

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

La total digital audience a luglio ha raggiunto il 74,4% della popolazione dai 2 anni in su, pari a 43,4 milioni di utenti mensili (-0,4%) online dai dispositivi rilevati per 70 ore e 43 minuti per persona, mantenendosi allineata all'andamento "stagionale" del mese precedente.

In questo mese di rilevazione si osservano alcune oscillazioni e tendenze tipiche del periodo, pur rispettando un andamento complessivamente stabile (-0,4% degli utenti online) rispetto a giugno, ad eccezione dell'aggregazione dedicata ai contenuti meteorologici, tra gli interessi più "caldi" del periodo estivi, che registra un incremento dell'11%.

Quasi tutte le principali categorie mostrano dati stabili o in leggero calo, ma quelle correlate all'intrattenimento e al tempo libero registrano variazioni positive nel tempo speso per persona. È il caso, ad esempio, dei siti e mobile app dedicati ai contenuti video (+2,7%), dei social network (+3,4%), dei portali generalisti (+4,4%), dell'e-commerce (+4,5%), dei servizi delle Telcos (+10,1%), delle informazioni di viaggio (+10,6%), del cibo e cucina (+2,9%) e del mondo dell'abbigliamento e dello stile (+5,2%).

Milano, 16 settembre 2025 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Luglio 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 Luglio 2025

La total digital audience a luglio ha raggiunto il 74,4% della popolazione dai 2 anni in su, pari a 43,4 milioni di utenti mensili (-0,4%) online dai dispositivi rilevati per 70 ore e 43 minuti per persona, mantenendosi allineata al mese precedente.

Sono stati 36,8 milioni gli individui di 2+ anni che hanno navigato almeno una volta nel giorno medio di questo mese di navigazione, collegati per 2 ore e 41 minuti (-1,4% del tempo rispetto alla rilevazione precedente).

TOTAL DIGITAL AUDIENCE LUGLIO 2025

			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	36.840	8.656	35.204
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,2	14,8	82,5
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:41	1:06	2:32
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	43.415	21.705	40.435
Pop. di riferimento mese (%)	74,4	37,2	94,8
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	70:43	13:36	68:38

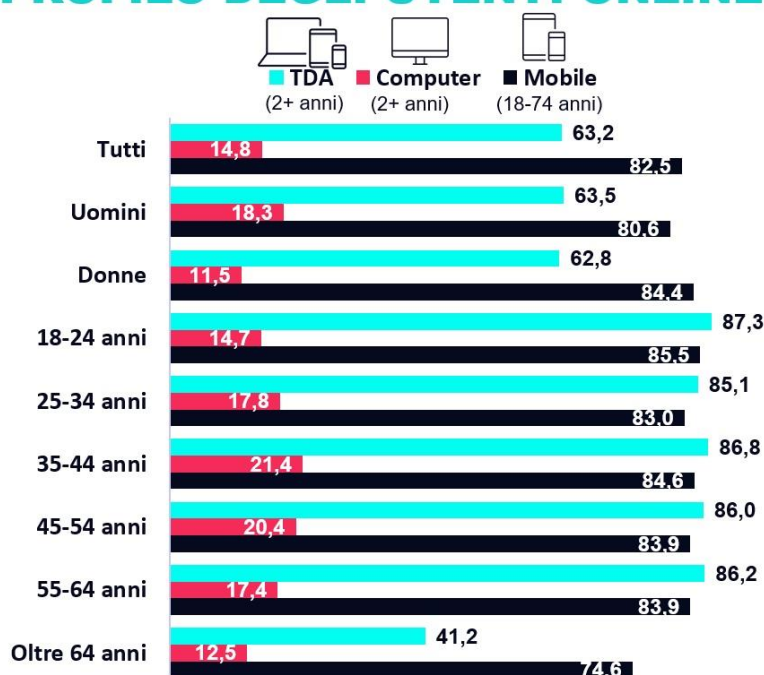
Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2025, – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

Nel giorno medio di luglio la fruizione dell'online da parte dei diversi segmenti della popolazione resta sostanzialmente stabile rispetto al mese precedente, in linea con l'andamento "stagionale".

Vediamo, infatti, che erano online il 63,5% degli **uomini** e il 62,8% delle **donne** dai 2 anni in su e, tra le differenti fasce d'età, l'87,3% dei **18-24enni**, l'85,1% dei **25-34enni**, l'86,8% dei **35-44enni**, l'86% dei **45-64enni** e il 41,2% degli **over 64**.

(*) 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 Luglio 2025 oppure la metodologia di rilevazione pubblicati sul sito "sistema Audiweb"

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

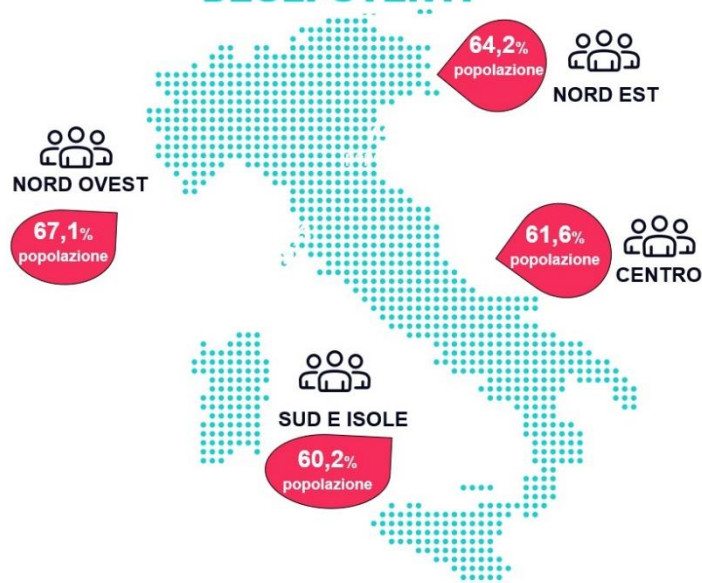


Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



La **distribuzione geografica dell'audience online** ha visto coinvolti il **67,1%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,5 milioni), il **64,2%** del **Nord Est** (7,3 milioni), il **61,6%** del **Centro** (7,2 milioni) e il **60,2%** dal **Sud e Isole** (11,8 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



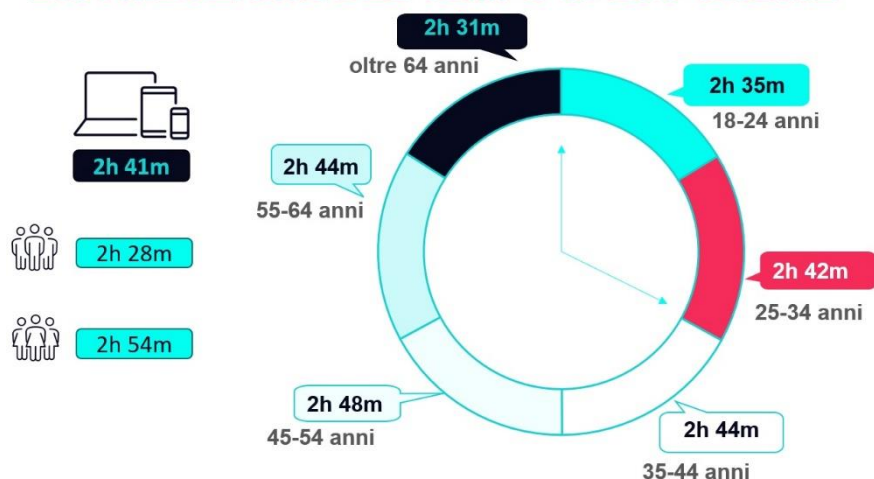
Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 2025, dati Giorno Medio
 Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Anche il **tempo speso online** nel giorno medio è allineato all'**andamento stagionale**, mostrando una diminuzione complessiva dell'1,4%.

Tra i differenti segmenti della popolazione, con **2 ore e 54 minuti**, le **donne** hanno navigato per **26 minuti in più degli agli uomini**, mentre i **45-54enni** hanno registrato la **media del tempo speso più alta** (2 ore e 48 minuti) rispetto agli utenti delle altre fasce d'età.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience LUGLIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per i dati Total Digital Audience



Per quanto riguarda i **dati di consumo delle principali categorie di siti e app mobile**, in questo mese di rilevazione si osservano alcune oscillazioni e tendenze tipiche del periodo, pur rispettando **un andamento complessivamente stabile** (-0,4% degli utenti online) rispetto a giugno, ad **eccezione** dell'aggregazione dedicata alle **informazioni e ai contenuti meteorologici**, tra gli interessi più "caldi" del periodo estivi, che registra un **incremento dell'11%**.

Quasi tutte le principali categorie mostrano dati stabili o in leggero calo, **ma quelle correlate all'intrattenimento e al tempo libero** registrano **variazioni positive nel tempo speso** per persona. È il caso, ad esempio, dei siti e mobile app dedicati ai **contenuti video** (Videos/Movies, con un +2,7% del tempo speso), dei **social network** (Member Communities, con +3,4%), dei **portali generalisti** (General Interest Portals & Communities, con +4,4%), dell'**ecommerce** (Mass Merchandiser, con +4,5%), dei **servizi delle Telcos** (Multi-category Telecom/Internet Services, con +10,1%), delle **informazioni di viaggio** (Maps/Travel Info, con +10,6%), del **cibo e cucina** (Food & Cooking, con +2,9%) e del mondo dell'**abbigliamento e dello stile** (Apparel/Beauty, con +5,2%).

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE LUGLIO 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) Luglio '25	PENETRAZIONE (%) POP. LUGLIO 25	TEMPO/PERSONA (hh:mm) LUGLIO 25	VAR % TEMPO X PERSONA LUG VS GIU25
TUTTE LE CATEGORIE	43.415	74,4	70:43	+2,2%
SEARCH	40.800	69,9	02:28	+0,8%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.193	68,9	01:50	-1,0%
VIDEOS/MOVIES	38.379	65,8	08:00	+2,7%
MEMBER COMMUNITIES	38.262	65,6	23:47	+3,4%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.473	64,2	00:56	-5,8%
INSTANT MESSAGING	37.403	64,1	11:27	+0,2%
E-MAIL	37.312	64,0	02:54	+0,7%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.141	63,7	01:19	+4,4%
MASS MERCHANDISER	37.053	63,5	02:04	+4,5%
WEATHER	36.417	62,4	00:16	+42,0%
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	32.964	56,5	01:32	-13,9%
CORPORATE & COMPANY INFO	32.932	56,5	00:47	-4,3%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.354	53,7	00:27	+10,1%
MAPS/TRAVEL INFO	30.393	52,1	01:56	+10,6%
FOOD & COOKING	29.145	50,0	00:18	+2,9%
SPORTS	28.260	48,4	00:42	-6,1%
RESEARCH TOOLS	28.056	48,1	00:14	+3,9%
APPAREL/BEAUTY	27.745	47,6	01:41	+5,2%
GOVERNMENT	27.716	47,5	00:26	-0,6%
FINANCIAL TOOLS	27.025	46,3	00:20	-0,6%

Fonte: Total Digital Audience LUGLIO 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