



# DIGITAL 2019

ITALIA

TUTTI I DATI E I TRENDS PER COMPRENDERE INTERNET,  
SOCIAL MEDIA, MOBILE, E-COMMERCE NEL 2019

we  
are  
social





# PANORAMICA GLOBALE

GEN  
2019

# IL DIGITAL NEL MONDO NEL 2019

TUTTI I DATI PER COMPRENDERE MOBILE, INTERNET E SOCIAL MEDIA A LIVELLO GLOBALE

POPOLAZIONE  
TOTALE



7.676

MILIARDI

URBANIZZAZIONE:

56%

UTENTI UNICI  
MOBILE



5.112

MILIARDI

PENETRAZIONE:

67%

UTENTI  
INTERNET



4.388

MILIARDI

PENETRAZIONE:

57%

UTENTI ATTIVI SUI  
SOCIAL MEDIA



3.484

MILIARDI

PENETRAZIONE:

45%

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



3.256

MILIARDI

PENETRAZIONE:

42%

GEN  
2019

# CRESCITA DIGITAL ANNUALE

VARIAZIONE ANNO SU ANNO DEGLI INDICATORI STATISTICI PRINCIPALI

POPOLAZIONE  
TOTALE



**+1,1%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+84 MILIONI**

UTENTI UNICI  
MOBILE



**+2,0%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+100 MILIONI**

UTENTI  
INTERNET



**+9,1%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+367 MILIONI**

UTENTI ATTIVI SUI  
SOCIAL MEDIA



**+9,0%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+288 MILIONI**

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



**+10%**

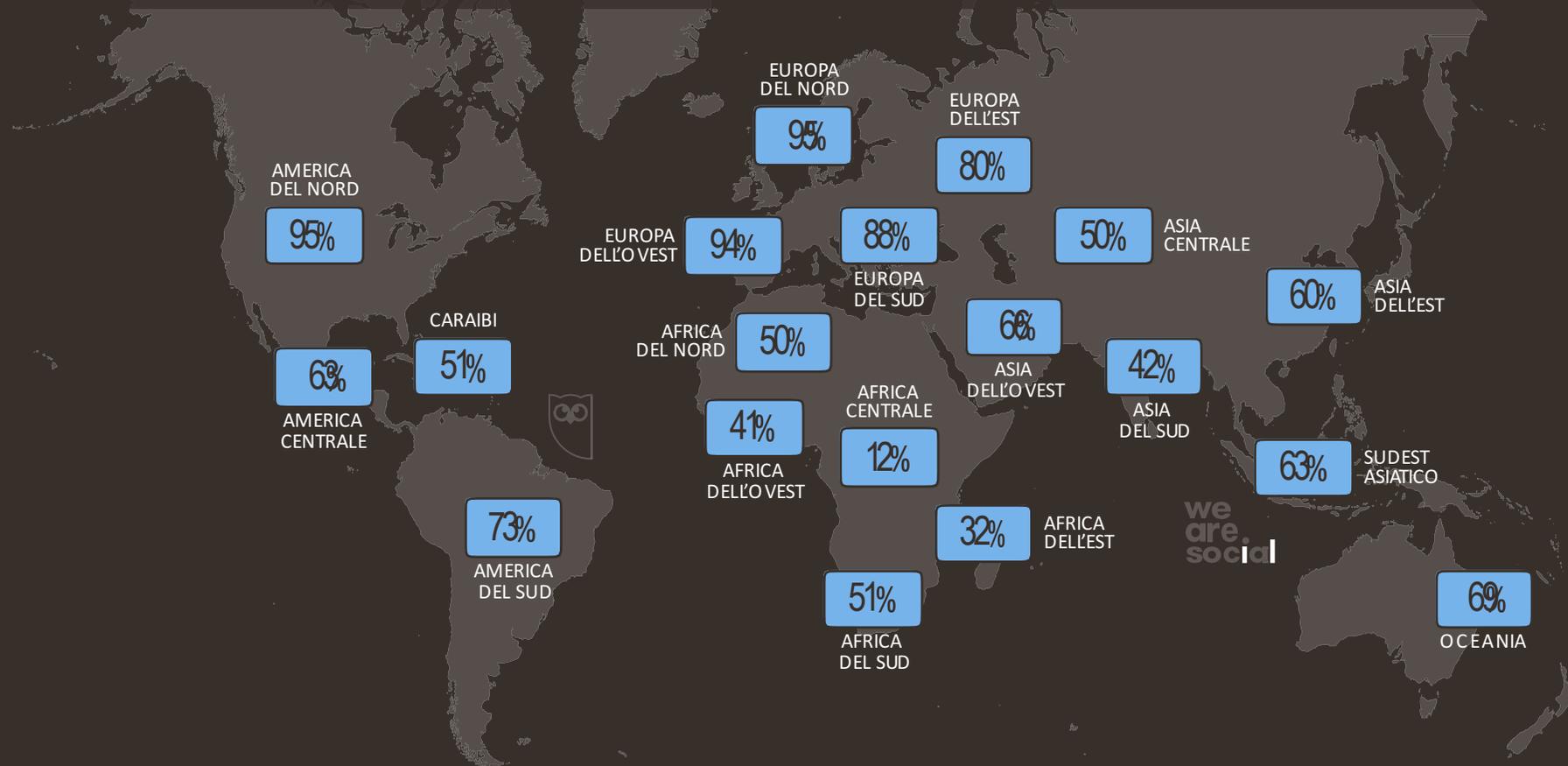
GEN 2018 - GEN 2019

**+297 MILIONI**

GEN  
2019

# PENETRAZIONE DI INTERNET PER REGIONE

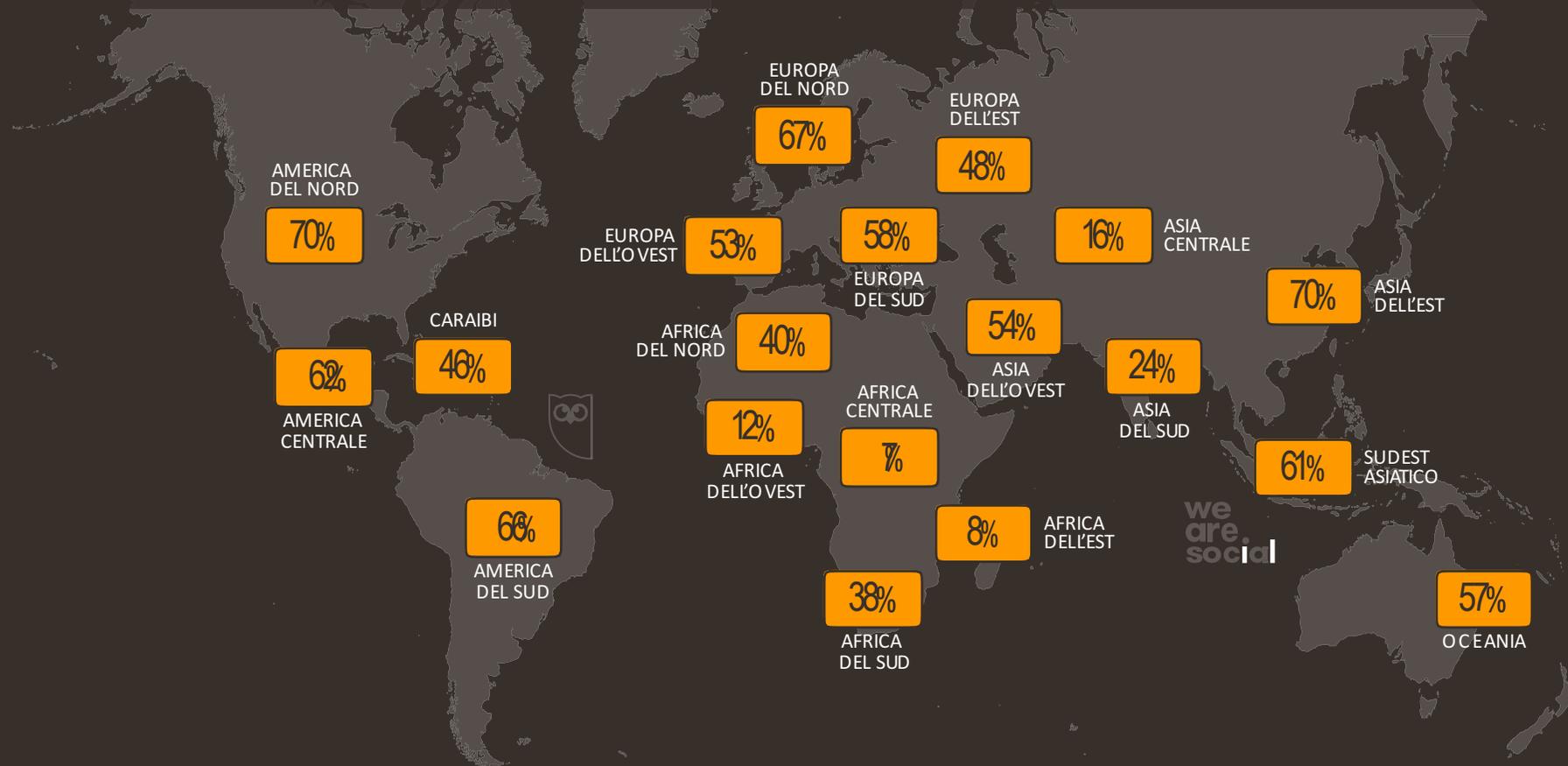
UTILIZZO DI INTERNET PER REGIONE: NUMERO DI UTENTI SULLA POPOLAZIONE TOTALE (NON CONSIDERANDO L'ETÀ)



GEN  
2019

# PENETRAZIONE SOCIAL MEDIA PER REGIONE

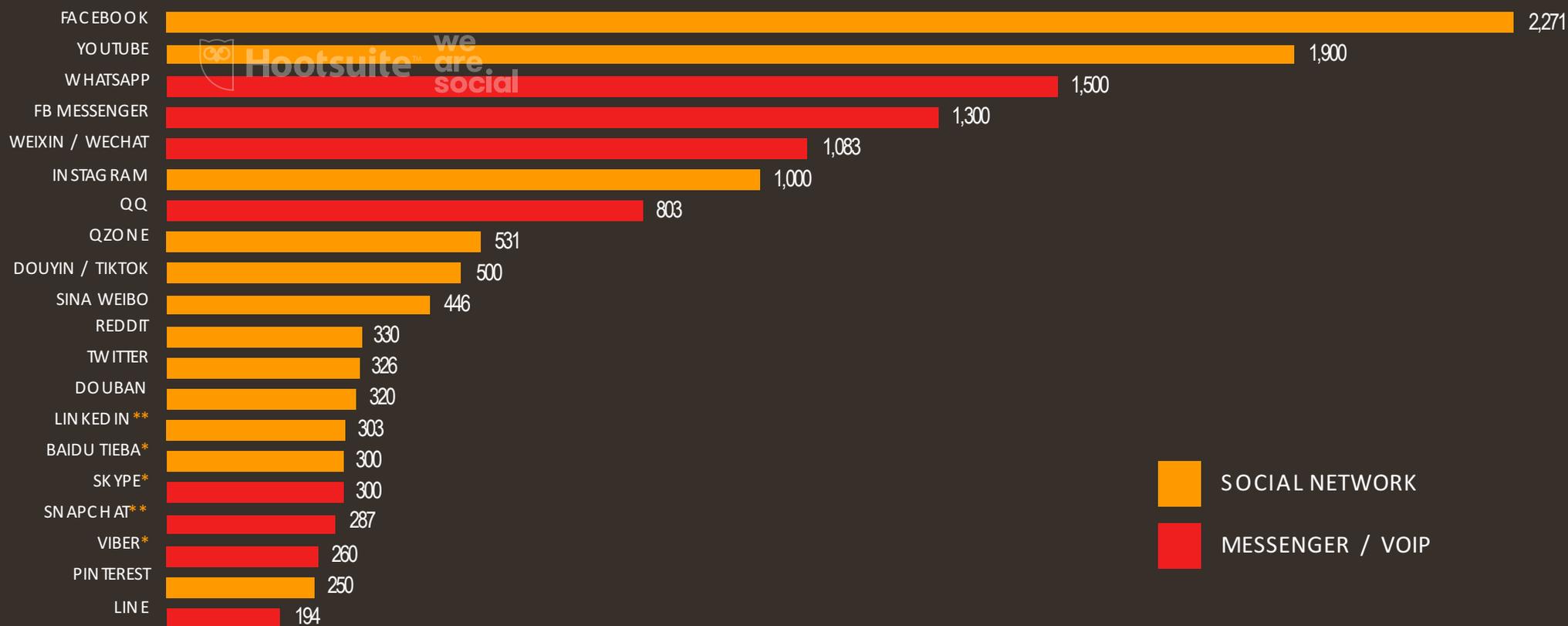
UTENTI ATTIVI MENSILI SULLE PIATTAFORME IN CIASCUN PAESE RISPETTO ALLA POPOLAZIONE TOTALE



GEN  
2019

# SOCIAL MEDIA: PROFILI UTENTI ATTIVI

UTENTI ATTIVI MENSILI, PROFILI DEGLI UTENTI O VISITATORI UNICI PER OGNI PIATTAFORMA IN MILIONI

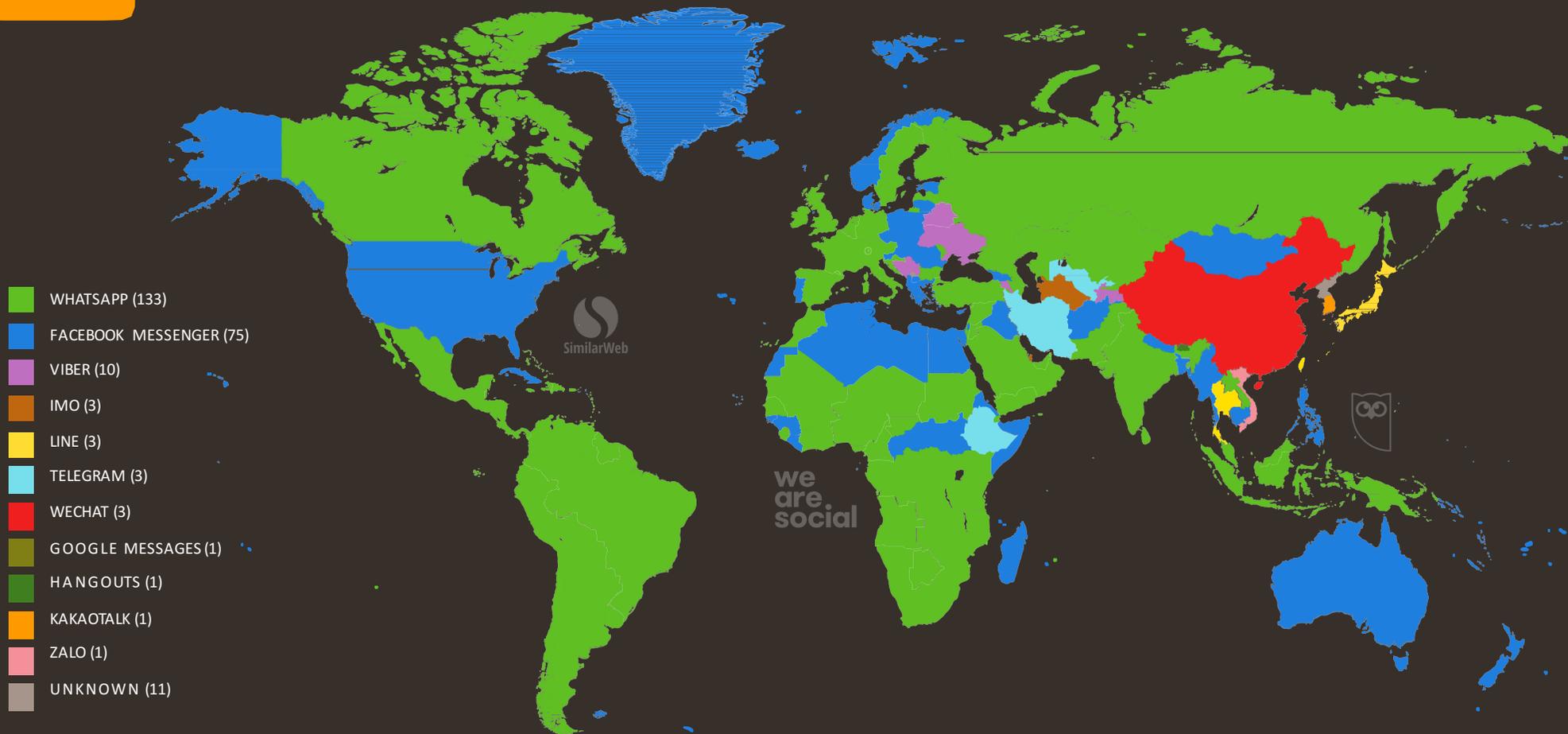


**FONTE:** ANALISI KEPIOS; COMUNICATI SUI RICAVI DEGLI INVESTITORI; COMUNICATI STAMPA UFFICIALI; REPORT SU MEDIA ATTENDIBILI (DA GENNAIO 2019). **\*NOTA BENE:** LE PIATTAFORME IDENTIFICATE CON (\*) NON HANNO PUBBLICATO AGGIORNAMENTI SUGLI UTENTI NEGLI ULTIMI 12 MESI, POTREBBERO ESSERE MENO ATTENDIBILI. **\*\*NOTE:** QUESTE PIATTAFORME NON PUBBLICANO DATI SUGLI UTENTI ATTIVI MENSILI. I DATI LINKEDIN SONO BASATI SUI VISITATORI A GENNAIO 2019, I DATI SNAPCHAT RISALGONO AL REPORT DI TECHCRUNCH (GIU 2017)

GEN  
2019

# PIATTAFORME DI MESSAGGISTICA NEL MONDO

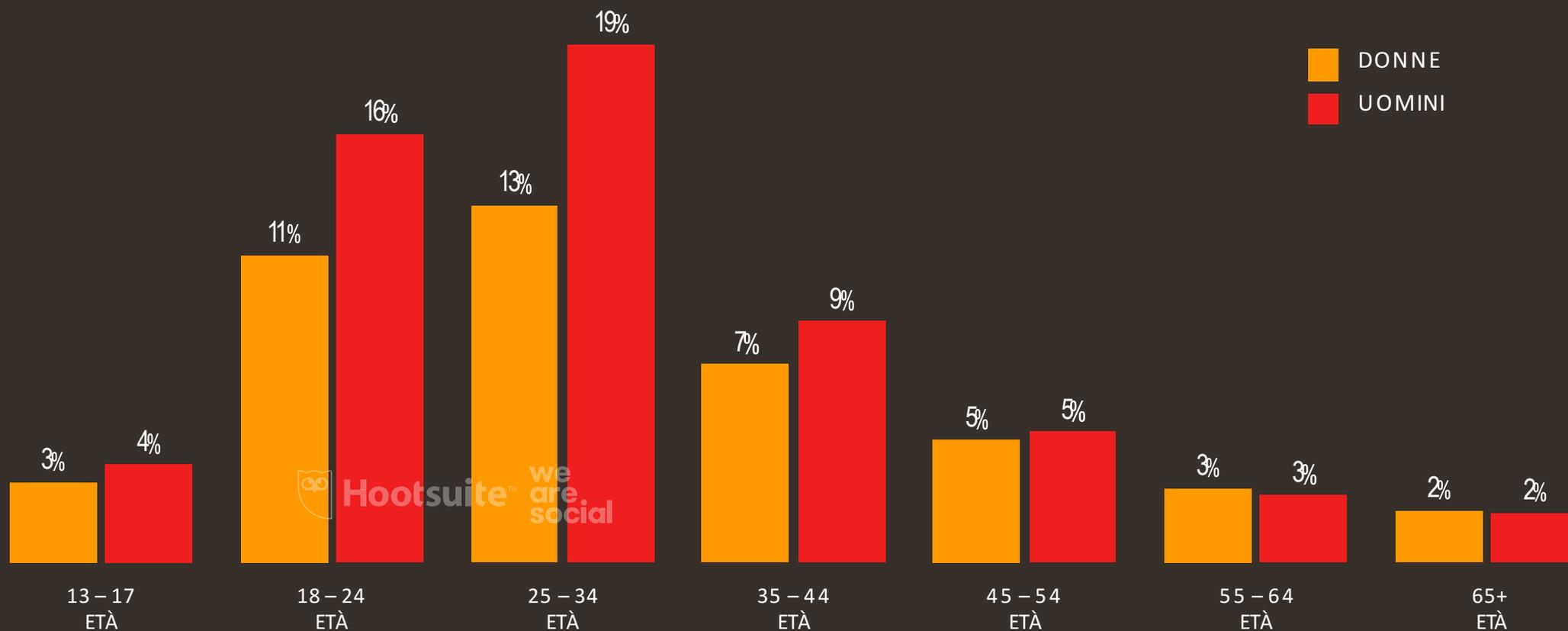
LE PIÙ POPOLARI APP DI MESSAGGISTICA PER PAESE A DICEMBRE 2018



GEN  
2019

# PROFILO AUDIENCE SOCIAL MEDIA

BASATO SULLE AUDIENCE COMBinate DI FACEBOOK, INSTAGRAM E FACEBOOK MESSENGER

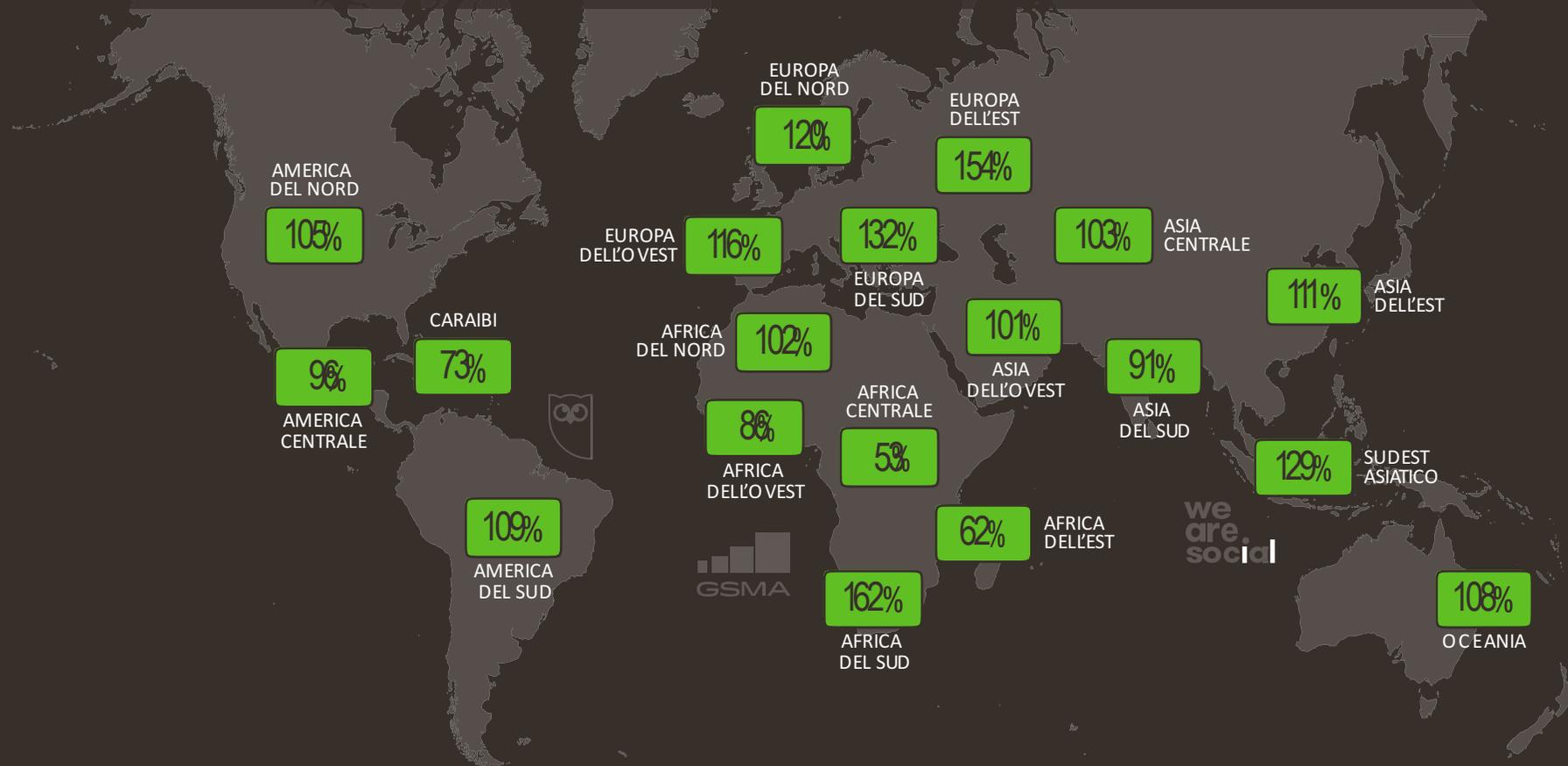


Hootsuite™ we are social

GEN  
2019

# CONNETTIVITÀ MOBILE PER REGIONE

NUMERO DI CONTRATTI MOBILE COMPARATI ALLA POPOLAZIONE TOTALE (NON UTENTI UNICI)





ITALIA

GEN  
2019

# ITALIA

TUTTE LE EVIDENZE PER COMPRENDERE MOBILE, INTERNET E UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA



POPOLAZIONE  
TOTALE



59.25

MILIONI

URBANIZZAZIONE:

71%

CONTRATTI  
MOBILE



85.92

MILIONI

vs. POPOLAZIONE:

145%

UTENTI  
INTERNET



54.80

MILIONI

PENETRAZIONE:

92%

UTENTI ATTIVI SUI  
SOCIAL MEDIA



35.00

MILIONI

PENETRAZIONE:

59%

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



31.00

MILIONI

PENETRAZIONE:

52%



we  
are  
social



we  
are  
social



GEN  
2019

# CRESCITA DIGITAL ANNUALE

IL CAMBIAMENTO ANNO SU ANNO DEGLI INDICATORI STATISTICI PRINCIPALI



POPOLAZIONE  
TOTALE



**-0,1%**

GEN 2018 - GEN 2019

**-72 MIGLIAIA**

CONTRATTI  
MOBILE



**+2,4%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+2 MILIONI**

UTENTI  
INTERNET



**+27%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+11 MILIONI**

UTENTI ATTIVISUI  
SOCIAL MEDIA



**+2,9%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+1 MILIONE**

UTENTI ATTIVISUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



**+3,3%**

GEN 2018 - GEN 2019

**+1 MILIONE**



we  
are  
social



we  
are  
social



Hootsuite™

we  
are  
social

GEN  
2019

# SCENARIO: POPOLAZIONE ED ECONOMIA

PRINCIPALI INDICATORI DEMOGRAFICI ED ECONOMICI



POPOLAZIONE  
TOTALE



59.25  
MILIONI

POPOLAZIONE  
FEMMINILE



51,2%

POPOLAZIONE  
MASCILE



48,8%

CAMBIAMENTO ANNUALE  
DIMENSIONE DELLA  
POPOLAZIONE



-0,1%

ETÀ  
MEDIANA



47,9

POPOLAZIONE RESIDENTE  
IN ZONE URBANE



71%

GDP PRO CAPITE (PPP)  
(DOLLARI INTERNAZIONALI)



\$39.427

ALFABETIZZAZIONE  
GENERALE (ADULTI 15+)



99%

ALFABETIZZAZIONE  
FEMMINILE (ADULTI 15+)



99%

ALFABETIZZAZIONE  
MASCILE (ADULTI 15+)



99%

GEN  
2019

# UTILIZZO DEI DISPOSITIVI

PERCENTUALE DELLA POPOLAZIONE ADULTA\* CHE UTILIZZA DISPOSITIVI DI QUALUNQUE TIPOLOGIA [SURVEY]



TELEFONO CELLULARE  
(OGNI TIPO)



97%

we  
are  
social

SMARTPHONE



76%



COMPUTER FISSO  
O PORTATILE



62%

we  
are  
social

TABLET



31%

TELEVISIONE (OGNI TIPO)



94%



DEVICE PER LO STREAMING  
DI CONTENUTI ONLINE SU TV



8%

we  
are  
social

E-READER



3%



DISPOSITIVI  
WEARABLE



5%

GEN  
2019

# TEMPO SPESO SUI MEDIA

TEMPO MEDIO SPESO SUI MEDIA [SURVEY]



MEDIA GIORNALIERA DEL  
TEMPO SPESO SU INTERNET  
DA QUALSIASI DISPOSITIVO



we  
are  
social

6H 04M

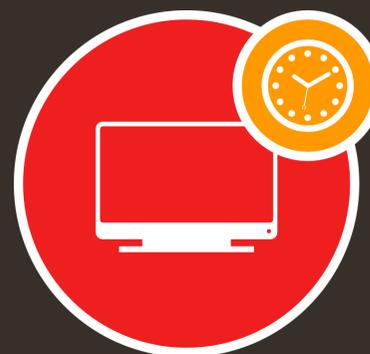
MEDIA GIORNALIERA DEL TEMPO  
SPESO SUI SOCIAL MEDIA DA  
QUALSIASI DISPOSITIVO



global  
web  
index

1H 51M

MEDIA GIORNALIERA DEL TEMPO  
SPESO SULLA TV (BROADCAST,  
STREAMING, VIDEO ON DEMAND)



2H 57M

MEDIA GIORNALIERA DEL  
TEMPO SPESO ASCOLTANDO  
MUSICA IN STREAMING



0H 44M



# UTILIZZO DI INTERNET

GEN  
2019

# USO DI INTERNET A SECONDA DEL DEVICE

BASATO SUI DATI DEGLI UTENTI ATTIVI E SULL'USO DI INTERNET DA SERVIZI MOBILE



NUMERO TOTALE DI  
UTENTI INTERNET ATTIVI



we  
are  
social

54.80

MILIONI

UTENTI INTERNET COME  
PERCENTUALE DELLA  
POPOLAZIONE TOTALE



global  
web  
index

92%

NUMERO TOTALE DI  
UTENTI MOBILE ATTIVI



hootsuite

50.14

MILIONI

UTENTI MOBILE COME  
PERCENTUALE DELLA  
POPOLAZIONE TOTALE



85%

GEN  
2019

# UTENTI INTERNET: DIVERSI PUNTI DI VISTA

PROSPETTIVE DIFFERENTI SUL NUMERO DI UTENTI INTERNET SECONDO ALCUNI DEGLI STUDI PIÙ AGGIORNATI



INTERNET  
WORLD STATS



54.80

MILIONI

ITU (UNIONE INTERNAZIONALE  
TELECOMUNICAZIONI)



36.32

MILIONI

BANCA MONDIALE



36.32

MILIONI

CIA WORLD  
FACTBOOK



38.03

MILIONI

we  
are  
social



GEN  
2019

# FREQUENZA NELL'UTILIZZO DI INTERNET

FREQUENZA DEGLI ACCESSI A INTERNET DA PARTE DEGLI UTENTI PER MOTIVI PERSONALI (CON OGNI TIPO DI DEVICE)



OGNI  
GIORNO



88%

we  
are  
social

ALMENO UNA VOLTA  
ALLA SETTIMANA



11%



ALMENO UNA  
VOLTA AL MESE



1%



MENO DI UNA  
VOLTA AL MESE



0%

GEN  
2019

# VELOCITÀ DI CONNESSIONE A INTERNET

MEDIA DELLA VELOCITÀ DI DOWNLOAD DA MOBILE E CONNESSIONE A INTERNET FISSA, COMPARAZIONE ANNO SU ANNO



VELOCITÀ MEDIA TRAMITE  
CONNESSIONE MOBILE



**29,69**  
MBPS

we  
are  
social

DIFFERENZA ANNO SU  
ANNO NELLA VELOCITÀ  
DI CONNESSIONE MOBILE



**-3,3%**



VELOCITÀ MEDIA TRAMITE  
CONNESSIONE FISSA



**43,29**  
MBPS



DIFFERENZA ANNO SU  
ANNO NELLA VELOCITÀ  
DI CONNESSIONE FISSA



**+35%**

GEN  
2019

# MIGLIORI SITI PERSIMILARWEB

RANKING DEI PRINCIPALI SITI INTERNET PER MEDIA DI TRAFFICO MENSILE



#	SITO WEB	CATEGORIA	TRAFFICO MENSILE	TEMPO/VISITA	PAGINE/VISITA
01	GOOGLE.IT	RICERCA	1.122.000.000	09M 34S	7,9
02	GOOGLE.COM	RICERCA	909.400.000	09M 09S	8,8
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	511.200.000	11M 19S	11,0
04	YOUTUBE.COM	TV E VIDEO	358.300.000	18M 52S	8,6
05	AMAZON.IT	SHOPPING	213.300.000	07M 34S	11,0
06	WIKIPEDIA.ORG	RIFERIMENTO	175.800.000	03M 48S	2,9
07	AMPPROJECT.ORG	SOFTWARE	157.400.000	04M 00S	4,2
08	REPUBBLICA.IT	NOTIZIE	97.600.000	12M 11S	5,3
09	PORNHUB.COM	ADULTI	74.100.000	10M 14S	8,7
10	YAHOO.COM	NOTIZIE	70.500.000	05M 03S	5,0

GEN  
2019

# MIGLIORI SITI PER ALEXA

RANKING DEI SITI DI ALEXA PER NUMERO DI VISITATORI E PAGE VIEWS TOTALI



01	GOOGLE.COM	07M 42S	9,54	11	REPUBBLICA.IT	15M 55S	3,24
02	YOUTUBE.COM	GIORNATA 08 M 47S	VISITA 5,02	12	INSTAGRAM.COM	GIORNATA 05 M 47S	VISITA 3,86
03	GOOGLE.IT	05 M 19S	7,00	13	PORNHUB.COM	08 M 43S	3,35
04	FACEBOOK.COM	09 M 43S	4,03	14	LIVE.COM	03 M 53S	3,76
05	AMAZON.IT	09 M 04S	8,93	15	SUBITO.IT	10M 33S	9,38
06	WIKIPEDIA.ORG	04M 15S	3,15	16	CORRIERE.IT	10M 17S	3,03
07	TERMOMETROPOLITICO.IT	01M 17S	1,54	17	MYMOVIES.IT	02 M 07S	2,21
08	EBAY.IT	08 M 53S	6,99	18	POSTE.IT	05 M 47S	4,92
09	LIBERO.IT	04M 55S	3,68	19	XHAMSTER.COM	12M 58S	10,07
10	YAHOO.COM	04M 01S	3,60	20	TIM.IT	04M 36S	3,62

GEN  
2019

# PRINCIPALI CHIAVI DI RICERCA GOOGLE 2018

BASATO SULLE RICERCHE NEL 2018



#	QUERY DI RICERCA	INDICE
01	METEO	100
02	FACEBOOK	79
03	YOUTUBE	38
04	GOOGLE	37
05	TRADUTTORE	31
06	AMAZON	27
07	LIBERO	27
08	NEWS	20
09	SERIE A	18
10	DIRETTA	18

#	QUERY DI RICERCA	INDICE
11	LIBERO MAIL	17
12	REPUBBLICA	17
13	SUBITO	15
14	INSTAGRAM	14
15	CORRIERE	14
16	MILAN	14
17	GAZZETTA	13
18	YOU	13
19	NOTIZIE	13
20	INTER	12

GEN  
2019

# ATTIVITÀ DI CONTENT STREAMING

PERCENTUALE DEGLI UTENTI INTERNET CHE FRUISCONO DI CONTENUTI OGNI MESE [SURVEY]



GUARDA  
VIDEO ONLINE



92%

RIPRODUCE CONTENUTI  
TV SU INTERNET



43%

GIOCA IN STREAMING  
LIVE SU INTERNET



16%

GUARDA LIVE STREAMING DI  
ALTRE PERSONE  
CHE GIOCANO



11%

GUARDA CAMPIONATI  
DI E-SPORTS



5,4%



we  
are  
social



we  
are  
social

GEN  
2019

# UTILIZZO DI INTERNET

PERCENTUALE DEGLI UTENTI INTERNET CHE USANO STRUMENTI O SERVIZI OGNI MESE



RICERCA VOCALE O  
COMANDI VOCALI



30%

we  
are.  
social

RIDE  
HAILING



3,8%

global  
web  
index

STRUMENTI DI  
AD-BLOCKING



35%



VIRTUALPRIVATE  
NETWORK (VPN)



17%



# UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA

GEN  
2019

# SOCIAL MEDIA

UTENTI ATTIVI MENSILMENTE SULLE PIATTAFORME SOCIAL PIÙ UTILIZZATE IN OGNI PAESE



NUMERO TOTALE  
DEGLI UTENTI ATTIVI  
SUI SOCIAL MEDIA



**35.00**  
MILIONI

we  
are  
social

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA COME PERCENTUALE  
DELLA POPOLAZIONE TOTALE



**59%**



NUMERO TOTALE DI  
UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



**31.00**  
MILIONI



UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL MEDIA  
DA MOBILE COME PERCENTUALE  
DELLA POPOLAZIONE TOTALE



**52%**

GEN  
2019

# COMPORAMENTI SUI SOCIAL MEDIA

COME LE PERSONE UTILIZZANO I SOCIAL MEDIA [SURVEY]



HA VISITATO O USATO  
UN SOCIAL NETWORK O  
SERVIZIO DI MESSAGGISTICA  
NELL'ULTIMO MESE



98%

HA SCRITTO O HA  
INTERAGITO SUI SOCIAL  
MEDIA NELL'ULTIMO MESE



74%

MEDIA GIORNALIERA  
DEL TEMPO SPESO  
SUI SOCIAL MEDIA



1H 51M

MEDIA DI ACCOUNT  
SOCIAL PER PERSONA\*



7,4

PERCENTUALE DI UTENTI  
CHE USANO I SOCIAL MEDIA  
PER SCOPI LAVORATIVI



11%



global  
web  
index

we  
are  
social

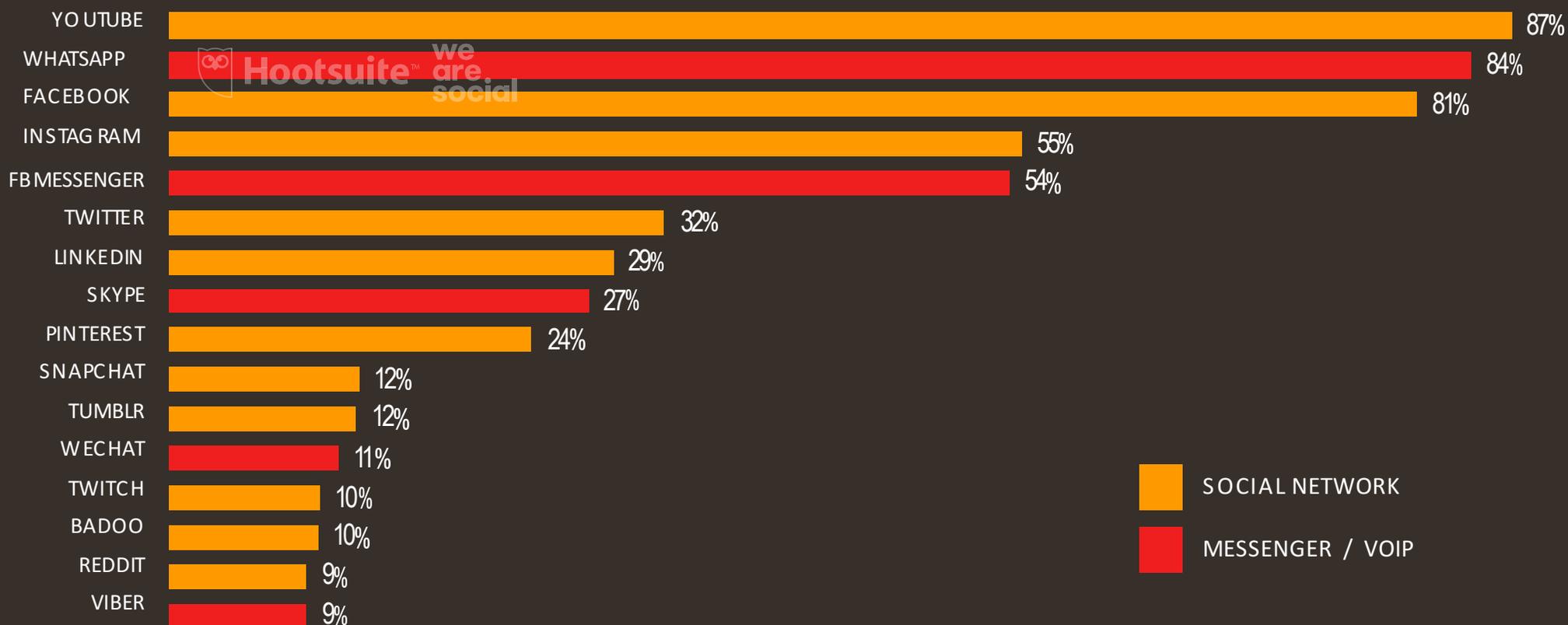
global  
web  
index



GEN  
2019

# PIATTAFORME SOCIAL PIÙ ATTIVE

PERCENTUALE DI UTENTI CHE DICHIARANO DI USARE CIASCUNA PIATTAFORMA [SURVEY]



GEN  
2019

# AUDIENCE PUBBLICITARIA SUI SOCIAL MEDIA

COMPARAZIONE DELL'AUDIENCE PUBBLICITARIO\* SULLE PIATTAFORME SELEZIONATE



NUMERO TOTALE DI AUDIENCE PUBBLICITARIA SU FACEBOOK (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



31.00  
MILIONI

FEMMINILE MASCHILE  
48% 52%

NUMERO TOTALE DI AUDIENCE PUBBLICITARIA SU INSTAGRAM (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



19.00  
MILIONI

FEMMINILE MASCHILE  
51% 49%

NUMERO TOTALE DI AUDIENCE PUBBLICITARIA SU TWITTER (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



2.35  
MILIONI

FEMMINILE MASCHILE  
32% 68%

NUMERO TOTALE DI AUDIENCE PUBBLICITARIA SU SNAPCHAT (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



2.50  
MILIONI

FEMMINILE MASCHILE  
73% 25%

NUMERO TOTALE DI AUDIENCE PUBBLICITARIA SU LINKEDIN (MEMBRI REGISTRATI)



12.00  
MILIONI

FEMMINILE MASCHILE  
47% 53%



we  
are  
social



we  
are  
social

GEN  
2019

# AUDIENCE PUBBLICITARIA SUI SOCIAL MEDIA

VARIAZIONE TRIMESTRALE SUL TOTALE DELL'AUDIENCE PUBBLICITARIA PER LE PIATTAFORME SELEZIONATE



CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENCE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU FACEBOOK  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



we  
are  
social

0%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENCE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU INSTAGRAM  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



0%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENCE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU TWITTER  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



we  
are  
social

-18%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENCE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU SNAPCHAT  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



-26%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENCE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU LINKEDIN  
(MEMBRI REGISTRATI)

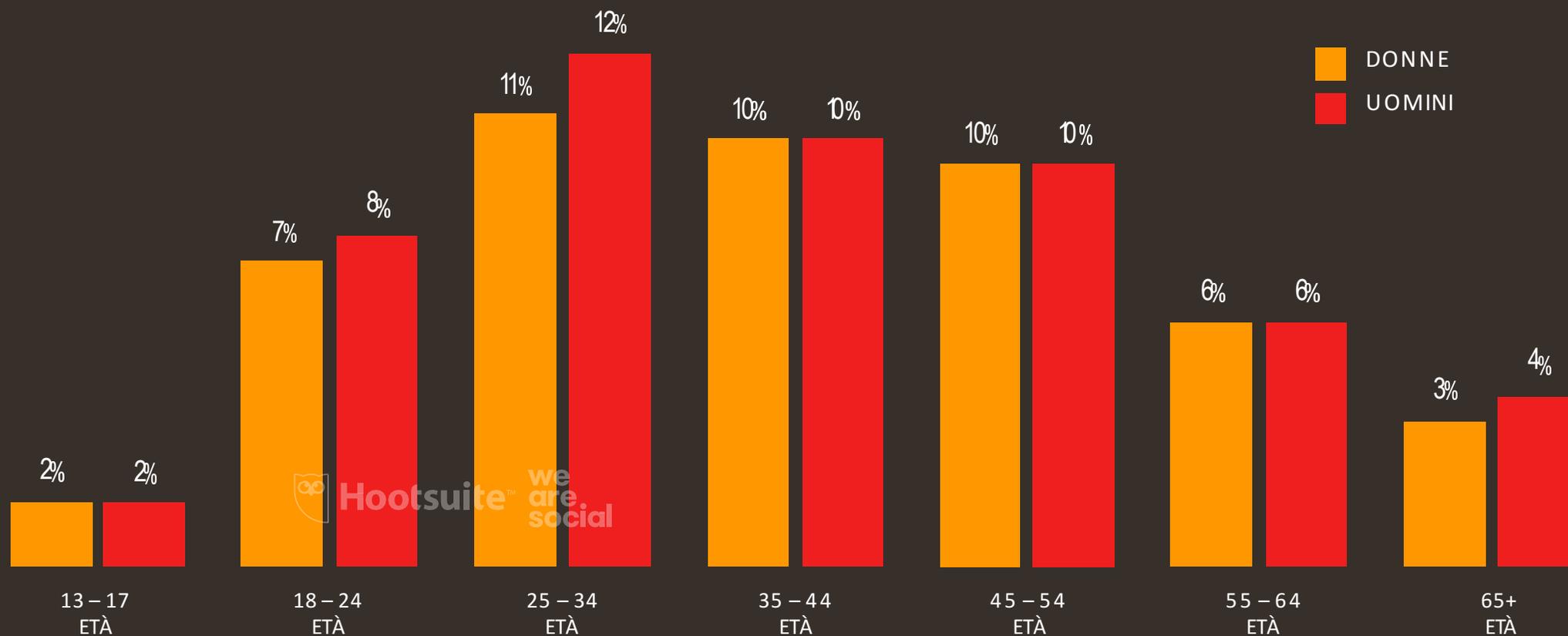


0%

GEN  
2019

# PROFILO AUDIENCE SOCIAL MEDIA

BASATO SULLE AUDIENCE COMBinate DI FACEBOOK, INSTAGRAM E FACEBOOK MESSENGER



Hootsuite™ we are social

GEN  
2019

# AUDIENCE DI FACEBOOK

BASATO SULL'INTERA AUDIENCE PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU FACEBOOK



PERSONE CHE POSSONO  
ESSERE RAGGIUNTE CON  
PUBBLICITÀ SU FACEBOOK



we  
are  
social

31.00  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU FACEBOOK



59%

CRESCITA TRIMESTRALE  
DELLA REACH PUBBLICITARIA  
SU FACEBOOK



we  
are  
social

0%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE FACEBOOK  
RIPORTA COME FEMMINILE\*



48%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE FACEBOOK  
RIPORTA COME MASCHILE\*



52%

GEN  
2019

# FREQUENZA ATTIVITÀ SU FACEBOOK

NUMERO DI VOLTE CHE UN UTENTE TIPO\* COMPIE CIASCUNA ATTIVITÀ SU FACEBOOK



NUMERO TOTALE DELLE  
PAGINE FACEBOOK CUI  
HA MESSO LIKE (LIFETIME)



2

FEMMINILE MASCHILE

2 1

POST CUI HA MESSO LIKE  
NEGLI ULTIMI 30 GIORNI  
(TUTTE LE TIPOLOGIE DI POST)



13

FEMMINILE MASCHILE

18 9

COMMENTI FATTI NEGLI  
ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE  
LE TIPOLOGIE DI POST)



5

FEMMINILE MASCHILE

8 3

POST FACEBOOK CONDIVISI  
NEGLI ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE  
LE TIPOLOGIE DI POST)



2

FEMMINILE MASCHILE

3 1

PUBBLICITÀ CLICcate NEGLI  
ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE  
LE TIPOLOGIE DI CLICK)



14

FEMMINILE MASCHILE

16 12



we  
are  
social



we  
are  
social

GEN  
2019

# REACH DELLE PAGINE FACEBOOK

CRESCITA MEDIA MENSILE DEI LIKE ALLA PAGINA, REACH MEDIA DEI POST IN PAGINA E CONTRIBUTO DEL PAID MEDIA



VARIAZIONE  
MEDIA MENSILE NEI  
LIKE ALLA PAGINA



we  
are  
social

+0,05%

REACH MEDIA  
DEI POST vs. LIKE  
ALLA PAGINA



locowise

6,0%

REACH ORGANICA  
MEDIA vs. LIKE  
ALLA PAGINA



locowise

5,8%

PERCENTUALE  
DI PAGINE CHE  
USANO PAID MEDIA



locowise

20%

MEDIA REACH A  
PAGAMENTO vs.  
REACH TOTALE



21%

GEN  
2019

# ENGAGEMENT SU FACEBOOK

NUMERO DI PERSONE CHE INTERAGISCONO CON UN POST IN PAGINA SU FACEBOOK vs. LA REACH DELLA PAGINA



ENGAGEMENT RATE MEDIO  
PER I POST SU FACEBOOK (TUTTI  
I TIPI DI POST E DI PAGINE\*)



3,10%

ENGAGEMENT RATE MEDIO  
PER I VIDEO SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



5,95%

ENGAGEMENT RATE MEDIO  
PER LE FOTO SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



4,39%

ENGAGEMENT RATE MEDIO PER  
I PAGE POST LINK SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



2,44%

ENGAGEMENT RATE MEDIO PER  
I POST DI STATUS SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



0,09%



GEN  
2019

# AUDIENCE DI INSTAGRAM

BASATO SULL'INTERA AUDIENCE PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU INSTAGRAM



PERSONE CHE SECONDO  
INSTAGRAM POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU INSTAGRAM



we  
are  
social

19.00  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU INSTAGRAM



36%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU INSTAGRAM



we  
are  
social

0%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE INSTAGRAM  
DICHARA COME FEMMINILE\*



51%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE INSTAGRAM  
DICHARA COME MASCHILE\*



49%

GEN  
2019

# AUDIENCE DI TWITTER

BASATO SULL'INTERA AUDIENCE PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU TWITTER



PERSONE CHE SECONDO  
TWITTER POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU TWITTER



we  
are  
social

2.35  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU TWITTER



4,5%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU TWITTER



we  
are  
social

-18%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE TWITTER  
DICHIARA COME FEMMINILE\*



32%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE TWITTER  
DICHIARA COME MASCHILE\*



68%

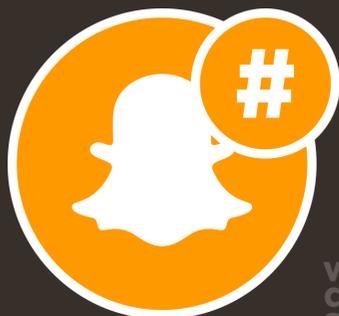
GEN  
2019

# AUDIENCE DI SNAPCHAT

BASATO SULL'INTERA AUDIENCE PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU SNAPCHAT



PERSONE CHE SECONDO  
SNAPCHAT POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU SNAPCHAT



we  
are  
social

2.50  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU SNAPCHAT



4,8%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU SNAPCHAT



we  
are  
social

-26%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE SNAPCHAT  
DICHARA COME FEMMINILE\*



73%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE SNAPCHAT  
DICHARA COME MASCHILE\*



25%

GEN  
2019

# AUDIENCE DI LINKEDIN

BASATO SULL'INTERA AUDIENCE PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU LINKEDIN



PERSONE CHE SECONDO  
LINKEDIN POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU LINKEDIN



we  
are  
social

12.00  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(18+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU LINKEDIN



24%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU LINKEDIN



we  
are  
social

0%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE LINKEDIN  
DICHARA COME FEMMINILE\*



47%

PERCENTUALE DI AUDIENCE  
PUBBLICITARIA CHE LINKEDIN  
DICHARA COME MASCHILE\*



53%

GEN  
2019

# PRINCIPALI RICERCHE SU YOUTUBE NEL 2018

RICERCHE EFFETTUATE SULLA PIATTAFORMA DURANTE IL 2018



#	QUERY DI RICERCA	INDICE
01	CANZONI	100
02	FILM	89
03	FORTNITE	53
04	MUSICA	49
05	ME CONTRO TE	38
06	KARAOKE	32
07	MINECRAFT	28
08	FAVIJ	26
09	INTER	23
10	SFERA EBBASTA	20

#	QUERY DI RICERCA	INDICE
11	CICCIOGAMER89	18
12	ASMR	17
13	CANZONI 2018	17
14	ULTIMO	17
15	PERFECT	16
16	IRAMA	16
17	ITALIANA	15
18	VASCO ROSSI	15
19	FEDEZ	15
20	GHALI	14



# DIFFUSIONE DEL MOBILE

GEN  
2019

# CONTRATTI MOBILE PER TIPOLOGIA

BASATO SUL NUMERO DI CONTRATTI PER CELLULARE (NON INDIVIDUI UNICI)



NUMERO TOTALE DI  
CONNESSIONI MOBILE



85.92  
MILIONI

we  
are  
social

CONNESSIONI MOBILE  
COME PERCENTUALE DELLA  
POPOLAZIONE TOTALE



145%

GSMA

PERCENTUALE DI  
CONNESSIONI  
MOBILE PREPAGATE



83%



PERCENTUALE DI  
CONNESSIONI MOBILE  
IN ABBONAMENTO



17%

GSMA

PERCENTUALE DI  
CONNESSIONI MOBILE A  
BANDA LARGA (3G E 4G)



82%

GEN  
2019

# INDICE DI CONNETTIVITÀ MOBILE

VALUTAZIONE DEI PRINCIPALI FACILITATORI E DRIVER DI CONNETTIVITÀ MOBILE SECONDO GSMA INTELLIGENCE



PUNTEGGIO GENERALE  
NAZIONALE



74,86

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

INFRASTRUTTURA  
DELLE RETE MOBILE



68,38

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

ACCESIBILITÀ DEI  
DISPOSITIVI E DEI SERVIZI



71,56

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

PREPARAZIONE  
DEL CONSUMATORE



82,61

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

DISPONIBILITÀ  
DI CONTENUTI E  
SERVIZI RILEVANTI



77,71

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100



GEN  
2019

# ATTIVITÀ DA MOBILE

PERCENTUALE DI UTENTI CHE COMPIONO CIASCUNA ATTIVITÀ DA MOBILE OGNI MESE [SURVEY]



PERCENTUALE DI UTENTI  
CHE USANO SERVIZI DI  
MESSAGGISTICA DA MOBILE



we  
are  
social

87%

PERCENTUALE DI  
UTENTI CHE GUARDANO  
VIDEO DA MOBILE



global  
web  
index

81%

PERCENTUALE DI  
UTENTI CHE GIOCANO  
DA MOBILE



49%

PERCENTUALE DI UTENTI CHE  
EFFETTUANO OPERAZIONI  
BANCARIE DA MOBILE



global  
web  
index

41%

PERCENTUALE DI  
UTENTI CHE USANO  
SERVIZI DI NAVIGAZIONE  
MOBILE SU MAPPE



76%

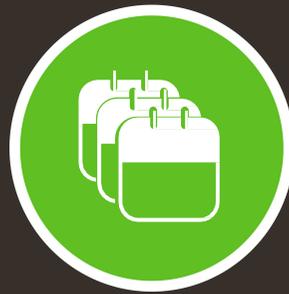
# SPECIAL THANKS: GLOBALWEBINDEX



**GlobalWebIndex** is the leading provider of audience profiling data to agencies, publishers, and brands worldwide.



**90% GLOBAL  
COVERAGE**



**ONGOING DATA COLLECTION  
ACROSS 45 MARKETS**



**CROSS-DEVICE  
COVERAGE**

Learn more at <http://www.globalwebindex.com>

# LIBERATORIA E AVVERTENZE

Il presente documento è redatto da We Are Social Ltd (“We Are Social”) e Hootsuite Inc. (“Hootsuite”) a mero scopo informativo, e si basa su dati provenienti da diverse fonti, a mero titolo esemplificativo, nei confronti di aziende pubbliche e private, agenzie di ricerca di mercato, enti governativi, ONG, e soggetti privati. Sebbene We Are Social e Hootsuite si impegnino a garantire che tutti i dati e i grafici contenuti nel presente documento siano, al momento della loro pubblicazione, completi e aggiornati, né We Are Social né Hootsuite saranno ritenuti responsabili per eventuali errori o omissioni ivi contenuti, o derivanti dal relativo utilizzo.

Tutte le informazioni contenute nel presente documento vengono fornite “così come ricevute”, prive di alcuna garanzia in relazione alla loro accuratezza, completezza, correttezza o al rispetto dei diritti di soggetti terzi e prive di qualsiasi tipo di garanzia, esplicita o implicita, incluse, a mero titolo esemplificativo, garanzie di commerciabilità o idoneità in relazione a qualsiasi scopo specifico. Il presente documento contiene dati, tabelle, cifre, mappe, contrassegni, analisi

e note tecniche riguardanti svariate aree geografiche a livello mondiale, tuttavia, un riferimento a tali aree e a qualsiasi elemento correlato (inclusi nomi e contrassegni) non comporta la manifestazione di alcuna opinione da parte di We Are Social, Hootsuite o di alcun marchio presentato, né di alcun partner, collegata, dipendente o rappresentante di tali organizzazioni, quanto allo status giuridico di qualsiasi paese, territorio, città o area o alle relative autorità, o in merito alla delimitazione delle frontiere o dei confini degli stessi. Il presente documento viene fornito sull'assunto che esso non costituisce alcuna consulenza o servizio professionale di alcun genere e, pertanto, non è da intendersi quale sostitutivo di alcuna indagine, riflessione o giudizio indipendente.

Di conseguenza, né We Are Social, Hootsuite né alcuno dei marchi o organizzazioni ivi presentati o menzionati, né alcuno dei propri partner, collegate, società del gruppo, dipendenti o rappresentanti sarà ritenuto responsabile, nella misura massima consentita dalla legge, nei Vostri confronti o di chiunque altro in relazione a qualsiasi perdita o danno

diretto, indiretto, fortuito, incidentale, speciale, consequenziale, conseguente o analogo risultante da qualsiasi utilizzo, azione o decisione assunta da Voi o da chiunque altro in qualunque modo connessa al presente documento o alle informazioni ivi contenute, o del(dei) relativo(i) esito(i), anche se informati dell'eventualità di tale perdita o danno.

Il presente documento potrebbe contenere riferimenti a soggetti terzi, tuttavia, il medesimo non promuove alcuno di tali soggetti terzi o loro prodotti o servizi, né il presente documento è sponsorizzato, promosso o associato a tali soggetti terzi. Salvo le parti del presente documento relative a Hootsuite, il medesimo e qualsiasi parere ivi contenuto è stato redatto da We Are Social e non è stato specificamente approvato o riprovato da Hootsuite. Il presente documento è soggetto a modifiche che non richiedono alcun preavviso. Al fine di assicurarVi di essere in possesso della versione aggiornata del presente documento, Vi preghiamo di voler visitare il seguente link: <http://datareportal.com>.