

Milano, 30 marzo 2011

Audiweb pubblica i dati di audience online del mese di febbraio 2011

Nel mese di febbraio 2011 sono 25,4 milioni gli Italiani che hanno navigato almeno una volta attraverso un PC, con un incremento annuo del 10,7%

L'audience online nel giorno medio cresce dell'8,6%, con 12,8 milioni di utenti attivi

Audiweb pubblica i dati di **audience online del mese di febbraio 2011** distribuendo il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, che presenta la stima **dell'utilizzo effettivo di internet da parte degli Italiani dai 2 anni in su** che si collegano attraverso un computer da casa, ufficio o altri luoghi.

L'audience online nel mese di **febbraio 2011** registra 25,4 milioni di **Italiani** collegati almeno una volta a internet, con un **incremento del 10,7%** si base annua.

Aumentano gli **utenti attivi nel giorno medio** che passano da 11,8 milioni di febbraio 2010 a **12,8 milioni** a febbraio 2011, con un incremento dell'8,6%. Cresce anche la media delle pagine viste che registra un **+11%** con **202 pagine viste** per persona in **1 ora e 37 minuti** di tempo speso online nel giorno medio.

Internet Audience (Include internet applications)			
	feb-11	feb-10	variazione % febbraio 2011 / febbraio 2010
Popolazione (.000)	54.711	54.522	0,3%
Utenti connessi a internet (.000)	36.974	33.264	11,2%
Utenti attivi nel mese (000)	25.362	22.913	10,7%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	12.827	11.806	8,6%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (h:m)	1:37	1:40	-3,2%
Pagine viste nel giorno medio per persona	202	182	11,1%

Fonte: Audiweb Database, dati febbraio 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Cresce particolarmente la presenza online nel giorno medio di utenti tra i **2 e i 10 anni**, che registrano un **incremento del 32,4%** passando dai 170 mila utenti attivi nel giorno medio di febbraio 2010 ai 225 mila di febbraio 2011. Aumentano allo stesso ritmo anche gli **utenti over 74** che registrano una **crescita del 31,4%**, con 67 mila utenti attivi nel giorno medio.

Trend rilevante anche per le fasce d'età intermedie **35-54 anni** e **55-74 anni** che registrano rispettivamente un incremento del 12,5% (6 milioni di utenti attivi nel giorno medio) e del 13,3% (1,8 milioni di utenti attivi nel giorno medio).

Internet audience per fasce d'età – variazione 2011 / 2010			
	Attivi nel giorno medio – febbraio 2011 (.000)	Attivi nel giorno medio – febbraio 2010 (.000)	Var % feb 2011 / feb 2010
Tutte le fasce	12.827	11.806	8,6%
2-10 anni	225	170	32,4%
11-17 anni	744	701	6,1%
18-24 anni	1.334	1314	1,5%
25-34 anni	2.653	2645	0,3%
35-54 anni	6.027	5.358	12,5%
55-74 anni	1.777	1.568	13,3%
Oltre 74 anni*	67	51	31,4%

Fonte: AW Database - Audiweb powered by Nielsen

Nel mese di febbraio 2011 sono online 7,2 milioni di **uomini**, il 56% degli utenti attivi nel giorno medio, principalmente tra i **35 e i 54 anni** (3,3 milioni), tra i **25 e i 34 anni** (1,3 milioni) e **over 55** (1,2 milioni) che, in particolare, rappresentano il 17,3% degli utenti attivi di sesso maschile online.

Internet audience - Genere / Età				
	Uomini			
	Attivi nel giorno medio (.000)	% sugli utenti attivi nel giorno medio	Popolazione di riferimento (.000)	% utenti attivi sulla popolazione e di riferimento
Tutte le fasce	7.175	100,0%	27.238	26,3%
2-10 anni	110	1,5%	2.211	5,0%
11-17 anni	389	5,4%	2.156	18,0%
18-24 anni	694	9,7%	2.338	29,7%
25-34 anni	1.337	18,6%	3.986	33,5%
35-54 anni	3.344	46,6%	8.992	37,2%
55-74 anni	1.243	17,3%	6.698	18,6%
Oltre 74 anni*	59	0,8%	857	6,9%

Fonte: Audiweb Database, dati febbraio 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Le **donne** online nel giorno medio sono 5,6 milioni, principalmente di età compresa tra i 35 e i 54 anni (2,7 milioni) e tra 25 – 34 anni (1,3 milioni).

Internet audience - Genere / Età				
	Donne			
	Attivi nel giorno medio (.000)	% sugli utenti attivi nel giorno medio	Popolazione di riferimento (.000)	% utenti attivi sulla popolazione e di riferimento
Tutte le fasce	5.651	100,0%	27.473	20,6%
2-10 anni	115	2,0%	2.039	5,6%
11-17 anni	356	6,3%	1.913	18,6%
18-24 anni	640	11,3%	2.206	29,0%
25-34 anni	1.316	23,3%	3.864	34,1%
35-54 anni	2.683	47,5%	9.189	29,2%
55-74 anni	534	9,4%	7.355	7,3%
Oltre 74 anni*	7	0,1%	907	0,8%

Fonte: Audiweb Database, dati febbraio 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Con 264 pagine viste e 1 ora e 55 minuti di navigazione nel giorno medio, gli **utenti tra i 18 e i 24 anni** presentano una maggiore attività online nel giorno medio.

Utenti attivi, pagine viste e tempo speso nel giorno medio, per fasce d'età							
	2-10 anni	11-17 anni	18-24 anni	25-34 anni	35-54 anni	55-74 anni	Oltre 74 anni
Utenti attivi nel giorno medio (000)	225	744	1.334	2.653	6.027	1.777	67
% sugli utenti attivi nel giorno medio	1,8%	5,8%	10,4%	20,7%	47,0%	13,9%	0,5%
Pagine viste nel giorno medio (000)	21.473	154.870	351.935	591.208	1.200.875	269.234	4.059
Pagine viste nel giorno medio per persona	95	208	264	223	199	152	61
Tempo speso nel giorno medio per persona (h:m)	0:53	1:28	1:55	1:47	1:37	1:22	0:41

Fonte: Audiweb Database, dati febbraio 2011 - Audiweb powered by Nielsen

La distribuzione dell'uso del mezzo nelle diverse fasce orarie presenta un andamento pressoché consolidato, con una particolare attività online a partire dalla fascia oraria tra le ore **9:00 e le 12:00** (5,6 milioni di utenti attivi) e una presenza più consistente nelle ore pomeridiane, raggiungendo **il picco dei 7 milioni di utenti attivi tra le 18 e le 21**.

Utenti attivi, pagine viste e tempo speso nel giorno medio, per fasce orarie								
	00:00 - 03:00	03:00 - 06:00	06:00 - 09:00	09:00 - 12:00	12:00 - 15:00	15:00 - 18:00	18:00 - 21:00	21:00 - 00:00
Utenti attivi nel giorno medio (000)	1.893	370	2.730	5.617	6.590	6.882	7.018	5.224
% sugli utenti attivi nel giorno medio	14,8%	2,9%	21,3%	43,8%	51,4%	53,7%	54,7%	40,7%
Pagine viste nel giorno medio (000)	120.165	19.576	104.191	393.248	455.680	545.716	513.884	441.194
Pagine viste nel giorno medio per persona	63	53	38	70	69	79	73	84
Tempo speso nel giorno medio per persona (h:m)	0:36	0:32	0:16	0:31	0:32	0:37	0:36	0:41

Fonte: Audiweb Database, dati febbraio 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Gli editori online pianificabili questo mese nel planning database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono: **197 Parent, 334 Brand, 933 Channel e 78 Custom Property** per aggregati o aree tematiche.

La **sintesi mensile del report** Audiweb Database 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

Utenti attivi nel giorno medio (Reach Daily) = fruitori per almeno un secondo del mezzo (Brand/Channel) nel giorno medio del periodo selezionato.

Utenti attivi (Reach) = fruitori per almeno un secondo del mezzo nell'intero periodo di durata della rilevazione.

Connessi: individui +2 che hanno accesso potenziale a Internet.

Popolazione: individui + 2 anni (per quanto riguarda gli individui +74 anni, si fa riferimento esclusivamente agli individui che vivono in nuclei familiari dove c'è almeno un componente tra gli 11-74 anni).

Popolazione di riferimento: in alcuni casi viene proposta la proiezione dei dati sulla popolazione di riferimento al fine di dare un'idea della percentuale di concentrazione del fenomeno nel segmento di riferimento. Ad esempio, tabella "Internet audience - Donne / Fasce d'età", popolazione di riferimento = totale popolazione femminile +2 anni.

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 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:

Massimo Spagarini - Hill & Knowlton

Tel. 02.319141

mspagarini@hillandknowlton.com

Alberto Alloisio - Audiweb

Tel. 02.58315141

alberto.alloisio@audiweb.it