

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

Con 44,4 milioni di utenti unici, l'audience online nel mese di febbraio 2024 ha mantenuto una certa stabilità rispetto al mese precedente (+0,3%), nonostante qualche giorno di calendario in meno.

Le principali variazioni riflettono il calendario ridotto – come nel caso delle piattaforme Social (-1,4%), dei Portali generalisti (-1,6%), dei servizi di messaggistica istantanea (-1,3%) e delle News online (-1,2%) - e, in parte, l'attenzione degli utenti verso alcune particolari categorie legate al mondo dell'intrattenimento televisivo (+44,8% dell'audience e +4,7% dell'audience e +44,8% del tempo) e dello spettacolo (+3,2% dell'audience e +18,4% del tempo).

Milano, 16 aprile 2024 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Febbraio 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 Febbraio 2024

L'audience online nel mese di febbraio 2024, pur se con qualche giorno di calendario in meno, ha mantenuto una certa **stabilità** rispetto al mese precedente, raggiungendo **44 milioni e 380 mila utenti unici** (+0,3%) e **70 ore di navigazione** in totale.

Resta costante anche la fruizione **da Computer** (con 27,8 milioni di individui dai due anni in su) e **da Mobile** - Smartphone e/o Tablet – (con 39,9 milioni di individui maggiorenni).

La **total digital audience nel giorno medio** ha raggiunto quasi **36,7 milioni di utenti unici**, pari al 63% della popolazione dai due anni in su, online in media per **2 ore e 57 minuti** per persona.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE FEBBRAIO 2024

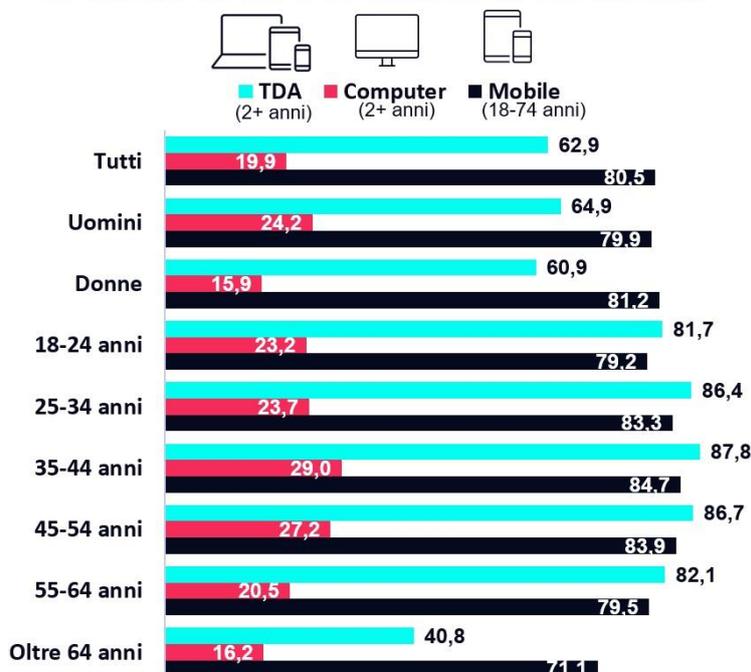
			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	36.673	11.634	34.343
Pop. di riferimento giorno medio (%)	62,9	19,9	80,5
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:57	1:14	2:44
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	44.380	27.834	39.893
Pop. di riferimento mese (%)	76,1	47,7	93,5
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	70:41	14:52	68:15

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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)

Nel giorno medio di questo mese di rilevazione erano online l'**81,7% dei 18-24enni** (3,3 milioni), l'**86,4% dei 25-34enni** (5,4 milioni), l'**87,8% dei 35-44enni** (6,4 milioni), l'**86,7% dei 45-54enni** (8,2 milioni), l'**82,1% dei 55-64enni** (7,2 milioni) e il **40,8% degli over 64 anni** (5,7 milioni).

PROFILO DEGLI UTENTI

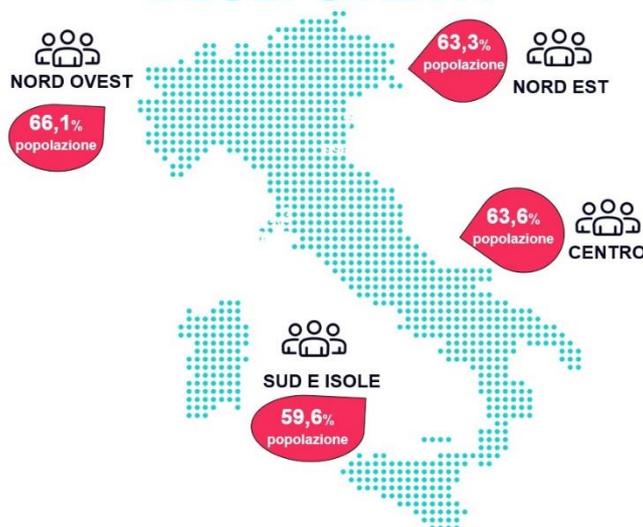


Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)



Dai dati sulla **distribuzione geografica dell'audience online** risulta che hanno navigato quotidianamente 10,3 milioni di individui dall'area **Nord-Ovest** (il 66,1% della popolazione di quest'area), 7,2 milioni dall'area **Nord-Est** (il 63,3%), 7,4 milioni dall'area **Centro** (63,6%) e 11,7 milioni dall'area **Sud e Isole** (59,6%).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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)



Gli individui dai **18 ai 44 anni** hanno trascorso **almeno 3 ore online nel giorno medio**, con una quota particolarmente significativa per i **18-24enni** che hanno toccato **le 3 ore e 23 minuti** e le **donne** che, in questo mese di rilevazione, hanno navigato **in media per 3 ore, con 20 minuti in più degli uomini**. **La popolazione online dai 45 anni in su** mostra comunque **valori medi di fruizione rilevanti**, superando le **2 ore e mezza** di navigazione per persona.

TEMPO SPESO ONLINE



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



Per quanto riguarda i **dati di consumo**, rispetto gennaio, in questo mese di rilevazione si notano delle **variazioni che riflettono il calendario ridotto** e, in parte, **l'attenzione degli utenti** verso alcune particolari categorie di siti e mobile app.

La minore disponibilità di giorni ha portato, ad esempio, tra le categorie più visitate, un **leggero calo dell'audience mensile** delle piattaforme **Social** ("Member Communities", con 38,7 milioni di utenti, -1,4% rispetto a gennaio 2024), dei **Portali generalisti** ("General Interest Portals & Communities", con 38,6 milioni di utenti, -1,6%), dei servizi di **messaggistica istantanea** ("Instant Messaging", con 37,8 milioni di utenti, -1,3%), delle **News online** ("Current Events & Global News", con 37,6 milioni di utenti, -1,2%), dell'**ecommerce** ("Mass Merchandiser", con 36,8 milioni di utenti, -1,8%) e dei siti e mobile app dedicati ai servizi e informazioni delle **Telcos** ("Multi-category Telecom/Internet Services", con 32,3 milioni di utenti, -2,1%) e alle **informazioni di viaggio** ("Maps/Travel Info", con 32,3 milioni di utenti, -3,4%).

Si nota, invece, la **significativa crescita** delle categorie di siti e mobile app legate al **mondo televisivo e dell'intrattenimento**, per effetto del Festival di Sanremo. È il caso, ad esempio, delle categorie **Broadcast Media**, con 31 milioni di utenti e una **crescita dell'audience pari al +4,7%** - oltre al **+44,8% del tempo** - e dei siti e app mobile dedicati allo **spettacolo** ("Multi-category Entertainment"), che raggiunge 30,2 milioni di utenti mensili, con una **crescita** sia in termini di **audience (+3,2%)** che di **tempo di fruizione (+18,4%)**.
 (grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE FEBBRAIO 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) FEB 2024	PENETRAZIONE (%) POP. FEB 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) FEB 2024	UTENTI UNICI VAR % FEB24/GEN24
TUTTE LE CATEGORIE	44.380	76,1	70:41	+0,3%
SEARCH	42.256	72,4	02:41	-0,3%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.684	69,7	01:32	-0,7%
VIDEOS/MOVIES	39.510	67,7	07:18	-1,2%
MEMBER COMMUNITIES	38.667	66,3	23:15	-1,4%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.562	66,1	01:11	-1,6%
INSTANT MESSAGING	37.838	64,9	11:07	-1,3%
E-MAIL	37.754	64,7	03:04	-0,6%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.625	64,5	01:03	-1,2%
MASS MERCHANDISER	36.796	63,1	02:19	-1,8%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.243	62,1	01:57	-1,4%
CORPORATE INFORMATION	34.707	59,5	00:50	-0,5%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.307	55,4	00:31	-2,1%
MAPS/TRAVEL INFO	32.269	55,3	01:19	-3,4%
WEATHER	31.527	54,0	00:12	+0,7%
RESEARCH TOOLS	31.163	53,4	00:17	-3,3%
BROADCAST MEDIA	31.011	53,2	03:20	+4,7%
FOOD & COOKING	30.951	53,1	00:22	-2,9%
GOVERNMENT	30.424	52,2	00:32	-2,9%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	30.207	51,8	00:20	+3,2%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.688	49,2	00:48	-3,5%

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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