



Dati Audipress 2022/II: continua il trend positivo nelle letture. Aumenta ancora il digitale +9%.

“Dai risultati dell’edizione Audipress 2022/II, approvati oggi dal Consiglio di Amministrazione, emerge il quadro maturato in questi anni di pandemia: stiamo attraversando una rivoluzione digitale che ha avuto grande impulso anche a causa del contesto sociale dell’ultimo biennio e siamo lettori ormai abituati a un’offerta informativa e culturale disponibile in molteplici formati e supporti. Da diverse edizioni osserviamo la crescita costante nella fruizione di digital edition, che in questa pubblicazione raggiunge una platea di 6,5 milioni di lettori (+9,0%) e in generale troviamo un rafforzamento della readership su carta e/o replica nei vari comparti editoriali (Quotidiani +1,2%, Settimanali +0,9%, Mensili +4,0%, a perimetro omogeneo di testate rispetto alla precedente edizione)” – commenta il Presidente Mauri.

La stampa si conferma un importante canale di accesso all’informazione, all’evasione e all’approfondimento in un contesto verificato e strutturato, un mezzo rilevante per volumi, per qualità dei target e per abitudini di fruizione. Dallo scenario del consumo dei brand editoriali in rilevazione, così come pubblicato dai dati Audipress 2022/II, si registrano 32,2 milioni di italiani che hanno letto almeno uno dei principali titoli stampa su carta o digitale replica negli ultimi 30 giorni (+0,8% per testate omogenee, rispetto alla precedente edizione).

In un giorno medio il 21,8% degli italiani sceglie uno dei principali quotidiani su carta o digitale replica per informarsi (11.554.000 lettori, con più di 16,6 milioni di letture), mentre la lettura dei periodici genera ogni settimana 14,3 milioni di letture per le più importanti testate settimanali (con 9.438.000 lettori, cioè il 17,8% degli adulti + 14 anni) e ogni mese quasi 16 milioni di letture per le maggiori testate mensili (per 10.044.000 lettori, il 19,0% degli italiani).

Nell’analisi di queste audience, i dati sui comportamenti di lettura contribuiscono a delineare la qualità della relazione con il lettore e la fiducia nel mezzo stampa: prevalgono le letture a maggior frequenza, indice di un’abitudine di consumo regolare, rispetto a quelle occasionali e la copia letta deriva prevalentemente da un atto di acquisto (personale e/o familiare; in abbonamento), rappresentando per i Quotidiani il 60,9%, per i Settimanali il 75,6% e per i Mensili il 74,0%. Con l’allentamento delle restrizioni legate al periodo emergenziale pandemico, appare in ripresa anche la lettura della copia condivisa, modalità che per alcune edizioni abbiamo visto intaccata dai mutati comportamenti sociali.

I dati Audipress 2022/II 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 33.068 interviste con il sistema misto CAPI Doppio Schermo/CAWI, lungo un calendario di rilevazione di 34 settimane complessive dal 13 settembre 2021 al 10 luglio 2022, su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 14 anni e oltre.

Gli Istituti esecutori del field sono Doxa e 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, 11 ottobre 2022
AUDIPRESS SRL