

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI AGOSTO 2022

La Total Digital Audience ad agosto ha raggiunto 43,3 milioni di individui online complessivamente per 67 ore e 15 minuti dai device rilevati (Computer e Mobile).

Tra le categorie che in questo caldo mese estivo registrano un incremento di audience di almeno il 2% rispetto al mese di luglio, con un riflesso positivo anche sul tempo speso, troviamo le sottocategorie dedicate al Meteo, alla ricerca linguistica e culturale, ai giochi online, ai viaggi e dei Broadcaster online.

Milano, 27 ottobre 2022 – Sul sito Audiweb sono disponibili il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di agosto 2022. I nuovi dati Audiweb Database sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione.

La total digital audience nel mese di Agosto 2022

La Total Digital Audience ad agosto ha raggiunto 43,3 milioni di individui online complessivamente per 67 ore e 15 minuti dai device rilevati (Computer e Mobile).

Nel giorno medio sono stati 36 milioni gli individui online, pari al 61,3% della popolazione dai 2 anni in su. La fruizione da mobile nel giorno medio nel pieno dell'estate ha visto il 91% della popolazione di 18-74 anni online da Mobile (Smartphone e/o Tablet) per 2 ore e 27 minuti in media per persona.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI AGOSTO 2022

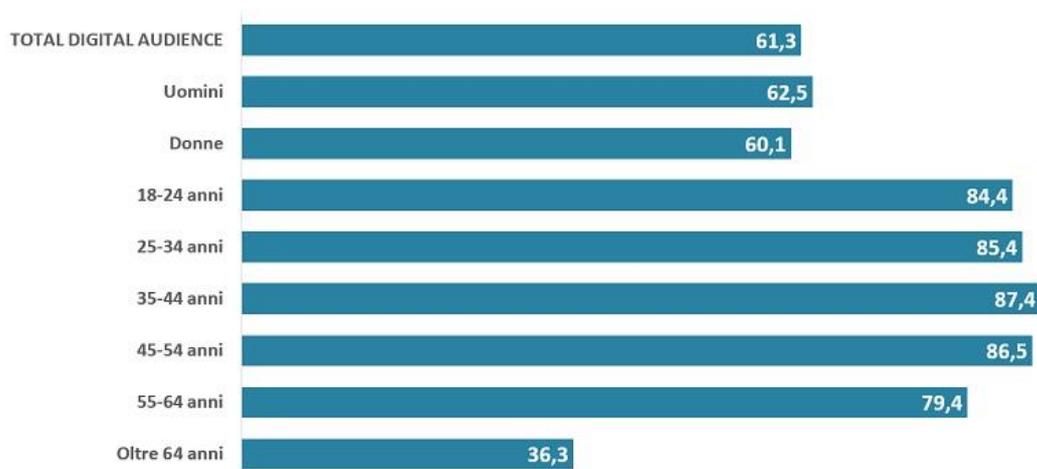
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	36.101	9.223	34.053
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	61,3%	15,6%	78,9%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:36	1:08	2:27
UTENTI UNICI – MESE (.000)	43.340	25.787	39.254
% POPOLAZIONE – MESE (%)	73,5%	43,8%	91,0%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	67:15	12:31	66:02

Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2022, 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 erano online nel giorno medio da Computer e/o Mobile (Smartphone e Tablet) il 62,5% degli uomini (17,9 milioni) e il 60,1% delle donne (18,2) e, per quanto riguarda i vari segmenti della popolazione,

risulta una **maggiore concentrazione** per la fascia dei 35-44enni (l'87,4% degli individui di questa fascia era online ad agosto nel giorno medio).

DETTAGLIO DEVICE ED ETÀ DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2022, 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)

Per quanto riguarda la **provenienza geografica** degli utenti online nel giorno medio, si è consolidata la distribuzione nel tempo. Nel giorno medio del mese di agosto, infatti, risulta che erano online: il 64,2% della popolazione del **Nord Ovest** (10,2 milioni), il 61,6% della popolazione del **Nord Est** (7,1 milioni), il 61,5% dell'area **Centro** (7,2 milioni) e il 58,6% dell'area **Sud e Isole** (11,7 milioni).

IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE: AREA GEOGRAFICA



Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2022, 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)

Dall'osservazione dei **dati di consumo dell'online** si rileva che nel mese di agosto resta sostanzialmente **consolidata** la fotografia delle sotto-categorie più visitate, con i raggruppamenti dedicati ai **motori di ricerca** (sotto-categoria Search), ai **servizi e strumenti online** (Internet Tools/Web Services) e alle **piattaforme di informazione e distribuzione dei video** (Videos/Movies) fissi tra i più visitate in assoluto e seguiti, a seconda degli eventi mensili e dei trend stagionali, dai **portali** (sotto-categoria General Interest Portals & Communities), i **social network** (Member Communities) e i siti e app di **informazione online** (Current Events & Global News).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI AGOSTO 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI AGOSTO 2022 (.000)	% UTENTI AGOSTO 22	TEMPO/PERSONA AGOSTO 2022 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	43.340	100%	67:15
SEARCH	41.485	70,4	02:53
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.674	67,3	01:26
VIDEOS/MOVIES	39.184	66,5	06:25
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.126	66,4	00:46
MEMBER COMMUNITIES	38.698	65,7	22:41
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.113	64,7	01:05
INSTANT MESSAGING	37.149	63,0	11:26
MASS MERCHANDISER	36.743	62,4	01:48
E-MAIL	36.736	62,3	03:24
SOFTWARE MANUFACTURERS	34.900	59,2	02:17
WEATHER	34.361	58,3	00:12
CORPORATE INFORMATION	33.998	57,7	00:34
MAPS/TRAVEL INFO	33.647	57,1	01:39
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.871	54,1	00:31
RESEARCH TOOLS	30.874	52,4	00:20

Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2022, dati Mensili- Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer, individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

Tra le categorie che in questo caldo mese estivo registrano un incremento di audience di almeno il 2% rispetto al mese di luglio, ma anche un riflesso positivo sul tempo speso, troviamo: le sotto-categorie “Weather”, che raggruppa siti e app dedicati al Meteo, con 34,4 milioni di utenti unici mensili (+4,8%) e un incremento del tempo speso per persona pari al +19,3%; “Research Tools”, che raggruppa strumenti dedicati alla ricerca linguistica e culturale, con un +18,7% del tempo; Broadcast Media con 26,5 milioni di utenti unici; Online Games che registra un +5,9% sul tempo per persona; Music con +4,1% di utenti e +6,9% del tempo; Photography con +9,3% del tempo e altre sotto-categorie dedicate ai viaggi e al periodo estivo, come nel caso di Airlines; che registra +6,1% sugli utenti unici e +2,5% sul tempo; Destinations con +19,2% utenti unici e +20,6% sul tempo per persona rispetto al mese precedente.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE CHE CRESCONO DI PIÙ AD AGOSTO 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI DIC 2021 (.000)	VAR % UTENTI UNICI AGO 22 / LUG 22	TEMPO/PERSONA DIC 2021 (hh:mm)	VAR % TEMPO AGO 22 / LUG 22
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	43.340	-0,5	67:15	0,0%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.126	2,3%	00:46	-16,0%
WEATHER	34.361	4,8%	00:12	19,3%
CORPORATE INFORMATION	33.998	5,3%	00:34	-10,2%
RESEARCH TOOLS	30.874	2,7%	00:20	18,7%
BROADCAST MEDIA	26.479	3,5%	00:48	3,4%
MULTI-CATEGORY TRAVEL	25.330	3,9%	00:11	0,3%
ONLINE GAMES	24.663	3,2%	10:22	5,9%
MUSIC	24.588	4,1%	01:07	6,9%
PHOTOGRAPHY	22.057	3,4%	00:30	9,3%
AUTOMOTIVE INFORMATION	18.079	3,2%	00:08	-11,7%
GAMBLING/SWEEPSTAKES	16.557	5,3%	01:09	-6,3%
AIRLINES	13.769	6,1%	00:15	2,5%
DESTINATIONS	13.204	19,2%	00:05	20,6%
ONLINE TRADING	11.873	5,2%	00:30	2,8%
MULTI-CATEGORY HOME & FASHION	11.728	4,8%	00:08	-7,2%

Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2022, 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** e nel documento completo delle **Note Informative consegnate ad AGCOM e pubblicate sul sito.**

Legenda

Audiweb Daily/Weekly: è il servizio che consente a tutti i Publisher - che hanno aderito al servizio e dotati di SDK - di disporre di un dato di unique audience (utenti unici deduplicati) "giorno" e "settimana", distribuito con frequenza giornaliera e settimanale e disponibile poche ore dopo la rilevazione. I dati rilasciati dal servizio Audiweb Daily/Weekly sono riferiti agli individui dai 2 anni in su per la componente Computer e per la componente Mobile (Smartphone e Tablet).

Audiweb Database: è il prodotto principale del sistema Audiweb, la base dati da cui vengono organizzate tutte le informazioni sulle navigazioni rilevate dai differenti device (Computer, Smartphone e Tablet), per i publisher iscritti al servizio e per l'intera offerta disponibile online, fornendo dati di navigazione e profili socio demografici degli utenti che hanno navigato, con la più ampia stratificazione e ricchezza di informazioni.

Disponibile a cadenza mensile per tutti gli iscritti al servizio, consente di costruire, valutare ed ottimizzare piani media in base alle tradizionali metriche di reach&frequency e GRP.

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