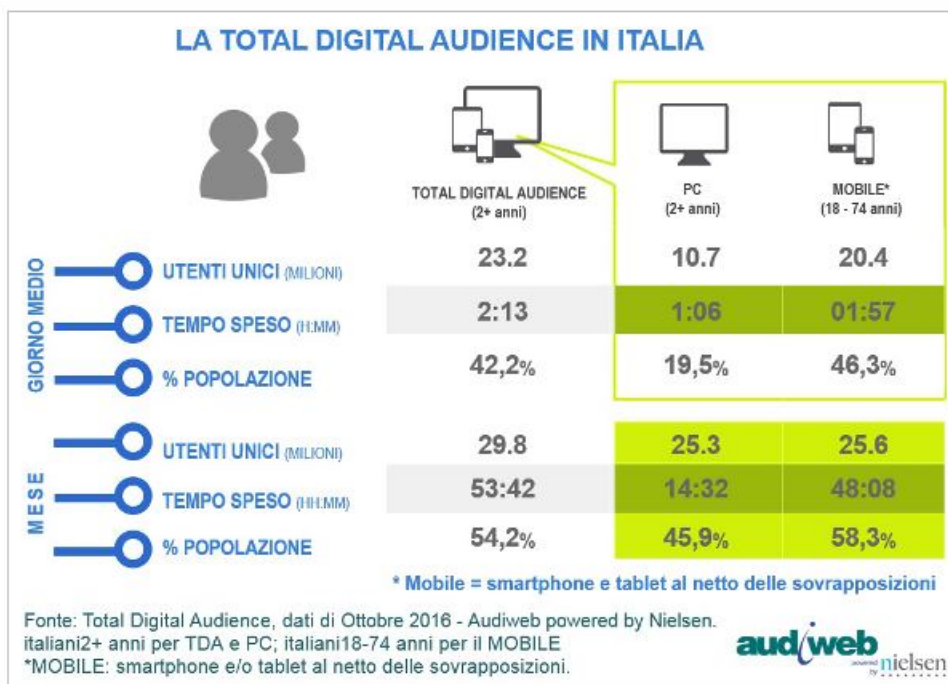


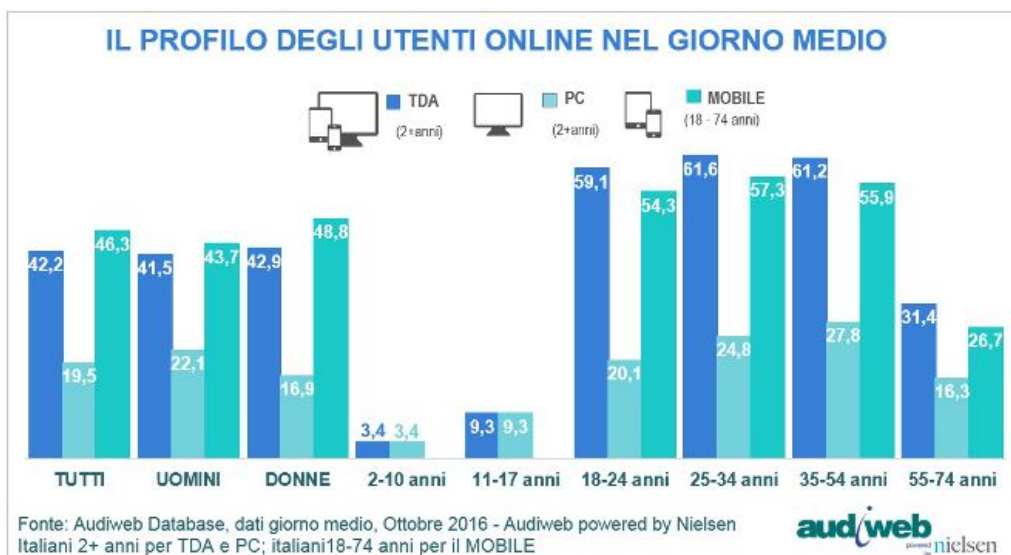
## Audiweb ottobre 2016: 23,2 milioni di utenti online nel giorno medio. L'accesso da mobile supera quello da pc

Nel mese di ottobre 2016 sono stati 29.8 milioni gli italiani che si sono collegati a internet tramite i device rilevati, PC e mobile (smartphone e/o tablet al netto delle sovrapposizioni), per 53 ore e 42 minuti in media per persona. [Lo dicono i nuovi dati Audiweb](#), diffusi il 13 dicembre, secondo i quali nel periodo considerato hanno navigato da mobile 25.6 milioni di italiani (il 58,3% dei 18-74enni), mentre l'accesso da PC ha coinvolto 25.3 milioni di italiani (il 45,9% della popolazione dai 2 anni in su).

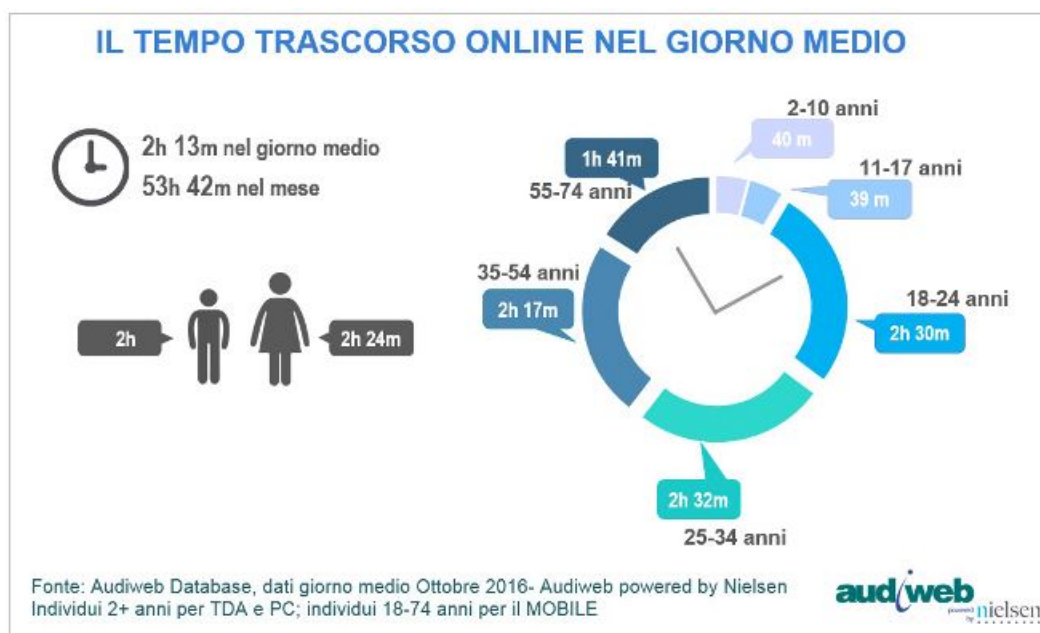
La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 23.2 milioni di utenti, online per 2 ore e 13 minuti. Nel giorno medio la fruizione di internet da mobile supera di gran lunga la navigazione da desktop, con 20.4 milioni di italiani (18-74 anni) online per 1 ora e 57 minuti in media per persona.



Nel mese di ottobre erano online nel giorno medio il 41,5% degli uomini (11.3 milioni) e il 42,9% delle donne (12 milioni circa). Internet nel giorno medio raggiunge il 59% dei 18-24enni (2.5 milioni) e più del 61% della popolazione tra i 25 e i 54 anni (4.3 milioni tra i 25 e i 34 anni e 11.2 milioni del segmento più ampio tra i 35 e i 54 anni). Tra gli over 55 risulta online il 31,4% della popolazione di questa fascia (4.6 milioni).



Con 2 ore e 24 minuti dedicati alla navigazione online nel giorno medio, anche questo mese le donne superano gli uomini (2 ore in media) e confermano ancora il maggiore interesse verso la fruizione di internet tramite mobile su cui hanno trascorso in media 2 ore e 10 minuti. I giovani dai 18 ai 34 anni hanno dedicato più tempo alla navigazione quotidiana, con una media di circa 2 ore e 30 minuti online per persona, seguiti dai 35-54enni online per circa 2 ore e 17 minuti.



Per quanto riguarda i dati sulle categorie di siti più visitati nel mese di ottobre 2016, resta sostanzialmente invariata la distribuzione dell'audience tra i primi quindici raggruppamenti per tipologia di siti e/o applicazioni: il 93,8% degli italiani online ha consultato almeno una volta siti o applicazioni di ricerca ("Search", con circa 28 milioni di utenti unici), il 91,4% ha visitato i portali generalisti ("General Interest Portals & Communities", con 27.3 milioni di utenti), l'87,4% ha consultato i siti dedicati ai servizi e tool online ("Internet tools / web services" con 26.1 milioni di utenti), l'87% sui social network ("Member Communities", con circa 26 milioni di utenti), l'84,5% su siti o applicazioni della categoria Video/Movies (25,2 milioni di utenti), il 76,5% ha usato siti e/o applicazioni dedicati alla messaggistica "in mobilità" (Cellular/Paging con 22.8 milioni di utenti), il 75% ha consultato siti della categoria ecommerce ("Mass Merchandiser" con 22.4 milioni) e il 67,8% per i siti di news (categoria Current Events & Global News con 20.2 milioni).

## COSA FACCIAMO ONLINE?

Alcune tra le categorie di siti più visitate a Ottobre 2016

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	% POPOLAZIONE	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>29.835</b>	<b>100,0%</b>	<b>54,2%</b>	<b>53:41:47</b>
SEARCH	27.988	93,8%	50,9%	02:11:47
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	27.274	91,4%	49,5%	01:18:02
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	26.091	87,4%	47,4%	00:57:53
MEMBER COMMUNITIES	25.989	87,0%	47,2%	15:41:10
SOFTWARE MANUFACTURERS	25.357	85,0%	46,1%	03:04:08
VIDEOS/MOVIES	25.209	84,5%	45,8%	02:35:37
E-MAIL	22.929	76,9%	41,6%	02:09:23
CELLULAR/PAGING	22.811	76,5%	41,4%	11:46:14
MASS MERCHANDISER	22.383	75,0%	40,7%	01:41:02
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	21.185	70,9%	38,4%	00:32:27
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	20.220	67,8%	36,7%	00:57:30
CORPORATE INFORMATION(B)	20.182	67,6%	36,7%	00:31:21
INSTANT MESSAGING	19.778	66,3%	35,9%	01:59:15
MAPS/TRAVEL INFO	19.552	65,5%	35,5%	00:43:45
RESEARCH TOOLS	18.683	62,6%	33,9%	00:17:45

Fonte: Fonte: Total Digital Audience Ottobre 2016- Audiweb powered by Nielsen  
Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE



### 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.

- [Leggi o scarica il comunicato stampa](#) (.doc)

- [Leggi o scarica le tabelle riassuntive](#) (.xls)