



comScore scatta la foto dello scenario del mercato mobile italiano in occasione di IFA

Samsung e Apple guidano il mercato smartphone in Italia.

Ma Huawei è il player con la maggiore crescita: +140%

Nel comparto smartphone, Android è scelto dal 69,5% della audience, con iOS al 17,7% e Microsoft al 10,7%.

In aumento il numero dei nuovi acquisti (1,4 milioni di persone è in possesso di un nuovo smartphone nel mese di maggio 2016 rispetto ai 1,2 milioni di maggio 2015).

Tra i brand Huawei (+140%) fa registrare la maggiore crescita anno su anno in termini di utenti.

Milano, 2 settembre 2016 – Gli italiani acquistano smartphone con dimensioni maggiori (soprattutto tra i 5 e i 6 pollici) e fotocamere sempre più potenti. Lo smartphone si configura sempre più come mezzo per attività diverse dalla telefonata: in crescita gli utenti che vedono video, condividono foto e ascoltano musica tramite il proprio dispositivo. Samsung è il brand più diffuso (con una quota del 42,4% della smartphone audience), seguito da Apple (17,7%), ma è Huawei a registrare la crescita più elevata in termini di utenti: +140%.

Questa la fotografia scattata da Mobilens di comScore, in occasione di IFA, in merito all'acquisto di dispositivi mobili di nuova generazione relativa al mese di maggio 2016.

Smartphone e sistemi operativi in Italia

Nel mercato italiano dei telefoni cellulari, gli smartphone hanno raggiunto a maggio 2016 il 68,7% di penetrazione, con 30,6 milioni di utenti, numero che registra una crescita del 17% rispetto allo stesso mese dello scorso anno.

Limitandosi ai soli smartphone, il mercato italiano è dominato da Android, installato sui dispositivi del 69,5% della smartphone audience (67,6% nel 2015), seguito da Apple/iOS, con una quota di mercato pari al 17,7% (17,2% nel 2015), e Microsoft, oltre la soglia del 10% ma in calo rispetto all'11,1% dello scorso anno.

Tali quote di mercato dovrebbero rimanere stabili nel corso dei prossimi mesi. Una volta scelto, il sistema operativo rappresenta un elemento fidelizzante, e a dimostrarlo sono le intenzioni di acquisto degli utenti smartphone che dichiarano di voler effettuare un upgrade del proprio dispositivo nei prossimi sei mesi: solo il 13% degli utenti Android dichiara di voler passare a piattaforma Apple, e il 16% degli utenti Apple è disposto a fare il percorso inverso.

Si può invece immaginare un effetto cannibalizzazione dei dispositivi non-smartphone: oltre la metà (53%) di coloro che possiedono un telefono cellulare di vecchia generazione e intenzionati a un prossimo upgrade, dichiarano la preferenza per Android nel momento del passaggio a uno smartphone.

Quota di mercato dei singoli brand: Samsung mantiene la fetta maggiore ma è Huawei il brand che ha fatto segnare la crescita maggiore

Analizzando le quote di mercato dei brand nella smartphone audience, Samsung detiene il 42,4% di quota, che la colloca al di sopra di Apple (17,7%) e Nokia (8,9%), quest'ultima in calo e incalzata dall'outsider Huawei, arrivato all'8,1% di quota di mercato e in crescita del 140% nell'ultimo anno.

Dispositivi mobili acquistati: 1,4 milioni di utenti hanno acquistato uno smartphone nel mese di maggio

Gli utenti che hanno acquistato uno smartphone nel corso di maggio 2016 sono pari a 1,4 milioni (sono stati 1,2 milioni nello stesso mese del 2015), il 75% dei quali ha optato per Android come SO, con Apple/iOS a seguire al 18,2% e Microsoft al 5,2%.

Samsung si conferma il brand di smartphone più diffuso anche negli ultimi acquisti (33,8%), mentre i dispositivi Apple sono stati poco meno di un quinto del totale (18,2%), a seguire Huawei con il 14,7% e LG con il 6,6%.

Top ten degli smartphone più acquistati: Apple e Samsung dominano la classifica ma Huawei P8 Lite è il più popolare

Otto dei primi dieci smartphone più acquistati a maggio 2016 sono dispositivi Samsung o Apple, in linea con il dato che li posiziona come primi due produttori del mercato smartphone, anche se il più acquistato in assoluto (con il 6,7% del totale acquisti) è stato il Huawei P8 Lite.

Seguono iPhone 6s (4,8%) e 5s (4,4%), Samsung Galaxy J5 (3,1%) e S6 (2,7%). Gli ultimi dispositivi Apple dotati di schermo di grandi dimensioni come l'iPhone 6 Plus non appaiono ancora nelle prime posizioni.

Quasi 4 acquirenti su 5 hanno speso oltre 400 € per il nuovo smartphone (19,2%), segue la fascia di chi ha speso tra i 170 € e i 249 € (18,6%).

Se si analizzano le caratteristiche dei nuovi smartphone, si può osservare come ci si sta spostando verso dispositivi con display di maggiori dimensioni e con caratteristiche più potenti. A maggio 2016 oltre metà degli utenti (54,4%) ha acquisito dispositivi con display compreso tra i 5" e i 6", mentre nello stesso mese dello scorso anno erano al 27,9% a fronte del 58,4% che aveva acquisito un nuovo smartphone tra con display compreso tra i 4" e i 5".

Uno cambiamento analogo si assiste anche nella risoluzione della fotocamera. I nuovi smartphone acquistati a maggio 2016 vedono per la maggior parte fotocamere comprese tra i 12 e i 14 Megapixel (39,7%, erano al 12,3% nel 2015), seguiti dalle fotocamere con risoluzione tra 8 e 10 Megapixel (28,9%, erano al 41,7% nel 2015).

La motivazione della ricerca di caratteristiche più potenti nei nuovi dispositivi può essere individuata, oltre alla maggiore disponibilità e alle fisiologiche evoluzioni del prodotto, nell'utilizzo che gli utenti fanno del proprio smartphone, che si configura sempre più come strumento per attività diverse dalla classica telefonata.

Sono infatti quasi 16 milioni gli utenti che dichiarano di aver guardato video o contenuti televisivi sul proprio dispositivo (in crescita del 17% rispetto a maggio 2015 e pari al 52% della smartphone audience), oltre 13 milioni (43%) coloro che da un lato hanno condiviso foto o video con amici, parenti e conoscenti (crescita del 14% in termini di utenti) e dall'altro hanno ascoltato musica (in crescita dell'11%).

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 ed 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