

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

La total Digital Audience a giugno è rappresentata da 42,9 milioni di utenti unici, il 71,9% della popolazione dai 2 anni in su.

Si registra un calo del 7,5% della fruizione di internet da Computer, condizionata dalla fine della fase di lockdown che coincide con la fine dell'anno scolastico con didattica a distanza degli ultimi mesi e dall'inizio del periodo estivo con maggiori spostamenti e attenzione per le attività di svago.

Crescono le categorie Meteo (+4,8%), Travel (+2,3%) e Sport (+5,3%).

Milano, 5 agosto 2020 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **giugno 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 l'audience online nel giorno medio degli editori iscritti alla rilevazione è disponibile sul sito, previa registrazione.

La total digital audience nel mese di Giugno 2020

Nel mese di **giugno 2020** la total digital audience ha raggiunto **42,9 milioni di utenti unici**, pari al 71,9% della popolazione dai 2 anni in su. In questo mese di rilevazione si registra una **flessione della fruizione di internet da Computer** rispetto a maggio (-7,5%), condizionata da una serie di fattori: la **fine della fase di lockdown** (4 giugno) che segna la ripresa graduale di gran parte delle attività interdette durante la fase di emergenza e che coincide con la **fine dell'anno scolastico** contrassegnato dalla didattica a distanza; **l'inizio del periodo estivo**, caratterizzato da maggiori spostamenti e attenzione per le attività di svago.

Hanno navigato almeno una volta nel **giorno medio 33,8 milioni** di utenti, da **Computer** (10,9 milioni, pari al 18,3% degli individui di 2+ anni), **Tablet** (4,5 milioni, pari al 10,1% dei 18-74 anni) e/o **Smartphone** (29,1 milioni, pari al 64,6% dei 18-74 anni).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI GIUGNO 2020

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)	33,8	10,9	4,5	29,1
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	56,7%	18,3%	10,1%	64,6%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (H:MM)	2:45	1:24	1:34	2:26
UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)	42,9	26,7	7,3	37,6
% POPOLAZIONE - MESE (%)	71,9%	44,8%	16,2%	83,5%
TEMPO PER PERSONA - MESE (H:MM)	65:03	17:08	29:29	56:24

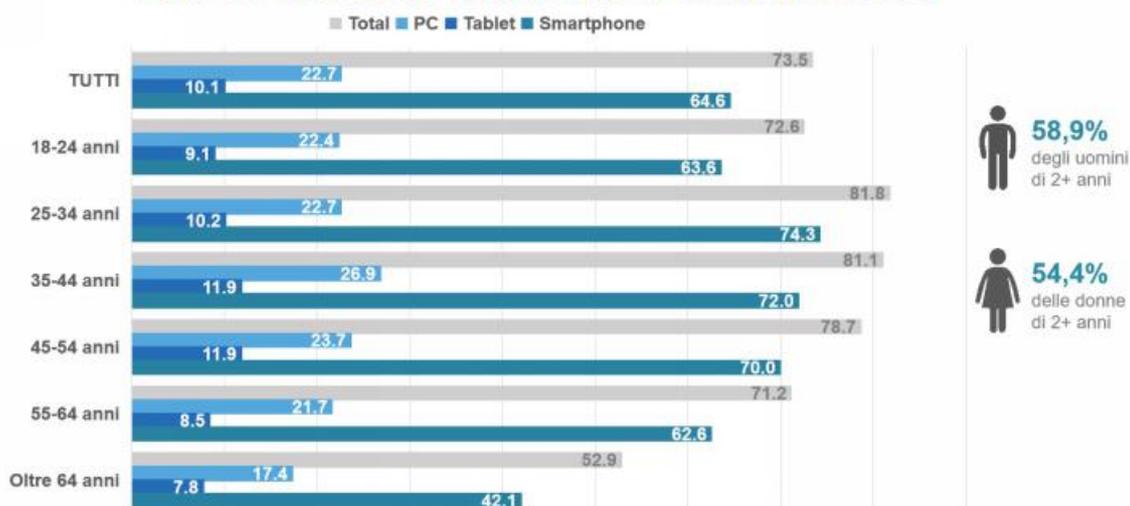
Fonte: Audiweb Database, GIUGNO 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.

Entrando nel dettaglio del **profilo della popolazione online**, nel giorno medio erano online dai device rilevati il 58,9% degli **uomini** (17,6 milioni) e il 54,4% delle **donne** (16,3 milioni) e, più in dettaglio, il 72,6% dei **18-24enni** (3,2 milioni), l'81,8% dei **25-34enni** (5,4 milioni), l'81,1% dei **35-44enni** (quasi 7 milioni), il

78,7% dei **45-54enni** (7,7 milioni), il 71,2% dei **55-64enni** (6 milioni) e il 52,9% degli **over 64 anni** (4,1 milioni).

Per quanto riguarda gli **under 18 online da Computer** nel **giorno medio**, si rileva una **flessione** del 51,3% rispetto al giorno medio del mese di maggio per i **2-12enni** (207 mila utenti) e del 50,6% per i **13-17enni** (167 mila) che hanno navigato con maggior frequenza. Nel caso degli under 18, se si allarga il raggio di osservazione a **tutto il mese di rilevazione**, considerando dunque anche gli utenti occasionali e meno assidui, troviamo **online da Computer** 1,4 milioni di **2-12enni** (il 22,6% della popolazione di questa fascia) e 756 mila **13-17enni** (il 36,9% di questa fascia d'età).

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, GIUGNO 2020. 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
Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

Per quanto riguarda la **provenienza geografica** degli utenti, nel giorno medio a giugno erano online il 62,1% della popolazione del **Nord Ovest** (pari a 9,6 milioni), il 57,1% della popolazione del **Nord Est** (6 milioni), il 58,5% dal **Centro** (6,6 milioni) e il 57,2% dell'area **Sud e Isole** (11,6 milioni).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Analizzando i **consumi online**, emerge che i fattori che hanno particolarmente caratterizzato questo mese di rilevazione si riflettono anche sugli interessi di navigazione. Infatti, rispetto al mese precedente si registra una **flessione** per gran parte delle **categorie** di siti e applicazioni ad **eccezione** delle categorie dedicate alle **informazioni meteorologiche** o ai **viaggi e agli spostamenti**. Tra le principali **categorie di siti più visitate a giugno**: **Search** con 40,6 milioni di utenti unici mensili (il 94,6% degli utenti online); **Internet Tools/Web Services**, che raggruppa siti e applicazioni di servizi e strumenti online, con 38,7 milioni di utenti (il 90,2% degli utenti); **Member Communities**, la categoria dedicata ai social network, con 38,3 milioni di utenti (l'89,2% degli utenti); **General Interest Portals & Communities** con 38 milioni di utenti (l'88,5% degli

utenti); **Video/Movies** con 37,8 milioni di utenti, l'88%); **Current Events & Global News**, che raggruppa le testate giornalistiche online), con 36,6 milioni di utenti (l'85,3); **Instant Messaging**, la categoria dedicati ai sistemi di messaggistica online, con 36,2 milioni di utenti (l'84,2%).

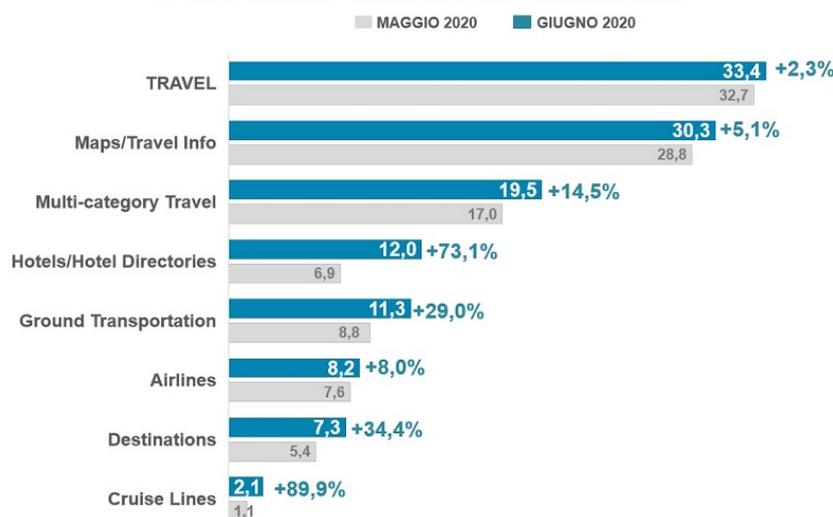
ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI GIUGNO 2020

	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	Var% UTENTI UNICI Giu20/Mag20
Total	42,9	100	-2,7%
SEARCH	40,6	94,6	-2,9%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	38,7	90,2	-3,3%
MEMBER COMMUNITIES	38,3	89,2	-2,7%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38,0	88,5	-2,9%
VIDEOS/MOVIES	37,8	88,0	-4,0%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36,6	85,3	-4,5%
INSTANT MESSAGING	36,2	84,2	-2,3%
E-MAIL	35,5	82,7	-2,8%
SOFTWARE MANUFACTURERS	34,9	81,2	-5,4%
MASS MERCHANDISER	34,7	80,9	-2,2%
CORPORATE INFORMATION	31,5	73,4	-3,9%
WEATHER	30,5	71,1	+4,8%
MAPS/TRAVEL INFO	30,3	70,5	+5,1%
FOOD & COOKING	29,1	67,7	-6,5%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29,1	67,7	-5,5%

Fonte: Total Digital Audience nel mese di GIUGNO; 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Var % Utenti unici mensili. Base: Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Oltre ai siti e app dedicati alle **informazioni meteorologiche** (Weather +4,8% di utenti unici rispetto a giugno), si riscontrano dati in crescita per tutte le sotto-categorie della **categoria Travel** che a giugno raggiunge 33,4 milioni di utenti unici (+2,3% rispetto a maggio) con valori differenti a seconda del tipo di raggruppamento.

DETTAGLIO CATEGORIA TRAVEL



Fonte: Total Digital Audience nel mese di GIUGNO 2020 categoria TRAVEL e dettaglio sotto-categorie - Audiweb powered by Nielsen
Var % GIUGNO 2020 VS MAGGIO 2020. Base: Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Infine, risultano in crescita anche i dati della sotto-categoria **Sport** (+5,3% rispetto a maggio, con 27,2 milioni di utenti), visto l'avvicinarsi della ripresa delle attività sportive agonistiche previste principalmente per il mese successivo.

*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'instrumentazione 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