



Dati Audipress 2020/III: nell'anno della pandemia continua a crescere la lettura in digitale.

“L’edizione Audipress 2020/III è il risultato di una rilevazione condotta in un anno estremamente complesso, di discontinuità globale, un anno di grande trasformazione dei comportamenti e della socialità. In un contesto di adattamento continuo a nuove regole e abitudini, vediamo dati in forte crescita per la lettura di digital edition (+42,2% per i quotidiani, +56,8% per i settimanali e +64,6% per i mensili), effetto di un’evoluzione profonda che ha coinvolto tutti i segmenti di audience e che risponde a un bisogno reale e continuo di attingere a fonti qualificate e verificate - commenta il Presidente Mauri.

Isolamento sociale e imponenti limitazioni alla normalità della vita quotidiana hanno spinto verso una maggior fruizione del digitale e verso una lettura più circoscritta all’ambito personale e familiare, anche con un’amplificazione della copia comprata personalmente o in abbonamento, mentre la lettura più condivisa e legata agli aspetti relazionali ha subito necessariamente gli effetti delle nuove disposizioni che regolano i comportamenti da adottare”.

Secondo i nuovi dati Audipress 2020/III, approvati oggi dal Consiglio di Amministrazione, 34,3 milioni di italiani +14 anni, quasi 7 individui su 10, hanno letto almeno uno dei principali titoli stampa su carta o digitale replica negli ultimi 30 giorni (-4,9% a perimetro omogeneo di testate), con 3,2 milioni di lettori del formato digitale (+46,8% rispetto alla precedente edizione).

Emerge che su carta o digitale replica ogni giorno il 23,7% degli italiani +14 anni (12.568.000 lettori) sceglie almeno un quotidiano come strumento di aggiornamento e approfondimento, generando un volume di oltre 18 milioni di letture. Ogni settimana le più importanti testate settimanali raggiungono circa 16,3 milioni di letture (per 10.401.000 lettori, il 19,6% della popolazione di riferimento) e ogni mese più di 16 milioni di letture delle maggiori testate mensili soddisfano la pluralità di interessi di quasi 1 italiano su 5 (9.731.000 lettori).

In uno scenario sempre più caratterizzato da fruizioni multiplatforma dei contenuti, proseguono anche le attività del tavolo di lavoro editori e mercato verso un progetto di total audience, condividendo l’importanza di una metrica integrata per le varie declinazioni dei brand editoriali (carta, replica digitale, app, sito web, ecc).

Per la pubblicazione Audipress 2020/III sono state eseguite 26.829 interviste, svolte prevalentemente con il sistema CAPI Doppio Schermo su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 14 anni e oltre, utilizzando anche la tecnica CAWI per una quota del campione (2.035 casi). Le interviste sono state realizzate lungo un calendario di rilevazione di 36 settimane complessive, dal 3 febbraio 2020 al 9 gennaio 2021 (con la sospensione straordinaria per emergenza Covid-19 dall’11 marzo al 24 maggio 2020 e una parziale interruzione estiva nell’agosto 2020).

Gli Istituti esecutori del field sono Doxa ed Ipsos; il disegno del campione e l’elaborazione dei dati sono stati effettuati da Doxa; i controlli sono a cura di Reply.

Ulteriori elaborazioni da nastro di pianificazione sono effettuate da Media Consultants, MediaSoft, Memis e Nielsen.

Per ulteriori dettagli metodologici si rimanda al sito www.audipress.it.

Milano, 3 marzo 2021
AUDIPRESS SRL