

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

La Total Digital Audience nel mese di settembre è rappresentata da quasi 44 milioni di utenti, collegati dai device rilevati per 70 ore complessive.

Sono stati 37 milioni gli individui dai 2 anni in su collegati almeno una volta nel giorno medio, con un incremento della frequenza di accesso da Computer (+23,4% gli utenti e +32,6% il tempo), tipica di questo mese che si riavvia alle pratiche ordinarie.

Tornano a crescere le audience mensili di contenuti e servizi utili nella quotidianità, tra lavoro e studio, come per i tool online (+21,9% del tempo), le email (+1% gli utenti e +20,7% il tempo), i software (+3,1% degli utenti e +7,2% del tempo), le informazioni e i servizi aziendali (+2,8% degli utenti e +28% del tempo), i servizi delle Telcos (+3% degli utenti e +6,6% del tempo) e governativi (+6,5 gli utenti e +36% il tempo), mentre le news online, si mantengono sostanzialmente stabili, viste le tematiche di politica internazionale che hanno mantenuto costante il livello di attenzione anche durante l'estate.

Ritornano ai valori "ordinari" anche i portali generalisti (+5,2% del tempo), cibo e ricette (+13,9% del tempo), sport (+16,2% del tempo) e i broadcasters online (+8,3% degli utenti e +21,4% del tempo).

Milano, 17 novembre 2025 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Settembre 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 Settembre 2025

La **Total Digital Audience nel mese di settembre** è rappresentata da **43 milioni 994 mila** utenti mensili, pari al **75,4%** della popolazione tra i **2 e i 74 anni**, collegati dai **device rilevati** (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer) per **quasi 70 ore** complessive.

La fruizione dell'online nel **giorno medio** si estende a **37 milioni** di individui dai 2 anni in su, collegati **almeno una volta dai device rilevati**, con un **incremento** della frequenza di accesso **da Computer** (+23,4% gli utenti nel quotidiano e +32,6% il tempo speso), tipica di questo mese che chiude il periodo di vacanze e riavvia le pratiche ordinarie.

TOTAL DIGITAL AUDIENCE SETTEMBRE 2025

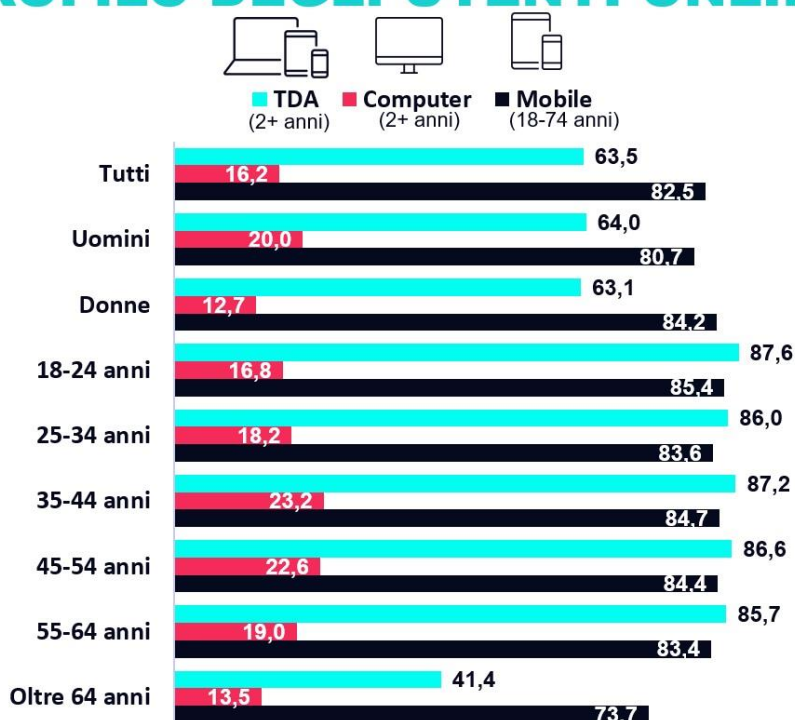
			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.062	9.475	35.177
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,5	16,2	82,5
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:46	1:07	2:37
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	43.994	22.883	40.429
Pop. di riferimento mese (%)	75,4	39,2	94,8
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	69:58	13:53	68:16

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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'**80,7% degli uomini** e l'**84,2% delle donne** maggiorenni(*) ha navigato almeno una volta nel **giorno medio** dai device rilevati e, più in generale, **oltre l'85% della popolazione tra i 18 e i 74 anni**, con maggiore coinvolgimento tra i **18-24enni** (l'87,6% di questo segmento) e i **35-44enni** (87,2%), seguito dai **45-54enni** (86,6%) e i **25-34enni** (86%).

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

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

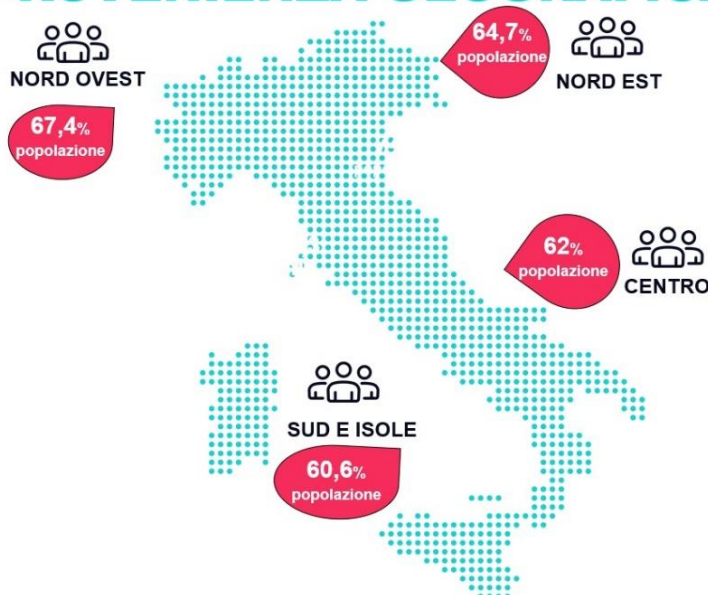


Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



Dai dati della **distribuzione dell'audience sul territorio** risulta che si sono collegati nel quotidiano **10,5 milioni** di utenti dal **Nord Ovest** (il 67,4% della popolazione di quest'area geografica), **7,4 milioni** dal **Nord Est** (il 64,7%), **7,2 milioni** dal **Centro** (il 62%) e 11,9 milioni dal Sud e isole (il 60,6%).

PROVENIENZA GEOGRAFICA



Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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)



Gli utenti online nel giorno medio **hanno navigato per 2 ore e 46 minuti**, con punte di **3 ore per le donne** e **almeno 2 ore e 50 minuti per i 35-64enni** – 2 ore e 20 minuti i 35-44enni, 2 ore e 52 minuti i 45-64enni -.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Audience SETTEMBRE 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 ritorno dalle vacanze per la maggior parte della popolazione italiana lo si legge dal **fluttuare delle principali categorie**.

Infatti, **tornano a crescere** le audience mensili delle categorie di siti e app mobile dedicati a **contenuti e servizi utili nella quotidianità**, tra lavoro e studio, come per i **servizi e i tool online** (“Internet Tools/Web Services”, con 40,7 milioni di utenti e +21,9% del tempo dedicato alla categoria), le **email** (+1% gli utenti e +20,7% il tempo), i **software** (+3,1% degli utenti e +7,2% del tempo), le **informazioni e i servizi aziendali** (“Corporate & Company Info” con +2,8% degli utenti e +28% del tempo), i **servizi delle Telcos** (“Multi-category Telecom/Internet Services” con +3% degli utenti e +6,6% del tempo) e **governativi-istituzionali** (+6,5 gli utenti e +36% il tempo), mentre **le news online**, con 36,8 milioni di utenti mensili, si mantengono **sostanzialmente stabili**, viste le tematiche di politica internazionale che hanno mantenuto costante il livello di attenzione anche durante l'estate.

Non solo, **tra le categorie di siti e mobile app** che in questo mese di ripresa **ritornano ai valori “ordinari”** troviamo anche quelle che raggruppano **contenuti e servizi dedicati al tempo libero “stanziale”**, come i **portali generalisti** (“General Interest Portals & Communities” con 38 milioni di utenti che hanno dedicato il 5,2% del tempo in più rispetto al mese precedente), il mondo del **cibo e delle ricette** (“Cooking, Food & Beverages con un +13,9% del tempo), dello **sport** (+16,2% del tempo) e – non rappresentato in tabella – dei **broadcasters online** (+8,3% degli utenti e +21,4% del tempo).

(la tabella è riportata nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE SETTEMBRE 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) SETTEMBRE 25	PENETRAZIONE (%) POP. SETTEMBRE 25	TEMPO/PERSONA (hh:mm) SETTEMBRE 25	VAR % PENETRAZIONE POP. AGO25 VS LUG5
TUTTE LE CATEGORIE	43.994	75,4	69:58	+1,1%
SEARCH	41.619	71,3	02:26	+1,3%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.675	69,7	01:59	+0,5%
VIDEOS/MOVIES	38.924	66,7	07:43	-0,5%
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	38.814	66,5	22:42	+0,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.030	65,2	01:20	+0,7%
E-MAIL	37.906	65,0	02:57	+1,0%
INSTANT MESSAGING	37.878	64,9	11:29	+0,2%
MULTI-CATEGORY RETAIL	37.676	64,6	01:57	+0,2%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.766	63,0	00:55	+0,1%
WEATHER	33.899	58,1	00:13	-6,1%
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	33.825	58,0	01:35	+3,1%
CORPORATE & COMPANY INFO	33.779	57,9	00:46	+2,8%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.731	54,4	00:26	+3,0%
MAPS/TRAVEL INFO	31.123	53,4	01:47	-0,6%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.583	50,7	00:25	+1,4%
COOKING, FOOD & BEVERAGES	29.321	50,3	00:22	+0,4%
GOVERNMENT	28.733	49,3	00:25	+6,5%
RESEARCH TOOLS	28.647	49,1	00:13	-3,3%
SPORTS	28.209	48,4	00:59	+0,0%
APPAREL/BEAUTY	27.892	47,8	01:35	-1,6%

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 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