

SINTESI DEI DATI NOVEMBRE 2019



Nel mese di novembre erano online 41,6 milioni di utenti, collegati tramite computer, smartphone e/o tablet per 118 ore e 20 minuti complessivi per persona. La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 34 milioni di individui di 2+ anni, con 30,3 milioni che hanno navigato da smartphone per 4 ore e 41 minuti in media per persona.

Dai dati Audiweb sulla provenienza geografica degli utenti, risulta rappresentata la stessa distribuzione dei mesi scorsi, con il 59,8% della popolazione del Nord Ovest (9,6 milioni), il 56,9% della popolazione del Nord Est (6,3 milioni), il 58,5% dal Centro (6,7 milioni) e il 54,2% dell'area Sud e Isole (11,4 milioni).

Per quanto riguarda il profilo degli utenti online nel giorno medio a novembre, troviamo online il 58,2% degli uomini (17 milioni) e il 55,9% delle donne (17,1 milioni) e, più in dettaglio tra i differenti segmenti della popolazione, oltre l'80% dei 18-54enni – l'84,8% dei 25-34enni (5,6 milioni), l'83,3% dei 35-44enni (7,2 milioni) e l'81,3% dei 45-54enni (7,9 milioni) – il 78,8% dei 18-24enni (3,2 milioni), il 70,1% dei 55-64enni (5,8 milioni) e il 28,7% degli over 64 anni (3,9 milioni).

Tutti valori che, guardando i dati sulla penetrazione della fruizione dell'online in mobilità, risultano fortemente influenzati dalla navigazione via smartphone. La navigazione da smartphone nel giorno medio, infatti, raggiunge il 68% della popolazione maggiorenne che vi spende 4 ore e 41 minuti in media a persona per navigare o utilizzare applicazioni connesse.

Il segmento dei 25-34enni risulta il più coinvolto, con quasi l'80% della popolazione di questa fascia online nel giorno medio per 5 ore e 10 minuti. Oltre il 75% dei 35-44enni (75,4%) e dei 45-54enni (75,2%) ha navigato nel giorno medio da smartphone per più di 4 ore e 30 minuti, seguiti dal 71,2% dei 18-24enni online per circa 5 ore in media per persona.

Dal punto di vista delle preferenze online, nel mese di novembre resta confermata la distribuzione degli utenti tra le varie sotto-categorie di siti: dai motori di ricerca che raccolgono l'interesse del 96,5% degli utenti mensili (pari a 40,1 milioni), alle sottocategorie dedicate ai Social Network (37,7 milioni di utenti per la sotto-categoria Member Communities), ai contenuti video e ai servizi e strumenti online (37,6 milioni per le due sotto-categorie Video/Movies e Internet Tools/Web Services) che raggiungono il 90% degli utenti. L'interesse verso differenti contenuti online viene confermato anche per i portali generalisti – General Interest Portals & Communities – che hanno raggiunto 37 milioni di utenti (pari all'89,1% degli utenti mensili), per i siti di news online – Current Event & Global News -, con 36,1 milioni di utenti (l'86,8%), per i siti dedicati allo shopping online – Mass Merchandiser -, con 35,2 milioni di utenti (l'84,7%), per poi estendersi alle sotto-categorie dedicate ai servizi per comunicare, quali Instant Messaging (35,1 milioni) ed Email (33,9 milioni), dopo quelli dedicati alla presentazione o aggiornamento di software – Software Manufacturers.

<http://www.audiweb.it/dati/sintesi-dei-dati-Novembre-2019.html>