

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

Il mese di giugno ha visto online 43,6 milioni di individui dai 2 anni in su, -1,7% rispetto al mese precedente. Un calo stagionale che ha pesato principalmente sulla fruizione da Computer (-10,9%), mentre la fruizione da Mobile (Smartphone e/o Tablet) è rimasta stabile, con 40,4 milioni di utenti tra i 18 e i 74 anni.

Il primo mese estivo si presenta con indicatori di consumo tipicamente “stagionali”: la flessione complessiva dell’audience si evidenzia principalmente tra le categorie di siti a app Mobile che nel corso dell’anno mostrano dati più costanti: siti e piattaforme per il lavoro e lo studio (-3,4% degli utenti mensili rispetto a maggio 2025), software e informazioni per gli sviluppatori (-4%), sport – corrispondente alla fine dei campionati e degli eventi più importanti – (-5,7%), strumenti utili per la “conoscenza” (-4,3%) e siti governativi (-6,8%).

Milano, 8 agosto 2025 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Giugno 2025, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.**

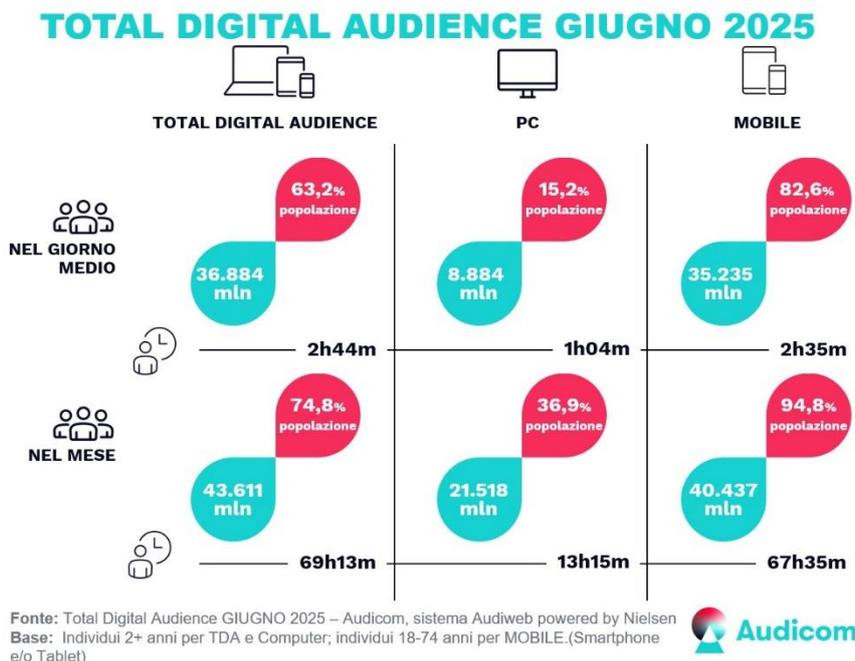
I nuovi dati Audiweb Database dell’audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi* disponibile sul sito Audiweb.

La total digital audience nel mese di Giugno 2025

Il mese di giugno ha visto online **43,6 milioni** di individui **dai 2 anni in su**, -1,7% rispetto al mese precedente, **calo stagionale** a cui si aggiungono **una serie di fattori**: un giorno in meno in calendario rispetto a maggio, un giorno festivo (la festa della Repubblica) anche in questo mese, la chiusura anticipata delle scuole per la gestione del Referendum e l’avviarsi dell’estate con i primi periodi di ferie. Fattori **che hanno pesato** principalmente sulla **fruizione da Computer** (-10,9% rispetto a maggio, con 21,5 milioni di utenti dai 2 anni in su), mentre la **fruizione da Mobile** (Smartphone e/o Tablet) è rimasta **stabile** (40,4 milioni di utenti tra i 18 e i 74 anni).

La **Total Digital Audience nel giorno medio** ha raggiunto **36,9 milioni** di utenti di 2+ anni, che hanno navigato dai device rilevati per **2 ore e 44 minuti** per persona.

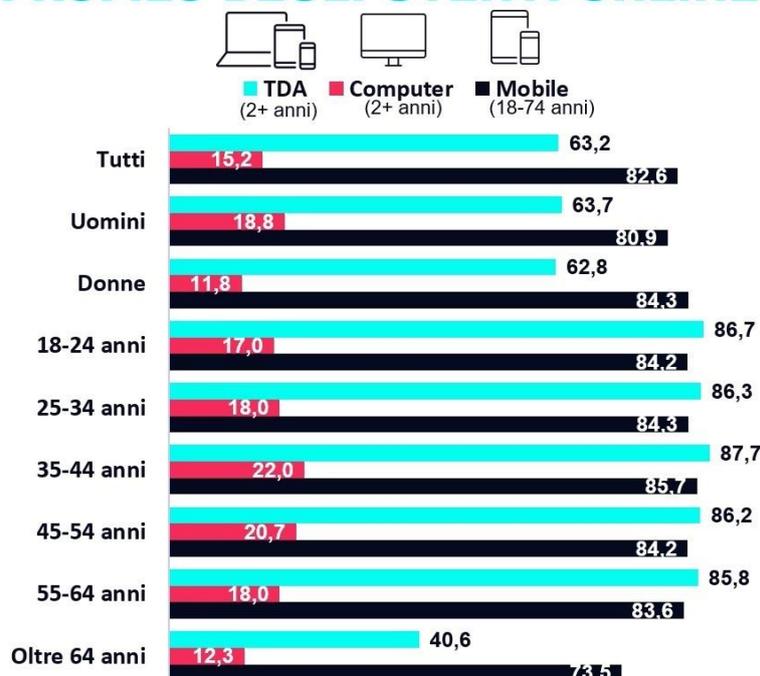
La **fruizione quotidiana da Mobile** ha coinvolto l’**82,6% della popolazione maggiorenne** (35,2 milioni), mantenendo anche in questo caso **totale continuità** con il mese precedente, sia in termini di audience che di tempo dedicato alla navigazione dai dispositivi mobili.



La popolazione che ha navigato nel giorno medio da tutti i device rilevati (Mobile e/o Computer) è pari al **63,2% degli individui dai 2 anni in su***, una quota complessiva che si è distribuita più nel dettaglio tra **l'oltre 85% dei 18-64enni** (l'86,7% dei 18-24enni, l'86,3% dei 25-34enni, l'87,7% dei 35-44enni, l'86,2% dei 45-54enni e l'85,8% dei 55-64enni) e il **40,6% degli over 64 anni**.

(*) la quota dei 2-17enni non viene riportata perché riferita solo alla fruizione da Computer. Per maggiori informazioni è possibile consultare il documento di sintesi dei dati di giugno 2025 oppure la metodologia di rilevazione pubblicati sul sito "sistema Audiweb"

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



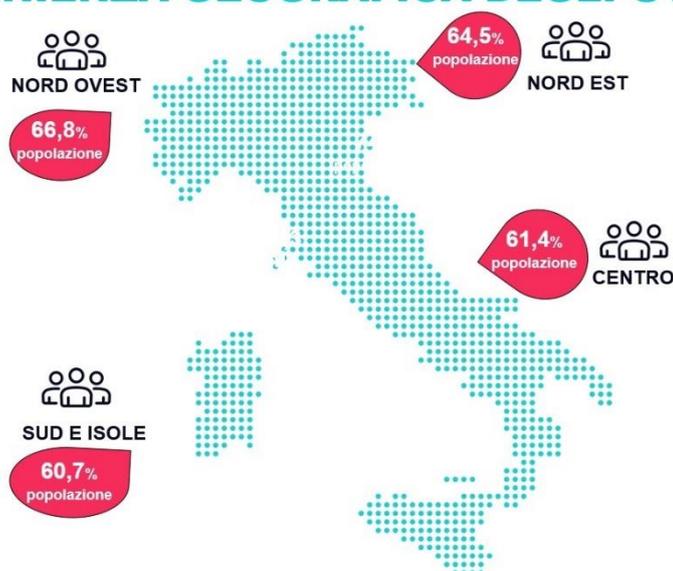
Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



Dai **dati sulle aree geografiche** di provenienza degli utenti online risultano coinvolti il **66,8%** degli individui del **Nord Ovest** (10,5 milioni), il **64,5%** del **Nord Est** (7,3 milioni), il **61,4%** del **Centro** (7,1 milioni) e il **60,7%** del **Sud e Isole** (11,9 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

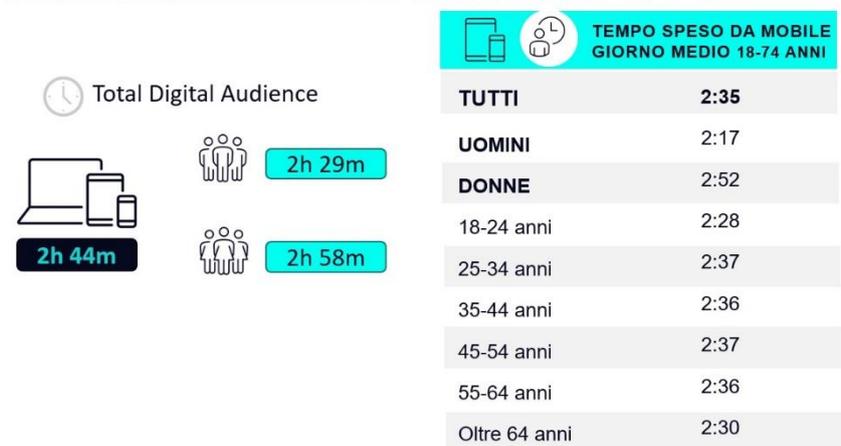
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE. (Smartphone e/o Tablet)



In linea con la flessione stagionale, anche **il tempo dedicato all'online nel giorno medio diminuisce leggermente** (-1,1% complessivamente e -16,4% da Computer), in particolare **tra gli uomini** (-3,1% rispetto al giorno medio di maggio).

La fruizione da mobile si mantiene stabile, registrando **2 ore e 35 minuti** di navigazione quotidiana. Le **donne** da Mobile hanno navigato in media per **2 ore e 52 minuti**, gli **uomini per 2 ore e 17 minuti**, con una media di 2 ore e 37 minuti per i 25-64enni.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience GIUGNO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen.
 Base: Individui 2+ anni per i dati Total Digital Audience e 18-74 anni per i dati Mobile.



Il primo mese estivo si presenta con **indicatori di consumo tipicamente “stagionali”**: la flessione complessiva dell'audience si evidenzia principalmente tra le categorie di siti a app Mobile che nel corso dell'anno mostrano dati più costanti.

È il caso, ad esempio delle aggregazioni dedicate ai **siti e alle piattaforme per il lavoro e lo studio** (Corporate & Company Info, -3,4% degli utenti mensili rispetto a maggio 2025), di **software e informazioni per gli sviluppatori** (Software Information / Developers, -4%), alle informazioni dedicate allo **sport** – corrispondente alla fine dei campionati e degli eventi più importanti – (-5,7%), agli **strumenti utili per la “conoscenza”** (Research Tools, -4,3%) e ai siti governativi (-6,8%).

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE GIUGNO 2025

| SOTTOCATEGORIE SITI (TDA) | UTENTI UNICI (.000) GIUGNO '25 | PENETRAZIONE (%) POP. GIUGNO 25 | TEMPO/PERSONA (hh:mm) GIUGNO 25 | VAR % POPOLAZIONE GIU25 VS MAG25 |
|--|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| TUTTE LE CATEGORIE | 43.611 | 74,8 | 69:13 | -1,7% |
| SEARCH | 41.175 | 70,6 | 02:27 | -1,7% |
| INTERNET TOOLS/WEB SERVICES | 40.343 | 69,2 | 01:51 | -1,5% |
| VIDEOS/MOVIES | 38.694 | 66,3 | 07:47 | -1,4% |
| SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES | 38.349 | 65,7 | 22:59 | -1,3% |
| INSTANT MESSAGING | 37.790 | 64,8 | 11:26 | -1,0% |
| CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS | 37.747 | 64,7 | 00:59 | -1,9% |
| GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES | 37.482 | 64,3 | 01:16 | -0,6% |
| E-MAIL | 37.401 | 64,1 | 02:53 | -1,4% |
| MULTI-CATEGORY RETAIL | 37.153 | 63,7 | 01:59 | -1,5% |
| CORPORATE & COMPANY INFO | 33.552 | 57,5 | 00:49 | -3,4% |
| SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS | 33.407 | 57,3 | 01:47 | -4,0% |
| WEATHER | 32.803 | 56,2 | 00:11 | -5,4% |
| MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES | 31.439 | 53,9 | 00:25 | -1,1% |
| MAPS/TRAVEL INFO | 30.654 | 52,5 | 01:45 | -1,1% |
| COOKING, FOOD & BEVERAGES | 29.790 | 51,1 | 00:17 | -1,8% |
| SPORTS | 28.675 | 49,2 | 00:45 | -5,7% |
| RESEARCH TOOLS | 28.542 | 48,9 | 00:13 | -4,3% |
| GOVERNMENT | 27.932 | 47,9 | 00:26 | -6,8% |
| APPAREL/BEAUTY | 27.743 | 47,6 | 01:36 | -1,3% |
| FINANCIAL TOOLS | 27.131 | 46,5 | 00:20 | -1,3% |

Fonte: Total Digital Audience GIUGNO 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