

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

Sono stati 44,9 milioni gli individui online nel mese di maggio 2024 tramite Mobile e/o Computer, pari al 76,8% della popolazione dai 2 anni in su.

Il 94,5% della popolazione tra i 18 e i 74 anni (40,3 milioni) ha navigato da Mobile generando l'88,4% del tempo complessivo online, con una maggiore concentrazione tra le donne (91% del tempo dai dispositivi mobili).

Tra le principali categorie di siti e app Mobile si osserva una certa stabilità nell'andamento dei dati di consumo dell'online, ma con audience in crescita in particolare per il raggruppamento dedicato alle informazioni e ai servizi meteorologici (+3,6%) – per le molteplici perturbazioni atmosferiche che hanno colpito il Nord Italia in particolare -, l'insieme di siti e app mobile delle istituzioni governative (+3,5%) – conseguente principalmente alle campagne elettorali per le elezioni europee e amministrative in Italia - e per l'offerta sportiva (+2,9%) – visti gli importanti eventi calcistici del mese.

Milano, 12 Luglio 2024 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Maggio 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.

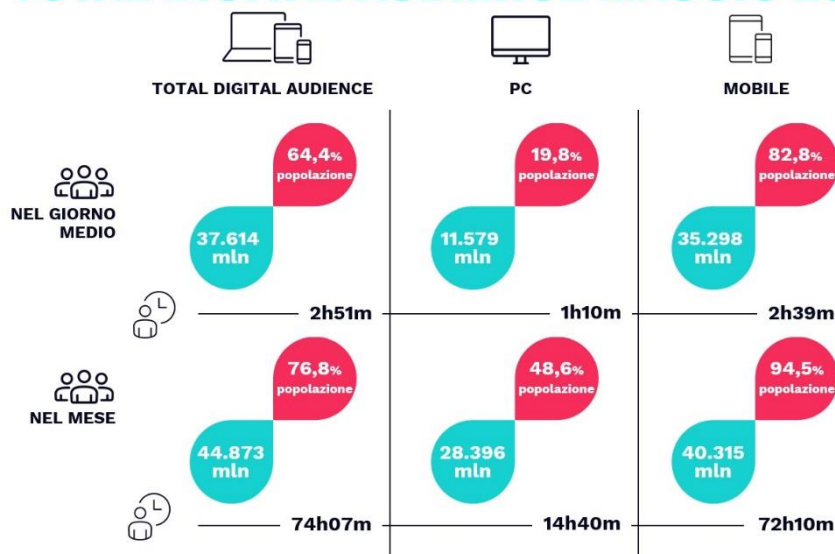
La total digital audience nel mese di Maggio 2024

La **total digital audience** nel mese di maggio 2024 ha raggiunto **44,9 milioni di individui**, pari al 76,8% della popolazione dai 2 anni in su, collegati **da Mobile** (Smartphone e/o Tablet) e **Computer** complessivamente per **74 ore**.

In questo mese di rilevazione ha navigato **da Computer il 48,6% degli individui** di 2+ anni, il **3,3% in più** rispetto ad aprile, mese segnato da alcune pause festive che hanno contratto la fruizione da questo dispositivo.

Nel **giorno medio** sono stati **37,6 milioni** gli individui che hanno navigato almeno una volta dai dispositivi rilevati (il 64,4% della popolazione dai 2 anni in su), online **per 2 ore e 51 minuti** in media per persona.

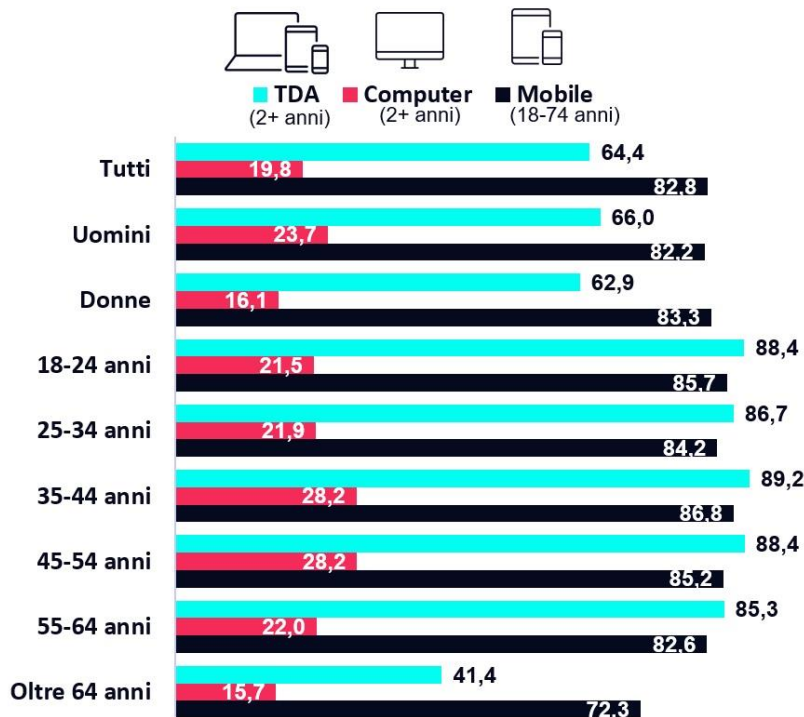
TOTAL DIGITAL AUDIENCE MAGGIO 2024



Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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)

L'**82,8%** della popolazione maggiorenne ha navigato almeno una volta da **Mobile** nel giorno medio del mese di maggio e si registra ancora un **livello di penetrazione di almeno l'85%** tra gli individui di **18-24 anni** (85,7%) e di **45-54 anni** (85,2%), arrivando all'**86,8% dei 35-44enni**.

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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 **distribuzione degli accessi all'online da Mobile e Computer sul territorio nazionale** continua a presentare **proporzioni allineate al trend degli ultimi tre mesi**, con il **69,2%** della popolazione di 2+ anni che ha navigato nel giorno medio dell'area **Nord-Ovest** (10,8 milioni), il **64,8%** dall'area **Nord-Est** (7,4 milioni), il **63,1%** dal **Centro** (7,3 milioni) e il **61,2%** delle aree **Sud e Isole** (12,1 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



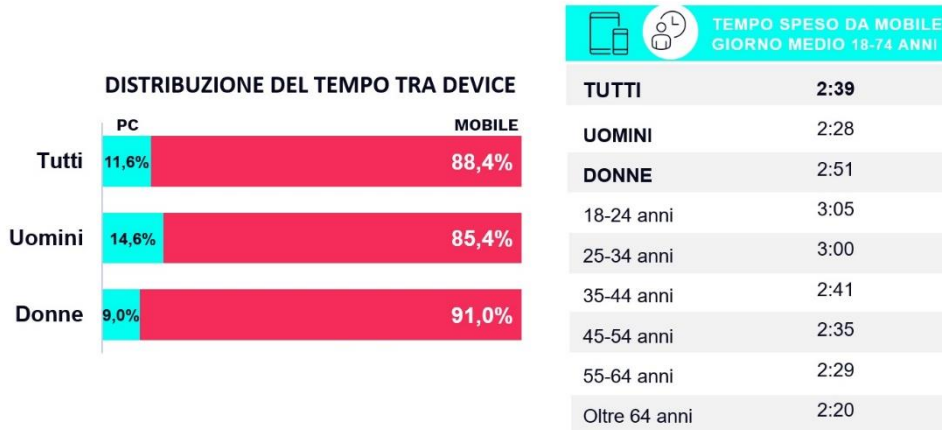
Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Il 94,5% della popolazione tra i 18 e i 74 anni (40,3 milioni) ha navigato da Mobile generando l'88,4% del tempo complessivo online, con una maggiore concentrazione tra le donne su cui si registra il 91% del tempo generato dalla fruizione da questi dispositivi.

Il tempo speso online nel giorno medio ha registrato un incremento del 5,6% rispetto al mese precedente, con 2 ore e 39 minuti spesi in media per persona e toccando le 3 ore per gli individui tra i 18 e i 34 anni.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



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



Dopo il mese di aprile, caratterizzato da alcune festività (la coda della pausa pasquali e le festività a fine mese), **a maggio** si osserva una **certa stabilità** nell'**andamento dei dati di consumo dell'online**. **Tra le principali categorie di siti e app Mobile**, infatti, i livelli di audience restano **piuttosto allineati** al mese precedente, come ad esempio, guardando le cinque principali categorie, nel caso del raggruppamento dei **motori di ricerca** (42 milioni 960 mila utenti e una variazione dell'1%), dei **servizi e strumenti online** ("Internet Tools/Web Services" con 41,8 milioni di utenti e +1,3%), della categoria **Videos/Movies** (40,2 milioni di utenti, +0,1%), dei **social network** ("Member Communities" con 39,7 milioni, +0,8%), dei **portali generalisti** (39,7 milioni, +1,3%), delle piattaforme dedicate alla **gestione delle email** (38,6 milioni, +0,5%).

Entro le **prime 20 categorie di maggiore interesse** per gli utenti online, si osservano **dati di audience in crescita** in particolare per il raggruppamento dedicato alle **informazioni e ai servizi meteorologici** (categoria Weather, con 35,8 milioni di utenti, +3,6%) - conseguente a molteplici fenomeni di perturbazioni atmosferiche che a maggio hanno colpito il Nord Italia in particolare -, l'insieme di siti e app mobile delle **istituzioni governative** (31,6 milioni, +3,5%) – conseguente principalmente alle campagne elettorali per le elezioni europee e amministrative in Italia - e per l'**offerta sportiva** (30,2 milioni, +2,9%) – visti gli importanti eventi calcistici del mese

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE MAGGIO 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) MAGGIO 2024	PENETRAZIONE (%) POP. MAG 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) MAG 2024	UTENTI UNICI VAR % MAG24/APR24
TUTTE LE CATEGORIE	44.873	76,8	74:07	+0,3%
SEARCH	42.960	73,6	02:36	+1,0%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.834	71,6	01:40	+1,3%
VIDEOS/MOVIES	40.170	68,8	07:32	+0,1%
MEMBER COMMUNITIES	39.745	68,1	25:05	+0,8%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.662	67,9	01:17	+1,3%
E-MAIL	38.587	66,1	03:25	+0,5%
INSTANT MESSAGING	38.567	66,0	11:55	+0,3%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.381	65,7	01:01	+0,5%
MASS MERCHANDISER	37.755	64,7	02:08	-0,1%
SOFTWARE MANUFACTURERS	37.076	63,5	02:02	+1,7%
CORPORATE INFORMATION	35.913	61,5	00:55	+1,8%
WEATHER	35.670	61,1	00:17	+3,6%
MAPS/TRAVEL INFO	33.756	57,8	01:30	-0,1%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	33.450	57,3	00:31	+2,2%
RESEARCH TOOLS	31.771	54,4	00:17	+0,4%
GOVERNMENT	31.650	54,2	00:36	+3,5%
FOOD & COOKING	31.494	53,9	00:21	+0,2%
SPORTS	30.191	51,7	00:57	+2,9%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	29.604	50,7	00:19	+2,9%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.361	50,3	00:46	+0,9%

Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 2024, dati mensili – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen. Base: 2+ anni per TDA e Computer; 18-74 anni per MOBILE



*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