

Milano, 10 marzo 2016

La total digital audience in Italia nel mese di gennaio 2016

Nel primo mese dell'anno sono stati 28.7 milioni gli utenti unici online, il 52% degli italiani dai 2 anni in su.

Nel giorno medio la total digital audience ha raggiunto 21.7 milioni di utenti unici, collegati in media per 2 ore a persona.

In base ai nuovi dati del nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, con i dati sulla fruizione di internet in Italia, nel mese di **gennaio 2016** l'audience online ha raggiunto **28.7 milioni di utenti**, circa il 52% degli italiani dai 2 anni in su, collegati da tutti i device rilevati (PC e device mobili – smartphone, tablet) per una media di 47 ore per persona.

La total digital audience nel **giorno medio** è rappresentata da **21.7 milioni** di italiani che hanno navigato mediamente per **due ore**.

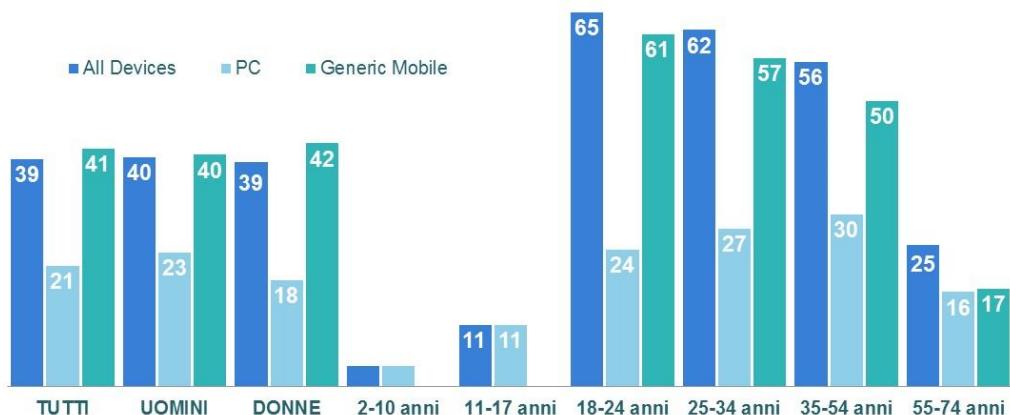
Più in dettaglio, nel **giorno medio** risultano **11.5 milioni** gli italiani che hanno navigato da un **computer** - il 20,8% della popolazione dai 2 anni in su - e **18.2 milioni da device mobili** (smartphone e/o tablet) – il 41,2% dei 18-74enni.

INTERNET AUDIENCE			
(browser + app)			
Fonte: Audiweb Database, dati Gennaio 2016 - Audiweb powered by Nielsen			
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	PC 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	21.736	11.504	18.157
Pop. di riferimento giorno medio (%)	39,3%	20,8%	41,2%
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:00:19	1:02:24	1:44:30
Utenti unici mese (.000)	28.704	26.101	22.376
Pop. di riferimento mese (%)	51,9%	47,2%	50,7%
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	47:04:21	14:12:37	43:48:30

In base ai **dati socio-demografici**, nel giorno medio a gennaio erano online **10.9 milioni di uomini** (il 40% degli uomini dai 2 anni in su) al pari delle donne, 10.9 milioni online (il 39% delle donne).

La fruizione di internet è ormai una pratica che si è affermata principalmente tra i **18-24enni**, con il 65% dei giovani di questa fascia che naviga quotidianamente e soprattutto da device mobili. Infatti, mentre il **61%** naviga **da device mobili** (2.6 milioni), solo il **24%** naviga **da computer** (1 milione). La **navigazione tramite device mobili** (smartphone e/o tablet), inoltre, prende ancora piede **tra le donne**, affermandosi nel **42% dei casi contro il 40% degli uomini**: sono state **9.8 milioni le donne online** da device mobili nel giorno medio a gennaio, **più degli uomini** (8.7 milioni), collegate per 1 ora e 56 minuti per persona.

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Gennaio 2016 - Audiweb powered by Nielsen - Valori in %

Base: italiani dai 2 anni in su. I dati relativi ai device mobili (smartphone e tablet) sono riferiti all'universo di individui 18-74 anni

Sono ancora i giovani di **18-24 anni** a dedicare molto tempo alla navigazione online, con **2 ore e 31 minuti** complessivi nel giorno medio (2 ore e 17 minuti da device mobili), seguiti dai **25-34enni** online per **2 ore e 13 minuti** e la fascia più estesa dei **35-54 anni** che tocca le **2 ore** a persona.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Gennaio 2016- Audiweb powered by Nielsen
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Tra le prime categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese, anche a gennaio risultano confermati i **siti di ricerca** con 26.4 milioni di utenti complessivi, i **portali generalisti** con 25.8 milioni di utenti e i **social network** che raggiungono 24.9 milioni di utenti.

Per quanto riguarda il consumo di **contenuti di intrattenimento**, l'insieme di siti e applicazioni dedicati ai **contenuti video** (sotto-categoria "Videos / Movies") hanno raccolto l'interesse di **23.7 milioni** di utenti, mentre la categoria di siti dedicati alle **notizie e all'informazione** (Current Events & Global News) ha raggiunto **quasi 20 milioni** di utenti.

Il **75,8% degli utenti online**, 21.8 milioni, ha visitato almeno un sito o applicazione dedicato all'**e-commerce** (sotto-categoria "Mass Merchandiser"), dedicandovi in media 1 ora e 39 minuti.

LE 15 CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATI NEL MESE DI GENNAIO 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	28.704	100,0%	51,9%	47:04:21
Search	26.372	91,9%	47,7%	01:51:16
General Interest Portals & Communities	25.801	89,9%	46,6%	01:17:55
Member Communities	24.945	86,9%	45,1%	13:52:16
Software Manufacturers	24.488	85,3%	44,2%	02:50:52
Internet Tools/Web Services	23.829	83,0%	43,1%	00:57:51
Videos/Movies	23.675	82,5%	42,8%	02:07:53
E-mail	21.853	76,1%	39,5%	01:58:48
Mass Merchandiser	21.771	75,8%	39,3%	01:38:41
Cellular/Paging	20.325	70,8%	36,7%	09:44:00
Current Events & Global News	19.970	69,6%	36,1%	01:00:40
Multi-category Telecom/Internet Services	19.521	68,0%	35,3%	00:34:00
Corporate Information	18.931	66,0%	34,2%	00:32:14
Research Tools	17.861	62,2%	32,3%	00:23:02
Multi-category Entertainment	17.525	61,1%	31,7%	00:49:29
Maps/Travel Info	17.276	60,2%	31,2%	00:30:56

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

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 guidato dal Presidente Marco Muraglia e 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 – Hill+Knowlton Strategies
anna.bellini@hkstrategies.com
Michele Bon – Hill+Knowlton Strategies
michelebon@hkstrategies.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Maria Giovanna Migliaro
mariagiovanna.migliaro@gmail.com

