

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

La Total Digital audience nel mese di maggio 2025 è rappresentata da 44,4 milioni di utenti dai 2 anni in su, online complessivamente per 71 ore per persona.

Questo mese di rilevazione ha visto il ritorno all'ordinario per molta parte della popolazione, dopo un aprile ricco di festività e ponti. L'elezione e l'insediamento del nuovo Papa, la politica internazionale in fermento, gli eventi sportivi, le elezioni amministrative in Italia, sono i principali eventi di maggio che hanno aggiunto audience ai siti e mobile app delle News online (+1,1% dell'audience rispetto a aprile e +2,3% del tempo per persona), della categoria Sports (+6,8% gli utenti), dei siti e app mobile governativi (+4,1% dell'audience e +16,5% del tempo) e dei Broadcasters online (+3,6% dell'audience).

Milano, 17 luglio 2025 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Maggio 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.

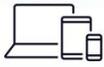
La total digital audience nel mese di Maggio 2025

La Total Digital audience nel mese di maggio 2025 è rappresentata da **44,4 milioni** di utenti dai **2 anni in su**, online da **Mobile** (Smartphone e/o Tablet) e/o **Computer** complessivamente per **71 ore** per persona, presentando un **andamento costante** rispetto al mese precedente.

Nel **giorno medio** sono stati **37,1 milioni** gli individui **dai 2 anni in su** che si sono collegati almeno una volta, navigando per **2 ore e 44 minuti** per persona.

La fruizione **da Mobile** ha raggiunto **35,1 milioni** di utenti nel quotidiano, pari all'82,4% degli individui tra i 18 e i 74 anni online per 2 ore e 34 minuti.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE MAGGIO 2025

			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.096	9.845	35.137
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,6	16,9	82,4
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:44	1:09	2:34
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	44.366	24.159	40.424
Pop. di riferimento mese (%)	76,1	41,4	94,8
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	71:06	14:36	69:18

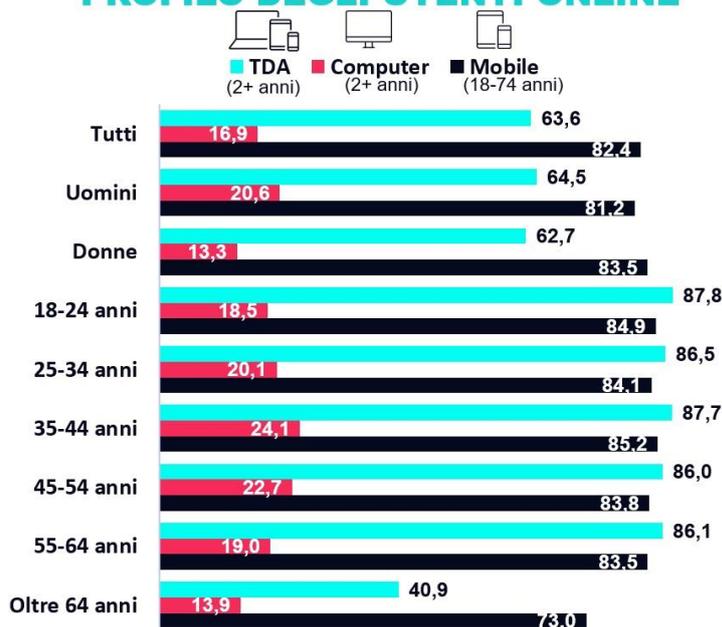
Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 2025, – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Per quanto riguarda i **principali dati sul profilo demografico** degli utenti online, a maggio ha navigato quotidianamente in media il **63,6% degli individui dai 2 anni in su** (il 64,5% degli uomini e il 62,7% delle donne), con un **livello di penetrazione di almeno l'87%** nel caso dei 18-24enni (87,8%) e dei 35-44enni

(87,7%) e dell'**86%** nel caso dei 25-34enni (86,5%) e dei 45-64enni (86%), mentre **gli over 64enni** mantengono un **livello di coinvolgimento inferiore** (40,9%), sebbene non trascurabile, rispetto agli altri segmenti.

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

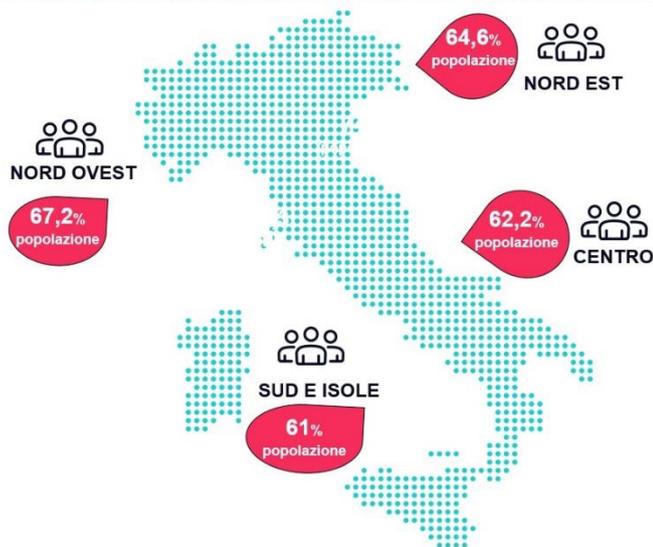


Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Dai dati sulla **provenienza geografica** degli utenti risulta che erano online nel giorno medio **10,5 milioni** di individui dal **Nord Ovest** (il 67,2% della popolazione dai 2 anni in su di quest'area geografica), **7,4 milioni** dal **Nord Est** (il 64,6%), **7,2 milioni** dal **Centro** (il 62,2%) e **12 milioni** dal **Sud e Isole** (il 61%).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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)



Il **tempo trascorso online** nel giorno medio si è mantenuto complessivamente sullo **stesso livello del mese precedente**, con 2 ore e 32 minuti di navigazione per gli **uomini**, 2 ore e 57 minuti per le **donne** e con il segmento dei **35-54enni** che ha trascorso online in media 2 ore e 51 minuti per persona la giorno, qualche secondo in più rispetto ai 55-64enni (2 ore e 48 minuti) e ai 25-34enni (2 ore e 46 minuti).

TEMPO SPESO ONLINE



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



Il mese di maggio è iniziato con il **ritorno all'ordinario** per molta parte della popolazione, dopo un aprile ricco di festività e ponti, ma anche scenario di eventi importanti che hanno mantenuto alta l'attenzione all'online e ad alcune categorie di siti e app mobile. Anche a maggio, però, **una serie di avvenimenti** ha indirizzato l'attenzione su alcune categorie in particolare.

Infatti, l'elezione e l'insediamento del **nuovo Papa**, la **politica internazionale** in fermento, gli **eventi sportivi** (tra calcio – finali di Champions League e Coppa Italia – e tennis), le **elezioni amministrative** in Italia, sono i principali eventi che hanno aggiunto audience ai siti e mobile app delle **News online** ("Current Events & Global News", con 38,5 milioni di utenti unici mensili e +1,1% dell'audience rispetto a aprile e +2,3% del tempo speso per persona), della categoria **Sports** (+6,8% con 28,5 milioni di utenti), dei siti e app mobile **governativi** (+4,1% dell'audience con 28,7 milioni di utenti, e +16,5% del tempo speso) e dei **Broadcasters online** (+3,6% dell'audience, con 28,9 milioni di utenti).

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE MAGGIO 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) MAGGIO '25	PENETRAZIONE (%) POP. MAGGIO 25	TEMPO/PERSONA (hh:mm) MAGGIO '25	VAR % POPOLAZIONE MAG25 VS APR25
TUTTE LE CATEGORIE	44.366	76,1	71:06	-0,4%
SEARCH	41.898	71,8	02:34	-0,3%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.969	70,2	01:53	-0,7%
VIDEOS/MOVIES	39.257	67,3	07:43	-0,6%
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	38.863	66,6	22:44	+0,1%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.492	66,0	00:59	+1,1%
INSTANT MESSAGING	38.175	65,4	12:03	+0,1%
E-MAIL	37.929	65,0	03:08	-0,6%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.721	64,7	01:19	-0,7%
MULTI-CATEGORY RETAIL	37.714	64,6	01:57	+0,6%
SOFTWARE MANUFACTURERS	34.805	59,7	01:57	+0,5%
CORPORATE & COMPANY INFO	34.729	59,5	00:58	-0,1%
WEATHER	34.686	59,5	00:13	+0,1%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.796	54,5	00:25	+1,3%
MAPS/TRAVEL INFO	30.984	53,1	01:37	-0,3%
SPORTS	30.407	52,1	00:56	+6,8%
FOOD & COOKING	30.352	52,0	00:18	-3,3%
GOVERNMENT	29.965	51,4	00:32	+4,1%
RESEARCH TOOLS	29.833	51,1	00:15	+0,7%
BROADCAST MEDIA	28.961	49,6	02:33	+3,6%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	28.217	48,4	00:17	+2,3%

Fonte: Total Digital Audience MAGGIO 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 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