

SONO DISPONIBILI I DATI DELLA TOTAL DIGITAL AUDIENCE DEL MESE DI AGOSTO 2025, PRODOTTI DAL SISTEMA AUDIWEB E DISTRIBUITI DA AUDICOM

Nel mese di agosto hanno navigato 43,5 milioni di persone (il 74,6% della popolazione dai 2 anni in su), online complessivamente per 71 ore.

Il 94,8% degli individui tra i 18 e i 74 anni (40,4 milioni) ha navigato da Mobile.

Mese della piena estate, ad agosto le categorie di siti e app che offrono contenuti e servizi "ordinari" e più consultati in periodi di lavoro e studio mostrano dati in flessione, mentre tempo libero, relazioni e benessere attraggono l'interesse degli utenti, come nel caso delle piattaforme video (+1,9% degli utenti mensili rispetto a luglio), dei social network (audience stabile, ma +4,5% del tempo di fruizione), della messaggistica istantanea (+1,1% degli utenti), dei portali generalisti (+1,7%), del retail (+1,5%), mappe e viaggi (+3,1% gli utenti mensili e +12,6% il tempo), salute, benessere e nutrizione (+10,2%).

Milano, 17 ottobre 2025 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Agosto 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 Agosto 2025

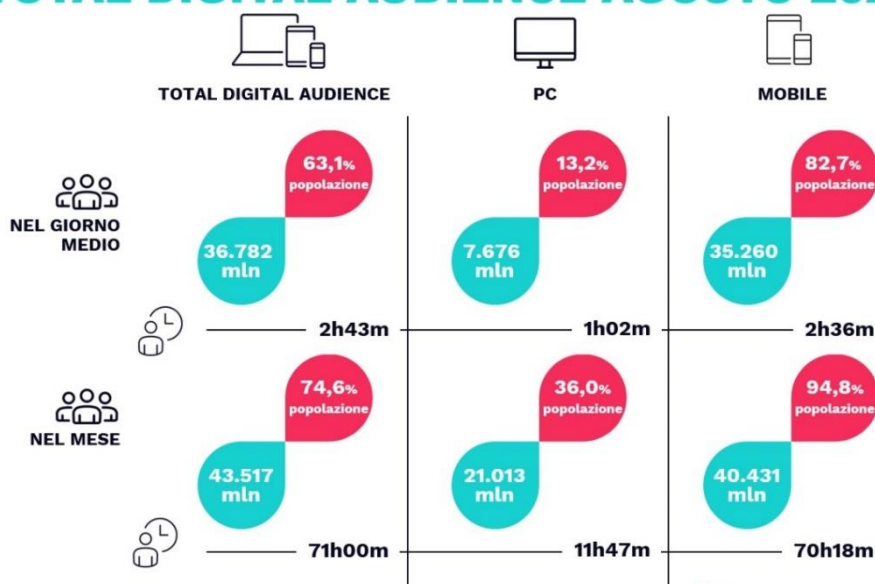
Nel mese di agosto hanno navigato 43,5 milioni di persone (il 74,6% della popolazione dai 2 anni in su), online complessivamente per 71 ore.

Il 94,8% degli individui tra i 18 e i 74 anni (40,4 milioni) ha navigato da Mobile (Smartphone e/o Tablet) per un tempo complessivo di 70 ore e 18 minuti.

Nel giorno medio la Total Digital Audience in questo mese di rilevazione è rappresentata da 36,8 milioni di utenti che hanno navigato almeno una volta dai device rilevati (Mobile e Computer) per 2 ore e 43 minuti in media per persona.

L'andamento generale della fruizione nel giorno medio si mantiene allineato ai mesi precedenti, con alcune peculiarità stagionali: il calo della fruizione da Computer (-11,3% gli utenti e -16,1% il tempo complessivo quotidiano) e una stabilità del dato di fruizione da Mobile.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE AGOSTO 2025

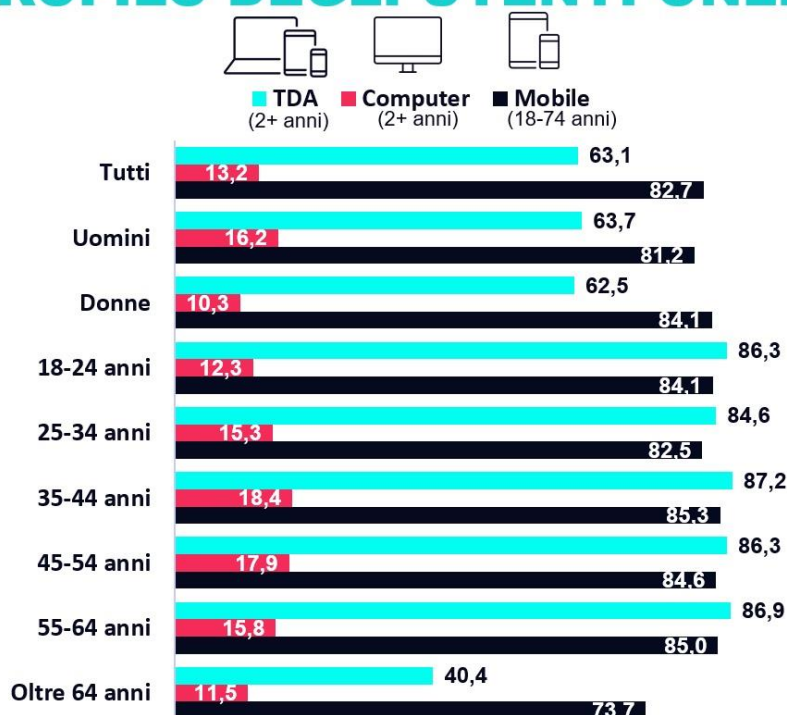


Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2025 – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

Entrando nel **dettaglio dei segmenti della popolazione** che ha navigato nel giorno medio ad agosto, ritroviamo **oltre il 60%** degli uomini e delle donne dai **2 anni in su** (il 63,7% degli uomini e il 62,5% delle donne) e, tra le differenti fasce d'età, **oltre l'80% degli individui tra i 18 e i 64 anni** (l'86,3% dei 18-24enni, l'84,6% dei 25-34enni, l'87,2% dei 35-44enni, l'86,3% dei 45-54enni e l'86,9% dei 55-64enni) e il **40,4% degli over 65** (unico segmento che presenta una leggera flessione rispetto a luglio, pari al -1,8%).

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

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



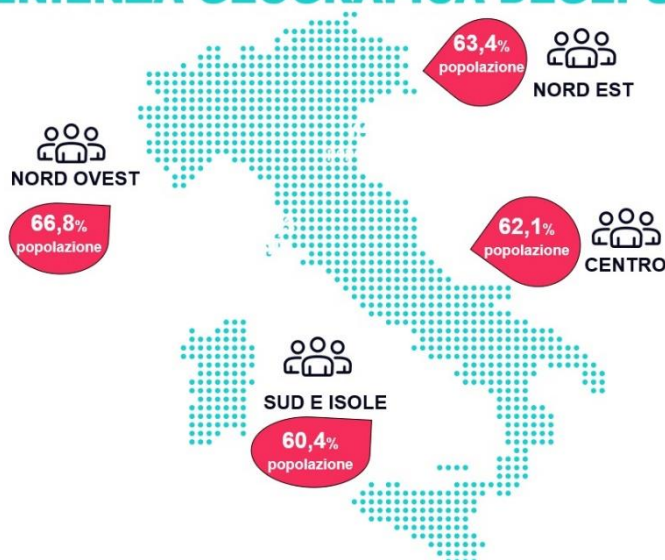
Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

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 il **66,8%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,5 milioni), il **63,4%** dal **Nord Est** (7,2 milioni), il **62,1%** dal **Centro** (7,2 milioni) e il **60,4%** dal **Sud e Isole** (11,9 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 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 generale **le donne hanno navigato in media 27 minuti in più degli uomini** da tutti i device rilevati e, come visto, il tempo dedicato alla navigazione è rimasto sostanzialmente inalterato rispetto al giorno medio di luglio, conseguentemente al calo della fruizione da Computer e (-16,8% per i 18-74enni) riequilibrato da una maggiore continuità da Mobile (+2,4%).

La **fruizione da Mobile**, inoltre, vede le **fasce più mature** di età - tra i 45 e i 64 anni – online per **almeno 2 ore e 40 minuti**.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



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



Dai **dati di consumo** si legge che siamo nel **pieno dell'estate**: le categorie di siti e app che offrono **contenuti e servizi maggiormente visitati nel corso dell'anno "lavorativo"** mostrano dati in **flessione**, mentre quelle dedicate al **tempo libero, alle relazioni e al benessere** continuano a tenere **l'interesse degli utenti**, con alcuni particolari incrementi **anche nel tempo speso**.

È il caso delle **piattaforme video** (Videos/Movies con un +1,9% rispetto a luglio, pari a 39,1 milioni di utenti mensili), dei **social network** che, pur mantenendo un'audience stabile, vedono crescere il tempo dedicato alla fruizione (+4,5%), della **messaggistica istantanea** (+1,1% degli utenti), i **portali generalisti** (+1,7%), del **retail** (+1,5%), **mappe e viaggi** (+3,1% gli utenti mensili e +12,6% il tempo), **salute, benessere e nutrizione** (+10,2%).

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE AGOSTO 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) AGOSTO '25	PENETRAZIONE (%) POP. AGOSTO 25	TEMPO/PERSONA (hh:mm) AGOSTO '25	VAR % PENETRAZIONE POP. AGO25 VS LUG5
TUTTE LE CATEGORIE	43.517	74,6	71:00	+0,2%
SEARCH	41.064	70,4	02:25	+0,7%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.454	69,3	01:38	+0,7%
VIDEOS/MOVIES	39.112	67,0	07:53	+1,9%
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	38.607	66,2	24:37	+0,9%
INSTANT MESSAGING	37.802	64,8	10:42	+1,1%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.781	64,8	01:17	+1,7%
MULTI-CATEGORY RETAIL	37.603	64,5	02:04	+1,5%
E-MAIL	37.519	64,3	02:28	+0,5%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.727	63,0	00:56	-2,0%
WEATHER	36.093	61,9	00:17	-0,9%
CORPORATE & COMPANY INFO	32.846	56,3	00:37	-0,3%
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	32.805	56,2	01:31	-0,5%
MAPS/TRAVEL INFO	31.320	53,7	02:07	+3,1%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	30.797	52,8	00:25	-1,8%
RESEARCH TOOLS	29.624	50,8	00:13	+5,6%
COOKING, FOOD & BEVERAGES	29.209	50,1	00:19	0,2%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.190	50,0	00:26	+10,2%
APPAREL/BEAUTY	28.352	48,6	01:32	+2,2%
SPORTS	28.212	48,4	00:51	-0,2%
FINANCIAL TOOLS	27.380	46,9	00:21	+1,3%

Fonte: Total Digital Audience AGOSTO 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