

## La total digital audience in Italia nel mese di aprile 2016

Sono stati 28,6 milioni gli italiani che hanno navigato almeno una volta nel mese di aprile, online complessivamente per 46 ore e 11 minuti in media per persona.

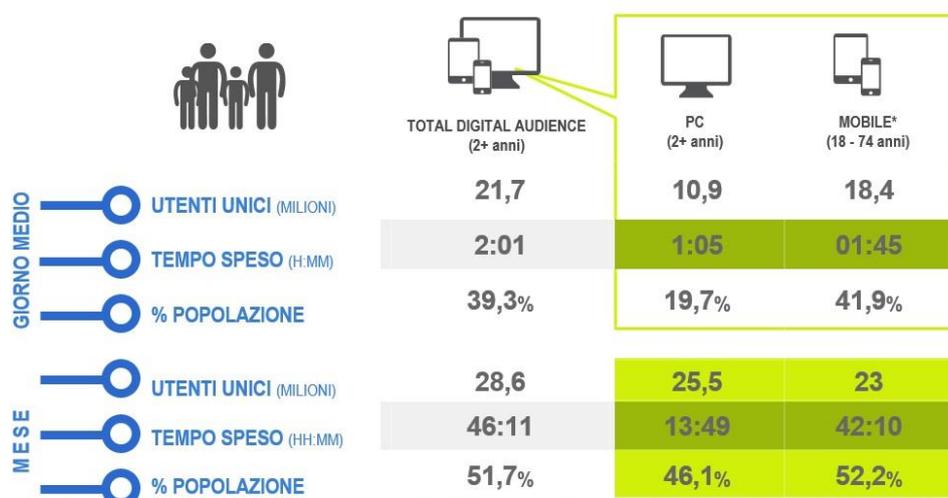
La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 21,7 milioni di utenti unici, con 10,9 milioni di utenti online tramite computer e 18,4 milioni tramite mobile (smartphone e tablet)

Milano, 9 giugno 2016 – La total digital audience nel mese di aprile ha raggiunto 28,6 milioni di utenti unici, online in media per 46 ore e 11 minuti dai device rilevati: computer, smartphone e tablet. Questi i nuovi dati di sintesi che emergono 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 degli editori iscritti al servizio**, organizzati per device, PC e Mobile (smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni).

L'audience online nel giorno medio ad aprile ha raggiunto 21,7 milioni di utenti unici - al netto delle sovrapposizioni tra i device rilevati -, collegati in media per 2 ore a persona.

Dai dati di **dettaglio sulla fruizione dai diversi device rilevati**, nel giorno medio sono stati 10,9 milioni gli utenti unici online tramite un computer, il 39,3% degli italiani dai 2 anni in su, mentre l'audience online da device mobili - smartphone e tablet -, ha raggiunto 18,4 milioni di utenti unici, il 41,9% degli italiani tra i 18 e i 74 anni.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA



\* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

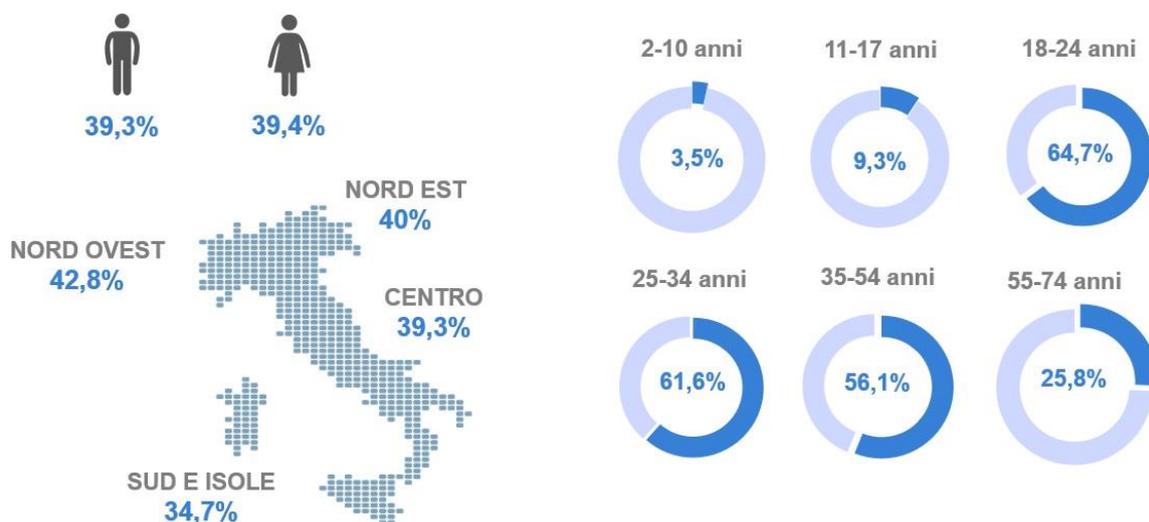
Fonte: Total Digital Audience, dati di Aprile 2016 - Audiweb powered by Nielsen. italiani2+ anni per TDA e PC; italiani18-74 anni per il MOBILE

Per quanto riguarda il **profilo degli utenti italiani online, nel giorno medio** ad aprile si sono collegati almeno una volta **10,8 milioni di uomini** (il 39,3% della popolazione maschile dai 2 anni in su) e circa **11 milioni di donne** (il 39,4%).

Resta confermato l'**elevato interesse da parte dei giovani verso l'online**, con il **64,7% dei 18-24enni** (2,7 milioni) e il **61,6% dei 25-34enni** (4,3 milioni) online nel giorno medio, mentre per la fascia più matura dei **35-54enni si raggiunge il 56%** (10,3 milioni).

Per quanto riguarda i **dati sulla provenienza geografica degli utenti online**, con il **42,8% della popolazione collegata a internet nel giorno medio il nord ovest** rappresenta l'area con un valore leggermente più elevato rispetto alle altre aree geografiche.

### CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Aprile 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Italiani2+ anni per TDA e PC; italiani18-74 anni per il MOBILE

Sono ancora **i giovani e le donne** a trascorrere **più tempo online nel giorno medio**, soprattutto tramite device mobili (smartphone e/o tablet).

Infatti, se il tempo trascorso online al giorno è pari a 2 ore in media per persona, **le donne** arrivano a **2 ore e 11 minuti in totale** (1 ora e 57 minuti le 18-74enni online da device mobili), i **18-34enni** restano collegati **per almeno 2 ore e 23 minuti** in totale (i 18-24enni, in particolare, hanno navigato da mobile per circa 2 ore e 15 in media) e i **35-54enni** restano nella media con **2 ore** per persona.

## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

|               |  TOTAL DIGITAL AUDIENCE<br>(2+ anni) |  PC<br>(2+ anni) |  MOBILE<br>(18 - 74 anni) |
|---------------|---|---|--|
| <b>TOTAL</b>  | <b>2:01:24</b>  | <b>1:04:46</b>  | <b>1:45:08</b>   |
| <b>UOMINI</b> | 1:51:36   | 1:07:16   | 1:31:48  |
| <b>DONNE</b>  | 2:11:02   | 1:01:32   | 1:56:53  |
| 2-10 anni     | 0:38:45   | 0:38:45   | N.D.   |
| 11-17 anni    | 0:40:02   | 0:40:02   | N.D.   |
| 18-24 anni    | 2:24:58   | 0:59:59   | 2:14:52  |
| 25-34 anni    | 2:23:08   | 1:11:08   | 2:02:31  |
| 35-54 anni    | 2:01:26   | 1:07:36   | 1:37:54  |
| 55-74 anni    | 1:34:04   | 1:02:22   | 1:16:25  |

Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Aprile 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Italiani 2+ anni per TDA e PC; italiani 18-74 anni per il MOBILE

Tra le **categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese**, restano confermati i **motori di ricerca** (sotto-categoria "Search" con il 92,5% degli utenti online nel mese), i **portali generalisti** (sotto-categoria "General Interest Portals & Communities", con l'89,6% degli utenti online), i **social network** (sotto-categoria "Member Communities", con l'86% degli utenti online) e siti o applicazioni che offrono **servizi e strumenti online** (sotto-categoria "Internet tools / web services" con l'84,7% degli utenti) oppure **software** (sotto-categoria "Software Manufacturers" con l'83,4% degli utenti).

Per quanto riguarda **l'intrattenimento e l'informazione**, la sotto-categoria "**Video / Movie**" ha raggiunto 23,4 milioni di utenti (l'81,8% degli utenti online) e i siti di **News** 19,6 milioni di utenti (il 68,7% degli utenti online - sotto-categoria "Current Event & Global News").

Tra le varie categorie di siti, **l'e-commerce** presenta valori significativi, con 20,9 milioni di utenti nel mese (il 73,2% degli utenti online - sotto-categoria "Mass Merchandiser"), così come i raggruppamenti di siti e applicazioni dedicati ai servizi di messaggistica istantanea, "**Cellular Paging**" e "**Instant Messaging**", rispettivamente con il 70,9% e il 62,2% degli utenti online nel mese.

## LE 15 CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATI NEL MESE

| SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)                | UTENTI UNICI (.000) | % UTENTI      | % POPOLAZIONE | TEMPO/PERSONA (hh:mm) |
|--|---------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| <b>Total</b>                             | <b>28.583</b>       | <b>100,0%</b> | <b>51,7%</b>  | <b>46:11:31</b>       |
| Search                                   | 26.449              | 92,5%         | 47,8%         | 01:51:02              |
| General Interest Portals & Communities   | 25.620              | 89,6%         | 46,3%         | 01:09:06              |
| Member Communities                       | 24.569              | 86,0%         | 44,4%         | 13:41:25              |
| Internet Tools/Web Services              | 24.200              | 84,7%         | 43,8%         | 00:52:24              |
| Software Manufacturers                   | 23.840              | 83,4%         | 43,1%         | 02:46:03              |
| Videos/Movies                            | 23.367              | 81,8%         | 42,3%         | 01:57:20              |
| E-mail                                   | 21.206              | 74,2%         | 38,3%         | 02:00:24              |
| Mass Merchandiser                        | 20.929              | 73,2%         | 37,8%         | 01:26:44              |
| Cellular/Paging                          | 20.278              | 70,9%         | 36,7%         | 10:22:50              |
| Multi-category Telecom/Internet Services | 19.724              | 69,0%         | 35,7%         | 00:34:41              |
| Current Events & Global News             | 19.622              | 68,7%         | 35,5%         | 00:58:18              |
| Corporate Information                    | 18.809              | 65,8%         | 34,0%         | 00:35:06              |
| Instant Messaging                        | 17.791              | 62,2%         | 32,2%         | 02:04:11              |
| Maps/Travel Info                         | 17.717              | 62,0%         | 32,0%         | 00:32:10              |
| Research Tools                           | 17.559              | 61,4%         | 31,8%         | 00:21:08              |

Fonte: Total Digital Audience mensile, dati di Aprile 2016 - Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Italiani2+ anni per TDA e PC; italiani18-74 anni per il MOBILE (smartphone e/o tablet)

*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](http://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:*

**Hill+Knowlton Strategies - Tel. 02.319141**

Anna Bellini: [anna.bellini@hkstrategies.com](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)

Michele Bon: [michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Maria Giovanna Migliaro:

[mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)