

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

Sono stati **43,9 milioni** gli individui dai **2 anni in su** che nel mese di novembre 2025 hanno navigato dai dispositivi rilevati.

Il **95,6%** degli individui di **18-74 anni** (40,7 milioni) ha navigato da **Mobile** per **64 ore e 26 minuti**.

Nel **giorno medio** sono stati rilevati **37,6 milioni** di utenti, online per **2 ore e 38 minuti** in media per persona, in continuità con il mese precedente.

A novembre è stato ancora forte l'interesse verso i fatti internazionali, per le dinamiche di politica interna e i campionati calcistici e, tra le principali categorie di siti e app mobile, confermano questo andamento le News online, le Corporate Information, le categorie dedicate a cucina e cibo, all'abbigliamento e alla moda, allo Sport e delle istituzioni governative (Government +1,1%).

Particolare attenzione ha ricevuto lo shopping online che ha registrato un incremento del tempo pari al **20,5%**.

Milano, 19 gennaio 2026 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Novembre 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.

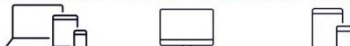
### La total digital audience nel mese di Novembre 2025

L'audience online nel **mese di novembre 2025** ha raggiunto **43,9 milioni** di individui dai 2 anni in su, collegati dai dispositivi rilevati (Computer e Mobile) per **67 ore e 37 minuti** complessive.

Il **95,6%** degli individui di **18-74 anni** (40,7 milioni) ha navigato da **Mobile** - Smartphone e/o Tablet – per **64 ore e 26 minuti**.

Nel **giorno medio** sono stati rilevati **37,6 milioni** di utenti dai 2 anni in su, online per **2 ore e 38 minuti** in media per persona, **in continuità** con il mese precedente.

## TOTAL DIGITAL AUDIENCE NOVEMBRE 2025



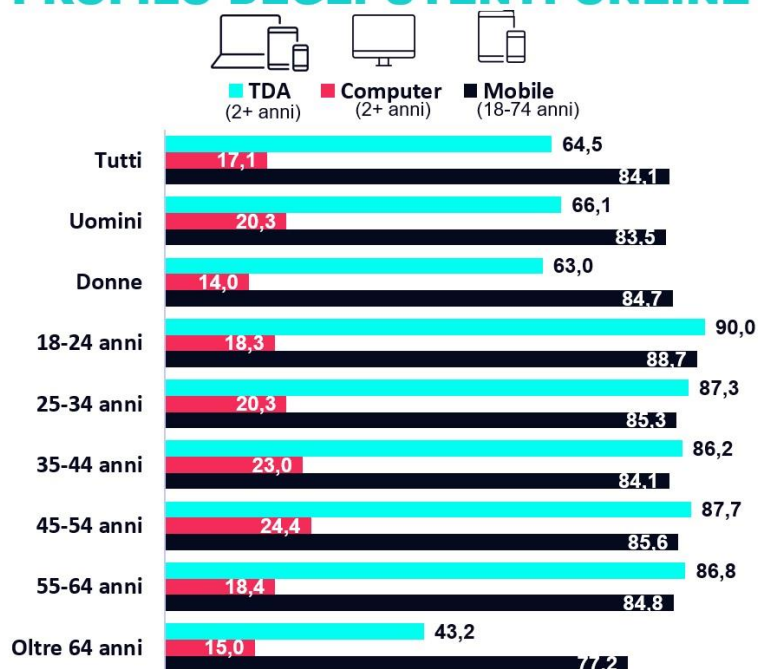
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.638	9.946	35.827
Pop. di riferimento giorno medio (%)	64,5	17,05	84,1
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:38	1:08	2:26
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	43.862	22.516	40.746
Pop. di riferimento mese (%)	75,2	38,6	95,6
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	67:37	15:06	64:26

Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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)

In questo mese di rilevazione il **90%** dei **18-24enni** ha navigato almeno una volta **nel giorno medio** tramite i dispositivi monitorati e, per quanto riguarda gli **altri segmenti della popolazione**, si osservano **livelli di penetrazione elevati e costanti** nel tempo pari ad **almeno l'86%** (87,3% dei 25-34enni, 86,2% dei 35-44enni, 87,7% dei 45-54enni e 86,8% dei 55-64enni).

(\*) 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 NOVEMBRE 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 **composizione geografica** della fruizione dell'online in Italia è rappresentata dal **69,1%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,9 milioni), dal **64,6%** del **Nord Est** (7,4 milioni), dal **64,7%** del **Centro** (7,5 milioni) e dal **60,7%** del **Sud e Isole** (11,9 milioni).

## PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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)

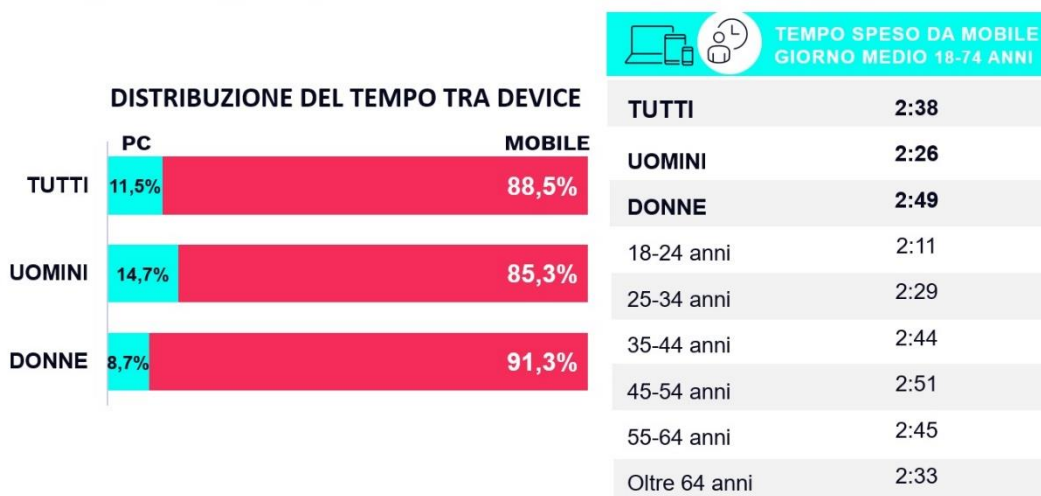


Per quanto riguarda, invece, la **distribuzione del tempo tra i device**, nel giorno medio a novembre risulta che l'**88,5%** del tempo complessivo è stato generato dalla fruizione **da Mobile**, con le **donne** che vi hanno dedicato il **91,3% del tempo**.

In generale, gli **uomini** hanno navigato per 2 ore e 26 minuti e le **donne** per 2 ore e 49 minuti. Andando più nel **dettaglio dei profili**, si osserva che nel giorno medio di novembre **hanno dedicato più tempo** alla

navigazione i **45-54enni** (2 ore e 51 minuti), seguiti dai 35-44enni e dai 55-64enni (rispettivamente con 2 ore e 44 minuti e 2 ore e 45 minuti).

## DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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)



Dal punto di vista dei **dati di consumo** di siti e mobile app, si conferma l'**andamento allineato** al periodo dell'anno, in un mese "ordinario" in cui continua è ancora forte l'interesse verso i fatti internazionali, oltre che per le dinamiche di politica interna e i campionati calcistici.

Tra le **principali categorie di siti e app mobile**, infatti, confermano questo andamento le **News online** (Current Events & Global News) che raggiungono 37,7 milioni di utenti mensili, le **Corporate Information**, con 34,6 milioni di utenti (+1,5%), le categorie dedicate a **cucina e cibo** (+1,1%), all'**abbigliamento e alla moda** (+1,7%), allo Sport (+2,4%) e delle **istituzioni governative** (Government +1,1%).

Particolare attenzione ha ricevuto la categoria dedicata allo **shopping online** (Multi-category Retail) che, con 38,6 milioni di utenti, ha registrato un **incremento del tempo** pari al **20,5%**.

## LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NOVEMBRE 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (000) NOVEMBRE '25	PENETRAZIONE (%) POP. NOVEMBRE '25	TEMPO/PERSONA (hh:mm) NOVEMBRE '25	VAR % PENETRAZIONE POP. NOV25 / OTT25
TUTTE LE CATEGORIE	43.862	75,2	67:37	-0,6%
SEARCH	41.743	71,5	02:29	-0,3%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.784	69,9	02:04	-0,9%
VIDEOS/MOVIES	39.521	67,7	06:53	-0,4%
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	39.082	67,0	20:47	-0,3%
MULTI-CATEGORY RETAIL	38.616	66,2	02:28	1,1%
INSTANT MESSAGING	38.344	65,7	10:22	-1,0%
E-MAIL	37.914	65,0	03:08	-1,2%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.771	64,7	01:22	-1,3%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.722	64,7	00:49	0,6%
CORPORATE & COMPANY INFO	34.588	59,3	00:51	1,5%
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	33.493	57,4	01:40	-1,9%
WEATHER	32.291	55,3	00:12	-2,7%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.178	55,1	00:26	-1,3%
COOKING, FOOD & BEVERAGES	31.274	53,6	00:22	1,2%
MAPS/TRAVEL INFO	30.719	52,6	01:30	-1,5%
APPAREL/BEAUTY	29.971	51,4	01:37	1,7%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.727	50,9	00:28	-2,9%
SPORTS	28.843	49,4	00:50	2,4%
GOVERNMENT	28.765	49,3	00:27	1,1%
RESEARCH TOOLS	28.492	48,8	00:13	-2,6%

Fonte: Total Digital Audience NOVEMBRE 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](http://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](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)