

SONO DISPONIBILI SUL SITO AUDIWEB I DATI DI SINTESI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI FEBBRAIO 2022

La total digital audience nel mese di febbraio 2022 ha raggiunto 44,5 milioni di individui, pari al 75,5% della popolazione dai 2 anni in su

Nel giorno medio sono stati 37,4 milioni gli individui di due anni in su online almeno una volta dai device rilevati. Quasi l'80% dei 18-74enni (il 78,8%) ha navigato da mobile nel giorno medio per 2 ore e 16 minuti

Tra le categorie di siti e applicazioni mobile più consultate si riscontra una lievissima flessione generale (-1,1%). Due categorie tra le prime quindici mostrano oscillazioni più marcate: "HealthFitness & Nutrition" (-4,4%) e "Broadcast & Media" (+3,2).

Milano, 14 aprile 2022 – Sono disponibili sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di febbraio 2022. I nuovi dati Audiweb Database sono stati già distribuiti alle Software House per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

La total digital audience nel mese di Febbraio 2022

La total digital audience nel mese di febbraio 2022 ha raggiunto **44,5 milioni di individui**, pari al 75,5% della popolazione dai 2 anni in su, collegata complessivamente per 58 ore e 37 minuti.

Nel giorno medio sono stati **37,4 milioni gli individui di due anni** in su online almeno una volta dai device rilevati (Computer e Mobile – Smartphone e Tablet) per 2 ore 29 minuti per persona.

La fruizione da Mobile nel giorno medio di questo mese di rilevazione vede coinvolta il **78,8% della popolazione dai 18 ai 74 anni**, pari a 34 milioni di utenti unici che ne quotidiano hanno dedicato all'online in media 2 ore 16 minuti da Smartphone e/o Tablet.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI FEBBRAIO 2022

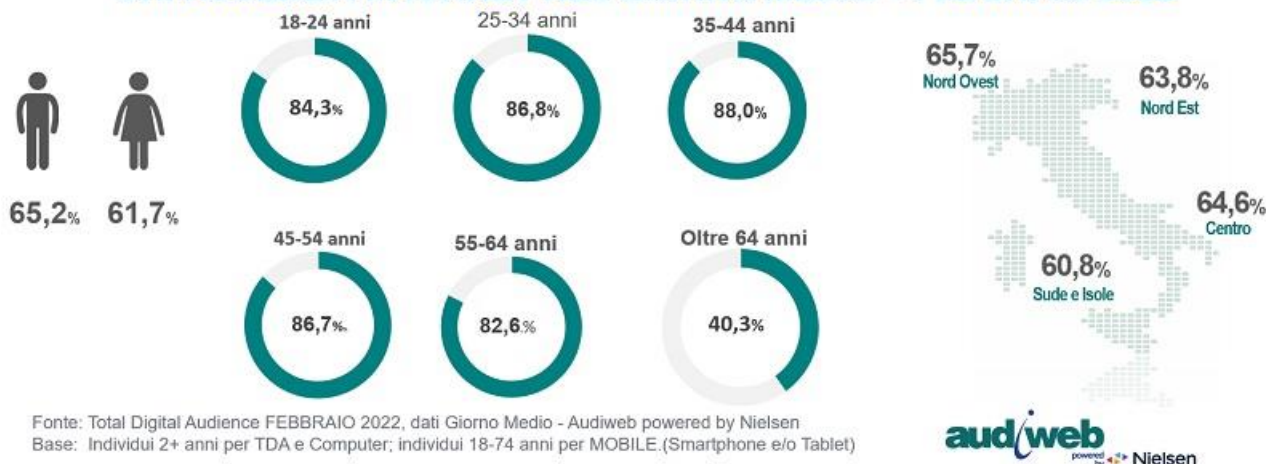
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	37.400	14.028	34.003
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	63,4%	23,8%	78,8%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:29	1:09	2:16
UTENTI UNICI – MESE (.000)	44.515	29.042	38.957
% POPOLAZIONE – MESE (%)	75,5%	49,3%	90,3%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	58:37	15:37	55:20

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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)

Nel **giorno medio di febbraio** hanno navigato il **65,2% degli uomini** (18,7 milioni) e il **61,7% delle donne** (18,6 milioni), con una concentrazione di oltre l'86% nelle fasce **24-34 anni** e **45-54 anni** e dell'88% tra i 35-44enni. **Gli over 64enni** nel giorno medio a febbraio raggiungono una quota del 40,3%.

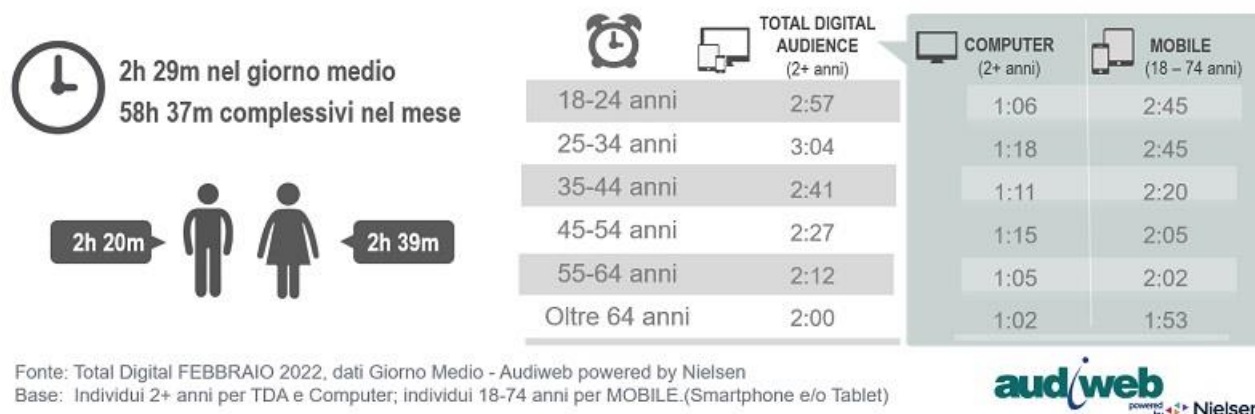
Per quanto riguarda la **provenienza geografica degli utenti online**, hanno navigato il 65,7% della popolazione del **Nord Ovest** (10,4 milioni), il 63,8% del **Nord Est** (7,3 milioni), 64,6% del **Centro** (7,5 milioni) e il 60,8% del **Sud E Isole** (12,1 milioni).

CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO – FEBBRAIO 2022



Il tempo dedicato all'online nel giorno medio è diverso tra i due generi: con 2 ore e 39 minuti in media al giorno, **le donne** anche questo mese hanno dedicato **più tempo** all'online **degli uomini**. Anche **tra le differenti fasce d'età** si riscontrano delle differenze, con i **25-34enni** che superano le 3 ore di media giornaliera, seguiti con poche manciate di secondi in meno **dai 18-24enni** (2 ore 57 minuti) - che però si mantengono sugli **stessi livelli nella fruizione da mobile** con 2 ore 45 minuti per entrambi i segmenti – e, a seguire, i **35-44enni** con 2 ore e 41 minuti, i **45-55enni** con 2 ore e 27 minuti, i **55-64enni** con 2 ore 12 minuti e gli **over 64** che arrivano a 2 ore di navigazione in media.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Per quanto riguarda le **categorie di siti e applicazioni mobile più consultate**, nel mese di febbraio si riscontra una **lievissima flessione** generale (-1,1%) legata sostanzialmente al fatto che questo mese ha qualche giorno in meno in calendario.

Entrando nel dettaglio delle categorie di siti e applicazioni mobile più visitate si nota una generale stabilità nell'interesse degli utenti rispetto al mese precedente. Due categorie tra le prime quindici mostrano **oscillazioni più marcate: "HealthFitness & Nutrition"**, la categoria dedicata alla salute e benessere che perde il 4,4% degli utenti dopo l'incremento registrato a gennaio, anche a seguito

dell'aumento dei casi legati al Covid19 subito dopo la pausa natalizia; **"Broadcast & Media"**, il raggruppamento dedicato ai broadcaster online che registra un +3,2 di utenti unici mensili, per la ricchezza dei palinsesti che hanno caratterizzato questo mese.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI FEBBRAIO 2022

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI FEB 2022 (.000)	VAR% FEB 2022 / GEN 2022 (%)	% UTENTI FEB 22	TEMPO/PERSONA FEB 2022 (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.515	-1,1%	100,0%	58:37
SEARCH	41.345	-0,8%	92,9	02:31
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.470	-1,1%	88,7	01:37
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.478	+0,5%	86,4	01:13
VIDEOS/MOVIES	38.374	-1,5%	86,2	05:54
MEMBER COMMUNITIES	38.006	-0,5%	85,4	17:10
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.880	-1,8%	85,1	01:05
E-MAIL	36.220	-1,1%	81,4	03:49
INSTANT MESSAGING	35.258	-0,8%	79,2	11:03
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.111	-1,1%	78,9	02:22
MASS MERCHANDISER	34.550	-1,6%	77,6	01:39
CORPORATE INFORMATION	31.592	-1,4%	71,0	00:39
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	30.336	-2,4%	68,2	00:27
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.111	-4,4%	67,6	00:25
MAPS/TRAVEL INFO	29.361	+0,7%	66,0	00:39
BROADCAST MEDIA	29.328	+3,2%	65,9	02:13

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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

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