

Sono disponibili sul sito Audiweb i dati di sintesi dell'audience online di aprile e del primo trimestre 2021, prodotti con il sistema di rilevazione Audiweb 2021 adeguato al nuovo scenario cookieless

In base alla rilevazione di Aprile 2021 la total digital audience nel mese ha raggiunto 44,4 milioni di utenti, il 74,4% della popolazione di 2+ anni, online complessivamente per 60 ore e 48 minuti. Nel giorno medio sono stati 37,3 milioni gli utenti unici online dai device rilevati (Computer e Mobile – Smartphone e Tablet), collegati in media per 2 ore e 25 minuti per persona.

Il sistema di rilevazione "Audiweb 2021" è adeguato all'evoluzione dello scenario digitale e predisposto per garantire la continuità della rilevazione dei dati "currency" del digitale in Italia: le principali fonti di dati sorgenti sono i Panel Computer – Smartphone - Tablet con una quota "single source" Mobile&Computer, la rilevazione censuaria certificata e la Ricerca di Base congiunta con Auditel. Questo rende l'impianto di ricerca solido e sicuro rispetto all'imminente scenario "cookieless" e all'utilizzo di dati di terze parti.

Milano, 24 giugno 2021 – Sono stati pubblicati sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi degli ultimi dati disponibili della total digital audience del mese di aprile 2021 e dei mesi del primo trimestre 2021, prodotti con il sistema di rilevazione Audiweb 2021 adeguato al nuovo scenario **cookieless**, già precedentemente distribuiti agli utilizzatori tramite le piattaforme di consultazione e nella forma completa Audiweb Database.

Il sistema Audiweb 2021, come comunicato nei mesi scorsi, conferma le principali fonti di rilevazione già consolidate e che consentono di produrre dati obiettivi, imparziali e indipendenti da dati di terza parte: il Panel digital composto da un campione rappresentativo della popolazione italiana di circa 40.000 individui con software meter installato su Computer e/o Smartphone e/o Tablet - inclusa una quota di panel "single source" Mobile&Computer –; il sistema di rilevazione censuaria basato sul TAG/SDK; la Ricerca di Base congiunta con Auditel e realizzata da Ipsos; il Catalogo, ovvero la tassonomia per classificare le properties di Internet.

Audiweb Database resta confermato quale prodotto di punta della rilevazione Audiweb, con un'elevata qualità, obiettività e granularità dei dati dell'audience online degli editori che aderiscono al sistema, in termini di profilazione dell'audience, di copertura (tipologia di contenuti, piattaforme e device), servizi e frequenza di distribuzione che vede il rilascio dei dati giornalieri e settimanali volumetrici forniti il giorno seguente la rilevazione e del dato mensile e analysis & planning file distribuito circa 40 giorni dopo la fine del mese rilevato.

"L'adeguamento del sistema di rilevazione ci ha consentito di anticipare i tempi di adattamento ai grandi cambiamenti in atto che coinvolgono l'intera filiera digital", dichiara Marco Muraglia, presidente di Audiweb. "La struttura dell'impianto di ricerca Audiweb per il 2021 è allineata alla necessità generale di basare i processi di raccolta ed elaborazione dei dati dell'audience online su fonti indipendenti adeguate al nuovo scenario digitale. Una ricerca in cui resta elevato e confermato il valore delle informazioni che provengono dal panel digital con una importante quota "single source" Mobile&Computer, dalle informazioni censuarie certificate e da una survey quantitativa, la Ricerca di Base, in grado di monitorare continuamente i fenomeni in atto, che ci consegnano un dato currency, condiviso dal mercato, obiettivo e ad alto livello di granularità e rappresentatività. Non solo, questa fase di transizione ci consente di mantenere aperte le opportunità di osservazione così da essere pronti per ulteriori trasformazioni ed evoluzioni del mercato e della governance".

La total digital audience nel mese di Aprile 2021

Nel mese di aprile la total digital audience ha raggiunto **44,4 milioni di utenti**, il 74,4% della popolazione di 2+ anni, online complessivamente per 60 ore e 48 minuti.

La total digital audience nel giorno medio è rappresentata da **37,3 milioni di utenti unici**, online dai device rilevati (Computer e Mobile – Smartphone e Tablet) in media per 2 ore e 25 minuti per persona.

Dai **dati di dettaglio sulla fruizione giornaliera dell'online dai device rilevati**, risulta che hanno navigato nel giorno medio 13,8 milioni di persone da **Computer** (il 23,1% della popolazione dai 2 anni in su) e 33,7 milioni da **Mobile** – Smartphone e/o Tablet - (il 77,2% della popolazione di 18-74 anni).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI APRILE 2021

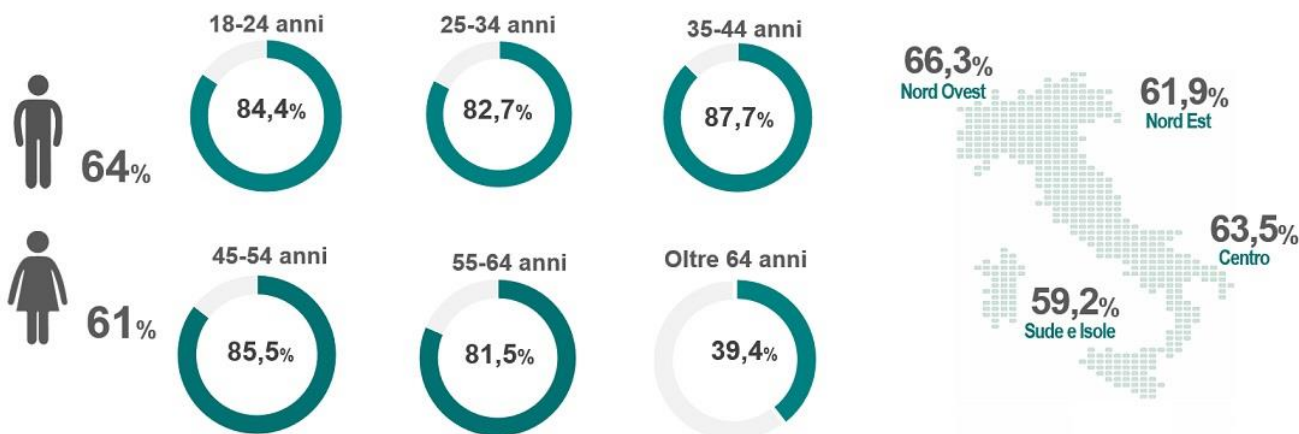
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	37.276	13.794	33.689
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	62,5%	23,1%	77,2%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:25	1:10	2:12
UTENTI UNICI – MESE (.000)	44.426	27.243	39.139
% POPOLAZIONE – MESE (%)	74,4%	45,6%	89,7%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	60:48	17:43	56:41

Fonte: Total Digital Audience APRILE 2021, 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 sul **profilo demografico** degli utenti online emerge che hanno navigato almeno una volta nel giorno medio di aprile il 64% degli **uomini** (18,6 milioni) e il 61% delle **donne** (18,7 milioni) e, più in dettaglio, l'84,4% dei **18-24enni**, l'82,7% dei 25-34enni, l'87,7% dei **35-44enni**, l'85,5% dei **45-54enni**, l'81,5% dei **55-64enni** e il 39,4% degli **over 64enni**.

Per quanto riguarda la **provenienza geografica degli utenti che hanno navigato almeno una volta nel giorno medio**, troviamo online il 66,3% della popolazione del **Nord Ovest** (10,6 milioni), il 61,9% della popolazione del **Nord Est** (7,1 milioni), il 63,5% dell'area **Centro** (7,5 milioni) e il 59,2% dell'area **Sud e Isole** (12 milioni).

CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO



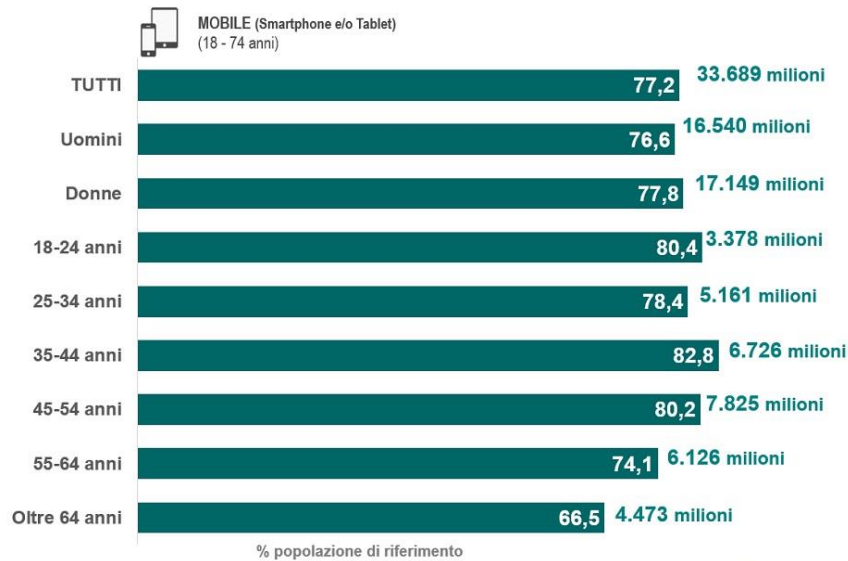
Fonte: Total Digital Audience APRILE 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)

Il **77,2% della popolazione maggiorenne che ha navigato da Mobile** (Smartphone e/o Tablet) nel giorno medio ad aprile - circa 33,7 milioni di persona tra i 18 e i 74 anni – ha trascorso online **2 ore e 12 minuti** per persona.

La **navigazione da Mobile** vede coinvolti in modo omogeneo quasi **tutti i segmenti della popolazione**, con una **maggiore concentrazione** tra i **35-44enni** online da Mobile nell'**82,8%** dei casi (6,7 milioni di individui),

seguiti dai **18-24enni** per l'80,4% dei casi (3,4 milioni di individui) e dai **45-54enni** per l'80,2% dei casi (7,8 milioni di individui).

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO DA MOBILE

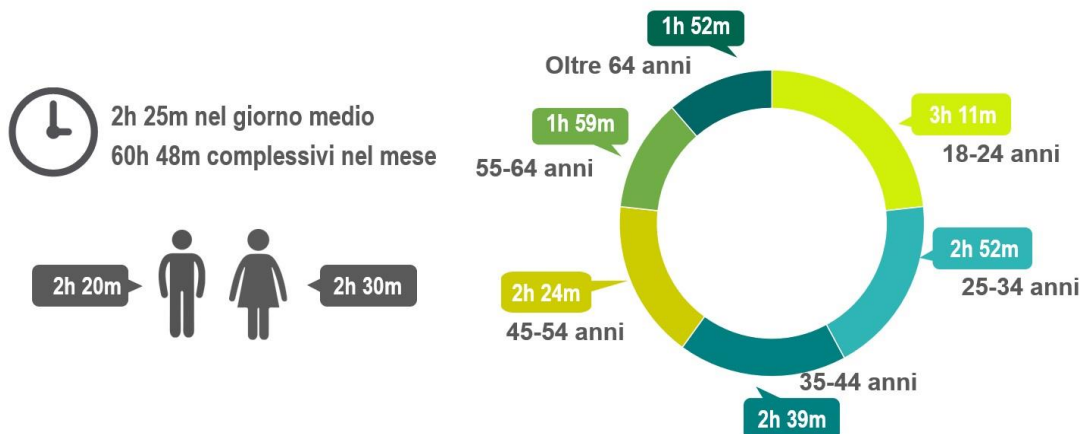


Fonte: Total Digital Audience APRILE 2021 - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

Per quanto riguarda il **tempo speso online nel giorno medio**, si conferma un **maggior tempo dedicato alla navigazione quotidiana da parte delle donne** - online in media per 2 ore e 30 minuti - e, nel dettaglio delle **fasce d'età**, da parte dei **18-24enni** - online per 3 ore e 11 minuti - e dei **25-34enni** - online per 2 ore e 52 minuti.

In generale il tempo dedicato all'online dalle altre fasce della popolazione **resta comunque intorno alle due ore**, con livelli leggermente inferiori per gli over 64enni che in questo mese hanno dedicato all'online 1 ora e 52 minuti nel giorno medio.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience APRILE 2021, 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 dei **consumi online** emergono alcune evidenze conseguenti la particolarità di questo mese che è iniziato con una settimana circa di chiusura delle scuole in concomitanza con le festività pasquali, periodo di pausa che ha condizionato i comportamenti di fruizione degli utenti online. **Rispetto al mese precedente**, infatti, si registra una **flessione** per gran parte delle **categorie** di siti e applicazioni, fatta eccezione per la **categoria "Weather"** dedicata alle **informazioni meteorologiche** (+12% rispetto al mese di marzo 2021), in

un periodo in cui gli spostamenti tra gran parte delle Regioni non erano ancora consentiti a causa dell'emergenza Covid-19, ma in tanti si sono concessi una pausa dalla routine dei mesi precedenti.

Tra le prime dieci **sotto-categorie di siti più visitati nel mese di aprile 2021** troviamo i **motori di ricerca** (sotto-categoria Search) con 41,3 milioni di utenti, i siti dedicati ai **servizi e tool online** (Internet Tools /Web Services) con 40,2 milioni di utenti, le **news online** (Current Event & Global News) con 39,2 milioni di utenti, **Video/Movies** con 39,1 milioni di utenti), i **siti e i portali generalisti** (General Interest Portals & Computer) con 38,9 milioni di utenti e, a seguire, i **Social Network** (sotto-categoria Member Communities) con 38,3 milioni di utenti, i servizi e le applicazioni di **Instant Messaging** con 36,8 milioni di utenti, i servizi dedicati alla **gestione delle Email** con 36,5 milioni di utenti, i produttori e i servizi di **software** con 35 milioni di utenti e i siti dedicati alla **spesa online** (Mass Merchandiser) con 34,9 milioni di utenti.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI APRILE 2021

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI NEL MESE (.000)	VAR % UTENTI APR. 2021 / MAR 2021	% UTENTI	TEMPO/PERSONA NEL MESE (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.426	-1,0%	100,0%	56:41
Search	41.340	-2,2%	93,1	02:03
Internet Tools/Web Services	40.194	-1,3%	90,5	01:42
Current Events & Global News	39.204	-1,5%	88,3	01:07
Videos/Movies	39.125	-1,3%	88,1	06:52
General Interest Portals & Communities	38.857	-2,8%	87,5	01:21
Member Communities	38.352	-1,8%	86,3	16:05
Instant Messaging	36.770	-1,9%	82,8	11:46
E-mail	36.461	-1,7%	82,1	02:45
Software Manufacturers	35.042	-3,9%	78,9	02:06
Mass Merchandiser	34.915	-2,3%	78,6	01:53
Health, Fitness & Nutrition	30.594	-0,5%	68,9	00:34
Multi-category Telecom/Internet Services	29.911	-0,9%	67,3	00:30
Weather	28.510	12,0%	64,2	00:19
Sports	27.820	-2,2%	62,6	01:00
Research Tools	27.759	-5,3%	62,5	00:19

Fonte: Total Digital Audience APRILE 2021, 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 e visitatori unici in quanto rappresentano persone fisiche.

Degli utenti unici è analizzabile anche la sovrapposizione su di diversi siti, valutando quanto pubblico hanno in comune (sovrapposizione) e quanto ne hanno complessivamente al netto delle duplicazioni (unduplicated audience).

Rispetto al dato dell'audience online nel mese, che ci dà un'idea della copertura del mezzo nel periodo di rilevazione, **l'osservazione del dato dell'audience online nel giorno medio** è importante poiché fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla frequenza di utilizzo del mezzo.

Cosa si intende per 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.

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.

L'osservazione nel giorno medio fornisce, ad esempio, indicazioni sulla frequenza di utilizzo.

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