

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

Nel mese di settembre la total digital audience ha raggiunto 42,2 milioni di utenti, online per 59 ore e 23 minuti (2 giorni e 11 ore complessivi)

La conclusione della stagione estiva e la ripresa delle attività lavorative e scolastiche hanno influito positivamente sull'audience online nel giorno medio da Computer (+30,9%) e a livello generale, in particolare sui dati mensili delle categorie di siti e app legate ai servizi di gestione email (2,4%) e di software e strumenti online (3%), ai contenuti dedicati alla salute e al fitness (+4,8%), al cibo e alla cucina (+2,5%).

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

La **total digital audience** nel mese di settembre è rappresentata da 42,2 milioni di utenti, online per 59 ore e 23 minuti (2 giorni e 11 ore complessivi).

Settembre è il mese dei rientri e della graduale ripresa delle attività. Infatti, a livello generale si rileva un **incremento dell'audience online nel giorno medio** pari al 2,3% rispetto al mese di agosto, con **32,9 milioni** di utenti unici collegati dai device rilevati per 2 ore e 32 minuti.

Tra i dispositivi usati per accedere a internet nel giorno medio, il **Computer** registra l'incremento più significativo: **+30,9% gli utenti** online da questo device (10 milioni) e **+46,3% il tempo** complessivo online. Tra gli altri device rilevati, con 4,3 milioni di utenti unici nel giorno medio anche il **Tablet** registra dati in crescita (+8,1%), mentre lo **Smartphone** registra un dato pressoché stabile (-0,1%), con 28,3 milioni di utenti.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI SETTEMBRE 2020

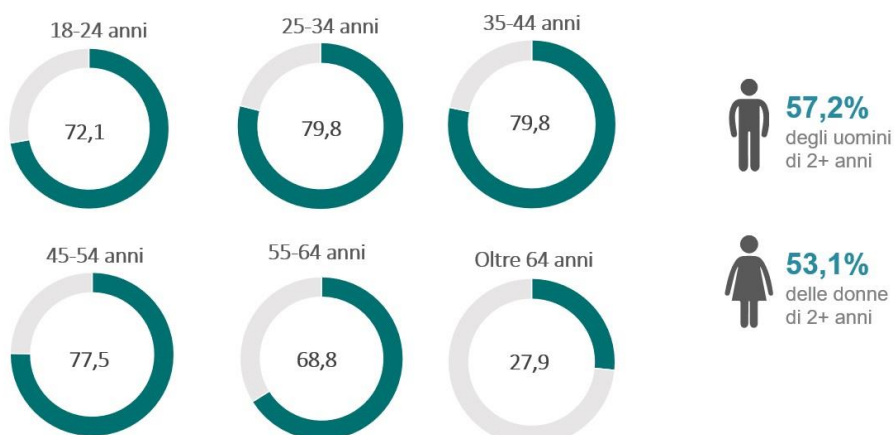
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)	
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (000)	32.914	9.976	4.321	28.320	VAR% SETT2020 / AGO2020 GIORNO MEDIO
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	55,1%	16,7%	9,6%	62,8%	+2,3% TOTAL DIGITAL AUDIENCE
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:32	1:22	1:17	2:16	+30,9% COMPUTER
UTENTI UNICI - MESE (000)	42.245	25.002	7.294	37.612	+8,1% TABLET
% POPOLAZIONE - MESE (%)	70,8%	41,9%	16,2%	83,4%	-0,1% SMARTPHONE
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	59:23	16:21	22:50	51:24	

Fonte: Audiweb Database, SETTEMBRE 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.

A settembre la **metà della popolazione italiana** dai 2 anni in su, il 55,1% (32,9 milioni), **ha navigato** almeno una volta **nel giorno medio**. Se allarghiamo l'osservazione a tutti gli individui che hanno navigato **almeno una volta nel mese**, quindi con una frequenza di fruizione minore, il dato si estende al **70,8% della popolazione** (42,2 milioni).

Ritornando alla **composizione della popolazione che ha navigato nel giorno medio** a settembre, risultano online il 57,2% degli **uomini** (17 milioni) e il 53,1% delle **donne** (15,9 milioni) e, più in dettaglio, il 72,1% dei 18-24enni, il 79,8% dei 25-44enni, il 77,5% dei 45-54enni, il 68,8% dei 55-64enni e il 27,9% degli over 64 anni.

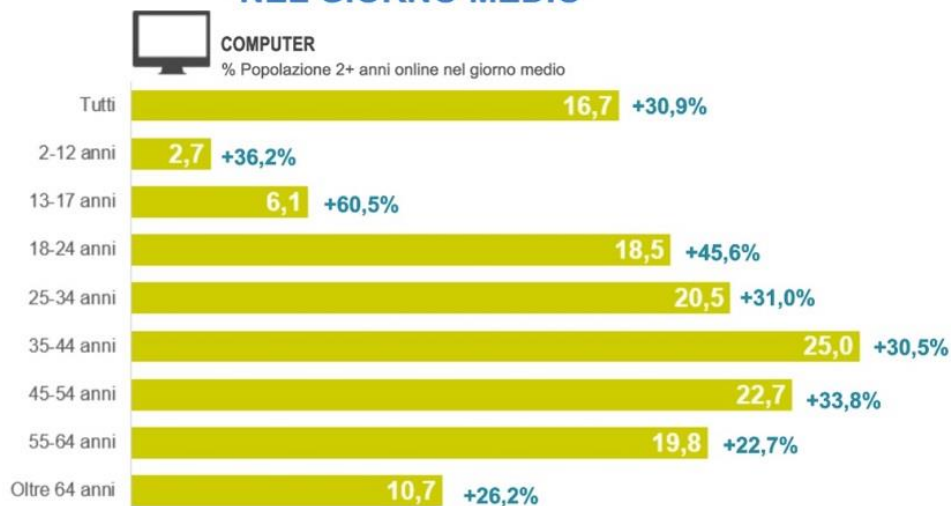
LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, SETTEMBRE 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.

La ripresa delle **attività lavorative** e, a partire dalla metà del mese, della **graduale riapertura delle scuole** hanno fatto registrare un **incremento dell'audience online da Computer** (+30,9%), tipico di questo periodo post estivo. I maggiori incrementi si registrano **tra i più giovani**: +36,2% i **2-12 anni** e +60,5% i **13-17 anni** e +45,6% i **18-24 anni** online nel giorno medio.

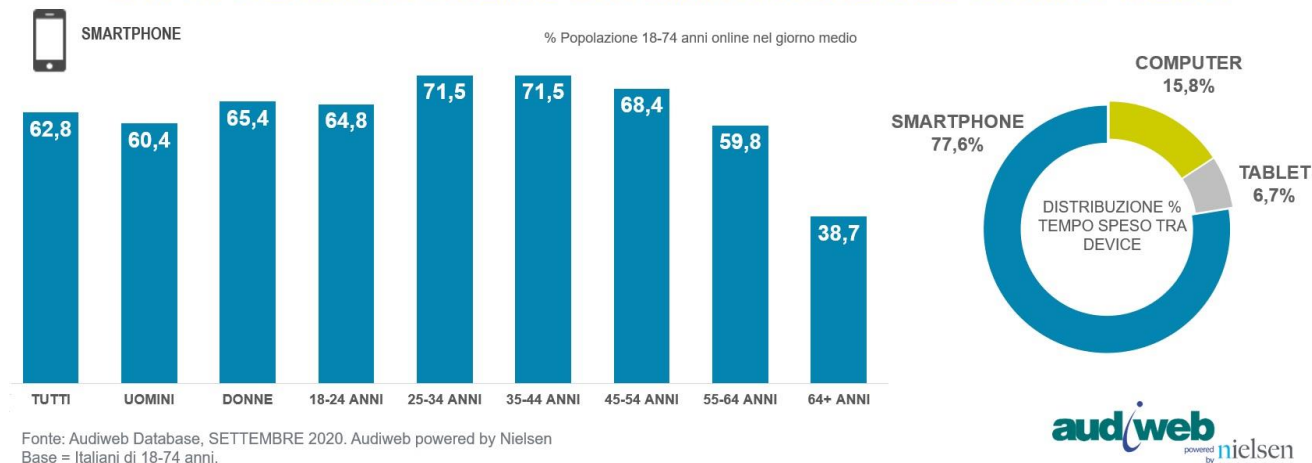
LA POPOLAZIONE ONLINE DA COMPUTER NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, SETTEMBRE 2020. Audiweb powered by Nielsen
Base = % della popolazione online nel giorno medio

Lo **Smartphone** resta in ogni caso **il principale device per navigare**, con il 62,8% degli individui maggiorenni (28,3 milioni) online nel giorno medio, generando il 77,6% del tempo complessivo trascorso su internet. **Tra i segmenti più attivi** nella fruizione dell'online da Smartphone nel giorno medio si distinguono le **donne** (il 65,4% delle donne maggiorenni), i **25-44enni** (il 71,5% di questa fascia d'età) e i **45-54enni** (il 68,4%).

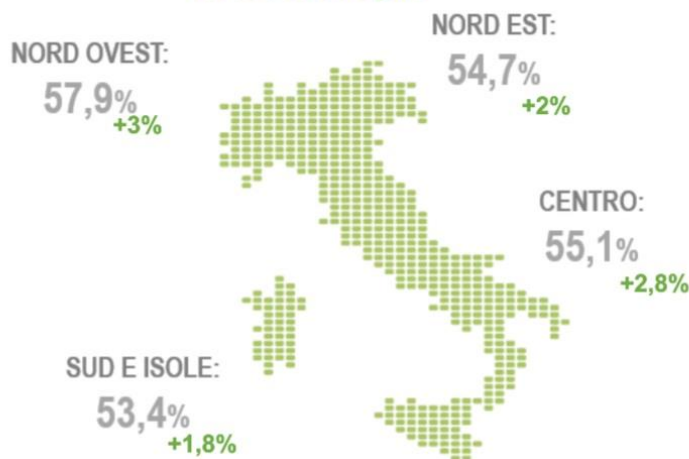
LA POPOLAZIONE ONLINE DA SMARTPHONE NEL GIORNO MEDIO



L'incremento dell'audience nel giorno medio risulta **così distribuito su tutto il territorio nazionale**: +3% nell'area **Nord Ovest** (con il 57,9% della popolazione di quest'area), +2,8% nell'area **Centro** (il 55,1% della popolazione), +2% nel **Nord Est** (il 54,7% della popolazione) e +1,8% nel **Sud e Isole** (il 53,4%).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

Var % Sett20 / Ago20



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

La conclusione della stagione estiva e la ripresa delle attività lavorative, scolastiche e di interessi legati alla quotidianità hanno influito positivamente sui **dati mensili di alcune categorie di siti**, come ad esempio nel caso dei siti e applicazioni dedicati agli **strumenti e ai servizi web online** (Internet Tools/Web Service) che **nel mese** registrano un incremento del +1,4% degli utenti online e del 31,4% del tempo complessivo trascorso su questa tipologia di siti, dei **portali generalisti** (sotto-categoria General Interest Portals & Communities) con +1,1% di utenti e +13,5% del tempo, di siti e app per la gestione delle **Email** con +2,4% degli utenti e +24,7% del tempo, della sotto-categoria **Software Manufacturers** con +3% di utenti e +15,2% del tempo, la sotto-categoria **Corporate Information** che raggiunge +2% di utenti con +24,1% del tempo, la

sotto-categoria **Health, Fitness & Nutrition** che registra +4,8% di utenti e +50,7% tempo e la sotto-categoria **Food & Cooking** che registra +2,5% di utenti e +27,4% del tempo.

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

	 UTENTI UNICI (.000)	 % UTENTI	 TEMPO/PERSONA (hh:mm)	VAR% UTENTI SET2020 / AGO2020
Total	42,2	100	59:23	+0,7%
SEARCH	39.517	93,5	02:12	+0,6%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	37.455	88,7	01:27	+1,4%
MEMBER COMMUNITIES	37.380	88,5	16:32	-0,8%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	36.971	87,5	00:56	+1,1%
VIDEOS/MOVIES	36.840	87,2	06:30	-0,5%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.435	86,3	01:17	+0,4%
INSTANT MESSAGING	35.297	83,6	11:42	-0,5%
E-MAIL	34.175	80,9	02:54	+2,4%
MASS MERCHANDISER	33.672	79,7	01:47	-0,4%
SOFTWARE MANUFACTURERS	33.516	79,3	01:40	+3,0%
CORPORATE INFORMATION	31.150	73,7	00:42	+2,0%
MAPS/TRAVEL INFO	29.815	70,6	00:49	-4,4%
WEATHER	29.550	70,0	00:21	-2,5%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.398	69,6	00:26	+4,8%
FOOD & COOKING	29.051	68,8	00:24	+2,5%

Fonte: Total Digital Audience nel mese di SETTEMBRE 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Var % Utenti unici mensili. 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.

⁽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