Dati Comscore: gli italiani passano piÃ¹ tempo online. Rainews fa boom sui social

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Gli italiani a dicembre hanno navigato su internet in media circa 3 ore e mezza in piÃ¹ rispetto a un anno fa, lo attestano le rilevazioni Comscore a fronte di un incremento degli utenti unici mensili â?? a dicembre 2025 a quota 46 milioni â?? di solo il 2% nel medesimo periodo. Il dato sul tempo medio mensile speso per utente ha superato le 70 ore con un incremento tra dicembre 2025 e dicembre 2024 del 5%.

A trattenere gli utenti per piÃ¹ tempo davanti allo schermo di desktop e smartphone sono, anche in Italia, i colossi tecnologici come Meta (19 ore medie mensili per utente) Alphabet (15 ore medie mensili) ma anche Spotify (12 ore e mezza) e ByteDance, la casa madre di TikTok (8 ore mezza medie mensili) come conferma la classifica delle â??Property digitaliâ?•, che prende in considerazione lâ??audience dellâ??intero raggruppamento di uno stesso editore nei diversi canali, nella quale troviamo piÃ¹ distanziate su questo specifico parametro Sky Italia e Rai Sites rispettivamente con 36 minuti e 35 minuti spesi mensilmente per utente.

Guardando ai dati delle audience, i brand editoriali che a dicembre hanno raggiunto piÃ¹ utenti unici mensili si confermano CityNews (61 testate online locali) a quota 29,9 milioni (-5% su novembre) che supera RaiNews a 27,7 milioni (-20%). Seguono Giallo Zafferano con 26 milioni utenti unici (+8% su novembre) e Sky TG24 con 22,4 milioni utenti unici (-5%).

Per tutte queste quattro testate, le uniche a dicembre a superare i 20 milioni di utenti unici, oltre alla componente desktop e mobile ha giocato un ruolo determinante quella social che nel caso di RaiNews risulta addirittura essere la componente principale con 15,7 milioni di utenti incrementali, ovvero persone raggiunte esclusivamente attraverso la distribuzione dei contenuti sulle piattaforme social che non transitano dai domini web. Una dinamica che per RaiNews ha generato una â??Social Incremental Reachâ?• del 131%, tra le piÃ¹ alte registrate da tutti i brand editoriali che hanno implementato questa tipologia di misurazione.

Tra le altre testate giornalistiche si segnalano: Fanpage con 19 milioni di utenti unici (con una flessione minima dellâ??1% sul dato di novembre), Vanity Fair 13,4 milioni di utenti unici (-3%), Sky Sport Sites 18,5 milioni (-15%), Il Fatto Quotidiano 10,4 milioni (+11%).

Se i brand editoriali legati alle News, allo Sport e al Lifestyle segnano una flessione diffusa dellâ??audience, di contro Ã¨ il settore Food, come da tradizione nel mese delle festivitÃ natalizie, a beneficiare di un significativo incremento dei livelli di audience.

Oltre al giÃ citato GialloZafferano, anche Fatto in Casa da Benedetta segna un +24% su novembre raggiungendo i 10,3 milioni utenti unici, mentre La Cucina Italiana tocca i 7,4 milioni con un aumento del 67%. Anche per tutte queste tre testate la distribuzione dei contenuti sulle piattaforme social ha avuto un ruolo importante nellâ??incrementare gli utenti unici ma con pesi decisamente diversi: per Giallo Zafferano la â??Social Incremental Reachâ?• Ã¨ stata del 38% per La Cucina Italiana dellâ??84% e per Fatto In Casa da Benedetta del 108%.

â??

tecnologia/digital-ranking

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Febbraio 4, 2026
Autore
redazione

default watermark