

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

La total digital audience nel mese di marzo 2024 è rappresentata da 44,4 milioni di utenti unici mensili, pari al 76,1% della popolazione dai 2 anni in su.

Rispetto al mese precedente, caratterizzato da eventi mediatici (il Festival di Sanremo), di politica e cronaca rilevanti, i dati di marzo riflettono alcune particolari preferenze per le categorie che raggruppano siti e mobile app dedicati alle condizioni metereologiche (+7,8%), alle informazioni di viaggio (+2,4%) e al cibo e ricette (+3,2%), correlate al ponte di Pasqua che ha segnato il calendario di questo mese, mentre registrano una lieve flessione le categorie dedicate ai contenuti televisivi e di tutti i broadcasters online (-5,6%) e alle news online (-0,5%).

Milano, 10 maggio 2024 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Marzo 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

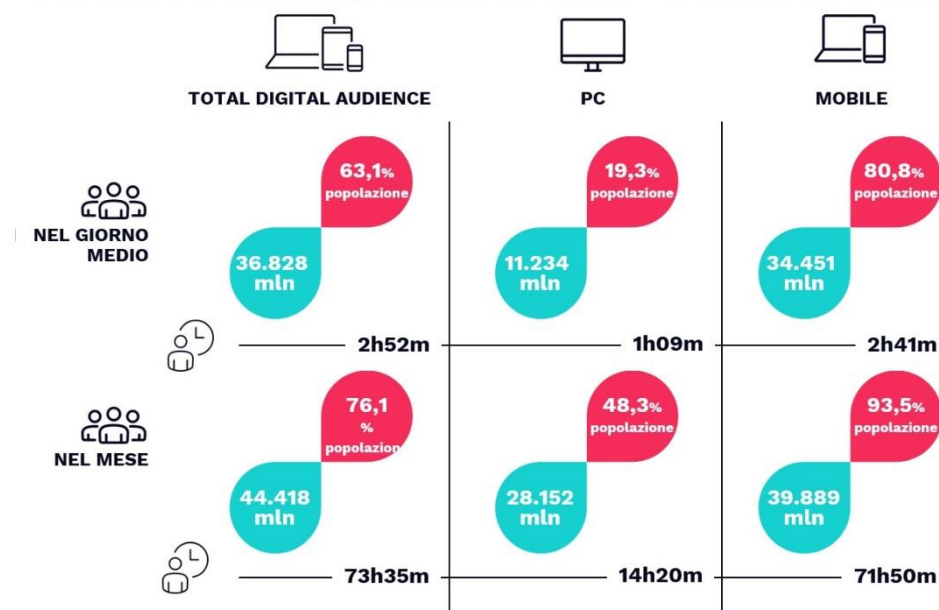
I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi\* disponibile sul sito Audiweb.

### La total digital audience nel mese di Marzo 2024

La total digital audience nel mese di marzo 2024 è rappresentata da **44,4 milioni** di utenti unici mensili, pari al **76,1% della popolazione dai 2 anni in su**, collegati complessivamente per **73 ore e 35 minuti**. Il **93,5% dei 18-74enni** (39,9 milioni) ha navigato **da Mobile** in questo mese di rilevazione, online per **71 ore e 50 minuti**.

Sono stati **36,8 milioni** gli individui che si sono collegati **almeno una volta nel giorno medio dai device rilevati** – Computer e Mobile (Smartphone e/o Tablet) -, accedendo per **2 ore e 52 minuti** in media per persona.

## TOTAL DIGITAL AUDIENCE MARZO 2024

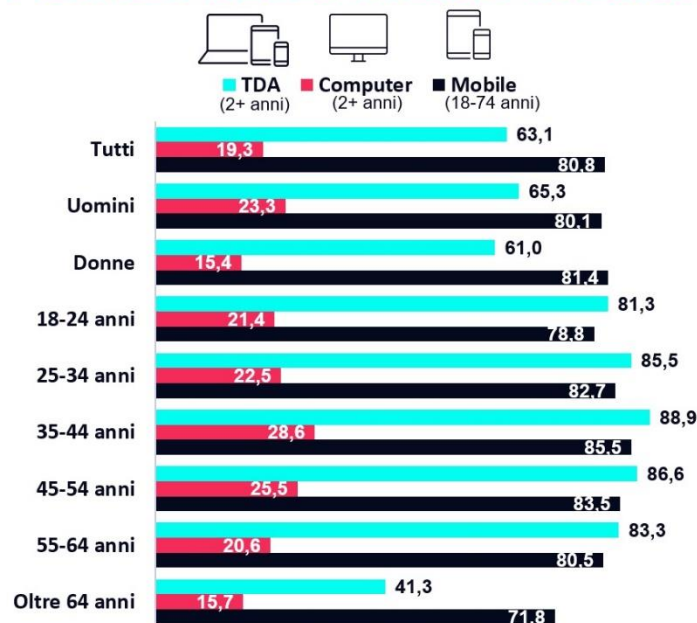


Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2024 – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)

Dai **dati sui profili degli individui online** risulta che nel **giorno medio** erano online il **65,3%** degli **uomini dai due anni in su**, il **61%** delle **donne** e, entrando nel **dettaglio delle fasce d'età** in ordine di quota di penetrazione, l'**88,9%** dei **35-44enni**, l'**86,6%** dei **45-54enni**, l'**85,5%** dei **25-34enni**, l'**83,3%** dei **55-64enni** e l'**81,3%** dei **18-24enni**.

**Restringendo l'osservazione** alla fruizione dell'online da **Mobile** della **popolazione dai 18 ai 74 anni**, troviamo online nel giorno medio l'**80,1%** degli **uomini**, l'**81,4%** delle **donne** e **oltre l'80%** dei **25-64enni**, il **78,8%** dei **18-24enni** e il **71,8%** degli **over 64enni**.

## PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience MARZO 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)



Per quanto riguarda la **provenienza geografica** degli individui che erano online, nel **giorno medio** a marzo troviamo **10,3 milioni** di individui di 2+ anni dall'area **Nord-Ovest** (il **66,2%**), **7,4 milioni** dall'area **Nord-Est** (il **64,3%**), **7,4 milioni** dal **Centro** (il **63,7%**) e **11,7 milioni** dal **Sud e Isole** (il **59,7%**).

## PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience MARZO 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)



L'88,5% del tempo complessivo online è stato generato dalla fruizione da Mobile da parte della popolazione maggiorenne (18-74 anni), collegata in media nel quotidiano per 2 ore e 41 minuti. Le donne di 18-74 anni hanno navigato da questi device quasi mezz'ora in più degli uomini, mentre i 18-24enni, con 3 ore abbondanti in questo mese di rilevazione, mantengono il primato del tempo speso online da Mobile.

## DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



**TEMPO SPESO DA MOBILE GIORNO MEDIO 18-74 ANNI**

TUTTI	2:41
UOMINI	2:26
DONNE	2:55
18-24 anni	3:06
25-34 anni	3:01
35-44 anni	2:41
45-54 anni	2:38
55-64 anni	2:27
Oltre 64 anni	2:28

Fonte: Audience MARZO 2024, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Base: Individui 18-74 anni



Dai dati di consumo dell'offerta online, nel mese di marzo emergono evidenze differenti rispetto al mese precedente, che era stato caratterizzato da eventi mediatici (il Festival di Sanremo), di politica e cronaca rilevanti.

Pur sostanzialmente stabili nei consumi e nelle abitudini principali da parte degli utenti, i dati di marzo riflettono alcune particolari preferenze per le categorie che raggruppano siti e mobile app dedicati alle condizioni metereologiche (Weather, +7,8%), alle informazioni di viaggio (Maps/Travel Info, +2,4%) e al cibo e ricette (Food & Cooking, +3,2%), correlate al ponte di Pasqua che ha segnato il calendario di questo mese.

Per contro, proprio in relazione agli eventi rilevanti del mese precedente, a marzo alcune categorie mostrano lievi flessioni, se consideriamo anche qualche giorno in meno nel calendario di febbraio, come nel caso delle aggregazioni di siti e app mobile dedicati ai contenuti televisivi e di tutti i broadcasters online (Broadcast Media, -5,6%) e dei siti di news online (Current Events & Global News, -0,5%).  
 (grafico nella pagina successiva)

## LE CATEGORIE PIU VISITATE MARZO 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) FEB 2024	PENETRAZIONE (%) POP. FEB 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) FEB 2024	UTENTI UNICI VAR % FEB24/GEN24
TUTTE LE CATEGORIE	44.418	76,1	73:35	+0,1%
SEARCH	42.345	72,6	02:46	+0,2%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.995	70,3	01:35	+0,8%
VIDEOS/MOVIES	39.692	68,0	07:54	+0,5%
MEMBER COMMUNITIES	39.037	66,9	24:21	+1,0%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.998	66,8	01:16	+1,1%
INSTANT MESSAGING	38.034	65,2	11:50	+0,5%
E-MAIL	37.701	64,6	03:17	-0,1%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.452	64,2	01:04	-0,5%
MASS MERCHANDISER	37.365	64,0	02:22	+1,5%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.382	62,4	02:03	+0,4%
CORPORATE INFORMATION	34.714	59,5	00:51	0,0%
WEATHER	33.987	58,3	00:14	+7,8%
MAPS/TRAVEL INFO	33.050	56,7	01:21	+2,4%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.777	56,2	00:32	+1,5%
FOOD & COOKING	31.931	54,7	00:23	+3,2%
RESEARCH TOOLS	31.476	54,0	00:17	+1,0%
GOVERNMENT	30.448	52,2	00:31	+0,1%
BROADCAST MEDIA	29.269	50,2	02:34	-5,6%
SPORTS	29.172	50,0	00:58	+3,0%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.981	49,7	00:45	+1,0%

Fonte: Total Digital Audience MARZO 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](http://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