

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

Ad ottobre sono stati 44 milioni 91 mila gli individui online, pari al 74,8% della popolazione dai due anni in su, collegati per 57 ore e 49 minuti.

Nel giorno medio la total digital audience ha raggiunto 36,5 milioni di individui dai 2 anni e la fruizione da Mobile (Smartphone e/o Tablet) ha riguardato il 77,4% della popolazione di 18-74 anni.

Milano, 21 dicembre 2021 – Sono disponibili sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di ottobre 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 ottobre 2021

Nel mese di ottobre sono stati 44 milioni 91 mila gli individui online, il 74,8% della popolazione dai due anni in su. La fruizione di internet da Mobile nel mese ha raggiunto una copertura del 90,3% della popolazione maggiorenne, pari a 38 milioni 942 mila di individui collegati tramite Smartphone e/o Tablet per 50 ore 42 minuti.

La total digital audience nel giorno medio di ottobre è rappresentata da 36,5 milioni di individui dai 2 anni in su online in media per 2 ore e 15 minuti per persona.

Per quanto riguarda i device rilevati, nel giorno medio di questo mese di rilevazione risulta che sono stati 13 milioni gli individui online almeno una volta nel giorno medio da Computer (il 22% degli utenti dai due anni in su) e 33,4 milioni gli individui online almeno una volta da Mobile (il 77,4% degli individui di 18-74 anni).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI OTTOBRE 2021

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)	36.529	13.042	33.372
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	62%	22,1%	77,4%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH.MM)	2:15	1:01	2:04
UTENTI UNICI – MESE (.000)	44.091	28.893	38.942
% POPOLAZIONE – MESE (%)	74,8%	49%	90,3%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH.MM)	57:49	15:17	50:42

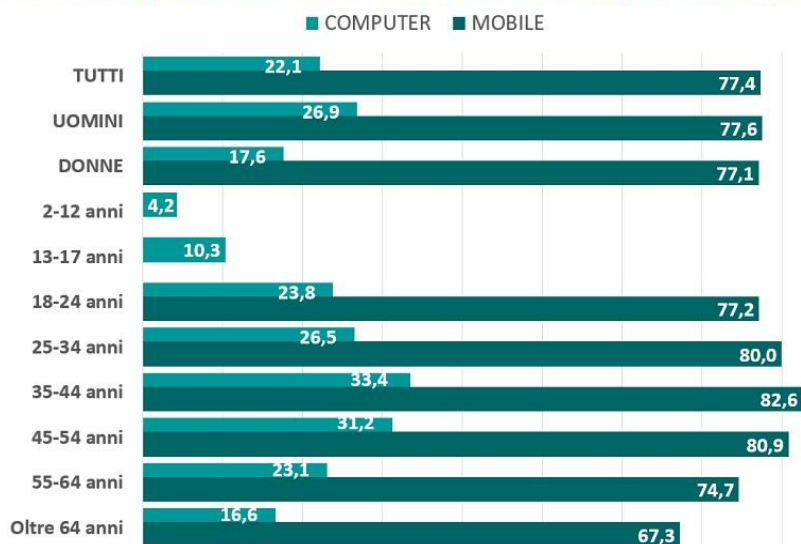
Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)

Per quanto riguarda la fruizione di internet in base alle fasce d'età e ai device utilizzati per navigare, risulta che almeno 4 su 5 individui tra i 25 e i 54 anni hanno navigato via Mobile (Smartphone e/o

Tablet) nel giorno medio del mese di ottobre 2021: l'80% dei 25-34enni, l'82,6% dei 35-44enni e l'80,9% dei 45-54enni, con valori pressoché simili tra gli **uomini** (il 77,6%) e le **donne** (il 77,1%).

La fruizione da **Computer** resta abbastanza stabile rispetto al mese precedente (-0,6% gli utenti online da questo device nel giorno medio rispetto a settembre) con **livelli di concentrazione maggiori tra i 35-44enni** (il 33,4% di questo segmento ha navigato da Computer almeno una volta nel giorno medio) e **i 45-54enni** (il 31,2%).

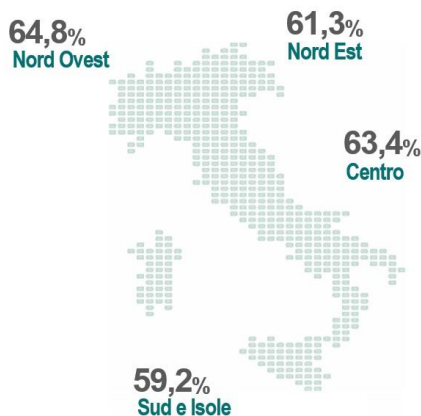
DETTAGLIO DEVICE ED ETÀ DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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 sulla **provenienza geografica degli utenti online**, nel giorno medio ad ottobre risulta che erano online 10,3 milioni di individui dal **Nord Ovest** (il 64,8% della popolazione di riferimento), 7 milioni dal **Nord Est** (il 61,3%), 7,4 milioni dal **Centro** (il 63,4%) e 11,8 milioni dal **Sud e Isole** (59,2%).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

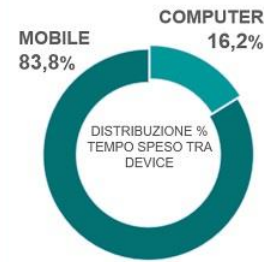


Fonte: Total Digital Audience Ottobre 2021, dati Giorno Medio - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)

Per quanto riguarda la **distribuzione del tempo speso online tra i device**, in questo mese di rilevazione la **fruizione da Mobile** ha generato ancora **oltre l'80% del volume di tempo complessivo** online (83,8%), mantenendo stabile anche il consumo medio per persona nel quotidiano che raggiunge il **coinvolgimento maggiore tra i 18-24enni** (2 ore 36 minuti nel giorno medio da Mobile) e i 25-34enni (2 ore 22 minuti).

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE (Smartphone - Tablet) (18 - 74 anni)
TUTTI	2:15	1:01	2:04
UOMINI	2:09	1:03	1:54
DONNE	2:21	0:59	2:14
2-12 anni	0:47	0:47	N.D.
13-17 anni	0:48	0:48	N.D.
18-24 anni	2:45	1:02	2:36
25-34 anni	2:36	1:05	2:22
35-44 anni	2:29	1:00	2:13
45-54 anni	2:14	1:08	1:54
55-64 anni	1:57	0:57	1:49
Oltre 64 anni	1:50	0:56	1:44



Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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 consumi online nel mese di ottobre risultano consolidati gli interessi degli Italiani online: tra i raggruppamenti di siti e app più visitati troviamo la categoria **“Search”** (che raggruppa i motori di ricerca) con 41,2 milioni di utenti unici mensili, la categoria **“Internet tool/Web Services”** (dedicata ai servizi e strumenti disponibili online) con 39,3 milioni di utenti e **“Video/Movies”** con 38 milioni di utenti. Restano tra le più visitate ad ottobre anche le categorie **“Members Communities”** (che raggruppa i Social Network) con 37,9 milioni di utenti unici mensili e un tempo complessivo per persona di 16 ore e 52 minuti, **“General Interest Portals & Communities”** (i portali generalisti) con 37,8 milioni di utenti, **“Current Events & Global News”** (le testate di news online) con 37,3 milioni di utenti, **“Instant Messaging”** (i servizi di messaggistica) con 36 milioni di utenti e 11 ore di tempo complessivo in media per persona, le Email con 35,7 milioni di utenti, **“Software Manufacturers”** (la categoria dedicata all’aggiornamento e gestione di software) con quasi 35 milioni di utenti e **“Mass Merchandiser”** (dedicata ai siti di ecommerce di largo consumo) 34,8 milioni di utenti.

Rispetto al mese precedente, tra le prime quindici più visitate ad ottobre ritorna **“Health, Fitness & Nutrition”** con 28,7 milioni di utenti unici mensili.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI OTTOBRE 2021

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI NEL MESE (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA NEL MESE (hh:mm)
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.091	100,0%	57:49
SEARCH	41.210	93,5	02:13
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.340	89,2	01:32
VIDEOS/MOVIES	38.001	86,2	06:16
MEMBER COMMUNITIES	37.880	85,9	16:52
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.847	85,8	01:02
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.273	84,5	01:01
INSTANT MESSAGING	36.053	81,8	11:05
E-MAIL	35.658	80,9	03:01
SOFTWARE MANUFACTURERS	34.994	79,4	02:05
MASS MERCHANDISER	34.762	78,8	01:45
CORPORATE INFORMATION	32.231	73,1	00:39
MAPS/TRAVEL INFO	30.172	68,4	00:53
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	30.079	68,2	00:29
WEATHER	29.136	66,1	00:34
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.716	65,1	00:28

Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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 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