

Sono disponibili i dati della Total Digital Audience del mese di Dicembre 2023, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

La total digital audience nel 2023 ha registrato dati stabili rispetto all'anno precedente, in continuità con la capillare penetrazione di internet sulla popolazione, con una media nei 12 mesi di 43,9 milioni di utenti unici, pari al 75% degli individui dai 2 anni in su (+0,3%). È evidente la forte penetrazione del Mobile (Smartphone e/o Tablet), con cui ha navigato il 92,1% della popolazione di 18-74 anni (+1,3% sul 2022). Interessante l'incremento del tempo speso online per l'e-commerce (+13,6% sul 2022), le informazioni corporate (+23,9% del tempo) e per viaggi e mappe (+23,2% il tempo dedicato) e ai contenuti e servizi dei broadcasters online (+24,8%).

Nel mese di dicembre 2023 hanno navigato 44,2 milioni di individui dai 2 anni in su, pari al 76% della popolazione di riferimento.

Milano, 14 febbraio 2024 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Dicembre 2023, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

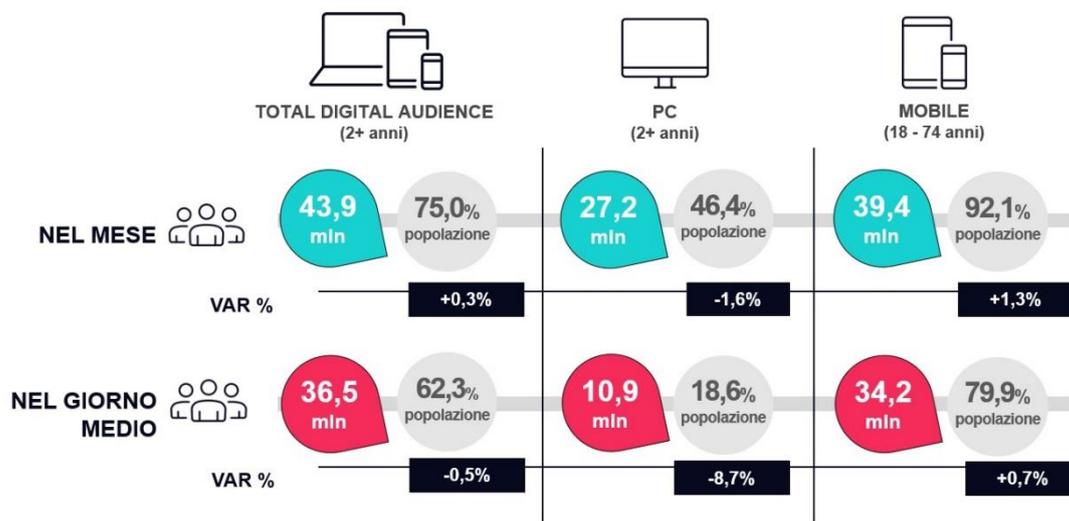
I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

La total digital audience nel 2023

Nel 2023 la total digital audience ha registrato dati stabili rispetto all'anno precedente, in continuità con la capillare penetrazione di internet sulla popolazione, raggiungendo una media mensile di 43,9 milioni di utenti unici mensili, pari al 75% degli individui dai 2 anni in su (+0,3%). Il dato si mostra in continuità grazie alla forte penetrazione del Mobile (Smartphone e/o Tablet), con il 92,1% della popolazione tra i 18 e i 74 anni e un'ulteriore crescita media dell'1,3%, pari a 39,4 milioni di utenti medi mensili.

L'audience online nel giorno medio del 2023 ha raggiunto 36,5 milioni di utenti unici, con una lieve flessione (-0,5%) rispetto al 2022 che risente in particolare della minore fruizione del Computer nel quotidiano (-8,7%) e una continuità nell'uso del Mobile (+0,7%).

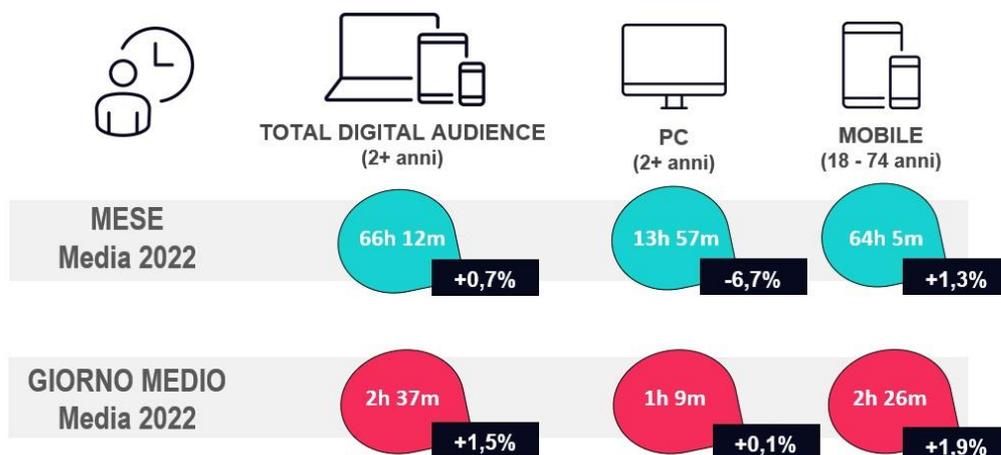
TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2023



Fonte: Total Digital Audience Media 2023 e confronto con MEDIA 2022 - 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.

Cresce ancora, seppur di poco, **il tempo complessivo dedicato all'online**, anche in questo caso **trainato dalla fruizione da Mobile** da parte della popolazione maggiorenne che, **nei 12 mesi dell'anno ha dedicato 64 ore in media** alla navigazione da questi device (+1,3% rispetto alla media mensile del 2022) e **2 ore e 26 minuti in media nel quotidiano** (+1,9% rispetto alla media giornaliera del 2022).

IL TEMPO ONLINE NEL 2023 - GIORNO MEDIO



Fonte: Tempo speso per persona MEDIA 2023 e confronto MEDIA 2022, dati Giorno Medio
 Audiweb powered by Nielsen

Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)

Dal punto di vista dei **consumi online**, per **gran parte delle categorie** di siti e app mobile nel 2023 si osservano **dati complessivi positivi** rispetto all'anno precedente, in particolare per quelle dedicate all'**ecommerce** (Mass Merchandiser), che raggiunge in media nei 12 mesi il 63,5% della popolazione di 2+anni (+3,2%) e un incremento del 13,6% del tempo complessivo, ai **servizi di messaggistica istantanea** (+2,1% degli utenti medi nei mesi), all'offerta di **informazioni corporate** (+4,1% di utenti e +23,9% del tempo), alla **informazioni di viaggio e mappe** (+3,9% gli utenti e +23,2% il tempo dedicatovi), al **cibo e ricette** (+5,3% gli utenti medi nei mesi), alle **informazioni metereologiche** (+11,3%), agli **strumenti di ricerca e approfondimento online** (categoria Research Tools che registra +3,8% di utenti) e ai **broadcasters online** (+7,6% gli utenti medi mensili e +24,8% il tempo speso).

Restano **pressoché stabili o in crescita** i dati di **utenti unici mensili** delle categorie, tra le più gettonate, dedicate a **video e cinema** (+1,5% gli utenti medi nei mesi del 2023 rispetto all'anno precedente), ai **social network** (+1,3%, ma con un incremento del 7,9% del tempo complessivo), ai **portali generalisti** (+1,2% gli utenti e +8,9% il tempo) e alle piattaforme di gestione delle **email** (+1,6%).

Continuando l'osservazione tra le prime 20 categorie più visitate nella media dei mesi del 2023, si registra, invece, una **lieve flessione** per la categoria dedicata alle **news online** (-1,0% gli utenti nella media dei 12 mesi) e alla **salute e nutrizione** (-1,7% gli utenti, ma con un significativo incremento del 23,6% del tempo speso).

(grafico nella pagina successiva)

ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL 2023

| SOTTOCATEGORIE SITI (TDA) | UTENTI UNICI (.000) MEDIA MENSILE 2023 | PENETRAZIONE (%) POPOLAZIONE 2023 | PENETRAZIONE POPOLAZIONE VAR % 2023/2022 |
|--|---|--------------------------------------|--|
| TUTTE LE CATEGORIE | 43.911 | 75,0 | 0,3% |
| SEARCH | 41.666 | 71,2 | 0,6% |
| INTERNET TOOLS/WEB SERVICES | 40.240 | 68,8 | 1,0% |
| VIDEOS/MOVIES | 39.520 | 67,5 | 1,5% |
| MEMBER COMMUNITIES | 38.739 | 66,2 | 1,3% |
| GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES | 38.693 | 66,1 | 1,2% |
| MASS MERCHANDISER | 37.176 | 63,5 | 3,2% |
| INSTANT MESSAGING | 37.458 | 64,0 | 2,1% |
| CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS | 37.989 | 64,9 | -1,0% |
| E-MAIL | 37.378 | 63,9 | 1,6% |
| SOFTWARE MANUFACTURERS | 36.014 | 61,5 | 1,5% |
| CORPORATE INFORMATION | 34.357 | 58,7 | 4,1% |
| MAPS/TRAVEL INFO | 33.216 | 56,8 | 3,9% |
| FOOD & COOKING | 31.268 | 53,4 | 5,3% |
| MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES | 31.969 | 54,6 | 1,0% |
| WEATHER | 33.252 | 56,8 | 11,3% |
| RESEARCH TOOLS | 31.120 | 53,2 | 3,8% |
| GOVERNMENT | 29.546 | 50,5 | 0,7% |
| MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT | 29.471 | 50,4 | 6,5% |
| HEALTH, FITNESS & NUTRITION | 29.328 | 50,1 | -1,7% |
| BROADCAST MEDIA | 29.794 | 50,9 | 7,6% |

Fonte: Total Digital Audience Media 2023 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 2023

Entrando nel **dettaglio degli ultimi dati disponibili**, risulta che **nel mese di dicembre 2023** hanno navigato **44,2 milioni** di individui dai 2 anni in su, pari al 76% della popolazione di riferimento.

La **fruizione da Mobile** ha raggiunto il **93,5% della popolazione dai 18 ai 74 anni** (39,9 milioni), 1,4 punti percentuali in più rispetto alla media dell'anno.

La **total digital audience nel giorno medio** di questo mese di rilevazione è rappresentata da **36,9 milioni** di individui, online per **2 ore e 33 minuti** per persona.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE DICEMBRE 2023

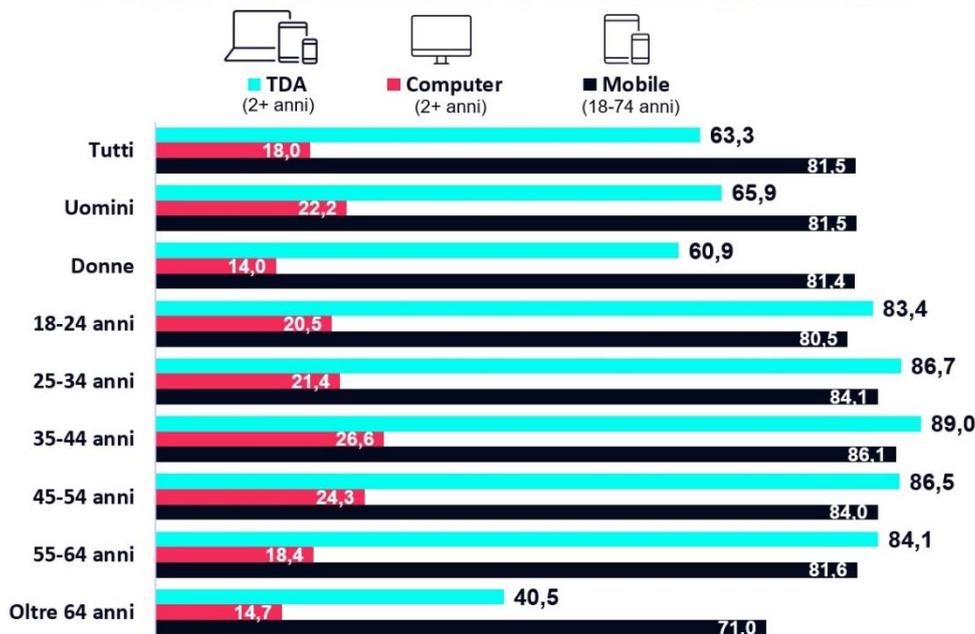
| DATI GIORNO MEDIO (browser + App) | TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni | COMPUTER 2+ anni | MOBILE 18-74 anni |
|---|--------------------------------|------------------|-------------------|
| Utenti unici giorno medio (.000) | 36.929 | 10.507 | 34.743 |
| Pop. di riferimento giorno medio (%) | 63,3 | 18,0 | 81,5 |
| Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss) | 2:33 | 1:05 | 2:22 |
| DATI MESE (browser + App) | TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni | COMPUTER 2+ anni | MOBILE 18-74 anni |
| Utenti unici mese (.000) | 44.331 | 27.560 | 39.893 |
| Pop. di riferimento mese (%) | 76,0 | 47,2 | 93,5 |
| Tempo per persona mese (hh:mm:ss) | 65:44 | 12:52 | 64:09 |

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 2023, - 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 del mese di dicembre erano online il **65,9% degli uomini** dai 2 anni in su (18,7 milioni) e il **60,9% delle donne** (18,2 milioni) e, più in dettaglio, oltre l'**84% dei 18-64enni** con una penetrazione maggiore tra i 34-44enni (l'89% di questo segmento di popolazione).

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



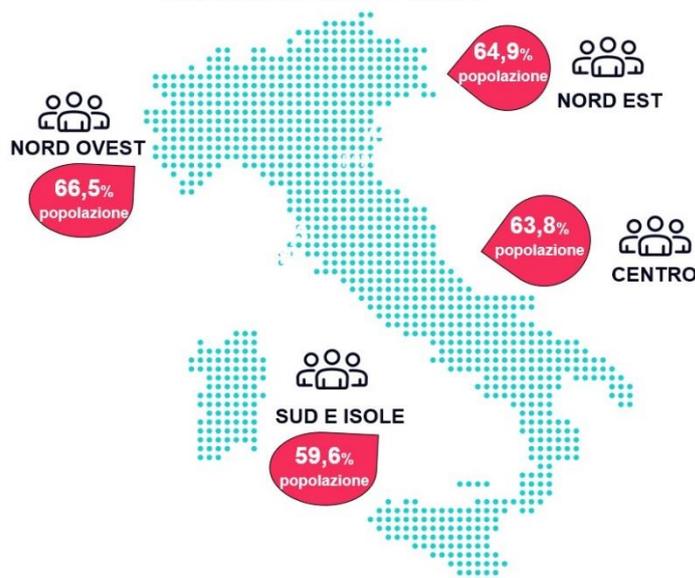
Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 2023, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Dai dati di **dettaglio sulle aree geografiche** risulta che hanno navigato nel giorno medio **10,4 milioni** di individui dell'area **Nord-Ovest** (il 66,5% della popolazione di 2+ anni di quest'area), **7,4 milioni** dell'area **Nord-Est** (il 64,9%), **7,4 milioni** dell'area **Centro** (il 63,8%) e **11,7 milioni** dell'area **Sud e Isole** (il 59,6%).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 2023, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

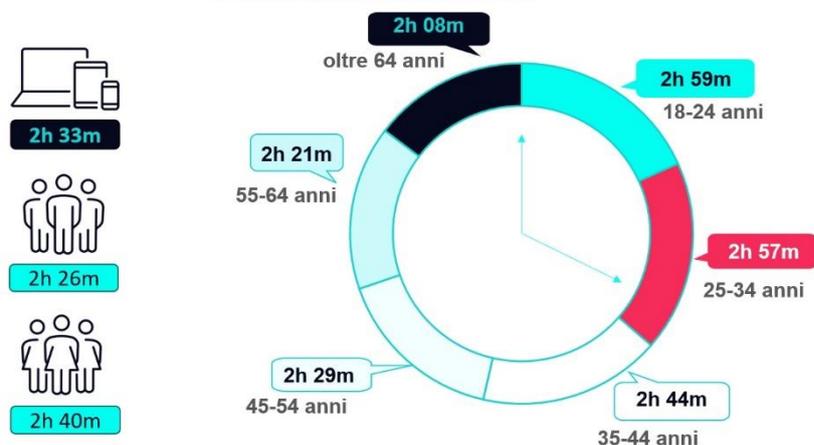
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Nel giorno medio a dicembre **gli uomini (2+ anni) hanno navigato per 2 ore e 26 minuti, 14 minuti in meno rispetto alle donne** che hanno dedicato all'online 2 ore e 40 minuti.

I giovani tra i 18 e i 34 anni hanno sfiorato le 3 ore di navigazione, mentre gli individui di 35-44 anni hanno navigato in media per 2 ore e 44 minuti, i 45-54enni per 2 ore e 29 minuti, i 55-64enni per 2 ore e 21 minuti e gli over 64 anni per circa 2 ore.

TEMPO SPESO ONLINE NEL GIORNO MEDIO DICEMBRE 2023



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)



Quest'ultimo mese del 2023 mostra **dati di utenti unici mensili stabili per le principali categorie di siti e app mobile** rispetto al mese precedente e i **diversi giorni festivi** hanno inciso principalmente sul **tempo dedicato alla fruizione dei differenti contenuti e servizi** che mostra valori in flessione.

Vediamo, infatti, che tra le principali categorie più visitate i **motori di ricerca** hanno raggiunto 42,2 milioni di individui mensili con -3,5% del tempo rispetto a novembre, i **servizi web e strumenti online** (Internet Tools/Web Services) hanno registrato 40,7 milioni di utenti con -8,3% del tempo, i **portali generalisti** (General Interest Portals & Communities) 38,9 milioni di utenti con -2,4% del tempo, l'aggregazione di siti e app dedicati all'**ecommerce** (Mass Merchandiser) 38,2 milioni con -5,3% del tempo, i servizi di **gestione delle email** 37,6 milioni di utenti e -6,3% del tempo, la categoria **Corporate Information** raggiunge 35,2 milioni di utenti con -5,3% del tempo, **le news online** (Current Events & Global News) 37,6 milioni di utenti con -8,9% del tempo e, in questo caso, in flessione anche gli utenti del -1,2%, come nel caso della categoria dedicata alle **informazione metereologiche** che registra una flessione del 5,5% per gli utenti e del 21,1% del tempo.

Alcune tra le principali categorie a dicembre presentano invece **dati stabili o in crescita anche del tempo speso** per effetto della stagionalità, ovvero grazie a interessi tipici di questo periodo come, ad esempio, l'organizzazione delle festività. È il caso della categoria che raggruppa i siti e le piattaforme dedicati ai **video** – 40 milioni di utenti unici mensile e +0,8% del tempo -, i **social network** (Member Communities) – 39,2 milioni di utenti e +3,5% del tempo -, i **servizi di messaggistica** – 38 milioni di utenti e +0,5% del tempo -, **mappe e informazioni di viaggi** – 33,2 milioni di utenti e +2,6% del tempo - e la categoria **“Food & Cooking”** – 33,1 milioni di utenti (+3,5% rispetto a novembre) e +4,1% del tempo.

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE - DICEMBRE 2023

| SOTTOCATEGORIE SITI (TDA) | UTENTI UNICI (.000) DICEMBRE 2023 | PENETRAZIONE (%) POPOLAZIONE DIC 2023 | TEMPO/PERSONA (hh:mm) DICEMBRE 2023 |
|--|--------------------------------------|--|--|
| TUTTE LE CATEGORIE | 44.331 | 76,0 | 65:44 |
| SEARCH | 42.254 | 72,4 | 02:26 |
| INTERNET TOOLS/WEB SERVICES | 40.755 | 69,9 | 01:24 |
| VIDEOS/MOVIES | 40.023 | 68,6 | 06:00 |
| MEMBER COMMUNITIES | 39.200 | 67,2 | 21:27 |
| GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES | 38.887 | 66,7 | 01:03 |
| MASS MERCHANDISER | 38.230 | 65,5 | 02:32 |
| INSTANT MESSAGING | 38.053 | 65,2 | 11:52 |
| CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS | 37.646 | 64,5 | 01:02 |
| E-MAIL | 37.605 | 64,5 | 02:57 |
| SOFTWARE MANUFACTURERS | 36.445 | 62,5 | 02:04 |
| CORPORATE INFORMATION | 35.162 | 60,3 | 00:47 |
| MAPS/TRAVEL INFO | 33.162 | 56,8 | 01:13 |
| FOOD & COOKING | 33.116 | 56,8 | 00:22 |
| MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES | 32.469 | 55,7 | 00:32 |
| WEATHER | 31.375 | 53,8 | 00:12 |

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 2023, dati mensili- 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 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