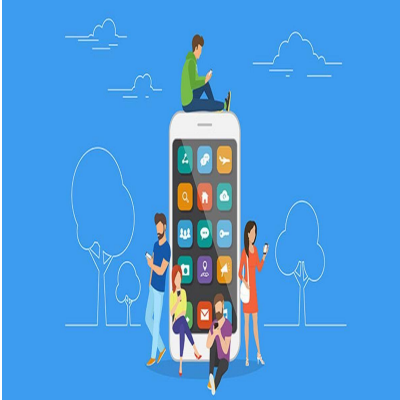




Cresce il tempo degli italiani su Internet. RaiNews in testa alla top 100, i dati Comscore

Descrizione

(Adnkronos) Il 2026 inizia con una conferma: gli italiani passano sempre più tempo davanti allo schermo di un computer e, soprattutto, dello smartphone. Le rilevazioni Comscore di gennaio lo evidenziano chiaramente: dopo gli incrementi registrati a dicembre, il valore medio speso per utente ha raggiunto a gennaio le 74 ore mensili. Si tratta di una crescita del 7,5% rispetto a gennaio 2025, ovvero ben 4 ore di fruizione digitale guadagnate in un solo anno. In un mercato ormai saturo nei volumi (46 milioni di utenti unici), la vera partita si gioca sull'intensità del consumo, con lo smartphone che occupa ormai l'85% dell'attenzione totale.

Guardando alla classifica delle Property digitali (che prende in considerazione l'audience dell'intero raggruppamento di uno stesso editore nei diversi canali), le prime dieci posizioni non mostrano variazioni sostanziali rispetto a dicembre, con alcuni editori (Alphabet, Sky Italia, Amazon e Italia Online) fermi su valori pressoché identici al mese precedente. In questo scenario di stabilità, si fa notare Citynews, che mette a segno una crescita del 6%.

Tuttavia, sul fronte dell'engagement che si registrano gli scarti maggiori: la property Sky Italia realizza un balzo in avanti del 25% nel tempo medio per utente, trainata dalle performance di Sky TG24 (+54%) e Sky Sport (+18,7%), segno di un ritorno significativo all'informazione e ai contenuti verticali dopo la pausa natalizia confermata ulteriormente dalla crescita del settore News dell'11% sia sui canali social che sulle piattaforme proprietarie (property owned&operated).

Nella classifica dei principali 100 media italiani RaiNews si riprende la prima posizione con 34,5 milioni di utenti unici (+24,6%), seguita da Citynews con 31,7 milioni (+5,8%) a sua volta protagonista a dicembre di un controsorpasse proprio su RaiNews. La forza di queste due testate è testimoniata dai dati sulla reach (ovvero il loro livello di penetrazione sul totale popolazione digitale): RaiNews raggiunge il 74,8% degli italiani online, mentre Citynews presidia il 68,8%; valori che lasciano distante già la terza posizione di Giallozafferano (23,5 milioni di utenti) che raggiunge una reach del 50,9%.

Un ruolo determinante in queste dinamiche è giocato dalla Social Incremental Reach, ovvero le persone raggiunte esclusivamente attraverso la distribuzione dei contenuti sulle piattaforme social che

non transitano dai domini web.

Tra i brand editoriali con audience maggiore, si segnala RaiNews, che registra in questa metrica un valore del 172%: a fronte di 12,6 milioni di utenti sul sito, il brand ne intercetta altri 15,7 milioni esclusivamente attraverso le piattaforme social. Un modello di audience distribuita che premia in particolare Caffaina Media, la cui audience digitale cresce del 37% raggiungendo i 22,9 milioni di utenti unici con una social incremental reach del 632% e Sky TG24 (con una social incremental reach del 46%), mentre modelli come quelli di Citynews (ferma al 17%) mantengono un legame più forte con i domini proprietari.

??

media-comunicazione

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Marzo 3, 2026

Autore

redazione

default watermark