

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI SETTEMBRE 2024, PRODOTTI DAL SISTEMA AUDIWEB E DISTRIBUITI DA AUDICOM.

A settembre sono stati 44,3 milioni di individui che si sono collegati a internet (il 75,9% della popolazione dai 2 anni in su), online per 71 ore e 20 minuti complessivi per persona. Un dato stabile rispetto ad agosto, con un incremento dell'8% della fruizione da Computer correlato alla ripresa delle attività dopo il periodo estivo.

Crescono in particolare, sia per audience sia per tempo dedicato, le piattaforme di gestione delle email (+2,8% degli utenti e +22,6% del tempo), degli strumenti e software online (+3,6% degli utenti e +12,6% del tempo), delle informazioni corporate (+6,2% degli utenti e +15,7% del tempo), dei servizi delle telcos (+4% degli utenti e +20,5% del tempo), dei siti e app dedicati a cibo e alla cucina (+3,1% degli utenti), al mondo dello spettacolo e dell'intrattenimento (+6,7% degli utenti e 18,5% del tempo), delle istituzioni governative (+6,5% degli utenti e +38,9% del tempo), dell'abbigliamento e dello stile (+4,4% degli utenti e +9,4% del tempo) e dei broadcasters online (+5,7% degli utenti e +3,9% del tempo).

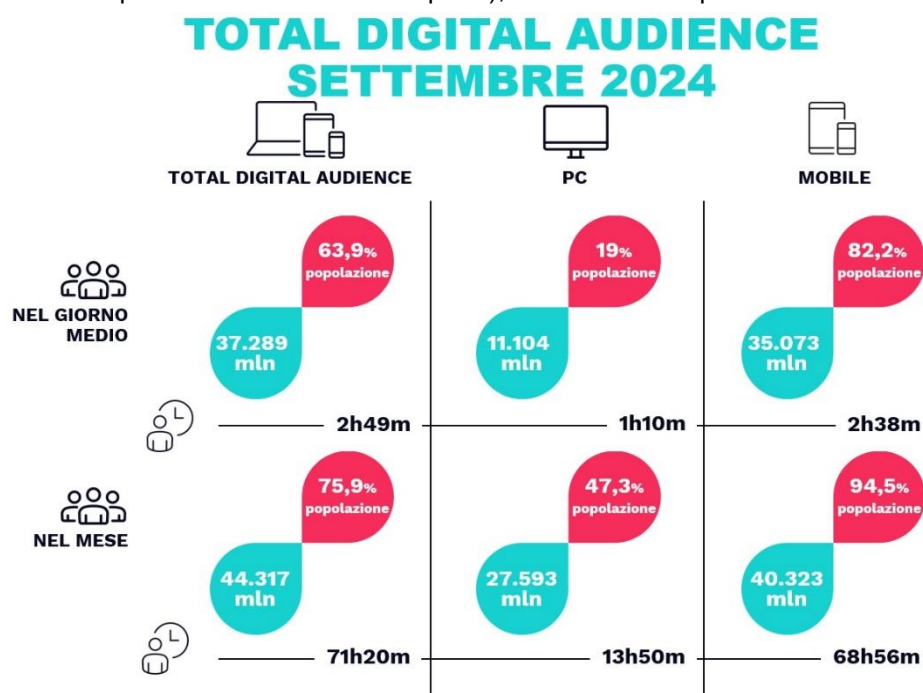
Milano, 13 novembre 2024 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Settembre 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.**

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 Settembre 2024

L'audience online a **settembre** ha raggiunto **44,3 milioni di individui** (il 75,9% della popolazione dai 2 anni in su), collegati per 71 ore e 20 minuti complessivi per persona. Il dato generale si mantiene **stabile** rispetto al mese precedente, registrando un **incremento dell'8%** sulla fruizione **da Computer** correlata alla ripresa delle attività dopo il periodo estivo.

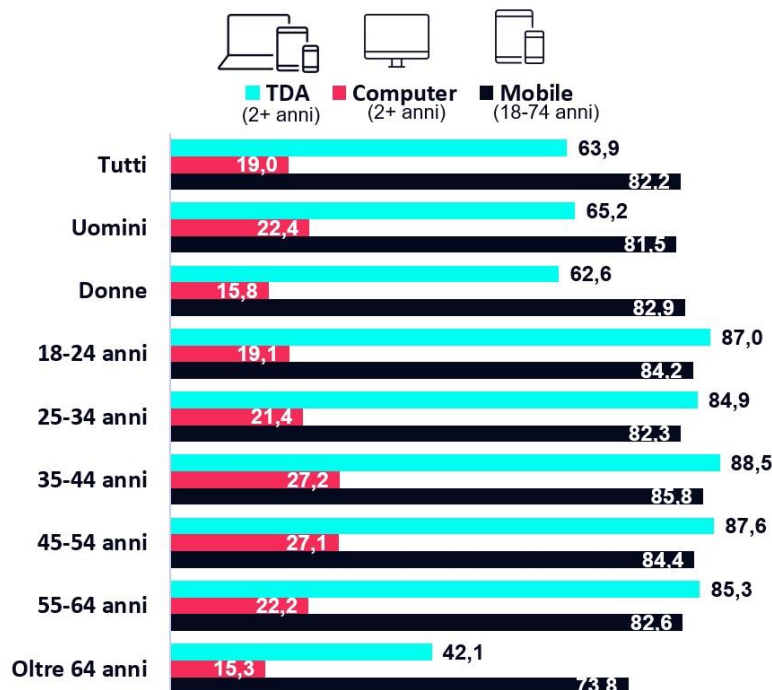
Nel giorno medio sono stati **37,3 milioni** gli individui che **hanno navigato almeno una volta** dai device rilevati (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer), online in media per **2 ore e 49 minuti** per persona.



Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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)

Il 65,2% degli **uomini** e il 62,6% delle **donne** erano online nel giorno medio e, dai dati di dettaglio dei differenti **segmenti demografici della popolazione online**, risulta che i **35-44enni** (con l'88,5% di coinvolgimento), i **45-54enni** (87,6%) e i **18-24enni** (87%) rappresentano le fasce d'età con un **maggiore livello di penetrazione** del mezzo in questo mese di rilevazione.

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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)

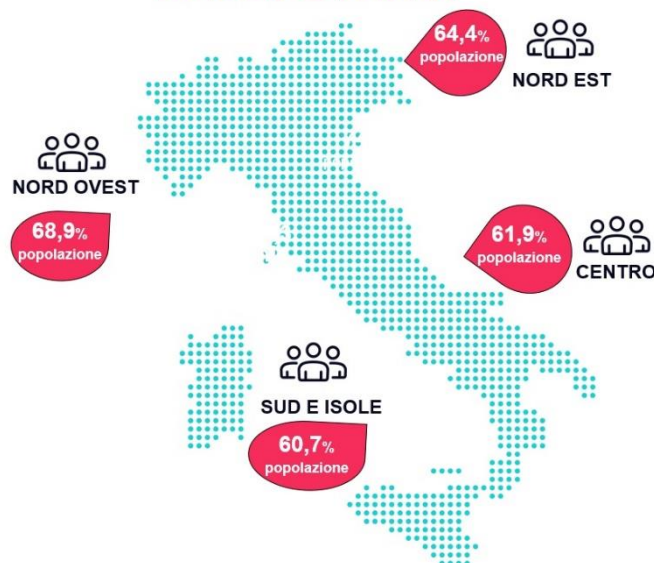
Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Per quanto riguarda la **penetrazione della fruizione dell'online nelle differenti aree geografiche** del nostro territorio, si rileva che nel giorno medio del mese di settembre hanno navigato il **68,9%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,8 milioni), il **64,4%** del **Nord Est** (7,4 milioni), il **61,9%** del **Centro** (7,2 milioni) e il **60,7%** del **Sud e Isole** (12 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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)

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

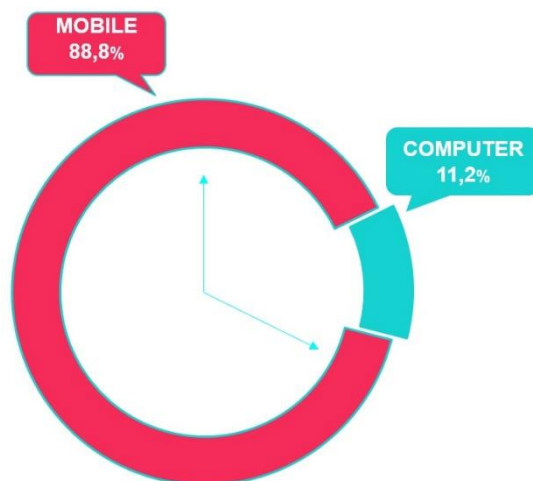
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Il tempo trascorso online nel giorno medio ha registrato un **incremento del 5,4%** rispetto ad agosto (+1%), con una quota dell'**88,8%** generato dalla fruizione tramite **Mobile** (Smartphone e/o Tablet) da parte della **popolazione maggiorenne** e una **media per persona di 2 ore e 38 minuti** da questi dispositivi.

I 25-34enni hanno navigato per più tempo da Mobile (2 ore e 52 minuti) rispetto alle altre fasce d'età, così come **le donne** (2 ore 2 51 minuti), seguiti dai **35-44enni** (2 ore e 47 minuti), dai **18-24enni** (2 ore e 44 minuti) e dai **45-54enni** (2 ore e 42 minuti), che mantengono un tempo online medio **superiore alle 2 ore e 40**.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



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



TEMPO SPESO MOBILE GIORNO MEDIO	
TUTTI	2:38
UOMINI	2:26
DONNE	2:51
18-24 anni	2:44
25-34 anni	2:52
35-44 anni	2:47
45-54 anni	2:42
55-64 anni	2:27
Oltre 64 anni	2:20

Fonte: Audience SETTEMBRE 2023, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 18-74 anni

Da un punto di vista dei **consumi e delle preferenze da parte degli utenti online**, a settembre si registra un **trend stagionale di crescita** rispetto al mese precedente per alcune categorie di siti e app mobile, sia per quanto riguarda **l'audience** che per il **tempo dedicato**.

È il caso del raggruppamento delle piattaforme di **gestione delle email** (+2,8% degli utenti mensili, pari a 38,4 milioni, e +22,6% del tempo complessivo), degli **strumenti e software disponibili online** ("Software Manufacturers" +3,6% degli utenti e +12,6% del tempo), delle **informazioni corporate** (+6,2% degli utenti e +15,7% del tempo), delle **informazioni e servizi delle telcos** (+4% degli utenti e +20,5% del tempo), al cibo e alla cucina (+3,1% degli utenti), delle **istituzioni governative** (+6,5% degli utenti e +38,9% del tempo), al mondo dello **spettacolo e dell'intrattenimento** ("Multi-category Entertainment", +6,7% degli utenti e 18,5% del tempo), dell'**abbigliamento e dello stile** ("Apparel/Beauty", +4,4% degli utenti e +9,4% del tempo) e, non rappresentato in tabella, dei **broadcasters online** (+5,7% degli utenti e +3,9% del tempo).

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE SETTEMBRE 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) SET 2024	PENETRAZIONE (%) POP. SET 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) SET 2024	VAR UTENTI MESE VAR % SET24/AGO24
TUTTE LE CATEGORIE	44.317	75,9	71:20	+1,0%
SEARCH	42.188	72,3	02:31	-1,1%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.228	70,6	01:29	1,5%
VIDEOS/MOVIES	39.781	68,1	07:39	0,6%
MEMBER COMMUNITIES	39.447	67,6	23:15	0,8%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.941	66,7	01:15	1,3%
INSTANT MESSAGING	38.637	66,2	11:57	1,1%
E-MAIL	38.371	65,7	03:16	2,8%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.085	65,2	01:07	-0,2%
MASS MERCHANDISER	37.653	64,5	02:02	0,6%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.646	62,8	01:53	3,6%
WEATHER	35.655	61,1	00:18	-2,7%
CORPORATE INFORMATION	35.424	60,7	00:51	6,2%
MAPS/TRAVEL INFO	33.844	58,0	01:34	0,4%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.701	56,0	00:28	4,0%
RESEARCH TOOLS	31.079	53,2	00:16	1,0%
FOOD & COOKING	31.052	53,2	00:17	3,1%
GOVERNMENT	30.282	51,9	00:30	6,5%
SPORTS	30.183	51,7	00:59	-3,1%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	29.790	51,0	00:17	6,7%
APPAREL/BEAUTY	28.526	48,9	01:07	4,4%

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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