



# LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE IN ITALIA

DICEMBRE 2021



In questo report sono presentati i dati di sintesi **sulla total digital audience** rilevata nel mese di **DICEMBRE 2021**

Fonte: Audiweb powered by Nielsen

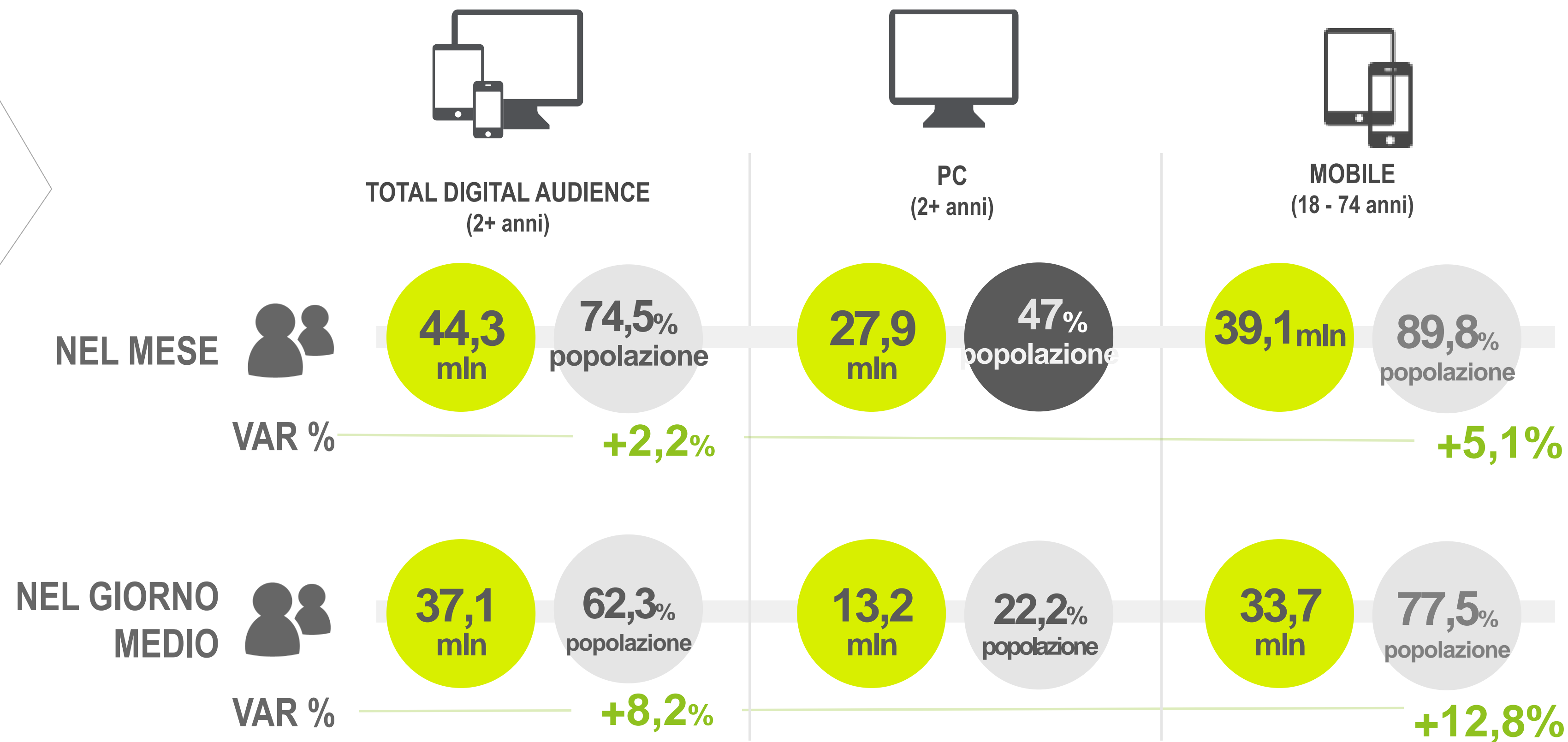
Per maggiori informazioni sulla metodologia di rilevazione di Audiweb 2021 è possibile consultare il sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it).



# LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2021

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE HA RAGGIUNTO IL 74,5% DELLA POPOLAZIONE DAI 2 ANNI IN SU **NEL MESE MEDIO DEL 2021**, PARI A UNA MEDIA DI 44,3 MILIONI DI UTENTI UNICI COLLEGATI DAI DEVICE RILEVATI (+2,2% RISPETTO ALLA MEDIA DEL 2020).

LA FRUIZIONE DI INTERNET **NEL GIORNO MEDIO** HA REGISTRATO UN INCREMENTO DELL'8,2%, CON UN USO NEL QUOTIDIANO ANCORA IN CRESCITA TRAMITE **MOBILE** CHE RAGGIUNGE IL 77,5% DELLA POPOLAZIONE TRA I 18 E I 74 ANNI (+12,8%) E DI QUASI IL 90% NEL MESE MEDIO.

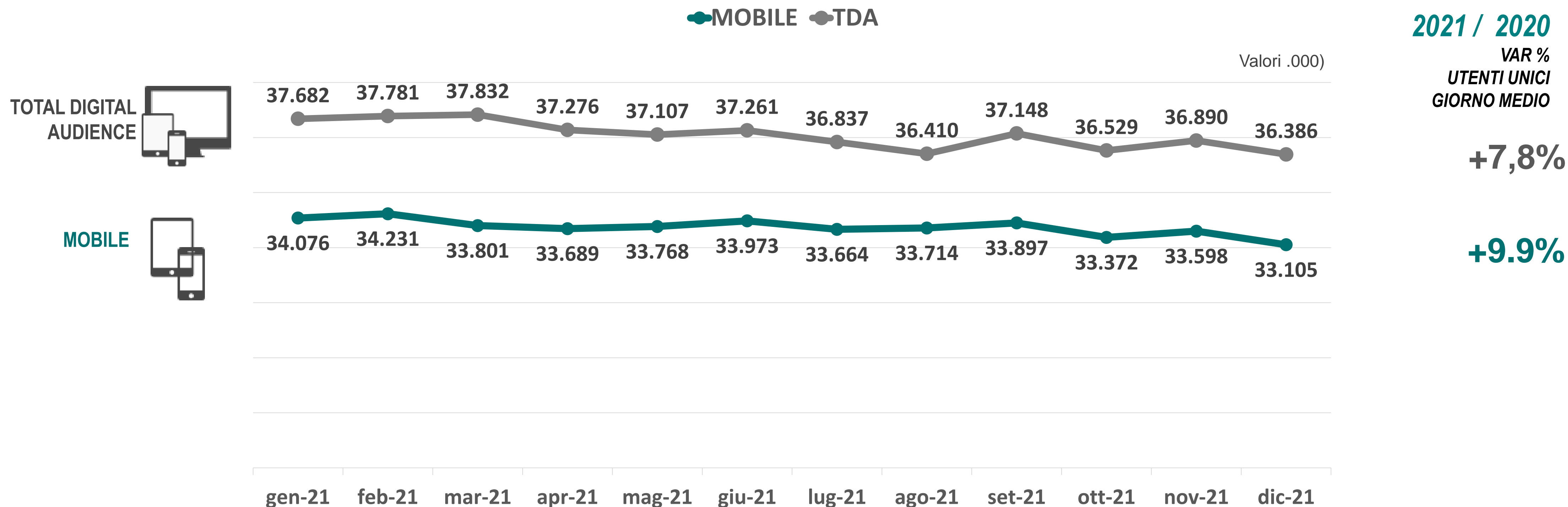




# TREND TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL GIORNO MEDIO

NEL 2021 L'ANDAMENTO DELL'AUDIENZA ONLINE NEL GIORNO MEDIO TRA I DIVERSI MESI DELL'ANNO RIPRENDE LA FORMA A CUI ERAVAMO ABITUATI, DOPO L'ANNO DELL'ESPLOSIONE DELLA PANDEMIA COVID 19 IN CUI L'ANDAMENTO ERA STATO COMPLETAMENTE STRAVOLTO.

RITROVIAMO, INFATTI, **LIEVI CALI** NELLA FREQUENZA DI FRUIZIONE IN CORRISPONDENZA DEI MESI ESTIVI O DI INTERVALLI LEGATI A PARTICOLARI FESTIVITÀ E **PICCHI DI AUDIENZA** NEI MOMENTI DI RITORNO ALLA NORMALITÀ, AD ESEMPIO DOPO LE VACANZE ESTIVE O IN PERIODI CON EVENTI DI PARTICOLARE RILIEVO.





# ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL 2021

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI MEDIA 2021(.000)
<b>TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE</b>	<b>44.336</b>
SEARCH	41.548
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.580
VIDEOS/MOVIES	38.800
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.635
MEMBER COMMUNITIES	38.462
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.128
INSTANT MESSAGING	36.751
E-MAIL	36.206
MASS MERCHANDISER	35.230
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.218
CORPORATE INFORMATION	32.679
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	30.288
GOVERNMENT	30.102
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.895
MAPS/TRAVEL INFO	29.852

I MOTORI DI RICERCA, I SERVIZI E STRUMENTI ONLINE, LE PIATTAFORME E SITI DI VIDEO, I PORTALI GENERALISTI I SOCIAL NETWORK (MEMBER COMMUNITIES) E LE TESTATE DI INFORMAZIONE ONLINE SONO LE PRIME CINQUE CATEGORIE DI SITI E APPLICAZIONI MOBILE PIÙ VISITATE NEL 2021



# LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI DICEMBRE 2021

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	MOBILE* (18 - 74 anni)
<b>UTENTI UNICI – GIORNO MEDIO (.000)</b>	<b>36.386</b>	12.664	33.105
<b>% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)</b>	<b>61,7%</b>	21,5%	76,7%
<b>TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)</b>	<b>2:18</b>	1:05	2:07
<b>UTENTI UNICI – MESE (.000)</b>	<b>44.586</b>	28.995	38.958
<b>% POPOLAZIONE – MESE (%)</b>	<b>75,6%</b>	49,2%	90,3%
<b>TEMPO PER PERSONA – MESE (HH:MM)</b>	<b>58:11</b>	14:46	55:35

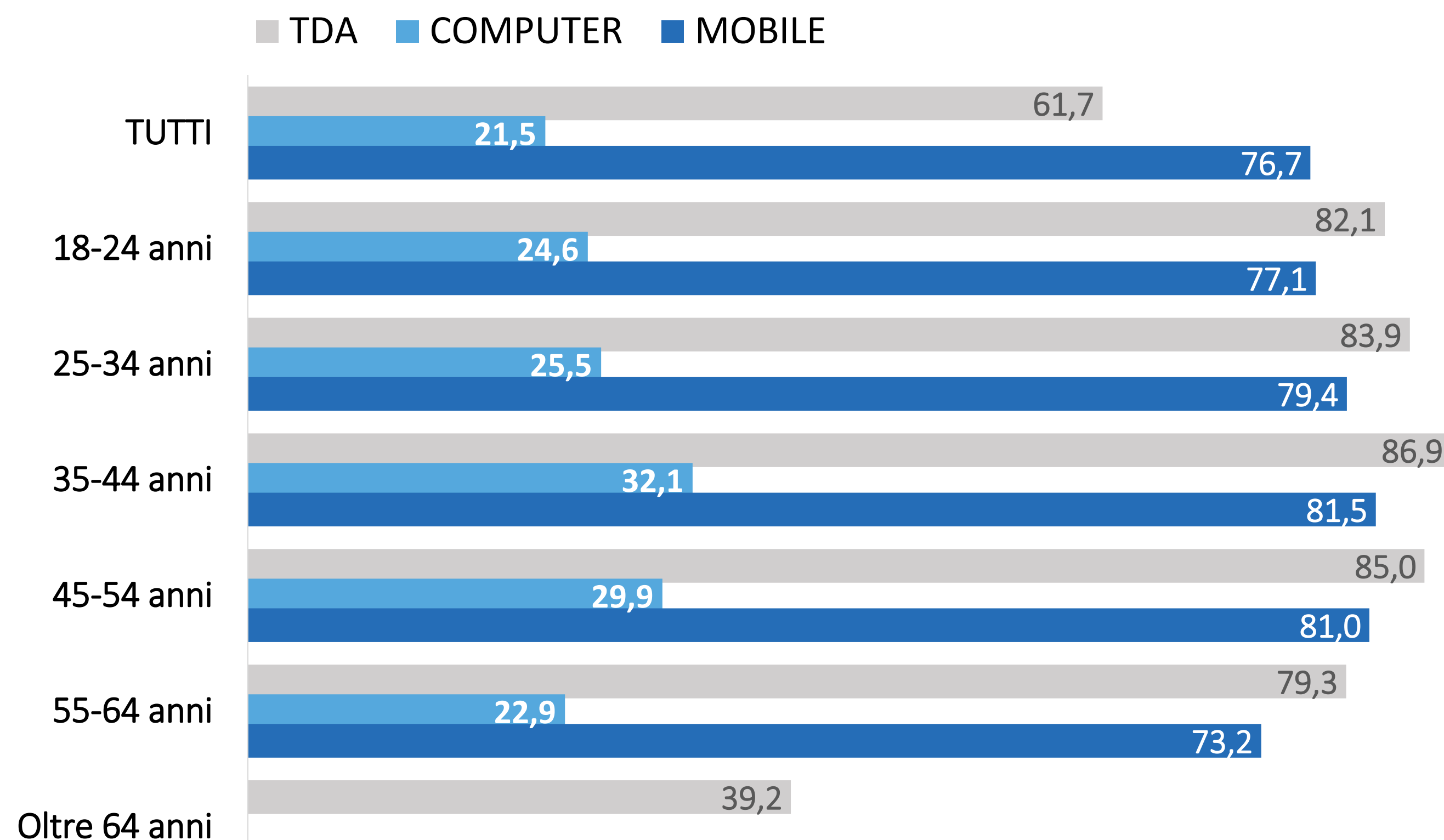
SONO STATI 44,6 MILIONI GLI INDIVIDUI ONLINE NEL MESE DI DICEMBRE ONLINE COMPLESSIVAMENTE PER 58 ORE 11 MINUTI

NEL GIORNO MEDIO LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE HA RAGGIUNTO 36,4 MILIONI DI INDIVIDUI DAI 2 ANNI, IL 76,7% DELLA POPOLAZIONE TRA I 18 E I 74 ANNI SI È COLLEGATA DA MOBILE (33,1 MILIONI)



# CHI ACCEDE A INTERNET NEL GIORNO MEDIO – DICEMBRE 2021

NEL GIORNO MEDIO A DICEMBRE ERANO ONLINE IL 63,4% DEGLI **UOMINI** E IL 59,7% DELLE **DONNE** E, PER QUANTO RIGUARDA I VARI SEGMENTI DELLA POPOLAZIONE CHE HANNO NAVIGATO ALMENO UNA VOLTA NEL GIORNO MEDIO DAI DEVICE RILEVATI (COMPUTER E MOBILE) RITROVIAMO L'82,1% DEI **18.24ENNI**, L'83,9% DEI **25-34ENNI**, L'86,9% DEI **35-44ENNI**, L'85,0% DEI **45-54ENNI** E IL 79,3% DEI **55-64ENNI**, MENTRE GLI OVER 64ENNI SI MANTENGONO SU UNA QUOTA PARI AL 39,2%



**UOMINI 2+anni  
ONLINE NEL  
GIORNO MEDIO  
63,4%**

**DONNE 2+anni  
ONLINE NEL  
GIORNO MEDIO  
59,7%**

**2-12 anni  
DA COMPUTER  
5,2%**

**13-17 anni  
DA COMPUTER  
10,3%**



# PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO

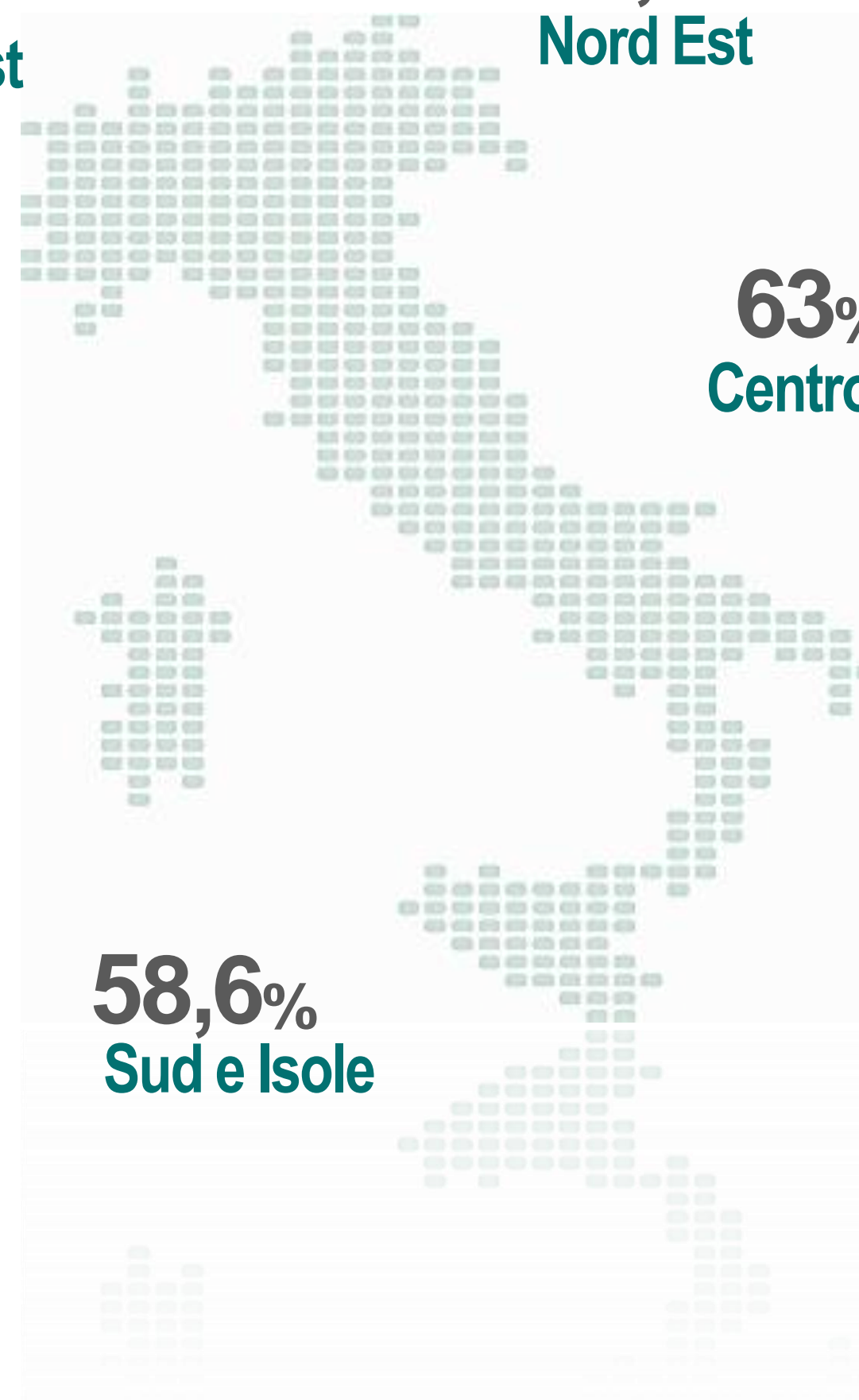
NEL GIORNO MEDIO A DICEMBRE HANNO NAVIGATO IL 64,7% DELLA POPOLAZIONE DEL **NORD OVEST** (10,3 MILIONI), IL 61,7% DAL **NORD EST** (7,1 MILIONI), IL 63% DAL **CENTRO** (7,4 MILIONI) E IL 58,6% DEL **SUD E ISOLE** (11,7 MILIONI).

**64,7%**  
Nord Ovest

**61,7%**  
Nord Est

**63%**  
Centro

**58,6%**  
Sud e Isole







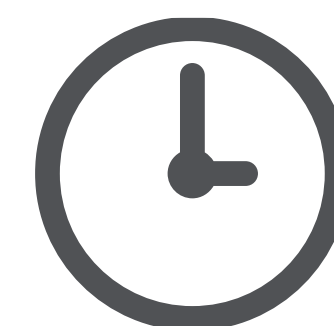




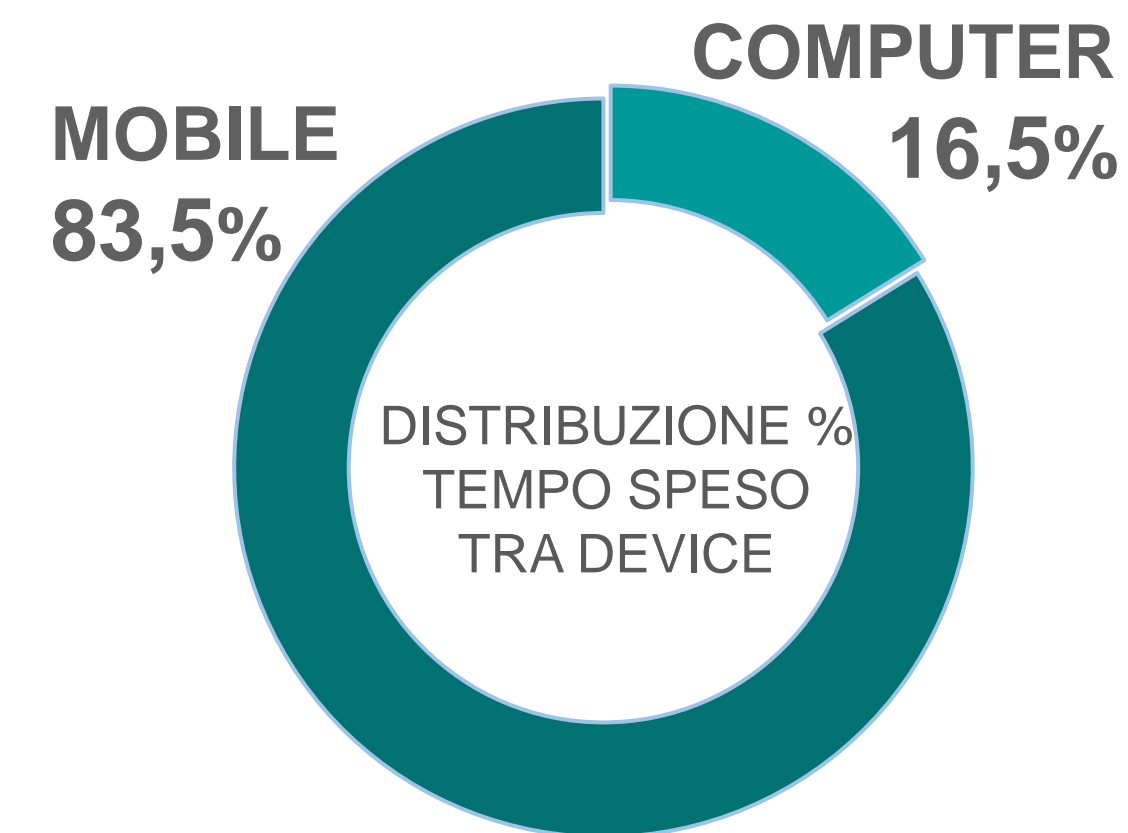
# LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO ONLINE NEL GIORNO MEDIO

IN QUESTO MESE DI RILEVAZIONE LA FRUIZIONE DA MOBILE HA GENERATO ANCORA OLTRE L'83,5% DEL TEMPO COMPLESSIVO TRASCORSO ONLINE È STATO GENERATO DALLA FRUIZIONE DI INTERNET DA MOBILE. LE DONNE CONTINUANO A TRASCORRERE IN MEDIA QUALCHE MINUTO IN PIÙ ONLINE RISPETTO AGLI UOMINI – 2 ORE E 13 MINUTI DA MOBILE, CONTRO LE 2 ORE DEGLI UOMINI E 2 ORE E 21 MINUTI IN TOTALE -, MENTRE I 18-24ENNI CON 2 ORE E 51MINUTI HANNO TOTALIZZATO PIÙ TEMPO ONLINE RISPETTO AGLI INDIVIDUI DELLE ALTRE ETÀ

	 TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	 COMPUTER (2+ anni)	 MOBILE (18 – 74 anni)
UOMINI	2:15	1:06	2:00
DONNE	2:21	1:04	2:13
18-24 anni	2:51	1:08	2:40
25-34 anni	2:36	1:11	2:23
35-44 anni	2:26	1:02	2:12
45-54 anni	2:17	1:10	1:58
55-64 anni	2:04	1:02	1:55
Oltre 64 anni	1:57	1:03	1:50



2h 18m nel giorno medio  
58h 11m complessivi nel mese





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

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI DIC 2021 (.000)	UTENTI UNICI MEDIA 2021 (.000)	% UTENTI DIC 2021	TEMPO/PERSONA DIC 2021 (hh:mm)
<b>TUTTE LE SOTTO-CATEGORIE</b>	<b>44.586</b>	<b>44.336</b>	<b>100,0%</b>	<b>58:11</b>
SEARCH	41.156	41.548	92,3	02:21
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	39.042	39.580	87,6	01:27
VIDEOS/MOVIES	38.466	38.800	86,3	06:09
MEMBER COMMUNITIES	37.954	38.462	85,1	16:49
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.757	38.635	84,7	01:05
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.801	38.128	82,5	01:05
E-MAIL	35.609	36.206	79,9	03:25
INSTANT MESSAGING	35.569	36.751	79,8	11:34
MASS MERCHANDISER	34.898	35.230	78,3	02:10
SOFTWARE MANUFACTURERS	34.271	35.218	76,9	02:16
CORPORATE INFORMATION	31.579	32.679	70,8	00:39
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.667	29.895	66,5	00:27
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	29.661	30.288	66,5	00:29
GOVERNMENT	29.012	30.102	65,1	00:36
MAPS/TRAVEL INFO	28.797	29.852	64,6	00:41



# Legenda delle principali sotto-Categorie che raggruppano i siti e le applicazioni online

**Search** = motori di ricerca

**General Interest Portals & Communities** = Portali generalisti

**Member Communities** = Social Network

**Software Manufacturers** = siti dedicati ad approfondimento o download / aggiornamento di software o alla gestione di documenti online.

**Internet tools / web services** = servizi e applicazioni per la fruizione di strumenti e servizi online.

**Video / Movies** = siti e applicazioni che offrono contenuti video.

**Email:** siti e applicazioni per la gestione di posta elettronica

**Mass Merchandiser** = siti di vendita online di prodotti mass market

**Instant Messaging** = siti e applicazioni dedicati alla messaggistica istantanea, sia da computer che da mobile.

**Current event e Global News** = siti di informazione.

**Multi-category Telecom/Internet Services** = siti e applicazioni dedicati ai servizi di telefonia e alle compagnie telefoniche.

**Corporate Information** = siti corporate e di brand.

**Multi-category Entertainment:** Siti che ricoprono diverse categorie di intrattenimento.

**Research Tools** = strumenti utili per le ricerche e gli approfondimenti su temi di diversa natura.

**Maps/Travel Info** = siti e applicazioni di mappe e informazioni sui viaggi.

**Online Games** = siti e applicazioni dedicati ai giochi online.

**Classifieds/Auctions** = Siti che offrono informazioni, prodotti e/o servizi agli utenti per vendere, comprare o pubblicare articoli in offerta (annunci, bacheche, aste...).



• Note



## Note metodologiche

### Dati dell'audience online

I dati dell'**audience online** sono rilasciati mensilmente da Audiweb e sono riferiti alla stima della fruizione di internet da parte degli italiani, sia in un giorno medio del mese di rilevazione che in tutto il mese.

Per "**total digital audience**" si intende l'insieme di utenti unici che hanno effettuato almeno un accesso a internet tramite i device rilevati - pc e/o device mobili (smartphone e/o tablet) - nel periodo di analisi.

La rilevazione della fruizione di internet tramite PC è riferita agli italiani dai 2 anni in su; la fruizione di internet tramite device mobili (MOBILE) è riferita agli italiani tra i 18 ed i 74 anni.

**Fonte da citare: Total digital audience di [periodo di rilevazione]. Audiweb powered by Nielsen**



[www.audiweb.it](http://www.audiweb.it)



[@Audiweb\\_it](https://twitter.com/Audiweb_it)

[www.slideshare.net/Audiweb](http://www.slideshare.net/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 AssoComunicazione, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.