

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

La Total Digital Audience del mese di luglio 2024 è rappresentata da 43,8 milioni di utenti unici, pari al 75,1% della popolazione dai 2 anni in su, collegati in media per 73 ore e 51 minuti. Il 94,5% della popolazione maggiorenne (40,3 milioni) ha navigato dai dispositivi mobili, generando l'88,7% del tempo complessivo trascorso online.

Nel mese di luglio si rileva una lieve flessione rispetto a giugno - mese che presentava a sua volta un calendario molto fitto di eventi -, ma con un andamento comunque stagionale che si osserva a partire dalle principali categorie (Search -1,3%, Internet Tools/Web Services -1,2%, Videos/Movies -1,2%, Social Network -0,9% e General Interest Portals & Communities -1,4%), toccando in particolare le aggregazioni dedicate alle news online (-1,5%), ai servizi di gestione delle email (-1,1%), di distribuzione e gestione di software (-2,2%), delle istituzioni governative (-5,5%) e dedicate allo sport (-2,4%).

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


La Total Digital Audience del mese di luglio 2024 è rappresentata da 43,8 milioni di utenti unici, pari al 75,1% della popolazione dai 2 anni in su, collegati in media per 73 ore e 51 minuti.

Il 94,5% della popolazione maggiorenne (40,3 milioni) ha navigato dai dispositivi mobili, dato stabile rispetto al mese precedente, mentre si registra un'ulteriore flessione stagionale nella fruizione dell'online da Computer (-6,2%) da parte dell'universo rilevato per questo dispositivo (2+ anni).

Sono stati 37 milioni gli individui che hanno navigato almeno una volta nel giorno medio (il 63,4% della popolazione dai 2 anni in su), online in media per 2 ore e 49 minuti per persona.

La frequenza di fruizione rappresentata dal dato del giorno medio è leggermente diminuita rispetto a giugno. Si registra, infatti, un calo complessivo dell'1,4% degli individui collegati quotidianamente dai device rilevati (Computer, Smartphone e Tablet), anche per questo mese condizionato dalla minore fruizione da Computer nel giorno medio (-8,4% degli utenti).

## TOTAL DIGITAL AUDIENCE LUGLIO 2024



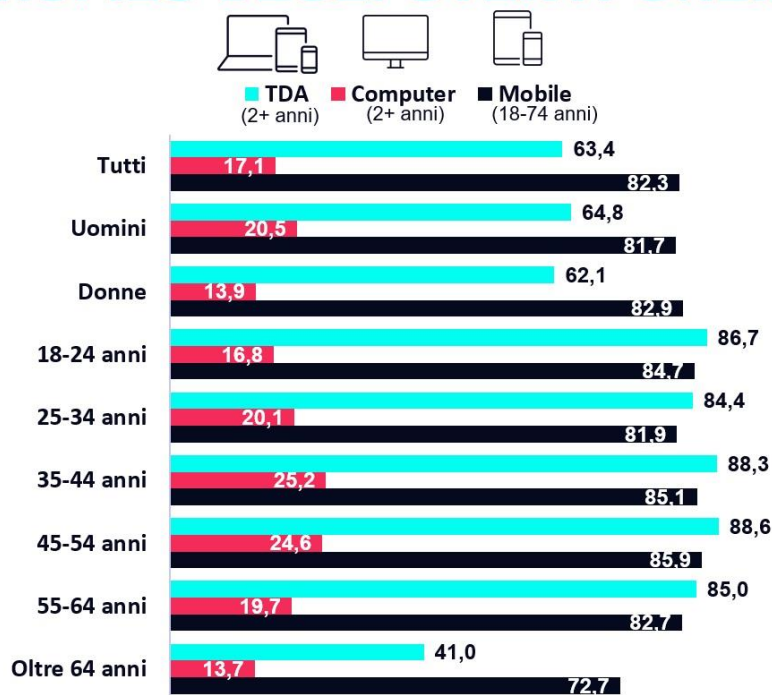
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.035	10.009	35.091
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,4	17,1	82,3
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:49	1:11	2:38
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	43.838	25.981	40.320
Pop. di riferimento mese (%)	75,1	44,5	94,5
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	73:51	14:06	71:12

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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)

Resta confermato l'elevato livello di penetrazione della fruizione da Mobile nelle differenti fasce d'età della popolazione, con **oltre l'80% degli individui tra i 18 e i 64 anni online nel giorno medio** da questi dispositivi - tra cui si notano l'**85,9% dei 45-54enni** e l'**85,1 dei 35-44enni** – e un livello comunque elevato tra gli over 64enni (il 72,7% degli individui di questo segmento).

## PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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 i dati sulla **distribuzione geografica della popolazione online**, nel mese di luglio erano collegati quotidianamente il 68,1% della popolazione del **Nord-Ovest** (10,6 milioni), il 64,1% del **Nord-Est** (7,3 milioni), il 62,1 del **Centro** (7,2 milioni) e il 60,1% del **Sud e Isole** (11,9 milioni).

## PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI

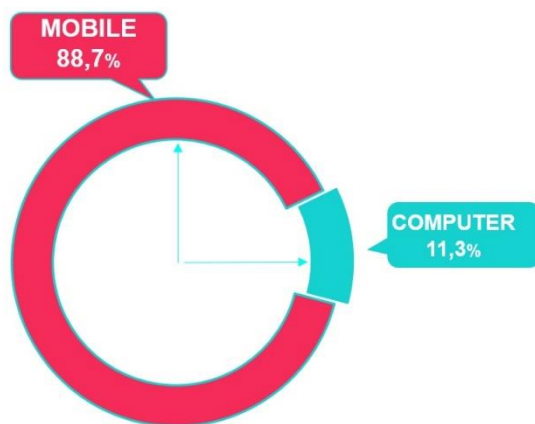


Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



La **navigazione da Mobile** in questo primo mese estivo ha generato l'**88,7%** del tempo complessivo trascorso online e il **tempo speso mediamente per persona nel giorno medio** (2 ore 38 minuti) ha registrato **intervalli in continuità** con il mese precedente anche tra i differenti segmenti della popolazione. Più in dettaglio, i **giovani dai 18 ai 34 anni** hanno navigato per **2 ore 55 minuti**, seguiti dai **35-44enni con 2 ore e 37 minuti** e, con **differenze minime**, dagli altri segmenti della popolazione adulta.

## DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



TEMPO SPESO MOBILE GIORNO MEDIO	
<b>TUTTI</b>	<b>2:38</b>
<b>UOMINI</b>	2:24
<b>DONNE</b>	2:52
18-24 anni	2:55
25-34 anni	2:55
35-44 anni	2:37
45-54 anni	2:31
55-64 anni	2:35
Oltre 64 anni	2:28

Fonte: Audience LUGLIO 2023, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 2-74 anni

Entrando nel dettaglio dell'**andamento delle categorie di siti e app mobile**, nonostante in questo mese di rilevazione fossero presenti eventi sportivi – tra i campionati europei di calcio nella prima metà e le Olimpiadi in apertura a fine mese –, politici e di cronaca interessanti, **si rileva una lieve flessione rispetto al mese di giugno**, che presentava a sua volta un calendario molto fitto di eventi.

**Andamento comunque stagionale** che si osserva **a partire dalle principali categorie** (Search -1,3%, Internet Tools/Web Services -1,2%, Videos/Movies -1,2%, Member Communities/Social Network -0,9% e General Interest Portals & Communities -1,4%), toccando in particolare le aggregazioni dedicate alle **news online** (Current Events & Global News -1,5%), ai **servizi di gestione delle email** (-1,1%), a quelle dedicate alla distribuzione e gestione di **software** (-2,2%), delle **istituzioni governative** (Government -5,5%) e dedicate allo **sport** (Sports -2,4%).

(grafico nella pagina successiva)

## LE CATEGORIE PIÙ VISITATE LUGLIO 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) LUGLIO 2024	PENETRAZIONE (%) POP. LUG 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) LUG 2024	VAR UTENTI MESE VAR % LUG24/GIU24
<b>TUTTE LE CATEGORIE</b>	<b>43.838</b>	<b>75,1</b>	<b>73:51</b>	<b>-1,1%</b>
SEARCH	41.838	71,7	02:37	-1,3%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.772	69,8	01:26	-1,2%
VIDEOS/MOVIES	39.611	67,8	07:40	-1,2%
MEMBER COMMUNITIES	39.128	67,0	25:41	-0,9%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.687	66,3	01:10	-1,4%
INSTANT MESSAGING	38.250	65,5	11:51	-0,7%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.206	65,4	01:07	-1,5%
MASS MERCHANDISER	37.877	64,9	02:15	-0,4%
E-MAIL	37.804	64,7	03:12	-1,1%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.842	61,4	01:42	-2,2%
WEATHER	35.137	60,2	00:13	-0,3%
CORPORATE INFORMATION	34.543	59,2	00:46	-1,4%
MAPS/TRAVEL INFO	34.069	58,3	01:38	-0,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.690	56,0	00:26	-1,2%
RESEARCH TOOLS	31.030	53,1	00:16	-1,5%
FOOD & COOKING	30.221	51,8	00:20	-1,3%
GOVERNMENT	29.849	51,1	00:30	-5,5%
SPORTS	29.651	50,8	00:44	-2,4%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.944	49,6	00:44	1,1%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	28.838	49,4	00:15	3,7%

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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](http://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