

## Disponibili i dati della total digital audience del mese di luglio 2020

Nel mese di luglio la total digital audience ha raggiunto 42,1 milioni di utenti (il 70,5% della popolazione dai 2 anni in su), con una flessione “stagionale” del 2.1% rispetto al mese precedente tipica dei mesi estivi, alla quale si aggiunge ancora l’effetto post-lockdown che già nel mese di giugno ha visto una maggiore mobilità delle persone

Hanno navigato almeno una volta nel giorno medio 32,4 milioni di individui, con una flessione più spiccata nella fruizione di internet da Computer (-15,4%)

Milano, 10 settembre 2020 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **luglio 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 Luglio 2020

La total digital audience nel **mese di luglio** è rappresentata da **42,1 milioni** di utenti (il 70,5% della popolazione dai 2 anni in su) e ha registrato una **flessione del 2.1%** rispetto al mese precedente. Tale flessione generale è da ricondurre a un tipico **andamento “stagionale”** dei mesi estivi a cui si aggiunge, in questo caso, ancora l’**effetto post-lockdown** che già nel mese di giugno ha visto una maggiore mobilità delle persone, con conseguente ripresa di alcune attività precedentemente limitate.

Di riflesso, nel **giorno medio** del mese di luglio si registra lo stesso trend, con **32,4 milioni di utenti** e una **flessione del 4,2%** rispetto al mese di giugno, segno di una minore frequenza di accesso a internet. Questo andamento emerge **in modo più spiccato** dai dati della fruizione di internet **da Computer** che registra 9,2 milioni di utenti nel giorno medio, con una flessione del 15,4% rispetto a giugno.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI LUGLIO 2020

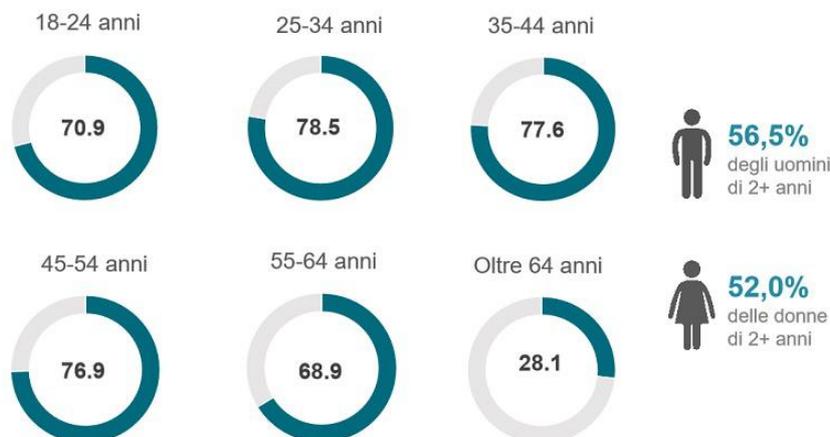
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (MILIONI)	32,4	9,2	4,1	28,2
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	54,3%	15,5%	9,2%	62,7%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:30	1:19	1:24	2:14
UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)	42,1	25,0	7,3	37,6
% POPOLAZIONE – MESE (%)	70,5%	41,9%	16,2%	83,5%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	59:48	15:06	24:39	52:04

Fonte: Audiweb Database, LUGLIO 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 i **dati sul profilo degli individui online**, nel giorno medio a luglio si sono collegati almeno una volta dai device rilevati il 52% delle **donne** (15,6 milioni) e il 56,5% degli **uomini** (16,8 milioni).

Più in dettaglio erano online il 70,9% dei **18-24enni** (3,1 milioni), il 78,5% dei **25-34enni** (5,2 milioni), il 77,6% dei **35-44enni** (6,6 milioni), il 76,9% dei **45-54enni** (7,5 milioni), il 68,9% dei **55-64enni** (5,9 milioni) e il 28,1% degli **over 64enni** (3,8 milioni).

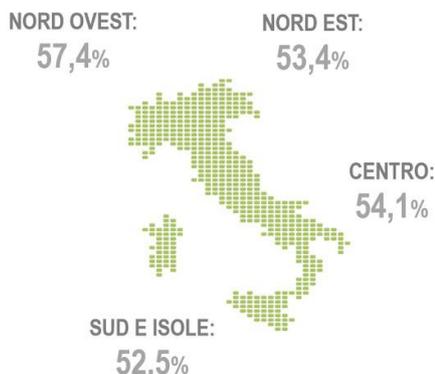
## LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, LUGLIO 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, risulta che nel giorno medio a luglio erano 9,1 milioni gli individui online dall'area **Nord Ovest** (il 57,4% degli abitanti di quest'area, -4,1% rispetto al giorno medio di giugno), 5,8 milioni dall'area **Nord Est** (il 53,4% degli abitanti di quest'area, -3,8%), 6,3 milioni dal **Centro** (il 54,1% degli abitanti di quest'area, -5,4%) e 11,2 milioni dall'area **Sud e Isole** (il 52,5% degli abitanti di quest'area, -3,9%).

## LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Per quanto riguarda **gli interessi degli utenti online**, i dati di dettaglio sulle categorie e sotto-categorie di siti confermano ulteriormente il **trend in flessione tra luglio e giugno**, con il traffico online che, in generale, diminuisce per gran parte delle entità, riportando valori in crescita per le principali sotto-categorie di siti che offrono contenuti legati agli **spostamenti e all'organizzazione dei viaggi**.

Più in dettaglio, **tra le sottocategorie di siti più visitate nel mese di luglio** resta confermato il quadro dei mesi precedenti, sebbene con valori in leggero calo rispetto a giugno. Tra le principali: la sottocategoria **Search** raggiunge il 93,5% degli utenti online, con 39,3 milioni di utenti (-3,2% rispetto a giugno); i **Social Network** - Member Communities - raggiungono l'89,1% degli utenti online, con 37,5 milioni (-2,2%); i siti di **strumenti e servizi online** - Internet tools/Web Services - raggiungono l'89%, con 37,4 milioni di utenti (-3,5%); la sotto-categoria **Video/Movies** raggiunge l'87,3% degli utenti, 36,7 milioni di utenti (-2,9%); i **portali**

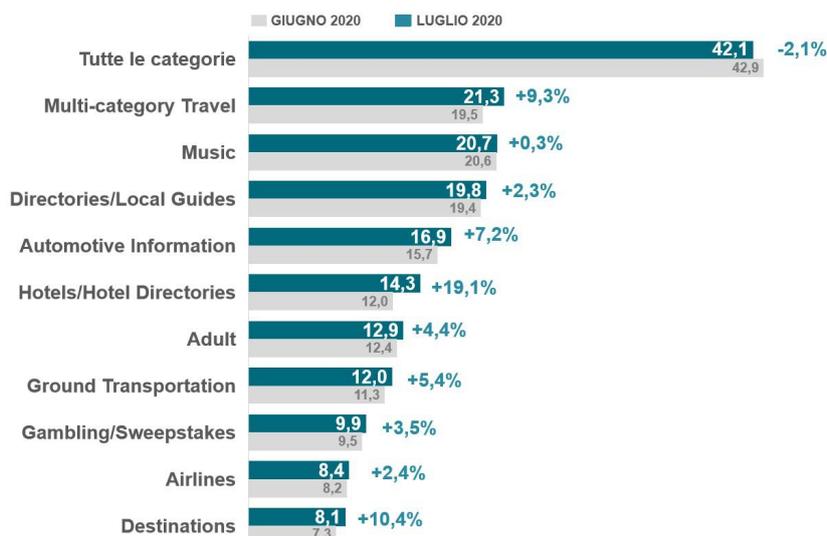
**generalisti** - General Interest Portals & Communities - sono stati visitati dall'86,7% degli utenti online, 36,5 milioni (-4%); i siti di **news online** raggiungono l'85% degli utenti, 35,7 milioni (-2,5%); i servizi di **messaggistica istantanea** raggiungono l'84,5% degli utenti, 35,5 milioni (-1,8%); la sottocategoria **E-mail** raggiunge l'80,3%, 33,8 milioni di utenti (-5%); l'**ecommerce** - Mass Merchandiser - raggiunge il 79,6%, con 33,5 milioni di utenti (-3,7%); i siti e le piattaforme di **software** - Software Manufacturers - il 78,2%, con 32,9 milioni (-5,7%).

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI LUGLIO 2020

	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)
<b>Total</b>	<b>42,1</b>	<b>100</b>	<b>59:48</b>
SEARCH	39,3	93,5	2:16
MEMBER COMMUNITIES	37,5	89,1	15:59
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37,4	89,0	1:31
VIDEOS/MOVIES	36,7	87,3	6:13
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	36,5	86,7	0:59
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	35,7	85,0	1:08
INSTANT MESSAGING	35,5	84,5	12:19
E-MAIL	33,8	80,3	3:16
MASS MERCHANDISER	33,5	79,6	1:38
SOFTWARE MANUFACTURERS	32,9	78,2	1:38
CORPORATE INFORMATION	30,5	72,5	0:52
MAPS/TRAVEL INFO	30,2	71,7	0:50
WEATHER	29,2	69,4	0:22
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	28,5	67,8	0:40
FOOD & COOKING	28,2	67,0	0:23

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

## LE PRIME 10 SOTTO-CATEGORIE IN CRESCITA RISPETTO AL MESE DI LUGLIO 2020



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

\*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.

### <sup>(1)</sup>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 espanse 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](http://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](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)