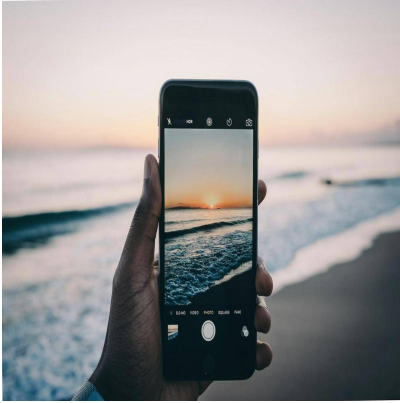




Comscore: l'estate traina lo smartphone. Comparto News a +5,5%, volano Paramount e Disney

Descrizione

(Adnkronos) L'estate consolida le abitudini digitali degli italiani, confermando un trend ormai strutturale: la migrazione dei consumi verso lo smartphone e la centralità dei social media come canale primario di ingaggio. Secondo le ultime rilevazioni Comscore relative al mese di luglio 2026, la platea di italiani online si mantiene numericamente stabile a quota 46,1 milioni di visitatori unici, ma con un incremento significativo dell'intensità di fruizione.

Il tempo medio speso per persona su internet sale infatti a 78 ore e 40 minuti nel mese, registrando una crescita del 3% rispetto a giugno (2 ore e 18 minuti in più in media per utente). Un incremento spinto quasi esclusivamente dalla componente Mobile (+3,4%), a fronte di una crescita decisamente contenuta del Desktop (+0,6%). Il fenomeno è ancora più evidente nel confronto anno su anno (luglio 2026 su luglio 2025): a parità di utenti complessivi, gli italiani hanno trascorso ben 8 ore e 8 minuti in più online (+11,5%), un risultato sintesi di due dinamiche opposte: il calo del tempo speso da desktop (-5,9%) e il boom di quello da mobile (+15,2%).

A livello delle grandi property, in uno scenario di sostanziale tenuta delle Big Tech storiche, con variazioni minime sia con segno più sia con segno meno, si fa notare la crescita del Gruppo Mediaset che sale a 28,1 milioni di visitatori unici (+8% su giugno). Il mese di luglio evidenzia inoltre un netto balzo per due colossi dell'intrattenimento e dello streaming: The Walt Disney Company raggiunge 18,5 milioni di visitatori unici (+28%) e Paramount Global segna un +52% che la porta a 14,9 milioni di visitatori unici nel mese. Due modelli di espansione tuttavia differenti: se per Disney la spinta è distribuita sulle proprietà web e sulle piattaforme proprietarie, per Paramount il balzo è guidato quasi interamente dalla viralità sui canali social.

Nel settore dell'informazione si assiste a una ripresa generale delle audience: insieme dei brand della categoria News presenti nella Top 100 registra a luglio un incremento complessivo dell'audience del 4% rispetto al mese precedente. A guidare il comparto è RaiNews, che si conferma saldamente al vertice della classifica con 36,3 milioni di visitatori unici (+2%), seguita dall'aggregato locale Citynews a 29,9 milioni (in lieve flessione sotto il punto percentuale). Alle loro spalle si mantengono le posizioni di vertice del comparto informativo-sportivo con Sky Sport Sites, 23,7

milioni di visitatori unici (-2%, ma con un'impennata del 26% registrata sui canali proprietari web e app trainata dai grandi eventi come Wimbledon e il Tour de France) e Sky TG24 Sites, 22,8 milioni (+2%).

All'interno del comparto spiccano andamenti differenti che mostrano l'evoluzione dei canali di fruizione. Si registra la crescita solida e interamente concentrata sul perimetro proprietario (desktop e mobile) di testate come Il Sole 24 Ore, che raggiunge 10,2 milioni di visitatori unici (+15%), Il Fatto Quotidiano 8,2 milioni (+20%) e Il Post che sale a 6 milioni (+12%). Dinamica differente per Il Giornale, 5,3 milioni (+23%) e Libero, 3,4 milioni (+46%): per questi due quotidiani il consistente aumento dell'audience complessiva risente fortemente della distribuzione sui canali social, che addirittura ribaltano la flessione registrata sui perimetri proprietari desktop e mobile.

In questo contesto, il dato medio della Social Incremental Reach, per i brand che hanno attivato la misurazione anche sui social, si attesta all'80%, in crescita di 5 punti percentuali rispetto a giugno, a conferma di come la distribuzione sulle piattaforme terze rappresenti per l'editoria ormai una leva strutturale di estensione della reach complessiva.

Sul fronte dell'intelligenza artificiale OpenAI risente della stagionalità estiva registrando a luglio una flessione del 6%, con 13,4 milioni di visitatori unici, complice la pausa estiva di scuole e uffici; il dato non intacca tuttavia la sua crescita strutturale su base annua: rispetto a luglio dello scorso anno i visitatori crescono del 19%, mentre il tempo totale speso dagli italiani sulla piattaforma mantiene un trend decisamente sostenuto: +72%.

Infine a luglio si segnalano due exploit nei confronti del mese precedente legati a dinamiche stagionali e distributive: il caso di Ohga (Ciaopeople Media Group), che passa da poche centinaia di migliaia di utenti a 4,6 milioni di visitatori unici (+740%), spinto dalla forte visibilità ottenuta sui motori di ricerca per le ricerche legate al benessere estivo e Fatto in Casa da Benedetta, che aggiunge 3,8 milioni di visitatori unici (+47%) grazie a un'ampia spinta della propria community social.

â??

tecnologia/digital-ranking

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 10, 2026

Autore

redazione

default watermark