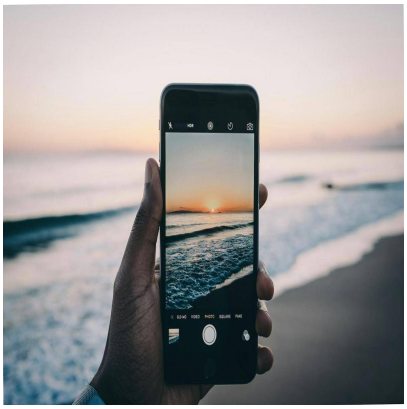

Comscore: lâ??estate traina lo smartphone. Comparto News a +5,5%, volano Paramount e Disney

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Lâ??estate consolida le abitudini digitali degli italiani, confermando un trend ormai strutturale: la migrazione dei consumi verso lo smartphone e la centralitÃ 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 dellâ??intensitÃ 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 piÃ¹ 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 Ã¨ ancora piÃ¹ evidente nel confronto anno su anno (luglio 2026 su luglio 2025): a paritÃ di utenti complessivi, gli italiani hanno trascorso ben 8 ore e 8 minuti in piÃ¹ 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 piÃ¹ 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 dellâ??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 Ã¨ distribuita sulle proprietÃ web e sulle piattaforme proprietarie, per Paramount il balzo Ã¨ guidato quasi interamente dalla viralitÃ sui canali social.

Nel settore dellâ??informazione si assiste a una ripresa generale delle audience: lâ??insieme dei brand della categoria News presenti nella Top 100 registra a luglio un incremento complessivo dellâ??audience del 4% rispetto al mese precedente. A guidare il comparto Ã¨ RaiNews, che si conferma saldamente al vertice della classifica con 36,3 milioni di visitatori unici (+2%), seguita dallâ??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 unâ??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%).

Allâ??interno del comparto spiccano andamenti differenti che mostrano lâ??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 dellâ??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 allâ??80%, in crescita di 5 punti percentuali rispetto a giugno, a conferma di come la distribuzione sulle piattaforme terze rappresenti per lâ??editoria ormai una leva strutturale di estensione della reach complessiva.

default watermark

Sul fronte dellâ??intelligenza artificiale OpenAI risente della stagionalitÃ 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: Ã¨ 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 visibilitÃ 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 unâ??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