

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

Nel mese di dicembre 2025 sono stati quasi 44 milioni gli individui che hanno navigato da Smartphone e/o Tablet e/o Computer, pari al 75,4% della popolazione di 2+ anni, con un andamento complessivo allineato al mese precedente e alla media del 2025.

Per le principali categorie di siti e app mobile, nel complesso a dicembre si osservano dati molto allineati al mese precedente: restano confermati i primi 5 raggruppamenti di siti e mobile app - motori di ricerca, servizi e tool online, piattaforme video, social networks, ecommerce e messaggistica) e alcune che registrano audience leggermente più ampie, come nel caso dei portali generalisti (+1%), servizi e informazioni per software (+1,5%), contenuti su cucina e cibo (+1,5%), su salute e benessere (+1%), tools per ricerche e approfondimenti (+1,8% e +7,3% del tempo) e tool finanziari (+1,4%).

In media i dati di consumo dell'online nel 2025 presentano un ulteriore consolidamento della fruizione da Mobile (Smartphone e/o Tablet da parte della popolazione di 18-74 anni), con 35,4 milioni\* di utenti unici che hanno navigato da questi device nel giorno medio dei 12 mesi dell'anno (+1,3% rispetto alla media del 2024).

Milano, 19 febbraio 2026 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Dicembre 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 2025

I dati di consumo dell'online nel 2025 presentano un ulteriore **consolidamento** della fruizione da **Mobile** (Smartphone e/o Tablet da parte della popolazione di 18-74 anni), con **35,4 milioni\*** di utenti unici che hanno navigato **nel giorno medio** dei 12 mesi dell'anno (+1,3% rispetto alla media del 2024), mentre la fruizione da **Computer** ha registrato **dati in flessione** nella frequenza di accesso, con **9,8 milioni\*** individui dai 2 anni in su (-9,5%) nello stesso periodo di analisi.

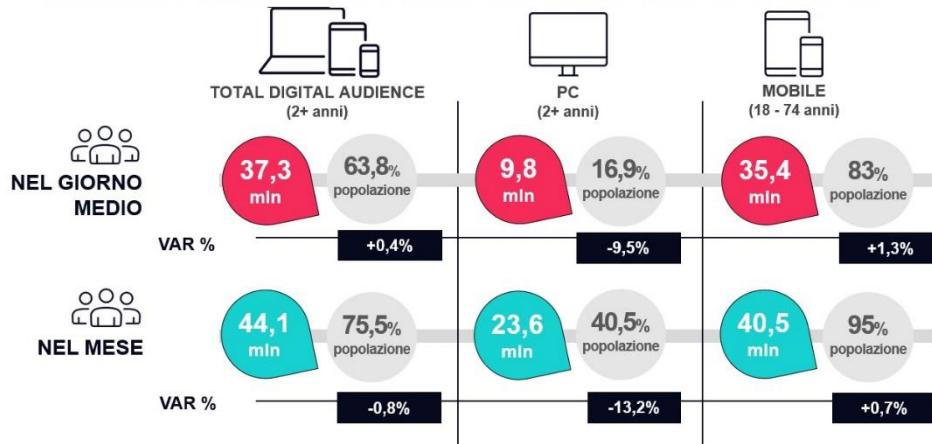
Le differenze tra le due modalità di consumo hanno portato comunque ad **un dato complessivo allineato al 2024** – 37 milioni\* di individui online in media quotidianamente nel 2025 (+0,4% sul 2024) - segno di **continuità e consolidamento** delle dinamiche di fruizione tra la popolazione.

(\* media aritmetica dell'audience online nel giorno medio dei 12 mesi dell'anno.

Di riflesso, sulla **media dei dati dell'audience online mensile del 2025** si registrano le medesime oscillazioni, con un dato complessivo di **44,1 milioni\*** di utenti mensili (il 75,5% degli individui dei 2 anni in su) che hanno navigato in media nel mese dai device rilevati (Mobile e Computer) e, entrando nel dettaglio della **fruizione da Mobile**, **40,5 milioni\*** (il 95% della popolazione di 18-74 anni, +0,7% rispetto al 2024) che hanno navigato e/o da Smartphone/Tablet in media nei 12 mesi.

(\* media aritmetica dell'audience online mensile dei 12 mesi dell'anno.

## TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2025



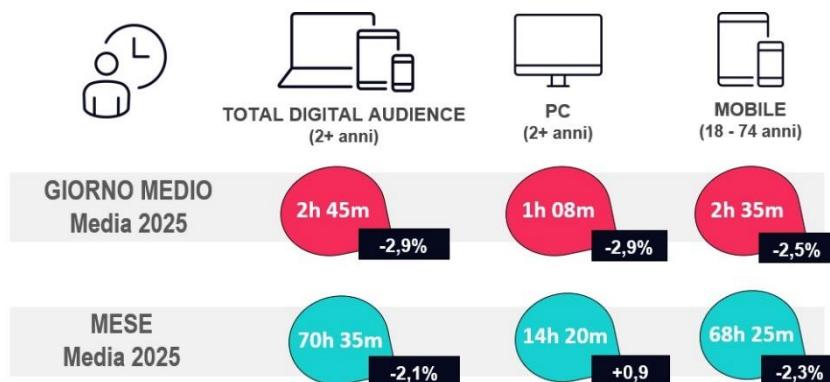
Fonte: Total Digital Audience Media 2025 e confronto con MEDIA 2024 - Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 BASE: Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni.



**Il tempo dedicato all'online** nel corso del **2025** presenta lievi flessioni: **nel giorno medio** gli utenti dai 2 anni in su hanno dedicato **2 ore 45 minuti\*\*** alla navigazione, 3 secondi in meno rispetto all'anno scorso, mentre **nel mese** si è arrivati a una media di **70 ore e 35 minuti** (-2,1% sul 2024).

\*\*Media aritmetica dei dati del tempo speso nel giorno medio rilevato nei 12 mesi del 2025

## IL TEMPO ONLINE NEL 2025



Fonte: Tempo speso per persona MEDIA 2025 e confronto MEDIA 2024, 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)



Dalla media dei dati dei 12 mesi di **consumo dei siti e app mobile** si registra una **flessione complessiva pari a -0,8%** distribuita tra i diversi raggruppamenti, ma risultano confermate le principali preferenze per gran parte della popolazione dai 2 anni in su.

Restano, infatti, **confermati i 4 principali raggruppamenti**: i **motori di ricerca** (Search) con una media mensile di 41,7 milioni di utenti, **servizi e strumenti dedicati ai software online** (Internet Tools/Web Services) con 40,8 milioni, le **piattaforme video** (Videos/Movies) con 39,3 milioni di utenti e i **social networks** con 38,8 milioni.

## ALCUNE TRA LE CATEGORIE PIÙ VISITATE NEL 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) MEDIA 2025	(%) POP. DI RIFERIMENTO MEDIA2025	TEMPO PER PERSONA (hh:mm) MEDIA25	Var %	VAR % POP. DI RIFERIMENTO MEDIA 2025/2024
TUTTE LE CATEGORIE	<b>44.058</b>	<b>75,5%</b>	<b>70:35</b>		-0,8%
SEARCH	41.680	71,4	2:30		-1,4%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.828	70,0	1:51		-0,6%
VIDEOS/MOVIES	39.282	67,3	7:40		-1,3%
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	38.830	66,5	22:52		-1,0%
MULTI-CATEGORY RETAIL	37.745	64,7	2:06		+0,3%
INSTANT MESSAGING	38.118	65,3	11:33		-0,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	37.912	65,0	1:16		-2,5%
E-MAIL	37.920	65,0	3:03		-0,4%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.650	64,5	0:56		-0,8%
CORPORATE & COMPANY INFO	34.197	58,6	0:51		-1,8%
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	34.176	58,6	1:45		-6,1%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.942	54,7	0:26		-1,9%
COOKING, FOOD & BEVERAGES	30.713	52,6	0:20		-2,1%
WEATHER	33.624	57,6	0:13		-0,6%
MAPS/TRAVEL INFO	31.427	53,9	1:37		-6,0%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	28.475	48,8	0:28		-0,2%
APPAREL/BEAUTY	28.549	48,9	1:35		+0,2%
RESEARCH TOOLS	29.471	50,5	0:14		-5,6%
FINANCIAL TOOLS	27.466	47,1	0:20		+1,7%
GOVERNMENT	28.741	49,3	0:28		-4,8%

Fonte: Total Digital Audience Media 2025 e confronto con MEDIA 2024 sulla % di penetrazione della popolazione dai 2 anni in su - 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 total digital audience nel mese di Dicembre 2025

Nel mese di dicembre 2025 sono stati **43 milioni e 972 mila** gli individui che hanno navigato dai dispositivi rilevati (Smartphone e/o Tablet e/o Computer), pari al 75,4% della popolazione di 2+ anni, con un **andamento complessivo allineato** al mese precedente e alla media del 2025.

L'audience online **nel giorno medio** ha raggiunto **37,6 milioni** di utenti di 2 anni in su, online per 2 ore e 37 minuti per persona.

## TOTAL DIGITAL AUDIENCE DICEMBRE 2025

DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	<b>37.553</b>	9.437	35.830
Pop. di riferimento giorno medio (%)	<b>64,4</b>	16,2	84,1
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	<b>2:37</b>	1:06	2:27
DATI MESE (browser + App)		TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni
Utenti unici mese (.000)	<b>43.972</b>	23.061	40.740
Pop. di riferimento mese (%)	<b>75,4</b>	39,5	95,6
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	<b>69:06</b>	13:56	66:41

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 2025, – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

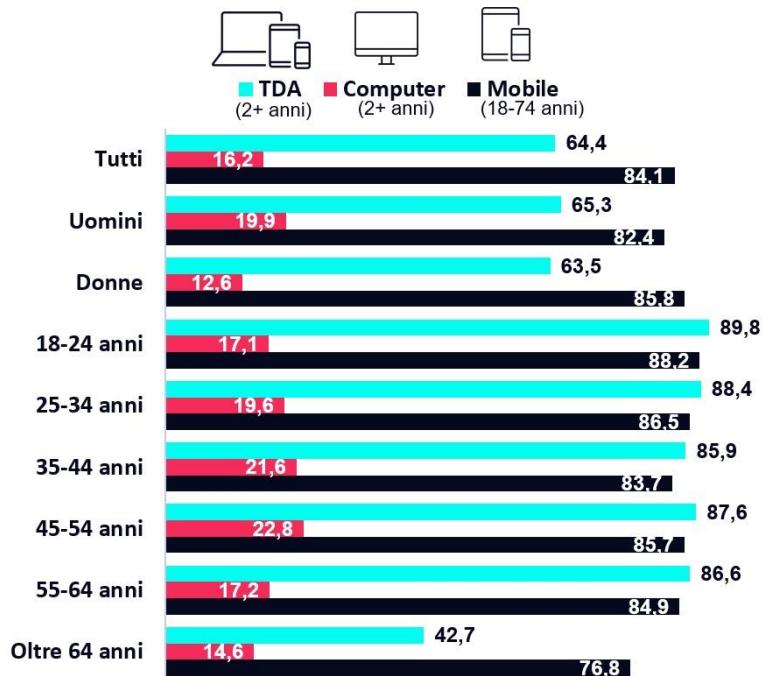
Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



La fruizione da Mobile (Smartphone e/o Tablet) nel quotidiano a dicembre ha visto coinvolto l'**84,1%** della popolazione di **18-74 anni**, raggiungendo l'**82,4%** degli **uomini** e l'**85,8%** delle **donne**, con l'**88,2%** dei **18-24enni** a rappresentare il segmento di popolazione maggiormente coinvolto.

(\*) 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 oppure la metodologia di rilevazione pubblicati sul sito "sistema Audiweb".

## PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



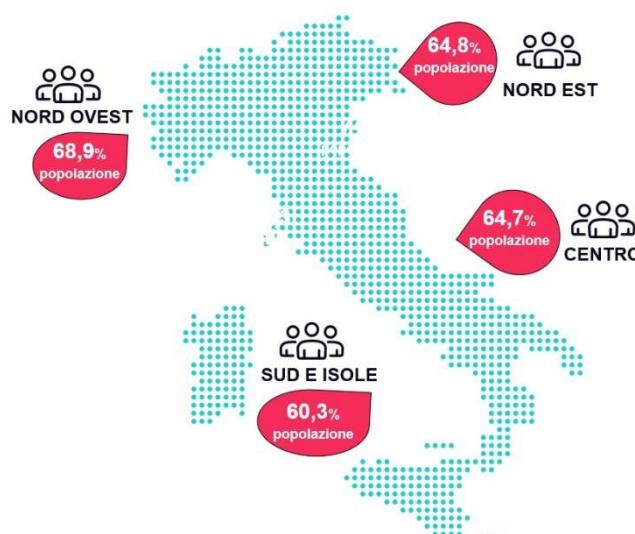
Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 2025, dati Giorno Medio –  
Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

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



Nel giorno medio di dicembre hanno navigato da **Mobile e/o Computer** il **68,9%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,8 milioni), il **64,8%** dal **Nord Est** (7,4 milioni), il **64,7%** dal **Centro** (7,5 milioni) e il **60,3%** dal **Sud e Isole** (11,8 milioni).

## PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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 tempo per persona nel giorno medio** si è mantenuto sullo **stesso livello** del mese precedente, distribuito con leggere sfumature tra genere ed età, ma mantenendo le stesse peculiarità di consumo: le **donne** hanno navigato per **2 ore e 47 minuti**, mentre gli **uomini 21 minuti in meno** e, tra le differenti fasce d'età, i **45-64enni** hanno mantenuto la **media più alta** con 2 ore e 46 minuti di navigazione nel giorno medio.

## TEMPO SPESO ONLINE NEL GIORNO MEDIO DICEMBRE 2025



Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)



Nel confronto dei dati di consumo rispetto a novembre, in questo mese di rilevazione si osservano dati molto allineati per le principali categorie di siti e app mobile, con differenze minime.

Restano confermati i primi 5 raggruppamenti di siti e mobile app dello scorso mese: **motori di ricerca** (Search), con 41,8 milioni di utenti mensili; **servizi e tool online** (Internet Tools/Web Services), con 40,9 milioni di utenti; **piattaforme video**, con 39,7 milioni di utenti e l'11% di tempo aggiuntivo rispetto a novembre; **social networks** con 39,3 milioni di utenti; **ecommerce** (Multi-category Retail), con 38,6 milioni di utenti; **messaggistica istantanea**, con 38,3 milioni di utenti.

Tra le categorie che hanno raggiunto **audience leggermente più ampie** rispetto a novembre troviamo quelle che raggruppano i **portali generalisti** (General Interest Portals & Communities) con 38,1 milioni di utenti (+1%) rispetto al mese precedente, le **informazioni su software** (Software Information / Developers) con 33 milioni e 985 mila utenti (+1,5%), contenuti su **cucina e cibo** (Cooking, Food & Beverages) con 31,8 milioni di utenti (+1,5%), su **salute e benessere** (Health, Fitness & Nutrition) con 30 milioni di utenti (+1%), **tools per ricerche e approfondimenti** (Research Tools) con quasi 29 milioni di utenti (+1,8% e +7,3% del tempo) e **tool finanziari** con 28,5 milioni di utenti (+1,4%).

## LE CATEGORIE PIÙ VISITATE DICEMBRE 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) DIC 2025	PENETRAZIONE (%) POP. DIC 2025	TEMPO/PERSONA (hh:mm) DIC 2025	Var %	VAR % POP. DI RIFERIMENTO DIC25/NOV25
TUTTE LE CATEGORIE	43.972	75,4	69:06	+0,3%	
SEARCH	41.805	71,6	02:34	+0,1%	
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.863	70,0	02:03	+0,2%	
VIDEOS/MOVIES	39.699	68,0	07:36	+0,4%	
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	39.271	67,3	21:39	+0,5%	
MULTI-CATEGORY RETAIL	38.632	66,2	02:18	=	
INSTANT MESSAGING	38.303	65,6	11:00	-0,1%	
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.153	65,4	01:21	+1,0%	
E-MAIL	37.919	65,0	03:03	=	
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.878	64,9	00:49	+0,4%	
CORPORATE & COMPANY INFO	34.359	58,9	00:51	-0,7%	
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	33.985	58,2	01:32	+1,5%	
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.437	55,6	00:30	+0,8%	
COOKING, FOOD & BEVERAGES	31.757	54,4	00:23	+1,5%	
WEATHER	31.262	53,6	00:10	-3,2%	
MAPS/TRAVEL INFO	30.808	52,8	01:41	+0,3%	
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	30.025	51,5	00:26	+1,0%	
APPAREL/BEAUTY	29.784	51,0	01:21	-0,6%	
RESEARCH TOOLS	28.998	49,7	00:14	+1,8%	
FINANCIAL TOOLS	28.526	48,9	00:21	+1,4%	
GOVERNMENT	28.239	48,4	00:25	-1,8%	

Fonte: Total Digital Audience DICEMBRE 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)