

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

La total digital audience a febbraio 2025 ha raggiunto **44,4 milioni di individui** (il 76% della popolazione dai 2 anni in su*) collegati da Mobile (Smartphone e/o Tablet) e da Computer, presentando un andamento costante e allineato in termini di copertura rispetto al mese precedente.

Le principali categorie di siti e app mobile presentano dati di audience online in continuità rispetto al mese precedente, con alcune tra queste che mostrano dati in crescita grazie ad eventi particolari che hanno caratterizzato il mese di febbraio. È il caso dei siti e app mobile dedicate al mondo della cultura e spettacolo (+9,6%) e dei broadcasters online (+6,2%), spinte in particolare dal fenomeno Sanremo, oltre alla categoria Sports (+2,0%), trainata da eventi sportivi in calendario in questo mese di rilevazione.

Milano, 15 aprile 2025 - Sono **disponibili i dati della total digital audience del mese di Febbraio 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 Febbraio 2025

La total digital audience a febbraio 2025 ha raggiunto **44,4 milioni di individui** (il 76% della popolazione dai 2 anni in su*) collegati da Mobile (Smartphone e/o Tablet) e da Computer, presentando un andamento costante e allineato in termini di copertura rispetto al mese precedente.

Nel giorno medio sono stati 37,6 milioni gli individui dai 2 anni in su che hanno navigato **almeno una volta dai device rilevati**, con una variazione dell'1,3% rispetto a gennaio, segno di una maggiore frequenza di utilizzo del mezzo nel quotidiano, dedicando all'online **3 ore** in media nel quotidiano.

La fruizione nel giorno medio **da Mobile** ha visto coinvolti **35,4 milioni di individui tra i 18 e i 74 anni, pari all'83,1% della popolazione di questa fascia d'età.**

*2 anni in su per la rilevazione da Computer: 18-74 anni per la rilevazione da Mobile.

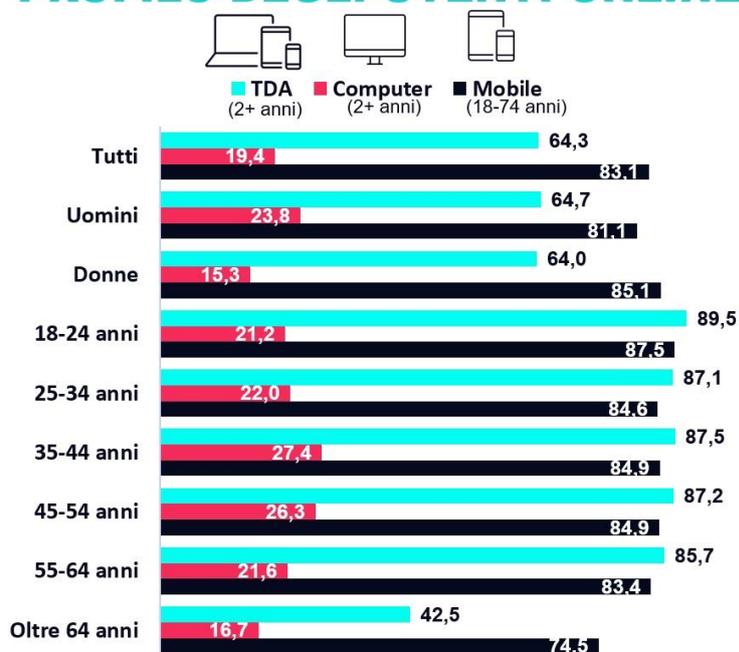
TOTAL DIGITAL AUDIENCE FEBBRAIO 2025

			
DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.569	11.350	35.442
Pop. di riferimento giorno medio (%)	64,3	19,4	83,1
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	3:01	1:13	2:48
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	44.384	25.993	40.391
Pop. di riferimento mese (%)	76,0	44,5	94,7
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	71:26	14:56	68:53

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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)

Per quanto riguarda il **dettaglio dei profili demografici** degli utenti online dai 2 anni in su, a febbraio ritroviamo il **64,7% degli uomini** (18,4 milioni) e il **64% delle donne** (19,1 milioni), distribuiti tra l'**89,5% dei 18-24enni** (3,7 milioni), almeno l'**87% dei 18-54enni** (19,8 milioni tra l'87,1% dei 25-34enni, l'87,5% dei 35-44enni e l'87,2% dei 45-54enni), l'**85,7% dei 55-64enni** (7,7 milioni) e il **42,5% degli over 64enni** (6 milioni).

PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE



Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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 questo mese di rilevazione hanno navigato il **68,7%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,7 milioni), il **66,7%** dal **Nord Est** (7,6 milioni), il **62,8%** dal **Centro** (7,3 milioni) e il **60,4%** dal **Sud e Isole** (11,9 milioni).

PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI

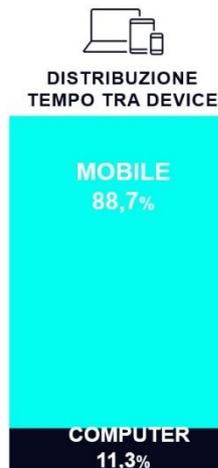


Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)

La **fruizione dell'online da Mobile** ha generato l'**88,7% del tempo complessivo** trascorso online dagli utenti tra i **18 e i 74 anni**, pari a **2 ore e 48 minuti** per persona nel giorno medio.

In particolare, tra i vari segmenti della popolazione, le **donne**, i **18-24enni** e i **25-34enni** a febbraio risultano quelli che **hanno trascorso più tempo online da Mobile**, toccando abbondantemente le **3 ore** nel giorno medio.

DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE




TEMPO SPESO DA MOBILE
GIORNO MEDIO 18-74 ANNI

TUTTI	2:48
UOMINI	2:33
DONNE	3:03
18-24 anni	3:07
25-34 anni	3:04
35-44 anni	2:50
45-54 anni	2:46
55-64 anni	2:43
Oltre 64 anni	2:28

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



Dai **dati di consumo** emerge che anche a febbraio le **principali categorie di siti e mobile app** mantengono un **andamento costante in termini di audience online**.

Infatti, tra le **prime venti categorie** presentano **particolare continuità** rispetto al mese precedente i **social network** - Member Communities - con 39 milioni di tenti unici mensili, i **servizi di messaggistica istantanea** - Instant Messaging - con 38,4 milioni di tenti, le **news online** - Current Events & Global News - e i **portali generalisti** - General Interest Portals & Communities -, entrambe con 38,1 milioni di utenti, le **piattaforme di gestione delle email** con 38 milioni di utenti e il segmento dell'**ecommerce del largo consumo** con 34,7 milioni di utenti.

Alcune tra le principali categorie mostrano **dati in crescita grazie ad eventi particolari** che hanno caratterizzato il mese di febbraio. È il caso delle categorie di siti e app mobile dedicate al **mondo della cultura e spettacolo** - Multicategory Entertainment -, che raggiunge 31,5 milioni di utenti mensili (+9,6% rispetto a gennaio) e dei **broadcasters online** che registra 29,8 milioni di utenti (+6,2%), spinte in particolare dal fenomeno **Sanremo, oltre alla categoria Sports**, con 28,8 milioni di utenti (+2,0%), trainata da eventi sportivi in calendario in questo mese di rilevazione.

(grafico nella pagina successiva)

LE CATEGORIE PIÙ VISITATE FEBBRAIO 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) FEB 25	PENETRAZIONE (%) POP. FEB 2025	TEMPO/PERSONA (hh:mm) FEB 2025	VAR % UTENTI MENSILI FEB25 VS GEN25
TUTTE LE CATEGORIE	44.384	76,0	71:26	0,2%
SEARCH	41.863	71,7	02:28	-0,2%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.908	70,1	01:38	-0,5%
VIDEOS/MOVIES	39.426	67,5	07:40	-0,3%
MEMBER COMMUNITIES	39.000	66,8	22:54	0,4%
INSTANT MESSAGING	38.361	65,7	12:55	0,2%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	38.143	65,3	00:55	0,8%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.124	65,3	01:09	0,3%
E-MAIL	38.071	65,2	03:09	0,4%
MASS MERCHANDISER	37.433	64,1	01:59	0,0%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.456	60,7	02:07	1,4%
CORPORATE INFORMATION	34.844	59,7	00:57	0,6%
MAPS/TRAVEL INFO	32.740	56,1	01:17	-0,1%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.471	55,6	00:25	-1,0%
WEATHER	32.310	55,3	00:11	-0,8%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	31.521	54,0	00:24	9,6%
FOOD & COOKING	31.484	53,9	00:20	-1,5%
RESEARCH TOOLS	30.741	52,6	00:19	-0,4%
BROADCAST MEDIA	29.779	51,0	02:51	6,2%
GOVERNMENT	29.513	50,5	00:31	-1,5%
SPORTS	28.763	49,3	01:06	2,1%

Fonte: Total Digital Audience FEBBRAIO 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