

29 dicembre 2021 15:27

ITALIA: Tlc. 44,5mln utenti unici mensili in rete a settembre

Analizzando i dati di utilizzo delle piattaforme online, nel mese di settembre 2021, 44,5 milioni di utenti unici mensili hanno navigato in rete per un totale di 59 ore di navigazione mensili a persona. Lo rileva l'ultima edizione dell'Osservatorio sulle Comunicazioni di Agcom, aggiornato a settembre 2021. Stabili ai primi posti della graduatoria si collocano l'insieme di siti web e applicazioni di pertinenza delle big player internazionali (Google, Facebook, Amazon, Microsoft), seguiti da quelle riconducibili ad alcuni gruppi editoriali nazionali (Rcs Mediagroup, Mediaset, Italiaonline, GEDI). Passando all'esame dell'evoluzione delle audience dei siti e applicazioni di informazione generalista, è possibile apprezzare un incremento della relativa fruizione nel corso dei periodi più complessi della gestione dell'emergenza sanitaria (marzo - aprile 2020; novembre 2020 - marzo 2021) seguita da una graduale contrazione del numero dei navigatori unici che hanno consultato i siti appartenenti a tale categoria di servizi online. Fra i primi cinque posti della graduatoria si collocano i siti e applicazioni di informazione generalista riconducibili a gruppi editoriali nazionali - Tgcom24 (Mediaset), Corriere della Sera (Rcs Mediagroup), La Repubblica (Gedi Gruppo Editoriale), Fanpage (Ciaopeople), Il Messaggero (Caltagirone) - che con la sola eccezione di Tgcom 24, che ottiene +2,9 milioni di navigatori unici su base annua, presentano performance in contrazione (complessivamente pari a 11,4 milioni di navigatori unici).

Anche l'analisi della dinamica delle piattaforme online di e-commerce evidenzia una crescita dei navigatori unici in corrispondenza delle fasi di maggiore diffusione dell'epidemia, seguita da una lieve riduzione nei periodi successivi. A settembre 2021 tali servizi raggiungono, tuttavia, 37,6 milioni utenti unici confermando anche in considerazione dei valori medi di periodo nello stesso anno livelli di audience superiori a quelli antecedenti alla crisi epidemiologica. Al primo posto con una crescita di 2,6 milioni di utenti su base annua si collocano i siti e applicazioni di e-commerce di proprietà di Amazon, seguita da Ebay che registra una contrazione dei navigatori (-2,7 milioni di utenti unici) e da Adeventa presente in Italia attraverso i siti e le applicazioni di compravendita online riconducibili al brand Subito.it. Infine, anche con riferimento alla categoria delle piattaforme di contenuti audiovisivi a pagamento online (VOD) in corrispondenza dei momenti più delicati dell'emergenza sanitaria, si registra un significativo aumento nel numero di utenti unici (passati da 12,4 mln del febbraio a 17-18 milioni nei successivi mesi di marzo e aprile) che tende a stabilizzarsi comunque nei periodi successivi. Il numero dei visitatori diversi che hanno consultato qualsiasi contenuto disponibile sui siti o applicazioni di tali servizi, nel 2021 si colloca su valori medi di 13,9 mln.

Anche l'evoluzione del tempo speso (numero medio di minuti) da ciascun navigatore ovvero la dinamica dei minuti spesi attraverso la singola pagina o applicazione risultano in crescita in corrispondenza all'inasprirsi delle misure di contenimento dell'epidemia; confermando, nei primi nove mesi del 2021, valori medi lievemente superiori rispetto al 2020. L'analisi per singola piattaforma evidenzia una crescita complessiva degli utenti unici su base annua per i servizi collocati nelle prime quattro posizioni (+6,5 milioni di utenti unici complessivi) e per Tim Vision (+ 0,1 milioni di utenti unici), a fronte di una contrazione dei visitatori unici per le restanti piattaforme (complessivamente pari a -1,1 milioni internauti unici).

(La Presse)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici (anche il 5 per mille)

[La sua forza sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile](#)

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)