

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI DICEMBRE 2022 E UNA SINTESI DEI DATI DI SCENARIO DEL 2022

Nel 2022 la Total Digital Audience ha raggiunto 44 milioni di utenti unici mensili, pari al 74,8% della popolazione dai 2 anni in su. La fruizione da Mobile nel mese ha raggiunto mediamente il 91% della popolazione di 18-74 anni, piuttosto stabile rispetto al 2021.

Nel giorno medio del 2022 hanno navigato 36,8 milioni di persone per 2 ore e 35 minuti per persona.

Tra le prime quindici categorie più visitate nel 2022, rispetto all'anno scorso sono cresciute maggiormente: Email (+3,7%), eCommerce (+4,3%), Mappe e Travel (+9,3%), info Telcos e servizi internet (+6,6%) e Meteo (+5,3%).

Con 43,8 milioni di individui online, la total digital audience nel mese di dicembre 2022 ha raggiunto il 74,7% della popolazione dai 2 anni in su. Il 91,5% dei 18-74 anni (39,2 milioni) ha navigato da Mobile nell'ultimo mese del 2022.

Milano, 14 febbraio 2023 – Sul sito Audiweb sono disponibili il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di Dicembre 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.

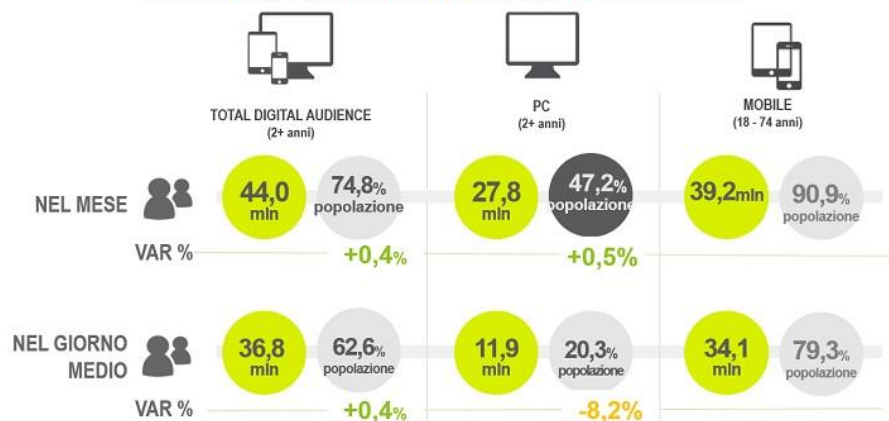
La total digital audience nel 2022

La total digital audience nel 2022 si è mantenuta stabile rispetto all'anno precedente, raggiungendo il 74,8% della popolazione dai 2 anni in su (+0,4% rispetto al 2021), pari a 44 milioni di individui online in media nel mese dai device rilevati (Computer e Mobile).

Resta stabile anche la fruizione da Computer mensile (+0,5%), con il 47,2% della popolazione 2+ online nel mese. La fruizione di internet da Mobile (Smartphone e/o Tablet) tra gli individui maggiorenni raggiunge quasi il 91% di questo segmento, con 39,2 milioni di 18-74enni collegati mensilmente (+1% rispetto al 2021).

Nel giorno medio del 2022 hanno navigato 36,8 milioni di persone (il 62,6% degli individui dai 2 anni in su), anche in questo in modo stabile rispetto al 2021 (+0,4%). L'audience online da Mobile nel giorno medio del 2022 ha raggiunto 34 milioni di utenti online, pari al 79,3% dei 18-74enni.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2022

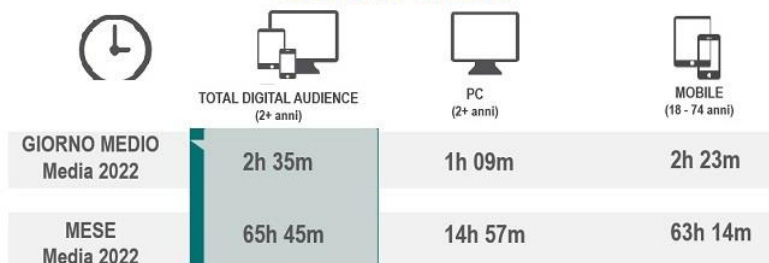


Fonte: Audiweb Database, Media 2022 e confronto con MEDIA 2021 - Audiweb powered by Nielsen
 BASE: Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni.

Gli utenti online nel 2022 hanno navigato in media **per 2 ore e 35 minuti nel giorno medio**, consumando 2 ore e 23 minuti **da Mobile**.

Dalla media della fruizione di internet nel 2022 risulta che **il tempo speso mensile** per persona è arrivato a 65 ore e 45 minuti, pari a 2 giorni e 18 ore complessivi.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL 2022 GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience – tempo speso per persona MEDIA 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)

Le prime tre categorie di siti e mobile app più visitate mensilmente nel 2022 sono quelle dedicate ai **motori di ricerca** (Search, con il 71% della popolazione dai 2 anni in media), agli **strumenti e servizi online** (Internet tools / Web Services, con il 68,3% della popolazione) e alle piattaforme di **contenuti e informazioni video** (il 66,8%). In termini di penetrazione, **tra le prime quindici** categorie più visitate, nel 2022 **sono cresciute maggiormente** quelle che raggruppano siti e app per la **gestione delle email** (+3,7%, con 37 milioni di utenti mensili in media), per gli acquisti online (Mass Merchandiser +4,3%, pari a 36,2 milioni), dedicati alle **mappe e informazioni per viaggiare** (+9,3%, con 32,2 milioni di utenti), alle **Telcos e servizi per la gestione di internet** (Multi-Category Telecom/Internet Services +6,6%, con 31,8 milioni), gli **strumenti di ricerca** (Research Tools +8,3%) e al **meteo** (Weather +5,3%).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI MEDIA 2022 (.000)	% SU POP 2+ ANNI MEDIA 2022	VAR % POP 2+ ANNI MEDIA 2022/MEDIA 2021
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.028	75,0%	+0,7%
SEARCH	41.641	71,0%	+1,6%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.090	68,3%	+2,7%
VIDEOS/MOVIES	39.167	66,8%	+2,4%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.611	65,8%	+2,7%
MEMBER COMMUNITIES	38.470	65,6%	+1,4%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.462	65,6%	+1,0%
E-MAIL	37.016	63,1%	+3,7%
INSTANT MESSAGING	36.908	62,9%	+1,8%
MASS MERCHANDISER	36.226	61,8%	+4,3%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.675	60,8%	+2,7%
CORPORATE INFORMATION	33.180	56,6%	+3,0%
MAPS/TRAVEL INFO	32.162	54,8%	+9,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.834	54,3%	+6,6%
RESEARCH TOOLS	30.144	51,4%	+8,3%
WEATHER	30.047	51,2%	+5,3%

Fonte: Total Digital Audience MEDIA 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)

La total digital audience nel mese di Dicembre 2022

Dai dati dell'ultima rilevazione Audiweb powered by Nielsen, basata sui dati di **dicembre 2022**, risulta che in quest'ultimo mese dell'anno sono stati **43,8 milioni gli individui online**, pari al 74,7% della popolazione dai 2 anni in su. Il 91,5% della popolazione di 18-74 anni (39,2 milioni) ha navigato **da Mobile nel mese**.

La total digital audience nel **giorno medio** di dicembre ha visto **36,2 milioni di individui dai 2 anni in su**, online per 2 ore e 39 minuti. **La fruizione da device mobili** nel giorno medio ha raggiunto il 79,2% dei 18-74enni (33,9 milioni), online da questi device per 2 ore e 26 minuti per persona.

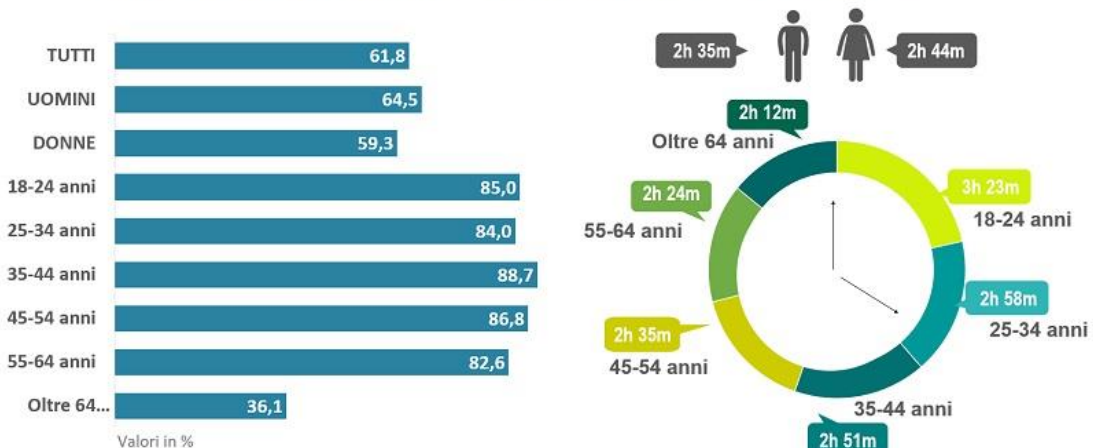
LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI DICEMBRE 2022

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	36.216	11.050	33.949
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	61,8%	18,9%	79,2%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH.MM)	2:39	1:13	2:26
UTENTI UNICI – MESE (.000)	43.767	28.145	39.235
% POPOLAZIONE – MESE (%)	74,7%	48,0%	91,5%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH.MM)	68:06	14:55	65:16

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)

Analizzando i dati della **fruizione di internet in base alle fasce d'età**, risulta che l'**88,7% dei 35-44enni ha navigato almeno una volta nel giorno medio** di dicembre e in media per 2 ore e 51 minuti, seguiti dall'**86,8% dei 45-55enni** (online per 2 ore e 35 minuti) e dall'**85% dei 18-24enni** (online per 3 ore e 23 minuti).

CHI ACCEDE A INTERNET - GIORNO MEDIO DICEMBRE 2022



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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 le categorie di **siti e app mobile più visitate nell'ultimo mese dell'anno** si osserva un **complessivo allineamento** rispetto alla classificazione media del 2022, con alcune piccole differenze. Ad esempio, **nel mese di dicembre** la categoria dedicata ai **portali generalisti** ha raccolto **maggior interesse** rispetto alla media dell'anno, posizionandosi al quarto posto con 39,1 milioni di utenti nel mese (38,5 la media del 2022) e prendendo il posto del raggruppamento dedicato alle **news online** con 37 milioni 971 mila utenti (erano 38,6 milioni in media nel 2022); la categoria dedicata ai siti e app di **acquisti online** raggiunge 37,3 milioni di utenti nel mese (contro i 36,2 milioni in media nel 2022) e al dodicesimo posto troviamo la categoria dedicata al **cibo e alle ricette** con quasi 33 milioni di utenti (nel

2022 ha raggiunto una media di 29,9 milioni di utenti, fermandosi alla diciassettesima posizione delle categorie più visitate nell'anno).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI DICEMBRE 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI DIC 2022 (.000)	% POPOLAZIONE DIC 2022	TEMPO/PERSONA DIC 2022 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	43.767	74,7%	68:06
SEARCH	41.590	71,0	02:50
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.200	68,6	01:47
VIDEOS/MOVIES	39.312	67,1	06:40
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.095	66,7	01:00
MEMBER COMMUNITIES	38.576	65,8	21:14
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.971	64,8	01:04
MASS MERCHANDISER	37.353	63,8	02:29
E-MAIL	37.306	63,7	04:14
INSTANT MESSAGING	37.269	63,6	11:07
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.010	61,5	02:41
CORPORATE INFORMATION	34.551	59,0	00:49
FOOD & COOKING	32.984	56,3	00:22
MAPS/TRAVEL INFO	32.782	56,0	01:10
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.464	55,4	00:35
RESEARCH TOOLS	31.081	53,0	00:17

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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

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