

## Audiweb pubblica i dati della total digital audience del mese di settembre 2017.

Nel mese di settembre la total digital audience ha raggiunto circa il 60% della popolazione 2+ anni.

L'audience online nel giorno medio è pari a 25,4 milioni di utenti unici che hanno navigato almeno una volta dai device rilevati.

Milano, 8 novembre 2017 – Audiweb rende disponibile il nastro di pianificazione, **Audiweb Database\***, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **settembre 2017**.

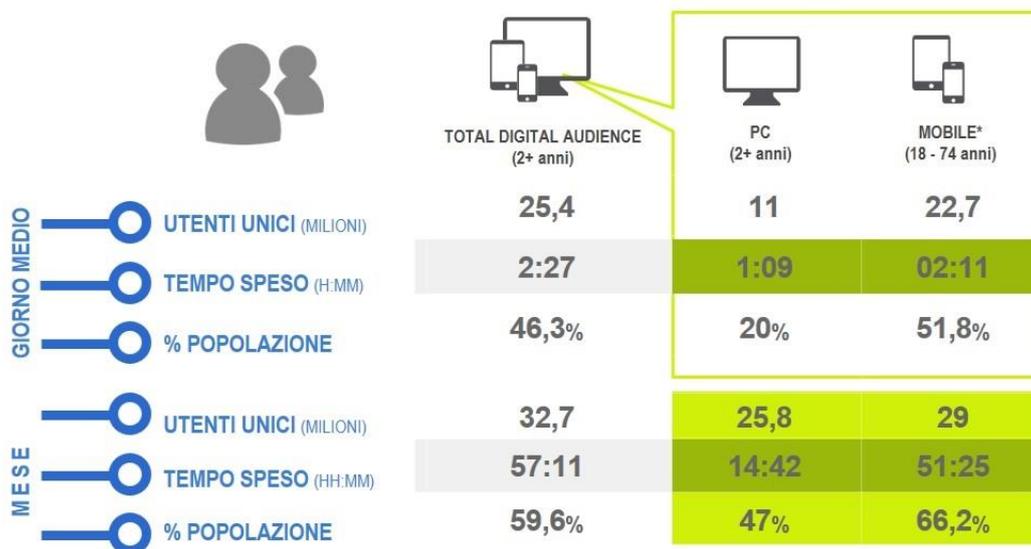
### La total digital Audience a settembre 2017

Con 32,7 milioni di utenti unici mensili, la total digital audience a settembre ha raggiunto circa il 60% della popolazione di 2+ anni, online tramite i device rilevati: PC e Mobile (smartphone e/o tablet).

Nel giorno medio sono stati 25,4 milioni gli italiani che si sono collegati almeno una volta a internet, trascorrendo in media 2 ore e 11 minuti a persona.

Più in dettaglio, nel giorno medio hanno navigato da PC 11 milioni di italiani (il 20% della popolazione 2+ anni) e/o da mobile (smartphone e/o tablet) 22,7 milioni (il 51,8% della popolazione tra i 18 e i 74 anni).

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA



\* Mobile = smartphone e tablet al netto delle sovrapposizioni

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

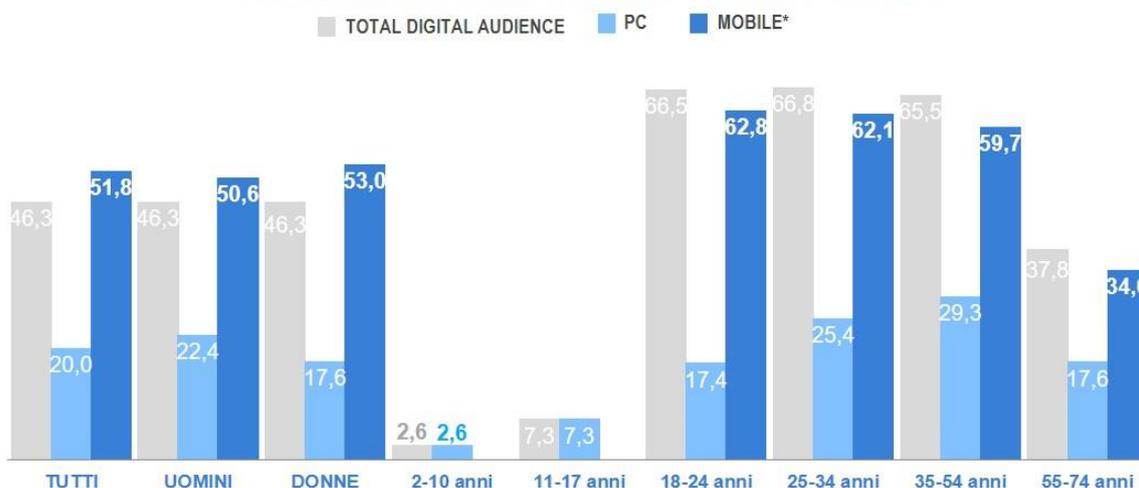
\* Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione

MOBILE = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Nel giorno medio di settembre erano online il 46,3% degli uomini (12,6 milioni dai due anni in su) e delle donne (12,8 milioni). Anche in questo mese di rientro dalle ferie per gran parte degli italiani,

restano confermati i principali indicatori sulle abitudini di consumo del mezzo e sui livelli di penetrazione tra le differenti fasce d'età. I **giovani**, ad esempio, restano in prima linea in fatto di accesso a internet nella quotidianità, con il **66,5%** dei **18-24enni** online almeno una volta nel giorno medio e, più in dettaglio, il **62,8%** che accede **da Mobile** (smartphone e/o tablet).

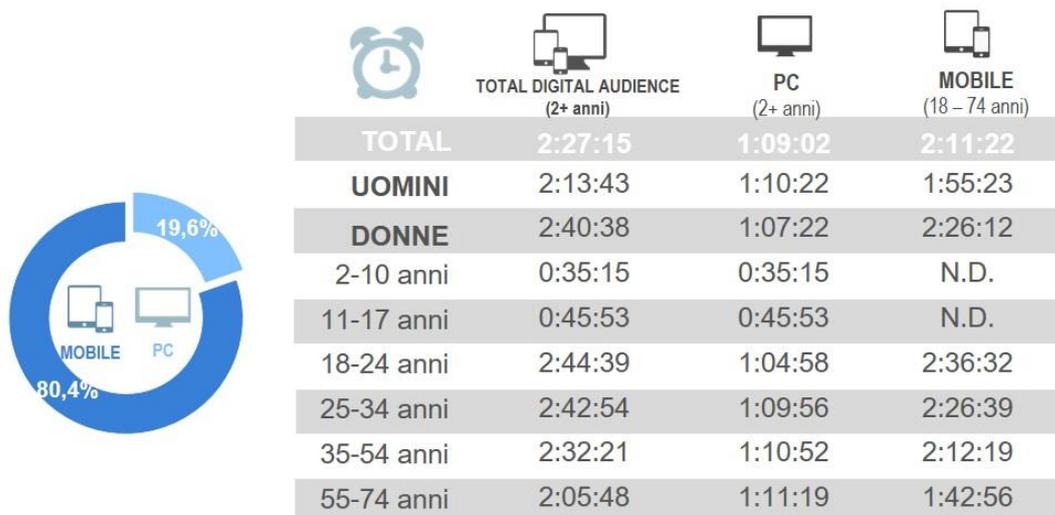
## GLI ITALIANI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Per quanto riguarda il **tempo trascorso online**, emerge ancora il **dominio del Mobile sul PC**, con l'**80,4%** del tempo totale online **generato dalla fruizione in mobilità**. Entrando nel dettaglio dei consumi associati alle differenti **fasce di età e genere**, è sempre più significativa la preferenza delle **donne** e dei **giovani** per la fruizione da mobile. Nel giorno medio a settembre, infatti, le **donne** hanno dedicato **2 ore e 26 minuti** alla fruizione da mobile, mentre i **18-24enni** e i **25-34enni** vi hanno dedicato rispettivamente **2 ore e 36 minuti** e **2 ore 27 minuti**.

## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO: DETTAGLIO DEVICE



Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio, Settembre 2017 - Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE |  
Base: tempo speso in media per persona  
Il tempo speso online dai segmenti 2-10 anni e 11-17anni è riferito SOLO alla fruizione da PC

Dai dati sulla fruizione dei servizi e contenuti online, a settembre la fotografia dell'offerta online resta pressoché invariata.

Tra i servizi e i contenuti che conquistano l'attenzione di almeno l'80% degli italiani online si posizionano ancora i servizi dedicati alla ricerca di contenuti e servizi online (categoria Search, con il 93,6% degli italiani online nel mese di settembre), i portali generalisti (con l'89,3% degli utenti online), i servizi e strumenti online della categoria "Internet Tools / Web Services" (l'87,2%), i social network (Member communities con l'86,1%), i siti dedicati ai tool e software (l'84%) i siti e applicazioni dedicati alla distribuzione e alla fruizione di contenuti video (l'82,1% per la categoria "Video/Movies).

### ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATI NEL MESE DI SETTEMBRE 2017

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>32.727</b>	<b>100,0%</b>	<b>59,6%</b>	<b>57:11:19</b>
SEARCH	30.633	93,6%	55,8%	02:24:59
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	29.214	89,3%	53,2%	01:08:16
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	28.553	87,2%	52,0%	01:02:38
MEMBER COMMUNITIES	28.193	86,1%	51,4%	15:32:29
SOFTWARE MANUFACTURERS	27.503	84,0%	50,1%	02:52:16
VIDEOS/MOVIES	26.880	82,1%	49,0%	02:58:51
CELLULAR/PAGING	25.816	78,9%	47,0%	13:05:35
E-MAIL	24.600	75,2%	44,8%	02:33:36
MASS MERCHANDISER	24.325	74,3%	44,3%	01:50:39
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	23.245	71,0%	42,3%	00:45:50
MAPS/TRAVEL INFO	22.644	69,2%	41,3%	00:54:41
CORPORATE INFORMATION(B)	22.201	67,8%	40,4%	00:40:27
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	21.354	65,2%	38,9%	01:07:58
INSTANT MESSAGING	20.729	63,3%	37,8%	02:07:31
RESEARCH TOOLS	19.824	60,6%	36,1%	00:17:58

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

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.

**\*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](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.

Per un maggiore dettaglio sulla metodologia adottata nelle rilevazioni di Audiweb, è possibile consultare la pagina "Metodologia" presente sul sito-web [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it).

#### **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](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)  
Audiweb - Tel. 02.58315141