9%	00:58:38
MEMBER COMMUNITIES	28.574	84,3%	13:11:32
SOFTWARE MANUFACTURERS	27.949	82,5%	02:31:37
VIDEOS/MOVIES	27.872	82,3%	02:53:01
E-MAIL	25.823	76,2%	02:31:16
MASS MERCHANDISER	25.716	75,9%	01:59:05
CELLULAR/PAGING	25.323	74,8%	13:39:28
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	23.317	68,8%	00:41:39
CORPORATE INFORMATION(B)	22.839	67,4%	00:37:24
MAPS/TRAVEL INFO	22.035	65,0%	00:46:02
INSTANT MESSAGING	20.729	61,2%	02:04:29
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	20.712	61,1%	00:53:14
RESEARCH TOOLS	20.043	59,2%	00:14:28

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



È di certo interessante l'incremento rispetto al 2016 che si registra nelle quote di **popolazione di 18-74 anni che accede da mobile** ad alcune categorie di siti di intrattenimento e di comunicazione, come nel caso della categoria **Video / Movies** (+14,5% rispetto alla media del 2016), la categoria "Mass Merchandiser" che raccoglie i siti dedicati all'**ecommerce** (+15,8%), le applicazioni e i servizi dedicati alla messaggistica istantanea "Instant messaging" (+18,6%) e "Cellular / Paging" (+16%), ma anche le più "classiche" dedicate ai siti aziendali "Corporate information" (+22,4%) e alle news (+7,5%).

ALCUNE DELLE CATEGORIE DI SITI CHE CRESCONO DI PIÙ SUL MOBILE

	% POPOLAZIONE ONLINE - MEDIA 2017	Media 2017 / media 2016- MOBILE*
SEARCH	57%	+12,9%
MEMBER COMMUNITIES	53,6%	+13,6%
CELLULAR/PAGING	53%	+16%
VIDEOS/MOVIES	49,4%	+14,5%
MASS MERCHANDISER	42,7%	+15,8%
E-MAIL	41,6%	+14,6%
INSTANT MESSAGING	39,7%	+18,6%
CORPORATE INFORMATION	34,8%	+22,4%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	32,2%	+7,5%

Fonte: Mobile Audience mensile, % popolazione media 2017.
Confronto tra media 2017 e media 2016
Base: individui 18-74 anni per il MOBILE
Audiweb powered by Nielsen



Le sintesi dei report Audiweb sono disponibili sul sito www.audiweb.it a partire dalla home page.

I dati sulla fruizione di internet in Italia – Total Digital audience, PC audience e mobile audience – sono estratti dall'**Audiweb Database**, il nastro di pianificazione distribuito alle software house e fruibile attraverso i tool di pianificazione, che offre il dettaglio dei dati della navigazione quotidiana sui siti e/o applicazioni 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.

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