

## SONO DISPONIBILI SUL SITO AUDIWEB I DATI DI SINTESI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI AGOSTO 2021

Con 43,7 milioni di utenti mensili (-1% rispetto a luglio), nel mese di agosto si rileva ancora una lieve flessione, tipica della stagione estiva, già registrata a partire da giugno.

Trend ancora in positivo per i contenuti e i servizi legati ai viaggi e agli spostamenti – “Maps/Travel Info” +3,1%, Weather con +2% - e allo Sport (+1,6%), la cui audience è attratta dagli eventi sportivi in calendario in questo mese; andamento in flessione per i portali generalisti (-1,1%), per i servizi di Email (-2,2%), per i siti e le applicazioni delle Istituzioni governative (-1,6%) e dedicati al benessere e alla salute (“Health, Fitness & Nutrition”, -2,4%) e dei broadcaster online (-5,6%).

La Total Digital Audience nel giorno medio ad agosto è rappresentata da 36,4 milioni di individui, registrando una flessione degli accessi da Computer pari al 12%.

Milano, 14 ottobre 2021 – Sono disponibili sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di agosto 2021. I nuovi dati Audiweb Database, prodotti con il sistema di rilevazione Audiweb 2021, sono stati già distribuiti alle Software House per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

### La total digital audience nel mese di agosto 2021

Nel mese di agosto hanno navigato da Computer e Mobile (Smartphone e/o Tablet) 43,7 milioni di individui dai 2 anni in su, l'1% in meno rispetto al mese di luglio: una lieve flessione stagionale che si registra generalmente a partire dal mese di giugno, in apertura della stagione estiva.

Circa il 90% della popolazione di 18-74 anni (l'89,7%, pari a 39,1 milioni) era online da Mobile, mantenendo il trend stabile rispetto al mese precedente, rappresentando una copertura capillare di questi dispositivi anche nei mesi estivi.

La Total Digital Audience nel giorno medio ad agosto è rappresentata da 36,4 milioni di individui, il 61% della popolazione dai 2 anni in su, online in media per circa 2 ore e 14 minuti per persona.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI AGOSTO 2021

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
<b>UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)</b>	<b>36.410</b>	10.609	33.714
<b>% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)</b>	<b>61,0%</b>	17,8%	77,2%
<b>TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)</b>	<b>2:14</b>	0:59	2:06
<b>UTENTI UNICI – MESE (.000)</b>	<b>43.658</b>	26.697	39.135
<b>% POPOLAZIONE – MESE (%)</b>	<b>73,2%</b>	44,7%	89,7%
<b>TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)</b>	<b>57:43</b>	12:05	56:09

**VAR% AGO 2021 / LUG 2021**  
UTENTI UNICI NEL MESE

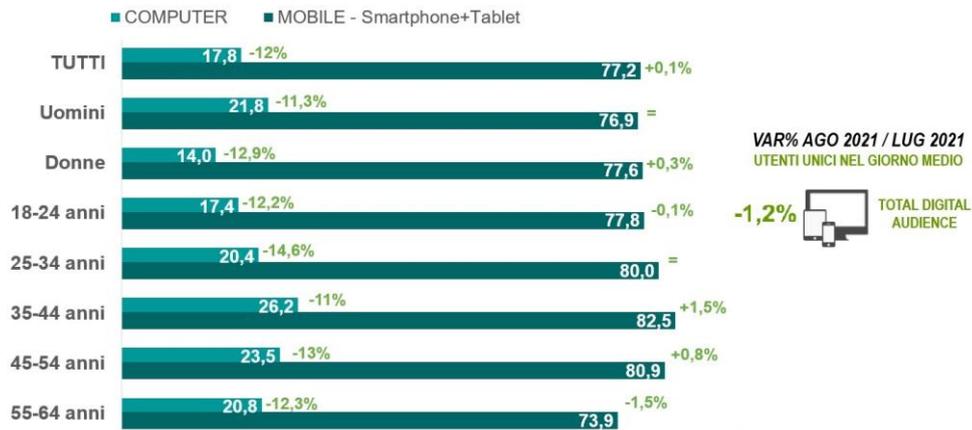
- 1% TOTAL DIGITAL AUDIENCE
- 3,2% COMPUTER
- = MOBILE

Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)

La fruizione di internet da **Mobile** nel giorno medio, ovvero con una frequenza piuttosto continuativa, raggiunge ad agosto il 77,2% della popolazione maggiorenne, mantenendosi stabile anche in quest'ambito di osservazione, mentre la fruizione **da Computer** – rilevata per la fascia 2-74 anni - cala del 12%, come accade solitamente in questo mese dedicato alle ferie estive per gran parte della popolazione.

Dai dati, infatti, il trend generale si riflette in tutte le fasce d'età, dove la flessione della fruizione da **Computer oscilla** tra il -14,6% per i 25-34enni e il -11% per i 35-44enni. Tra gli **under 18** la fruizione da Computer cala del 21% nel caso della fascia 2-12 anni e dell'11,6% per la fascia 13-17 anni.

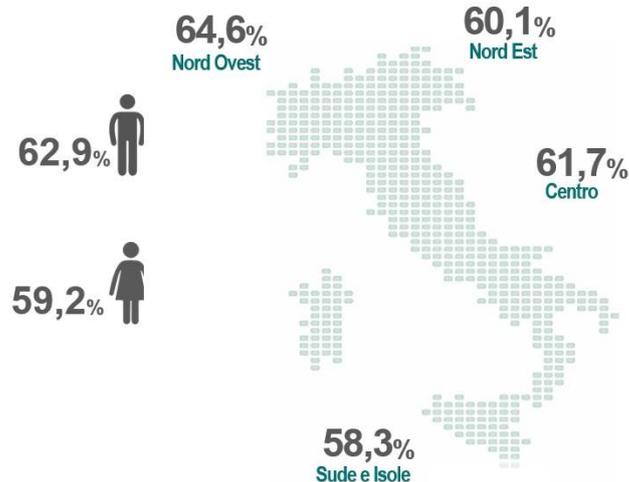
## DETTAGLIO DEVICE ED ETÀ DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)

In generale la popolazione online nel giorno medio - che ha navigato su internet con continuità e frequenza - rappresenta il 62,9% degli uomini (18,3 milioni) e il 59,2% delle donne (18,1 milioni) e, guardando i dati sulla provenienza geografica, il 64,6% della popolazione dell'area Nord-Ovest (10,3 milioni), il 60,1% del Nord Est (6,9 milioni), il 61,7% del Centro (7,3 milioni) e il 58,3% del Sud e Isole (11,9 milioni).

## CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)

Ad agosto il tempo trascorso online da **Mobile aumenta del 4,5%** arrivando a rappresentare l'87,2% del tempo totale trascorso online e, in termini di tempo medio per persona, a raggiungere 2 ore e 14 minuti nel giorno medio, con punte di 3 ore per i 18-24enni e. Per quanto riguarda la fruizione da **Computer**, al calo di utenti online da questo tipo di dispositivo corrisponde anche un calo del tempo generato online, pari al -13,8%.

## LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE (Smartphone - Tablet) (18 - 74 anni)
<b>TUTTI</b>	<b>2:14</b>	<b>0:59</b>	<b>2:06</b>
<b>UOMINI</b>	2:08	1:00	1:58
<b>DONNE</b>	2:20	0:57	2:14
2-12 anni	0:52	0:52	N.D.
13-17 anni	0:42	0:42	N.D.
18-24 anni	3:00	0:55	2:55
25-34 anni	2:34	1:07	2:23
35-44 anni	2:25	0:59	2:13
45-54 anni	2:08	1:04	1:55
55-64 anni	1:54	0:53	1:49
Oltre 64 anni	1:47	0:56	1:42



Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

In termini di **consumi e di interessi online**, l'andamento di agosto rispetto al mese precedente e al periodo estivo in generale mostra le stesse peculiarità: **indici stabili per l'audience mensile di gran parte delle principali categorie di siti e contenuti**, ma con una maggiore flessione della frequenza di accesso che emerge dai dati nel giorno medio; trend **ancora in positivo** per i contenuti e i servizi legati ai **viaggi e agli spostamenti** – come nel caso delle categorie “Maps/Travel Info” con +3,1% e Weather con +2%, ma anche nel caso di Multi-category Travel con +2,7% e “Directories/Local Guides” +2,8% - e allo **Sport** (+1,6%), la cui audience è attratta dagli eventi sportivi in calendario in questo mese; **andamento in flessione** per i **portali generalisti** (“General Interest Portals & Communities”, -1,1%), per i servizi di **Email** (-2,2%), i siti e le applicazioni delle **Istituzioni** (categoria “Government”, -1,6%) e, tra le altre categorie, dedicati al **benessere e alla salute** (“Health, Fitness & Nutrition”, -2,4%) e dei broadcaster online (-5,6%).

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI AGOSTO 2021

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI NEL MESE (.000)	VAR % UTENTI LUG 2021 / GIU 2021	% UTENTI	TEMPO/PERSONA NEL MESE (hh:mm)
<b>TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE</b>	<b>43.658</b>	<b>-1,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>57:43</b>
Search	41.045	-1,6%	94,0	02:02
Internet Tools/Web Services	38.736	-0,8%	88,7	01:16
Videos/Movies	38.454	0,1%	88,1	06:04
Member Communities	38.333	-0,4%	87,8	18:25
General Interest Portals & Communities	38.060	-1,1%	87,2	00:51
Current Events & Global News	37.340	-0,9%	85,5	01:00
Instant Messaging	36.878	0,1%	84,5	10:30
E-mail	35.140	-2,2%	80,5	02:04
Mass Merchandiser	34.891	-0,6%	79,9	01:36
Software Manufacturers	34.234	-0,8%	78,4	01:49
Corporate Information	32.384	-0,3%	74,2	00:33
Sports	31.937	1,6%	73,2	00:58
Maps/Travel Info	31.762	3,1%	72,8	01:10
Weather	31.630	2,0%	72,5	00:22
Government	30.253	-1,6%	69,3	00:30

Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2021, dati Mensili - Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

Il **documento di sintesi** con la sintesi dei dati dell'audience online nel giorno medio degli editori iscritti alla rilevazione è **disponibile sul sito Audiweb, previa registrazione.**

Nel documento di sintesi sono riportati i **dati sintetici della Total Digital Audience degli editori iscritti al servizio di rilevazione** organizzati per **Custom Property** (Concessionarie), **Parent** (Editori) e **Brand e Sub-Brand**, suddivisi per **contenuti "Sito & Mobile App" e "Video"**, con la **novità dell'introduzione del dato mensile** che si aggiunge al dato di giorno medio già rappresentato in questo documento di consultazione. Sono ancora disponibili le **informazioni di dettaglio sulle componenti di audience** di ogni editore iscritto ad Audiweb, distinguendo, nella pagina "Brand & Sub-brand", i dati **dell'audience "organica"** (perimetro organico) dai dati dell'**audience "complessiva o non organica"** (perimetro complessivo) derivanti da accordi editoriali di cessione del traffico (TAL – Traffic Assignment Letter).

Tutte le informazioni sul sistema Audiweb 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.**

## Legenda

### 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 unici in quanto rappresentano persone fisiche.

### INTERVALLO "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 / entità o elemento di riferimento.

### 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.

### INTERVALLO "MESE"

Il dato mensile per il mese di riferimento, il numero di utenti unici (persone fisiche) che in questo intervallo hanno effettuato almeno un accesso a internet / entità o elemento di riferimento.

### DIFFERENZA TRA DATO "MESE" E DATO "GIORNO MEDIO"

L'**osservazione del dato mensile** rende un'idea della **copertura del mezzo** nel periodo di rilevazione, mentre l'**osservazione del dato nel giorno medio** fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla **frequenza di utilizzo del mezzo** da parte degli utenti unici.

## 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)**