

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

Nel mese di marzo 2025 sono stati 44,6 milioni gli individui dai 2 anni in su che si sono collegati dai device rilevati (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer), online per 73 ore e 13 minuti.

L'offerta online mantiene mediamente un'audience stabile rispetto al mese precedente (+0,4% gli utenti mensili), nonostante qualche giorno in più di calendario, con alcune differenze tra le categorie, per questo mese a metà tra l'avvio della primavera e, a febbraio, gli eventi sportivi (Champions League) e mediatici (Festival di Sanremo), oltre che di politica internazionale. Variazioni positive per le informazioni di viaggio (+1,9%) e meteorologiche (+3%), su stile e abbigliamento (+2,6%), salute e benessere (+2,2%), mentre presentano dati in flessione le news online (-1,9%), il mondo dello spettacolo e dell'intrattenimento (-8%) e dei contenuti sportivi (-1,3%).

Milano, 16 maggio 2025 - Sono disponibili i dati della total digital audience del mese di Marzo 2025, prodotti dal sistema Audiweb e distribuiti da Audicom.

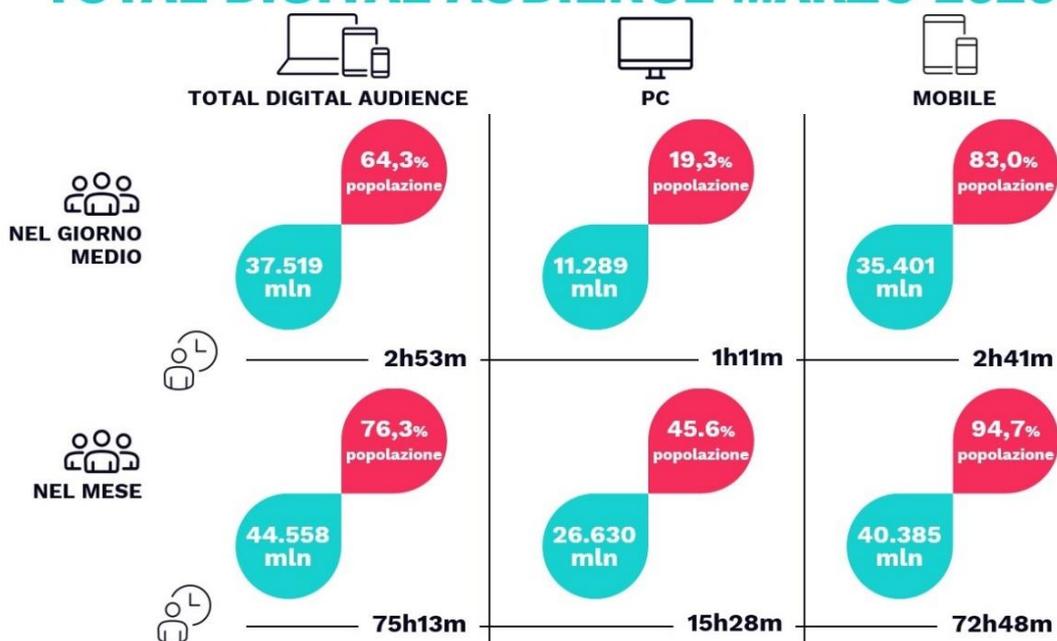
I nuovi dati Audiweb Database dell'audience online sono stati già distribuiti alle software house per poter essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite tool di analisi e pianificazione e sono rappresentati nel documento di sintesi\* disponibile sul sito Audiweb.

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

Sono stati 44,6 milioni gli utenti online nel mese di marzo 2025, pari al 76,3% della popolazione dai 2 anni in su, collegati dai device rilevati (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer) per 73 ore e 13 minuti.

La Total Digital Audience nel giorno medio è rappresentata da 37,5 milioni di individui dai 2 anni in su, in continuità rispetto al mese precedente nonostante qualche giorno in più di calendario.

## TOTAL DIGITAL AUDIENCE MARZO 2025

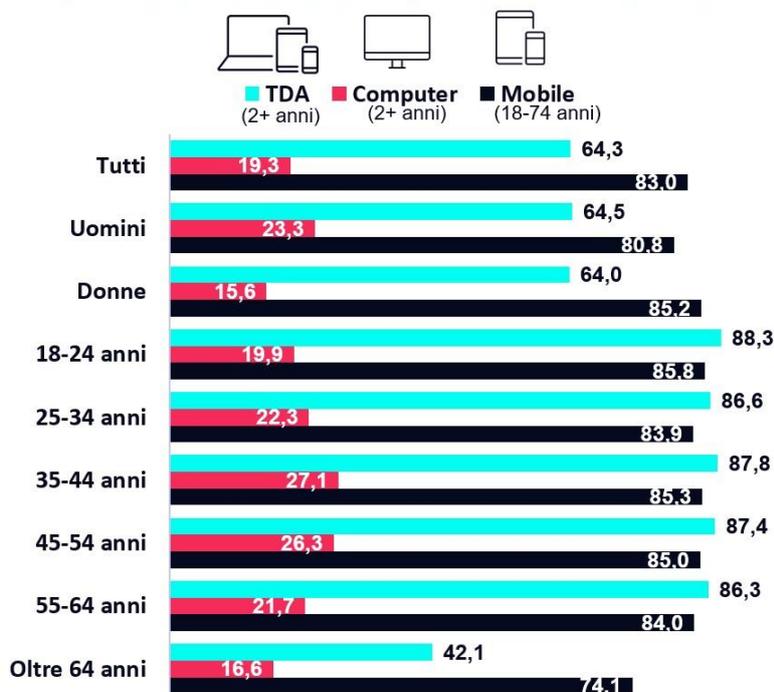


Fonte: Total Digital Audience MARZO 2025 – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

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

Per quanto riguarda il **profilo degli utenti online nel giorno medio**, erano online dai device rilevati il **64,5%** degli **uomini** e il **64%** delle **donne** dai 2 anni in su e, **restringendo l'osservazione alle fasce dai 18 ai 74 anni**, l'88,3% dei 18-24enni, l'86,6% dei 25-34enni, oltre l'87% dei 35-54enni, l'86,3% dei 55-64enni e il 42,1% degli over 64.

## PROFILO DEGLI UTENTI ONLINE

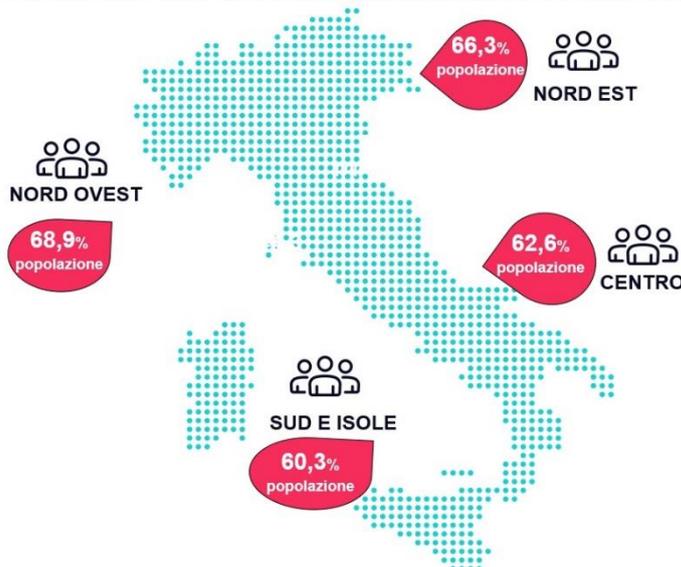


Fonte: Total Digital Audience MARZO 2025, dati Giorno Medio  
 – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen  
 Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)



La **distribuzione geografica** della fruizione dell'online mantiene **stabilità** tra le quattro aree, con il **68,7%** della popolazione del **Nord Ovest** (10,8 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 MARZO 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 si è navigato in media per **2 ore e 53 secondi** e le **donne** (2+ anni) **mantengono ancora il primato sul tempo trascorso online**, raggiungendo le **3 ore piene online** nel quotidiano. In base alla rilevazione di questo mese risulta, inoltre, che i **25-34enni**, con 3 ore trascorse online nel giorno medio, **hanno navigato per più tempo rispetto alle altre fasce d'età**, con **livelli praticamente simili per le altre fasce d'età tra dai 35 ai 64 anni** (i 35-44enni con 2 ore e 59 secondi, i 45-54enni con 2 ore e 57 secondi e i 55-64enni con 2 ore e 56 secondi).

## TEMPO SPESO ONLINE NEL GIORNO MEDIO MARZO 2025



Fonte: Total Digital Audience MARZO 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)



L'**offerta online** mantiene mediamente un'**audience stabile** rispetto al mese precedente (+0,4% gli utenti unici mensili), sebbene con qualche giorno in più di calendario, presentando **alcune differenze tra le categorie**, correlate a **dinamiche particolari di marzo**, mese a metà tra l'avvio della **primavera**, che spinge alla programmazione di spostamenti o viaggi in vista del successivo periodo pasquale e della nuova stagione e degli **eventi sportivi** (Champions League) e **mediatici** (Festival di Sanremo), oltre che di **politica internazionale** di febbraio.

Infatti, **tra le principali categorie**, mostrano **variazioni positive di almeno l'1,5%** quelle che aggregano siti e app mobile dedicati alle **mappe e alle informazioni di viaggio** (+1,9%, con 33,4 milioni di utenti), alle **informazioni meteorologiche** (+3%, con 33,3 milioni di utenti), su **stile e abbigliamento** (categoria Apparel/Beauty con +2,6%), ma anche **salute e benessere\*** (categoria Health, Fitness & Nutrition con +2,2%), mentre presentano **dati in flessione** le categorie dedicate alle **notizie online** (categoria Current Events & Global News con -1,9% di utenti mensili), al mondo dello **spettacolo e dell'intrattenimento** (Multi-category Entertainment con -8%) e dei **contenuti sportivi\*** (-1,3%).

(grafico nella pagina successiva)

\*categorie non rappresentate in tabella

## LE CATEGORIE PIÙ VISITATE MARZO 2025

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	UTENTI UNICI (.000) MARZO '25	PENETRAZIONE (%) POP. MARZO 25	TEMPO/PERSONA (hh:mm) MARZO 25	VAR % POPOLAZIONE MAR25 VS FEB25
<b>TUTTE LE CATEGORIE</b>	<b>44.558</b>	<b>76,3</b>	<b>75:13</b>	<b>+0,4%</b>
SEARCH	42.330	72,5	02:38	+1,1%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	41.188	70,5	01:46	+0,7%
VIDEOS/MOVIES	39.632	67,9	08:12	+0,5%
MEMBER COMMUNITIES	38.823	66,5	24:17	-0,4%
E-MAIL	38.624	66,1	03:15	+1,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.504	65,9	01:17	+1,0%
INSTANT MESSAGING	38.219	65,5	12:16	-0,4%
MASS MERCHANDISER	37.914	64,9	02:08	+1,3%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	37.436	64,1	01:02	-1,9%
SOFTWARE MANUFACTURERS	35.649	61,0	01:55	+0,5%
CORPORATE INFORMATION	35.253	60,4	01:00	+1,2%
MAPS/TRAVEL INFO	33.361	57,1	01:23	+1,9%
WEATHER	33.288	57,0	00:13	+3,0%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	32.311	55,3	00:26	-0,5%
FOOD & COOKING	31.952	54,7	00:22	+1,5%
RESEARCH TOOLS	31.002	53,1	00:16	+0,9%
GOVERNMENT	29.883	51,2	00:31	+1,2%
BROADCAST MEDIA	29.815	51,1	03:13	+0,1%
MULTI-CATEGORY ENTERTAINMENT	29.013	49,7	00:25	-8,0%
APPAREL/BEAUTY	28.757	49,2	01:40	+2,6%

Fonte: Total Digital Audience MARZO 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