

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

La Total Digital Audience del mese di ottobre è rappresentata da **44,6 milioni** (il **76,3%** della popolazione dai 2 anni in su), online per **73 ore e 50 minuti**.

Le categorie di siti e app mobile hanno mantenuto un pubblico costante rispetto al mese di settembre, con un incremento, tra le 20 più gettonate, per **“Food & Cooking” (+6% degli utenti e +15,3% del tempo)** e incrementi di almeno il **10%** per il tempo dedicato alle aggregazioni di siti e mobile app di strumenti e servizi online, di e-commerce, di abbigliamento e stile, dedicati alla salute e alla nutrizione, ai servizi bancari e di credito, agli strumenti finanziari e dei broadcaster online.

Milano, 12 dicembre 2024 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Ottobre 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.**

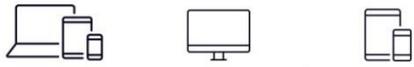
I nuovi dati Audiweb Database dell’audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

La total digital audience nel mese di Ottobre 2024

La **Total Digital Audience del mese di ottobre** è rappresentata da **44,6 milioni** di persone che hanno navigato dai **dispositivi rilevati** (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer), pari al **76,3%** della popolazione dai 2 anni in su. **La fruizione di internet da Mobile** ha riguardato il **94,7%** della popolazione tra i **18 e i 74 anni**, online per **71 ore complessive nel mese**.

Sono stati **37,3 milioni** gli individui dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta **nel giorno medio**, online per **2 ore e 51 minuti per persona**.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE OTTOBRE 2024

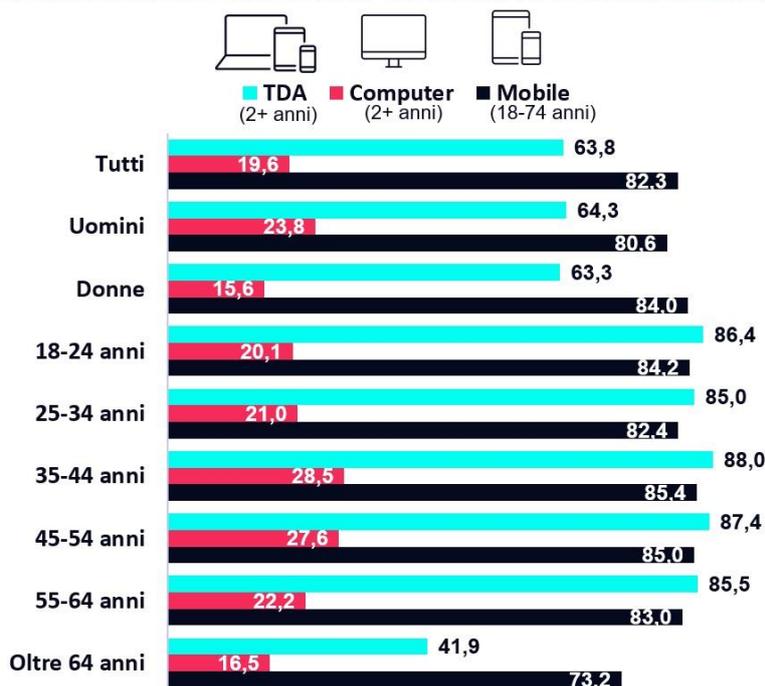


DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.263	11.459	35.094
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,8	19,6	82,3
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:51	1:12	2:38
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	44.577	27.124	40.384
Pop. di riferimento mese (%)	76,3	46,5	94,7
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	73:50	15:42	70:58

Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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 ottobre risultano **online il 64,3% degli uomini** (18,3 milioni) e il **63,3% delle donne** (18,9 milioni), con un livello di **penetrazione molto elevato** – almeno l’85% – in tutte le fasce d’età **tra i 18 e i 64 anni**.

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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 **provenienza geografica degli utenti**, si osserva che nel giorno medio di questo mese di rilevazione erano online il **68,6%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,7 milioni), il **65,3%** del **Nord Est** (7,5 milioni), il **62%** del **Centro** (7,2 milioni) e il **60,2%** del **Sud e Isole** (11,8 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



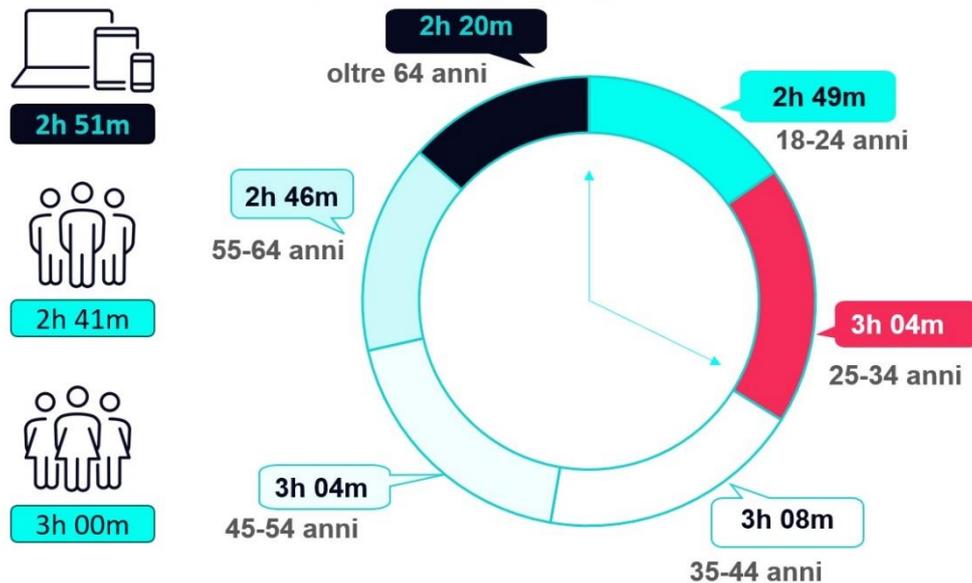
Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Rispetto al mese precedente, il **tempo dedicato all'online** è rimasto complessivamente **costante**, registrando un **incremento del 6,4%** per i **55-64enni** che, nel giorno medio hanno navigato per **2 ore e 46 minuti**, sebbene per **minor tempo rispetto** ai **35-44enni** (3 ore e 8 minuti), ai **25-34enni** e ai **45-54enni** (3

ore e 4 minuti per questi due segmenti della popolazione) e a **poco meno** rispetto ai **18-24enni** (2 ore e 49 minuti).

TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience OTTOBRE 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 le **preferenze degli utenti online**, nel mese di ottobre le categorie di siti e app mobile hanno mantenuto un **pubblico costante** rispetto al mese di settembre, con un **incremento**, tra le 20 più gettonate, registrato per l'aggregazione **"Food & Cooking"** (+6% gli utenti che hanno navigato tra le entità di questa categoria e +15,3% del tempo).

A fronte di un'audience mensile stabile, **si registrano incrementi nel tempo di almeno il 10%** per alcune tra le principali categorie. È il caso degli **strumenti e servizi online** (Internet Tools/Web Services, con 13,5% del tempo), dell'**ecommerce** (Mass Merchandiser, con +15,4% del tempo), dell'**offerta dei software online** (+16,5%), dell'**abbigliamento e dello stile** (+17,9%) e, non rappresentati nella tabella, per quelli dedicati alla **salute e alla nutrizione** (Health, Fitness & Nutrition, +13,7% del tempo), **ai servizi bancari e di credito** (Full Service Banks & Credit Unions, +14,7%), dei **broadcaster online** (+19,3%) e agli **strumenti finanziari** (Financial Tools, +18,9%).

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE OTTOBRE 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) SET 2024	PENETRAZIONE (%) POP. SET 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) SET 2024	VAR TEMPO MESE VAR % SET24/AGO24
TUTTE LE CATEGORIE	44.577	76,3	73:50	+3,5%
SEARCH	42.350	72,5	02:40	+5,9%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.122	70,4	01:41	+13,5%
VIDEOS/MOVIES	39.736	68,0	07:59	+4,3%
MEMBER COMMUNITIES	39.073	66,9	23:36	+1,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.885	66,6	01:21	+8,3%
E-MAIL	38.298	65,6	03:31	+7,4%
INSTANT MESSAGING	38.257	65,5	12:31	+4,7%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.777	64,7	01:07	-1,1%
MASS MERCHANDISER	37.720	64,6	02:21	+15,4%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.434	62,4	02:11	+16,5%
CORPORATE INFORMATION	34.960	59,9	00:56	+9,7%
WEATHER	33.634	57,6	00:13	-24,7%
MAPS/TRAVEL INFO	33.378	57,2	01:24	-10,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.254	55,2	00:28	+1,6%
FOOD & COOKING	32.167	55,1	00:19	+15,3%
RESEARCH TOOLS	31.039	53,2	00:16	+1,3%
GOVERNMENT	29.647	50,8	00:32	+6,9%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	29.105	49,8	00:18	+2,1%
SPORTS	28.701	49,2	01:01	+3,1%
APPAREL/BEAUTY	28.397	48,6	01:18	+17,9%

Fonte: Total Digital Audience OTTOBRE 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