

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI GENNAIO 2023

Prodotti dal sistema di rilevazione Audiweb e distribuiti da Audicom - la società nata dalla fusione tra Audiweb s.r.l e Audipress s.r.l. -, i nuovi dati dell'audience online sono già disponibili sui tool di analisi e pianificazione e, nella versione sintetica, sul sito Audiweb.

Nel mese di gennaio 2023 erano online 44 milioni di individui, pari al 75% della popolazione dai due anni in su.

Milano, 16 marzo 2023 – Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Gennaio 2023, prodotti dal sistema di rilevazione Audiweb e distribuiti da Audicom, la società nata dalla fusione tra Audiweb s.r.l e Audipress s.r.l., 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.

Come di consueto, 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 Gennaio 2023

La total digital audience nel mese di gennaio 2023 è rappresentata da quasi 44 milioni di utenti dai due anni in su, online per 68 ore e 38 minuti per persona, pari a due giorni e 20 ore complessivi.

Nel giorno medio di questo primo mese dell'anno sono stati rilevati 36,4 milioni di individui, pari al 62% della popolazione dai due anni in su, che hanno navigato in media per 2 ore e 40 minuti per persona.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI GENNAIO 2023

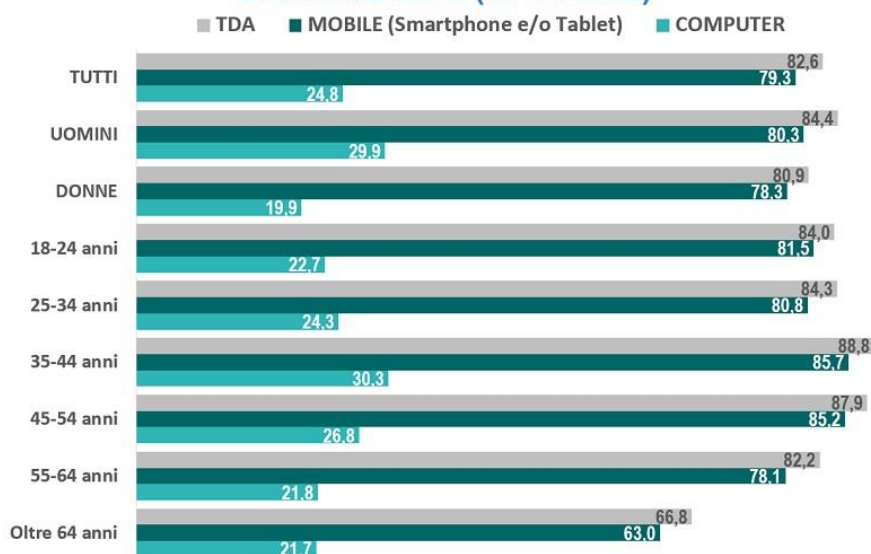
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (000)	36.390	11.624	33.982
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	62,1%	19,8%	79,3%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:40	1:12	2:27
UTENTI UNICI – MESE (000)	43.979	28.956	39.226
% POPOLAZIONE – MESE (%)	75,1%	49,4%	91,5%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	68:38	14:59	65:53

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

Osservando i dati della fruizione di internet da parte dei vari segmenti della popolazione tra i 18 e i 74 anni, risulta che nel giorno medio erano online l'84,4% degli uomini, l'80,9% delle donne, l'84% circa dei 18-34enni, l'88,8% dei 35-44enni, l'87,9% dei 45-54enni, l'82,2% dei 55-64enni e il 66,8% degli over 64 anni.

La popolazione tra i 35-44 anni (l'85,7%) e i 45-54 anni (l'85,2%) risulta anche **più coinvolta** nella fruizione **da Mobile** nel giorno medio di questo mese di rilevazione.

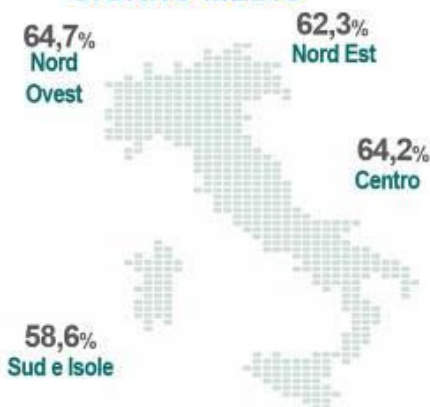
CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO GENNAIO 2023 (18-74 anni)



Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2023, dati
Giorno Medio - Sistema Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 18-74 anni

Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online risulta che nel giorno medio di gennaio hanno navigato il 64,7% della popolazione del **Nord Ovest** (10,2 milioni), il 62,3% del **Nord Est** (7,2 milioni), il 64,2% del **Centro** (7,5 milioni) e il 58,6% del **Sud e Isole** (11,6 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Come visto, nel giorno medio a gennaio **abbiamo dedicato 2 ore e 40 minuti all'online**, consumandone 2 ore e 27 minuti **da Mobile** e 1 ora e 12 minuti **da Computer**.

Le **donne**, in generale, anche questo mese hanno dedicato **più tempo degli uomini alla fruizione da Mobile** (2 ore e 37 minuti, contro 2 ore e 17 minuti), mentre **per gli uomini il tempo speso da Computer è maggiore che per le donne** (1 ora e 15 minuti contro 1 ora circa).

I giovani di 18-24 anni e 25-34 anni hanno consumato **più tempo di tutti da Mobile**, rispettivamente 3 ore e 2 ore e 43 minuti.

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE (18 - 74 anni)
TUTTI	2:40	1:12	2:27
UOMINI	2:34	1:15	2:17
DONNE	2:47	1:08	2:37
18-24 anni	3:17	1:16	3:02
25-34 anni	2:58	1:15	2:43
35-44 anni	2:51	1:15	2:31
45-54 anni	2:38	1:15	2:19
55-64 anni	2:28	1:15	2:15
Oltre 64 anni	2:16	1:05	2:10

Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2023, dati Giorno Medio - Sistema 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 e le preferenze degli utenti, tra le principali categorie di siti e mobile app più visitati nel primo mese dell'anno si notano dati stabili rispetto ai mesi precedenti. Vediamo, infatti, che il 71,1% della popolazione 2+ anni (41,6 milioni) ha utilizzato i motori di ricerca, il 68,8% (40,3 milioni) ha navigato tra siti e mobile app dedicati ai servizi e strumenti online, il 67% (39,3 milioni) su quelli dedicati a informazioni e contenuti video – Video/Movies -, il 66,3% (38,9 milioni) ai portali generalisti.

Gli effetti stagionali o legati ad eventi particolari che generalmente caratterizzano l'andamento dell'audience del mese di rilevazione, nel caso delle principali categorie che hanno raggiunto una certa stabilità nei valori dell'audience online, possono trovare espressione nelle variazioni del tempo che viene dedicato alle entità delle varie categorie: i social network (Member Communities), ad esempio, in questo primo mese dell'anno, più lungo di dicembre - perché con meno pause festive -, registrano un incremento di quasi il 5% del tempo speso per persona, oppure l'interesse verso le news online (Current Events & Global News) si risveglia con l'8,7% di tempo in più nel mese. Mentre cala, rispetto a dicembre, il tempo per persona dedicato alla spesa online (-16,3%), alle mappe e informazioni di viaggio (-4,6%), oppure ai siti e mobile app dedicati al cibo e ricette (-12,8%, non rappresentato in tabella perché al 16° posto).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI GENNAIO 2023

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI GEN 2023 (,000)	% POPOLAZIONE GEN 2023	TEMPO/PERSONA GEN 2023 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	43.979	75,1%	68:38
SEARCH	41.658	71,1	02:53
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.303	68,8	01:49
VIDEOS/MOVIES	39.332	67,1	06:29
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.863	66,3	00:59
MEMBER COMMUNITIES	38.576	65,8	22:17
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.399	65,5	01:09
E-MAIL	37.707	64,4	04:19
MASS MERCHANDISER	36.963	63,1	02:05
INSTANT MESSAGING	36.915	63,0	10:40
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.393	62,1	02:28
CORPORATE INFORMATION	33.621	57,4	00:53
MAPS/TRAVEL INFO	32.869	56,1	01:07
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.672	55,8	00:34
RESEARCH TOOLS	31.714	54,1	00:18
WEATHER	31.519	53,8	00:17

Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2023, dati Giorno Medio - Sistema 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 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