

## Sono disponibili i dati della Total Digital Audience del mese di Gennaio 2025, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

L'audience online nel mese di gennaio 2025 ha raggiunto 44,3 milioni gli individui dai 2 anni in su, collegati complessivamente per 73 ore e 50 minuti per persona (+5,2% rispetto al mese precedente).

La fruizione da Mobile nel mese ha coinvolto 40,4 milioni di 18-74enni (il 94,7% di questo segmento della popolazione), generando l'88,2% del tempo complessivo trascorso online. La ripresa di gennaio dopo la pausa natalizia si nota particolarmente su alcune tra le principali categorie di siti e applicazioni Mobile: news online (+1,7% rispetto a dicembre 2024), informazioni e servizi delle telcos (+1,4%), informazioni meteorologiche (+1,8%), servizi e informazioni governativi (+2,1%), salute e benessere (+4,6%), ma anche Sports (+2,8%) e l'offerta dei Broadcasters online (+3,1%).

Milano, 14 marzo 2025 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Gennaio 2025, 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 Gennaio 2025




Nel mese di gennaio 2025 sono stati 44,3 milioni gli individui online, pari al 75,9% della popolazione dai 2 anni in su, collegati complessivamente per 73 ore e 50 minuti per persona (+5,2% rispetto al mese precedente).

La fruizione da Mobile nel mese ha coinvolto 40,4 milioni di individui tra i 18 e i 74 anni (il 94,7% di questo segmento della popolazione), mantenendo una copertura stabile rispetto a dicembre 2024.

L'audience online nel giorno medio ha raggiunto 37,1 milioni di utenti che hanno navigato almeno una volta dai device rilevati (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer).

In linea con le rilevazioni di inizio anno, nel giorno medio di questo mese di rilevazione si registra un incremento della fruizione da Computer rispetto a dicembre (+7,7% dell'audience e + 4,6% del tempo per persona), legato al rientro lavorativo e di attività scolastiche e servizi dopo la pausa natalizia.

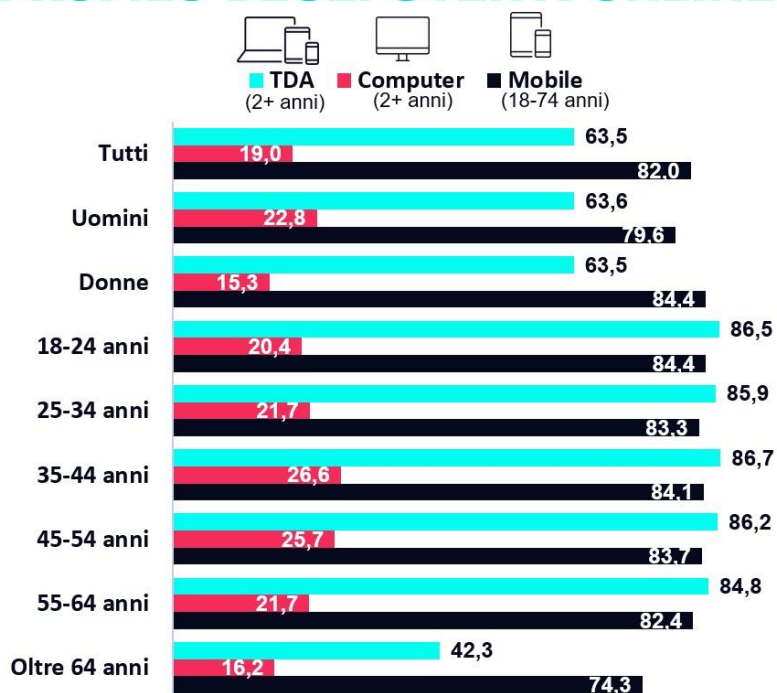
## TOTAL DIGITAL AUDIENCE GENNAIO 2025

			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.095	11.096	34.965
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,5	19,0	82,0
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:51	1:12	2:38
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	44.314	25.994	40.387
Pop. di riferimento mese (%)	75,9	44,5	94,7
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	73:50	15:57	70:45

Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2025, – 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'82% della popolazione tra i 18 e i 74 anni (35 milioni di individui) ha navigato almeno una volta nel **giorno medio da Mobile**, coprendo il **79,6%** degli **uomini** (16,8 milioni) e l'**84,4% donne** (18,2 milioni). Entrando nel **dettaglio delle fasce d'età**, risultano **più coinvolti i 18-24enni** (l'84,4%, pari a 3,5 milioni) e i **35-44enni** (l'84,1%, 6 milioni), ma con **lievi differenze** con gli **altri segmenti** della popolazione che risultano coinvolti **oltre l'82%**. Il segmento degli **over 64 anni** registra comunque una penetrazione significativa, pari al 74,3% (5,1 milioni).

## PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

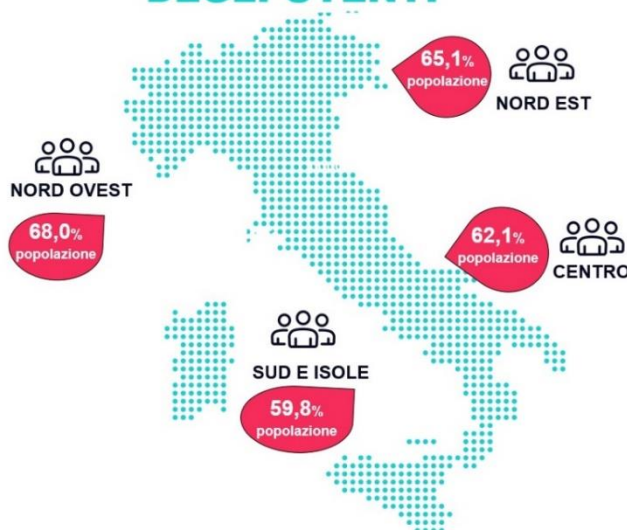


Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



Sul territorio sono risultati online nel giorno medio il 68% della popolazione del **Nord Ovest** (10,6 milioni), il 65,1% del **Nord Est** (7,4 milioni), il 62,1% del **Centro** (7,2 milioni) e il 59,8% del **Sud e Isole** (11,8 milioni).

## PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



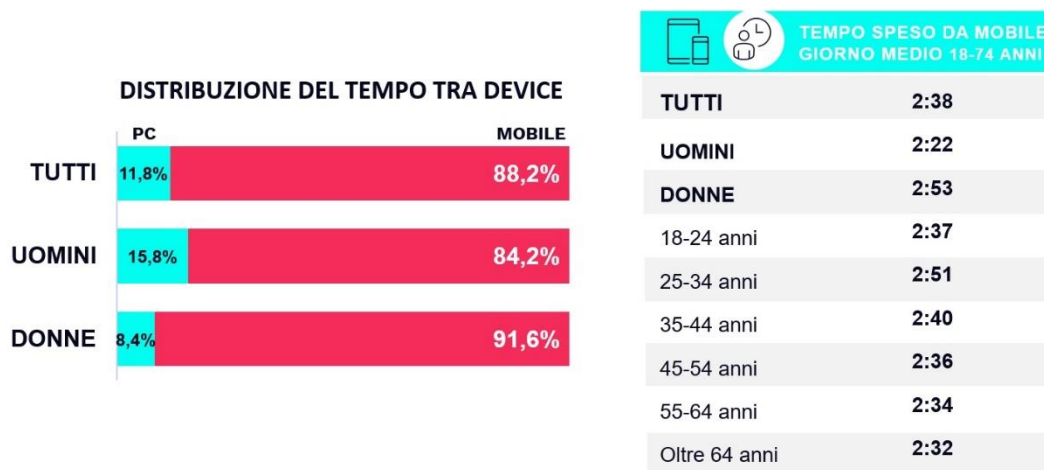
Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



Dai dati sulla **distribuzione del tempo trascorso online** nel mese di gennaio risulta che l'**88,2%** è stato generato **dalla fruizione da Mobile** (Smartphone e/o Tablet), con un **peso maggiore** per le **donne** che hanno dedicato il **91,6%** del loro tempo di navigazione da questi device.

Più in dettaglio, **gli utenti tra i 18 e i 74 anni online nel giorno medio** hanno navigato **da Mobile per 2 ore e 38 minuti**, le **donne** (con 2 ore e 53 minuti) ancora più degli uomini e **i 25-34enni** (con 2 ore e 51 minuti) per più tempo degli altri segmenti.

## DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience GENNAIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 18-74 anni



La ripresa di gennaio dopo la pausa natalizia si nota particolarmente su alcune tra le principali categorie di siti e applicazioni Mobile che nel mese precedente avevano registrato dati in flessione.

Si notano, infatti, **variazioni positive** per le **news online** - categoria Current Events & Global News - che raggiunge 37,8 milioni di utenti mensili (+1,7% rispetto a dicembre 2024), per l'offerta di **informazioni e servizi delle telcos** - Multi-category Telecom/Internet Services - con 32,8 milioni di utenti (+1,4%), le **informazioni meteorologiche** – Weather – con 32,6 milioni di utenti (+1,8%), i servizi e informazioni **governativi** con 29,9 milioni di utenti (+2,1%), il settore della **salute e del benessere** - Health, Fitness & Nutrition – con 28,7 milioni di utenti (+4,6%).

Riprendono anche (non rappresentati in tabella) **“Sports”** (+2,8% degli utenti unici mensili rispetto al mese precedente) e la fruizione di tutta **l’offerta dei Broadcasters online** (+3,1%).

(grafico nella pagina successiva)

## LE CATEGORIE PIÙ VISITATE GENNAIO 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) GEN 25	PENETRAZIONE (%) POP. GEN 2025	TEMPO/PERSONA (hh:mm) GEN 2025	VAR % UTENTI MENSILI GEN25 DIC24
<b>TUTTE LE CATEGORIE</b>	<b>44.314</b>	<b>75,9</b>	<b>73:50</b>	<b>-0,9%</b>
SEARCH	41.960	71,9	02:35	-0,7%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.112	70,4	01:37	-0,1%
VIDEOS/MOVIES	39.560	67,7	07:58	-0,7%
MEMBER COMMUNITIES	38.829	66,5	24:04	-0,6%
INSTANT MESSAGING	38.267	65,5	12:14	-0,2%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.994	65,1	01:11	-1,4%
E-MAIL	37.903	64,9	03:15	-0,7%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.834	64,8	01:00	+1,7%
MASS MERCHANDISER	37.448	64,1	02:19	-1,3%
SOFTWARE MANUFACTURERS	34.968	59,9	02:01	-3,5%
CORPORATE INFORMATION	34.651	59,3	00:58	+1,0%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.791	56,2	00:28	+1,4%
MAPS/TRAVEL INFO	32.757	56,1	01:15	-1,0%
WEATHER	32.578	55,8	00:12	+1,8%
FOOD & COOKING	31.960	54,7	00:21	-1,8%
RESEARCH TOOLS	30.854	52,8	00:16	+1,0%
GOVERNMENT	29.953	51,3	00:35	+2,1%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	28.761	49,3	00:25	+1,2%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.701	49,2	00:27	+4,6%
APPAREL/BEAUTY	28.345	48,5	01:37	-3,6%

Fonte: Total Digital Audience GENNAIO 2025, 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