

A marzo 2017 gli utenti Mobile-Only superano per la prima volta gli utenti Desktop-Only. News e Lifestyles le categorie con le più alte quote di audience mobile

Le maggiori crescite in punti percentuali dell'Audience esclusivamente mobile si registrano nelle categorie News e Retail

Milano, 15 maggio 2017 - a marzo 2017, per la prima volta nella Total Digital Population italiana (37,3 milioni di visitatori unici Desktop e Mobile), si registra il sorpasso degli utenti che accedono a Internet esclusivamente tramite device mobili (9,3 milioni, pari al 25% del totale) sugli utenti che accedono solo da desktop (9,1 milioni, pari al 24%).

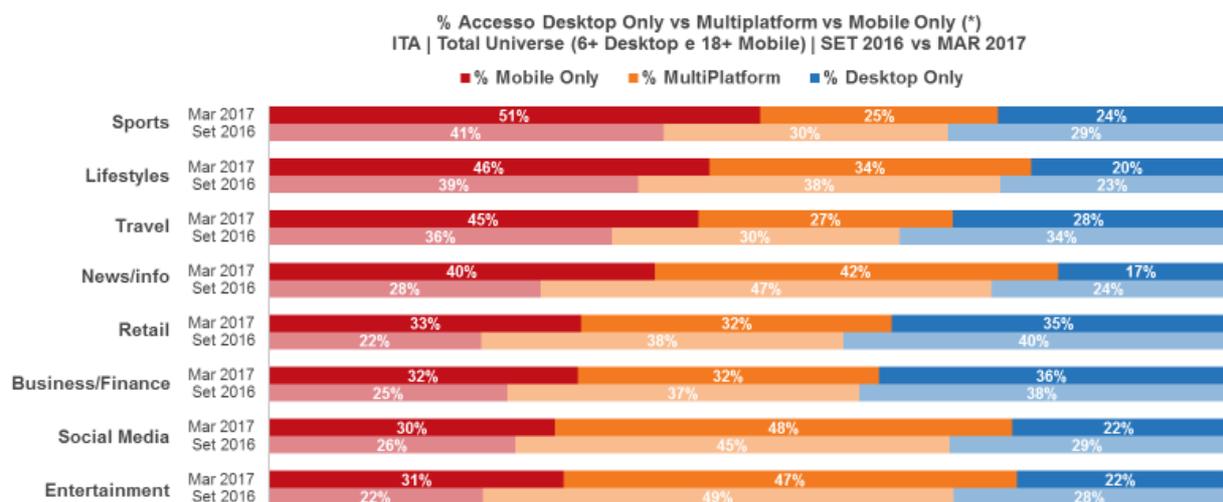
Gli utenti multi-piattaforma rappresentano la metà della popolazione digitale italiana (51%), in crescita di 4 punti percentuali rispetto al 47% registrato a settembre 2016.

Il confronto tra il dato di marzo 2017 e quello di settembre 2016 evidenzia che l'aumento dell'audience mobile-only riguarda tutte le principali categorie di contenuto.

Le maggiori crescite in punti percentuali si registrano nelle categorie News (passata dal 28% al 40%), Retail (dal 22% al 33%) e Sports (dal 41% al 51%).

Le singole categorie mostrano peculiarità che ne determinano le modalità di accesso ai contenuti. Da un lato categorie come News e Lifestyles raggiungono ormai l'80% della propria audience complessiva su dispositivi mobili (utenti esclusivi mobile e utenti multipiattaforma). Dall'altro lato, nelle categorie come Retail e Business, in cui è forte l'elemento transattivo, gli utenti mobile sono pari al 65% dell'audience totale, evidenziando come la componente Desktop-Only ricopra ancora un ruolo importante.

A marzo 2017 per la prima volta gli utenti Mobile-Only hanno superato gli utenti Desktop-Only



(*) In questo grafico la componente Mobile comprende Utenti 18+ di Smartphone e Tablet Android e iOS. Per le entità non taggiate, la misurazione mobile include Smartphone Android.

Informazioni su comScore

comScore è una società leader specializzata nella misurazione cross-platform a livello globale di audience, brand e comportamenti di consumo. Nel gennaio 2016, comScore ha completato la fusione con Rentrak Corporation per la creazione di un modello di misurazione inedito applicabile ai contesti di consumo odierni, sempre più dinamici e multi-piattaforma. Costruito con un approccio meticoloso fortemente incentrato sull'innovazione, il nostro data footprint combina un patrimonio di dati proprietari sul mondo digitale, la TV e il cinema a informazioni demografiche approfondite per quantificare su scala globale i comportamenti multischermo dei consumatori. Tale approccio aiuta le aziende nel mondo dei media a monetizzare interamente le proprie audience, offrendo ai marketer gli strumenti necessari per raggiungere efficacemente i consumatori. Con oltre 3200 clienti e una presenza globale in oltre 75 Paesi, comScore rappresenta il futuro della misurazione nel campo della pubblicità digitale. Le azioni comScore sono negoziate sul mercato OTC (OTC: SCOR). Per maggiori informazioni su comScore, visitare comscore.com.

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