

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

Dal nuovo aggiornamento degli universi Audiweb derivante dalla Ricerca di Base Auditel-Audiweb emerge che dopo il primo lockdown la disponibilità di accesso a internet da Computer, Smartphone e/o Tablet è aumentata del 4,6% rispetto al periodo ottobre 2019-febbraio 2020.

Dai dati della fruizione di internet, Audiweb Database, nel mese di ottobre l'audience online nel giorno medio è aumentata del 5,3% rispetto al mese precedente, per effetto della nuova ondata della pandemia, ma anche per la ripresa a pieno ritmo di tutte le attività.

Milano, 16 dicembre 2020 – Audiweb ha distribuito **il nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **Ottobre 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.

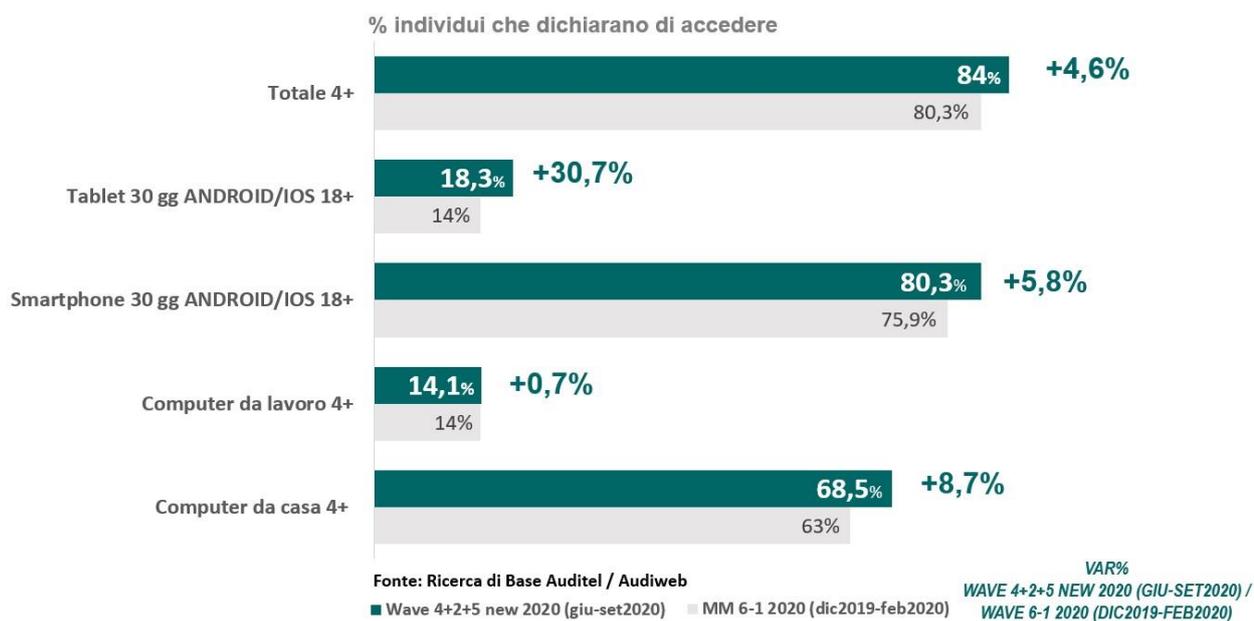
La diffusione dell'online in Italia – aggiornamento degli universi da Ricerca di Base

I nuovi dati Audiweb Database di ottobre sono stati prodotti sulla base delle **stime degli universi** derivanti dai dati aggiornati della **Ricerca di Base*** congiunta **Auditel-Audiweb**, condotta da **IPSOS**. L'intero set di interviste è stato realizzato **nel periodo successivo al primo lockdown** (giugno-settembre 2020) e le stime **riflettono** i cambiamenti derivanti dal **nuovo scenario**.

Da questo nuovo aggiornamento, infatti, emerge **un panorama leggermente mutato**, dove la **disponibilità di accesso a internet da Computer, Smartphone e/o Tablet** ha registrato un **incremento del 4,6%** rispetto al periodo ottobre 2019-febbraio 2020 (pari all'84% della popolazione dai 4 anni in su).

Più in dettaglio, risulta aumentata dell'**8,7%** la disponibilità di accesso **da Computer da casa** (disponibile per il 68,5% della popolazione di 4+ anni), mentre la disponibilità di accesso da **Computer da luogo di lavoro** è sostanzialmente **stabile** (il 14,1% della popolazione di riferimento). Per quanto riguarda i dispositivi mobili, si riscontra un incremento pari al **5,8%** degli individui che **dichiarano di accedere da Smartphone** (l'80,3% della popolazione di 18+ anni) e del **30,7%** degli individui che **dichiarano di accedere da Tablet** (il 18,3% della popolazione di 18+ anni). **Indicatori che riflettono il cambiamento repentino** negli stili di vita, lavoro e studio provocati dall'emergenza Covid-19 e che sono stati **poi riscontrati nei dati di fruizione dell'online**.

LA DIFFUSIONE DI INTERNET IN ITALIA



La total digital audience nel mese di Ottobre 2020

Dai dati Audiweb Database sulla fruizione di internet in Italia, risulta che **nel mese di ottobre la total digital audience ha raggiunto il 73,8% della popolazione** (+4,5% rispetto al mese di settembre) collegata per **63 ore 51 minuti** complessivi, pari a 2 giorni e 16 ore.

Nel **giorno medio**, con 34,7 milioni di utenti unici, si registra un **incremento del 5,3%** dell'audience online, che riflette, da un lato, il **nuovo contesto** caratterizzato da una maggiore dipendenza dall'online per attività lavorative e di studio, ulteriormente confermata con il **ritorno della seconda ondata della pandemia** da Covid-19 che ha nuovamente alzato il livello di attenzione per tutti i temi correlati al periodo di emergenza, dall'altro, l'andamento tipico della **stagione autunnale** che vede la ripresa totale di tutte le attività lavorative, scolastiche e dedicate al tempo libero e ad attività quotidiane di varia natura.

Più in dettaglio, risultano aumentare gli utenti online sui device rilevati: **+5,6%** gli **utenti online da Computer** (10,5 milioni); **+11,7%** **da Smartphone** (30,6 milioni di utenti di 18-74 anni) e, in particolare, **+34,9%** **da Tablet** (5,6 milioni di utenti di 18-74 anni).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI OTTOBRE 2020

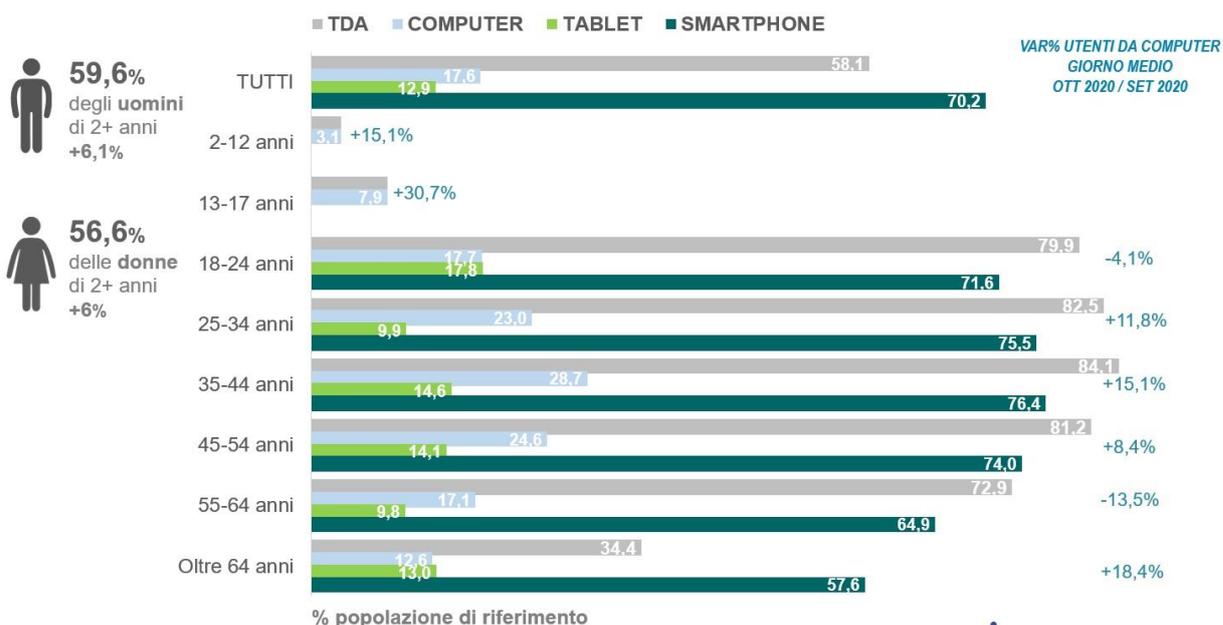
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)	VAR% OTT2020 / SETT2020* UTENTI UNICI GIORNO MEDIO
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (.000)	34.707	10.547	5.639	30.640	+5,3%
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	58,1%	17,6%	12,9%	70,2%	
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:37	1:23	1:25	2:14	+5,6%
UTENTI UNICI - MESE (.000)	44.132	26.437	8.919	39.321	+34,9%
% POPOLAZIONE - MESE (%)	73,8%	44,2%	20,4%	90,1%	+11,7%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	63:51	17:05	27:52	53:51	

Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 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.

In generale, nel confronto con i dati Audiweb Database di settembre, nel giorno medio ad ottobre si registra una **maggiore frequenza di accesso a internet**, riscontrata nell'incremento pari al 6% sia degli **uomini online** (il 59,6% degli uomini di dai 2 anni in su) che delle **donne online** (il 56,6% delle donne dai 2 anni in su).

La **popolazione più coinvolta** nell'uso quotidiano di internet è rappresentata dalle fasce centrali. Infatti, **erano online nel giorno medio di ottobre** l'82,5% dei **25-34enni**, con un incremento dell'11,8% degli utenti online da Computer rispetto al giorno medio del mese precedente, l'84,1% dei **35-44enni** (+15% da Computer), l'81,2% dei **45-54enni online** (+8,4% da Computer). Inoltre, si rileva un interessante incremento del 23,2% anche degli **over 64 anni online**, in particolare da Tablet (+96,7%) e da Smartphone (+48,8%).

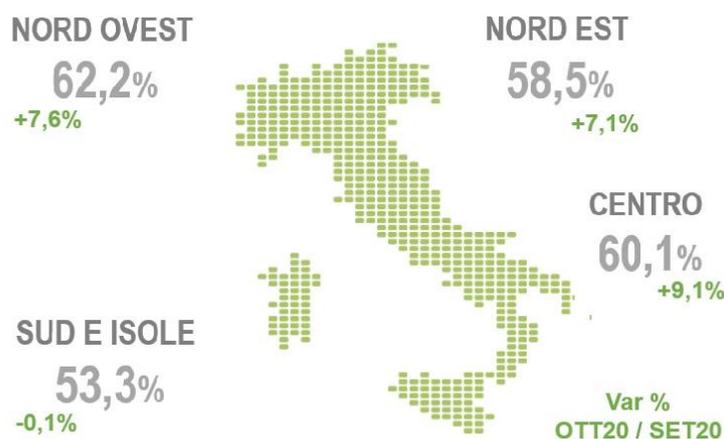
LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 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.

L'incremento generale dell'audience online si distribuisce proporzionalmente su quasi tutto il **territorio nazionale**: aumenta del 7,6% rispetto al giorno medio di settembre l'audience online nell'area **Nord-Ovest** (il 62,2% della popolazione di 2+ anni di quest'area geografica); del 7,1% nell'area **Nord-Est** (il 58,5% della popolazione di quest'area); del 9,1% nel **Centro** (il 60,1% della popolazione di quest'area). Mentre l'audience online nell'area **Sud e Isole** risulta **stabile** (-0,1%), con il 53,3% della popolazione online nel giorno medio.

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

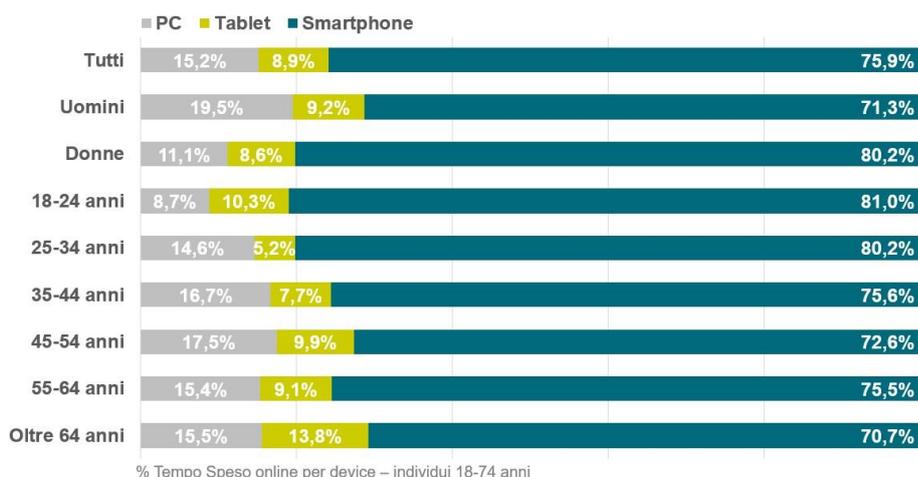


Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet.

Per quanto riguarda i dati sulla **distribuzione del tempo speso online** dagli individui tra i **18 e i 74 anni**, ad ottobre il **75,9%** del tempo totale è stato generato dalla **fruizione da Smartphone** (+6% rispetto a settembre), **l'8,9% da Tablet** (+44,4%) e il **15,2% da Computer** (+4,2%).

Rispetto al mese precedente **cresce particolarmente il tempo speso online da Computer per quasi tutti i segmenti della popolazione**: +23,3% per gli utenti **under 13**; +81,9% per i **13-17enni**; +17,9% per i **25-34enni**; +13,2% per i **35-44enni**; +6% per i **45-54enni**; +15,3% per gli **over 64enni** e, per questi ultimi, aumenta del **47,3%** il tempo dedicato a internet **da Smartphone**.

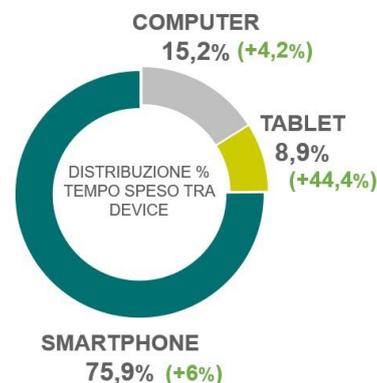
LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



% Tempo Speso online per device – individui 18-74 anni

Fonte: Audiweb Database, OTTOBRE 2020. Audiweb powered by Nielsen

Var % OTT20 / SET20



audiweb
powered by nielsen

Osservando l'andamento dei dati di consumo online, rispetto al mese di settembre in questo particolare scenario si riscontrano di riflesso **dati in crescita per la maggior parte dei contenuti e servizi disponibili**. Oltre alle sotto-categorie di siti che raggruppano i servizi di **ricerca online** (Search, +3,9% rispetto al mese precedente), gli **strumenti e i servizi web** (Internet Tools/Web Services, +5%) e i **Social Network** (Member Communities, +4,5%), registrano dati in **crescita di almeno il 4,5%** i **portali generalisti** (General Interest Portals communities, +5,4%), le **News online** (Current Events & Global News, +5,8%), siti e app dedicati ai contenuti **video** (Videos/Movies, +4,5%), i servizi di **messaggistica** istantanea (Instant Messaging, +4,5%) e dedicati ai **software** (Software Manufacturers, +5,9%), i siti dedicati alle informazioni **corporate** (Corporate Information, +5,1 ai temi del **benessere, fitness e nutrizione** (Health, Fitness & Nutrition, +8,2%), del **cibo e cucina** (Food & Cooking, +8,2%), dei **broadcaster online** (Broadcast Media, +5,9%) e dello **Sport** (+10,9%).

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

	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (h:mm)	VAR% UTENTI OTT2020 / SET2020
Total	44,1	100	63:51	+4,5%
SEARCH	41.049	93,0	02:20:14	+3,9%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.323	89,1	01:42:47	+5,0%
MEMBER COMMUNITIES	39.078	88,6	16:58:42	+4,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.984	88,3	01:11:10	+5,4%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.531	87,3	01:24:33	+5,8%
VIDEOS/MOVIES	38.486	87,2	06:46:07	+4,5%
INSTANT MESSAGING	36.884	83,6	13:27:11	+4,5%
E-MAIL	35.458	80,4	03:10:26	+3,8%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.206	79,8	02:00:47	+5,0%
MASS MERCHANDISER	35.065	79,5	02:15:57	+4,1%
CORPORATE INFORMATION	32.730	74,2	00:42:49	+5,1%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	31.806	72,1	00:30:31	+8,2%
FOOD & COOKING	31.443	71,3	00:27:41	+8,2%
MAPS/TRAVEL INFO	30.371	68,8	00:40:42	+1,9%
WEATHER	29.886	67,7	00:19:41	+1,1%

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

audiweb
powered by nielsen

Rispetto allo scorso anno crescono particolarmente le categorie dedicate alle **news online** (Current Events & Global News, +6,4% rispetto al mese di ottobre 2019), alle **informazioni di ampio respiro** (Multi-category News & Information, +12,7%), alle **informazioni finanziarie** (Financial News & Information, +13,9%) e a quelle dedicate allo **spettacolo e intrattenimento culturale** (Multi-category Entertainment, +9,0%), al **cibo e alle ricette** (Food & Cooking, +6,8%), ai contenuti per la **salute e il benessere** (Health, Fitness & Nutrition, +9,4%) e alla **bellezza** (Apparel/Beauty, +7,8%), allo **Sport** (+6,5%), ai **siti governativi** (Government, +14,6%) e alle

piattaforme e siti dedicati all'**educazione e alla formazione online** (Educational Resources, +13,8%), mentre come già constatato nei mesi precedenti, **perdono quote di audience** le categorie dedicate ai **viaggi** e agli **spostamenti** in generale.

Indicatori che confermano gli elementi già evidenziati, dipendenti sia da un generale aumento della popolazione online e della frequenza di utilizzo di internet dipendente dalla trasformazione repentina delle abitudini quotidiane, sia per effetto di un trend stagionale legato alla piena ripresa di tutte le attività.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI CHE REGISTRANO MAGGIORI VARIAZIONI Y/Y

	VAR% UTENTI OTT2020 / OTT2019
Total	5,4%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	6,4%
MAPS/TRAVEL INFO	-6,3%
FOOD & COOKING	6,8%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	9,4%
SPORTS	6,5%
WEATHER	10,7%
MULTI-CATEGORY NEWS & INFORMATION	12,7%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	9,0%
FINANCIAL NEWS & INFORMATION	13,9%
MUSIC	-11,4%
GOVERNMENT	14,6%
APPAREL/BEAUTY	7,8%
PHOTOGRAPHY	-16,9%
COUPONS/REWARDS	-7,4%
MULTI-CATEGORY TRAVEL	-18,6%
EDUCATIONAL RESOURCES	13,8%
BOOKS	-13,9%
GROUND TRANSPORTATION	-29,4%
WEB HOSTING	-6,8%
GAMBLING/SWEEPSTAKES	-21,8%

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

Legenda e Note

*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**](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