

Milano, 11 dicembre 2015

# Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di ottobre 2015

*Nel mese di ottobre sono stati rilevati 29.5 milioni di utenti unici totali, il 53,4% degli italiani dai 2 anni in su, collegati per 45 ore e 53 minuti complessivi per persona.*

*La total digital audience nel giorno medio raggiunge 22.3 milioni di utenti unici, 18.2 milioni da device mobili (smartphone e tablet) e 12.6 milioni da desktop.*

---

Audiweb distribuisce il nastro di pianificazione, Audiweb Database, con i **dati dell'audience totale di internet** (total digital audience) del mese di **ottobre 2015**.

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).

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**.

## **Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database, ottobre 2015**

L'**audience totale di internet** nel mese di **ottobre** risulta pari a **29.5 milioni** di utenti unici, il 53,4% degli italiani dai 2 anni in su.

Nel giorno medio erano online **da tutti i device rilevati** (PC, smartphone e tablet) **22.3 milioni** di utenti, collegati in media per quasi 2 ore per persona.

Più in dettaglio, in base ai dati sui device da cui si accede a internet, risultano **18.2 milioni** gli utenti unici online da **device mobili** (smartphone e tablet), il 41,2% degli italiani tra i 18 e i 74 anni, e **12.6 milioni da PC**, il 22,8% degli italiani dai 2 anni in su.

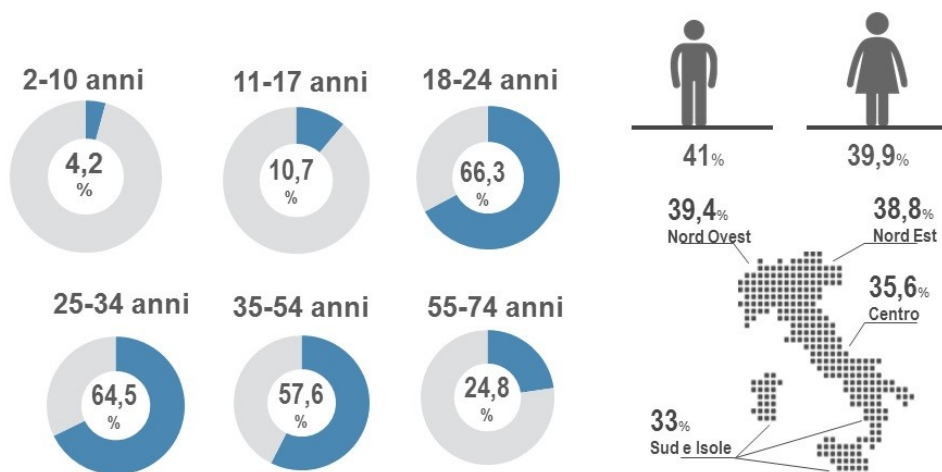
<b>INTERNET AUDIENCE</b> (browser + app)			
Fonte: Audiweb Database, dati Ottobre 2015 - Audiweb powered by Nielsen			
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	PC 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	<b>22.348</b>	12.574	18.198
Pop. di riferimento giorno medio (%)	40,5%	22,8%	41,2%
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	1:57:08	1:00:49	1:41:50
Utenti unici mese (.000)	<b>29.479</b>	27.225	22.039
Pop. di riferimento mese (%)	53,4%	49,3%	50%
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	<b>45:52:45</b>	14:30:39	43:26:27

Per quanto riguarda il profilo dei navigatori **nel giorno medio**, risultano online il **41% degli uomini** (11.3 milioni di uomini dai 2 anni in su), il **40% delle donne** (11.1 milioni) e il **66,3% dei giovani tra i 18 e i 24 anni** (2.8 milioni), **3 giovani su 5**.

È online il 57,6% dei principali responsabili d'acquisto (10.8 milioni di italiani tra i 35 e i 54 anni) e, sebbene per il **segmento 55-74 anni** l'accesso a internet nel giorno medio sia ancora limitato al 24,8%, si registra un **incremento del 32% in un anno** degli utenti di questa fascia **online da mobile**.

Dai dati sulla provenienza geografica, risultano online nel giorno medio il **39,4%** degli abitanti dell'area **Nord Ovest** (4.5 milioni), il **38,8% del Nord Est** (2.9 milioni), il **35,6% del Centro** (2.4 milioni) e il **33% dell'area Sud e Isole** (5.8 milioni).

### CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, dati di Ottobre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
, Individui dai 2 anni in su per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

**Gli italiani online** dedicano alla navigazione circa **45 ore e 53 minuti** complessivi nel mese, quasi **due interi giorni per persona**.

Tra i **raggruppamenti di siti più visitati nel mese**, si confermano le sotto-categorie di **siti e applicazioni di ricerca** “Search” (il 92% degli utenti online, 27 milioni), i **portali generalisti** “General Interest Portals & Communities” (il 90,2%, 26.6 milioni di utenti unici), i **social network** “Member Communities” (l’87,4%, 25.8 milioni di utenti unici) e, per i siti di intrattenimento e informazione, le sotto-categorie **“Videos / Movies”** (l’81,3%, 23.9 milioni di utenti) e **“Current Event e Global News”** (il 68,8%, 20.3 milioni di utenti che visitano siti di news).

Rilevanti anche i valori delle sotto-categorie di siti dedicati alle **attività più pratiche e quotidiane**, quali: **gli acquisti online**, con 21.7 milioni di italiani online che visitano siti di e-commerce, (sotto-categoria “Mass Merchandiser”), la gestione della **posta elettronica**, con 22.4 milioni di utenti (sotto-categoria “Email”), la consultazione di **strumenti utili per la ricerca e l’approfondimento** con 17.8 milioni di utenti ( sotto-categoria “Research Tools”) o di **mappe** e informazioni utili per viaggiare, con 17.8 milioni di utenti (sotto-categoria “Maps/Travel Info”).

## LE TOP 15 SOTTO-CATEGORIE DI SITI AD OTTOBRE

SOTTOCATEGORIE SITI (Total Digital Audience)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE (2+anni)	TEMPO SPESO PER PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>29.479</b>	<b>100,0%</b>	<b>53,4%</b>	<b>45:52:45</b>
Search	27.086	91,9%	49,0%	01:57:39
General Interest Portals & Communities	26.598	90,2%	48,2%	01:13:54
Member Communities	25.777	87,4%	46,7%	13:17:38
Software Manufacturers	25.082	85,1%	45,4%	02:44:02
Internet Tools/Web Services	24.457	83,0%	44,3%	00:55:44
Videos/Movies	23.953	81,3%	43,4%	01:58:19
E-mail	22.427	76,1%	40,6%	02:14:07
Mass Merchandiser	21.677	73,5%	39,2%	01:30:22
Multi-category Telecom/Internet Services	20.575	69,8%	37,3%	00:35:54
Cellular/Paging	20.521	69,6%	37,2%	09:58:18
Current Events & Global News	20.285	68,8%	36,7%	01:06:07
Corporate Information(b)	19.428	65,9%	35,2%	00:39:38
Research Tools	17.829	60,5%	32,3%	00:20:31
Maps/Travel Info	17.767	60,3%	32,2%	00:33:29
Multi-category Entertainment	17.379	59,0%	31,5%	00:46:00

Fonte: Audiweb View, dati mensili. Ottobre 2015 - Audiweb powered by Nielsen  
Total Digital Audience - Individui dai 2 anni in su.

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.

---

## **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 (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 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 Enrico Gasperini 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](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)

Michele Bon – Hill+Knowlton Strategies

[michelebon@hkstrategies.com](mailto:michelebon@hkstrategies.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Maria Giovanna Migliaro

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

AUDIWEB PUBBLICA I DATI DELLA  
TOTAL DIGITAL AUDIENCE  
DEL MESE DI OTTOBRE 2015

Nel mese di ottobre sono stati rilevati 29.5 milioni di utenti unici totali, il 53,4% degli italiani dai 2 anni in su, collegati per 45 ore e 53 minuti complessivi per persona.

La total digital audience nel giorno medio raggiunge 22.3 milioni di utenti unici, 18.2 milioni da device mobili (smartphone e tablet) e 12.6 milioni da desktop

L'audience totale di internet nel mese di ottobre risulta pari a 29.5 milioni di utenti unici, il 53,4% degli italiani dai 2 anni in su.

Nel giorno medio erano online da tutti i device rilevati (PC, smartphone e tablet) 22.3 milioni di utenti, collegati in media per quasi 2 ore per persona.

Più in dettaglio, in base ai dati sui device da cui si accede a internet, risultano 18.2 milioni gli utenti unici online da device mobili (smartphone e tablet), il 41,2% degli italiani tra i 18 e i 74 anni, e 12.6 milioni da PC, il 22,8% degli italiani dai 2 anni in su.

[Approfondisci dal comunicato stampa](#)

Approfondimento socio-demografico

Per quanto riguarda il profilo dei navigatori nel giorno medio, risultano online il 41% degli uomini (11.3 milioni di uomini dai 2 anni in su), il 40% delle donne (11.1 milioni) e il 66,3% dei giovani tra i 18 e i 24 anni (2.8 milioni), 3 giovani su 5.

È online il 57,6% dei principali responsabili d'acquisto (10.8 milioni di italiani tra i 35 e i 54 anni) e, sebbene per il segmento 55-74 anni l'accesso a internet nel giorno medio sia ancora limitato al 24,8%, si registra un incremento del 32% in un anno degli utenti di questa fascia online da mobile.

[Approfondisci dal comunicato stampa](#)

CONDIVIDI SU: [facebook](#) [twitter](#) [linkedin](#) [googleplus](#)

## La fruizione del mezzo

Tra i raggruppamenti di siti più visitati nel mese, si confermano le sotto-categorie di siti e applicazioni di ricerca "Search" (il 92% degli utenti online, 27 milioni), i portali generalisti "General Interest Portals & Communities" (il 90,2%, 26.6 milioni di utenti unici), i social network "Member Communities" (l'87,4%, 25.8 milioni di utenti unici) e, per i siti di intrattenimento e informazione, le sotto-categorie "Videos / Movies" (l'81,3%, 23.9 milioni di utenti) e "Current Event e Global News" (il 68,8%, 20.3 milioni di utenti che visitano siti di news).

Rilevanti anche i valori delle sotto-categorie di siti dedicati alle attività più pratiche e quotidiane, quali: gli acquisti online, con 21.7 milioni di italiani online che visitano siti di e-commerce, (sotto-categoria "Mass Merchandiser"), la gestione della posta elettronica, con 22.4 milioni di utenti (sotto-categoria "Email"), la consultazione di strumenti utili per la ricerca e l'approfondimento con 17.8 milioni di utenti ( sotto-categoria "Research Tools") o di mappe e informazioni utili per viaggiare, con 17.8 milioni di utenti (sotto-categoria "Maps/Travel Info).

Approfondisci dal comunicato stampa

CONDIVIDI SU: [facebook](#) [twitter](#) [linkedin](#) [googleplus](#)

## AUDIWEB @ IAB FORUM 2015

Nel corso del convegno IAB Forum 2015, Marco Girelli, Consigliere di Amministrazione Audiweb e Vicepresidente AssoCom, ha presentato i dati di scenario sull'audience online in Italia, con un focus sui trend e sulle abitudini di consumo degli italiani online.

Vai alla presentazione del convegno

CONDIVIDI SU: [facebook](#) [twitter](#) [linkedin](#) [googleplus](#)

Audiweb S.r.l. P.I. 12521160155 - Via Larga 13 - 20122 Milano  
Tel. +39 02.58315141 - Fax. +39 02.58318705 - [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it) - email : [audiweb@audiweb.it](mailto:audiweb@audiweb.it)

Per non ricevere più questa comunicazione clicca qui.

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 Enrico Gasperini 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.



