



Mobile app e browser: ecco perché i retailer non dovrebbero ignorare l'esperienza di navigazione da browser mobile

Shopping via Smartphone: il fashion è il settore più amato dagli Italiani

I dati dell'indagine comScore Mobile Advisor mostrano come cresca in Italia ed Europa l'acquisto di beni e servizi via smartphone, ormai nelle tasche di un numero sempre maggiore di consumatori.

Il fashion è il settore che ne beneficia di più: abbigliamento e accessori sono i prodotti maggiormente acquistati online nel primo trimestre 2016; seguono gli articoli di elettronica di consumo e i libri fisici.

Il browser mobile supera le app come tipologia di accesso preferita dagli utenti nell'esperienza di acquisto tramite smartphone.

Milano, 20 luglio 2016 - "Gli italiani utilizzano sempre più lo smartphone per fare shopping", commenta **Fabrizio Angelini, CEO di Sensemakers e rappresentante di comScore in Italia**. "Secondo le ultime rilevazioni che abbiamo condotto con comScore MobiLens e Mobile Advisor sugli acquisti via Mobile nel primo trimestre 2016, analizzando gli italiani sopra i 13 anni che possiedono uno smartphone, ben 8,6 milioni hanno acquistato prodotti e servizi via mobile nel mese di aprile 2016. E la loro percentuale sul totale dei possessori di smartphone è passata dal 24,4% di aprile 2015 al 28,3% di quest'anno."

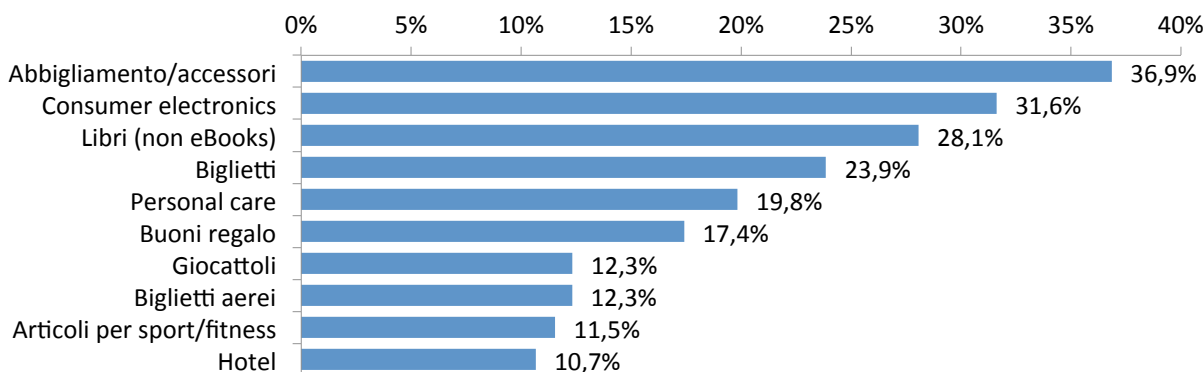
A beneficiare della maggiore propensione degli Italiani agli acquisti via smartphone è il settore del fashion. Abbigliamento e accessori sono i prodotti che più Mobile Shopper hanno dichiarato di aver acquistato ad aprile 2016 (oltre il 35% degli utenti).

Sul podio anche i prodotti di elettronica, acquistati da un Mobile Shopper su tre, e i libri fisici, che tengono con il 28% di utenti che ne hanno acquistato almeno uno nel corso del mese.

A seguire biglietti (24%), prodotti per la cura personale (19,8%), buoni regalo (17,4%), giocattoli e biglietti aerei (entrambi 12,3%), articoli per sport e fitness (11,5%) e hotel al 10%.

% di utenti smartphone che in Italia hanno acquistato nelle singole categorie di prodotto nell'arco di un mese

Fonte: comScore MobiLens , media trimestre aprile 2016

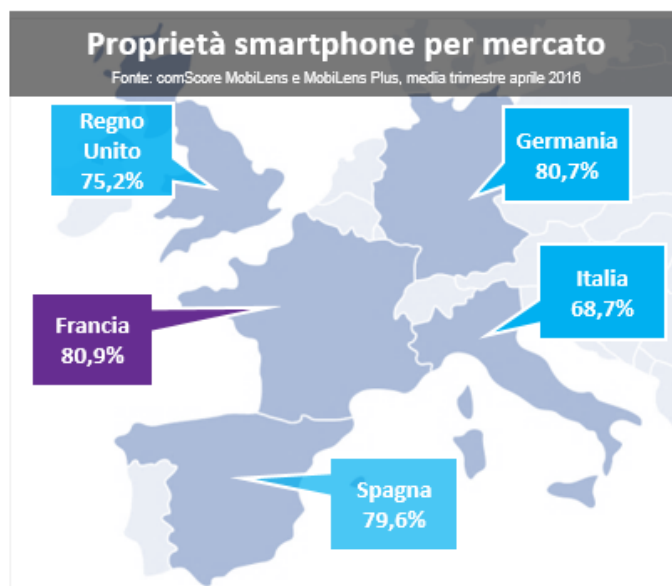


Il contesto europeo

Il dato italiano sul Mobile Shopping si inserisce all'interno di un quadro generale europeo in crescita.

I numeri sul panorama mobile rilasciati da comScore Mobile Advisor evidenziano le differenze esistenti a livello di adozione dello smartphone nel continente europeo, esaminando anche l'utilizzo di applicazioni e browser per compiere acquisti da mobile.

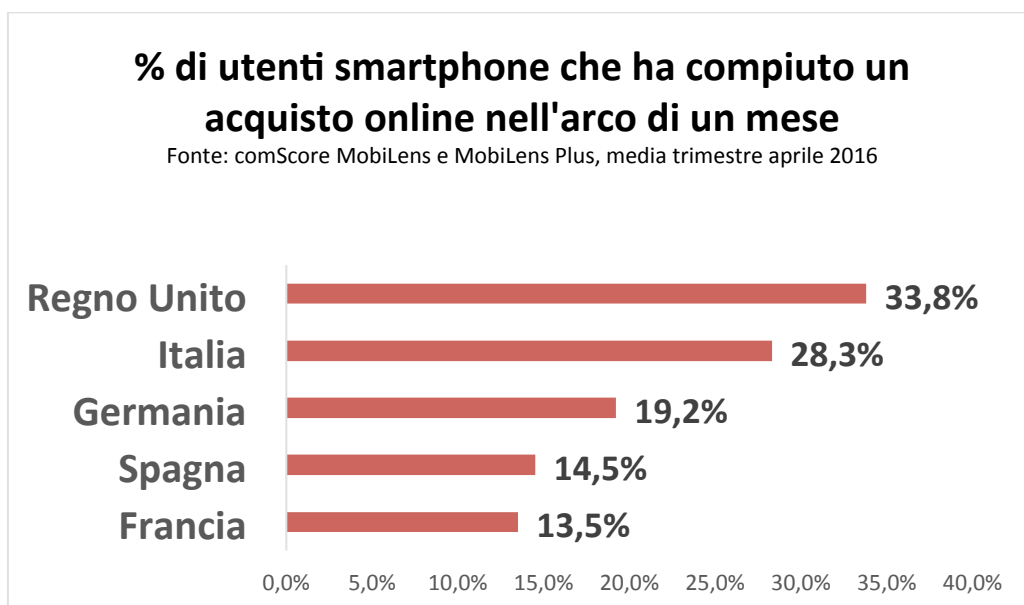
Nonostante una penetrazione dello smartphone (pari al 68,7%) relativamente inferiore agli altri Paesi EU5, l'Italia è il mercato con il tasso di crescita maggiore in assoluto, con un aumento del 13,4% del numero di utenti possessori di smartphone rispetto al mese di aprile 2015.



In Francia e Germania si registrano le percentuali di possessori di smartphone più elevate nei mercati EU5; nel mese di aprile 2016, le loro audience hanno infatti toccato quota 80%.

Ma se i dati sul possesso di smartphone risultano particolarmente elevati, gli europei si sono imposti anche come assidui Mobile Shopper. Nel Regno Unito, gli utenti smartphone che hanno anche

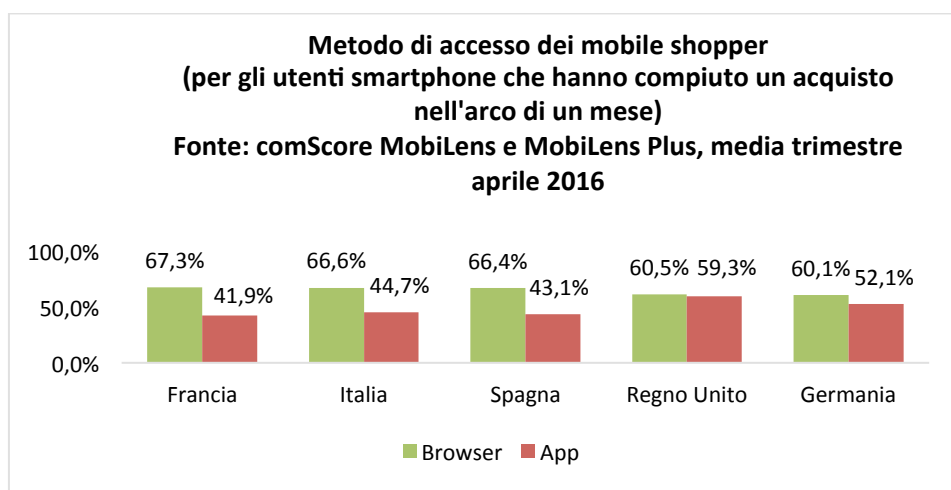
effettuato almeno un acquisto online sono stati oltre un terzo nel mese di aprile, seguiti proprio dall'Italia.



Spesso, i Mobile Shopper scelgono di compiere acquisti da app o browser. Sebbene l'utilizzo di applicazioni nel complesso costituisca la componente principale del consumo di contenuti da mobile, **gli utenti che hanno acquistato da browser** sono risultati superiori a quelli che hanno completato la transazione da app, in tutti e cinque i mercati nel mese di aprile.

Nei mercati EU5, infatti, oltre il 60% dei mobile shopper che ha compiuto acquisti online ha scelto di farlo visitando i relativi siti da browser mobile.

Regno Unito e Germania hanno però registrato la più elevata incidenza di acquisti da app, con percentuali pari rispettivamente a 59,3 e 52,1%.



La capacità di quantificare la crescita dello smartphone come canale commerciale è un aspetto importante per i retailer al fine di ottimizzare l'esperienza in funzione della piattaforma e massimizzare l'interazione da parte della audience di riferimento.

* * *

comScore (NASDAQ: SCOR) è la società di misurazione cross-piattaforma che rileva con precisione le audience, i brand e il comportamento dei consumatori in tutto il mondo. comScore ha completato la fusione con Rentrak Corporation nel gennaio 2016, per dare vita al nuovo punto di riferimento per un mondo dinamico e cross-piattaforma. Costruiti con precisione e innovazione, i nostri dati non hanno eguali: combinano informazioni proprietarie sul mondo digitale, sulla TV e sull'industria cinematografica con un vasto set di dettagli demografici, in modo da quantificare su scala globale il comportamento multischermo dei consumatori. Tale approccio aiuta le aziende nel mondo dei media a monetizzare interamente le proprie audience, e i marketer a raggiungere queste audience nel modo più efficace. Con oltre 3200 clienti e una presenza globale in oltre 75 Paesi, comScore fornisce già oggi il futuro della misurazione. Per maggiori informazioni su comScore, visita comscore.com.

@comScoreEMEA

Ufficio stampa:

Mirandola Comunicazione

www.mirandola.net

Marco Ferrario

marco.ferrario@mirandola.net

Mob: +39 320 7910162

Skype: marco.ferrario3

Twitter: @marco_ferrario3

Daniele Gatti

daniele@mirandola.net

Tel: 0524 574708

Mob: + 39 393 8108869

Skype: daniele.gatti_1