

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

Nel mese di giugno la total digital audience ha raggiunto 44,3 milioni di utenti pari al 75,9% della popolazione dai 2 anni in su.

Sono stati 37,5 milioni gli individui che si sono collegati almeno una volta nel giorno medio, online per 2 ore e 50 minuti in media per persona.

I consumi online mantengono un assetto in continuità rispetto al mese precedente, per effetto degli eventi del mese di giugno, tra elezioni europee e amministrative, il calendario di appuntamenti sportivi, l'avvicinarsi della stagione estiva e alcuni fenomeni meteorologici. È il caso delle news online (390 mila utenti mensili in più rispetto al mese precedente e +4,7% del tempo speso), dei siti e app mobile del largo consumo (+0,8% degli utenti), delle informazioni di viaggio (+1,2%), dei contenuti sportivi (+0,6%) e del mercato dell'abbigliamento e prodotti di bellezza (+2,1% del tempo speso complessivo).

Milano, 8 agosto 2024 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Giugno 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.**

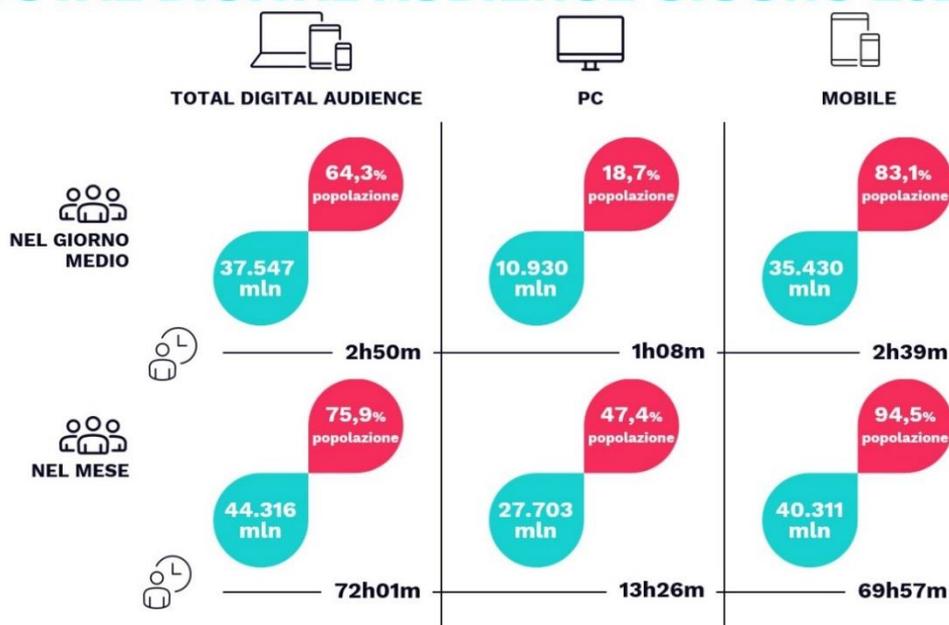
I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

La total digital audience nel mese di Giugno 2024

Nel mese di giugno sono stati **44,3 milioni** gli utenti collegati dai dispositivi rilevati – Computer e Mobile (Smartphone e/o Tablet) -, pari al 75,9% della popolazione dai 2 anni in su. Il **tempo dedicato alla fruizione dell'online** ha registrato una **flessione** complessiva del 4%, spinta in particolare da un **calo del 10% dell'uso del computer per navigare**, complici la chiusura delle scuole e l'esordio della stagione estiva.

La **total digital audience** nel **giorno medio** ha raggiunto **37,5 milioni** di individui (il 64,3% della popolazione di 2+ anni) collegati per **2 ore e 50 minuti** in media per persona. L'**83% della popolazione tra i 18 e i 74 anni** (35,4 milioni) ha navigato **da Mobile**, spendendo quotidianamente **2 ore 39 minuti**.

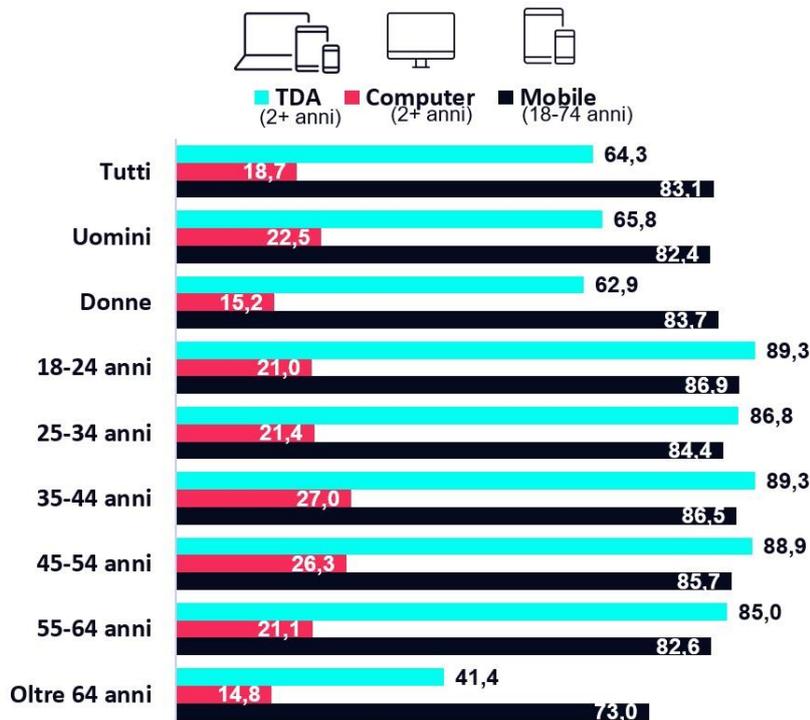
TOTAL DIGITAL AUDIENCE GIUGNO 2024



Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 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)

Nel giorno medio del mese di giugno erano online il **65,8%** degli uomini (18,7 milioni) e il **62,9%** delle donne (18,8 milioni). In base ai dati di quest'ultima rilevazione risulta che, **tra i diversi segmenti della popolazione**, l'online ha raggiunto i **livelli più alti di penetrazione tra i 18-24enni e i 35-44enni** (l'89,3% in entrambi i casi) **e tra i 45-54enni** (88,9% dei casi).

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 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)



Dai dati sulla **distribuzione geografica della popolazione online**, nel giorno medio sono stati coinvolti **10,8 milioni** di individui dell'area **Nord-Ovest** (il 69% di quest'area), **7,4 milioni** dell'area **Nord-Est** (il 65,2%), **7,3 milioni** dell'area **centrale** (il 62,7%) e **12 milioni** dell'area **Sud e Isole** (il 61%).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 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)



Nel giorno medio di questo mese di rilevazione i **giovani dai 18 ai 34 anni** hanno raggiunto una media di **3 ore e un quarto di navigazione**, mentre **gli altri segmenti di popolazione monitorati** hanno speso un **intervallo di tempo poco inferiore alle 3 ore** - come nel caso dei 35-44enni con 2 ore e 52 minuti - e le **2 ore e mezza** - come nel caso degli over 64enni con 2 ore e 25 minuti.

TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience GIUGNO 2024, dati Giorno Medio - Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)



Per quanto riguarda più in dettaglio i **dati di consumo dell'online**, nel mese di giugno ritroviamo un **assetto in continuità** tra le prime dieci categorie di siti e mobile app, nonostante l'avvicinarsi della stagione estiva e la chiusura delle scuole, **complici gli eventi che hanno caratterizzato questo mese**, dalle elezioni europee e amministrative, al fitto calendario di appuntamenti sportivi e alcuni fenomeni meteorologici le cui conseguenze hanno continuato a tenere alta l'attenzione degli utenti.

Alcune categorie registrano dati leggermente in crescita, come nel caso del raggruppamento delle **news online** (Current Events & Global News) - con un'audience di 38,8 milioni di utenti unici mensili, pari a quasi 390 mila utenti mensili in più rispetto al mese precedente e un tempo speso complessivo del +4,7% -, dei siti e app mobile del **largo consumo** (Mass Merchandising) - con 38 milioni di utenti, dato che registra un +0,8% -, delle **informazioni di viaggio** - con 34,2 milioni di utenti e una crescita dell'1,2% -, dei **contenuti sportivi** - stabili rispetto al mese precedente con 30,4 milioni di utenti - e del mercato dell'**abbigliamento e prodotti di bellezza** (Apparel/Beauty) - con 28,6 milioni di utenti e un tempo speso complessivo del +2,1%.

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE GIUGNO 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) GIUGNO 2024	PENETRAZIONE (%) POP. GIU 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) GIU 2024	UTENTI UNICI VAR % GIU24/MAG24
TUTTE LE CATEGORIE	44.316	75,9	72:01	-1,2%
SEARCH	42.370	72,6	02:30	-1,4%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.267	70,7	01:30	-1,4%
VIDEOS/MOVIES	40.110	68,7	07:30	-0,1%
MEMBER COMMUNITIES	39.496	67,6	24:54	-0,6%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	39.247	67,2	01:14	-1,0%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.770	66,4	01:04	+1,0%
INSTANT MESSAGING	38.509	66,0	11:39	-0,2%
E-MAIL	38.212	65,4	03:05	-1,0%
MASS MERCHANDISER	38.046	65,2	02:03	+0,8%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.665	62,8	02:02	-1,1%
WEATHER	35.260	60,4	00:15	-1,1%
CORPORATE INFORMATION	35.046	60,0	00:46	-2,4%
MAPS/TRAVEL INFO	34.163	58,5	01:28	+1,2%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	33.101	56,7	00:25	-1,0%
GOVERNMENT	31.572	54,1	00:35	-0,2%
RESEARCH TOOLS	31.508	54,0	00:16	-0,8%
FOOD & COOKING	30.605	52,4	00:17	-2,8%
SPORTS	30.385	52,0	00:42	+0,6%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.620	49,0	00:45	-2,5%
APPAREL/BEAUTY	28.567	48,9	01:09	-1,2%

Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 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