



Media: Comscore, a novembre 46 milioni di italiani online, in testa Rainews e Citinews

Descrizione

(Adnkronos) Il numero di italiani che navigano in internet si è ormai stabilizzato presentando variazioni minime, lo confermano le rilevazioni Comscore per il mese di novembre che attestano la platea italiana (Total digital population) a 46 milioni di utenti unici mensili, con un incremento minimo nel confronto con ottobre dello scorso anno, appena un +2%. Più sostenuto, ma sostanzialmente stabile, anche il tempo medio speso dagli italiani su internet che, nel confronto anno su anno, passa dalle 67 ore mensili per utente di novembre 2024 alle 71 ore mensili di novembre 2025 (+6%).

I dati confermano quindi un quadro del mercato italiano vicino alla saturazione per quanto riguarda l'audience complessiva nel quale le dinamiche interne e i mutamenti dei rapporti di forza tra i diversi brand editoriali avvengono all'interno di un bacino di utenti ormai stabile dove la componente social gioca un ruolo sempre più importante.

La classifica delle Property digitali, che prende in considerazione l'audience dell'intero raggruppamento di uno stesso editore nei diversi canali, è un indicatore chiave del contesto generale: due colossi globali mantengono saldo anche nello scenario italiano il loro primato ai primi due posti sia per visitatori unici mensili sia per tempo medio speso per utente: l'universo Alphabet con un audience di 44,76 milioni di utenti che spendono mediamente nel mese 15 ore e Facebook con un'audience di 39,27 milioni e un tempo medio mensile per utente di 19 ore.

Il peso specifico dei principali player emerge dai dati sulla Reach, che misura la capacità di penetrazione sull'intera popolazione digitale italiana. In un mercato dove quasi la totalità degli utenti (97%) interagisce con l'ecosistema Alphabet, nel comparto dell'informazione RaiNews e Citynews intercettano rispettivamente il 74,6% e il 68,7% dell'audience totale online, circa sette italiani su dieci.

La Social Incremental Reach è la metrica Comscore che misura quanti utenti unici aggiuntivi al digitale vengono intercettati grazie alla distribuzione dei contenuti sulle piattaforme social si

attesta in media al 75%: rispetto allo stesso mese dello scorso anno rimangono costanti i visitatori in sovrapposizione tra social e website (dentro una forbice tra il 22% e il 24%) ma cresce la quota di quanti sono raggiunti dai brand editoriali esclusivamente via social (passata dal 35% al 42%).

Due testate giornalistiche sono quelle che, a novembre, hanno raggiunto più visitatori di chiunque altro: RaiNews con un'audience totale di 34,4 milioni che, nonostante la flessione della componente desktop e mobile (-15% su ottobre) viene spinta da quella social (+35%) a un complessivo +24% sul mese precedente e, subito dietro, Citynews (61 testate online locali) con un'audience di 31,7 milioni di utenti medi mensili, sostanzialmente stabile sul dato di ottobre in tutte e tre le componenti.

Tra le altre testate giornalistiche si segnalano Sky TG24 Sites con 23,8 milioni di utenti unici (seppure con una lieve flessione -3% su ottobre), Fanpage 19,2 milioni di utenti unici (dato sostanzialmente identico al mese precedente), Adnkronos 12,4 milioni (+18%), il Sole 24 Ore 10,4 milioni (-5%), Ansa 10,2 milioni (-10%) e il Fatto quotidiano 9,4 milioni utenti unici mensili (+4%).

â??

tecnologia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Gennaio 12, 2026

Autore

redazione

default watermark