



2024 Year in Review

Setting the stage for 2025

25 febbraio, 2025 • Edizione italiana

Agenda

1

L'economia dell'attenzione nella fruizione dei mezzi

- TV vs On-line
- Benchmark internazionali
- Differenze per profili sociodemografici

2

I fenomeni di convergenza

- La Total Audience di Auditel
- La crescita delle CTV

3

Open Web e Social

- Cosa fanno gli Italiani in Rete
- La trasformazione dei Social: Social Video
- La Social Incremental Reach

4

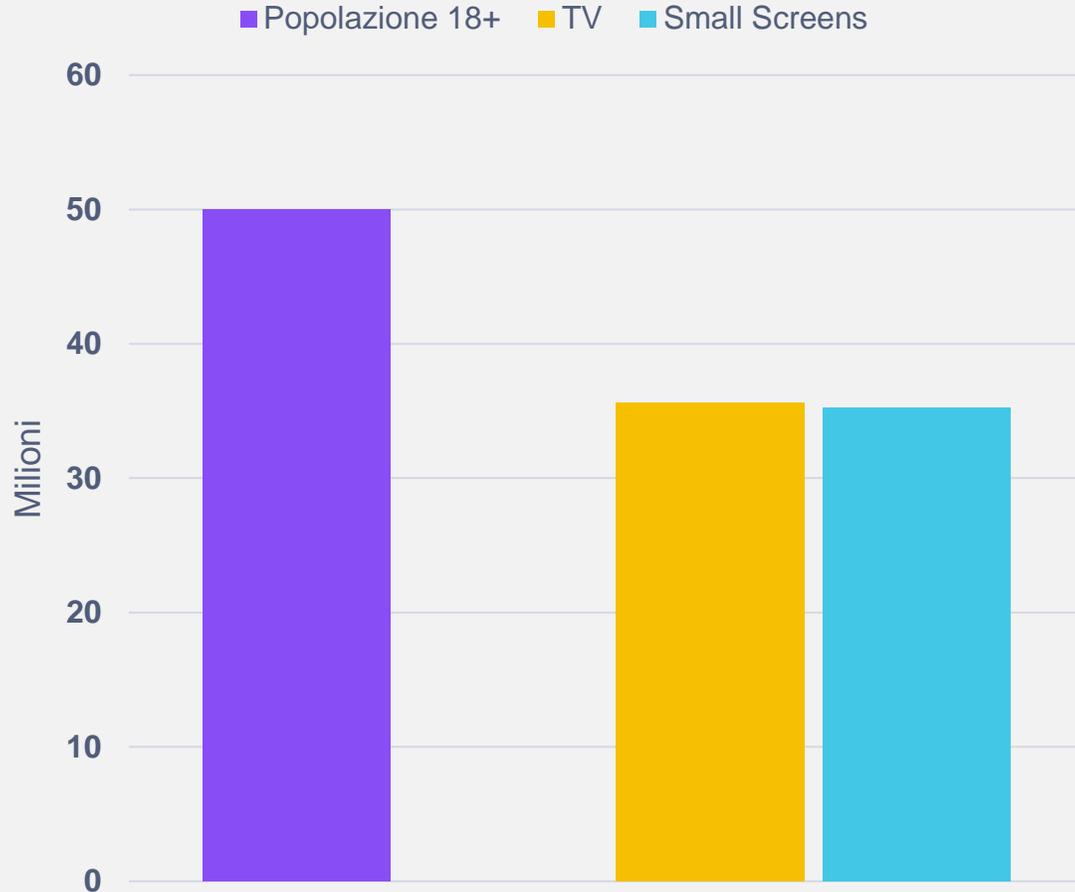
Conclusioni

1.

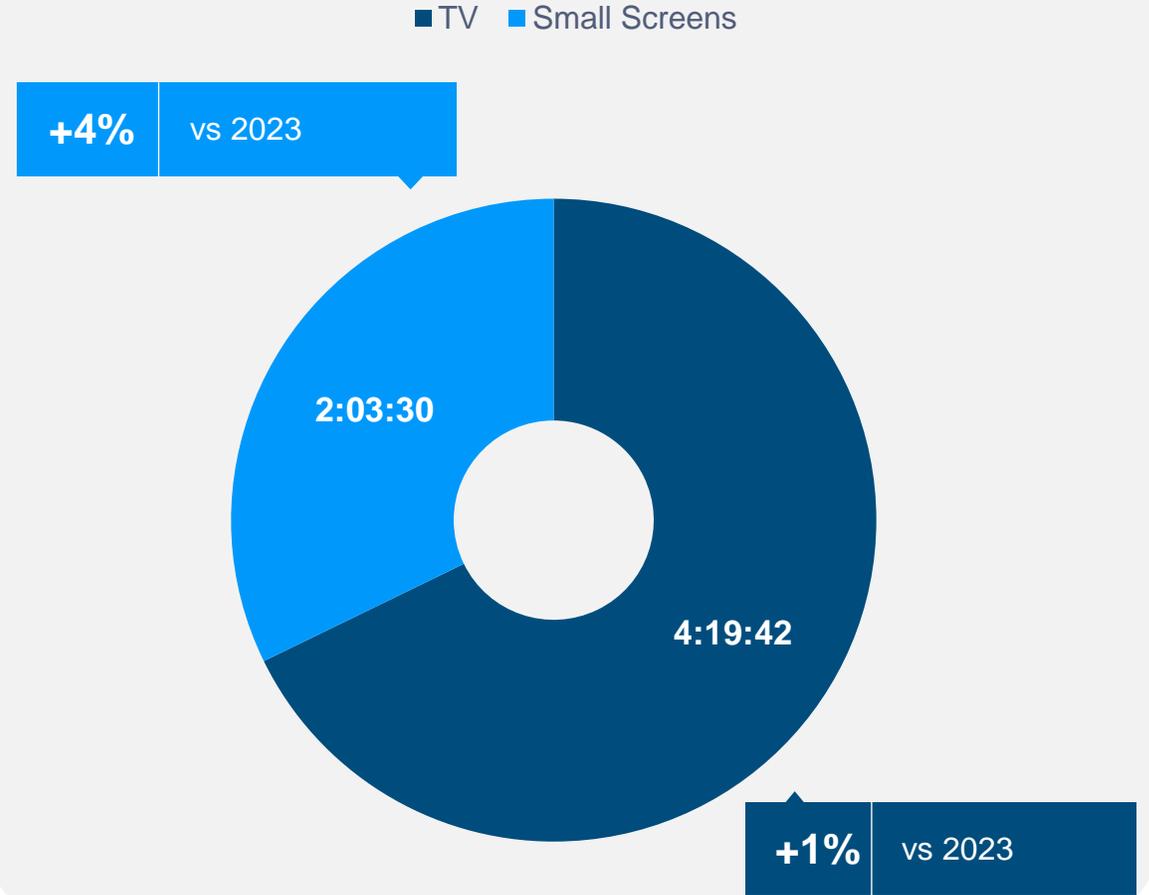
L'economia dell'attenzione nella fruizione dei mezzi

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO TRA TELEVISIONE E ON-LINE

Reach Giornaliera - 2024

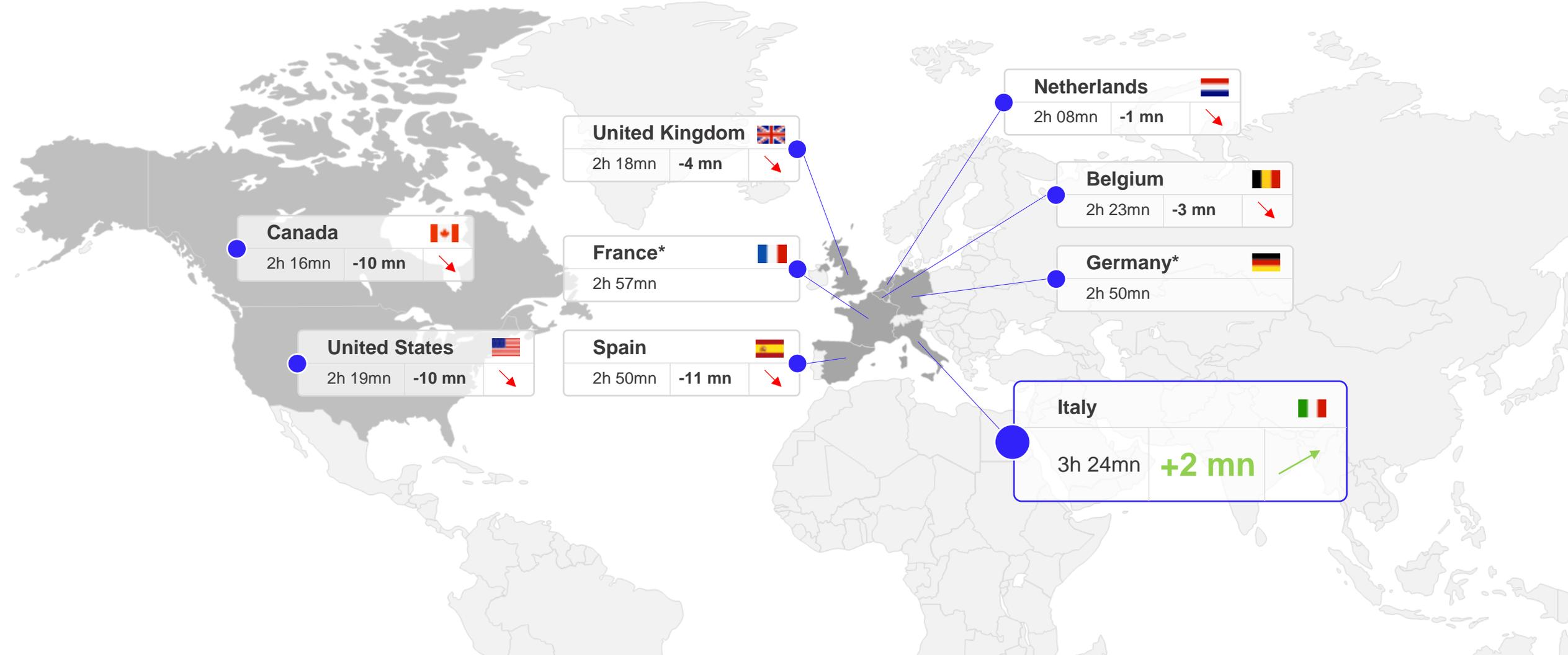


Average Time Viewing 18+ - 2024



Fonti: per il dato TV Auditel, rielaborazione tramite TechEdge, Audience 18+, 2024 (dato medio), Italia. Per il dato Small Screens Comscore MMX Multi-Platform, Desktop & Mobile, Total Audience 18+, 2024 (dato medio), Italia

IL CONSUMO DI TV IN ITALIA. UN «UNICUM» A LIVELLO INTERNAZIONALE



*French and German TV audience currency changed on January 1st, 2024. Since then, all non-TV-equipped users are included in the currency. Based in total individuals, total day. All results are consolidated data. Evolutions are based on the same period on 2023. Source: Glance / Relevant partners - All rights reserved.

LA PENETRAZIONE DI INTERNET – BENCHMARK INTERNAZIONALI

PENETRAZIONE SULLA POPOLAZIONE

(Visitatori Unici 18+ (Milioni) , % Reach su Totale Popolazione 18+ e Tempo Speso per Visitatore – 2024)

**Regno Unito**

52,6

97%

3h 14m

**Stati Uniti**

241,7

92%

4h 24m

**Canada**

29,3

92%

3h 29m

**Francia**

48,0

90%

1h 52m

**Spagna**

35,0

89%

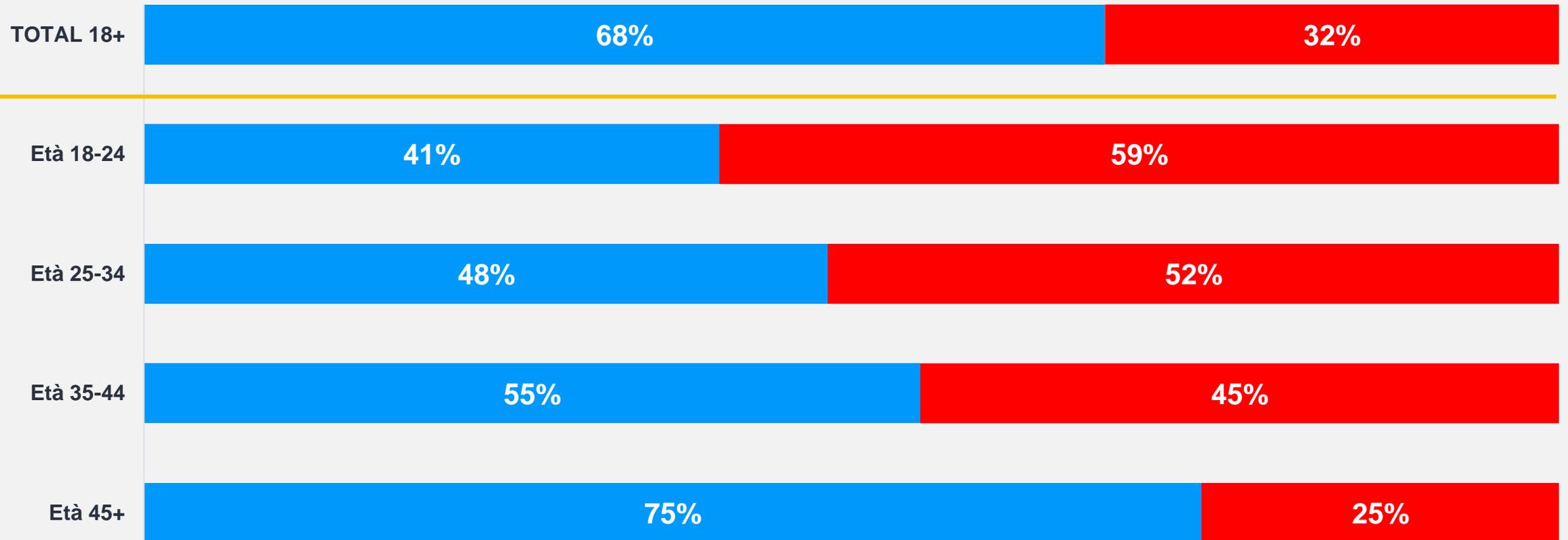
2h 24m

**Italia****40,9****82%****2h 3m**

IL TEMPO SPESO: TV vs ON-LINE

% Tempo speso per Device | Popolazione 18+ | ITA | 2024

■ TV (compresa CTV) ■ Small Screens



Fonti: per il dato TV Auditel, rielaborazione tramite TechEdge, Audience 18+, 2024 (dato medio), Italia
 Per il dato Small Screens Comscore MMX Multi-Platform, Desktop & Mobile, Total Audience 18+, 2024 (dato medio), Italia

IL TEMPO SPESO TV VS DIGITAL - CRESCITA PER TARGET DI ETÀ

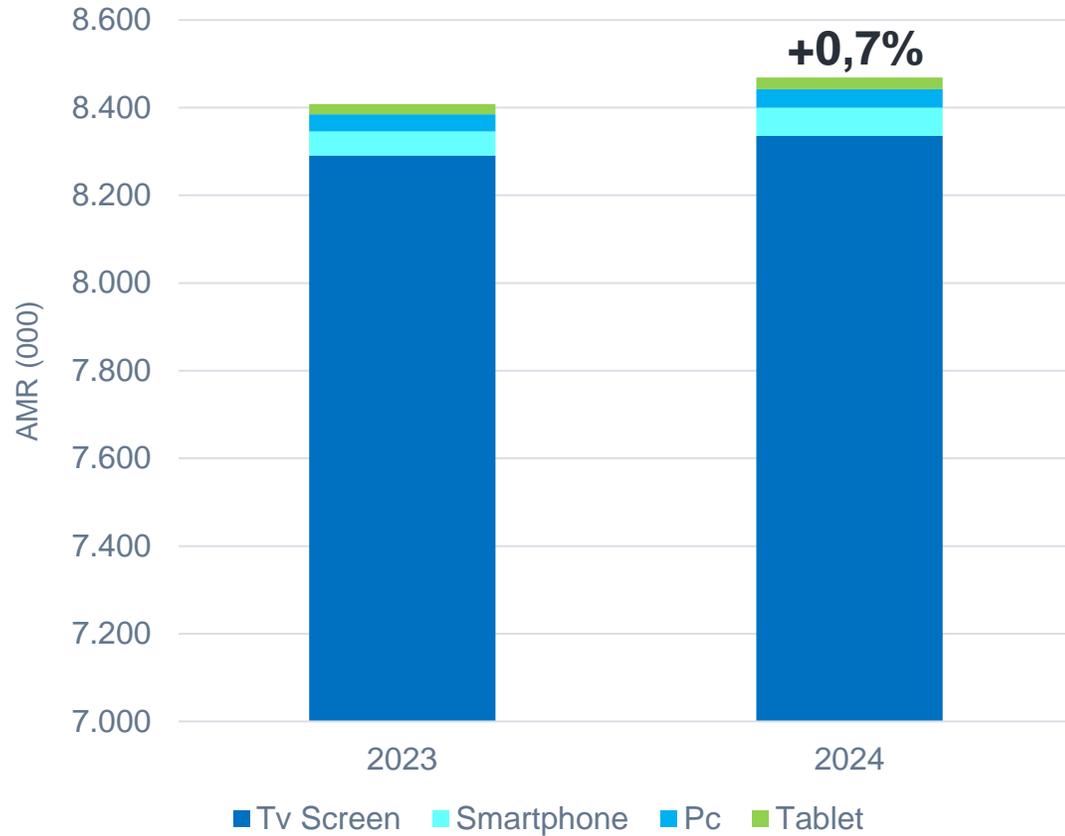
	TV SCREEN	SMALL SCREENS	TOTALE
TARGET 18+	+1%	+5%	+2%
TARGET 18-24	+3%	+0%	+1%
TARGET 25-34	-4%	+9%	+2%
TARGET 35-44	+0,3%	+4%	+2%
TARGET 45+	+1%	+7%	+3%

2.

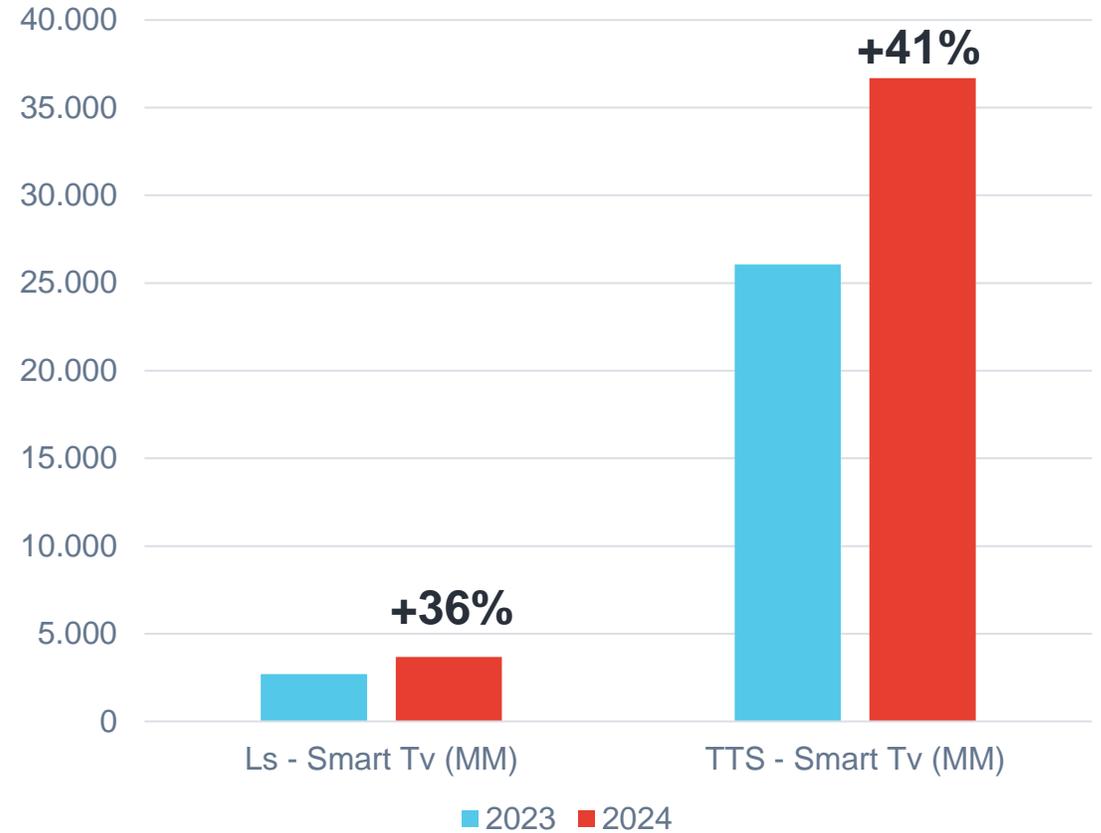
I fenomeni di convergenza

LA TOTAL AUDIENCE: 2023 VS 2024

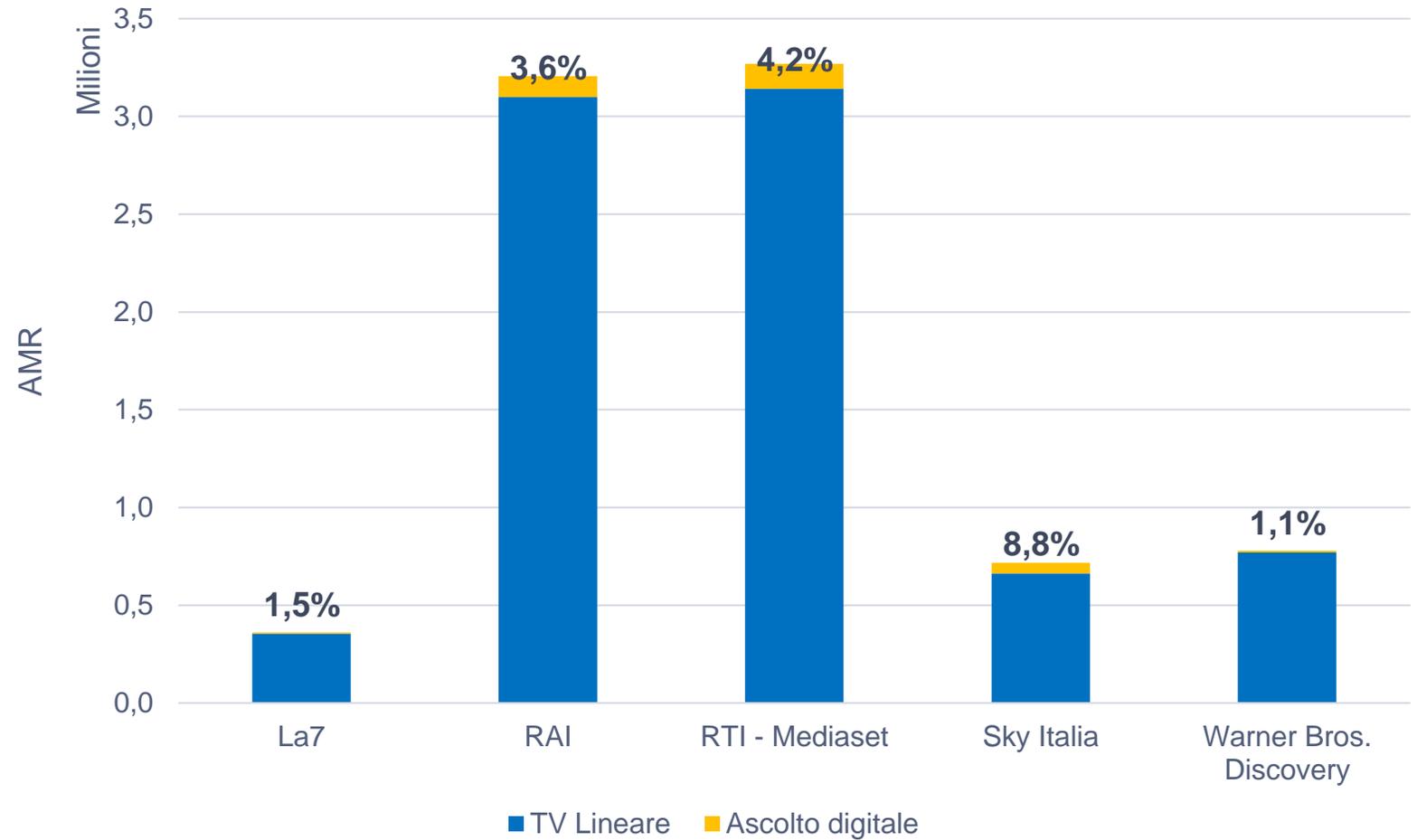
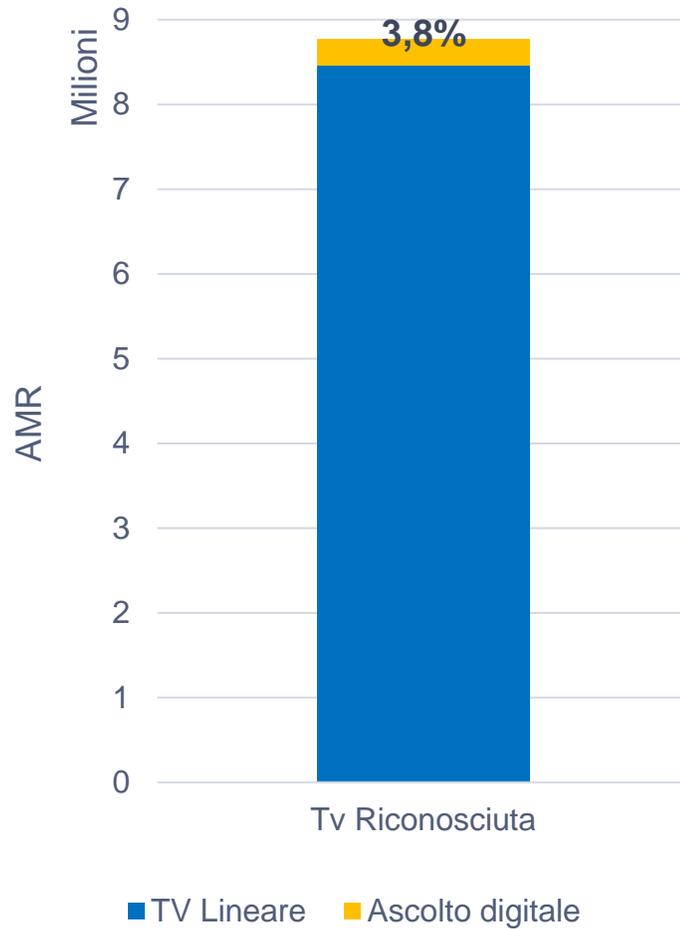
Total Audience per device



Fruizione da Smart Tv On-demand



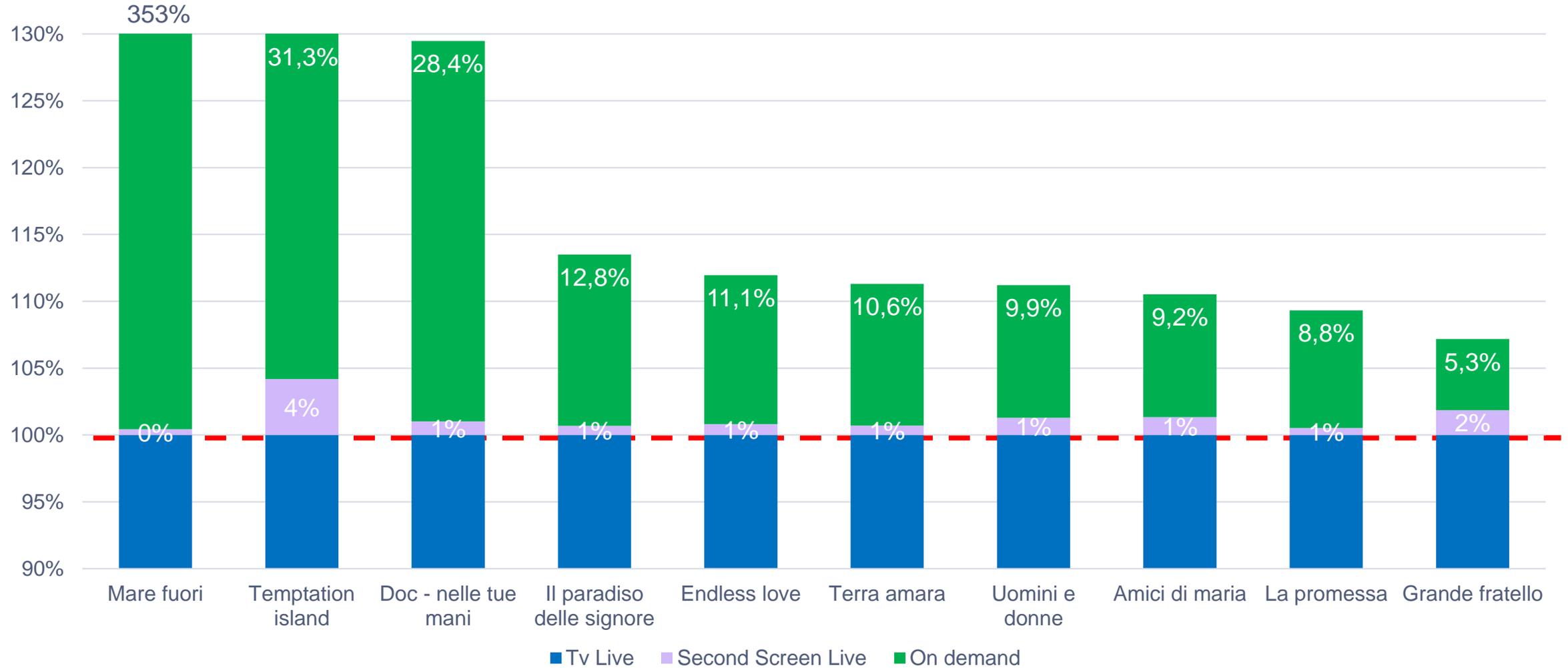
AMR INCREMENTALE DIGITAL SUL CONSUMO LINEARE PER EDITORE NEL 2024



TOTAL AUDIENCE: CONFRONTO TRA VECCHIO E NUOVO STANDARD AUDITEL

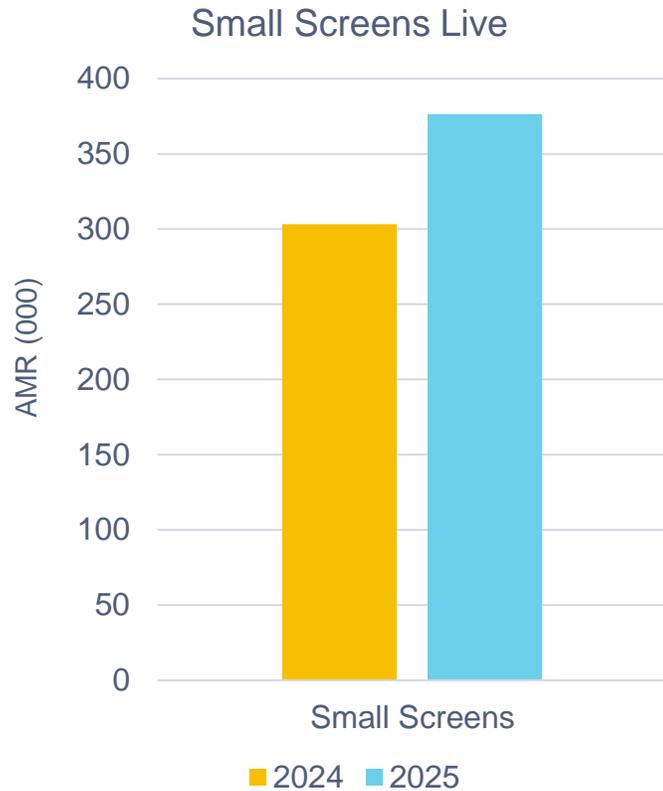
	VECCHIO STANDARD	STANDARD TOTAL AUDIENCE	INCREMENTO
TARGET 4+	8.893.870	9.229.004	+3,8%
TARGET 4-14	310.971	329.789	+6,1%
TARGET 15-24	299.045	330.348	+10,5%
TARGET 25-34	492.155	529.085	+7,5%
TARGET 35-44	686.908	731.963	+6,6%
TARGET 45-54	1.208.488	1.276.059	+5,6%
TARGET 55-64	1.777.395	1.852.110	+4,2%
TARGET 65+	4.118.910	4.179.649	+1,5%

IL TEMPO SPESO INCREMENTALE

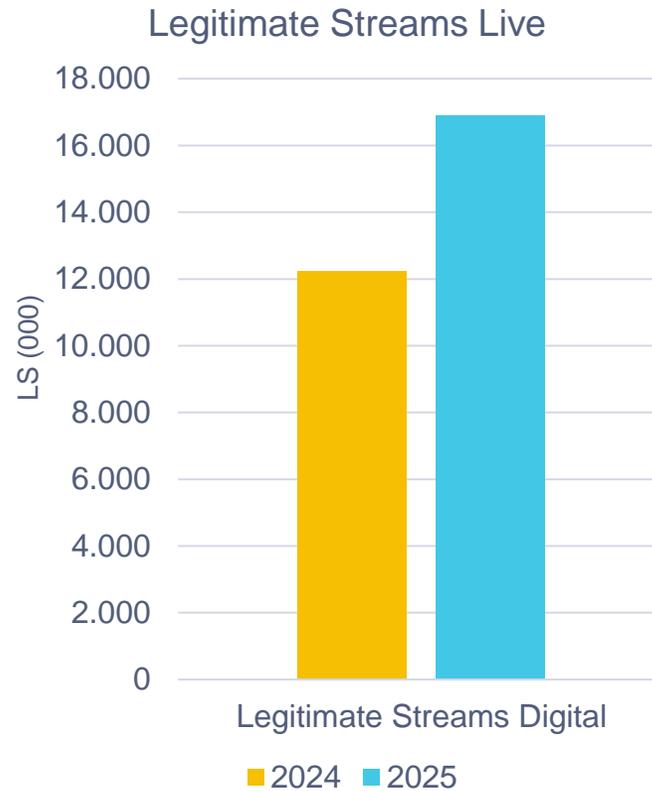


SANREMO LIVE: VOLUMI IN CRESCITA SUL DIGITALE

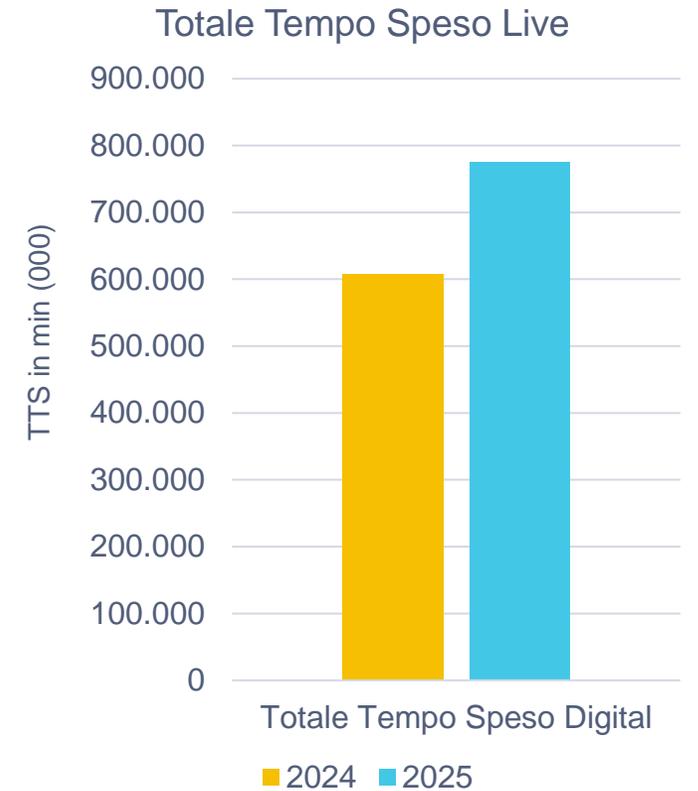
+24%



+38%

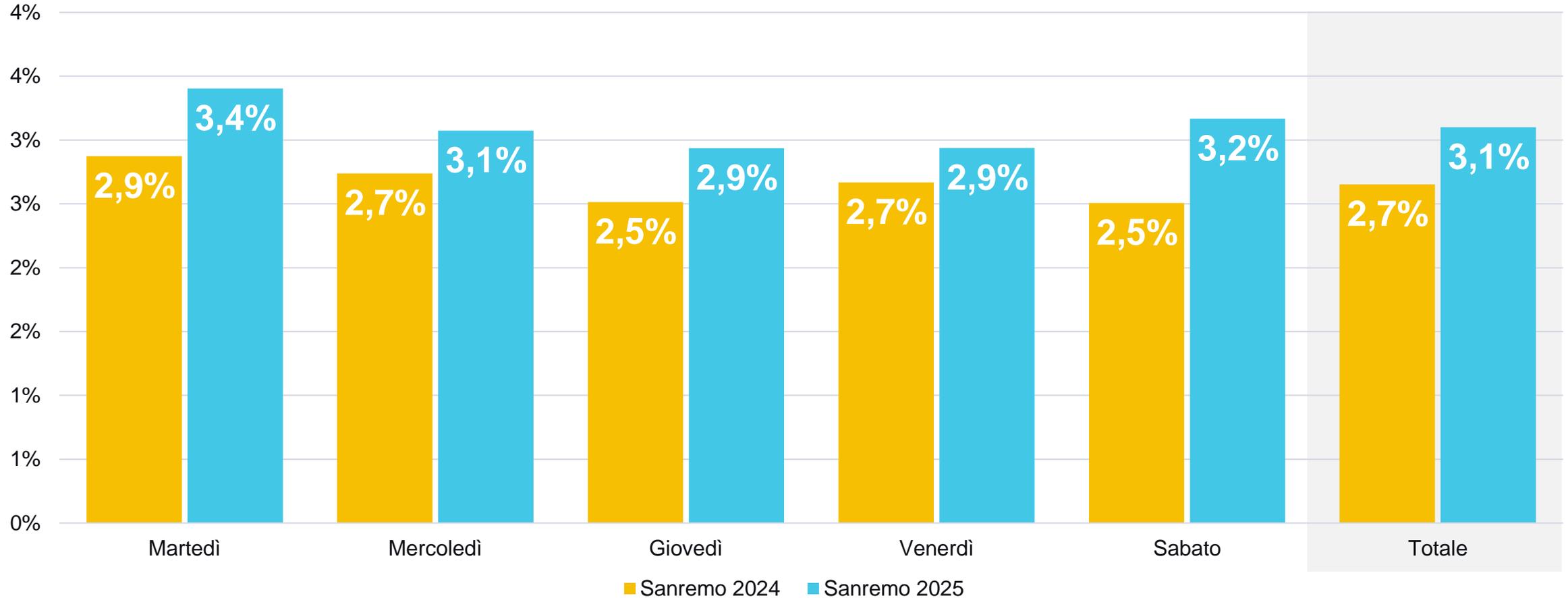


+28%

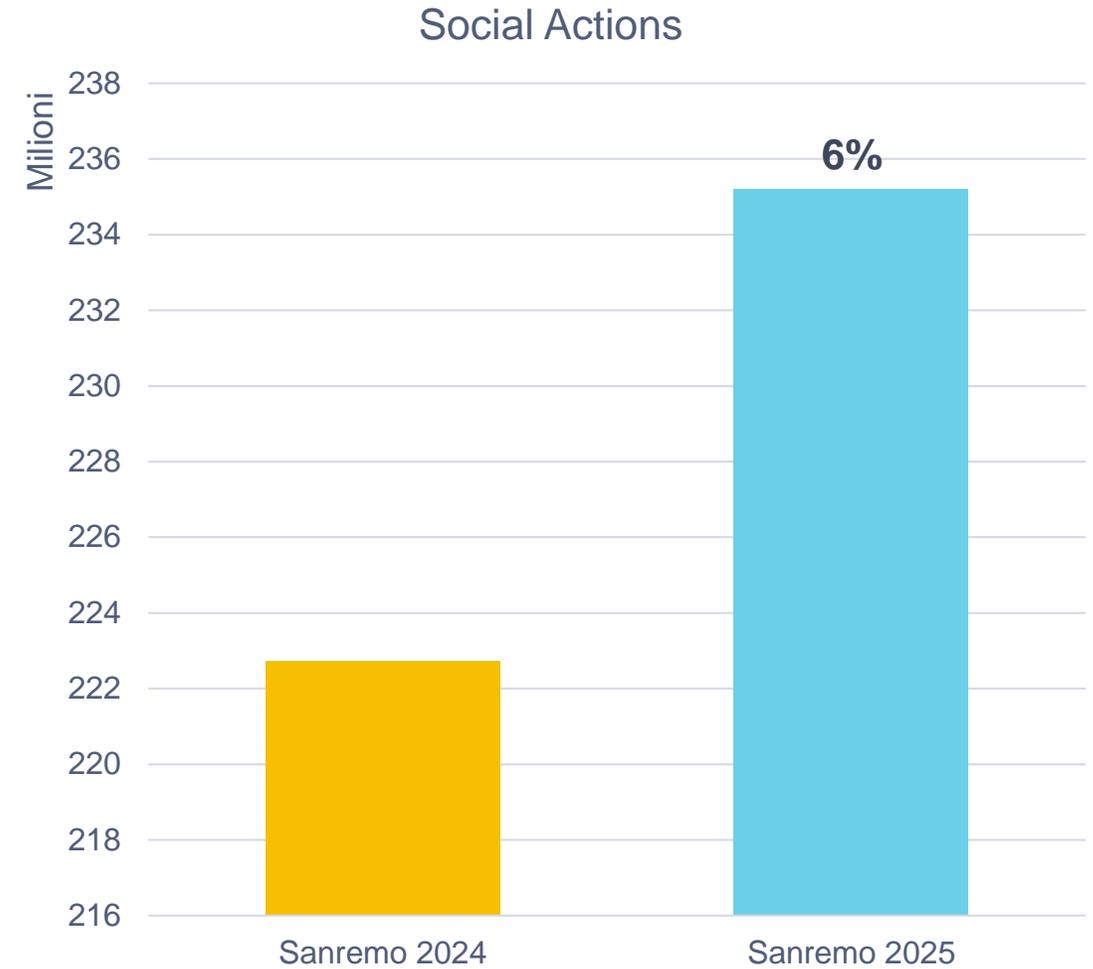
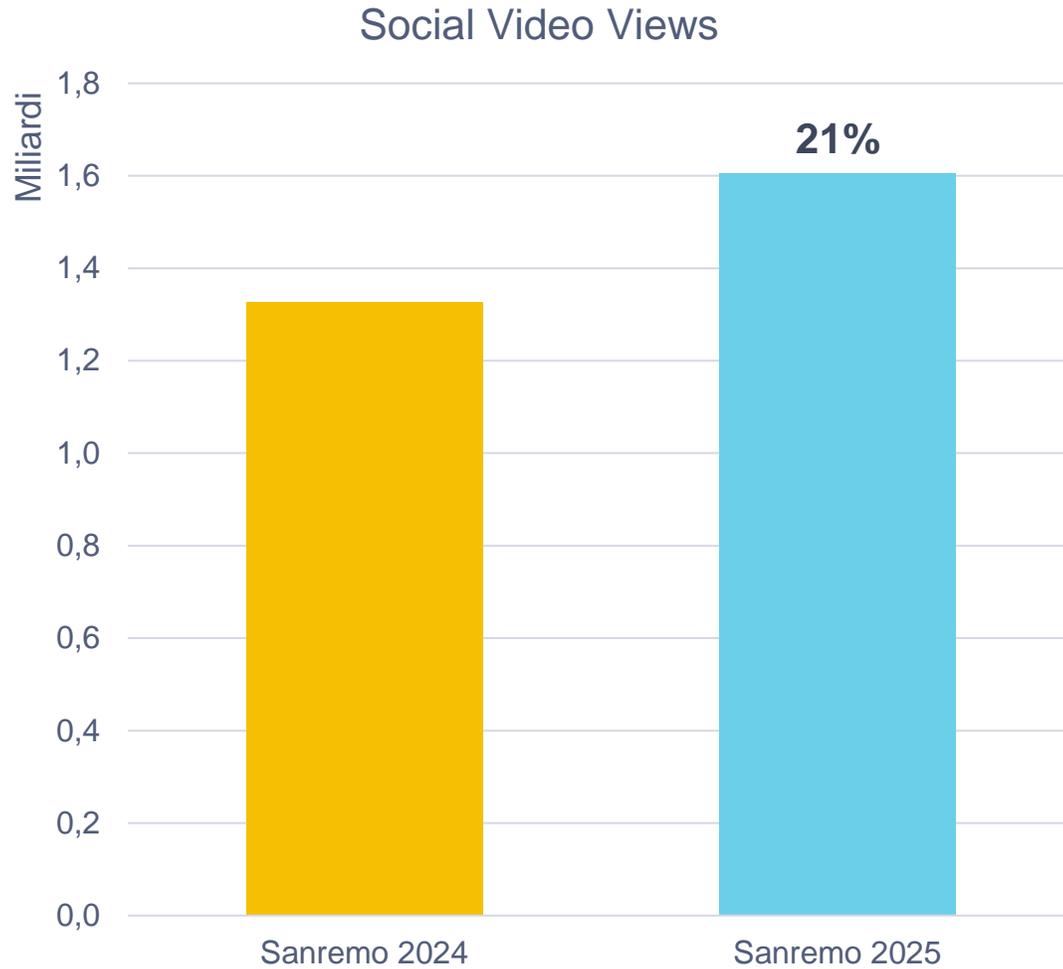


SANREMO: IL VALORE DEL CONSUMO IN TOTAL AUDIENCE

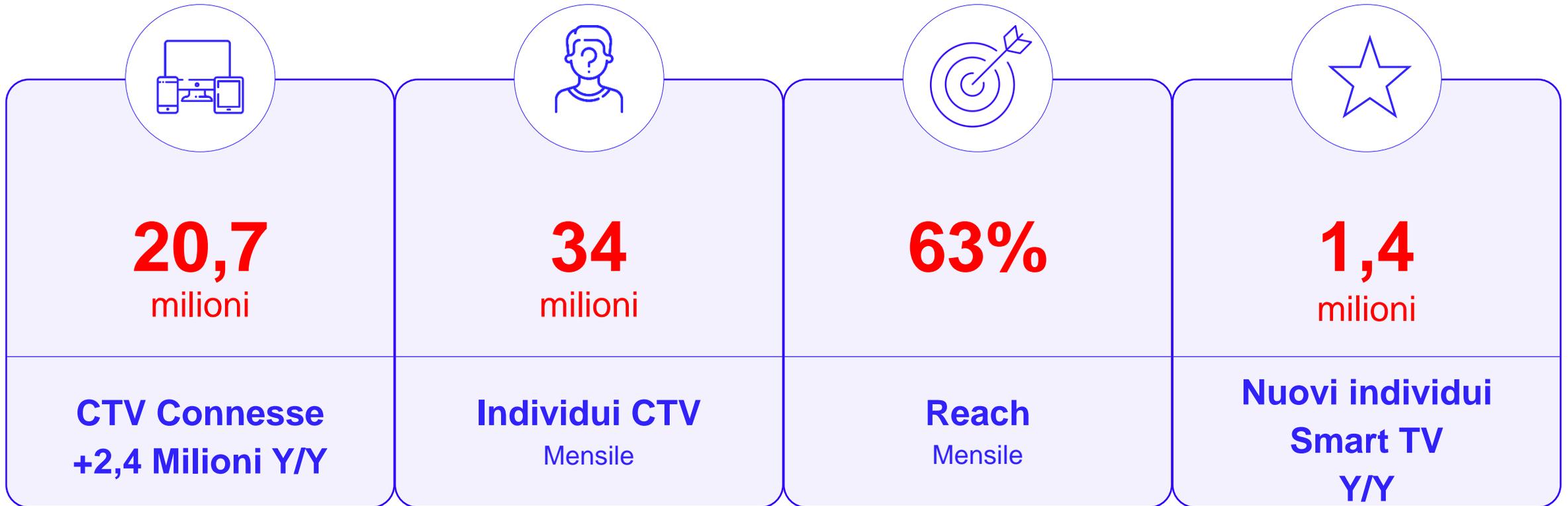
Incremento della Total Audience alla Tv Lineare



SANREMO: LA SPINTA SUI SOCIAL

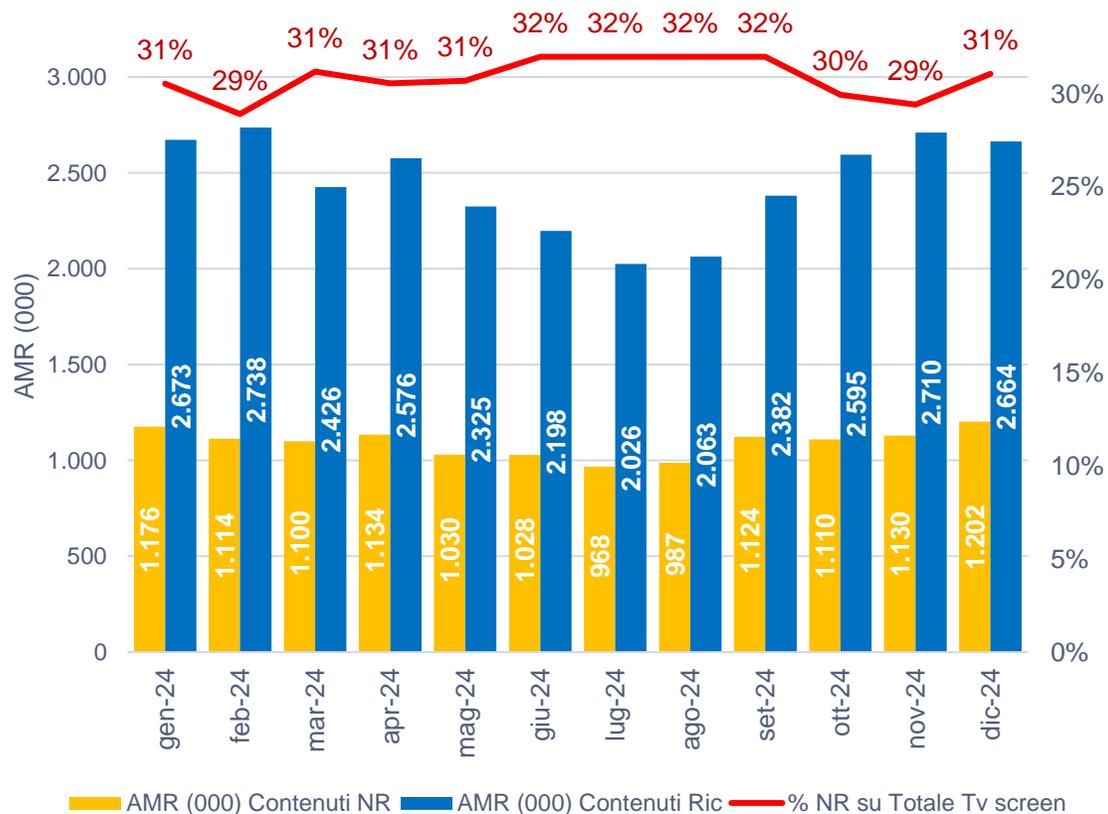


LA CRESCITA DELLE TV CONNESSE

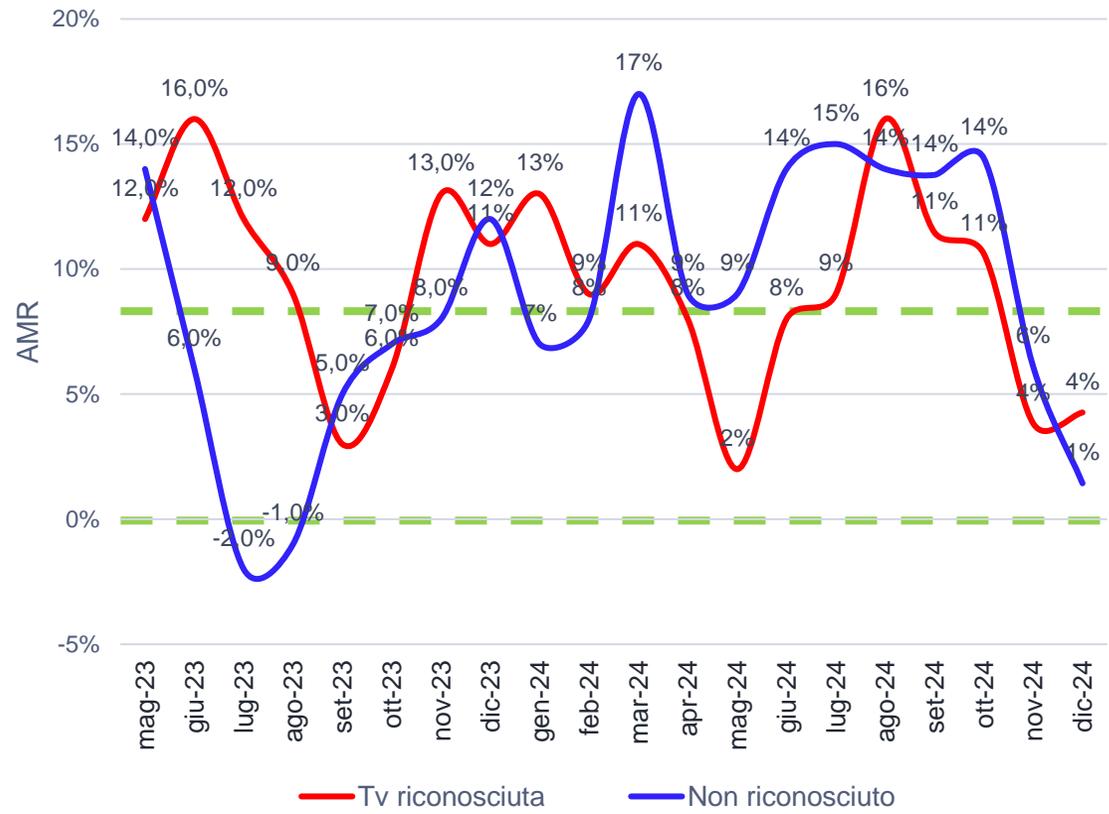


TRAFFICO NON RICONOSCIUTO VS RICONOSCIUTO

Andamento AMR fruitori contenuti NR su Totale Tv screen, utenti 4+ con Smart Tv



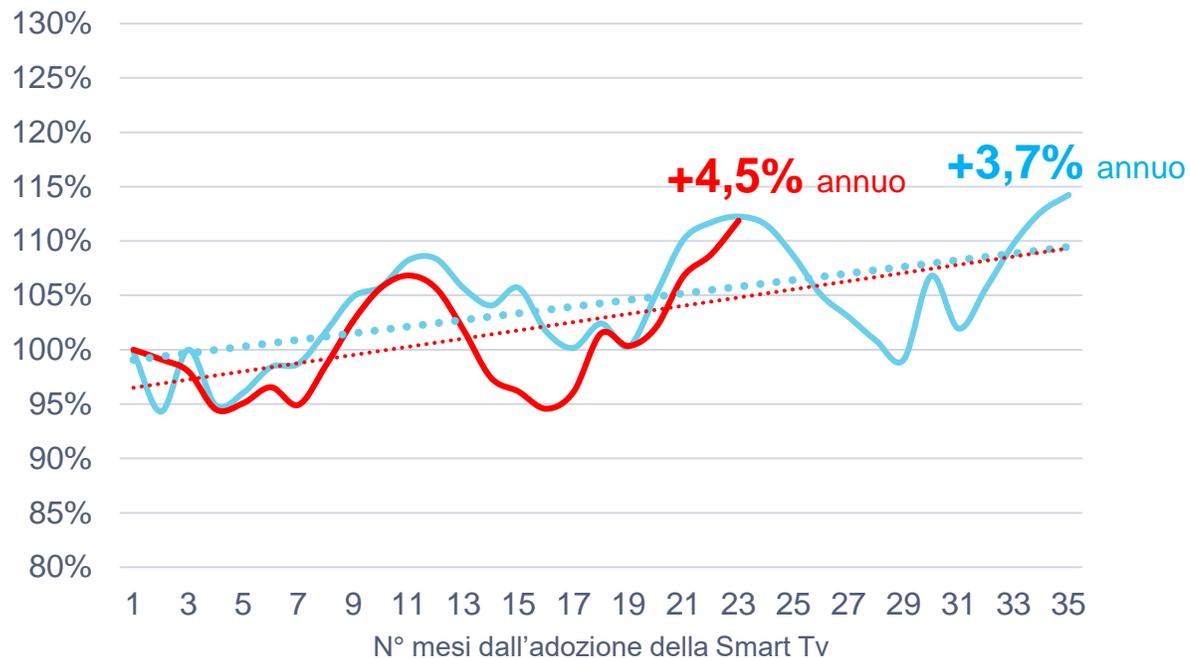
Crescita % Y/Y di Tv riconosciuta e Non riconosciuta – 4+ Smart Tv



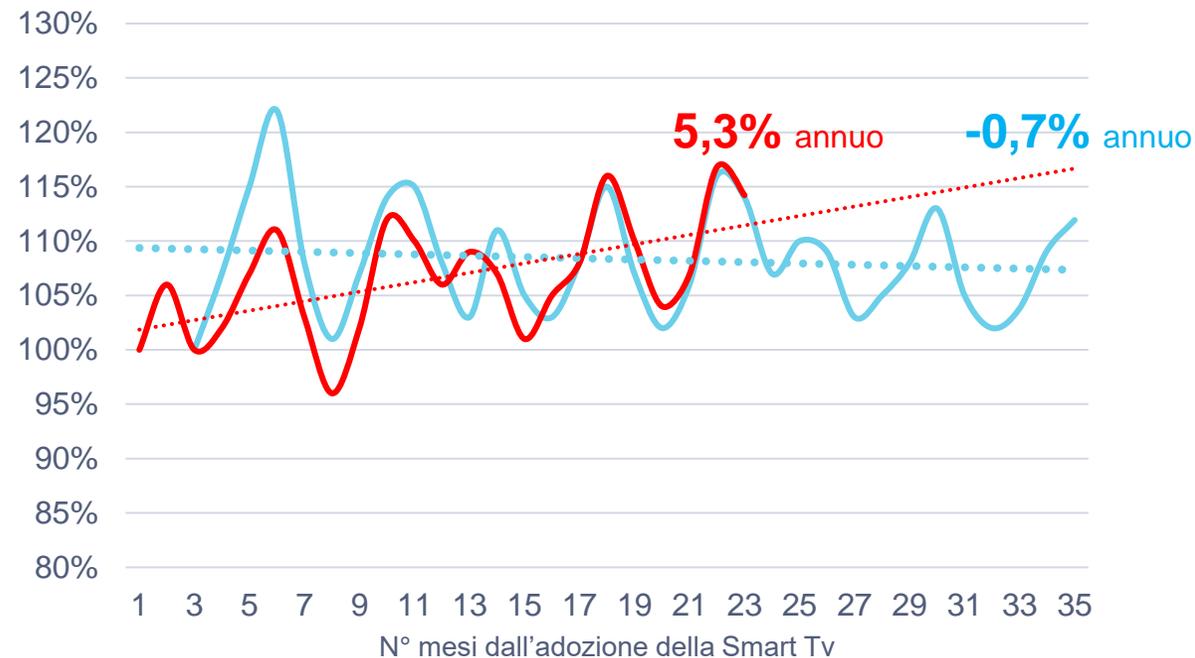
Fonte: Auditel, rielaborazione tramite TechEdge, 2023 e 2024, Italia

CONSUMO DA SMART TV PER TIPOLOGIE DI TRAFFICO IN SEGUITO ALL'ADOZIONE DEL DISPOSITIVO

Consumo TV Riconosciuta – Baseline mese di adozione Smart TV



Consumo NON Riconosciuto – Baseline mese di adozione Smart TV



Nuovi Smart Tv - Marzo 2022

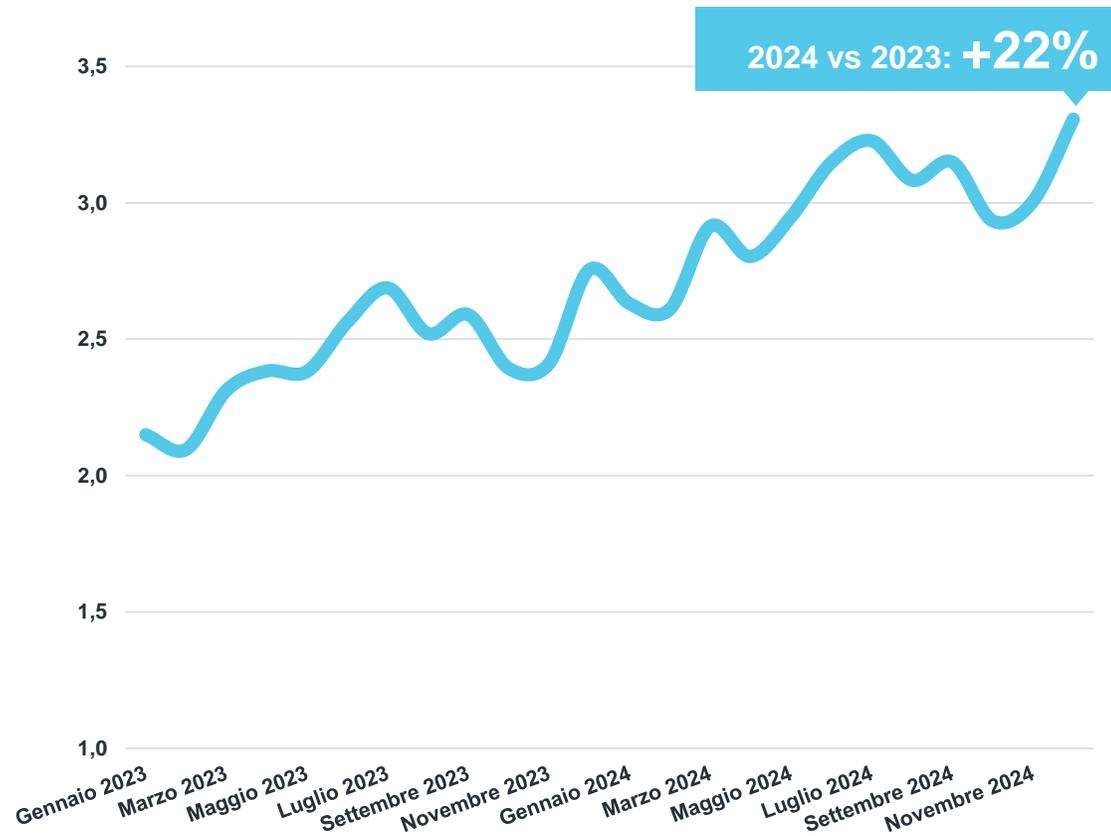
Nuovi Smart Tv - Marzo 2023

Nuovi Smart Tv - Marzo 2022

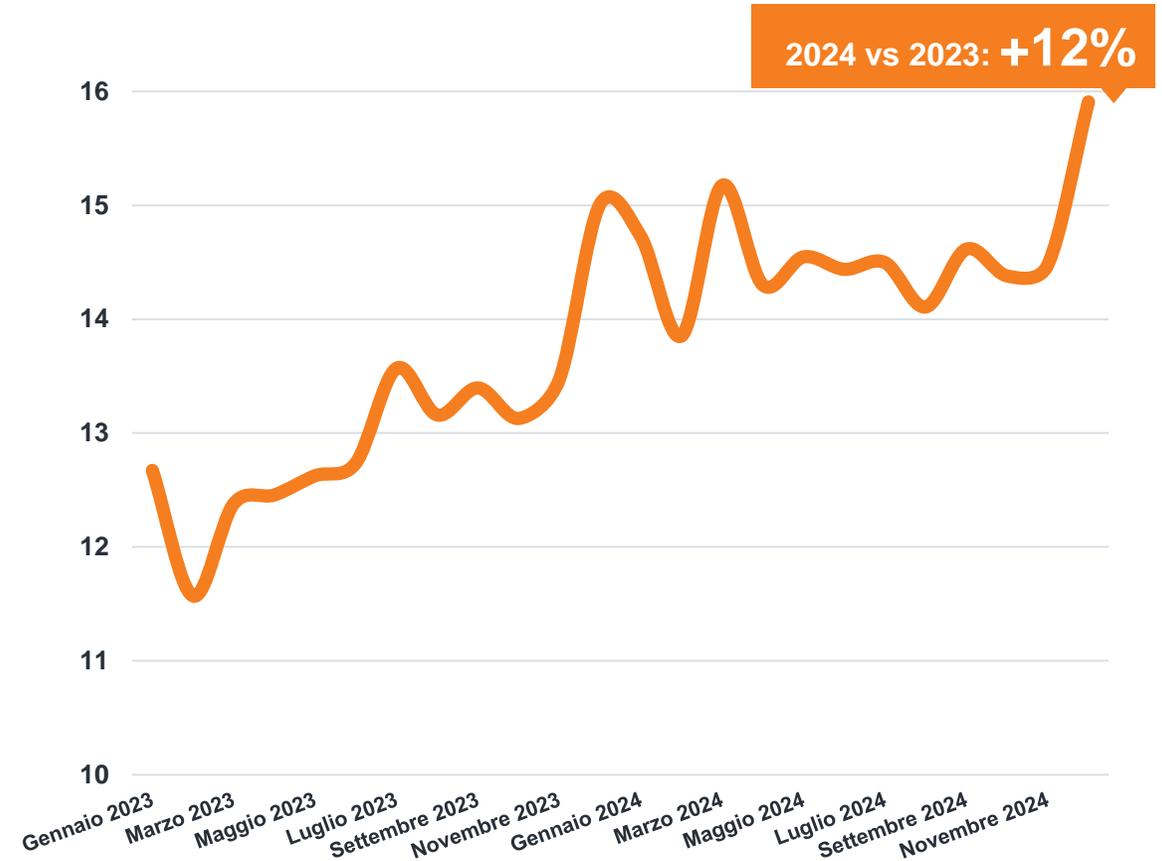
Nuovi Smart Tv - Marzo 2023

L'ESPANSIONE DI YOUTUBE SU CTV

CTV TOTAL VIDEOS (mId)

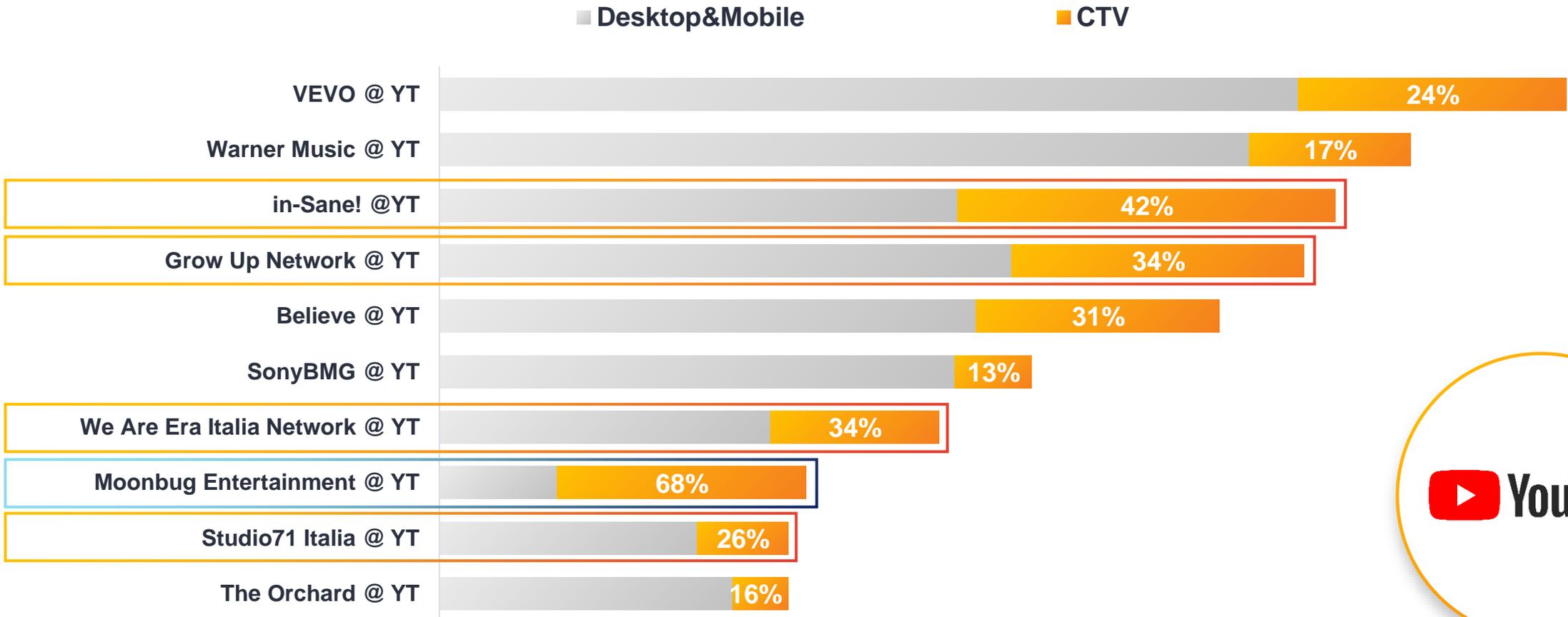


CTV TOTAL MINUTES (mId)



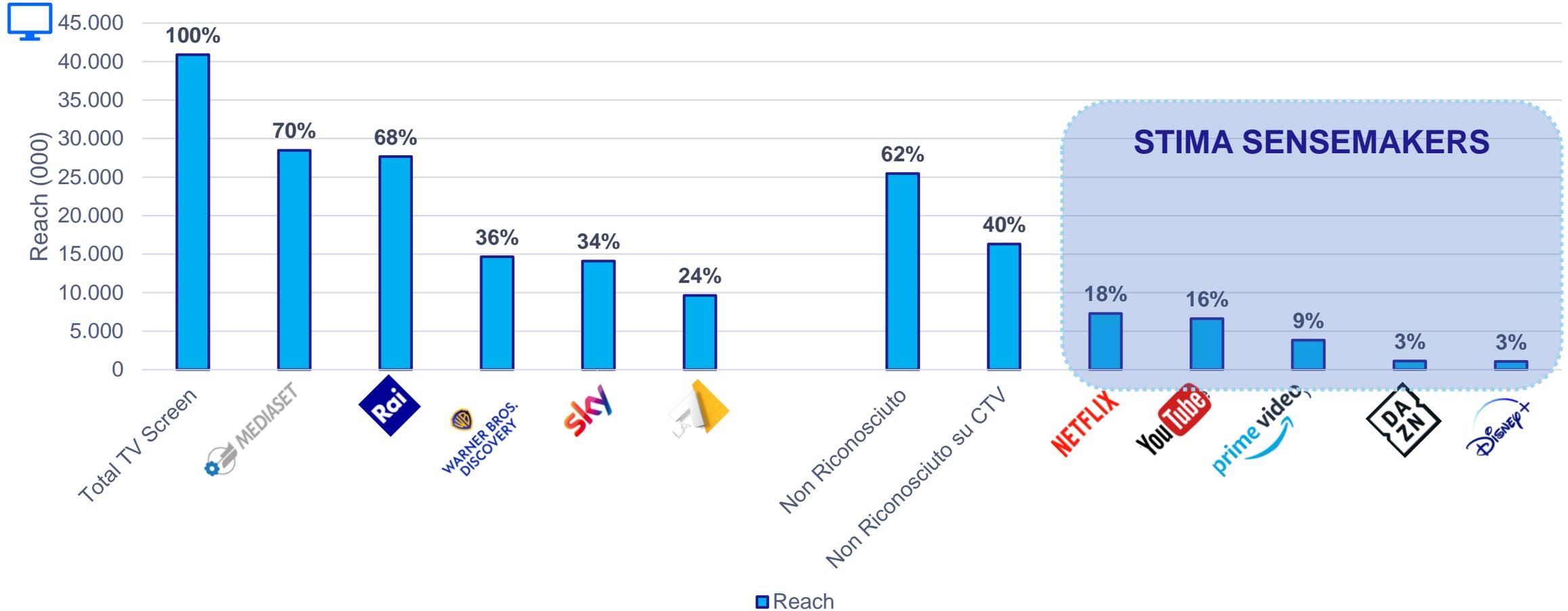
IL PESO DELLA CTV SUI CANALI PARTNER DI YOUTUBE

TOP 10 YOUTUBE PARTNER PER TEMPO SPESO
ITA | 2024 (MEDIA MENSILE)



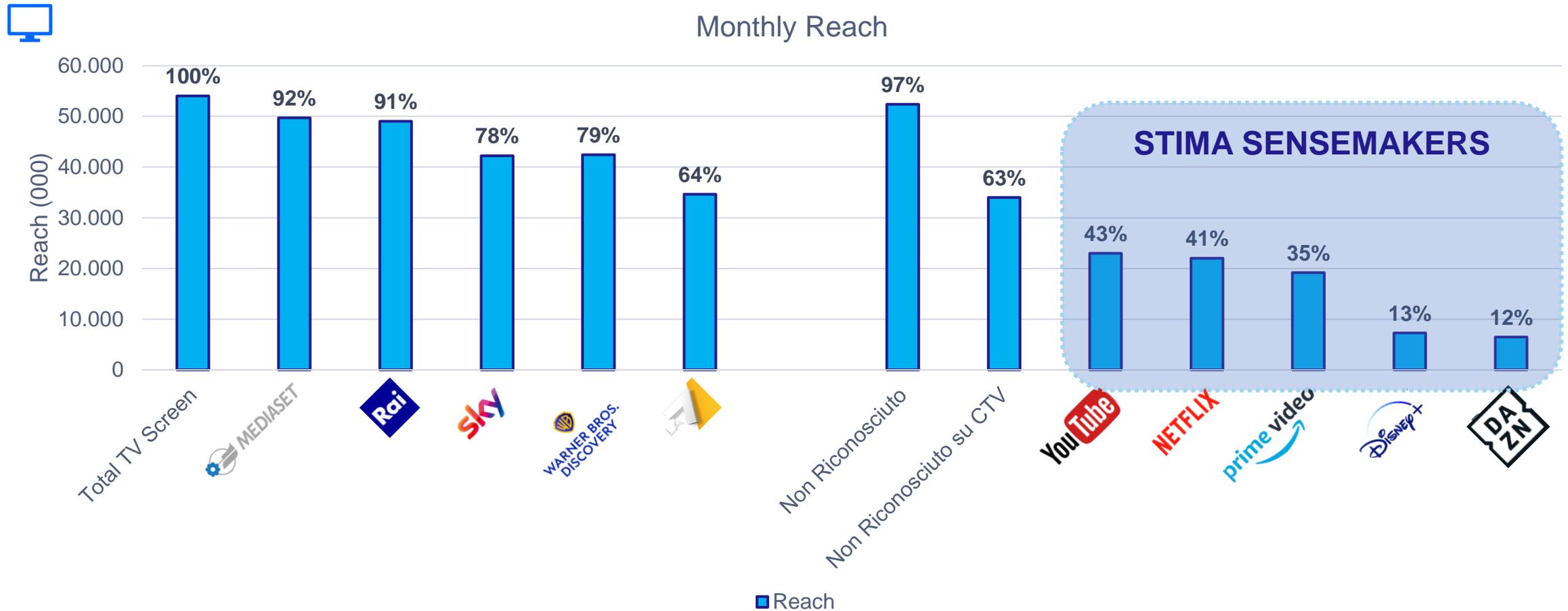
REACH MEDIA GIORNALIERA PER PLAYER BIG SCREEN - GENNAIO 2025

Avg. Daily Reach



Periodo di stima: Gennaio 2025, Fonte dati TV tradizionale: Auditel TV tradizionale; Fonte dati OTT: Stima interna Sensemakers.
CTV ascolto aggregato di: Smart TV, STB IP e Only IP, Computer, Game Console, TV+Game

REACH MENSILE PER PLAYER BIG SCREEN - GENNAIO 2025



Periodo di stima: Gennaio 2025, Fonte dati TV tradizionale: Auditel TV tradizionale; Fonte dati OTT: Stima interna Sensemakers.
CTV ascolto aggregato di: Smart TV, STB IP e Only IP, Computer, Game Console, TV+Game

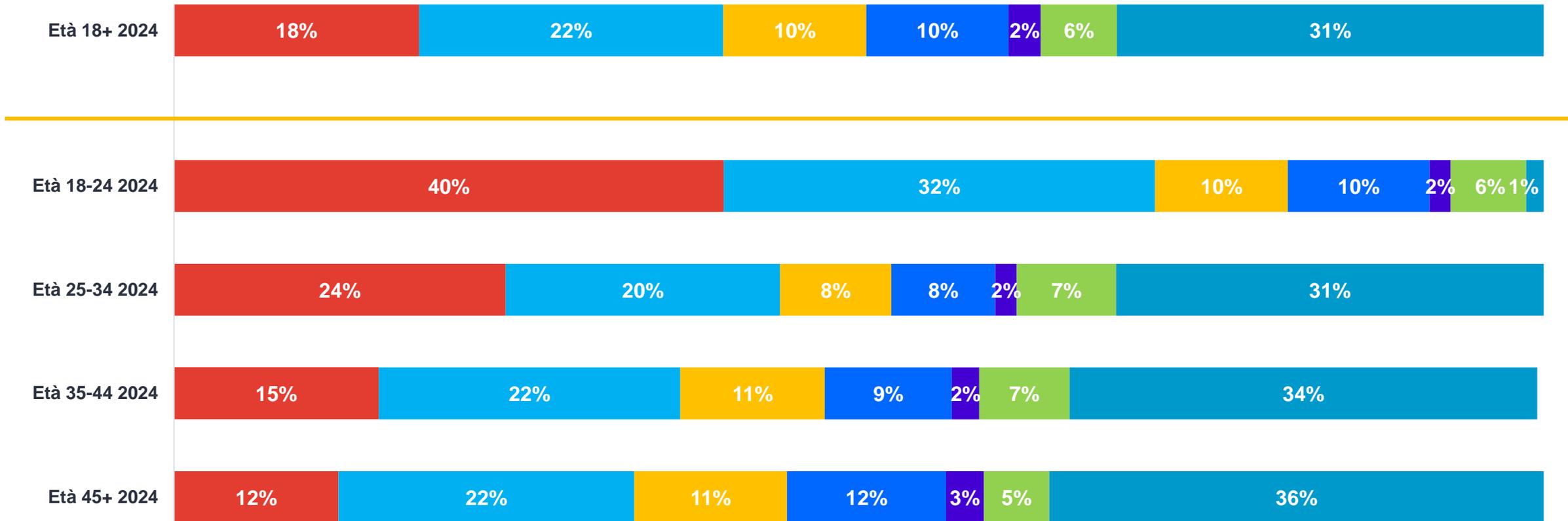
3.

Open web e social

COME IMPIEGANO IL TEMPO ON-LINE GLI ITALIANI

% TEMPO MEDIO PER VISITATORE PER CATEGORIA SU SEGMENTO DEMOGRAFICO
ITA | 2024

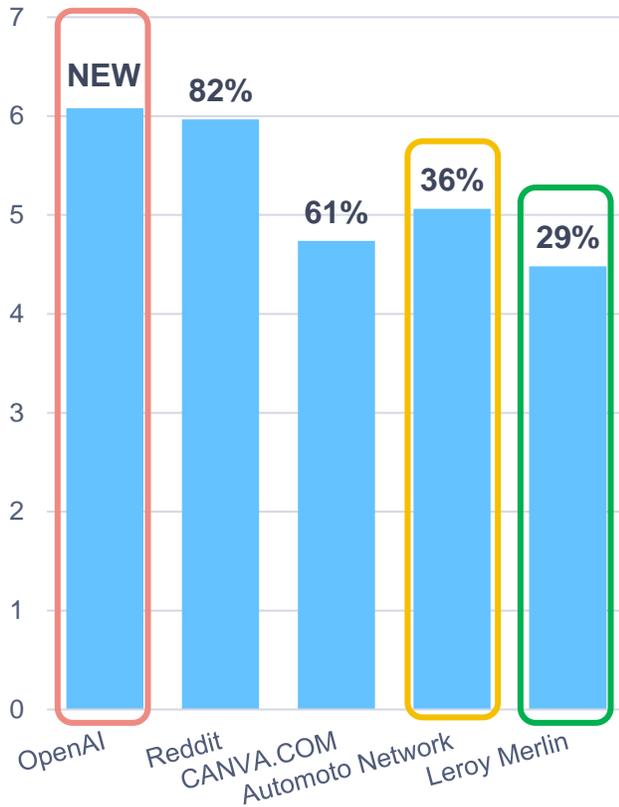
■ Entertainment ■ Social Networking ■ Instant Messengers ■ Games ■ News/Information ■ Retail ■ Other



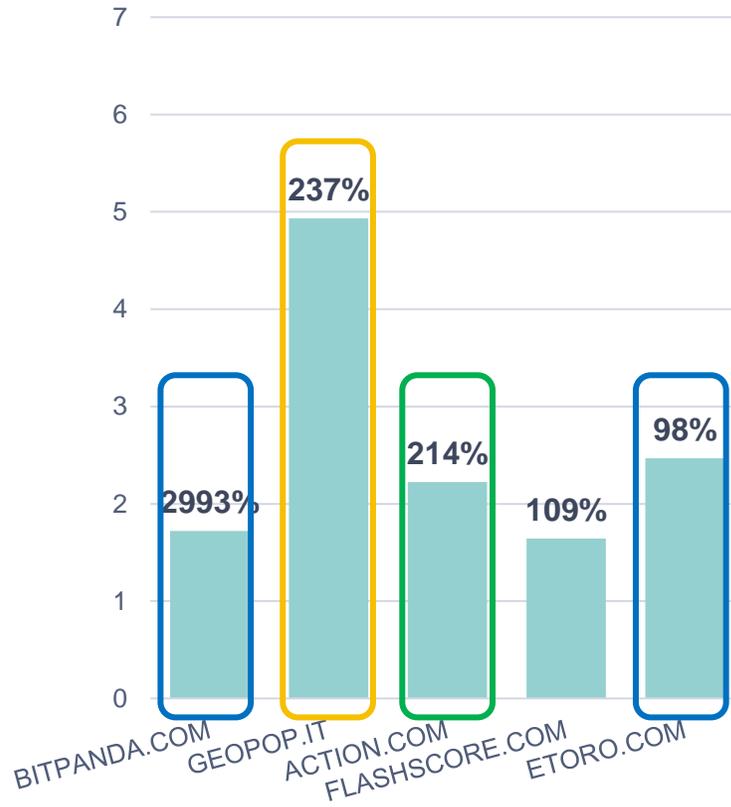
Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Mobile & Desktop, Totale Popolazione 18+, Categorie selezionate, 2024 (dato medio), Italia

LE MAGGIORI CRESCITE NEL 2024

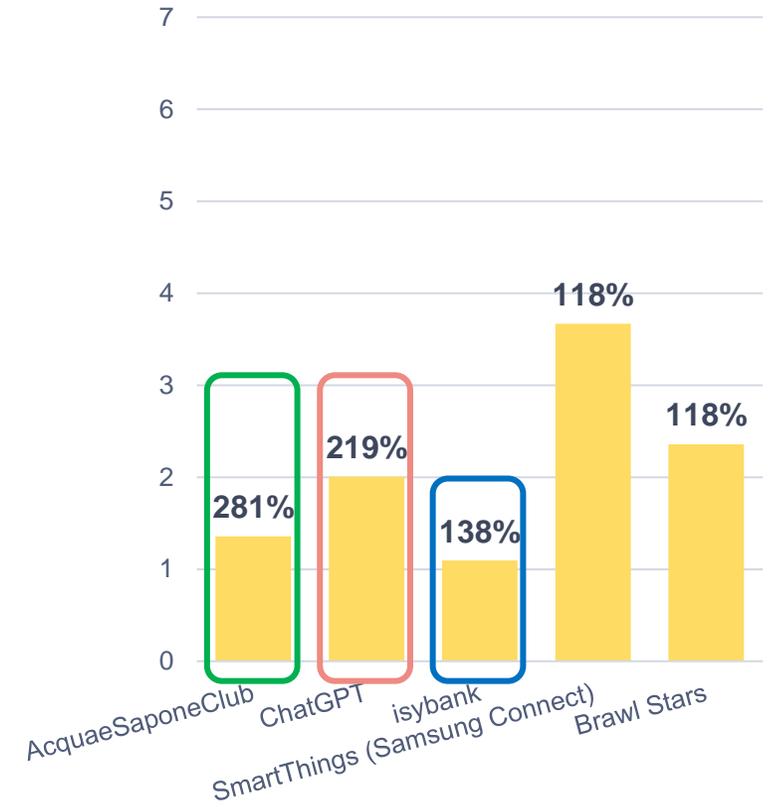
Top 5 Properties in Italia
per Crescita Visitatori Unici
ITA | 18+ | Dic 2024 vs Dic 2023



Top 5 Web Domains in Italia
per Crescita Visitatori Unici
ITA | 18+ | Dic 2024 vs Dic 2023



Top 5 Mobile App in Italia
per Crescita Visitatori Unici
ITA | 18+ | Dic 2024 vs Dic 2023

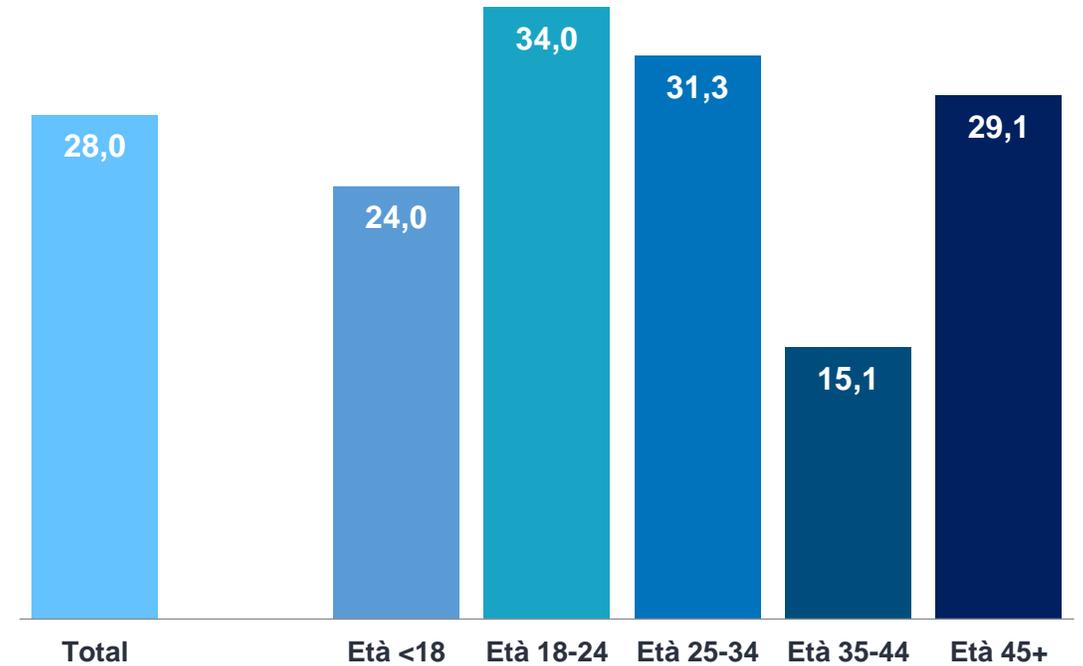
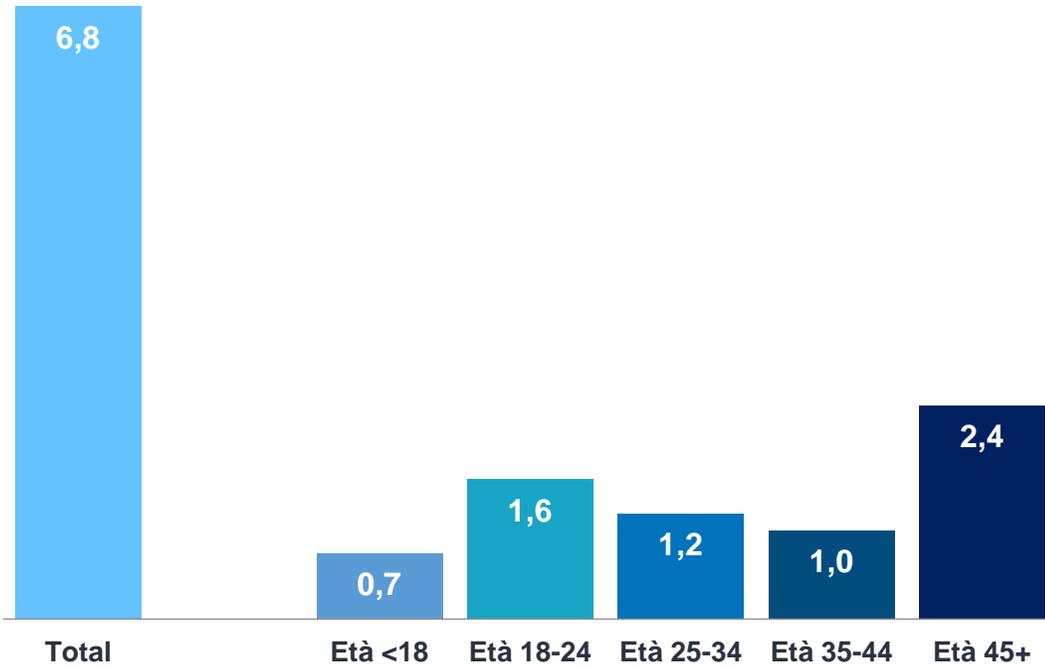


OPEN AI: REACH E TEMPO SPESO PER ETÀ

Open AI: composizione demografica
 Visitatori Unici per fascia di età
 ITA | DICEMBRE 2024

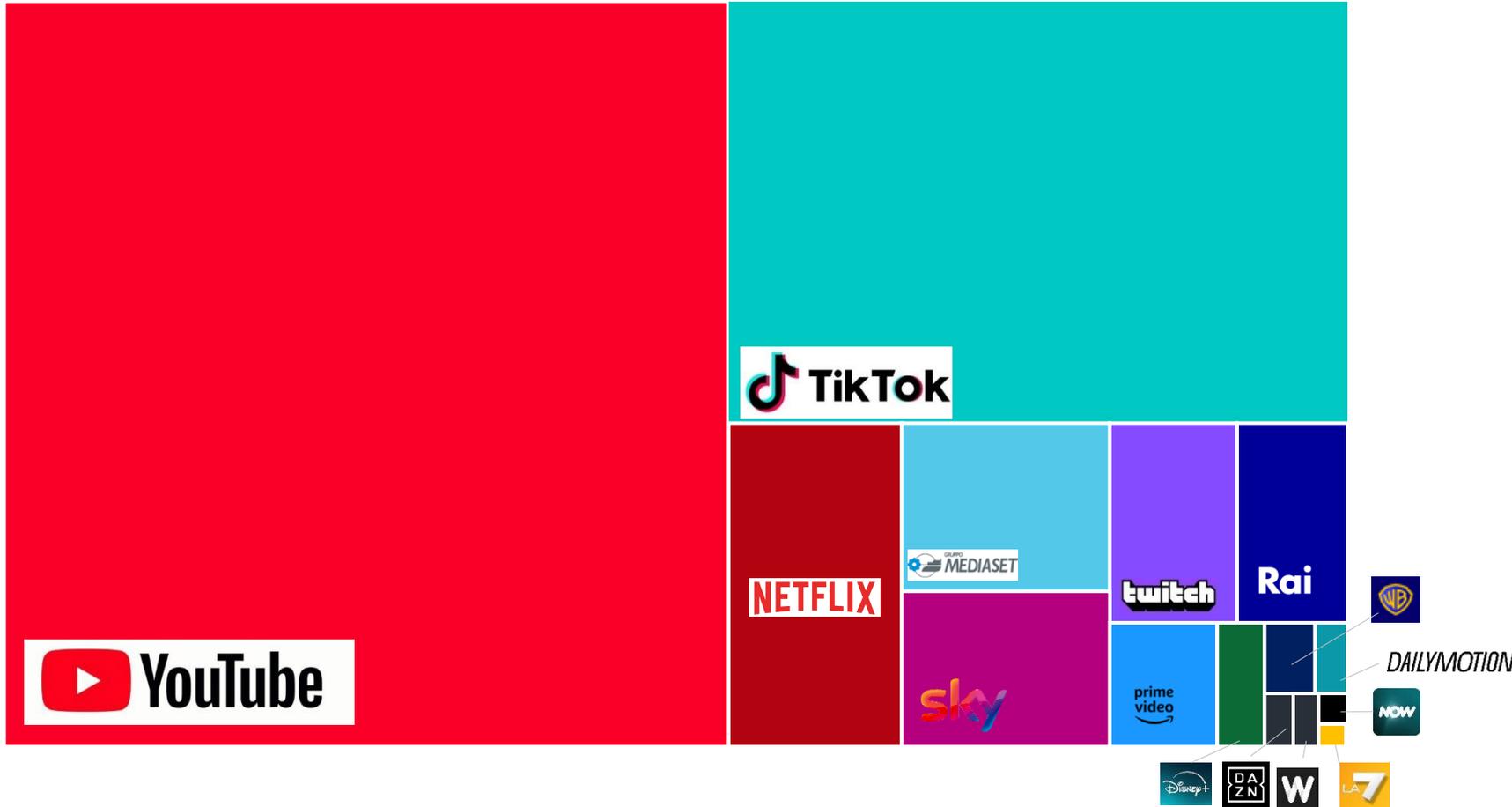
Open AI: composizione demografica
 Minuti medi mensili per visitatore per fascia di età
 ITA | DICEMBRE 2024

Reach su target



IL PESO DEI PLAYER VIDEO SU SMALL SCREEN

Total Minutes 18+ su Small Screen - 2024



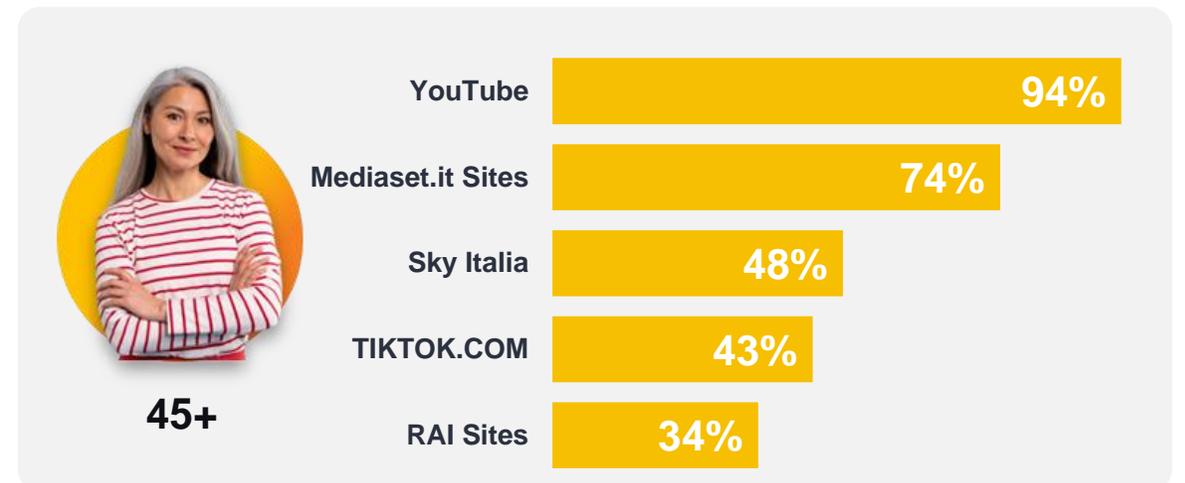
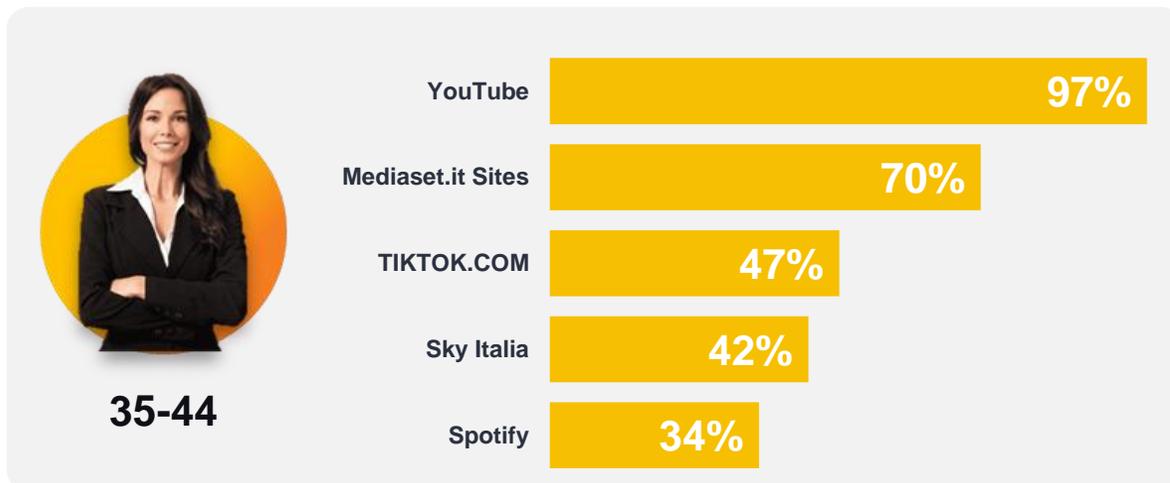
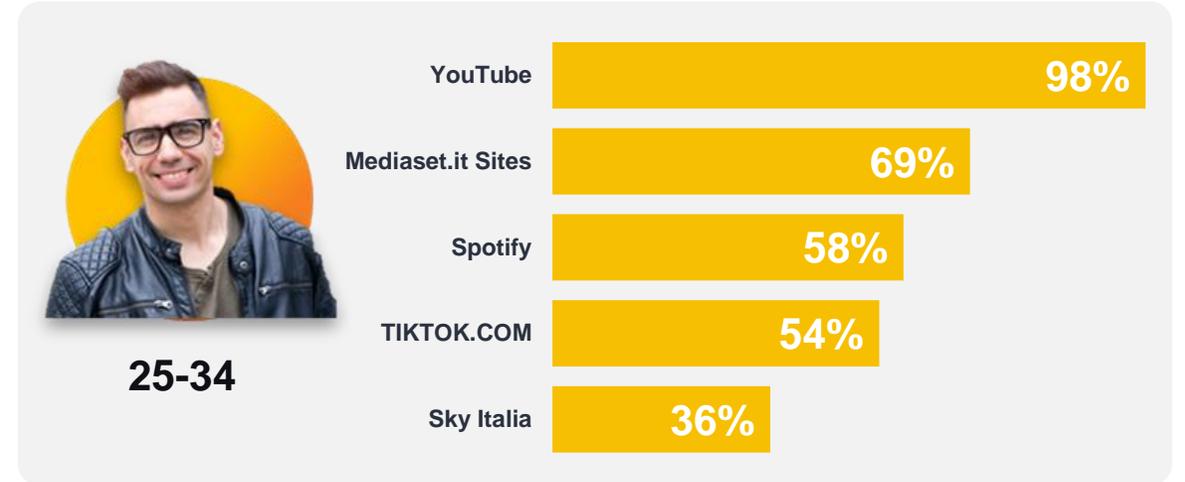
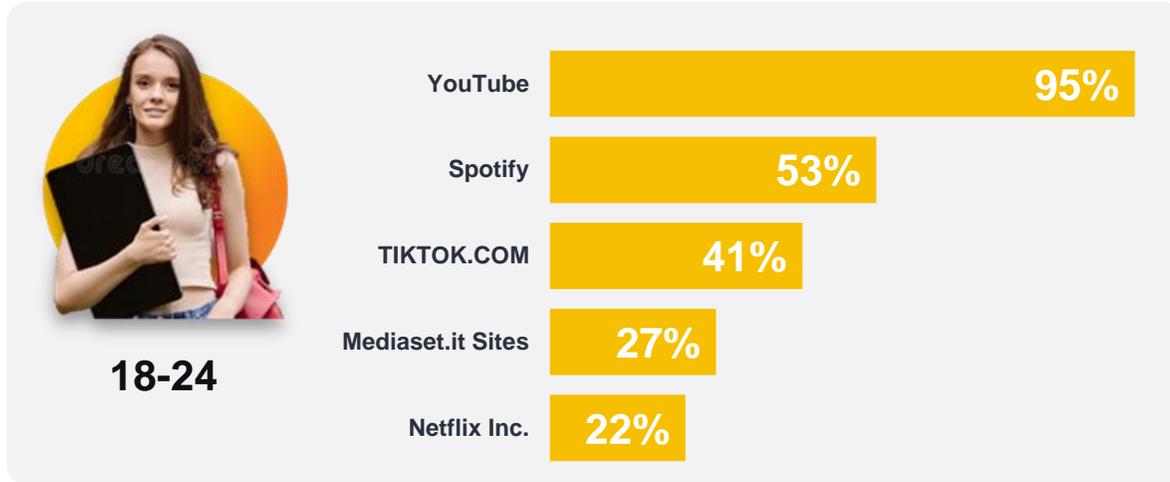
CRESCITE VS 2023

YouTube	+5%
Netflix	+2%

Gruppo Mediaset	+14%
Sky	+25%
Rai	+6%
Warner Bros. Discovery	+5%

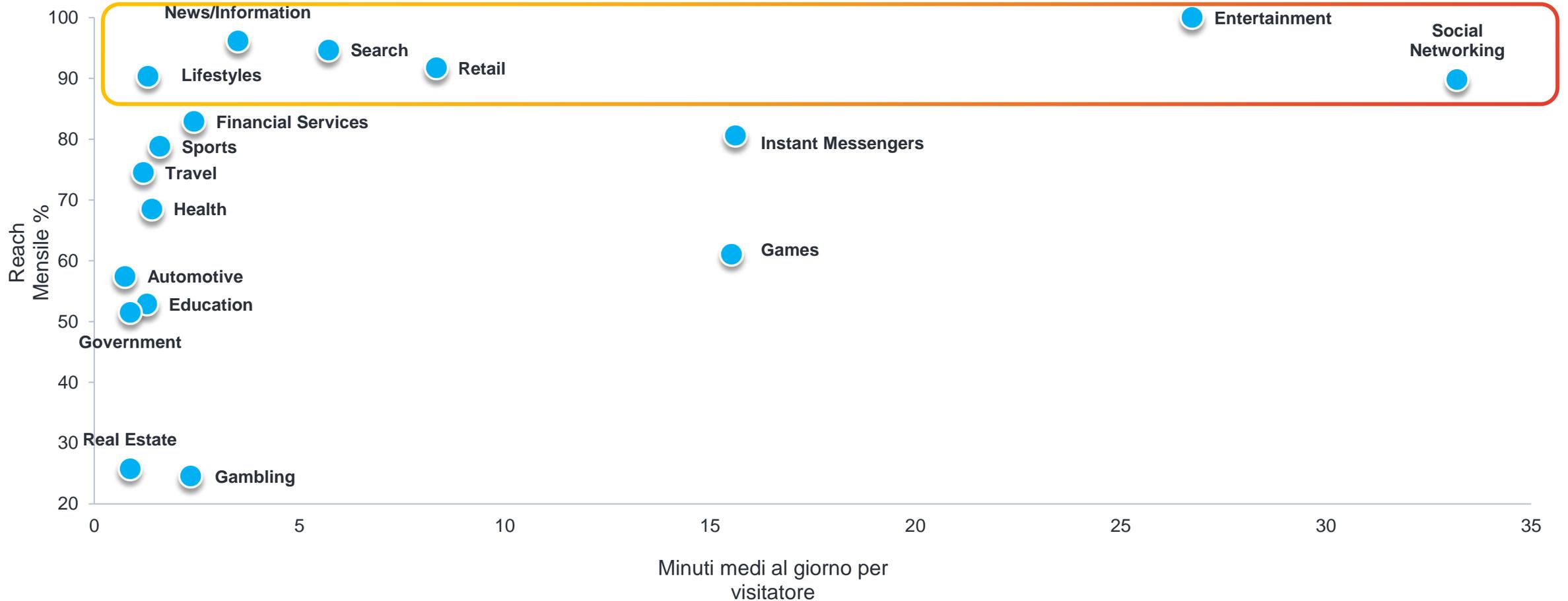
Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Mobile & Desktop, Totale Popolazione 18+, Entità selezionate, 2024 (dato medio), Italia

LA PENETRAZIONE PER FASCIA DI ETÀ DEI PLAYER DELL'ENTERTAINMENT SULLO SMALL SCREEN



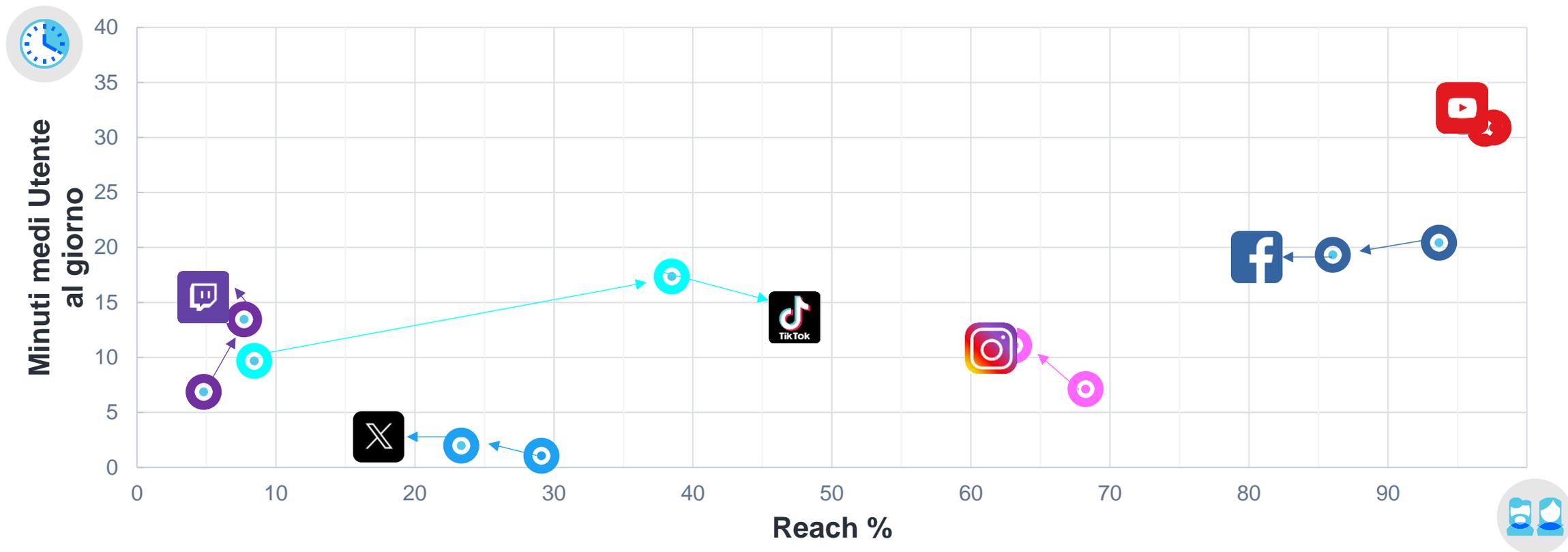
LA DISTRIBUZIONE DI REACH E TEMPO SPESO PER CATEGORIA

REACH % E TEMPO MEDIO SPESO ONLINE
ITA | 18+ | 2024



LE VARIAZIONI DI REACH E TEMPO MEDIO DELLE PIATTAFORME SOCIAL NEGLI ULTIMI 6 ANNI SULLA POPOLAZIONE DIGITALE 18+

POPOLAZIONE DIGITALE 18+ | GENNAIO-DICEMBRE 2019 VS 2022 VS 2024



Fonte: Elaborazione Sensemakers su dati Comscore MMX Multi-Platform e VMX Multi-Platform, Total Internet 18+, Entità selezionate, 2019-2022-2024 (dato medio), Italia

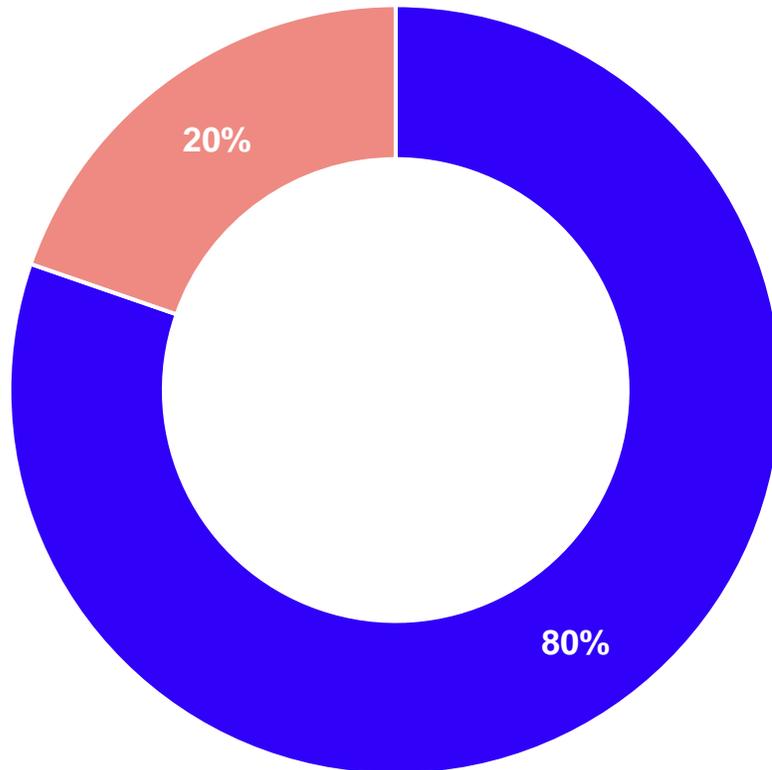
LE VARIAZIONI DI INTERAZIONI E VIDEO VIEWS SOCIAL: 2024 vs 2023



I BROADCASTER SFRUTTANO LE PIATTAFORME

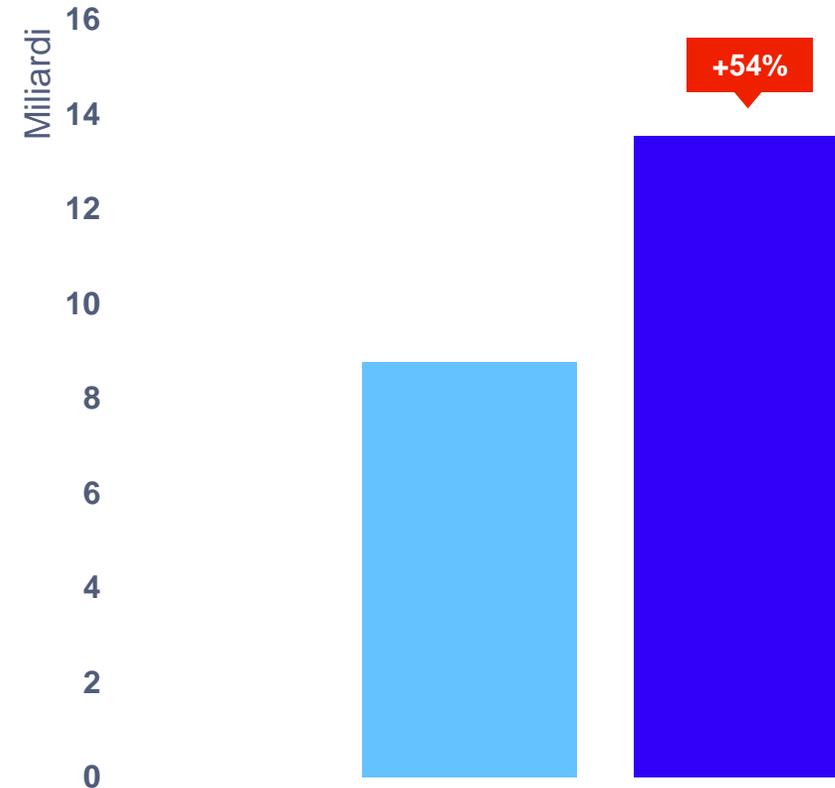
Distribuzione delle video views social del mondo televisivo nel 2024

■ BROADCASTER ■ OTT STREAMERS



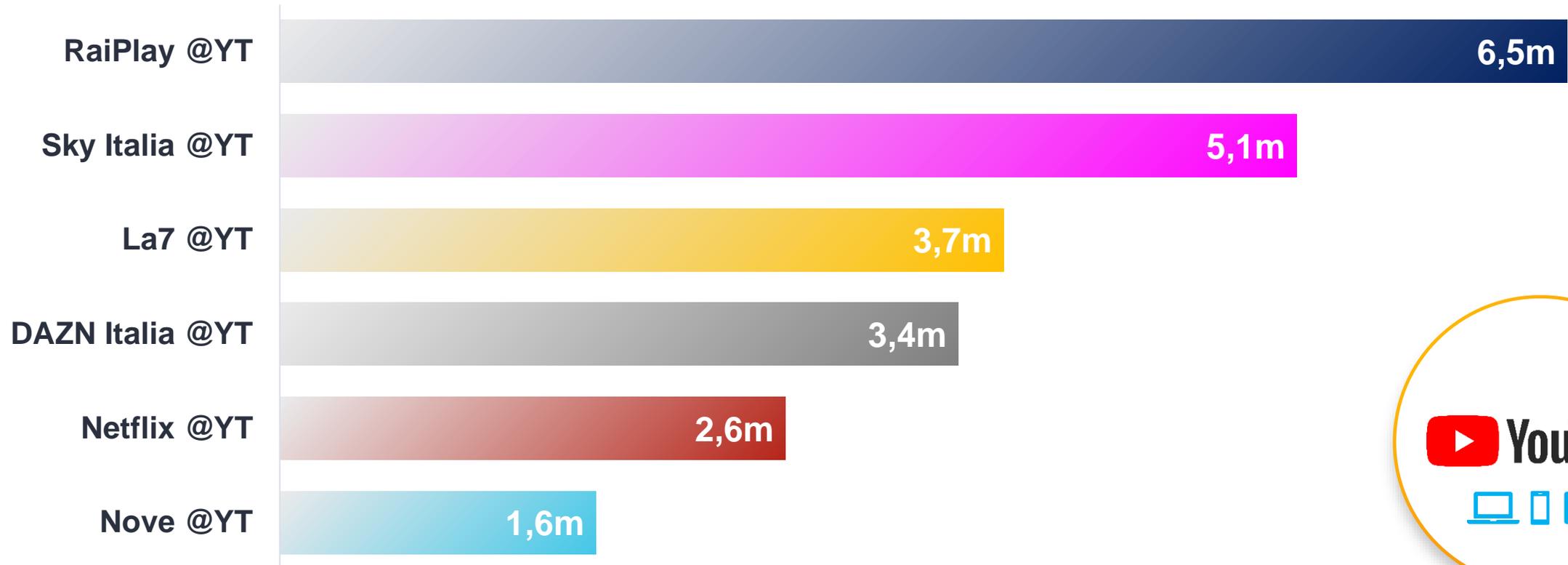
Trend delle video views social dei broadcaster

■ 2023 ■ 2024



L'AUDIENZE RAGGIUNTA SU YOUTUBE DA BROADCASTER E STREAMER

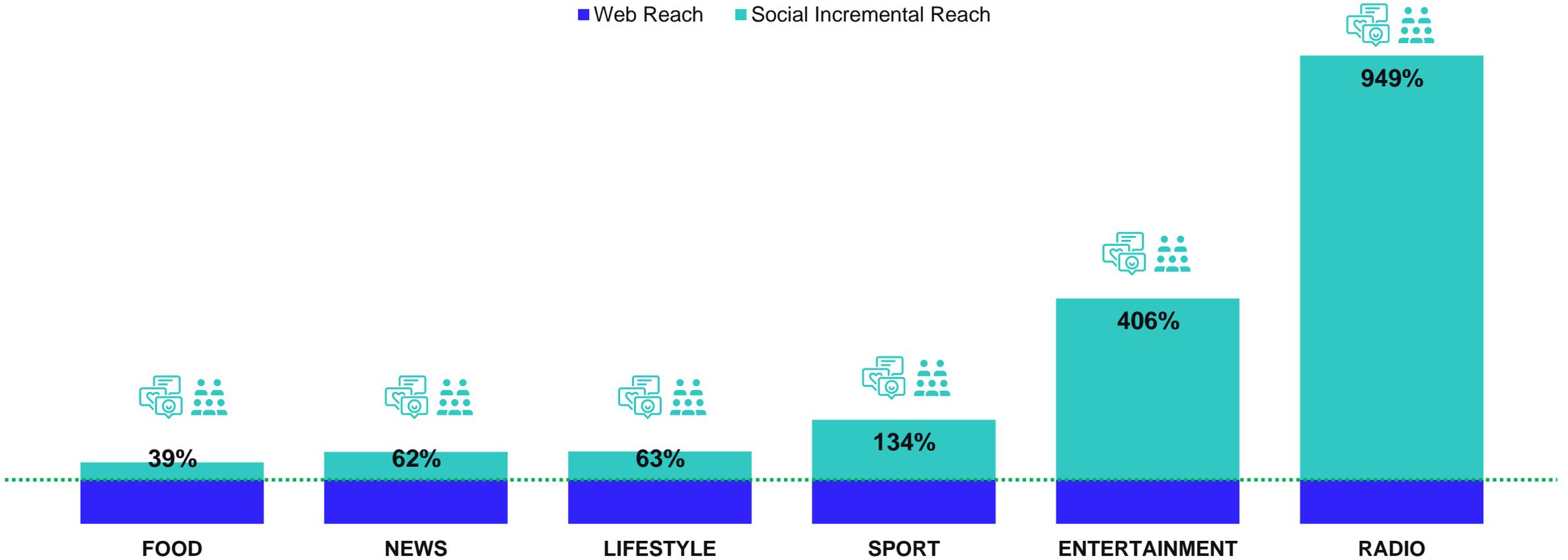
BROADCASTERS/STREAMERS SU YOUTUBE
N. VIEWER (MILIONI) | ITA | 2024 (MEDIA MENSILE)



LA SOCIAL INCREMENTAL REACH PER CATEGORIA

ITA | DICEMBRE 2024

■ Web Reach ■ Social Incremental Reach



Fonte: Elaborazione Sensemakers su dati Comscore MMX Multi-Platform, Total Digital Population, Entità selezionate, Dicembre 2024, Italia

CONCLUSIONI

1. La televisione continua ad essere incredibilmente **resiliente**, rappresentando un “unicum” a livello internazionale, nonostante la crescente **penetrazione delle TV connesse abiliti innovative forme di consumo** e distribuzione dei contenuti.
2. La «Total Audience» di Auditel supporterà **l’evoluzione dei modelli di business «Streamcasters»**.
3. Diminuisce lentamente il digital divide generazionale nell’accesso a internet mentre il **video on line e l’intrattenimento diventano sempre più centrali** nell’utilizzo del web e delle piattaforme social.
4. Lo sfruttamento dei social è strategico sia per i fenomeni di **«tune in» televisivo che di reach extension editoriale**.

Grazie

Contattaci oggi e scopri come Comscore può guidare il tuo successo.

learnmore@comscore.com

