

Disponibili i dati della total digital audience del mese di dicembre 2020

Nel 2020 la total digital audience mensile ha raggiunto il 73% della popolazione dai 2 anni in su, con una media mensile di 43,5 milioni di utenti unici e una variazione del 4,6% rispetto alla media mensile del 2019

Tra i device rilevati, lo Smartphone rappresenta il principale canale di accesso alla Rete, raggiungendo nel 2020 una media mensile di 38 milioni di utenti unici, pari all'85,2% della popolazione tra i 18 e i 74 anni (+5,7% rispetto al 2019)

Cresce anche la frequenza d'uso del Computer per navigare, con una variazione del 7% dell'audience online nel giorno medio rispetto al 2019

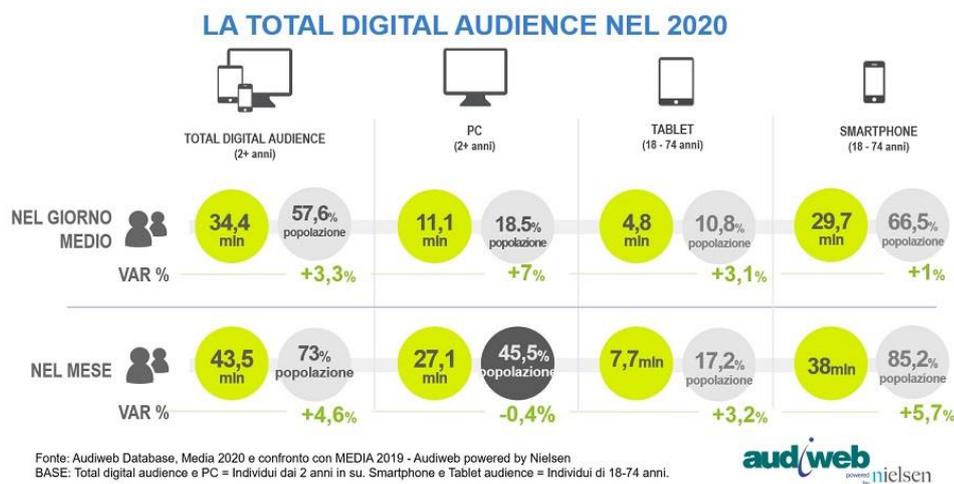
Tra le categorie di siti più visitate nel 2020 emergono particolari variazioni rispetto al 2019, con l'incremento dell'audience online mensile di alcune categorie di siti e app spinto principalmente dalla situazione di emergenza - Financial News & Information, Food & Cooking, Government, Delivery/Stamps, Universities Educational Resources - e la flessione per altre - tutte quelle legate al turismo e agli spostamenti, le lotterie online, Automotive Manufacturer -

Milano, 15 febbraio 2021 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **dicembre 2020**. I nuovi dati Audiweb Database sono stati distribuiti alle software house per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione. Il **documento di sintesi** con la sintesi dei dati dell'audience online nel giorno medio degli editori iscritti alla rilevazione è disponibile sul sito, previa registrazione.

La total digital audience nel 2020

Il 2020 è stato segnato principalmente dal periodo di emergenza Covid-19 e dall'alternarsi delle differenti fasi di lockdown che hanno inevitabilmente inciso sulle abitudini delle persone e influenzato le modalità di consumo di internet. Osservando i dati di tutto l'anno, risulta che **nel 2020 la total digital audience mensile** ha raggiunto il **73% della popolazione dai 2 anni in su**, con una media mensile di **43,5 milioni di utenti unici** e una **variazione del 4,6%** rispetto alla media mensile del 2019. Tra i device rilevati, **lo Smartphone** rappresenta il **principale canale** di accesso alla Rete, raggiungendo nel 2020 una media mensile di 38 milioni di utenti unici, pari all'**85,2% della popolazione tra i 18 e i 74 anni** (+5,7% rispetto al 2019).

La fruizione di internet nel giorno medio del 2020 ha visto un incremento generale del **3,3%** rispetto al giorno medio del 2019, con un **maggiore uso del Computer** (+7% la popolazione che usa con maggiore frequenza questo device per navigare) determinato da uno sconvolgimento della vita quotidiana che ha visto cambiare, in seguito alla pandemia, le pratiche lavorative, di studio e del tempo libero, come già emerso dalle precedenti analisi dei dati della total digital audience di quest'anno.



L'incremento della fruizione di internet e dell'audience online nel **giorno medio** nel corso di tutto il 2020 è anche in questo caso il riflesso, da un lato, di un maggiore uso del **Computer** per navigare e, dall'altro, di un **ulteriore**

consolidamento della fruizione da Smartphone, a partire dal primo periodo di lockdown (marzo 2020-maggio 2020), seguito da un breve intervallo generale tipico del periodo estivo, per poi ritornare a crescere da settembre inoltrato con la ripartenza delle attività lavorative e scolastiche nuovamente in condizioni di emergenza, sebbene con valori più moderati della prima parte dell'anno.

Le differenze più evidenti emergono nel **confronto** dei dati tra il mese di **dicembre 2020 e dicembre 2019** (mese, quest'ultimo, ancora fuori dalla fase di emergenza). Infatti, in questo caso, **l'audience online nel giorno medio** da tutti i device rilevati **è aumentata del 5,4%** rispetto a dicembre 2019, con un evidente incremento pari al **21,6% per la fruizione da Computer** e al **19,6% da Smartphone**.

TREND TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb powered by Nielsen, TREND TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL GIORNO MEDIO. Periodo: NOV 2019 - NOV 2020 - Base: Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su, Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.



La total digital audience nel mese di Dicembre 2020

Entrando nel dettaglio della rilevazione del mese di **dicembre 2020**, risulta che sono stati **44,7 milioni gli utenti unici mensili**, pari al 74,7% della popolazione dai 2 anni in su, online in media per **66 ore e 43 minuti** a persona. In questo mese, in cui riprendono nuovamente i provvedimenti per la gestione della pandemia in vista delle festività natalizie, con le prime conferme sul programma di distribuzione dei vaccini e la pausa di fine anno, **l'audience online da Smartphone** è rappresentata da 39,3 milioni di utenti, pari al **90% della popolazione maggiorenne**, mentre la fruizione **da Computer** raggiunge 27,7 milioni di utenti mensili, pari al 46,4% della popolazione dai 2 anni in su (-1,3% rispetto al mese precedente, flessione tipica di questo mese per effetto della pausa natalizia e di meno giorni feriali rispetto a novembre).

La total digital audience nel giorno medio di dicembre 2020 è rappresentata da **32,2 milioni di persone** che hanno navigato su internet almeno una volta dai **device rilevati**, pari al 59% della popolazione di 2+anni, online in media per 2 ore e 43 minuti. Nel giorno medio del mese di dicembre ha navigato **da Smartphone il 70,9% della popolazione di 18-74 anni** (quasi 31 milioni), online in media per 2 ore e 18 minuti per persona.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI DICEMBRE 2020

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO ('000)	35.250	11.296	5.690	30.970
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	59,0%	18,9%	13,0%	70,9%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:43	1:26	1:30	2:18
UTENTI UNICI - MESE ('000)	44.658	27.751	8.922	39.309
% POPOLAZIONE - MESE (%)	74,7%	46,4%	20,4%	90,0%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	66:43	18:07	29:32	56:18

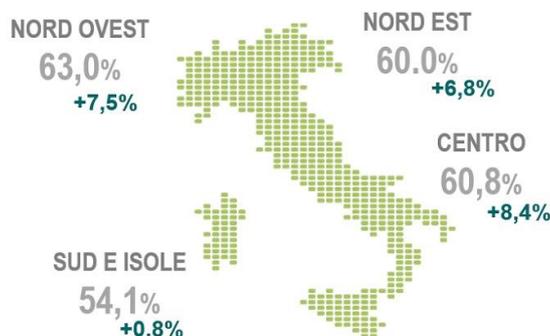
Fonte: Audiweb Database, DICEMBRE 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su, Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.



Dai dati sulla **provenienza geografica degli utenti online nel giorno medio** risulta che, rispetto ai dati del mese di dicembre 2019, la total digital audience è **umentata** del 7,5% nell'area **Nord Ovest**, del 6,8% nell'area **Nord Est** e dell'8,4% nell'area **Centrale** del nostro Paese, mentre nell'area **Sud e Isole** si è mantenuta **stabile** (+0,8%).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

Var % DIC 2020 / DIC 2019

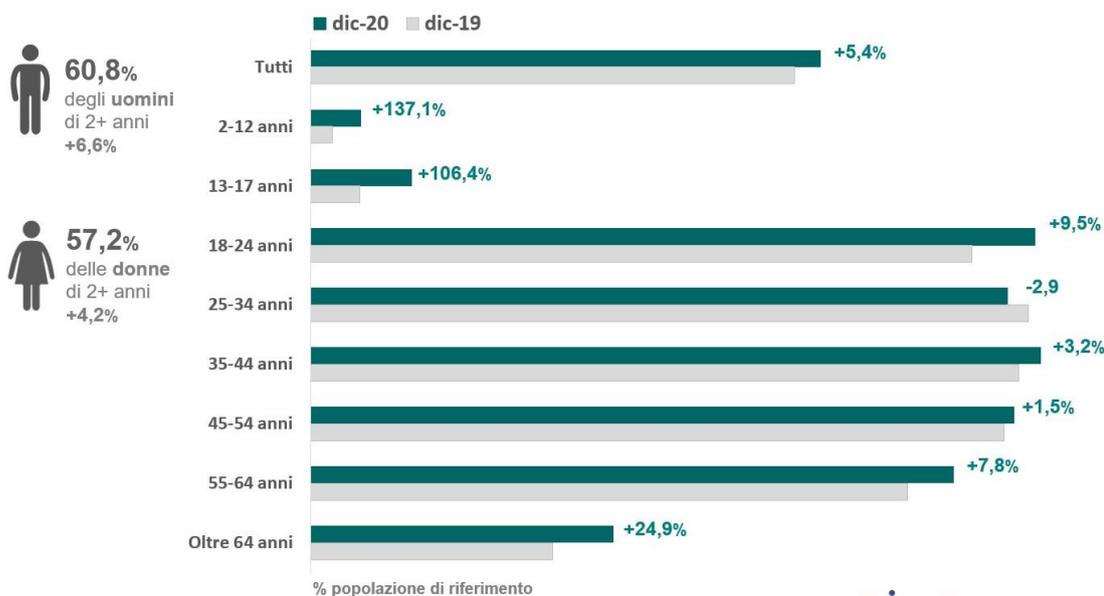


Fonte: Audiweb Database, DICEMBRE 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet.

Facendo un **confronto con i dati giorno medio del mese di dicembre 2019**, emergono con grande rilievo le variazioni dell'audience online che, come già segnalato per i mesi precedenti, confermano **l'aumento generale della popolazione che accede a internet con maggiore frequenza e continuità**. Fenomeno che si riscontra in particolar modo **tra gli under 18, spostati sul Computer** per navigare e studiare a distanza a causa della pandemia, aumentando su questo device, quindi, del 137% nel caso del segmento 2-12 anni e del 106,4% nel caso del segmento 13-17 anni.

Per quanto riguarda **gli altri segmenti della popolazione**, nel giorno medio del mese di dicembre 2020 si registra un **moderato incremento** della fruizione di internet rispetto allo stesso mese dello scorso anno, in particolare nel caso dei **18-24enni online (+9,5%)**, **dei 55-64enni (+7,8%)** e in modo più sostenuto nel caso degli **over 64enni (+24,9%)**.

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, DICEMBRE 2020. Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.

Per quanto riguarda il **dettaglio sui consumi online nel corso del 2020**, vi si riscontrano le stesse peculiarità generali e l'incidenza dei principali avvenimenti di quest'ultimo anno. **Tra le categorie di siti più visitate nel 2020** emergono particolari **variazioni rispetto al 2019**, con l'**incremento dell'audience online di alcune categorie** di siti e app spinte principalmente dalla situazione di emergenza e la flessione per altre.

Tra le principali categorie di siti e app nel 2020 ritroviamo: la categoria che raggruppa i motori di ricerca (Search), con 41 milioni 126 mila utenti unici medi mensili nel 2020 e un incremento del 3,2% rispetto alla media del 2019; la categoria dedicata agli strumenti e i servizi online, tra cui i tool per gestire le riunioni online (Internet Tools/Web Services), con quasi 39 milioni di utenti unici mensili e un incremento del 5,4% sul 2019; i social network (Member Communities) con 38 milioni 808 mila utenti e un incremento del 4,7%; la categoria dedicata alle piattaforme di video online (Videos/Movies) con 38 milioni 599 mila utenti e un incremento del 4,6%; i portali generalisti (General Interest Portals & Communities) che, con 38 milioni 493 mila utenti, crescono del 5,2% rispetto al 2019; le news online (Current Events & Global News) che registrano un incremento del 7,5%, con 38 milioni 40 mila utenti; i siti e le app dedicati alla gestione delle email che, con 35 milioni 567 mila utenti, screscono del 7%.

Tra le principali categorie che nel 2020 hanno registrato un incremento dell'audience media mensile pari o superiore del 10% rispetto al 2019 troviamo i raggruppamenti "Instant Messaging" (+11,6% rispetto alla media del 2019), Food & Cooking (+11,3%), Health, Fitness & Nutrition (+11,1%), Multi-category News & Information (+13,4%) - che raggruppa siti di informazione più specializzata e verticale, Government (+20,6%) - che raggruppa siti e app delle istituzioni governative a livello nazionale, regionale e locale, Financial News & Information (+25,7%), ma anche i raggruppamenti di siti e app dedicati alle consegne "Delivery/Stamps" (+21,2%) e alle risorse per l'educazione scolastica "Educational Resources" (+14,7%) e universitaria "Universities" (+16,8%).

Tra quelle, invece, che registrano dati in flessione, conseguenza dello stato di emergenza e della pandemia in corso, si notano in principal luogo: le categorie che raggruppano siti e app dedicati al mondo del turismo, dei viaggi e degli spostamenti, come nel caso di "Maps/Travel Info" (-4,3% rispetto alla media del 2019), "Multi-category Travel" (-12,4%) - dedicato ai siti e app di prenotazioni viaggi -, Directories/Local Guides (-2,5%) dedicato alle guide online per il turismo, Ground Transportation (-25,5%), Hotels/Hotel Directories (-26,6%), Airlines (-26,1%); Gambling/Sweepstakes (-21,3%) dedicato alle lotterie online; Automotive Manufacturer (-11,0%).

LE TOP 20 CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL 2020

	 UTENTI UNICI MEDIA 2020 (.000)	 UTENTI UNICI MEDIA 2019 (.000)	 VAR % MEDIA 2020 / MEDIA 2019
Total	43.529	41.605	+4,6%
SEARCH	41.126	39.847	+3,2%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	38.991	36.985	+5,4%
MEMBER COMMUNITIES	38.808	37.080	+4,7%
VIDEOS/MOVIES	38.599	36.893	+4,6%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.493	36.602	+5,2%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.040	35.391	+7,5%
INSTANT MESSAGING	36.555	32.750	+11,6%
E-MAIL	35.567	33.235	+7,0%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.314	33.523	+5,3%
MASS MERCHANDISER	35.188	33.677	+4,5%
CORPORATE INFORMATION	32.349	30.762	+5,2%
FOOD & COOKING	30.671	27.553	+11,3%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.639	27.584	+11,1%
MAPS/TRAVEL INFO	30.139	31.505	-4,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	29.889	29.996	-0,4%
BROADCAST MEDIA	29.249	28.004	+4,4%
WEATHER	28.706	26.728	+7,4%
RESEARCH TOOLS	28.639	27.088	+5,7%
MULTI-CATEGORY NEWS & INFORMATION	27.769	24.489	+13,4%
GOVERNMENT	27.649	22.922	+20,6%

Fonte: Audiweb powered by Nielsen

Total Digital Audience Mensile (Individui 2+ anni per PC; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet)

*Base del ranking = var % MEDIA utenti unici mensili del 2020 rispetto alla MEDIA utenti unici mensili del 2019

LE TOP 15 CATEGORIE DI SITI CON INCREMENTO DI ALMENO IL +10%

	UTENTI UNICI MEDIA 2020 (.000)	UTENTI UNICI MEDIA 2019 (.000)	VAR % MEDIA 2020 / MEDIA 2019
Total	43.529	41.605	+4,6%
INSTANT MESSAGING	36.555	32.750	+11,6%
FOOD & COOKING	30.671	27.553	+11,3%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.639	27.584	+11,1%
MULTI-CATEGORY NEWS & INFORMATION	27.769	24.489	+13,4%
GOVERNMENT	27.649	22.922	+20,6%
FINANCIAL NEWS & INFORMATION	27.564	21.930	+25,7%
SPECIAL INTEREST NEWS	26.952	24.200	+11,4%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	26.935	24.133	+11,6%
HOME & GARDEN	24.024	21.657	+10,9%
EDUCATIONAL RESOURCES	21.649	18.874	+14,7%
HARDWARE MANUFACTURERS	13.980	12.432	+12,5%
MULTI-CAT. FINANCE/INSURANCE/INVESTMENTS	12.163	10.239	+18,8%
DELIVERY/STAMPS	12.060	9.953	+21,2%
MULTI-CATEGORY HOME & FASHION	10.555	8.382	+25,9%
UNIVERSITIES	10.491	8.984	+16,8%

Fonte: Audiweb powered by Nielsen

Total Digital Audience Mensile (Individui 2+ anni per PC; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet)

*Base del ranking = le 15 sottocategorie (MEDIA utenti unici mensili 2020) con incrementi di almeno il +10% rispetto alla MEDIA 2019

LE CATEGORIE DI SITI CON VARIAZIONI NEGATIVE RISPETTO AL 2019

	UTENTI UNICI MENSILI MEDIA 2020 (.000)	UTENTI UNICI MENSILI MEDIA 2019 (.000)	VAR % MEDIA 2020 / MEDIA 2019
Total	43.529	41.605	+4,6%
MAPS/TRAVEL INFO	30.139	31.505	-4,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	29.889	29.996	-0,4%
COUPONS/REWARDS	21.699	22.468	-3,4%
MUSIC	21.618	22.965	-5,9%
PHOTOGRAPHY	20.941	21.574	-2,9%
DIRECTORIES/LOCAL GUIDES	20.120	20.641	-2,5%
MULTI-CATEGORY TRAVEL	18.934	21.622	-12,4%
CAREER DEVELOPMENT	11.984	12.458	-3,8%
GROUND TRANSPORTATION	11.367	15.254	-25,5%
GAMBLING/SWEEPSTAKES	10.541	13.395	-21,3%
HOTELS/HOTEL DIRECTORIES	9.774	13.324	-26,6%
HUMOR	8.440	8.481	-0,5%
AIRLINES	8.322	11.253	-26,1%
FAMILY RESOURCES	8.299	8.502	-2,4%
AUTOMOTIVE MANUFACTURER	7.044	7.916	-11%

Fonte: Audiweb powered by Nielsen

Total Digital Audience Mensile (Individui 2+ anni per PC; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet)

*Base del ranking = le prime 15 sottocategorie (MEDIA utenti unici mensili 2020) con valori in flessione rispetto alla MEDIA 2019

Legenda e Note

Nel mese di ottobre 2020 sono state adottate le nuove stime degli universi derivanti dai dati aggiornati della Ricerca di Base congiunta Auditel-Audiweb, condotta da IPSOS. L'intero set di interviste condotte per la Ricerca di Base è stato realizzato nel periodo successivo al primo lockdown (giugno-settembre 2020) e le stime riflettono i cambiamenti derivanti dal nuovo scenario.

L'aggiornamento dell'universo di riferimento fornito dalla Ricerca di Base garantisce conformità tra il profilo socio-demografico del Panel "meterizzato" e la composizione della popolazione, offrendo al contempo una fotografia della diffusione dell'online in Italia ed eventuali trend di rilievo.

Definizione di utenti unici.

Il numero di singole persone, deduplicate, che si sono collegate, in un determinato arco temporale, ad un sito e/o elementi di esso effettuando una o più visite.

Differiscono dai browser e visitatori unici in quanto rappresentano persone fisiche.

Degli utenti unici è analizzabile anche la sovrapposizione su di diversi siti, valutando quanto pubblico hanno in comune (sovrapposizione) e quanto ne hanno complessivamente al netto delle duplicazioni (unduplicated audience).

Rispetto al dato dell'audience online nel mese, che ci dà un'idea della copertura del mezzo nel periodo di rilevazione, **l'osservazione del dato dell'audience online nel giorno medio** è importante poiché fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla frequenza di utilizzo del mezzo.

Cosa si intende per giorno medio

Il giorno medio indica, per il mese di riferimento, il numero medio di utenti unici giornalieri, che nel giorno hanno effettuato almeno un accesso a internet.

Come si calcola il giorno medio?

La somma degli utenti unici di ciascun giorno del mese osservato / numero dei giorni del mese = il numero medio di utenti unici giornalieri del mese di osservazione.

L'osservazione nel giorno medio fornisce, ad esempio, indicazioni sulla frequenza di utilizzo.

⁽¹⁾La metodologia alla base del nuovo sistema Audiweb 2.0

Il nuovo sistema di rilevazione, Audiweb 2.0, realizzato in collaborazione con Nielsen, è basato su **quattro fonti di dati**: la fonte **"censuaria"**, basata sull'strumentazione di un **TAG/SDK** (Software Development Kit di Nielsen) che consente la raccolta di dati relativi alla fruizione di tutti i contenuti online da differenti device e piattaforme e che, con le informazioni provenienti dal big data provider, è alla base della rilevazione Audiweb Daily / Weekly; i **Big Data**, le cui informazioni, validate dal Panel, contribuiscono all'attribuzione di età e genere all'audience e alla deduplica delle audience tra device.

A queste due fonti di rilevazione, si aggiunge la **rilevazione Audiweb Panel**. Alla base della produzione dell'Audiweb Database Respondent Level, la rilevazione Audiweb Panel è la misurazione che avviene attraverso un **campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana**, che ha installato un software meter nel proprio computer, smartphone e/o tablet e fornisce informazioni oggettive e dettagliate sulla fruizione dell'online, oltre a dati esclusivi sul profilo socio-demo degli utilizzatori della Rete. Le informazioni provenienti dalla rilevazione Panel vengono poi espanso all'intero universo della popolazione connessa grazie alle informazioni derivanti dalla **nuova Ricerca di base congiunta con Auditel**.

Il prodotto finale e più completo della fusione di tutte le fonti di dati del sistema è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, che offre le informazioni sull'audience di tutta l'offerta online e i **dati elementari di navigazione degli editori iscritti al servizio, con i profili socio-demografici degli utenti (= "Respondent Level")** - non solo per genere ed età, come per i dati "Daily" e Weekly", ma offrendo anche le informazioni relative al livello di istruzione, alla condizione professionale, al tipo di occupazione, il numero dei componenti in famiglia, il reddito familiare, l'area geografica, la regione di provenienza e, novità importante, la / il responsabile di acquisto -, arrivando a una rappresentazione dei comportamenti di fruizione per **fascia oraria giornaliera di 3 ore**.

Tutte le informazioni sul nuovo sistema Audiweb 2.0 e sui dati disponibili sono consultabili sul sito www.audiweb.it e nel documento completo delle **Note Informative consegnate ad AGCOM e pubblicate sul sito**.

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 UNA, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Maria Giovanna Migliaro: Mob. 389 9744207 – mariagiovanna.migliaro@gmail.com