



Dati Audipress 2021/I: in costante aumento la platea dei lettori di digital edition

“La fotografia che emerge dalla nuova edizione dei dati Audipress 2021/I mostra il perdurare della spinta verso il digitale, che ha visto una particolare accelerazione nell’anno pandemico e che continua a crescere.

In un contesto di profonde trasformazioni e di limitazioni alle normali attività, che hanno caratterizzato l’intero periodo di rilevazione, si sono necessariamente sperimentate nuove abitudini nella fruizione dei contenuti editoriali, amplificando il fenomeno della lettura di digital edition, con un dato per la stampa nel complesso negli ultimi 30 giorni che aumenta del +35,5% rispetto all’edizione precedente e arriva a quota 4,3 milioni di lettori, quota raddoppiata nel corso dell’ultimo anno” – osserva il Presidente Mauri.

Secondo i dati Audipress 2021/I, approvati oggi dal Consiglio di Amministrazione, 33,3 milioni di italiani leggono almeno uno dei principali titoli stampa su carta o digitale replica ogni mese (-3,6% a perimetro omogeneo di testate).

In un giorno medio il 22% degli italiani sceglie uno dei principali quotidiani su carta o digitale replica per informarsi (11.680.000 lettori, con quasi 17 milioni di letture), mentre la lettura dei periodici genera ogni settimana 17 milioni di letture per le più importanti testate settimanali (con 10.738.000 lettori, cioè il 20,3% degli adulti + 14 anni) e ogni mese circa 16,6 milioni di letture per le maggiori testate mensili (per 9.797.000 lettori, il 18,5% degli italiani).

Nell’analisi di queste audience, il riconoscimento della fiducia e del ruolo della stampa si manifesta in particolare nei dati sui comportamenti di lettura: si nota il prevalere di un’abitudine alla lettura integrata nella dieta mediatica in maniera frequente e regolare, come anche il rafforzamento della quota di copia letta “acquistata” (personalmente/in famiglia e/o con sottoscrizione di abbonamento), che rappresenta per i Quotidiani il 63,3%, per i Settimanali il 76,6% e per i Mensili il 73,6%. La lettura di copia condivisa (“avuta da altri/trovata”) risulta evidentemente intaccata dai cambiamenti nelle interazioni sociali esterne, ma proprio per questo motivo soggetta a possibili evoluzioni in relazione alle modifiche del contesto di riferimento.

Riconoscendo e condividendo la necessità di un approccio sempre più integrato nelle misurazioni dei brand editoriali, il Consiglio di Amministrazione, nel sottolineare l’importanza e l’urgenza del progetto di una total audience, con lo sviluppo di una metrica condivisa che possa comprendere e valorizzare la fruizione del mezzo nelle varie declinazioni carta, replica digitale, app, sito web, ecc, ha deciso di convocare il Consiglio entro la fine di settembre per le decisioni conseguenti.

I dati Audipress 2021/I sono il risultato dell’indagine ufficiale che monitora in maniera continuativa le abitudini di lettura e la fruizione delle principali testate italiane. Per questa pubblicazione sono state realizzate 30.027 interviste lungo un calendario di rilevazione di 36 settimane complessive, dal 6 luglio 2020 all’11 aprile 2021, su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 14 anni e oltre. Le interviste sono state svolte prevalentemente con il sistema CAPI Doppio Schermo, utilizzando la tecnica CAWI per una quota del campione (5.451 casi) e avviando il processo di evoluzione di indagine verso un modello misto CAPI/CAWI.

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, 17 giugno 2021 - AUDIPRESS SRL