

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

La Total Digital Audience ad ottobre ha raggiunto 43,9 milioni di utenti unici, con 36,6 milioni di utenti unici nel giorno medio online per 2 ore e 37 minuti per persona.

I 18-24enni confermano ancora il picco delle 3 ore di navigazione media, poco più dei 25-34enni (2 ore e 55 minuti) e dei 35-44enni (2 ore e 47 minuti).

Il mese di ottobre, primo mese autunnale, normalizza i consumi, spingendo alcuni raggruppamento di siti e app che registrano particolari incrementi di audience, come nel caso delle Telcos e dei servizi internet (+2,1%), di Food & Cooking (+2,0%), salute e benessere (+3,4%), dei Broadcaster online (+4,5%), dei servizi bancari (+2,7%) e strumenti finanziari online (+3,0%) e delle risorse dedicate al mondo dell'istruzione e dell'apprendimento (+7,7%).

Milano, 15 dicembre 2022 – Sul sito Audiweb sono disponibili il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di ottobre 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 Ottobre 2022

La Total Digital Audience ad ottobre ha raggiunto il 75% della popolazione dai 2 anni in su, pari a 43,9 milioni di utenti unici online complessivamente per 67 ore e 46 minuti.

Nel giorno medio sono stati 36,6 milioni gli utenti che hanno navigato dai device rilevati (Computer, Smartphone e/o Tablet), online in media per 2 ore e 37 minuti per persona.

La fruizione da Mobile (Smartphone e/o Tablet) nel giorno medio del mese ha raggiunto l'80,1% della popolazione maggiorenne (34,3 milioni di utenti), navigando da questi dispositivi per 2 ore e 24 minuti.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI OTTOBRE 2022

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (000)	36.618	11.362	34.319
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	62,5%	19,4%	80,1%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:37	1:11	2:24
UTENTI UNICI - MESE (000)	43.934	27.986	39.196
% POPOLAZIONE - MESE (%)	75,0%	47,8%	91,5%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	67:46	14:50	65:22

Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 2022, dati Giorno Medio  
- Audiweb powered by Nielsen  
Base: Individuali 2+ anni per TDA e Computer; Individuali 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

Il tempo speso online nel giorno medio ad ottobre trova **le donne** online in media per **2 ore e 43 minuti**, ancora **più degli uomini** che hanno navigato per circa **12 minuti in meno** al giorno.

I **18-24enni** confermano ancora il picco delle **3 ore di navigazione** media, poco più dei 25.34enni (2 ore e 55 minuti) e dei 35-44enni (2 ore e 47 minuti). Con 2 ore e 15 minuti di tempo speso online, anche **gli over 64enni** hanno superato le **2 ore di navigazione** nel giorno medio.

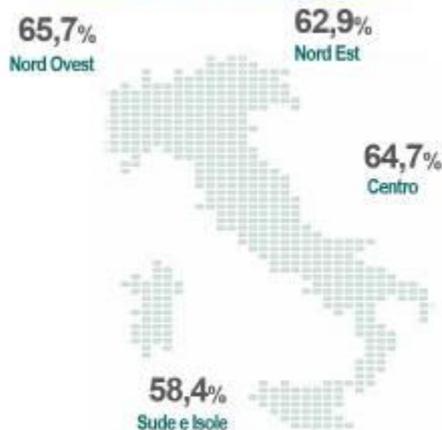
## IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital OTTOBRE 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 sulla **provenienza geografica degli utenti online** la distribuzione resta invariata rispetto al mese di settembre, coprendo nel giorno medio il 65,7% della popolazione del **Nord Ovest** (10,3 milioni), il 62,9% della popolazione del **Nord Est** (7,2 milioni), il 64,7% dell'area **Centro** (7,5 milioni) e il 58,4% dell'area **Sud e Isole** (11,5 milioni).

## LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE:



Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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)

Il mese di ottobre, primo mese autunnale, mostra **dati di consumo** piuttosto **stabili** rispetto al mese di settembre, considerando la **normalizzazione delle attività di lavoro/studio, di routine e svago**.

Alcune tra le **principali categorie** mostrano un **incremento di audience di almeno il 2%** rispetto al mese di settembre, come nel caso del raggruppamento dedicato a siti e app delle **Telcos e dei servizi internet** (+2,1%), di **Food & Cooking** (+2%), **salute e benessere** (Health, Fitness & Nutrition, +3,4%), **Multi-category Entertainment** (+4,2%), dei **Broadcaster online** (+4,5%), dei **servizi bancari** (Full

Service Banks & Credit Unions, +2,7%) e **strumenti finanziari online** (Financial Tools, +3,%) e delle risorse dedicate al mondo dell'**istruzione e dell'apprendimento** (Educational Resources, +7,7%).

La sotto-categoria "Current Events & Global News", dedicata alle **news online**, è tra le principali che registra un dato **in flessione** (-1,8%) rispetto al mese scorso che, invece, aveva attirato particolarmente l'attenzione di utenti online contestualmente alle elezioni politiche.

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

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI OTTOBRE 2022 (.000)	% UTENTI OTTOBRE 22	TEMPO/PERSONA OTTOBRE 2022 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	43.934	100%	67:46
SEARCH	41.929	95,4	02:53
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.344	91,8	01:45
VIDEOS/MOVIES	39.737	90,5	06:17
MEMBER COMMUNITIES	38.815	88,4	20:49
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.775	88,3	00:53
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.531	87,7	01:13
E-MAIL	37.676	85,8	04:22
INSTANT MESSAGING	37.438	85,2	11:12
MASS MERCHANDISER	36.977	84,2	02:05
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.355	82,8	02:27
CORPORATE INFORMATION	34.544	78,6	00:40
MAPS/TRAVEL INFO	33.163	75,5	01:14
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.687	74,4	00:33
FOOD & COOKING	32.010	72,9	00:20
RESEARCH TOOLS	30.918	70,4	00:19

Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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)

## LE PRINCIPALI CATEGORIE CHE CRESCONO DI ALMENO IL 2%

LE SOTTO-CATEGORIE CHE CRESCONO	UTENTI UNICI OTTOBRE 2022 (.000)	VAR% OTT 2022 / SET 2022 (%)
Tutte le sotto-categorie	43.934	-0,5%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.687	2,1%
FOOD & COOKING	32.010	2,0%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.902	3,4%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	30.095	4,2%
BROADCAST MEDIA	29.934	4,5%
FULL SERVICE BANKS & CREDIT UNIONS	27.994	2,7%
APPAREL/BEAUTY	27.344	3,4%
FINANCIAL TOOLS	26.749	3,0%
HOME & GARDEN	26.008	3,8%
COMPUTER & CONSUMER ELECTRONICS NEWS	23.325	3,2%
MULTI-CATEGORY COMPUTERS & CONSUMER ELECTRONICS	22.463	4,0%
EDUCATIONAL RESOURCES	22.190	7,7%
DIRECTORIES/LOCAL GUIDES	22.153	3,8%
MULTI-CATEGORY TRAVEL	21.289	3,0%
AUTOMOTIVE INFORMATION	19.392	13,0%

Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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](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)**