

SISTEMA AUDIPRESS 2024/III: DISPONIBILI I NUOVI DATI SULLA LETTURA DEI QUOTIDIANI E DEI PERIODICI IN ITALIA.

La stampa nel suo complesso rappresenta un punto di riferimento informativo per 31 milioni di italiani, pari al 59,2% della popolazione di 14 anni e oltre che ha letto o sfogliato almeno un titolo su carta e/o digitale replica negli ultimi 30 giorni, in continuità con l'edizione precedente.

Con 11,1 milioni di lettori in un giorno medio, i Quotidiani mantengono la loro funzione di informazione tempestiva, mentre con 8,3 milioni di lettori negli ultimi 7 giorni dei Settimanali e 7,4 milioni di lettori negli ultimi 30 giorni dei Mensili, la stampa periodica si conferma come rilevante fonte di approfondimento culturale e tematico.

Milano, 20 febbraio 2025 – Il Consiglio di Amministrazione di Audicom ha approvato e distribuito i nuovi dati del sistema Audipress 2024/III.

Dai dati della rilevazione sistema Audipress edizione 2024/III (anno mobile gennaio - dicembre 2024) emerge che la stampa, in tutte le sue forme, rappresenta un punto di riferimento informativo per 31 milioni di italiani, pari al 59,2% della popolazione di 14 anni e oltre che ha letto o sfogliato almeno un titolo su carta e/o digitale replica negli ultimi 30 giorni.

Lettori stampa ultimi 30 giorni

31,0 milioni

di individui in Italia leggono o sfogliano un titolo stampa (su carta e/o digitale replica).

59,2%

della popolazione adulta
(14 anni e oltre)



carta e/o replica



52 mln

Audicom – sistema Audipress 2024/III



Dall'analisi dei dati si evidenzia una sostanziale tenuta del settore con un andamento costante a partire dal periodo post-pandemico e, mentre i quotidiani, con 11,1 milioni di lettori in un giorno medio, mantengono la loro funzione di informazione tempestiva, la stampa periodica si conferma quale fonte rilevante di approfondimento culturale e tematico, raggiungendo 8,3 milioni di lettori negli ultimi 7 giorni dei Settimanali e 7,4 milioni di lettori negli ultimi 30 giorni dei Mensili.

Nell'intervallo degli ultimi 30 giorni e considerando la popolazione di riferimento di 14 anni e oltre, la stampa (quotidiani e/o periodici) nel complesso è letta dal 61,2% degli uomini (15 milioni 582 mila) e dal 57,2 delle donne (15 milioni 403 mila), riconducibili al 55,1% del segmento dei 14-24enni, al 57,7% dei 25-44enni e al 60,5% degli over 45enni.

Più in dettaglio, questo comparto **raggiunge principalmente** gli individui con un **livello di istruzione medio e superiore** – il 65,6% dei laureati, il 61,4% dei diplomati – e, osservando i **dati sulla distribuzione geografica**, il **68,9%** dell'area **Nord-Est** e il **62,8%** dell'area **Nord-Ovest**, con un **livello di penetrazione di almeno il 65%** in alcune regioni del territorio nazionale, come nel caso del **Friuli Venezia Giulia** (il 78,4% della popolazione di riferimento), dell'**Emilia Romagna** (il 72,8%), il **Veneto** (il 66,9%), **Marche** (il 65,7%) e **Lombardia** (il 65,6%).

Lettori stampa ultimi 30 giorni - digitale replica



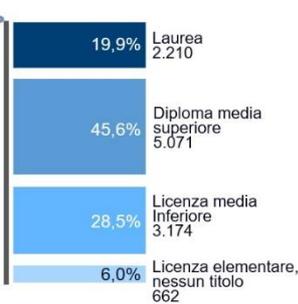
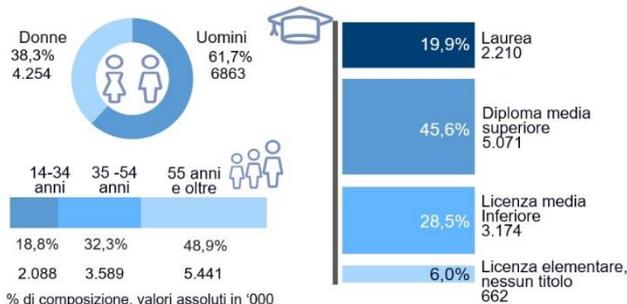
Ulteriore **indicatore rilevante** di questa edizione è rappresentato dal **consolidamento del formato digitale replica**, stabilizzato su **7,2 milioni di lettori**, a conferma di una **capacità di contatto continuo** nel tempo verso un **pubblico che ha modificato o ampliato le proprie abitudini di lettura** attraverso nuovi formati e modalità di approfondimento.

I **lettori complessivi della copia digitale replica** negli ultimi 30 giorni rappresentati in quest'ultima pubblicazione sono **composti da 3,8 milioni di uomini e 3,3 milioni di donne**, di età compresa tra i **14 e i 24 anni nel 16,8%** dei casi, **25-44 anni nel 36,5%** e di **oltre 45 anni nel 46,6%** dei casi.

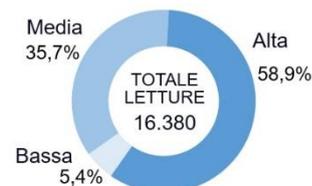
Quotidiani



Comportamenti di lettura (giorno medio)



Frequenza di lettura (abitudini generali)



ALTA (da 4 a 7 giorni la settimana), MEDIA (da 1 a 3 giorni la settimana), BASSA (meno di 1 giorno la settimana)

Fonte di provenienza della copia



Audicom – sistema Audipress 2024/III

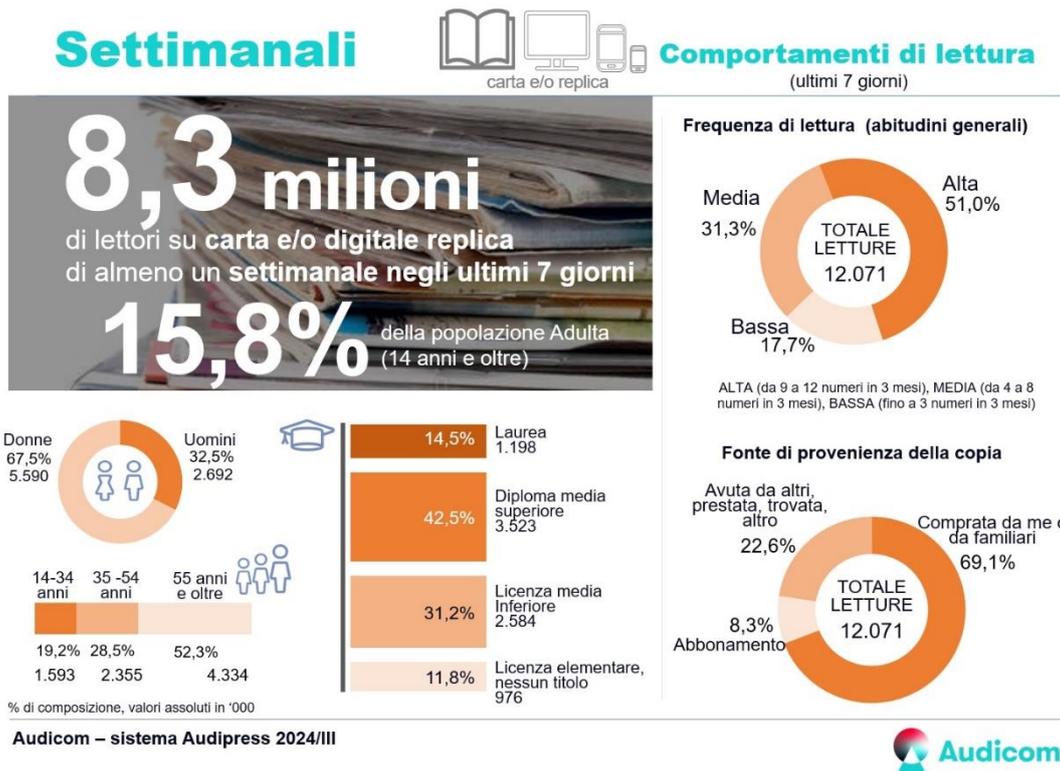


Entrando nel **dettaglio dei dati sui tre formati oggetto della rilevazione**, come già evidenziato, nel periodo di riferimento sono stati **11,1 milioni i lettori su carta e/o digitale replica** che hanno letto **almeno un Quotidiano nel giorno medio**, con una **frequenza di lettura Medio-Alta** nel 94,6% delle

letture totali (da 1 a 3 giorni e da 4 a 7 giorni a settimana) e una **modalità diretta di accesso al formato** nel 48,3% dei casi (comprata direttamente dal lettore o da familiari), ma anche una **quota significativa**, il 40,7%, **spinta ancora dalla circolazione delle copie** ("Avuta da altri, prestata, trovata o altro").

Dati di consumo e abitudini d'acquisto, questi ultimi, che **confermano ulteriormente** l'andamento delle ultime edizioni e le peculiarità consolidate del lettorato.

Per quanto riguarda il profilo dei lettori di questo formato, infatti, **ritroviamo una maggiore incidenza del pubblico maschile** (il 61,7% dei lettori complessivi dei quotidiani), degli individui di **55 anni e oltre** (nel 48,9% dei casi) e **con un livello di istruzione medio-alto** (65,5% dei casi).



I **Settimanali** raggiungono un'audience di **8,3 milioni di individui che hanno letto almeno una testata su carta e/o digitale replica negli ultimi 7 giorni**, confermando una predominanza di **frequenza di lettura Alta** (da 9 a 12 numeri in 3 mesi nel 51% delle letture di questo tipo di formato) e una spiccata **preferenza per l'acquisto diretto o da familiari** (nel 69,1% dei casi).

Rispetto alle ultime edizioni, a perimetro costante, per i **Settimanali** **resta confermata la composizione del lettorato** con una **rilevanza del pubblico femminile**, pari al 67,5% dei lettori complessivi del formato (5,6 milioni), di lettori di **55 anni e oltre** (il 52,3% dei casi) e di individui con **diploma di licenza media e superiore** (il 73,7% dei casi).

(continua nella pagina successiva)

Mensili



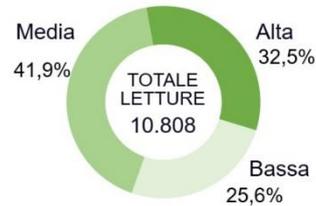
carta e/o replica

Comportamenti di lettura

(ultimi 30 giorni)

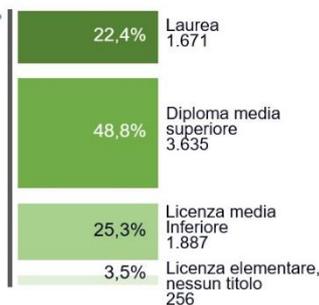


Frequenza di lettura (abitudini generali)



ALTA (da 9 a 12 numeri in 12 mesi), MEDIA (da 4 a 8 numeri in 12 mesi), BASSA (fino a 3 numeri in 12 mesi)

Fonte di provenienza della copia



% di composizione, valori assoluti in '000

Audicom – sistema Audipress 2024/III

I **Mensili** registrano un'audience complessiva di **7,4 di lettori di almeno una testata negli ultimi 30 giorni**, con **caratteristiche di profilazione consolidate e allineate rispetto all'edizione precedente**.

Come per i Quotidiani e per i Settimanali, anche per i Mensili la **fonte principale di provenienza della copia letta** è rappresentata dall'**acquisto diretto** (il 57,3% delle copie è acquistata personalmente o da familiari) e restano **significativi** anche il numero di **copie ricevute da altri o trovate in spazi condivisi** (il 27% dei casi), oltre a una **frequenza Medio-Alta di letture** (da 4 a 8 numeri in 12 mesi e da 9 a 12 numeri nel 32,5% dei casi).

Il lettorato di questo formato, inoltre, è **composto da 4,1 milioni di donne** (pari al 54,7% dei lettori complessivi dei Mensili) e da **3,4 milioni di uomini** (il 45,3% dei casi), con una **distribuzione piuttosto equilibrata tra le differenti fasce d'età** – il 29,3% dei lettori ha tra i 18 e i 34 anni, il 35,1% ha tra i 35 e i 54 anni e il 35,6% ha 55 anni e oltre - e una **particolare incidenza del pubblico con un diploma di scuola media superiore** (il 48,8% dei lettori del formato).

I dati sistema Audipress 2024/III 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 23.754 interviste con il sistema misto CAPI Doppio Schermo/CAWI, lungo un calendario di rilevazione di 32 settimane complessive dal 29 gennaio 2024 all'8 dicembre 2024, 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 i dati completi e ulteriori dettagli metodologici si rimanda al sito www.audipress.it.

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