

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI MAGGIO 2022 E, A PARTIRE DA LUGLIO, VIENE RIATTIVATO IL SERVIZIO AUDIWEB DAILY/WEEKLY

Il servizio Audiweb Daily/Weekly consentirà nuovamente a tutti i Publisher che aderiranno al servizio e si doteranno di SDK di disporre di dati di unique audience “giorno” e “settimana”, distribuiti con frequenza giornaliera e settimanale, riferiti all’universo di individui dai 2 anni in su per le componenti Computer e Mobile (Smartphone e Tablet).

Nel mese di maggio la Total Digital Audience è rappresentata da 44,2 milioni, pari al 74,9% della popolazione dai 2 anni in su, collegata complessivamente per 67 ore e 25 minuti.

Milano, 21 luglio 2022 – Sul sito Audiweb sono disponibili il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di Maggio 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.

Inoltre, a partire da questo mese di luglio, viene riattivato il servizio “Audiweb Daily/Weekly” che consentirà a tutti i Publisher che avranno aderito al servizio e saranno 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.

La riattivazione di Audiweb Daily/Weekly consegue all’introduzione della nuova componente **Identity System - DCR ID - messa a punto da Nielsen**, il “motore” utilizzato per alimentare e potenziare il processo di attribuzione di audience a dati censuari, assegnare informazioni demografiche di genere ed età e consentire la deduplicazione tra device. Il **DCR ID** consente, quindi, di elaborare i dati delle metriche volumetriche (page views, stream views e tempo speso) e stimare i dati di unique audience utilizzando indicatori raccolti da Nielsen mediante un pool di data provider esterni, selezionati dalla medesima Nielsen, per “colorare” i segnali digitali raccolti tramite SDK.

La nuova componente DCR ID contribuisce, così, a migliorare e a perfezionare la metodologia di rilevazione Audiweb, andando ad aggiungersi alle basi del sistema Audiweb: Ricerca di Base, Audiweb Panel, gli SDK per la rilevazione censuaria e il sistema di catalogazione dell’offerta editoriale.

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). La consultazione dei dati sarà disponibile a partire da luglio per tutti i Publisher e le Agenzie Media che aderiscono ad Audiweb.

La riattivazione di questo servizio si inserisce in un contesto in cui la rilevazione Audiweb continua a rappresentare il punto di riferimento per la misurazione delle audience online in Italia, che ha visto l’adesione di 20 Concessionarie, di oltre 100 Editori rappresentati con più di 200 Brand e 25 Agenzie media che utilizzano, tutti, i dati Audiweb per analisi e pianificazioni. A partire da queste basi, il nastro di pianificazione Audiweb Database raggiunge una copertura mensile pari al 74% della popolazione 2+ e al 98% della popolazione di 18-54 anni, riuscendo così ad offrire la banca dati su cui si muove almeno il 90% degli investimenti in ADV online in Italia.

La total digital audience nel mese di Maggio 2022

Nel mese di maggio la **Total Digital Audience** è rappresentata da 44,2 milioni, pari al 74,9% della popolazione dai 2 anni in su, collegata complessivamente per 67 ore e 25 minuti. Con 39,3 milioni di individui online da Mobile (Smartphone e Tablet), in questo mese di rilevazione la fruizione da questi device resta stabile raggiungendo il 91% della popolazione maggiorenne (18-74 anni).

Nel giorno medio sono stati 37,5 milioni gli utenti online, collegati da Computer e/o Mobile per 2 ore e 34 minuti in media per persona.

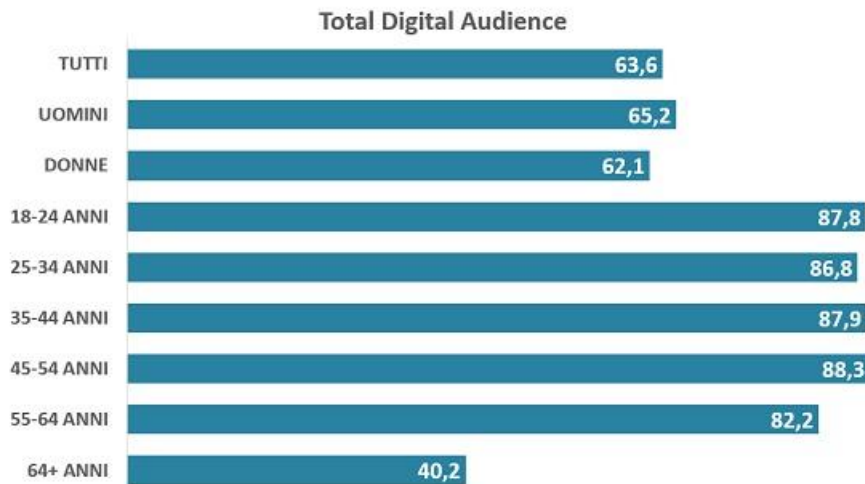
LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI MAGGIO 2022

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	37.503	12.784	34.568
% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)	63,6%	21,7%	80,1%
TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:34	1:04	2:23
UTENTI UNICI – MESE (.000)	44.162	27.590	39.258
% POPOLAZIONE – MESE (%)	74,9%	46,8%	91,0%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	67:25	15:22	65:03

Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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)

Entrando nel **dettaglio della popolazione online nel giorno medio**, i dati di maggio restano allineati agli ultimi mesi: il **63,6%** degli individui dai **2 anni** è online e, **se consideriamo la fascia tra i 18 e i 74 anni**, troviamo quotidianamente su internet **4 persone su 5** (l'84,4% di questo segmento). **Tra le fasce d'età più coinvolte** troviamo i **45-54enni con l'88,3%** di questo segmento online nel giorno medio (8,5 milioni), seguiti dai **35-44enni con l'87,9%** (6,8 milioni), i **18-24enni con l'87,8%** (3,6 milioni) e i **25-34enni con l'86,8%** (5,7 milioni).

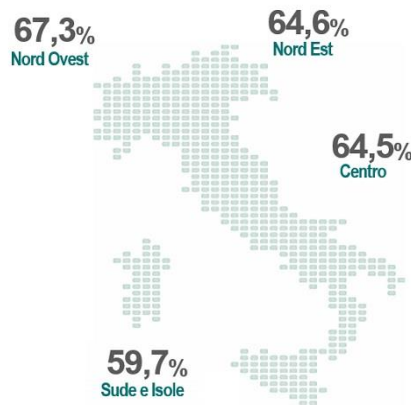
DETTAGLIO UTENTI ONLINE PER FASCE D'ETÀ



Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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)

In questo mese di rilevazione troviamo online il 67,3% della popolazione del **Nord Ovest** (10,6 milioni), il 64,6% dal **Nord Est** (7,4 milioni), il 64,5% dall'area **Centro** (7,5 milioni) e il 59,7% dal **Sud e Isole** (11,9 milioni).

IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE: AREA GEOGRAFICA



Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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 dei contenuti e servizi online, si osserva che la distribuzione dell'audience online tra le categorie di siti e mobile app disponibili resta pressoché invariata, con un trend costante e consolidato e variazioni legate a effetti "stagionali" o a particolari avvenimenti. A maggio, infatti, le news online riacquisiscono audience (+1,7%) dopo un mese di aprile caratterizzato da ponti e festivi e un'audience meno attiva su questo tipo di offerta, così come i siti di viaggi – ad esempio la categoria "Map e Travel info" (+3,5%) – registrano incrementi rispetto al mese precedente in vista dell'avvicinarsi della stagione estiva e quelli dedicati allo Sport (+8,8%) grazie a importanti eventi sportivi in fase conclusione.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI MAGGIO 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI MAGGIO 2022 (.000)	VAR% MAG 2022 / APR 2022 (%)	% UTENTI MAGGIO 2022	TEMPO/PERSONA MAGGIO 2022 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.162	+0,4%	100%	67:25
SEARCH	41.595	+0,6%	94,2	02:55
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.435	+0,7%	91,6	01:47
VIDEOS/MOVIES	39.130	+1,3%	88,6	06:47
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.897	+1,7%	88,1	01:12
MEMBER COMMUNITIES	38.351	+1,1%	86,8	20:53
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.058	+0,8%	86,2	00:56
INSTANT MESSAGING	37.366	+2,2%	84,6	12:23
E-MAIL	36.936	+1,4%	83,6	04:32
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.028	+2,2%	81,6	02:29
MASS MERCHANDISER	35.819	+1,1%	81,1	01:44
MAPS/TRAVEL INFO	32.719	+3,5%	74,1	01:06
CORPORATE INFORMATION	32.042	+0,4%	72,6	00:41
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.708	+3,5%	71,8	00:34
RESEARCH TOOLS	30.292	+4,4%	68,6	00:18
SPORTS	30.239	+8,8%	68,5	00:58

Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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

