

Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Luglio, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

L'audience online a luglio ha raggiunto 43,4 milioni di utenti che hanno navigato per 67 ore complessive, preferendo – in questo pieno mese estivo - siti e applicazioni delle categorie dei social network, instant messaging, e-commerce, meteo e informazioni relative a viaggi e mappe.

Nel giorno medio sono stati 36,4 milioni gli individui dai 2 anni in su che hanno navigato mediamente per per 2 ore e 35 minuti per persona.

Milano, 13 settembre 2023 - Sono disponibili i dati della **total digital audience del mese di Luglio 2023**, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom, la società nata dalla fusione tra Audiweb s.r.l e Audipress s.r.l.


I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

La total digital audience nel mese di Luglio 2023

L'audience online nel mese di luglio ha raggiunto 43,4 milioni di utenti che hanno navigato per 67 ore, pari a 2 giorni e 19 ore complessivi.

Nel **giorno medio** sono stati **36,4 milioni** gli individui online almeno una volta dai **dispositivi rilevati** (Computer, Smartphone e Tablet), pari al 62% della popolazione dai 2 anni in su.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE LUGLIO 2023



DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	36.366	9.700	34.345
Pop. di riferimento giorno medio (%)	62,1	16,6	80,1
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:35	1:09	2:24
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	43.372	25.753	39.283
Pop. di riferimento mese (%)	74,1	44,0	91,7
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	67:03	13:23	65:15

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2023, – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

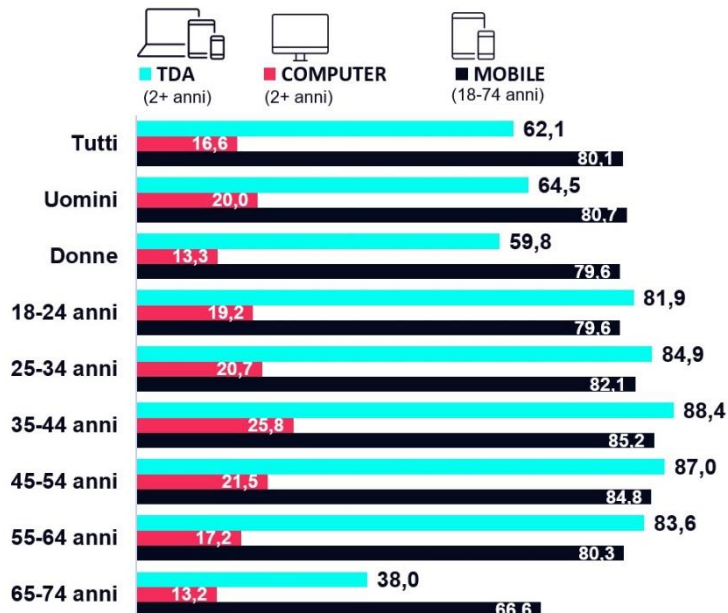
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Dai dati di **dettaglio dei profili degli individui online nel giorno medio** risulta che hanno navigato nel quotidiano 18,4 milioni di **uomini** (il 64,5% di questo segmento di popolazione dai 2 anni in su), quasi 18 milioni di **donne** (il 59,8%) e, per quanto riguarda le **differenti fasce d'età**, 3,4 milioni tra i **18-24enni** (l'81,9%), 5,3

milioni tra i **25-34enni** (l'84,9%), 6,6 milioni tra i **35-44enni** (l'88,4%), 8,3 milioni tra i **45-54enni** (l'87%), 7,2 milioni tra i **55-64enni** (l'83,6%) e 5,3 milioni tra **gli over 64 anni** (il 38%).

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2023, dati Giorno Medio –

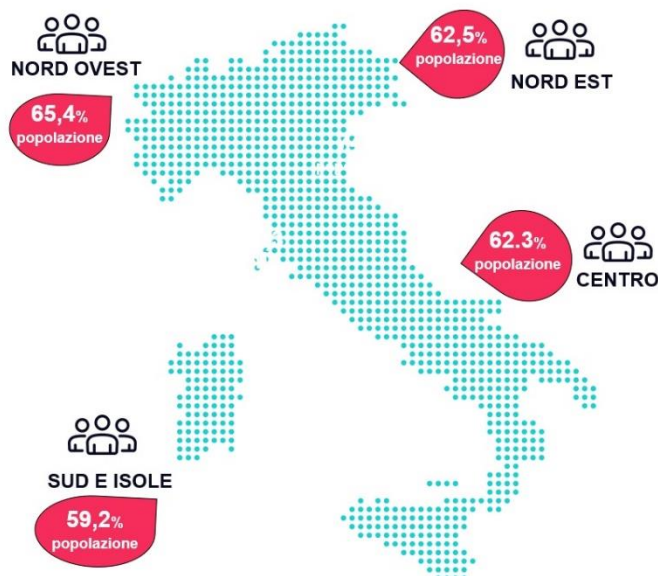
Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

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



Nel giorno medio troviamo online il 65,4% della popolazione del **Nord Ovest** (10,3 milioni), il 62,5% del **Nord Est** (7,2 milioni), il 62,3% del **Centro** (7,3 milioni) e il 59,2% del **Sud e Isole** (11,6 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2023, dati Giorno Medio –

Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

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

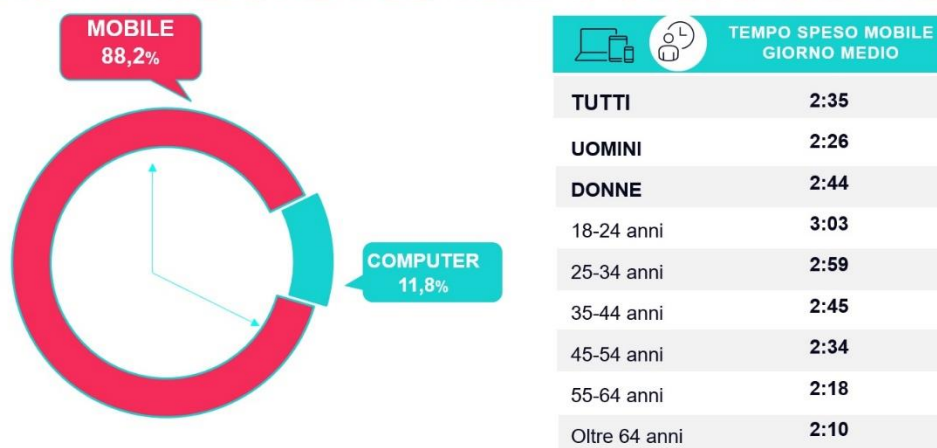


Dai **dati sul tempo dedicato all'online nel giorno medio dai dispositivi rilevati** (Computer, Smartphone e/o Tablet) risulta che persiste anche in piena estate un **maggiore coinvolgimento delle donne**, con 2 ore e 44 minuti dedicate all'online nel giorno medio, rispetto agli uomini, con 2 ore e 26 minuti.

Tra le **differenti fasce d'età, i 18-24enni e i 25-34enni** risultano ancora tra i più coinvolti con circa 3 ore in media per persona dedicate all'online.

La **distribuzione del tempo trascorso online a luglio** riflette ancora la **costante dominanza della fruizione da Mobile** (Smartphone e/o Tablet), che raggiunge l'**88,2% del tempo complessivo** dedicato alla fruizione di internet.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2023, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



Luglio rappresenta il mese estivo in cui **iniziano le prime partenze più sistematiche** per le ferie e in cui, generalmente, **si registrano i principali cambiamenti nelle abitudini di fruizione** in questo lungo e caldo periodo.

Le preferenze di navigazione restano sostanzialmente invariate, si registrano, però, **particolari variazioni del tempo dedicato alle differenti categorie di siti e applicazioni** che caratterizzano poi il trend estivo.

Infatti, **dai dati di dettaglio sulla fruizione di siti e mobile app**, risulta che, rispetto al mese precedente, gli utenti online hanno dedicato un po' **più di tempo ai Social Network (+5,3%)**, agli **strumenti di messaggistica istantanea (+5,5%)**, agli **acquisti online (+12,5%)** e a **tutto ciò che è riferito agli spostamenti**, dal **meteo (+5,9%)** alla consultazione di mappe e informazioni di viaggio (+11,2%).

Hanno riscontrato maggiore interesse da parte degli utenti anche **altre tipologie di argomenti dedicati al tempo libero**, come nel caso del **cibo e delle ricette (+20,9% del tempo speso per persona rispetto a giugno)**, dei **canali dei principali broadcaster (+ 3,6%)**, di **salute e benessere (+18,1%)** e quanto attiene alla **casa e al giardinaggio (+5,3%)***.

*segue tabella nella pagina successiva.

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE - LUGLIO 2023

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI LUGLIO 2023 (.000)	% POPOLAZIONE LUGLIO 2023 (%)	TEMPO/PERSONA LUGLIO 2023 (HH:MM)	VAR % LUG23 / GIU23
TUTTE LE CATEGORIE	43.372	74,1	67:03	+3,5%
SEARCH	41.163	70,3	02:29	-2,1%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.724	67,8	01:22	-6,2%
VIDEOS/MOVIES	39.365	67,2	06:21	+0,8%
MEMBER COMMUNITIES	38.565	65,9	23:00	+5,3%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.258	65,3	01:02	-1,1%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.773	64,5	01:06	-6,7%
INSTANT MESSAGING	37.514	64,1	11:12	+5,5%
MASS MERCHANDISER	37.330	63,7	02:16	+12,5%
E-MAIL	36.771	62,8	03:10	-13,0%
WEATHER	35.335	60,3	00:18	+5,9%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.229	60,2	02:06	+3,5%
CORPORATE INFORMATION	34.262	58,5	00:42	-12,8%
MAPS/TRAVEL INFO	34.049	58,1	01:32	+11,2%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.123	54,9	00:28	-1,6%
RESEARCH TOOLS	30.469	52,0	00:15	+4,5%

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2023, dati MESE – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



*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 di rilevazione 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 Database: è il prodotto principale del sistema di rilevazione 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.

AUDICOM

Audicom Srl è il nuovo JIC Digital + Print nato dalla fusione tra Audiweb e Audipress con l'obiettivo di realizzare e offrire al mercato una ricerca integrata sulla fruizione di contenuti multimediali, editoriali e/o pubblicitari, fruiti via internet e mediante giornali quotidiani e periodici.

In questa prima fase di definizione della ricerca Digital + Print, Audicom si occuperà della gestione e del mantenimento dei sistemi di rilevazione Audiweb e Audipress, che continueranno ad operare attraverso gli impianti metodologici attuali fino all'implementazione della nuova ricerca integrata.

I Soci di Audicom sono: Assap Servizi Srl (l'azienda di servizi di UNA, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia) e UPA Utenti Pubblicità Associati, lato "domanda"; Fedoweb (Federazione Operatori Web) e FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), lato "offerta"; Auditel Srl.

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Maria Giovanna Migliaro: Mob. 389 9744207 – mariagiovanna.migliaro@gmail.com