

Google, traffico verso gli editori crollato del 33% nel 2025 a livello globale. La fine della SEO tradizionale?

Nel 2025 il rapporto tra **Google** e gli **editori** entra in una fase di rottura. Secondo il report Journalism, media, and technology trends and predictions del **Reuters Institute**, il traffico proveniente dal motore di ricerca verso i siti editoriali è diminuito del 33% a livello globale. Un dato che segna un passaggio strutturale e non più congiunturale nel modo in cui le notizie vengono scoperte e consumate online.

Il calo riguarda un campione di oltre 2.500 siti di informazione e colpisce in modo particolare Google Discover, che registra una contrazione del 21% nelle referenze. Alla base del fenomeno c'è l'introduzione, a partire dal 2024, delle sintesi basate su AI direttamente nei risultati di ricerca. Le risposte generate da Google riducono la necessità di cliccare sui link delle fonti originali, spostando attenzione e valore fuori dai siti editoriali.

Calo traffico da Google: negli Stati Uniti il quadro è ancora più critico

Se a livello globale il calo è già significativo, negli Stati Uniti la situazione appare più grave. Le ricerche organiche verso i siti di news sono scese del 38%, mentre Google Discover perde il 29%. Ma soprattutto, le previsioni per i

prossimi tre anni parlano di un ulteriore calo del 43%. Una parte degli editori teme scenari estremi, con perdite superiori al 75%, legate all'espansione di Google AI Overviews e della modalità AI, che trasformano il motore di ricerca in un vero e proprio sistema di risposta diretta.

Dalla SEO all'era degli "answer engine"

Questo cambiamento sta già modificando le priorità degli editor SEO. Molti editori dichiarano di aver ridotto gli investimenti nella SEO tradizionale, con un saldo netto negativo di -25. Il motivo è semplice: ottimizzare per il click conta meno in un contesto in cui l'utente ottiene la risposta senza uscire dalla pagina di Google. Al tempo stesso cresce l'attenzione verso piattaforme AI emergenti e nuove forme di visibilità all'interno di interfacce conversazionali.

I social tengono, ma non compensano i cali del traffico da Google

Sul fronte social, il report registra una situazione più stabile. Le referenze da X risultano in crescita del 15%, quelle da Facebook del 9%. Tuttavia, entrambi i canali restano ben al di sotto dei livelli di metà 2023, confermando che i social non riescono a compensare il crollo del traffico da search. Continuano a essere rilevanti per la distribuzione e la presenza del brand, ma sempre meno come fonte diretta di visite.

Chatbot in crescita, ma ancora marginali

Le referenze provenienti da **ChatGPT** e **Perplexity** sono in aumento rapido, segno che una parte dell'accesso alle

informazioni passa ormai da chatbot e interfacce AI. Nonostante questo, il loro peso sul traffico complessivo resta marginale. Anche sommati, non sono ancora in grado di bilanciare le perdite registrate sui canali tradizionali.

Più inchieste, meno contenuti generici

Di fronte a questo scenario, gli editori indicano un cambio di strategia editoriale. Cresce il focus su reportage originali, analisi contestuali e costruzione di comunità attorno alle testate. Perdono invece centralità i contenuti generici e il giornalismo di servizio, considerati sempre più esposti alla competizione delle sintesi automatiche e dei chatbot AI.

Per approfondire

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

<https://www.key4biz.it/google-traffico-verso-gli-editori-crollato-del-33-nel-2025-la-fine-della-seo-tradizionale/562573/>