

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

Sono stati 44,5 milioni gli individui online nel mese di settembre 2021, il 74,6% della popolazione dai due anni in su, collegati per 58 ore e 41 minuti.

Con 37 milioni di utenti unici nel giorno medio, a settembre, mese di rientri, è stato registrato un incremento nella frequenza d'accesso a Internet da Computer (+23,6% rispetto al giorno medio di agosto) e, in generale, per le categorie di siti e mobile app legati alle attività di lavoro e studio.

Milano, 19 novembre 2021 – Sono disponibili sul sito Audiweb il documento di scenario e la sintesi dei dati della total digital audience del mese di settembre 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 settembre 2021

La total digital audience del mese di settembre ha raggiunto 44,5 milioni di individui, pari al 74,6% della popolazione dai due anni in su, collegati per 58 ore e 41 minuti (due giorni e 10 ore complessivi).

Settembre è il mese del rientro dalle vacanze e della ripresa delle attività lavorative o di studio e di routine per gran parte della popolazione e dai dati dell'audience online nel giorno medio emerge una maggiore frequenza di fruizione da Computer rispetto ad agosto.

Infatti, a fronte di un lieve incremento dell'audience online complessiva, che in questo periodo di rilevazione raggiunge 37 milioni 148 mila utenti unici nel giorno medio (+2%), si registra un incremento del 23,6% degli individui che hanno navigato da Computer nel giorno medio (13,1 milioni rispetto ai 10,6 milioni online nel giorno medio ad agosto da questo device).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI SETTEMBRE 2021

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (000)	37.148	13.114	33.897
% POPOLAZIONE – GIORNO MEDIO (%)	62,3%	22%	77,7%
TEMPO PER PERSONA – GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:21	1:02	2:10
UTENTI UNICI – MESE (000)	44.522	28.876	39.145
% POPOLAZIONE – MESE (%)	74,6%	48,4%	89,7%
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	58:41	14:00	56:26

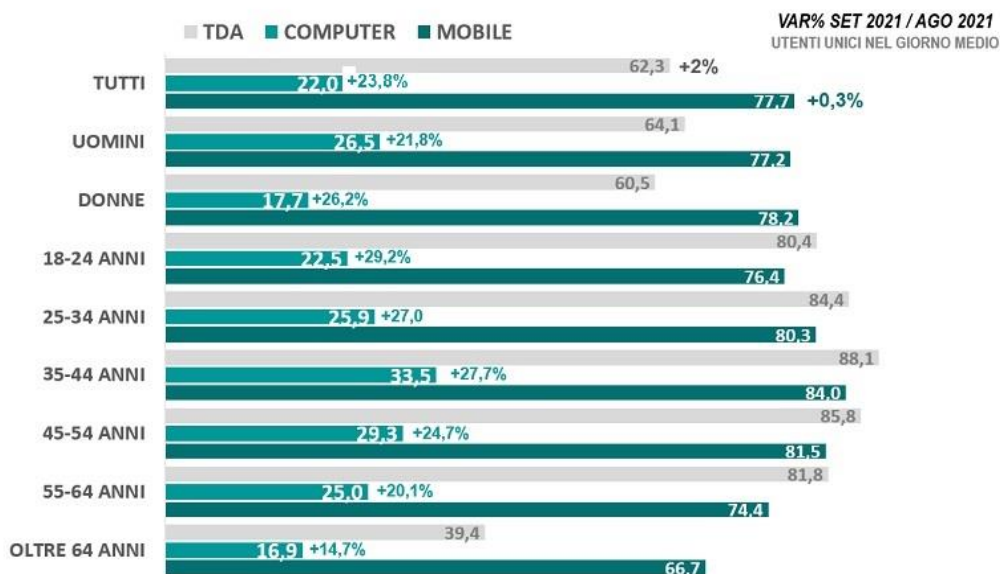
VAR% SET 2021 / AGO 2021
UTENTI UNICI NEL GIORNO MEDIO

- +2% TOTAL DIGITAL AUDIENCE
- +23,6% COMPUTER
- +0,5% MOBILE

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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)

Più in dettaglio, dai dati sui **profili degli individui online**, risulta che nel giorno medio di questo mese di rilevazione l'incremento della fruizione da Computer è equamente distribuito su tutte le fasce d'età, con picchi più evidenti per i 18-24enni (+29,2%) e i 25-44enni (+27% per i 25-34enni e +27,7% per i 35-44enni), mentre la popolazione maschile registra un incremento minore su questo device rispetto alle donne (+21,8% gli uomini online da Computer e +26,2% le donne rispetto al giorno medio di agosto). Con la ripresa della scuola da metà mese, anche **gli under 18 online**, monitorati per la fruizione da Computer, aumentano del 40,8% nel caso della fascia d'età 2-12 anni e del 30,4% nel caso della fascia d'età 13-17 anni.

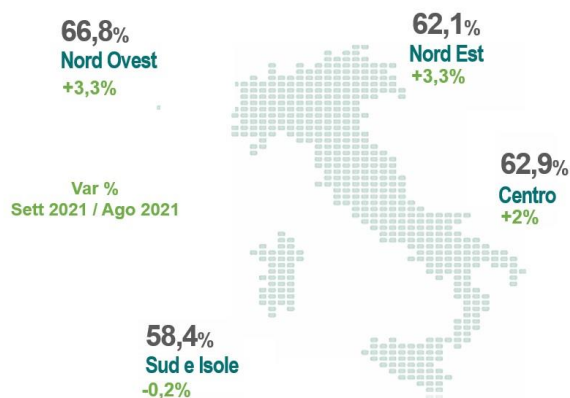
DETTAGLIO DEVICE ED ETÀ DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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 online nel giorno medio, a settembre** hanno navigato il **66,8% della popolazione del Nord Ovest** (10,6 milioni, +3,3% rispetto al giorno medio di agosto 2021), il 62,1% dal **Nord Est** (7,2 milioni, +3,3%), il 62,9% dal **Centro** (7,4 milioni, +2%) e il 58,4% del **Sud e Isole** (11,9 milioni, stabile rispetto al mese precedente).

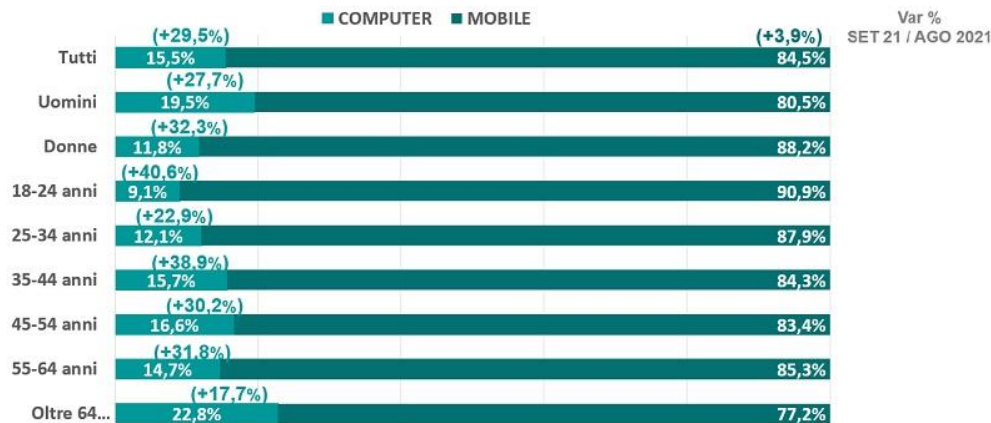
PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



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

Aumenta anche il tempo dedicato all'online in generale (+7,2% rispetto ad agosto), ma soprattutto per effetto dell'incremento della **fruizione tramite Computer** (+29,5%) e in modo equivalente per tutte le fasce d'età. Il tempo dedicato alla navigazione da **dispositivi mobili** (Smartphone e Tablet) resta sostanzialmente stabile.

LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 2021- Audiweb powered by Nielsen
Base: % Tempo Speso online per device Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)

Settembre è il mese in cui l'interesse degli utenti online si sposta dalle categorie legate ai viaggi, agli spostamenti e ai servizi metereologici verso le **categorie di siti e mobile app correlate alle attività di lavoro e studio** e organizzazione della **routine quotidiana**.

Dai dati sui consumi mensili online, infatti, emerge che **crescono particolarmente sia in termini di utenti online che di tempo speso** le categorie **“Internet tool/Web Services”** - dedicata ai servizi e strumento disponibili online - (+2% gli utenti unici rispetto ad agosto e +9.4% il tempo dedicato), **“General Interest Portals & Communities”** (+2,4% gli utenti unici e +14,2% il tempo dedicato), **“Instant Messaging”** (stabile per gli utenti unici, ma con incremento del 9,4% del tempo), **Email** (+4,7% gli utenti unici e +23,8% il tempo), **“Mass Merchandiser”** – dedicata a siti e mobile app per lo shopping - (+2,5% gli utenti unici e +6,2% il tempo), **“Corporate information”** (+2,3% gli utenti unici e +21,8% il tempo) e **“Government”** – che raggruppa i siti e le mobile app delle istituzioni governative (con utenti stabili rispetto ad agosto ma un +13,3% del tempo speso).

Di riflesso, registrano delle **flessioni di audience** quei siti e mobile app delle categorie legate al mondo dei **viaggi e delle vacanze**, come nel caso della categoria **“Maps/Travel Info”** (utenti piuttosto stabili ma -14% del tempo) e **Weather** (-4,7% gli utenti unici e -2,6% il tempo), oltre alla **categoria Sport** che, particolarmente ricca di importanti appuntamenti sportivi nel mese di agosto, a settembre registra una diminuzione dell'audience online del 7%, ma **vede crescere ancora il tempo speso online** sulle entità di questa categoria (+12,6%).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL MESE DI SETTEMBRE 2021

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI NEL MESE ('000)	VAR. % UTENTI SET 2021 / AGO 2021	% UTENTI	TEMPO/PERSONA NEL MESE (hh:mm)	VAR. % TEMPO X PERSONA SET 2021 / AGO
TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE	44.522	+2,0%	100,0%	58:41	+1,7%
Search	41.938	+2,2%	94,2	02:09	+5,6%
Internet Tools/Web Services	39.516	+2,0%	88,8	01:23	+9,4%
General Interest Portals & Communities	38.971	+2,4%	87,5	00:59	+14,2%
Videos/Movies	38.888	+1,1%	87,3	06:02	-0,6%
Member Communities	38.741	+1,1%	87,0	17:32	-4,8%
Current Events & Global News	37.507	+0,4%	84,2	00:59	-1,5%
Instant Messaging	37.077	+0,5%	83,3	11:29	+9,4%
E-mail	36.787	+4,7%	82,6	02:34	+23,8%
Mass Merchandiser	35.768	+2,5%	80,3	01:42	+6,2%
Software Manufacturers	35.567	+3,9%	79,9	01:53	+4,2%
Corporate Information	33.135	+2,3%	74,4	00:40	+21,8%
Maps/Travel Info	31.745	-0,1%	71,3	01:00	-14,1%
Multi-category Telecom/Internet Services	30.725	+1,6%	69,0	00:30	+9,8%
Government	30.208	-0,1%	67,9	00:34	+13,3%
Weather	30.133	-4,7%	67,7	00:21	-2,6%

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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