



Audicom

Audicom Print 2026/I



DATI DI SCENARIO

Analisi di trend

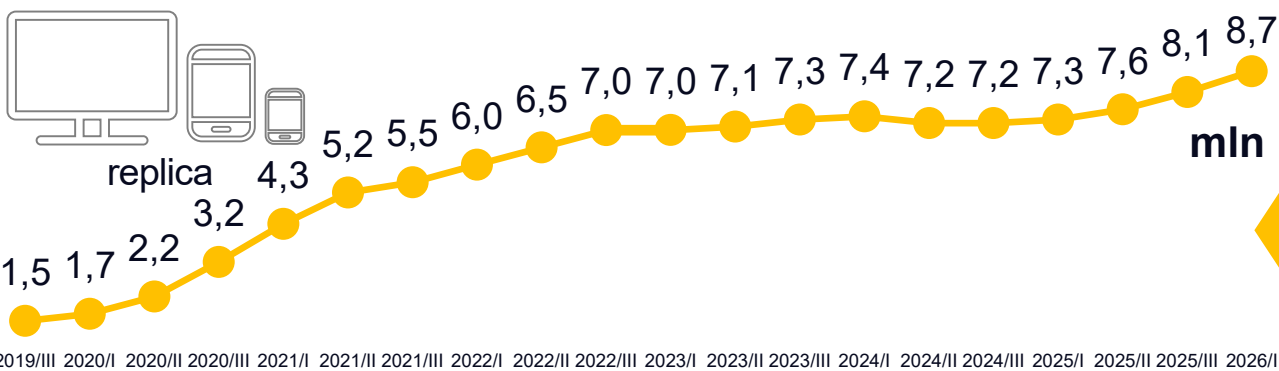
25 giugno 2026

Lettori stampa ultimi 30 giorni

30,1 milioni

di individui in Italia leggono o sfogliano un titolo stampa (su **carta e/o digitale replica**).

Quasi 6 adulti su 10 leggono almeno un titolo stampa su carta o digitale replica (-0,3% rispetto all'edizione precedente, a parità di testate considerate).



56,8%

della popolazione adulta
(13 anni e oltre)



carta e/o replica



53 mln

8,7 milioni

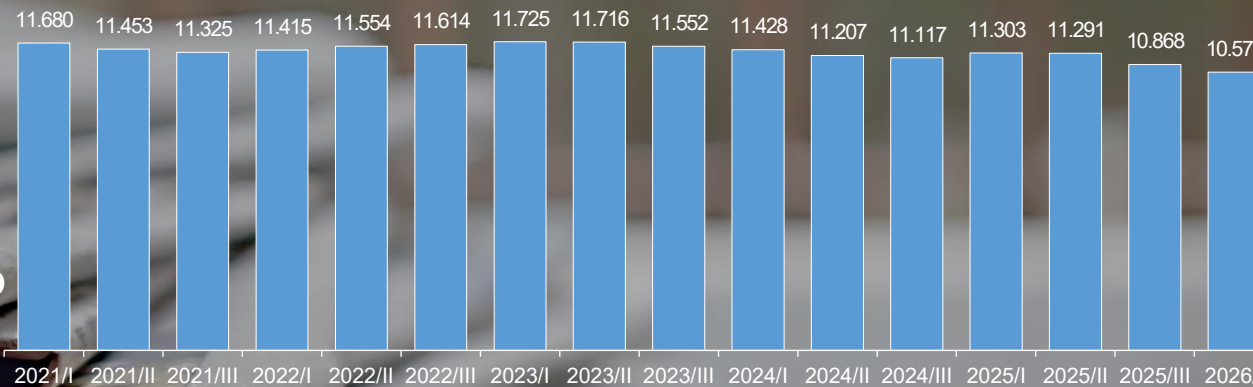
 i lettori del **formato digitale**, il 16,5% della popolazione.

Quotidiani

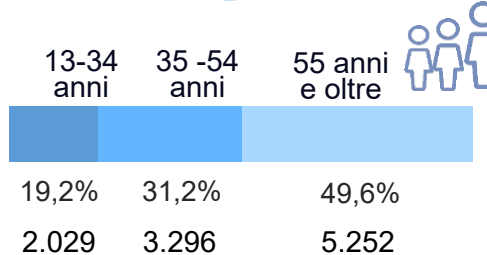
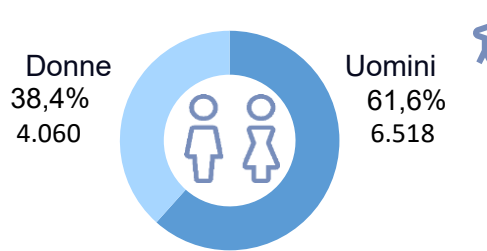


10,6 milioni
di lettori su carta e/o digitale replica
di almeno un quotidiano in un giorno medio

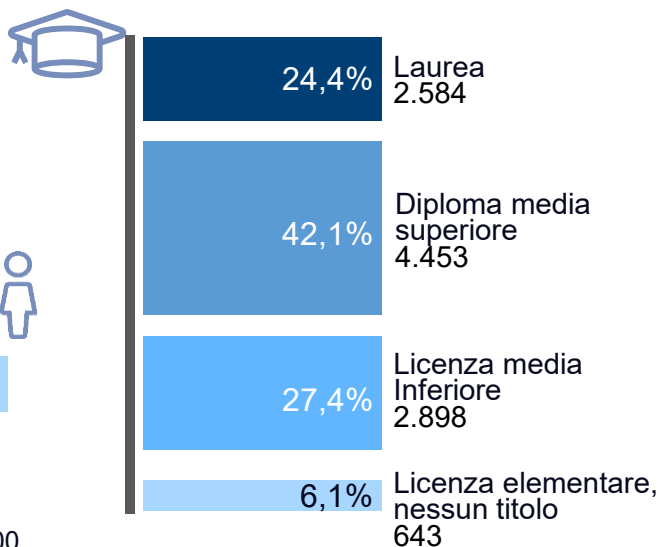
19,9% della popolazione Adulta
(13 anni e oltre)



* Per testate omogenee nelle ultime sedici pubblicazioni (dal 2021/I)

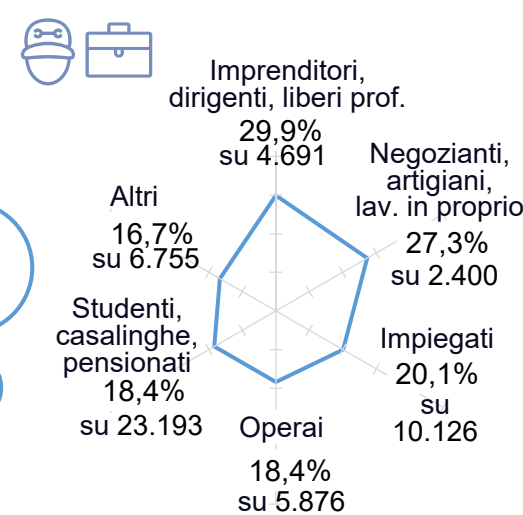
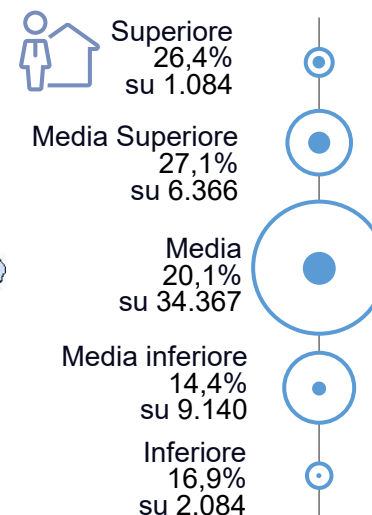


% di composizione, valori assoluti in '000



FASCE
 ■ >30%
 ■ 25-30%
 ■ 20-25%
 ■ 15-20%
 ■ <15%

% di penetrazione, valori assoluti in '000



Settimanali



7,5 milioni

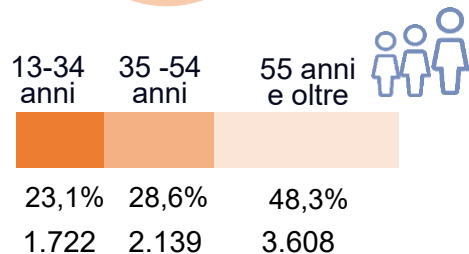
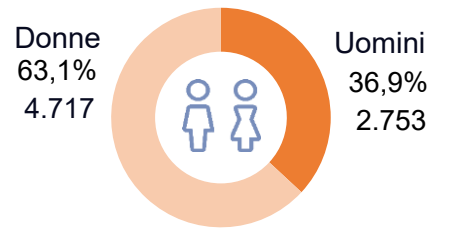
di lettori su carta e/o digitale replica di almeno un settimanale negli ultimi 7 giorni

14,1%

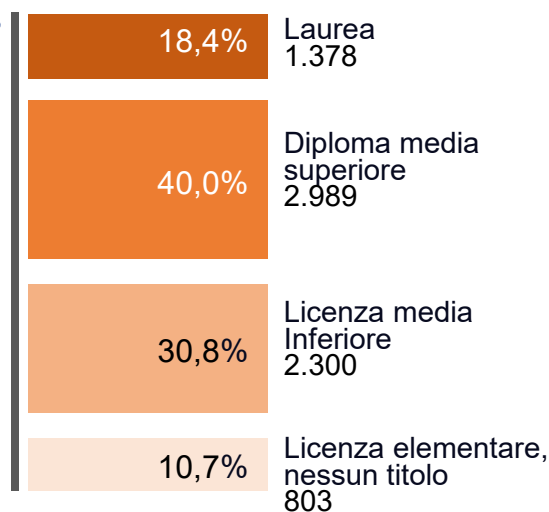
della popolazione Adulta (13 anni e oltre)



* Per testate omogenee nelle ultime sedici pubblicazioni (dal 2021/I)



% di composizione, valori assoluti in '000



FASCE
 >30%
 25-30%
 20-25%
 15-20%
 <15%

% di penetrazione, valori assoluti in '000



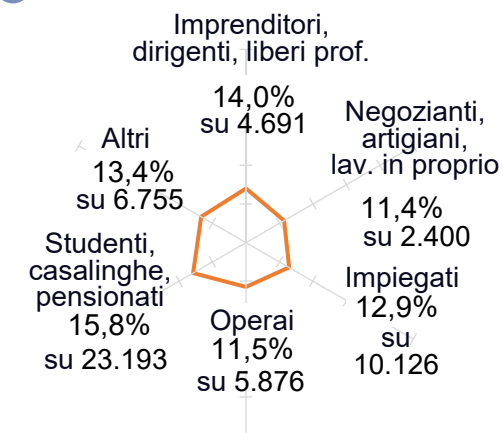
Superiore
15,6%
su 1.084

Media Superiore
14,8%
su 6.366

Media
14,5%
su 34.367

Media inferiore
11,9%
su 9.140

Inferiore
13,9%
su 2.084

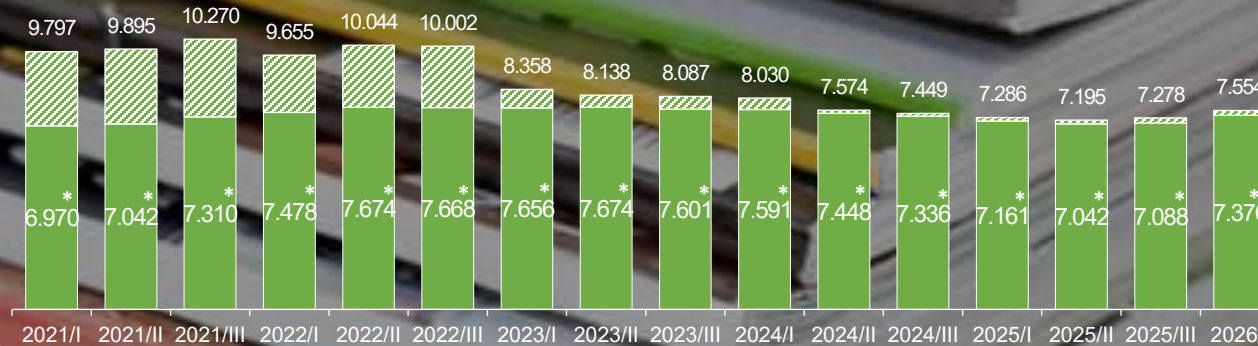


7,6 milioni

di lettori su carta e/o digitale replica
di almeno un mensile negli ultimi 30 giorni

14,2%

della popolazione Adulta
(13 anni e oltre)

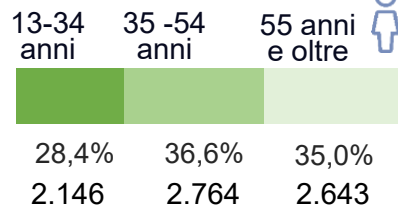


* Per testate omogenee nelle ultime sedici pubblicazioni (dal 2021/I)

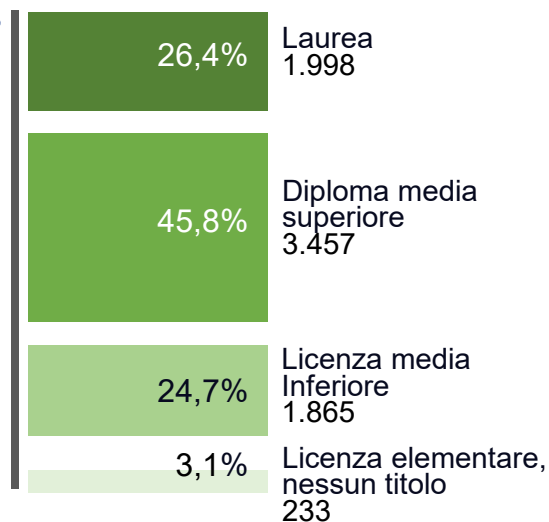
Donne
55,5%
4.194



Uomini
44,5%
3.359



% di composizione, valori assoluti in '000



FASCE
 ■ >30%
 ■ 25-30%
 ■ 20-25%
 ■ 15-20%
 ■ <15%

% di penetrazione, valori assoluti in '000



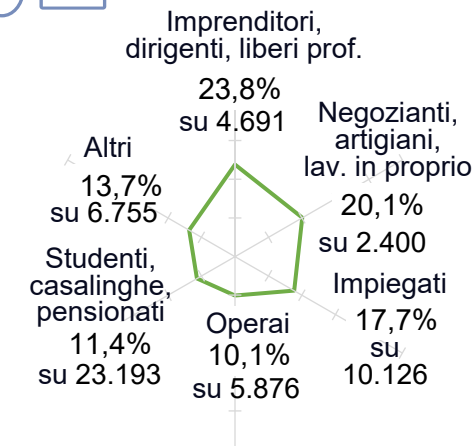
Superiore
15,6%
su 1.084

Media Superiore
20,3%
su 6.366

Media
13,4%
su 34.367

Media inferiore
12,4%
su 9.140

Inferiore
17,6%
su 2.084



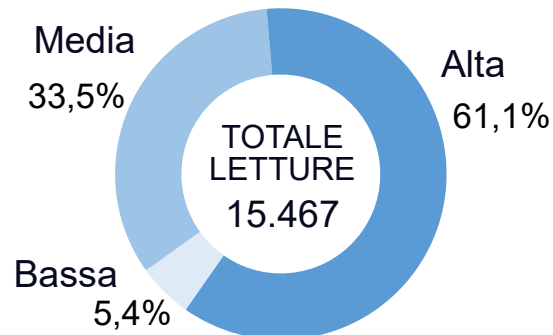
Comportamenti di lettura



Frequenza di lettura (abitudini generali)

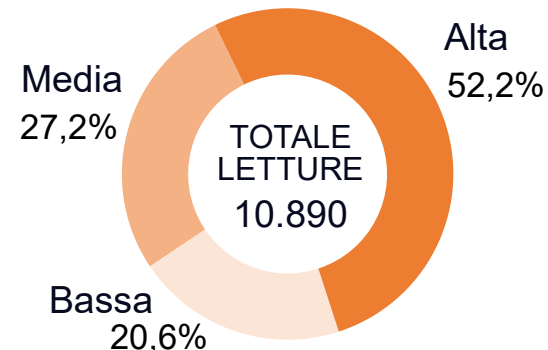
L'informazione si riferisce ad un comportamento generale di lettura, articolato in classi di frequenza degli atti di lettura, ed è rilevata in riferimento al periodo allargato (3 mesi per Quotidiani e Settimanali, 12 mesi per Mensili).

Quotidiani (giorno medio)



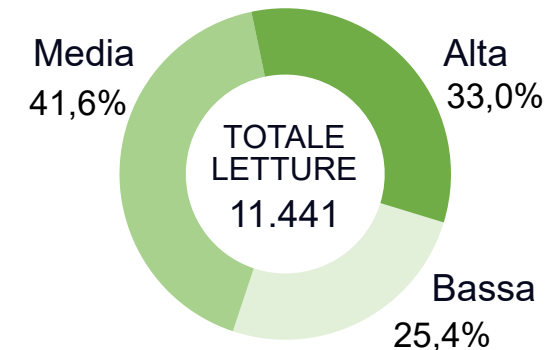
ALTA (da 4 a 7 giorni la settimana), MEDIA (da 1 a 3 giorni la settimana), BASSA (meno di 1 giorno la settimana)

Settimanali (ultimi 7 giorni)



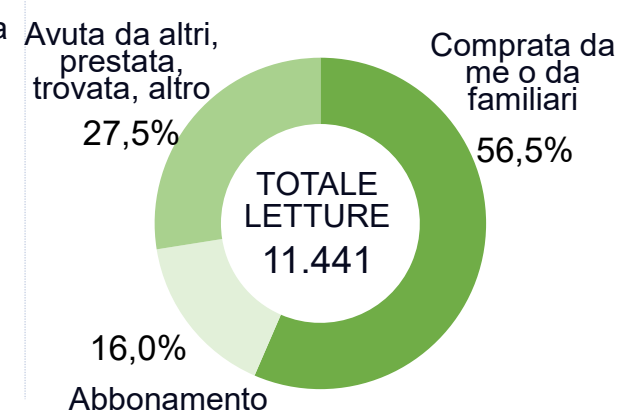
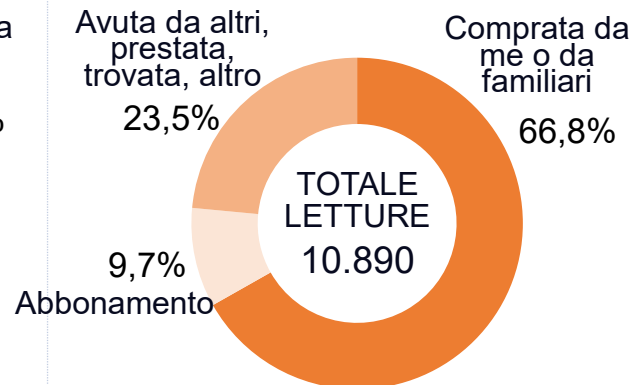
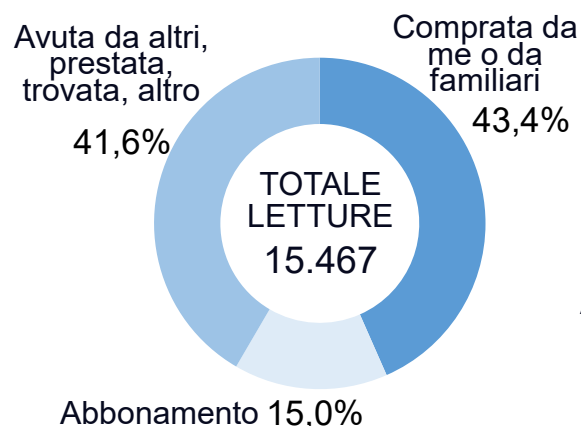
ALTA (da 9 a 12 numeri in 3 mesi), MEDIA (da 4 a 8 numeri in 3 mesi), BASSA (fino a 3 numeri in 3 mesi)

Mensili (ultimi 30 giorni)



ALTA (da 9 a 12 numeri in 12 mesi), MEDIA (da 4 a 8 numeri in 12 mesi), BASSA (fino a 3 numeri in 12 mesi)

Fonte di provenienza della copia



% di composizione, valori assoluti in '000



Audicom

Audicom Srl è il nuovo JIC Digital + Print nato dalla fusione tra Audiweb e Audipress con l'obiettivo di realizzare e offrire al mercato una ricerca integrata sulla fruizione di contenuti multimediali, editoriali e/o pubblicitari, fruiti via internet e mediante giornali quotidiani e periodici.

I Soci di Audicom sono: Assap Servizi Srl (l'azienda di servizi di UNA, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia) e UPA Utenti Pubblicità Associati, lato "domanda"; Fedoweb (Federazione Operatori Web) e FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), lato "offerta"; Auditel Srl.

Per informazioni sui dati dell'indagine «Audicom Print» è possibile consultare il sito www.audicom.net.