

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI NOVEMBRE 2024, PRODOTTI DAL SISTEMA AUDIWEB E DISTRIBUITI DA AUDICOM.

La total digital audience a novembre ha raggiunto 44,7 milioni di individui dai 2 anni in su, online complessivamente per 70 ore e 50 minuti per persona. Il 94,7% degli individui tra i 18 e i 74 anni (40,4 milioni) ha navigato da Mobile, dedicando 68 ore e 19 minuti alla fruizione di contenuti e servizi online e generando l'87,2% del tempo complessivo online.

Rispetto ad ottobre, si registrano dati in flessione per le audience di siti e app mobile di viaggi e meteo, delle istituzioni governative e dedicati allo sport, mentre abbiamo dedicato più tempo alla navigazione delle categorie dedicate ad abbigliamento e stile (+15,1%), a cibo e cucina (+6,3%), salute, nutrizione e benessere (+3,9%), all'offerta dei broadcaster online (+4,5%), a "Home & Garden" (+6,2%) e alle informazioni e news finanziarie (+7,0%).

Milano, 15 gennaio 2025 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Novembre 2024, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

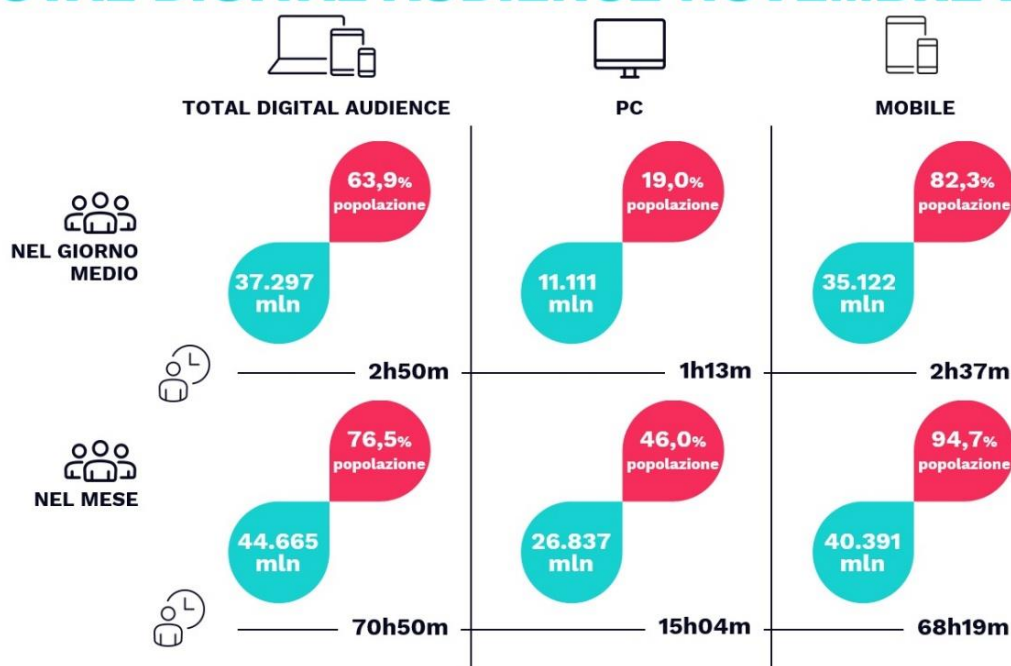
I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

La total digital audience nel mese di Novembre 2024

Nel mese di **novembre 2024** hanno navigato **44,7 milioni** di individui dai 2 anni in su da **Computer e/o Mobile** (Smartphone e/o Tablet), online complessivamente per **70 ore e 50 minuti per persona**. Il **94,7%** degli individui tra i **18 e i 74 anni** (40,4 milioni) ha navigato da Mobile, dedicando **68 ore e 19 minuti** alla fruizione di contenuti e servizi online.

La **total digital audience nel giorno medio** ha raggiunto **37,3 milioni** di persone che hanno navigato almeno una volta dai dispositivi rilevati, per 2 ore e 50 minuti in media.

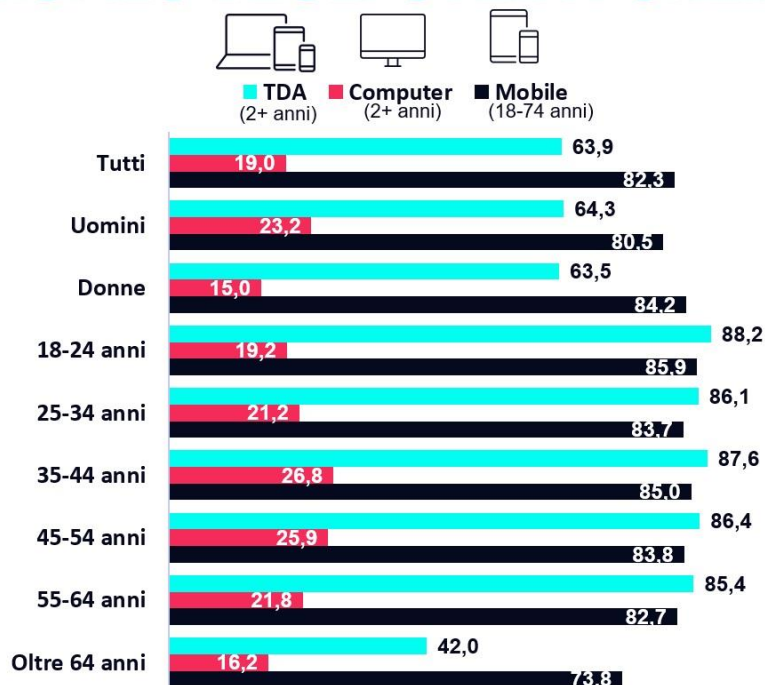
TOTAL DIGITAL AUDIENCE NOVEMBRE 2024



Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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)

Hanno navigato **nel giorno medio il 64,3% degli uomini** (18,3 milioni) e il **63,5% delle donne** (19 milioni) dai 2 anni in su e, più in dettaglio osservando i **dati per fascia d'età**, l'88,2% di età compresa tra i **18 e i 24 anni**, l'86,1% tra i **25 e i 34 anni**, l'87,6% tra i **35 e i 44 anni**, l'86,4% tra i **45 e i 54 anni**, l'85,4% tra i **55 e i 64 anni** e il 42% dai **65 anni in su**.

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

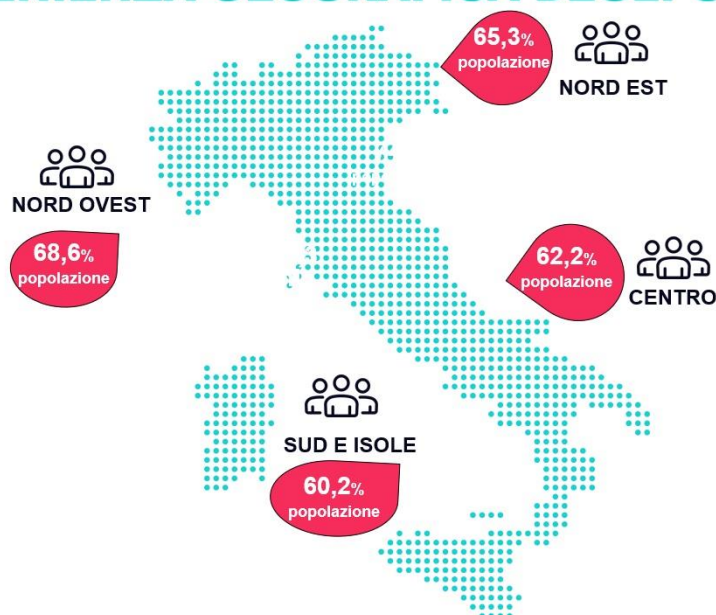


Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 2024, dati Giorno Medio – Audicom
 sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)



I dati sulla **distribuzione sul territorio nazionale degli accessi** all'online dai dispositivi rilevati (Mobile e Computer) presentare ancora un trend costante nel tempo, con il **68,6%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,7 milioni) online nel giorno medio di questo mese di rilevazione, il **65,3% del Nord Est** (7,5 milioni), il **62,2% del Centro** (7,2 milioni) e il **60,2% del Sud e Isole** (11,9 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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)

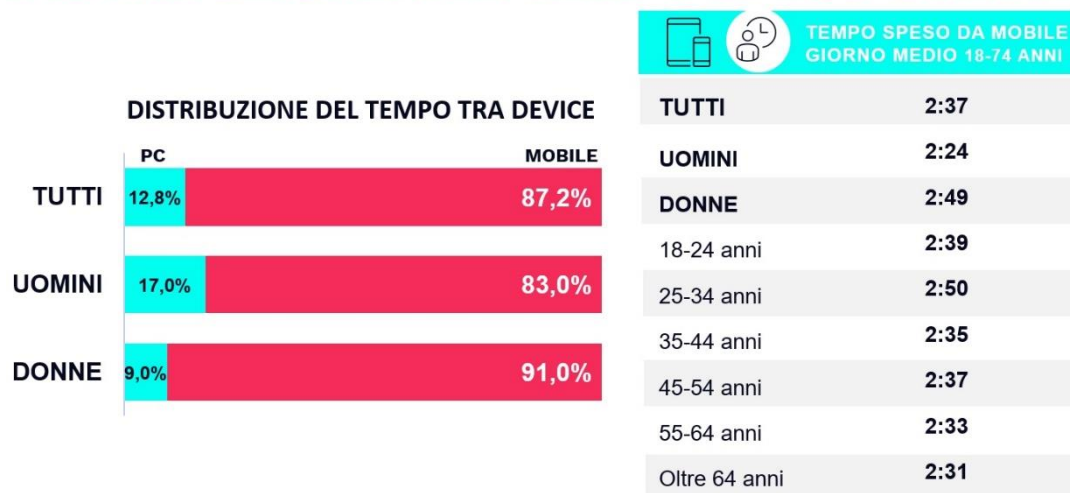


L'87,2% del tempo complessivo trascorso online a novembre è stato generato dalla fruizione da Mobile da parte dei 18-74enni, che si traduce in **2 ore e 37 minuti** di tempo speso nel **giorno medio** e **68 ore e 19 minuti nel mese**.

Restano confermati i livelli di coinvolgimento tra le differenti fasce d'età.

Infatti, da un lato **le donne continuano a dedicare più tempo degli uomini** alla fruizione di internet da mobile (25 minuti in più e il 91% del loro tempo complessivo online è generato da mobile) e, per quanto riguarda le **fasce d'età**, si osserva una distribuzione del tempo allineata ai mesi precedenti, con un **intervallo maggiore** (2 ore e 50 minuti) dedicato al **mobile internet da parte dei 25-34enni** e un intervallo tra le 2 ore e 30 e le 2 ore e 39 minuti per le altre fasce d'età "maggioresni".

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



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

Rispetto al mese di ottobre, **a novembre** si registrano **dati in flessione per le audience** di siti e app mobile correlati alle **informazioni e servizi di viaggi** (categoria Maps/Travel info, -1,2%) e **meteorologici** (categoria Weather, -7,6%), alle **istituzioni governative** (categoria Government, -2,3%) e allo **sport** (categoria Sports, -1,7%).

Gli indicatori delle **altre principali categorie** di siti e app mobile presentano **un andamento piuttosto stabile**, con **alcune variazioni positive** nel caso della categoria **Apparel/Beauty** (+4,3% di utenti e +15,1% del tempo rispetto ad ottobre) - dedicata all'abbigliamento e allo stile – e **per il tempo speso** nella fruizione di entità delle categorie **"Food & Cooking"** (+6,3% del tempo), **"Health, Fitness & Nutrition"** (+3,9%), **"Broadcast Media"** (+4,5%), **"Home & Garden"** (+6,2%) e **"Financial News & Information"** (+7,0%).

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIU' VISITATE NOVEMBRE 2024

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) SET 2024	PENETRAZIONE (%) POP. SET 2024	TEMPO/PERSONA (hh:mm) SET 2024	VAR TEMPO MESE VAR % SET24/AGO24
TUTTE LE CATEGORIE	44.665	76,5	70:50	-4,1%
SEARCH	42.219	72,3	02:27	-8,1%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.160	70,5	01:35	-6,3%
VIDEOS/MOVIES	39.670	67,9	07:36	-4,7%
MEMBER COMMUNITIES	39.246	67,2	22:10	-6,1%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.745	66,4	01:19	-1,9%
INSTANT MESSAGING	38.384	65,7	12:05	-3,4%
E-MAIL	38.266	65,5	03:19	-5,4%
MASS MERCHANDISER	37.956	65,0	02:40	+13,1%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.658	64,5	01:02	-7,4%
SOFTWARE MANUFACTURERS	36.743	62,9	02:00	-8,9%
CORPORATE INFORMATION	34.773	59,5	00:55	-0,2%
MAPS/TRAVEL INFO	32.970	56,5	01:20	-4,5%
FOOD & COOKING	32.233	55,2	00:20	+6,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.131	55,0	00:28	+0,5%
WEATHER	31.071	53,2	00:11	-19,4%
RESEARCH TOOLS	30.462	52,2	00:17	+7,2%
APPAREL/BEAUTY	29.605	50,7	01:30	+15,1%
GOVERNMENT	28.970	49,6	00:30	-6,8%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	28.251	48,4	00:17	-2,4%
SPORTS	28.221	48,3	00:59	-3,6%

Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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