

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

*Audiweb Database per il mese di Luglio 2022 costituisce il primo dataset respondent level, prodotto a valle dell'introduzione della componente DCR ID e della riattivazione del servizio Audiweb Daily/Weekly, ripristinando un processo del tutto simile a quello attivo fino a dicembre 2020.*

*Nel mese di luglio la Total Digital Audience ha raggiunto 43,6 milioni di individui dai 2 anni in su, online complessivamente per 67 ore.*

*In questo primo pieno mese estivo l'attenzione degli utenti online si è spostata tra informazioni meteo, di viaggio, benessere e salute, oltre ai motori di ricerca, ai video e ai social network che restano tra le categorie più gettonate.*

-----

Milano, 28 settembre 2022 – Sul sito Audiweb sono disponibili il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di Luglio 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.

**Audiweb Database per il mese di Luglio 2022 costituisce il primo dataset respondent level, prodotto a valle dell'introduzione della componente Identity System - DCR ID - e della conseguente riattivazione del servizio Audiweb Daily/Weekly.**

Come già anticipato in occasione della riattivazione del servizio Audiweb Daily/Weekly, il DCR ID - messo punto da Nielsen - rappresenta il motore utilizzato per alimentare e potenziare il processo di attribuzione di audience ai dati censuari rilevati attraverso SDK (page views, stream views e tempo speso), assegnare informazioni demografiche di genere ed età e consentire la deduplica tra device.

Un elemento chiave anche per questo processo è costituito da indicatori raccolti mediante un pool di data provider esterni selezionati dalla medesima Nielsen che si occupa anche della raccolta di tali indicatori. Grazie a questa componente, il sistema Audiweb – attraverso il servizio Audiweb Daily/Weekly – rilascia quotidianamente dati di audience, a distanza di circa 58 ore dalla rilevazione, che contribuiscono ad alimentare la produzione di Audiweb Database Respondent Level, ripristinando un processo del tutto simile a quello attivo fino a dicembre 2020(\*).

### **La total digital audience nel mese di Luglio 2022**

Nel mese di luglio sono stati 43,6 milioni gli individui che hanno navigato online dai device rilevati, Desktop e Mobile (Smartphone e/o Tablet), collegati complessivamente per 67 ore. Il 91% degli individui di 18-74 anni (39,3 milioni) era online da mobile.

La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto quasi 36 milioni di utenti, online in media per 2 ore e 38 secondi. La fruizione di internet nel giorno medio di luglio ha visto il 78,2% della popolazione maggiorenne online da Mobile, pari a 33,7 milioni di utenti unici collegati in media per 2 ore e 26 minuti da Smartphone/Tablet.

## LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI LUGLIO 2022

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
<b>UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)</b>	<b>35.980</b>	10.250	33.742
<b>% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)</b>	<b>61,1%</b>	17,4%	78,2%
<b>TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)</b>	<b>2:38</b>	1:11	2:26
<b>UTENTI UNICI – MESE (.000)</b>	<b>43.573</b>	26.845	39.255
<b>% POPOLAZIONE – MESE (%)</b>	<b>73,9%</b>	45,6%	91,0%
<b>TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)</b>	<b>67:15</b>	14:01	65:04

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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)

Osservando in dettaglio i **dati sul tempo dedicato alla navigazione**, anche a luglio risulta le **donne** hanno trascorso un po' **più di tempo online** (2 ore 45 minuti) rispetto agli **uomini** (2 ore 30 minuti).

I **18.24enni** nel giorno medio di luglio hanno dedicato all'online **3 ore 18 minuti per persona**, seguiti dai **25-34enni** online per 3 ore e dai **35-44enni** online per 2 ore e 52 minuti. **L'altra parte della popolazione** (dai 55 anni in su) ha trascorso su internet comunque almeno 2 ore in media al giorno.

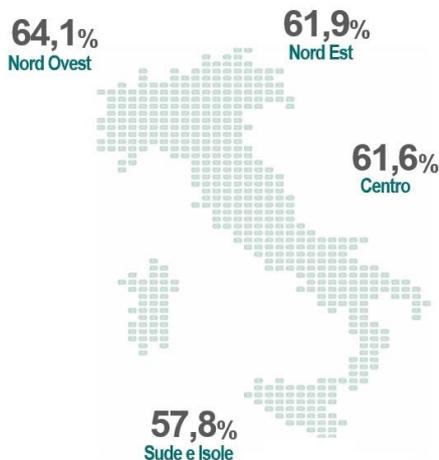
## DETTAGLIO PROFILI E DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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)

Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online nel giorno medio a luglio risulta che erano online il 64,1% della popolazione del **Nord Ovest** (10,1 milioni), il 61,9% della popolazione del **Nord Est** (7,1 milioni), il 61,6% dell'area **Centro** (7,2 milioni) e il 57,8% dell'area **Sud e Isole** (11,5 milioni).

## IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE: AREA GEOGRAFICA



Fonte: Total Digital Audience Luglio 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 i **dati di consumo**, nel caldo mese di luglio risulta che l'attenzione degli utenti si è mossa soprattutto tra i siti e mobile app dedicati al **meteo** (+14,2% rispetto a giugno per la categoria Weather), all'**eCommerce** (+2,7% per la categoria Mass Merchandiser), alle **mappe e alle informazioni utili per viaggiare** (+2,1% Maps/Travel Info) ai servizi e informazioni dedicati alle **Telecomunicazioni** (+2,9% Multi-category Telecom/Internet Services) e alla **salute e benessere** (+8,2% Health, Fitness & Nutrition).

Restano **stabili** nel tempo le categorie che raggruppano siti e mobile App dedicati ai **motori di ricerca** (Search con 41,6 milioni di utenti unici mensili), agli **strumenti e servizi web** (Internet Tools/Web Services con 39,9 milioni di utenti), alle piattaforme **video** e dedicati al **cinema** (Videos/Movies con 39,3 milioni di utenti) e i **social network** (Member Communities con 38,6 milioni di utenti).

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI LUGLIO 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI LUGLIO 2022 (.000)	% UTENTI LUGLIO 22	TEMPO/PERSONA LUGLIO 2022 (hh:mm)
<b>TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE</b>	<b>43.573</b>	<b>100%</b>	<b>67:15</b>
SEARCH	41.619	95,5	02:55
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.941	91,7	01:32
VIDEOS/MOVIES	39.327	90,3	06:37
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.602	88,6	01:09
MEMBER COMMUNITIES	38.597	88,6	21:54
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.275	87,8	00:55
INSTANT MESSAGING	37.257	85,5	12:15
E-MAIL	37.052	85,0	03:58
MASS MERCHANDISER	36.965	84,8	01:59
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.366	81,2	02:21
MAPS/TRAVEL INFO	33.538	77,0	01:17
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.916	75,5	00:36
WEATHER	32.855	75,4	00:10
CORPORATE INFORMATION	32.295	74,1	00:38
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.714	70,5	00:21

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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.**

**(\*) L'introduzione di una nuova componente metodologica – DCR ID – può avere effetto sulle variazioni di trend. Audiweb invita pertanto i Professionisti che faranno uso dei dati di Luglio 2022 e successivi a porre attenzione nelle analisi di confronto con i dati dei mesi precedenti.**

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

**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](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)**