

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

I dati della total digital audience nel 2024 rappresentano un quadro positivo, sia in termini di portata, con una media mensile di 44,4 milioni di utenti unici, pari al 76,1% della popolazione dai 2 anni in su (+1,4% rispetto alla media mensile del 2023), sia di frequenza, con un trend ancora favorevole del tempo speso online (+8,9%). Il mezzo trainante è rappresentato dal Mobile (Smartphone e/o Computer) che, nel giorno medio del 2024, ha visto crescere del 2.5% il bacino di utenti per uso abituale e quotidiano, raggiungendo 34,9 milioni di individui di 18-74 anni.

Rispetto al 2023, registrano variazioni interessanti gli strumenti di lavoro e approfondimento online (+2,4% gli utenti unici in media rispetto all'anno precedente), la messaggistica istantanea (+2,5%), le piattaforme email (+2,1%), le informazioni meteorologiche (+2,1%), i servizi dedicati alla telefonia (+2,1%) e i servizi e informazioni governativi (+2,5%).

Milano, 14 febbraio 2025 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Dicembre 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 2024

I dati della total digital audience nel 2024 rappresentano un **quadro positivo**, sia in termini di **portata**, con una media mensile di **44,4 milioni di utenti unici**, pari al 76,1% della popolazione dai 2 anni in su (+1,4% rispetto alla media mensile del 2023), sia di **frequenza**, con un trend ancora favorevole in particolare nel **tempo speso** dedicato alla fruizione del mezzo, per cui si registra una **crescita dell'8,9%**.

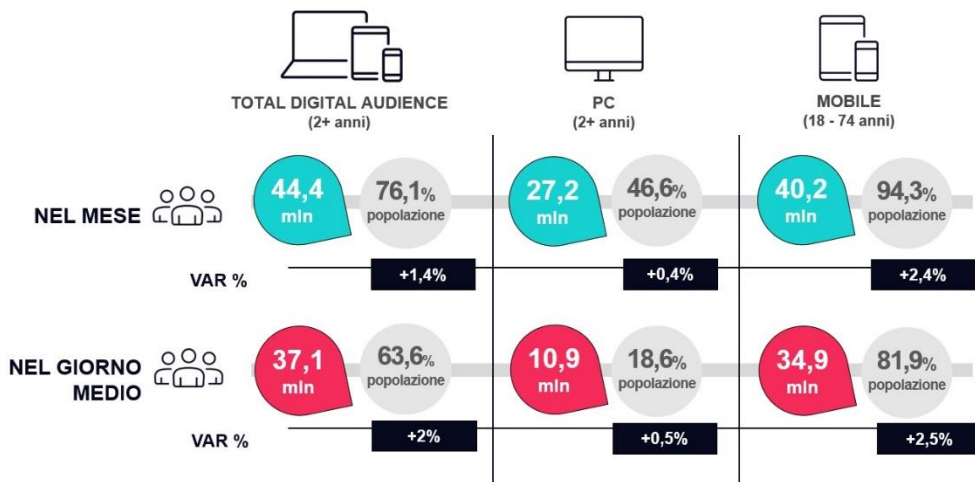
La **fruizione da Mobile**, in particolare, ha raggiunto un'**audience media mensile** che copre il **94,3% della popolazione tra i 18 e i 74 anni**, pari a 40,2 milioni di individui.

Nel **giorno medio del 2024**** si riscontrano, di riflesso, indicatori di **consolidamento e ampliamento** delle abitudini di consumo dell'online. Anche in questo dato, infatti, si rileva un **aumento del 2%** degli utenti online nel quotidiano rispetto all'anno precedente, con **37,1 milioni** di individui di 2 anni e oltre che hanno navigato almeno una volta nel giorno medio del 2024 dai device rilevati.

Il **mezzo trainante** è rappresentato **dal Mobile** (Smartphone e/o Computer) che ha visto **crescere del 2.5%** il bacino di utenti nell'uso abituale e quotidiano, raggiungendo **34,9 milioni** di individui maggiorenni.

**Media del giorno medio rilevato nei 12 mesi del 2024

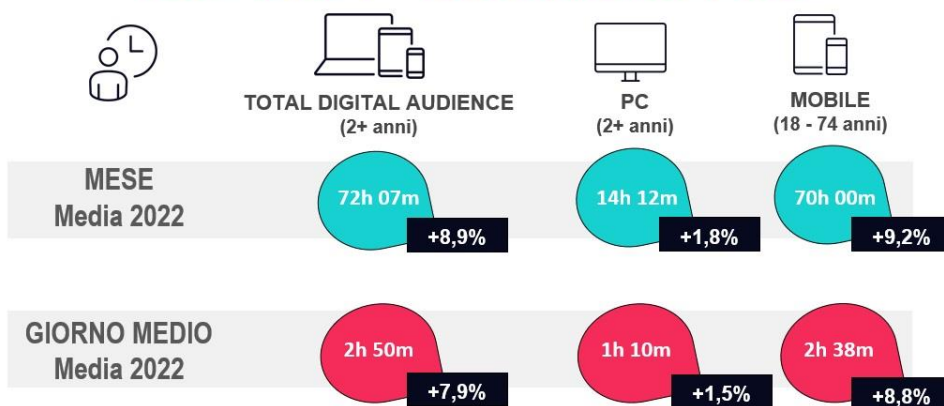
TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2024



Fonte: Total Digital Audience Media 2024 e confronto con MEDIA 2023 - Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 BASE: Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni.

Anche l'aumento della **frequenza di fruizione** del mezzo è spinto da un **maggiore tempo** trascorso online **da Mobile** che registra un **+9,2% nella media mensile del 2024** (70 ore per persona nel mese) e dell'**8,8%** nel **giorno medio** (2 ore e 38 minuti, pari a 12 minuti in più in media per persona).

IL TEMPO ONLINE NEL 2024 - GIORNO MEDIO



Fonte: Tempo speso per persona MEDIA 2024 e confronto MEDIA 2023, 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 **media mensile dei dati di consumo online**, nel 2024 **restano confermate le preferenze degli utenti online** per gran parte delle **categorie** di siti e app mobile che raggiungono le audience più elevate e il coinvolgimento di almeno il 50% della popolazione dai 2 anni in su.

Rispetto al 2023, tra le 20 categorie più frequentate, registrano **variazioni interessanti** gli **strumenti di lavoro e approfondimento online** (Internet Tools/Web Services, con 41,1 milione di utenti unici in media nei mesi del 2024 e +2,4% rispetto all'anno precedente), il raggruppamento dedicato alla **messaggistica istantanea** (Instant Messaging, con 38,3 milioni di utenti in media, +2,5%), le piattaforme dedicate alla gestione delle **email** (38,1 milioni di utenti in media, +2,1%), le categorie dedicate **alle informazioni meteorologiche** (Weather, con 33,9 milioni di utenti in media, +2,1%), i servizi e informazioni dedicati principalmente alla **telefonata** (Multi-category Telecom/Internet Services, con 32,6 milioni di utenti in media, +2,1%) e dei servizi e informazioni **governativi** (Government, con 30,2 milioni di utenti in media, +2,5%).

La media mensile del 2024 mostra **che il trend dei consumi online**, in generale, **si è stabilizzato**, con **oscillazioni** che variano a seconda di particolari avvenimenti che possono incidere significativamente su alcune **categorie più verticali** o che rispondono ad **interessi più particolari**.

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) MEDIA MENSILE 2024	PENETRAZIONE (%) POPOLAZIONE 2024	PENETRAZIONE POPOLAZIONE VAR % 2024/2023
TUTTE LE CATEGORIE	44.414	76,1	1,4%
SEARCH	42.289	72,4	1,7%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.093	70,4	2,4%
VIDEOS/MOVIES	39.812	68,2	1,0%
MEMBER COMMUNITIES	39.226	67,2	1,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.916	66,7	0,8%
INSTANT MESSAGING	38.318	65,6	2,5%
E-MAIL	38.073	65,2	2,1%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.968	65,0	0,2%
MASS MERCHANDISER	37.648	64,5	1,5%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.407	62,4	1,3%
CORPORATE INFORMATION	34.825	59,7	1,6%
WEATHER	33.857	58,0	2,1%
MAPS/TRAVEL INFO	33.460	57,3	1,0%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.575	55,8	2,1%
FOOD & COOKING	31.386	53,8	0,6%
RESEARCH TOOLS	31.228	53,5	0,6%
GOVERNMENT	30.208	51,7	2,5%
SPORTS	29.375	50,3	-1,2%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	28.875	49,5	-1,8%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.543	48,9	-2,5%




Fonte: Total Digital Audience Media 2024 e confronto con MEDIA 2022 sulla % di penetrazione della popolazione dai 2 anni in su- 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 total digital audience nel mese di Dicembre 2024

Dai dati dell'ultima rilevazione risulta che **nel mese di dicembre** sono stati **44,7 milioni** gli individui che hanno navigato **da Computer e/o Mobile**, pari al **76,5%** della popolazione dai 2 anni in su.
La **fruizione da mobile** ha interessato il **94,7%** della popolazione tra i **18 e i 74 anni** (40,4 milioni), online nel mese per **68 ore e 32 minuti** complessivi.

Nel **giorno medio** dell'ultimo mese dell'anno hanno navigato almeno una volta **37 milioni** di persone dai device rilevati (il **63,4%** degli individui di oltre 2 anni), per **2 ore e 44 minuti** in media per persona.

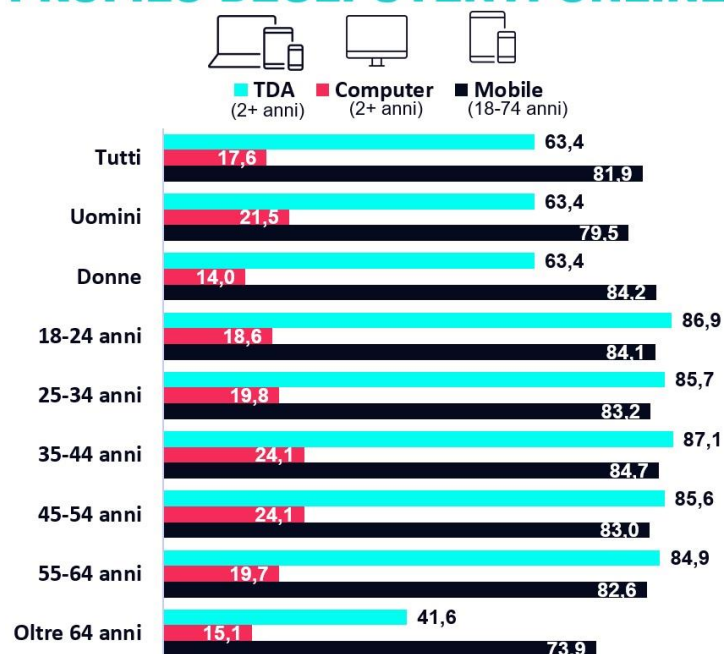
TOTAL DIGITAL AUDIENCE DICEMBRE 2024

  			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.024	10.300	34.922
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,4	17,6	81,9
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:44	1:09	2:33
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	44.695	26.414	40.389
Pop. di riferimento mese (%)	76,5	45,2	94,7
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	70:10	13:56	68:32

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)

Per quanto riguarda i dati sulla **penetrazione dell'online tra i diversi segmenti della popolazione**, nel **giorno medio** troviamo coinvolti il 63,4% degli **uomini** (18,1 milioni) e delle **donne** (18,9 milioni) e, di questi, l'86,9% dei **18-24enni** (3,6 milioni), l'85,7% dei **25-34enni** (5,3 milioni), l'87,1% dei **35-44enni** (6,2 milioni), l'85,6% dei **45-54enni** (7 milioni 958 mila), l'84,9% dei **55-64enni** (7,6 milioni) e il 41,6% degli **over 64 anni** (5,9 milioni).

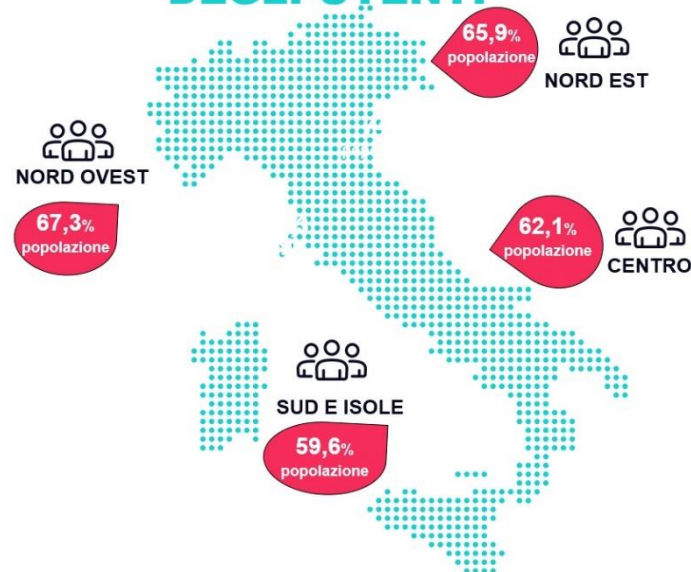
PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)

Inoltre, in base ai dati sulla **provenienza geografica degli utenti online nel giorno medio**, si riscontrano valori sostanzialmente allineati al trend annuale, con il 67,3% della popolazione residente nel **Nord Ovest** (10,5 milioni), il 65,9% nel **Nord Est** (7,5 milioni), il 62,1% nel **Centro** (7,2 milioni) e il 59,6% nel **Sud e Isole** (11,7 milioni).

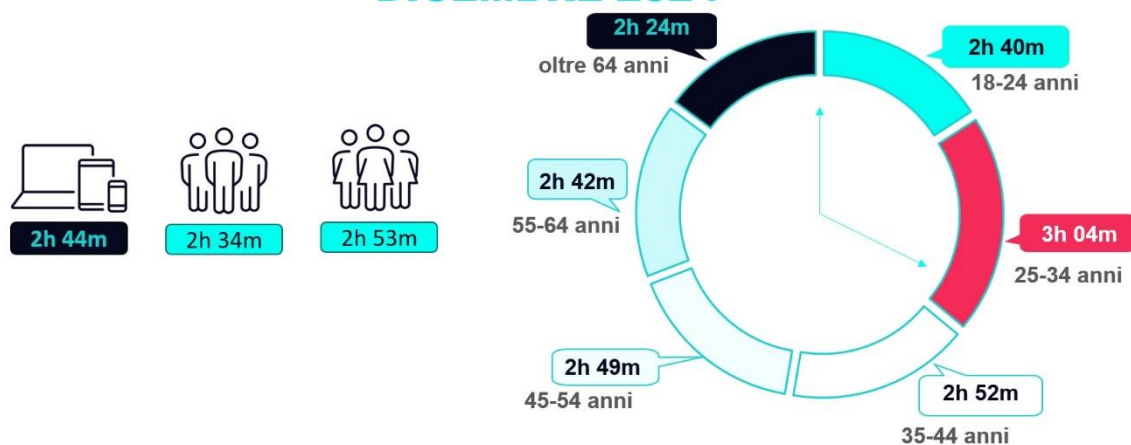
PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)

Le **donne** (2+ anni) hanno navigato in media per **2 ore e 53 minuti** nel quotidiano, gli **uomini** (2+ anni) per **2 ore 2 e 34 minuti** e, con **3 ore** di tempo online, in questo mese di rilevazione i **25-34enni** hanno fruito del mezzo per un tempo superiore rispetto agli altri segmenti della popolazione.

TEMPO SPESO ONLINE NEL GIORNO MEDIO DICEMBRE 2024



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)

In termini di **consumo e di preferenze degli utenti**, l'ultimo mese dell'anno **presenta generalmente dati leggermente in flessione** in particolare per il **tempo speso online di alcune categorie** legate alla gestione della vita quotidiana, del lavoro e dello studio, viste le peculiarità del mese – festività natalizie, programmazione di vacanze e spostamenti, messa in pausa per alcuni contesti lavorativi e di intrattenimento.

In questo periodo dell'anno, dunque, l'**attenzione si sposta** maggiormente su alcune categorie, tra quelle con maggiore audience mensile, che raggruppano **siti e app mobile dedicati alle relazioni e al tempo libero**, di conseguenza, si registrano **valori maggiori del tempo speso**, rispetto a novembre, per i **social network** (Member Communities +2,1% del tempo sui siti e app mobile della categoria), i **portali generalisti** (General Interest Portals & Communities +3%), la **messaggistica istantanea** (Instant Messaging +2,7%), **cibo e ricette** (Food & Cooking +8,5%), informazioni **meteorologiche** (Weather +10,7%), news su **spettacolo, cultura e intrattenimento** (Multi-Category Entertainment +5,4%) e **Financial Tools** (+2,4%)

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE DICEMBRE 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) DIC 2024	PENETRAZIONE (%) POP. DIC 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) DIC 2024	TEMPO/PERSONA (%) DIC24/NOV24
TUTTE LE CATEGORIE	44.695	76,5	70:10	-0,9%
SEARCH	42.275	72,4	02:24	-1,6%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.157	70,5	01:24	-11,4%
VIDEOS/MOVIES	39.831	68,2	07:26	-2,2%
MEMBER COMMUNITIES	39.059	66,9	22:38	+2,1%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.517	66,0	01:22	+3,0%
INSTANT MESSAGING	38.362	65,7	12:24	+2,7%
E-MAIL	38.184	65,4	03:12	-3,8%
MASS MERCHANDISER	37.924	64,9	02:31	-5,6%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.188	63,7	00:56	-8,4%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.230	62,0	01:40	-16,7%
CORPORATE INFORMATION	34.312	58,8	00:53	-5,2%
MAPS/TRAVEL INFO	33.104	56,7	01:20	-0,3%
FOOD & COOKING	32.549	55,7	00:22	+8,5%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.331	55,4	00:26	-7,5%
WEATHER	31.989	54,8	00:12	+10,7%
RESEARCH TOOLS	30.539	52,3	00:15	-13,3%
APPAREL/BEAUTY	29.418	50,4	01:21	-10,3%
GOVERNMENT	29.329	50,2	00:28	-5,3%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	28.433	48,7	00:18	+5,4%
FINANCIAL TOOLS	27.654	47,4	00:19	+2,4%

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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