

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

La total digital audience a febbraio raggiunge 43,8 milioni di individui, pari al 74,8% della popolazione dai due anni in su.

L'interesse verso i vari raggruppamenti di siti e app restano stabili rispetto a gennaio, mentre i broadcaster online registrano un incremento di audience del 5,9%, così come tutte le entità legate al mondo dello spettacolo e della TV (Multi-category Entertainment) che registrano un +6,3%.

-----

Milano, 14 aprile 2023 – Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Febbraio 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.

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 Febbraio 2023

Nel mese di febbraio sono stati **43,8 milioni** gli individui online, pari al 74,8% della popolazione dai 2 anni in su, online complessivamente per 64 ore e 11 minuti.

La **total digital audience nel giorno medio** ha raggiunto **36,5 milioni di utenti unici**, online per 2 ore 45 minuti per persona. Entrando nel **dettaglio dei device d'accesso** nel giorno medio a febbraio, risulta che hanno navigato **da Computer** 12 milioni di individui (il 20,6% della popolazione dai 2 anni in su) e 34,1 milioni **da Mobile**, considerando il segmento di 18-74 anni monitorato per questo tipo di device.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI FEBBRAIO 2023

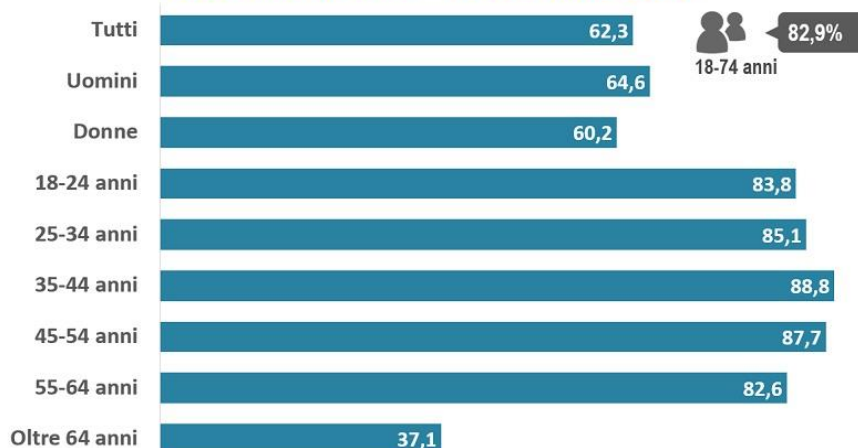
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	36.512	12.050	34.136
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	62,3%	20,6%	79,7%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:45	1:15	2:30
UTENTI UNICI – MESE (.000)	43.834	28.461	39.288
% POPOLAZIONE – MESE (%)	74,8%	48,6%	91,7%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	64:11	14:56	60:48

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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)

Dai **dati demografici** degli utenti online nel giorno medio, risulta che hanno navigato l'83,8% dei **18.24enni**, l'85,1% dei **25.34enni**, l'88,8% dei **35-44enni**, l'87,7% dei **45-55enni**, l'82,6% dei **55-64enni** e il 37,1% degli **over 64 anni**.

Risultano complessivamente **35,5 milioni gli individui maggiorenni** collegati nel giorno medio dai device rilevati – Computer e Mobile -, pari all'**82,9% dei 18-74enni**.

### CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO – FEBBRAIO 2023



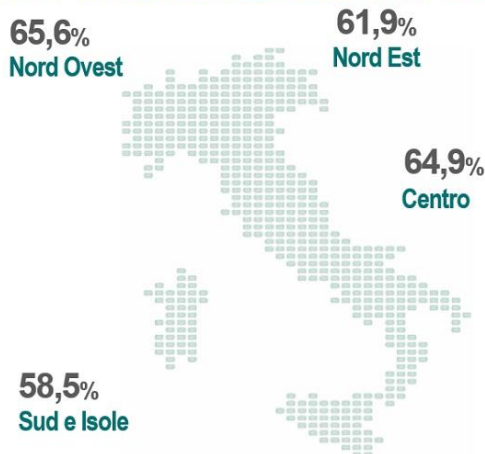
Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 2023, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen

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

Da un **punto di vista geografico**, ritroviamo una **penetrazione piuttosto simile** tra area **Nord-Ovest** e **Centro**, mentre area **Nord-Est** e **Sud e Isole** presentano **qualche punto in meno**.

Infatti, nel giorno medio di febbraio troviamo online il 65,6% della popolazione del Nord Ovest (10,3 milioni) e, a seguire in ordine di coinvolgimento, il 64,9% dal Centro (7,6 milioni), il 61,9% dal Nord Est (7,1 milioni) e il 58,5% dell'area Sud e Isole (11,5 milioni).

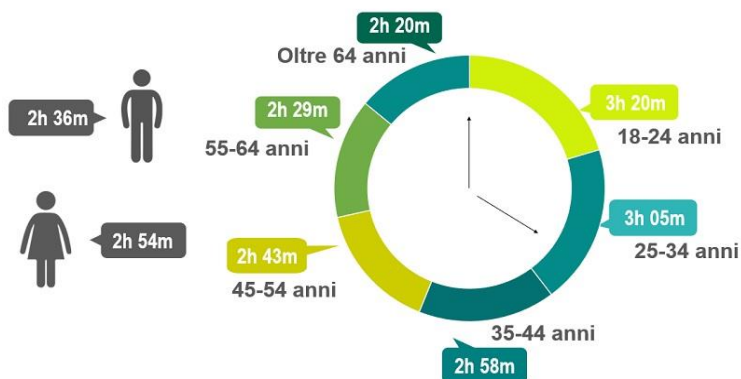
### PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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 il **tempo dedicato all'online** nel quotidiano, vediamo che **le fasce più giovani** della popolazione anche a febbraio **superano la media** di 2 ore e 45 minuti, con 3 ore i 20 minuti per i 18-24enni e 3 ore e 5 minuti i 25-34enni. **Le fasce centrali** della popolazione mantengono il consumo dell'online più **allineato alla media**, con 2 ore e 58 minuti per i 35-44enni e 2 ore e 43 minuti per i 45-54enni.

## CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO – FEBBRAIO 2023



Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 2023, 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)

Sebbene con qualche giorno in meno rispetto a gennaio, in generale **febbraio presenta dati stabili** per l'audience online. Resta, infatti, confermato l'ordine di preferenza, con le categorie **Search** (41,4 milioni), dei **servizi e tool online** (Internet Tools / Services di 39 milioni e 968 mila utenti) e **Video/Movies** (39,3 milioni) tra le **prime tre posizioni**, seguite dai raggruppamenti di siti e app di **News online** (Current Events & Global News con 39 milioni di utenti) - che, nonostante le elezioni regionali in Lombardia e Lazio e le primarie del PD, resta stabile rispetto a gennaio -, i **social network** (Members Communities con 38,3 milioni), i servizi di gestione delle **email** (37,3 milioni) e di **instant messaging** (36,9 milioni).

**Solo per alcune tra le principali categorie si notano variazioni un po' più evidenti** legate alla stagionalità o a eventi particolari, come ad esempio nel caso della categoria **Mass Merchandiser** dedicata agli acquisti online che registra un **-1,5% di utenti online** nel mese e **-14,7% di tempo speso** sui siti e app del raggruppamento e **Broadcast Media** che, per effetto del calendario con minori festività rispetto a gennaio e di particolari eventi con, ad esempio, il Festival di Sanremo, registra un **incremento di audience del 5,9%**, così come Multi-Category Entertainment, il raggruppamento di siti e app dedicati alle informazioni sul mondo dello spettacolo, della TV e della cultura, registra un incremento di audience del 6,3%.

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI FEBBRAIO 2023

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI GEN 2023 (.000)	% POPOLAZIONE GEN 2023	TEMPO/PERSONA GEN 2023 (hh:mm)
<b>TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE</b>	<b>43.834</b>	<b>74,8%</b>	<b>64:11</b>
SEARCH	41.364	70,6	02:43
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.968	68,2	01:37
VIDEOS/MOVIES	39.289	67,1	06:17
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.043	66,6	00:59
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.410	65,6	01:04
MEMBER COMMUNITIES	38.315	65,4	20:26
E-MAIL	37.352	63,8	04:02
INSTANT MESSAGING	36.783	62,8	09:51
MASS MERCHANDISER	36.418	62,2	01:48
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.036	61,5	02:24
CORPORATE INFORMATION	33.662	57,5	00:51
MAPS/TRAVEL INFO	32.377	55,3	01:05
BROADCAST MEDIA	32.328	55,2	03:10
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.865	54,4	00:30
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	31.822	54,3	00:20

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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 del sistema 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](http://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](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)**