

Sono disponibili i dati della Total Digital Audience del mese di Gennaio 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

Nel mese di gennaio 2024 sono stati 44,2 milioni gli individui di 2+ anni collegati dai device rilevati (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer), online complessivamente per 74 ore e 16 minuti.

Continua il trend stabile nella fruizione complessiva di contenuti e servizi online, con variazioni tipiche del primo mese dell'anno: +1,2% gli utenti delle news online, +1% per le email (+1%), +4,4% per le informazioni di approfondimento e conoscenza, +5,7% per la categoria "Government" e, più in generale, per i palinsesti sportivi e dei broadcasters.

La Total Digital Audience nel giorno medio ha raggiunto quasi 37 milioni di individui, online in media per 2 ore e 52 minuti per persona.

Milano, 14 marzo 2024 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Gennaio 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

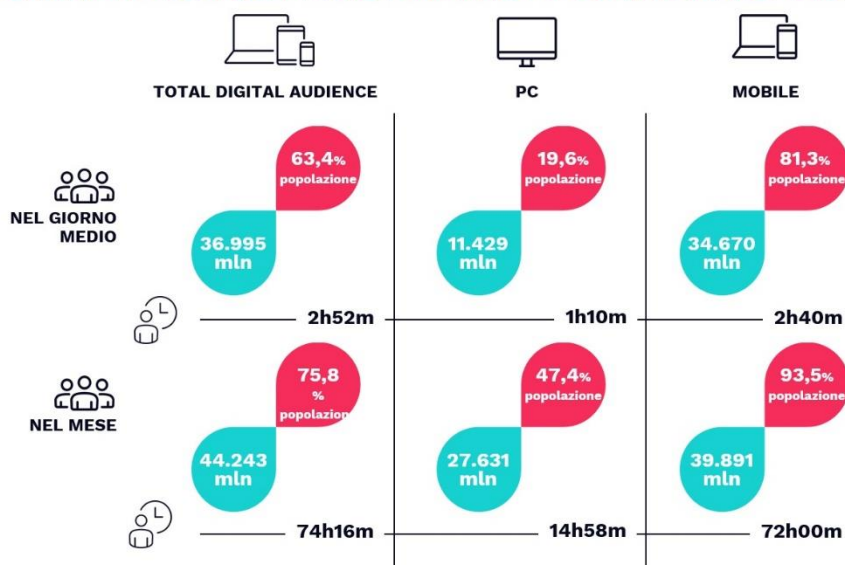
La total digital audience nel mese di Gennaio 2024

L'audience online nel mese di Gennaio 2024 ha raggiunto 44,2 milioni di utenti, pari al 75,8% della popolazione dai due anni in su, collegati complessivamente per 74 ore e 16 minuti.

Nel giorno medio sono stati quasi 37 milioni gli individui che si sono collegati almeno una volta dai device rilevati (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer), navigando in media per 2 ore e 52 minuti per persona.

La fruizione da Mobile ha raggiunto l'81,3% della popolazione di 18-74 anni, pari a 34,7 milioni di individui, online in media per 2 ore e 40 minuti. Cresce dell'8,8%, rispetto al mese di dicembre, la fruizione da Computer da parte della popolazione di 2+ anni per effetto della ripresa delle scuole e delle attività lavorative e di routine, dopo le varie pause festive che caratterizzano l'ultimo mese dell'anno.

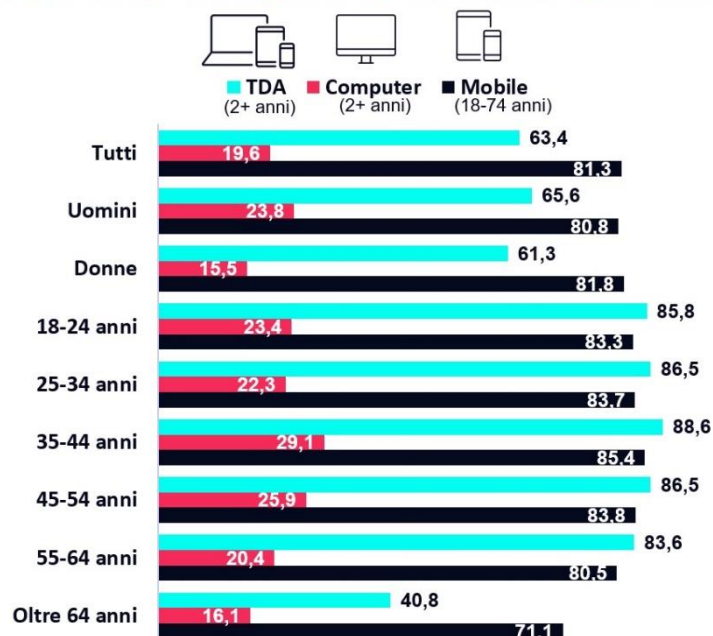
TOTAL DIGITAL AUDIENCE GENNAIO 2024



Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2024 – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)

Dai dati di **dettaglio sul profilo demografico** degli individui online, risulta che in questo mese di rilevazione hanno navigato nel giorno medio dai device rilevati il **65,6% degli uomini** dai 2 anni in su e il **61,3% delle donne**, con un **elevato livello di coinvolgimento** (almeno l'83%) per le fasce d'età dai 18 ai 64 anni.

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

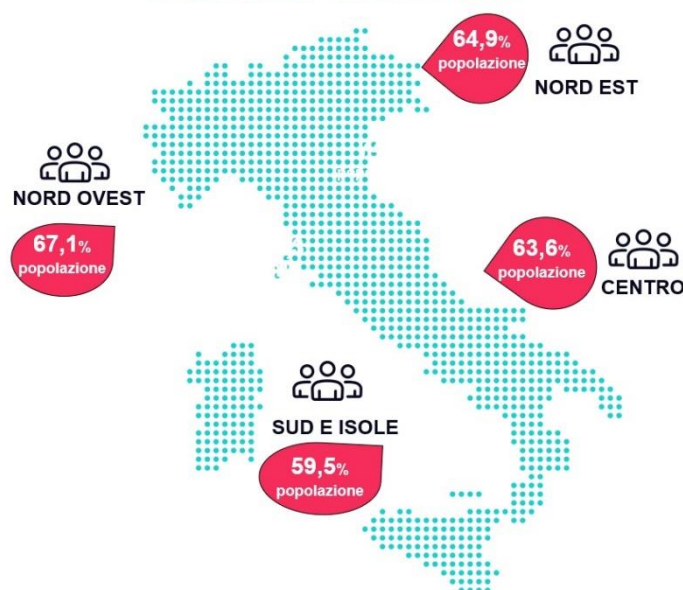


Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



Per quanto riguarda la **provenienza geografica**, nel giorno medio di gennaio troviamo online il **67,1%** della popolazione 2+ anni dell'area **Nord-Ovest** (10,5 milioni), il **64,9%** dell'area **Nord-Est** (7,4 milioni) il **63,6%** dell'area **Centro** (7,4 milioni) e il **59,5%** dell'area **Sud e Isole** (11,7 milioni)

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI

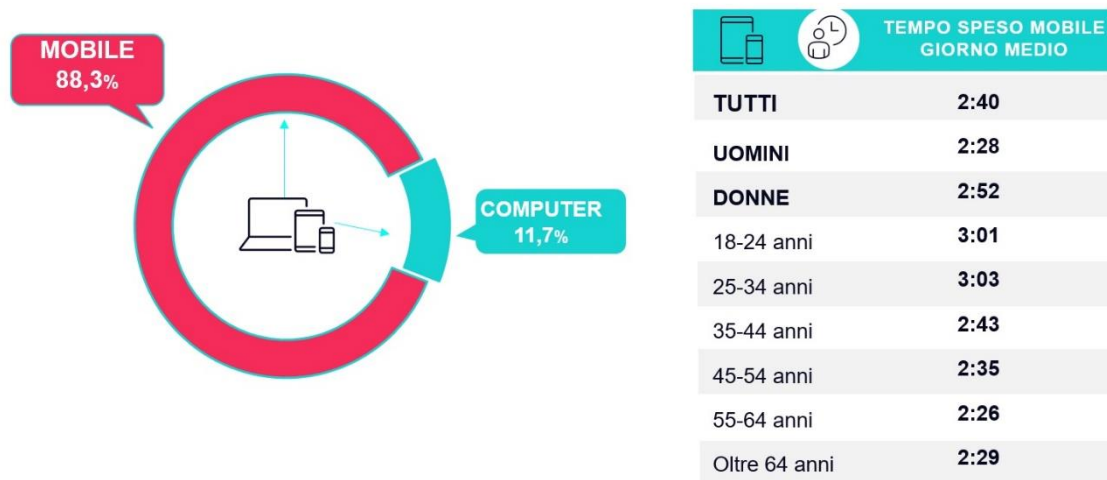


Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



La fruizione da **Mobile** tra la popolazione di 18-74 anni rappresenta, come visto già in precedenza, la **principale modalità di accesso** a internet e, a gennaio, copre l'**88,3% del tempo complessivo** dedicato all'online, con una **distribuzione del tempo speso per persona molto rilevante tra tutte le fasce d'età**. Resta consolidato il **maggiore coinvolgimento delle donne** (2 ore e 52 minuti) e tra i **più giovani** (3 ore rilevate tra i 18 e i 34 anni), con intervalli che **sfiorano** - nel caso dei 55-74enni - o **superano le 2 ore e mezza** - nel caso dei 35-54enni.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience GENNAIO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
Base: Individui 18-74 anni

Dall'osservazione dei **dati di fruizione delle categorie di siti e mobile app a gennaio** emerge un trend complessivo **stabile** rispetto al mese precedente, caratterizzato da **alcune differenze di consumo** tipiche del periodo.

Nel mese di gennaio, successivo a un mese, dicembre, con un calendario ricco di pause festive, si notano **variazioni positive** per le aggregazioni di siti e mobile app correlate alla **sfera lavorativa e dell'informazione o ai palinsesti sportivi e di intrattenimento**. È il caso, ad esempio delle **news online** (categoria Current Events & Global News, con +1,2% degli utenti mensili), delle piattaforme dedicate alla gestione delle **email** (+1%), alla ricerca di informazioni di **approfondimento e conoscenza** (Research Tools con +4,4%) e – non rappresentati nella tabella – dei siti e mobile app governativi (+5,7%), dell'offerta di contenuti e **informazioni sportive** (+4,8%), dedicati alla **salute e alla nutrizione** (+1,1%), dei **broadcasters** (+1,6%), delle **informazioni finanziarie** (+3,9%) o correlate a **interessi specifici** (categoria "Special Interest News", +4,0%).

Il trend stagionale rappresenta anche la **flessione** per le categorie tipicamente correlate al **tempo libero** e che a dicembre hanno visto aumentare l'interesse e il tempo dedicato a questo ambito, in particolare nel caso dell'offerta dedicata all'**ecommerce** ("Mass Merchandiser" con -2% degli utenti rispetto a dicembre), al **cibo e ricette** (-3,7%), al mondo della **cultura e dello spettacolo** ("Multi-category Entertainment" -1,0%) e della **musica** (-2,4%).

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE GENNAIO 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) GENNAIO 2024	PENETRAZIONE (%) POPOLAZIONE GEN 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) GENNAIO 2024
TUTTE LE CATEGORIE	44.243	75,8	74:16
SEARCH	42.380	72,6	02:53
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.953	70,2	01:38
VIDEOS/MOVIES	39.982	68,5	07:32
MEMBER COMMUNITIES	39.232	67,2	24:29
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.179	67,2	01:11
INSTANT MESSAGING	38.331	65,7	11:49
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.096	65,3	01:06
E-MAIL	37.980	65,1	03:07
MASS MERCHANDISER	37.469	64,2	02:29
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.759	63,0	02:01
CORPORATE INFORMATION	34.884	59,8	00:58
MAPS/TRAVEL INFO	33.422	57,3	01:19
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.989	56,5	00:36
RESEARCH TOOLS	32.238	55,3	00:17
FOOD & COOKING	31.883	54,7	00:25

Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2024, dati mensili- Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



*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 di rilevazione 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

Audiweb Database: è il prodotto principale del sistema di rilevazione Audiweb, la base dati da cui vengono organizzate tutte le informazioni sulle navigazioni rilevate dai differenti device (Computer, Smartphone e Tablet), per i publisher iscritti al servizio e per l'intera offerta disponibile online, fornendo dati di navigazione e profili socio demografici degli utenti che hanno navigato, con la più ampia stratificazione e ricchezza di informazioni.

Disponibile a cadenza mensile per tutti gli iscritti al servizio, consente di costruire, valutare ed ottimizzare piani media in base alle tradizionali metriche di reach&frequency e GRP.

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.

AUDICOM

Audicom Srl è il nuovo JIC Digital + Print nato dalla fusione tra Audiweb e Audipress con l'obiettivo di realizzare e offrire al mercato una ricerca integrata sulla fruizione di contenuti multimediali, editoriali e/o pubblicitari, fruiti via internet e mediante giornali quotidiani e periodici.

In questa prima fase di definizione della ricerca Digital + Print, Audicom si occuperà della gestione e del mantenimento dei sistemi di rilevazione Audiweb e Audipress, che continueranno ad operare attraverso gli impianti metodologici attuali fino all'implementazione della nuova ricerca integrata.

I Soci di Audicom sono: Assap Servizi Srl (l'azienda di servizi di UNA, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia) e UPA Utenti Pubblicità Associati, lato "domanda"; Fedoweb (Federazione Operatori Web) e FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), lato "offerta"; Auditel Srl.

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Maria Giovanna Migliaro: Mob. 389 9744207 – mariagiovanna.migliaro@gmail.com