

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)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	35.980	10.250	33.742
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	61,1%	17,4%	78,2%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:38	1:11	2:26
UTENTI UNICI – MESE (.000)	43.573	26.845	39.255
% POPOLAZIONE – MESE (%)	73,9%	45,6%	91,0%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	67:15	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.

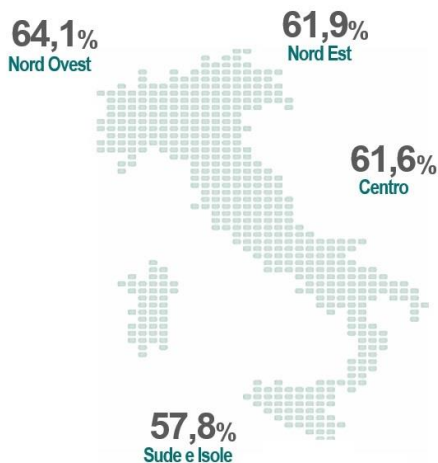
DETTAGLIO PROFILI E DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



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)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	43.573	100%	67:15
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** 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