

## La total digital audience in Italia nel mese di giugno 2016 e il nuovo report sulla diffusione di internet in Italia

*La diffusione dell'online in Italia a giugno 2016 raggiunge l'87,4% della popolazione, con 42 milioni di italiani che dichiarano di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento.*

*La total digital audience è pari a 28 milioni di utenti unici, online almeno una volta nel mese di giugno tramite i device rilevati (PC e mobile – smartphone, tablet).*

*Nel giorno medio l'audience online ha raggiunto 21,5 milioni di italiani, con un trend trainato dalla fruizione di internet tramite device mobili che registra una crescita del 6,7%.*

---

Milano, 4 agosto 2016 – Audiweb pubblica il nuovo report con i risultati di sintesi **della Ricerca di Base** sulla **diffusione dell'online in Italia**, Audiweb Trends\*, e distribuisce il nastro di pianificazione, **Audiweb Database**, con i **dati della fruizione di internet** (total digital audience) del mese di **giugno 2016**.

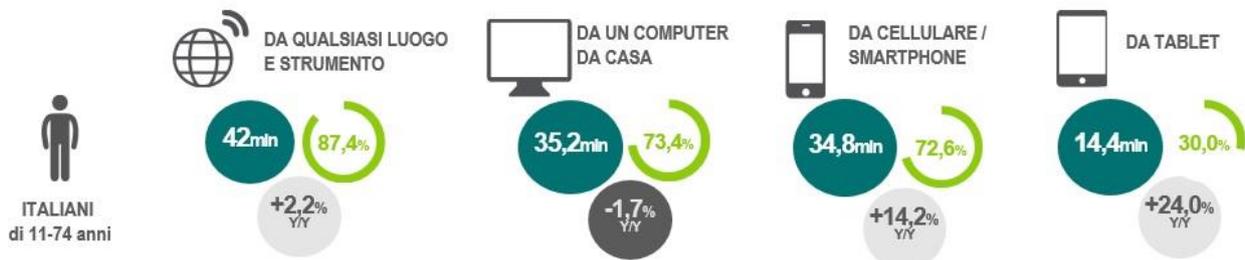
### **Sintesi dei dati sulla diffusione dell'online in Italia – Audiweb Trends, dati cumulati giugno 2016**

Dal nuovo report **Audiweb Trends\*** con i dati cumulati della **Ricerca di Base** sulla **diffusione dell'online in Italia**, realizzata in **collaborazione con DOXA**, emerge che a giugno 2016 l'87,4% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni (**42 milioni**) **dichiara di accedere a internet da qualsiasi luogo e strumento**, con una crescita del **2,2%** rispetto all'anno precedente.

Il trend di crescita è trainato ancora **dalla diffusione di smartphone** (+14,2% rispetto all'anno scorso) **e tablet** (+24%) con cui è possibile accedere a internet, mentre si registra ancora una **flessione** della disponibilità **di accesso da casa tramite computer** (-1,7%).

Più in dettaglio, dai dati sulla disponibilità di accesso dai diversi luoghi e device, risultano **34,8 milioni** gli italiani che dichiarano di accedere a internet da **cellulari o smartphone** (il 72,6% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni), **14,4 milioni da tablet** (il 30%) e **35,2 milioni da un computer da casa** (il 73,4%).

## LA DIFFUSIONE DELL'ONLINE IN ITALIA



Fonte: Audiweb Trends, La diffusione di internet in Italia – Giugno 2016. Dati cumulati cicli 3, 4 del 2015 e cicli 1, 2 del 2016  
Base: totale individui 11-74 ann.

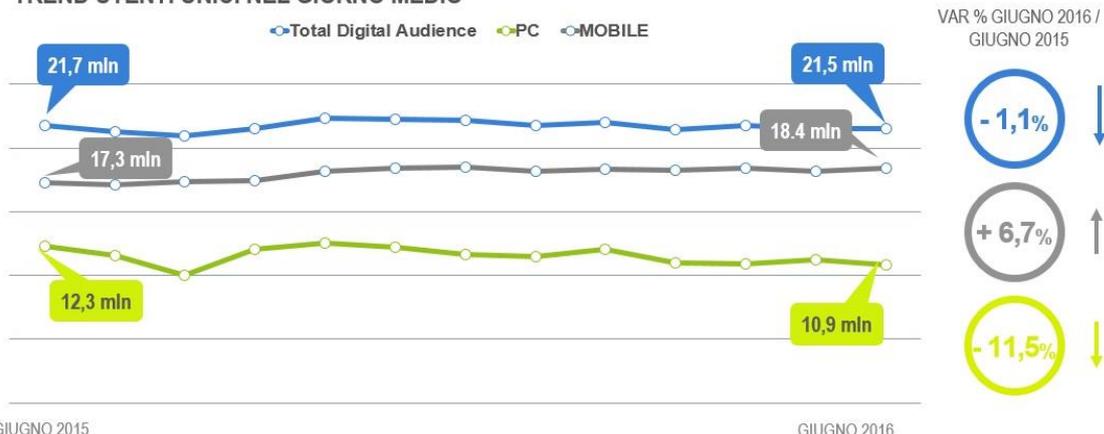
### Sintesi dei dati dell'audience totale di internet - Audiweb Database, giugno 2016

Per quanto riguarda i **dati dell'audience online disponibili sull'Audiweb Database**, nel mese di giugno 2016 sono stati **28 milioni gli utenti online** (il 50,7% della popolazione dai due anni in su), online complessivamente per 48 ore e 5 minuti in media per persona.

L'audience online nel **giorno medio** raggiunge **21,5 milioni di italiani** che si sono collegati almeno una volta a internet tramite i device rilevati (PC e mobile – smartphone, tablet), con un **trend** trainato, anche per quanto riguarda i dati di fruizione, dai **device mobili** – smartphone e tablet – che registrano una **crescita del 6,7%**, passando dai 17,3 milioni di utenti a giugno 2015 a **18,4 milioni di quest'anno**. L'audience online da PC, con **10,9 milioni di utenti unici nel giorno medio**, registra un **decremento dell'11,5%** rispetto all'anno scorso.

## LA CONTINUA CRESCITA DELL'AUDIENCE ONLINE DA DEVICE MOBILI

### TREND UTENTI UNICI NEL GIORNO MEDIO



GIUGNO 2015

GIUGNO 2016

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

Il tempo speso online a giugno è pari a **48 ore e 5 minuti** complessivi per persona, mentre nel **giorno medio** sono state dedicate circa **2 ore e 5 minuti** alla navigazione dai device rilevati. Gli **uomini** hanno navigato per **1 ora e 56 minuti**, le **donne** per **2 ore e 15 minuti** in media e i **giovani** tra le **2 ore e 17 minuti** (i 25-34enni) e le **2 ore e 36 minuti** (i 18-24enni).

Gli italiani tra i **55 e i 74 anni** hanno trascorso in media **1 ora e 37 minuti**, il **28,4% in più** rispetto all'anno scorso.

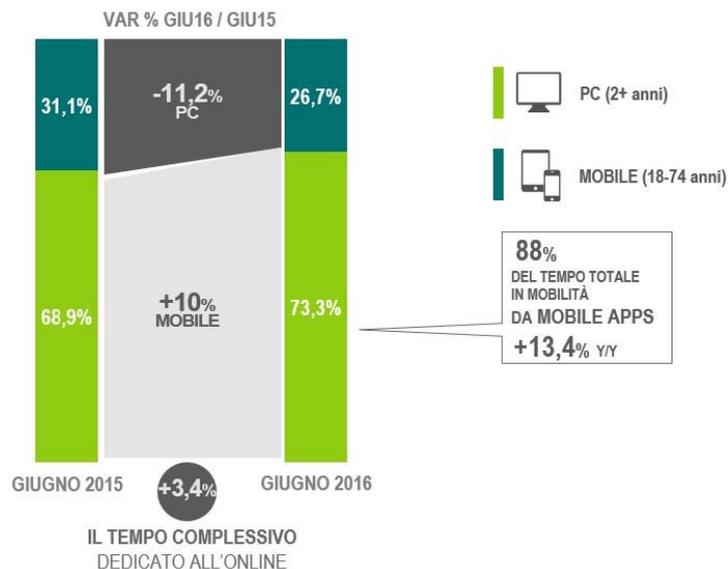
## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Rispetto allo scorso anno, **crece ancora il tempo complessivo trascorso online** (+3,4% rispetto a giugno 2015), spinto anche in questo caso dalla navigazione effettuata **tramite i device mobili** (+10%). In questo mese di rilevazione, risulta che almeno **il 73,3% del tempo totale** dedicato alla navigazione è **stato generato dai device mobili** e, più in dettaglio, circa **l'88% della fruizione in mobilità** è stato generato dall'uso di **applicazioni mobili** (+13,4% rispetto a giugno 2015).

## IL VOLUME DEL TEMPO TOTALE TRASCORSO ONLINE

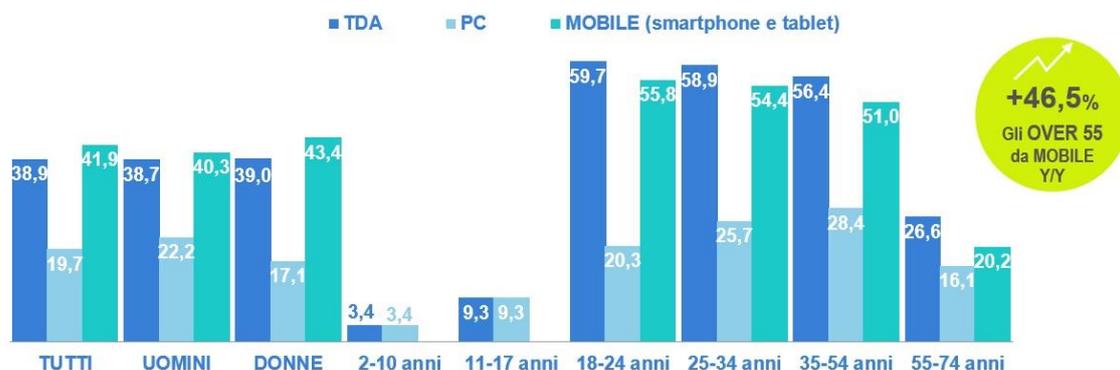


Fonte: Audiweb Database, giugno 2016 e dati di trend - Audiweb powered by Nielsen Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE  
Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.

Dai dati sui **profili degli utenti online nel giorno medio** risultano il **38,7% degli uomini** (10,6 milioni) e il **39% delle donne** (10,9 milioni).

Più della metà dei giovani (il 59,7% dei 18-24enni e il 58,9% dei 25-34enni) accede a internet nel giorno medio, mentre solo il 26,6 degli over 55 è rappresentato online registrando, però, un incremento del 46,5% in un anno nella fruizione da mobile.

## IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Per quanto riguarda i **dati di consumo**, tra le principali categorie di siti e applicazioni più consultati nel mese di giugno, risultano i siti o applicazioni di **ricerca** (sotto-categoria “Search”, con il 92,4% degli utenti online), i **portali generalisti** (sotto-categoria “General Interest Portals & Communities”, con il 90,5% degli utenti online), i **social network** (“Member Communities”, con l’86,2% degli utenti online).

Raggiungono almeno i tre quarti degli utenti online anche i siti che offrono **servizi e tool online** (sotto-categoria “Internet tools / web services” con l’85,4% degli utenti) oppure **software** (sotto-categoria “Software Manufacturers” con l’84% degli utenti), i siti dedicati alla fruizione dei **video** (“Videos / Movies”, con l’82,2% degli utenti) o all’**ecommerce** (“Mass Merchandiser”, con il 73,4%).

## COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitati a giugno 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	28.015	100,0%	50,7%	48:05:01
<b>Search</b>	25.885	92,4%	46,8%	01:48:37
<b>General Interest Portals &amp; Communities</b>	25.345	90,5%	45,8%	01:08:26
<b>Member Communities</b>	24.158	86,2%	43,7%	14:23:06
<b>Internet Tools/Web Services</b>	23.919	85,4%	43,3%	00:54:14
<b>Software Manufacturers</b>	23.548	84,1%	42,6%	02:44:12
<b>Videos/Movies</b>	23.015	82,2%	41,6%	02:18:43
<b>E-mail</b>	21.274	75,9%	38,5%	02:00:01
<b>Mass Merchandiser</b>	20.575	73,4%	37,2%	01:24:11
<b>Cellular/Paging</b>	20.196	72,1%	36,5%	10:59:10
<b>Multi-category Telecom/Internet Services</b>	19.520	69,7%	35,3%	00:35:18
<b>Current Events &amp; Global News</b>	19.441	69,4%	35,2%	01:02:34
<b>Corporate Information(b)</b>	18.428	65,8%	33,3%	00:32:51
<b>Instant Messaging</b>	18.116	64,7%	32,8%	02:03:01
<b>Maps/Travel Info</b>	17.632	62,9%	31,9%	00:35:44
<b>Research Tools</b>	17.078	61,0%	30,9%	00:20:34

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Giugno 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](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.*

---

*\* Italiani dai due anni in su per la rilevazione dell'audience online da computer e di 18-74 anni per l'audience online da device mobili (smartphone e tablet)*

## **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 Trends è il report trimestrale sui dati sintetici della Ricerca di Base condotta in collaborazione con DOXA con l'obiettivo di stimare la diffusione di internet in Italia.*

*La ricerca è basata su 10.000 interviste face-to-face - suddivise in quattro cicli all'anno - ad un campione rappresentativo della popolazione italiana di 11-74 anni.*

*La Ricerca di Base fornisce la percentuale di popolazione che ha accesso a internet (a livello potenziale), con un dettaglio sui profili socio-demografici, e contribuisce alla definizione dell'universo degli utenti internet.*

---

## 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)