

Disponibili i dati della total digital audience del mese di agosto 2020

Ad agosto erano online 41,9 milioni di individui, il 70,3% della popolazione dai 2 anni in su, dato stabile rispetto al mese di luglio (-0,3%) e che registra una flessione "stagionale" della fruizione di internet da Computer (-5,8%)

Nel giorno medio ad agosto hanno navigato almeno una volta 32,2 milioni di individui, con 28,3 milioni di utenti online da Smartphone (il 63% della popolazione tra i 18 e i 74 anni) che ha generato l'81% del tempo totale trascorso online

Milano, 8 ottobre 2020 – Audiweb ha distribuito il **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, con i dati della fruizione di internet (total digital audience) del mese di **Agosto 2020**. I nuovi dati Audiweb Database, sono stati distribuiti alle software house per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione. Il **documento di sintesi** con l'audience online nel giorno medio degli editori iscritti alla rilevazione è disponibile sul sito, previa registrazione.

La total digital audience nel mese di Agosto 2020

Nel mese di agosto la **total digital audience** ha raggiunto **41,9 milioni di utenti unici**, dato piuttosto stabile rispetto al mese di luglio (-0,3%) e che registra ancora una flessione della **fruizione di internet da Computer** (-5,8%) legata principalmente a un fattore di stagionalità, tipico dei mesi estivi e già riscontrato nel mese precedente.

La **total digital audience nel giorno medio** di agosto è rappresentata da **32,2 milioni di utenti** (-0,7% rispetto all'audience online nel giorno medio di luglio), anche in questo caso con una **flessione** rispetto al mese precedente che riflette la diminuzione della frequenza d'accesso da **Computer** (-17,4%) dovuta, appunto, alla piena entrata dell'estate e al periodo di ferie per gran parte della popolazione.

L'**audience online nel giorno medio da Smartphone**, con **28,3 milioni di utenti tra i 18 e i 74 anni**, mantiene invece un dato **stabile** rispetto a luglio (+0,5%).

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI AGOSTO 2020

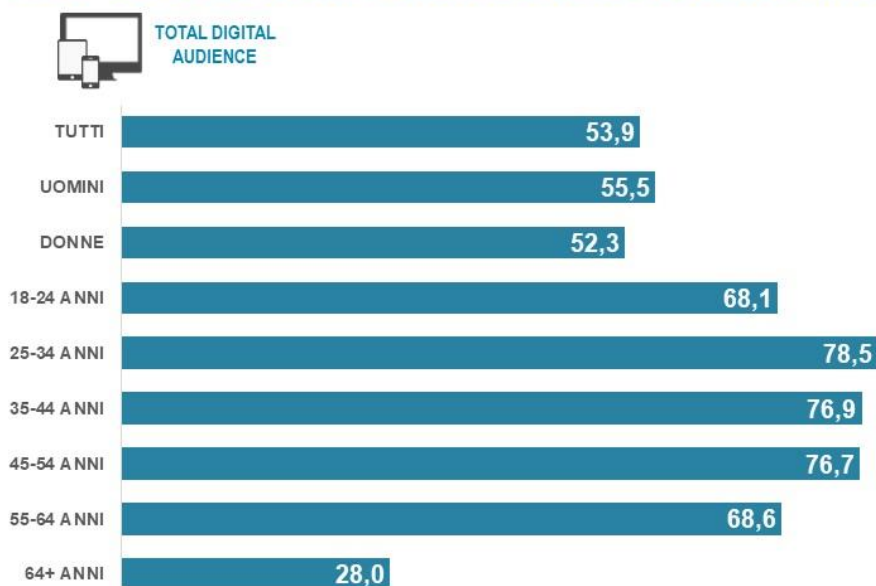
	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)	VAR% AGO2020 / LUG2020
UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (MILIONI)	32,2	7,6	4,0	28,3	-0,7%
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	53,9%	12,8%	8,9%	62,9%	-17,4%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	2:25	1:13	1:22	2:14	-3,3%
UTENTI UNICI – MESE (MILIONI)	41,9	23,6	7,3	37,6	+0,5%
% POPOLAZIONE – MESE (%)	70,3%	39,5%	16,2%	83,5%	
TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)	57:36	12:16	23:23	52:03	

Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.

Nel giorno medio di agosto ha navigato almeno una volta dai device rilevati il **54% della popolazione dai due anni in su**, il 55,5% degli **uomini** (16,6 milioni) e il 52,3% delle **donne** (15,6 milioni), con livelli di

penetrazione differenti a seconda delle fasce d'età. Infatti, erano online nel giorno medio ad agosto oltre il 76% degli individui dai **35 ai 54 anni**, il 68% dei **18-24enni** (68,1%) e dei **55-64enni** (68,6%) e il 28% degli **over 64 anni**.

LA POPOLAZIONE ONLINE NEL GIORNO MEDIO



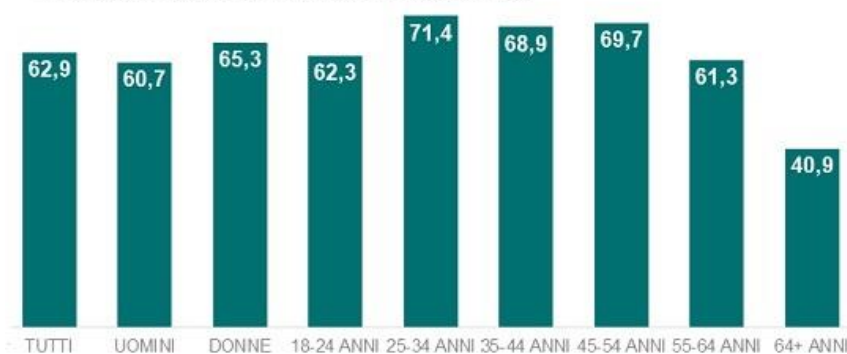
Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2020. Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su.
Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.

L'**81% del tempo totale trascorso online nel giorno medio** di questo mese estivo è stato generato dalla fruizione da **Smartphone**, dal 63% della popolazione tra i 18 e i 74 anni (28,3 milioni).

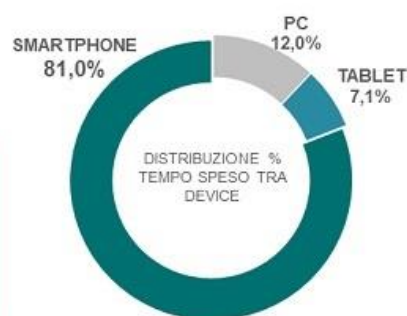
Inoltre, analizzando nel **dettaglio i dati sulla popolazione online da Smartphone**, nel giorno medio ad agosto risulta che erano online in mobilità il 60,7% degli **uomini** 18-74enni, il 65,3% delle **donne** della stessa fascia d'età, il 62,3% dei **18.24enni**, il 71,4% dei **25-34enni**, il 68,9% dei **35-44enni**, il 69,7% dei **45-54enni**, il 61,3% dei **55-64enni** e il 40,9% dei **65-74enni**.

LA POPOLAZIONE ONLINE DA SMARTPHONE NEL GIORNO MEDIO

% POPOLAZIONE ONLINE DA SMARTPHONE NEL GIORNO MEDIO

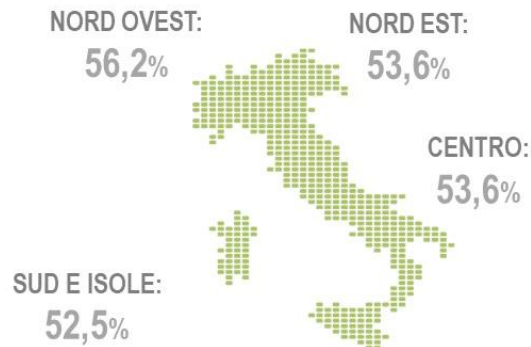


Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2020. Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Italiani dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.



Per quanto riguarda i dati sulla **provenienza geografica** degli utenti online, erano 8,9 milioni gli individui online nel giorno medio dall'area **Nord Ovest** (il 56,2% degli abitanti di quest'area), 5,8 milioni dall'area **Nord Est** (il 53,6% degli abitanti di quest'area), 6,2 milioni dal **Centro** (il 53,6% degli abitanti di quest'area) e 11,2 milioni dall'area **Sud e Isole** (il 52,5% degli abitanti di quest'area).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database, AGOSTO 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; Individui 18-74 anni per Smartphone e Tablet.

Dai **dati sulle categorie e sotto-categorie più visitate nel mese di agosto** risultano in lieve **crescita** rispetto al mese di luglio quelle che raggruppano siti e applicazioni dedicati alle **news online** (Current Event & Global News con 36,3 milioni di utenti mensili, +1,5% rispetto a luglio), all'**ecommerce** (Mass Merchandiser con 33,8 milioni di utenti, +1%), ai **viaggi** (Map/Travel Info con 31,2 milioni di utenti, +3,4%) e al **meteo** (Weather con 30,3 milioni di utenti, +3,9%).

Restano pressoché **stabili**, tra le altre, le sotto-categorie di siti e applicazioni che raggruppano i **motori di ricerca** (Search con 39,3 milioni di utenti unici mensili, -0,1%), i **social network** (Member Communities con 37,7 milioni di utenti, +0,6%), le piattaforme dedicate ai **video online** (Video/Movies con 37 milioni di utenti, +0,8%) i **portali generalisti** (General Interest Portals & Communities (con 36,6 milioni di utenti, +0,2%), i sistemi di **messaggistica istantanea** (con 35,5 milioni di utenti, -0,1%).

ALCUNE TRA LE CATEGORIE DI SITI PIÙ VISITATE NEL MESE DI AGOSTO 2020

	UTENTI UNICI (.000)	% UTENTI	TEMPO/PERSONA (hh:mm)	VAR% UTENTI UNICI AGO2020 / LUG2020
Total	41,9	100	57:36	-0,3%
SEARCH	39.291	93,7	02:06	-0,1%
MEMBER COMMUNITIES	37.695	89,9	16:47	0,6%
VIDEOS/MOVIES	37.012	88,3	06:23	0,8%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	36.938	88,1	01:07	-1,3%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	36.570	87,2	00:50	0,2%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.302	86,6	01:15	1,5%
INSTANT MESSAGING	35.491	84,6	10:40	-0,1%
MASS MERCHANDISER	33.808	80,6	01:38	1,0%
E-MAIL	33.383	79,6	02:23	-1,1%
SOFTWARE MANUFACTURERS	32.546	77,6	01:30	-1,1%
MAPS/TRAVEL INFO	31.197	74,4	01:04	3,4%
CORPORATE INFORMATION	30.528	72,8	00:34	0,1%
WEATHER	30.322	72,3	00:25	3,9%
FOOD & COOKING	28.331	67,6	00:19	0,5%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	28.264	67,4	00:29	-0,9%

Fonte: Total Digital Audience nel mese di AGOSTO 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Var % Utenti unici mensili. Base: Individui 2+ anni per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

*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.

⁽¹⁾La metodologia alla base del nuovo sistema Audiweb 2.0

Il nuovo sistema di rilevazione, Audiweb 2.0, realizzato in collaborazione con Nielsen, è basato su **quattro fonti di dati**: la fonte **"censuaria"**, basata sull'strumentazione di un **TAG/SDK** (Software Development Kit di Nielsen) che consente la raccolta di dati relativi alla fruizione di tutti i contenuti online da differenti device e piattaforme e che, con le informazioni provenienti dal big data provider, è alla base della rilevazione Audiweb Daily / Weekly; i **Big Data**, le cui informazioni, validate dal Panel, contribuiscono all'attribuzione di età e genere all'audience e alla deduplica delle audience tra device.

A queste due fonti di rilevazione, si aggiunge la **rilevazione Audiweb Panel**. Alla base della produzione dell'Audiweb Database Respondent Level, la rilevazione Audiweb Panel è la misurazione che avviene attraverso un **campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana**, che ha installato un software meter nel proprio computer, smartphone e/o tablet e fornisce informazioni oggettive e dettagliate sulla fruizione dell'online, oltre a dati esclusivi sul profilo socio-demo degli utilizzatori della Rete. Le informazioni provenienti dalla rilevazione Panel vengono poi espanso all'intero universo della popolazione connessa grazie alle informazioni derivanti dalla **nuova Ricerca di base congiunta con Auditel**.

Il prodotto finale e più completo della fusione di tutte le fonti di dati del sistema è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, che offre le informazioni sull'audience di tutta l'offerta online e i **dati elementari di navigazione degli editori iscritti al servizio, con i profili socio-demografici degli utenti (= "Respondent Level")** - non solo per genere ed età, come per i dati "Daily" e Weekly", ma offrendo anche le informazioni relative al livello di istruzione, alla condizione professionale, al tipo di occupazione, il numero dei componenti in famiglia, il reddito familiare, l'area geografica, la regione di provenienza e, novità importante, la / il responsabile di acquisto -, arrivando a una rappresentazione dei comportamenti di fruizione per **fascia oraria giornaliera di 3 ore**.

Tutte le informazioni sul nuovo sistema Audiweb 2.0 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**.

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