

SONO DISPONIBILI SUL SITO AUDIWEB I DATI DI SINTESI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI MARZO 2022

Nel mese di marzo 2022 hanno navigato 44,2 milioni di individui dai due anni in su, trascorrendo online 67 ore e 14 minuti complessivi per persona.

La total digital audience nel giorno medio ha raggiunto 37,6 milioni gli individui (il 64% della popolazione dai due anni in su). Il 79,7% della popolazione tra i 18 e i 74 anni ha navigato da Mobile nel giorno medio (34,4 milioni).

Tra le principali categorie di siti e applicazioni mobile più consultate si registra una crescita per le News online (+2,2%), "Instant Messaging" (+4,8%), "Mass Merchandiser" (+3,8%), "Corporate Information" (+8,6%) e "Map/Travel Info" (+7,7%).

Milano, 16 maggio 2022 – Sono disponibili sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di Marzo 2022. I nuovi dati Audiweb Database 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 Marzo 2022

Nel mese di marzo 2022 ha navigato il 75% della popolazione dai due anni in su (44,2 milioni di individui), trascorrendo su Internet 67 ore e 14 minuti complessivi per persona.

La total digital audience nel giorno medio di questo mese ha raggiunto 37,6 milioni gli individui dai due anni in su, online per 2 ore e 33 minuti per persona.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI MARZO 2022

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	37.642	13.696	34.391
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	63,9%	23,2%	79,7%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:33	1:08	2:20
UTENTI UNICI – MESE (.000)	44.255	28.335	38.963
% POPOLAZIONE – MESE (%)	75,1%	48,1%	90,3%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	67:14	16:58	64:00

Fonte: Total Digital Audience MARZO 2022, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen

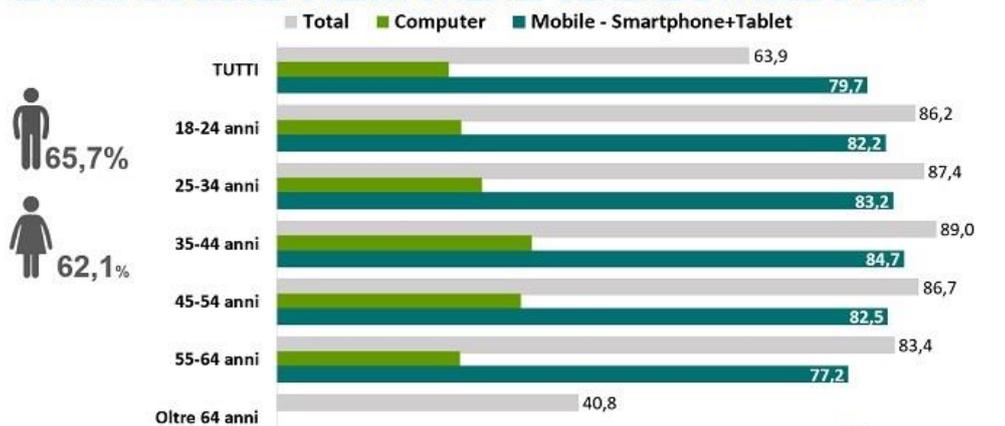
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)

Nel giorno medio a marzo era online il 63,9% della popolazione dai due anni in su, corrispondenti al 62,1% delle donne (18,8 milioni) e il 65,7% degli uomini (18,9 milioni). Nel giorno medio a marzo il

segmento della popolazione maggiormente coinvolto è rappresentato dai **35-44enni** (6,9 milioni), online nell'89% dei casi, seguito dal **25-34enni** con l'87,4% dei casi online (5,6 milioni), dai **45-54enni** con l'86,7% dei casi (8,3 milioni), dai **55-64enni** con l'83,4% dei casi (7 milioni) e dai **18-24enni** con l'86,2% (3,5 milioni) e. Gli **over 64enni online nel giorno medio** sono stati 5,6 milioni, pari al 40,8% di questo segmento.

Il **79,7%** della popolazione tra i 18 e i 74 anni ha navigato da **Mobile (Smartphone e/o Tablet)** nel giorno medio di marzo, vedendo coinvolti **più di tutti i 35-44enni** (e di riflesso sulla total digital audience di questo segmento) online da questi device nell'84,7% dei casi, **mantenendosi su quote di almeno l'82%** per i segmenti dei 18-24enni, dei 25-34enni e dei 44-55enni.

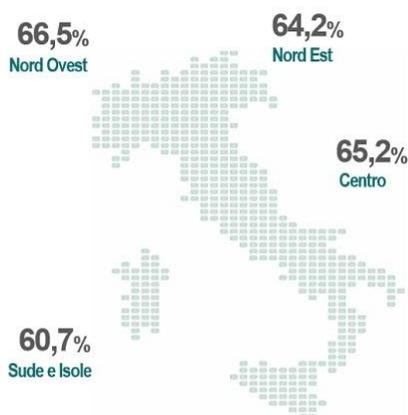
IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE: GENERE E FASCE D'ETÀ



Fonte: Total Digital Audience MARZO 2022i 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** risulta che nel giorno medio a marzo erano online il 66,5% della popolazione del **Nord Ovest** (10,5 milioni), il 64,2% della popolazione del **Nord Est** (7,4 milioni), il 65,2% dell'area **Centro** (7,6 milioni) e il 60,1% dell'area **Sud e Isole** (12 milioni).

IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE: AREA GEOGRAFICA



Fonte: Total Digital Audience MARZO 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)

Anche a marzo **le donne hanno dedicato più tempo alla navigazione quotidiana**, raggiungendo le 2 ore e 41 minuti in media per persona, contro le 2 ore e 24 minuti degli uomini.

Il tempo speso per persona nel giorno medio a marzo si mantiene su **valori più elevati e abbastanza simili** per i **18-24enni** – che arrivano a 3 ore al giorno – e la fascia allargata dei **25-44enni** – che raggiungono le 2 ore e 52 secondi.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience MARZO 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 dei consumi online **restano confermate le categorie di siti e mobile app più consultati dagli utenti**, con **dati in crescita rispetto a febbraio** che, come già notato il mese scorso, è il mese più corto dell'anno e solitamente presenta una lieve flessione dell'audience online.

Tra le prime quindici categorie più visitate a marzo si notano, in particolare, la categoria **“Current Events & Global News”** – l'insieme di siti e mobile app dedicati alle news online – stabile al terzo posto delle preferenze dell'audience online, con 39,3 milioni di utenti unici (+2,2% rispetto a febbraio), la categoria **“Instant Messaging”** che, rispetto al mese precedente, registra un incremento di audience del 4,8%, insieme a **“Mass Merchandiser”** (l'insieme di siti di e-commerce) con il +3,8%, **“Corporate Information”** (l'insieme di siti e mobile app delle aziende) con +8,6% e **“Map/Travel Info”** con +7,7% dell'audience online nel mese.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI MARZO 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI MARZO 2022 (.000)	VAR% MAR 2022 / FEB 2022 (%)	% UTENTI MARZO 22	TEMPO/PERSONA MARZO 2022 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.255	-0,6	100,0%	67:14
SEARCH	41.947	+1,5%	94,8	03:03
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.350	+2,2%	91,2	01:47
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	39.340	+2,2%	88,9	01:29
VIDEOS/MOVIES	39.176	+2,1%	88,5	06:31
MEMBER COMMUNITIES	38.553	+1,4%	87,1	20:19
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.243	+1,0%	86,4	01:05
E-MAIL	37.259	+2,9%	84,2	04:50
INSTANT MESSAGING	36.965	+4,8%	83,5	11:54
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.000	+2,5%	81,3	02:39
MASS MERCHANDISER	35.861	+3,8%	81,0	01:51
CORPORATE INFORMATION	34.322	+8,6%	77,6	00:42
MAPS/TRAVEL INFO	31.618	+7,7%	71,4	00:44
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.423	+3,6%	71,0	00:29
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.146	+0,1%	68,1	00:26
RESEARCH TOOLS	29.867	+2,3%	67,5	00:20

Fonte: Total Digital Audience MARZO 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

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

