

## SONO DISPONIBILI SUL SITO AUDIWEB I DATI DI SINTESI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI LUGLIO 2021

La total digital audience nel mese di luglio è rappresentata da 44 milioni 104 mila utenti, pari al 73,9% della popolazione dai due anni in su.

Luglio registra generalmente una leggera flessione stagionale, ma cresce l'interesse degli utenti per i contenuti e i servizi legati alle condizioni meteorologiche, agli spostamenti e ai viaggi e, conseguenza dei vari campionati sportivi e delle Olimpiadi di Tokyo che hanno caratterizzato questo mese, ai contenuti sportivi (+5,4% rispetto a giugno).

Nel giorno medio resta stabile la fruizione da Mobile (Smartphone e Tablet) che mantiene una copertura pari al 77% della popolazione maggiorenne (33,7 milioni di individui).

Milano, 15 settembre 2021 – Sono disponibili sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di luglio 2021. I nuovi dati Audiweb Database, prodotti con il sistema di rilevazione Audiweb 2021, 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 luglio 2021

La total digital audience nel mese di luglio è rappresentata da 44 milioni 104 mila utenti, pari al 73,9% della popolazione dai due anni in su, online complessivamente per 56 ore e 10 minuti tramite Computer e Mobile (Smartphone e Tablet). L'89,7% della popolazione tra i 18 e i 74 anni (39 milioni 144 mila utenti unici) ha navigato nel mese da Mobile, generando la gran parte del tempo online: 53 ore e 43 minuti, corrispondenti a circa due giorni e cinque ore.

Nel giorno medio a luglio sono state 36 milioni 837 mila le persone in Italia che hanno navigato almeno una volta dai device rilevati, trascorrendo online in media 2 ore e 10 minuti per persona.

### LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI LUGLIO 2021

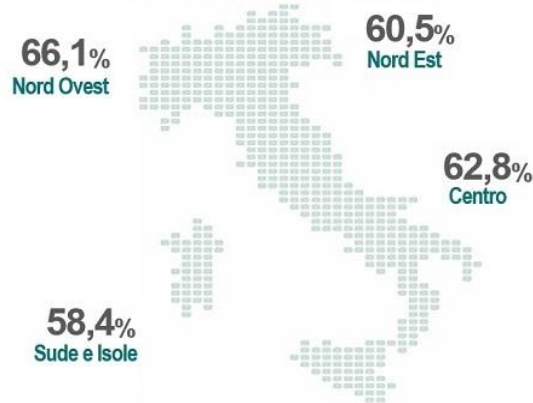
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO ( '000)	36.837	12.050	33.664
% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)	61,7%	20,2%	77,1%
TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:10	1:00	2:01
UTENTI UNICI – MESE ( '000)	44.104	27.570	39.144
% POPOLAZIONE – MESE (%)	73,9%	46,2%	89,7%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	56:10	13:34	53:43

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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)

Per quanto riguarda la provenienza geografica degli utenti, risulta che erano online nel giorno medio di luglio 10,5 milioni di utenti dall'area Nord-Occidentale (il 66,1% della popolazione di quest'area), circa 7

milioni dall'area **Nord-Orientale** (il 60,5%), 7,4 milioni dall'area **Centrale** (il 62,8%) e 11,9 milioni dall'area **Meridionale e Isole** (il 58,4%).

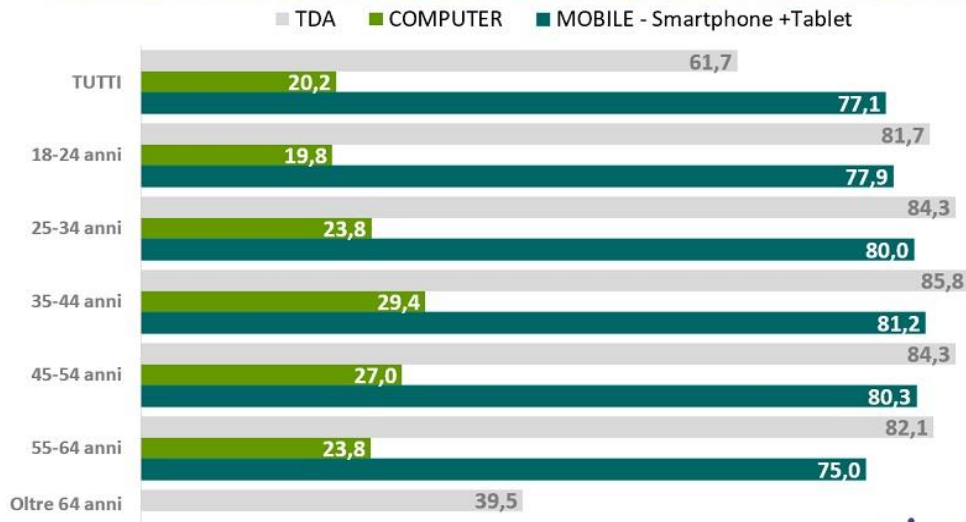
## IL PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE: AREA GEOGRAFICA



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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 sui **dispositivi utilizzati** per accedere a internet **almeno una volta nel giorno medio** risulta che a luglio la **fruizione da Computer** ha raggiunto il 20,2% della popolazione dai due anni in su (12 milioni), registrando una **flessione stagionale del 7,7%** rispetto al mese precedente legata alla chiusura completa delle scuole e all'entrata in pieno dell'estate, mentre **resta stabile la fruizione da Mobile** che mantiene una copertura pari al 77% della popolazione maggiorenne (33,7 milioni).

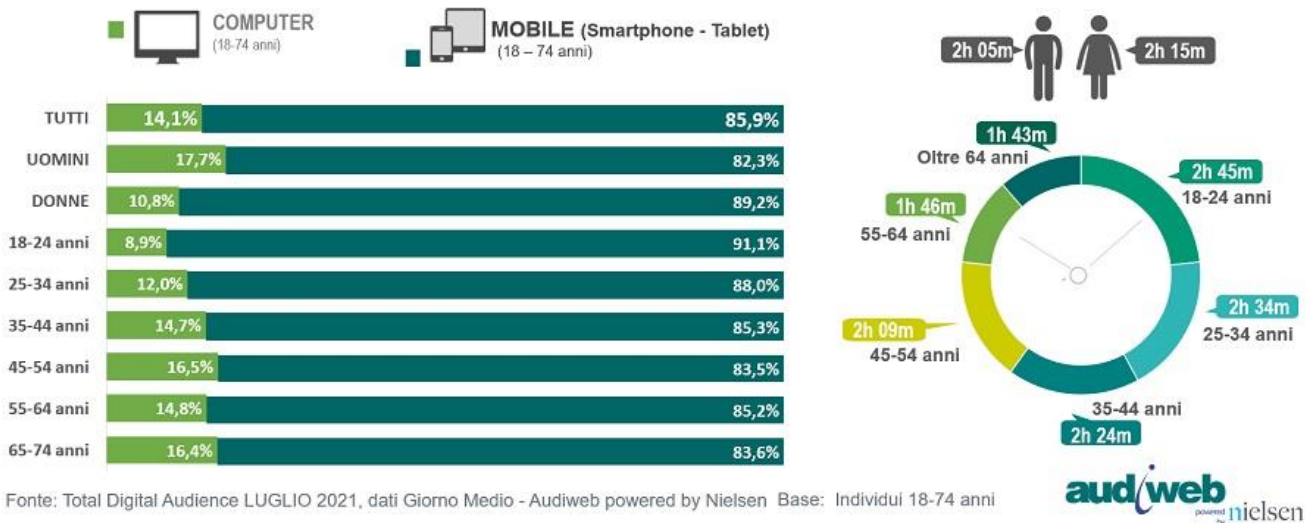
## DETTAGLIO DEVICE ED ETÀ DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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)

In questo mese di rilevazione la **fruizione di internet dai device Mobili** ha generato l'85,9% del tempo complessivo trascorso online. Entrando nel **dettaglio dei dati del tempo speso attraverso i device rilevati** emerge, dunque, che gli utenti di **tutte le fasce d'età dedicano la medesima quota** di tempo all'online da Mobile, con **maggiori picchi** per le **donne** in generale (l'89,2% del tempo online è da Mobile) e per le **fasce d'età più giovani**. I **18-24enni**, infatti, hanno navigato quotidianamente in media per **2 ore 45 minuti**, generando **da Mobile il 91,1%** del tempo complessivo, seguiti dai **25-34enni** con l'**88%** del tempo generato **da Mobile** sulle 2 ore e 34 minuti complessive.

## LA FRUIZIONE DA MOBILE: PROFILI E DISTRIBUZIONE DEL TEMPO



Il mese di luglio si presenta generalmente con **alcune categorie di siti in leggera flessione** confermando il **trend estivo** che vede l'interesse degli utenti online spostarsi verso i contenuti e i servizi legati alle **condizioni meteorologiche** - come nel caso della categoria "Weather" che registra un incremento del 4,6% -, agli **spostamenti e ai viaggi** - è il caso di alcune sotto-categorie legate a questi temi quali, ad esempio, "Multi-category Travel" (+6,2%), "Hotels/Hotel Directories" (+4,9%), "Ground Transportation" (+7%) e "Destinations" (+9,5%) -, cui si aggiungono i **contenuti sportivi** (sottocategoria Sport) che hanno registrato un incremento dell'audience online del 5,4% grazie ai vari campionati sportivi e alle Olimpiadi di Tokyo che hanno caratterizzato questo mese.

La **fotografia dei contenuti e servizi di maggiore interesse** per gli utenti online resta, dunque, pressoché **invariata** a luglio rispetto al mese precedente. Infatti, tra **le prime categorie di siti e mobile app più visitati nel mese** ritroviamo le categorie "**Search**" che raggruppa i motori di ricerca con 41,7 milioni di utenti unici nel mese (il 94,6% degli utenti online nel mese), "**Internet Tools /Web Services**" per i servizi e tool online con 39 milioni di utenti (l'88,5% degli utenti), "**Member Communities**" per i Social Network con 38,5 milioni di utenti (l'87,3% degli utenti), come anche "**General Interest Portals & Computer**" per i portali generalisti (87,2% degli utenti), "**Video/Movies** con 38,4 milioni di utenti (87,1%), "**Current Event & Global News**" che con le testate di news online raggiunge 37,7 milioni di utenti (85,5%), "**Instant Messaging**" con 36,8 milioni (83,5%), "**E-mail**" con 35,9 milioni (81,5%), "**Mass Merchandiser**" per i siti e app di e-commerce con 35,1 milioni (79,6%), "**Software Manufacturers**" con 34,5 milioni (78,3%) e "**Corporate Information**" con 32,5 milioni di utenti (73,6%).

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI LUGLIO 2021

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI NEL MESE (.000)	VAR % UTENTI LUG 2021 / GIU 2021	% UTENTI	TEMPO/PERSONA NEL MESE (hh:mm)
<b>TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE</b>	<b>44.104</b>	<b>-1,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>56:10</b>
Search	41.727	+0,5%	94,6	01:59
Internet Tools/Web Services	39.035	-2,3%	88,5	01:28
Member Communities	38.496	-0,5%	87,3	16:55
General Interest Portals & Communities	38.478	-1,6%	87,2	00:54
Videos/Movies	38.401	-1,3%	87,1	05:44
Current Events & Global News	37.696	-0,8%	85,5	01:02
Instant Messaging	36.824	-0,9%	83,5	10:43
E-mail	35.946	-1,1%	81,5	02:31
Mass Merchandiser	35.088	-1,1%	79,6	01:35
Software Manufacturers	34.515	-2,7%	78,3	01:58
Corporate Information	32.476	-2,1%	73,6	00:36
Sports	31.427	5,4%	71,3	00:41
Weather	31.006	4,6%	70,3	00:22
Maps/Travel Info	30.810	-1,2%	69,9	01:05
Multi-category Telecom/Internet Services	30.793	0,0%	69,8	00:33

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