



I comportamenti on-line nella Fase 1 del Lockdown

Milano, 13/05/2020



Agenda

1

I comportamenti on-line nella Fase 1 del Lockdown

Il confronto Y/Y

- Crescita e distribuzione delle Audience
- Crescita e distribuzione del tempo speso

2

I principali cambiamenti causati dall'emergenza COVID

3

Gli approfondimenti sulle categorie

- News
- Servizi di Video Streaming
- Social

Il confronto Y/Y

La distribuzione della Reach a marzo 2020



39

milioni gli Italiani che hanno navigato online

70%

della popolazione italiana maggiorenne

8

categorie di contenuto hanno superato il **90%** di reach sulla Total Digital Population

10

Le prime 10 property hanno superato i **30 milioni** di visitatori unici

Come cambia il tempo speso



+36%

la crescita del tempo speso totale online a Marzo 2020 rispetto allo scorso anno

2:52

Ore medie giornaliere per utente maggiorenne trascorse online

+15%

la crescita su Desktop

+43%

la crescita su Mobile

3:19

per i 18-24 (**+35%** rispetto allo scorso anno)

3:01

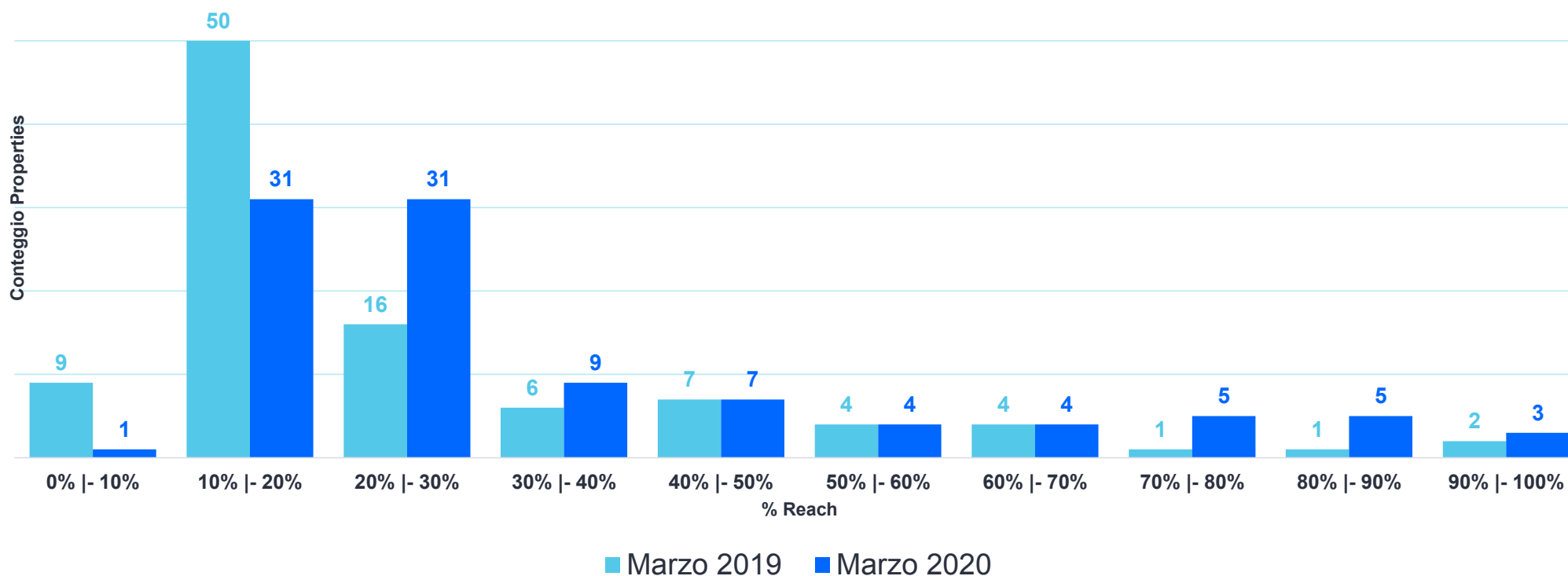
per i 25-34 (**+30%** rispetto allo scorso anno)

2:46

per i 35+ (**+34%** rispetto allo scorso anno)

Confronto prime 100 Properties per visitatori unici

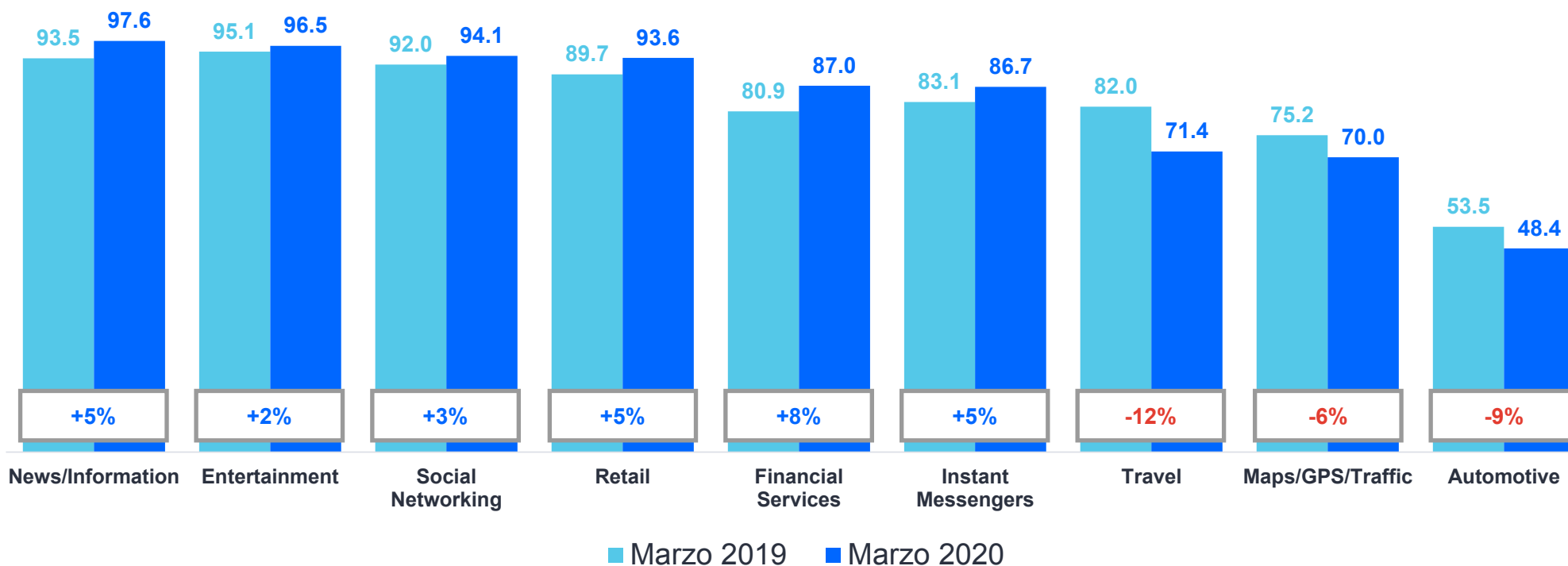
DISTRIBUZIONE DELLA REACH % MOBILE PER I MESI DI MARZO 2019 E MARZO 2020 SULLE TOP 100 PROPERTIES PER VISITATORI UNICI



Categorie di contenuto: variazione YoY dei visitatori unici



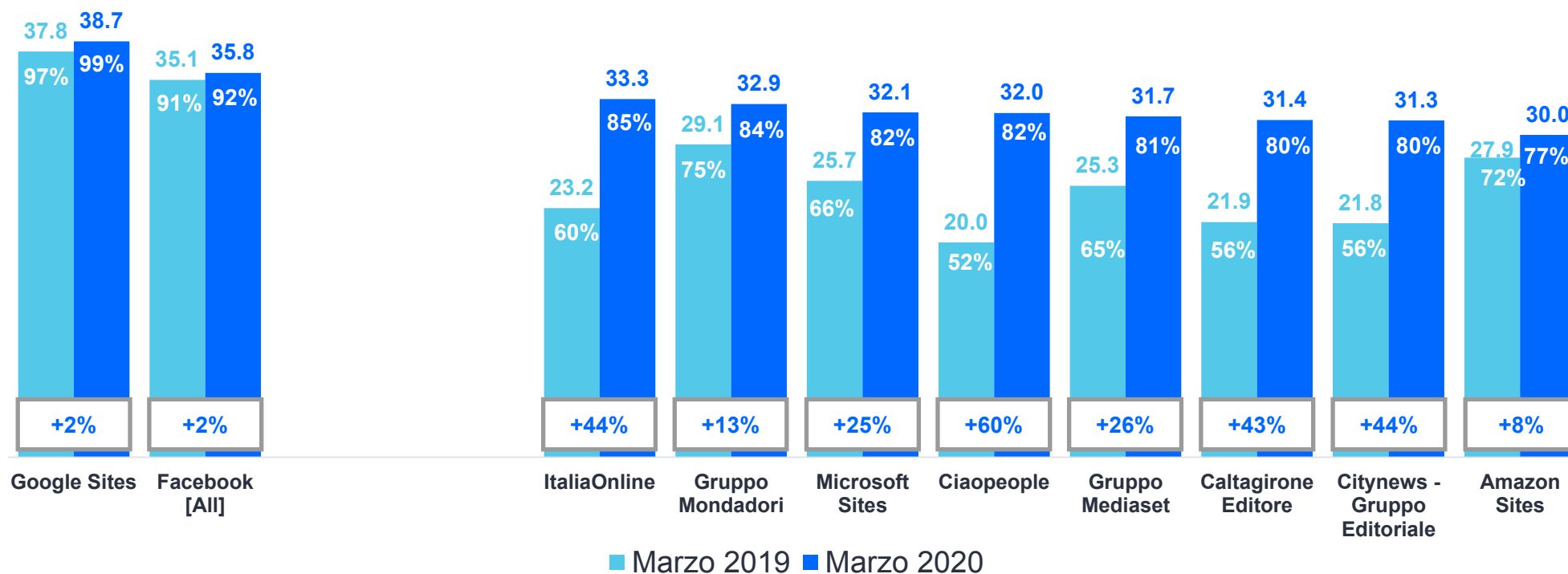
Categorie per visitatori unici
 Visitatori unici mensili (Milioni) e Variazione % YoY
 ITA | Total Universe (6+ Desktop e 18+ Mobile) | MAR 2019 – MAR 2020



OTT e Top Properties per visitatori unici mensili confronto YoY



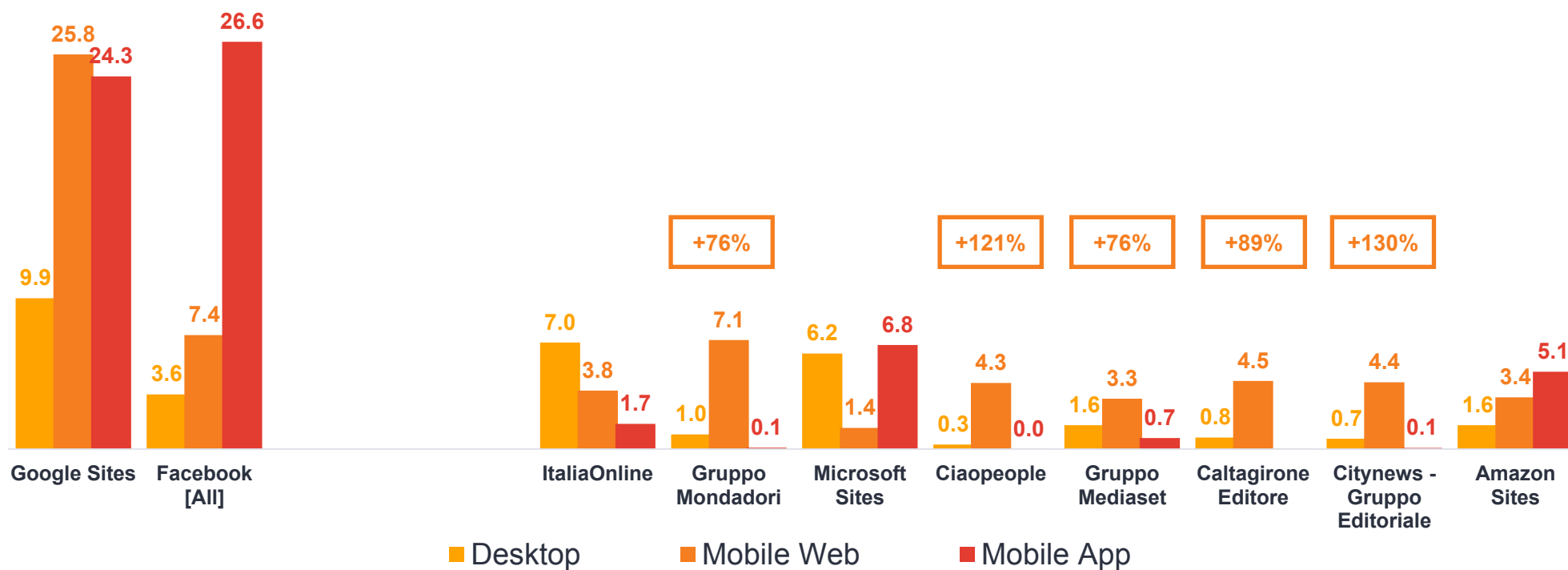
Visitatori unici mensili (Milioni), Reach % sulla Total Digital Population e Variazione % YoY
ITA | Total Universe (6+ Desktop e 18+ Mobile) | MAR 2019 – MAR 2020



OTT e Top Properties per visitatori medi giornalieri confronto YoY



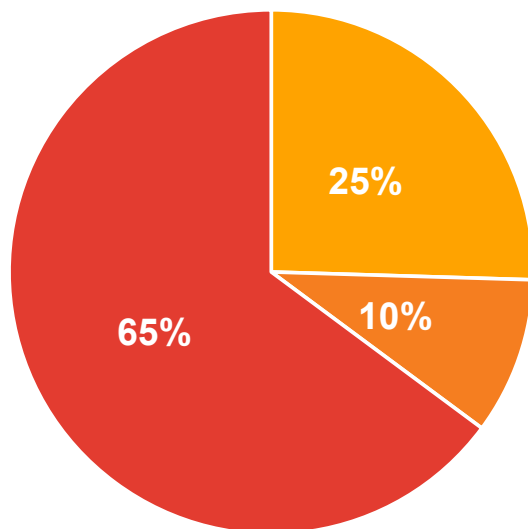
Visitatori medi giornalieri (Milioni) su Desktop, Mobile Web, Mobile App e Variazione % YoY
ITA | Total Universe (6+ Desktop e 18+ Mobile) | MAR2019 - MAR 2020



Ripartizione del tempo speso per tipologia di accesso

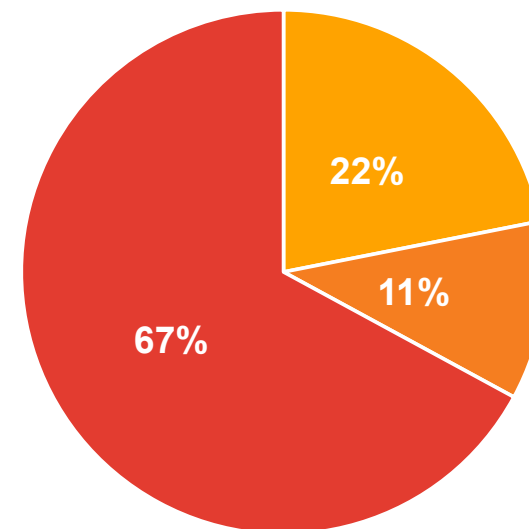


% Totale tempo speso per Device
ITA | MAR 2019



■ Desktop ■ Mobile Web ■ Mobile App

% Totale tempo speso per Device
ITA | MAR 2020

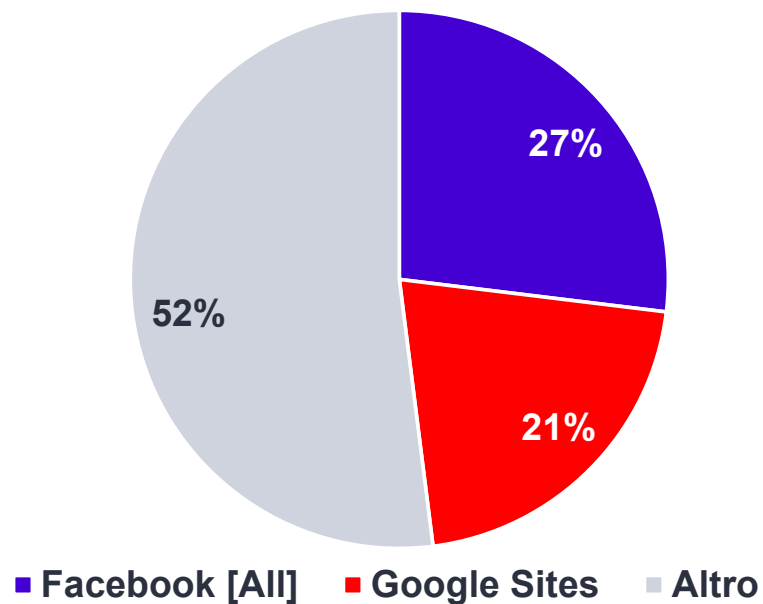


■ Desktop ■ Mobile Web ■ Mobile App

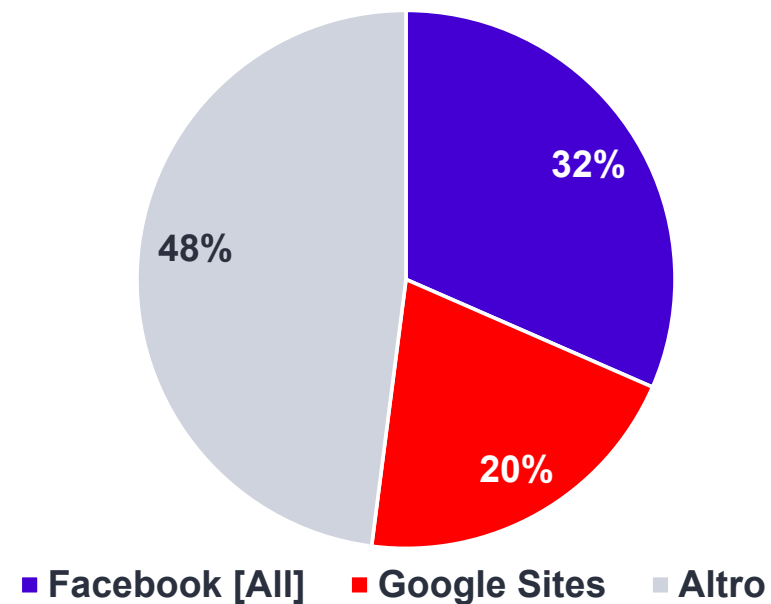
OTT per tempo speso



Top 5 Properties per Tempo speso
% Tempo della singola Property sul Totale tempo speso online
ITA | MAR 2019

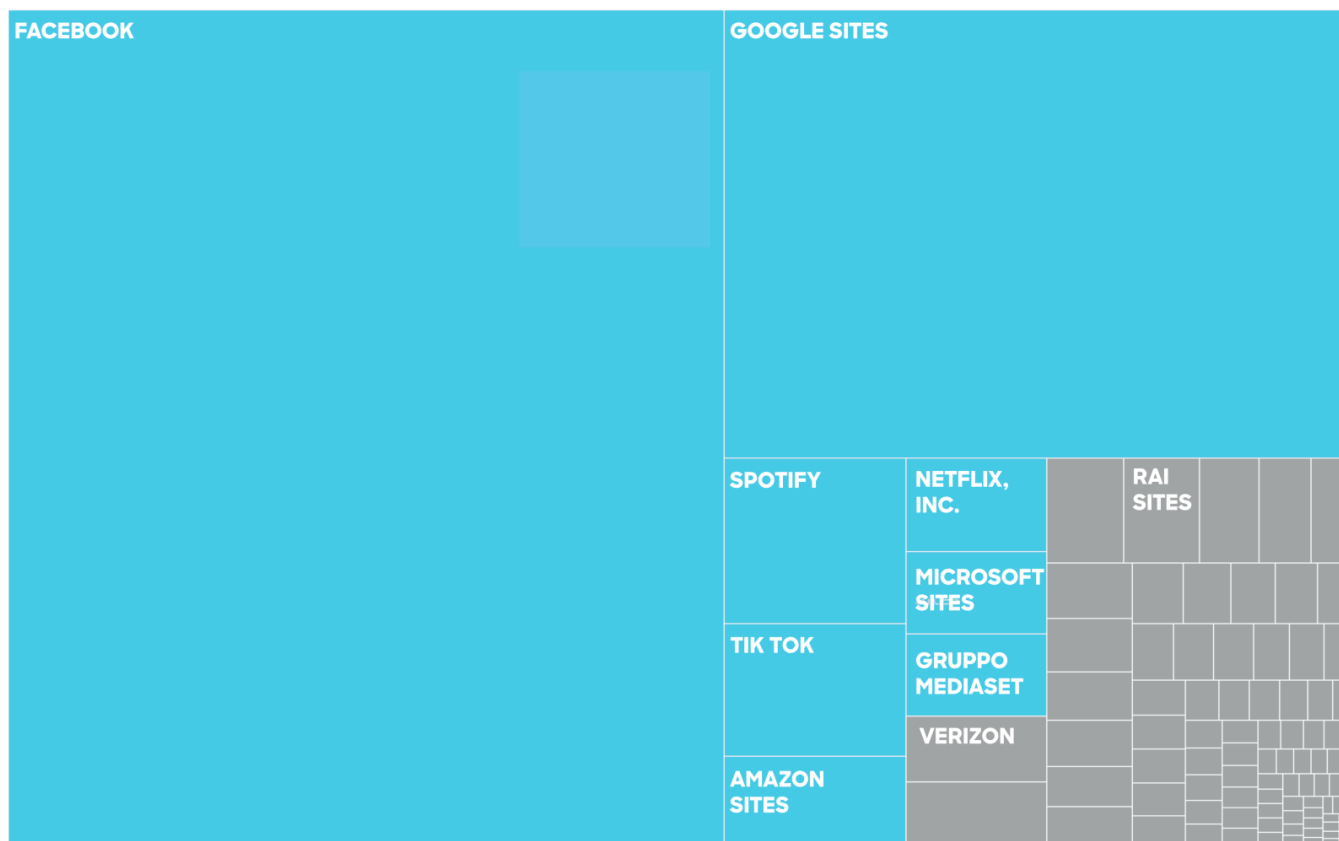


Top 5 Properties per Tempo speso
% Tempo della singola Property sul Totale tempo speso online
ITA | MAR 2020



Concentrazione prime 100 Properties per il tempo speso

TEMPO SPESO MOBILE PER IL MESE DI MARZO 2020 SULLE TOP 100 PROPERTIES PER VISITATORI UNICI



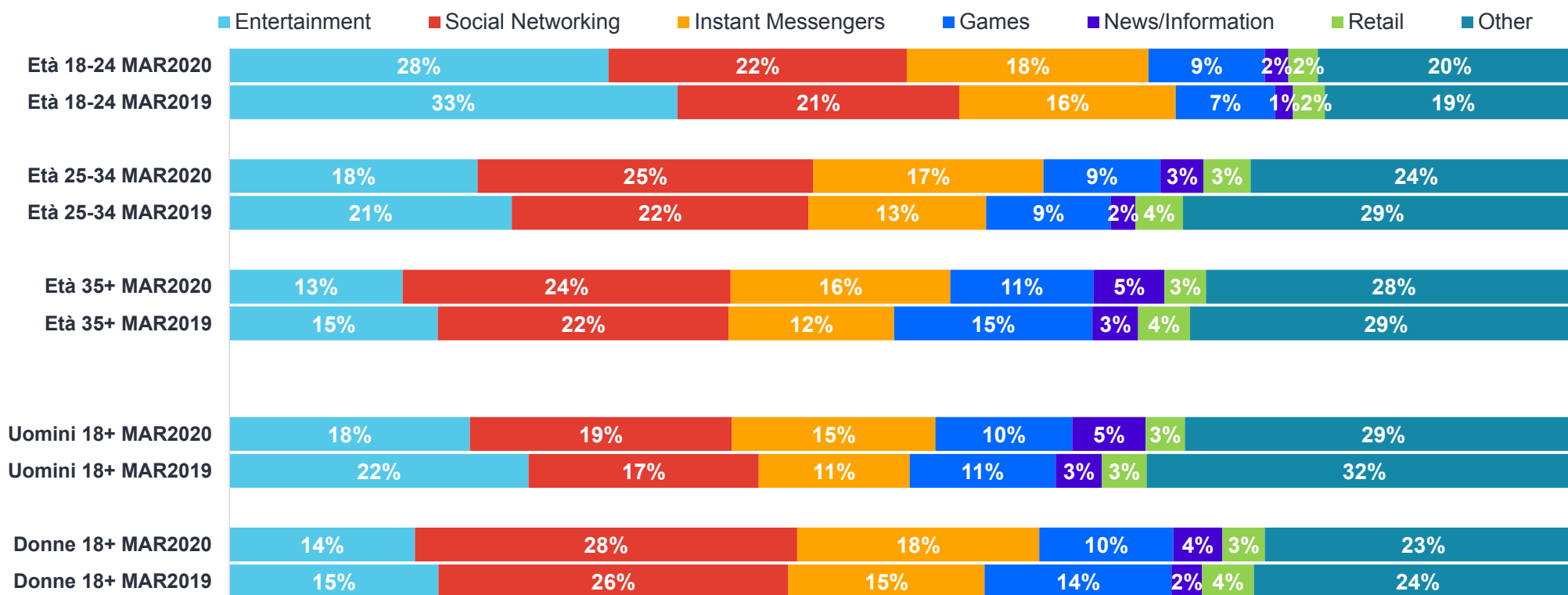
TTS > 1% 8 Properties

TTS < 1% 92 Properties

Tempo medio speso per visitatore per categorie

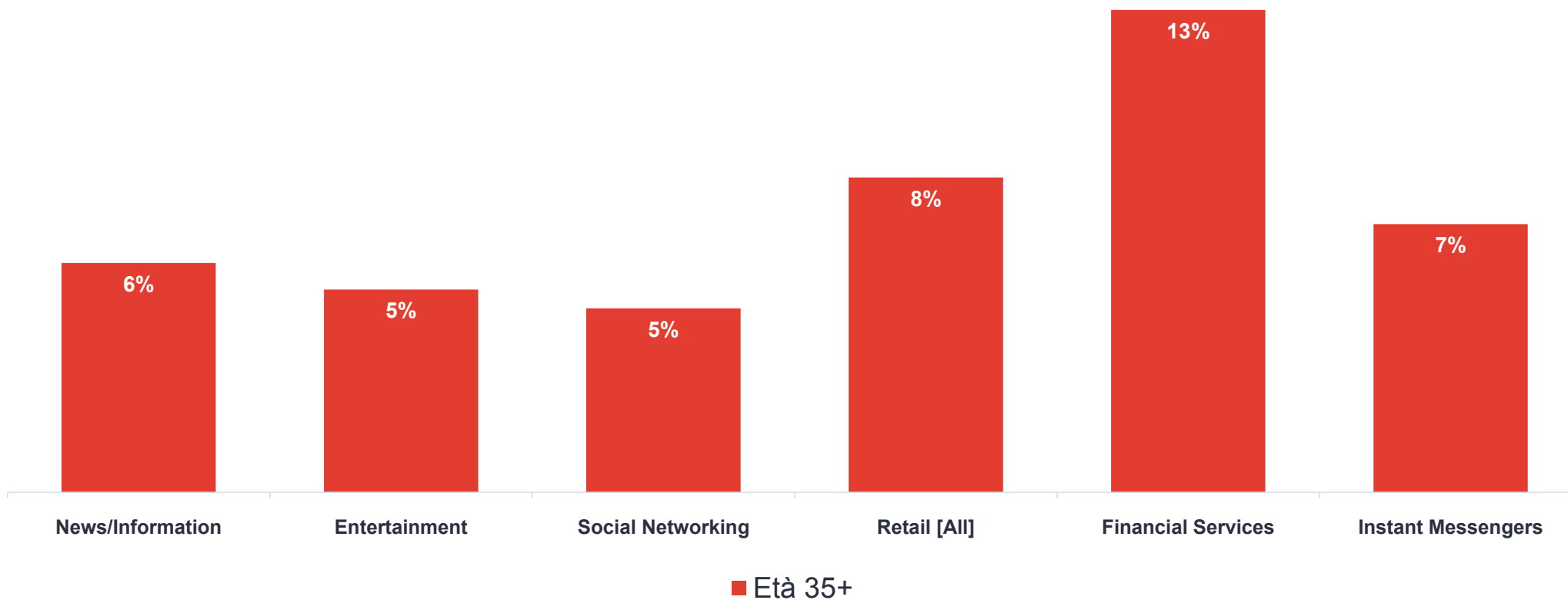
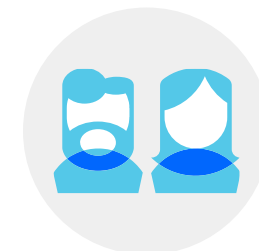


% Tempo medio per visitatore per categoria su segmento demografico
ITA | MAR 2019 – MAR 2020



I principali cambiamenti causati dall'emergenza COVID

Categorie di contenuto: la variazione YoY dei visitatori unici sul target 35+



Top Mobile App per crescita YoY del numero di visitatori unici

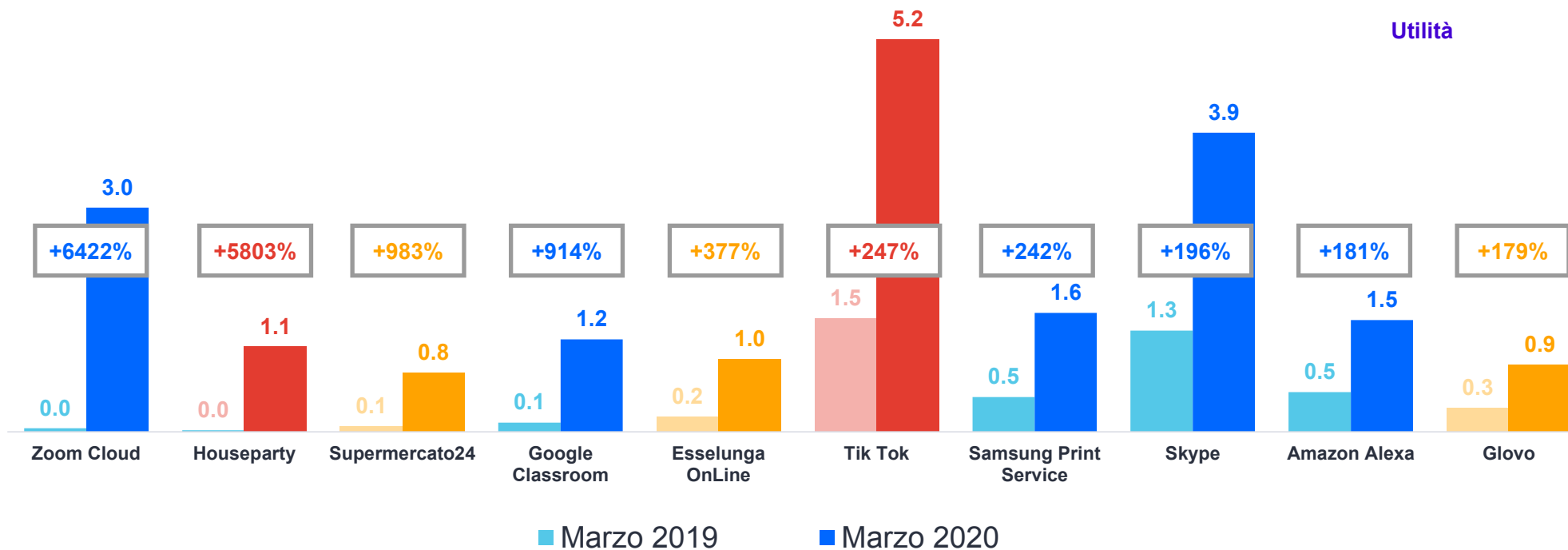


Visitatori unici mensili e Variazione % YoY
Mobile App Audience (18+)
ITA | MAR 2019 – MAR 2020

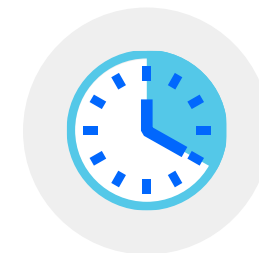
Food / Supermarket

Social

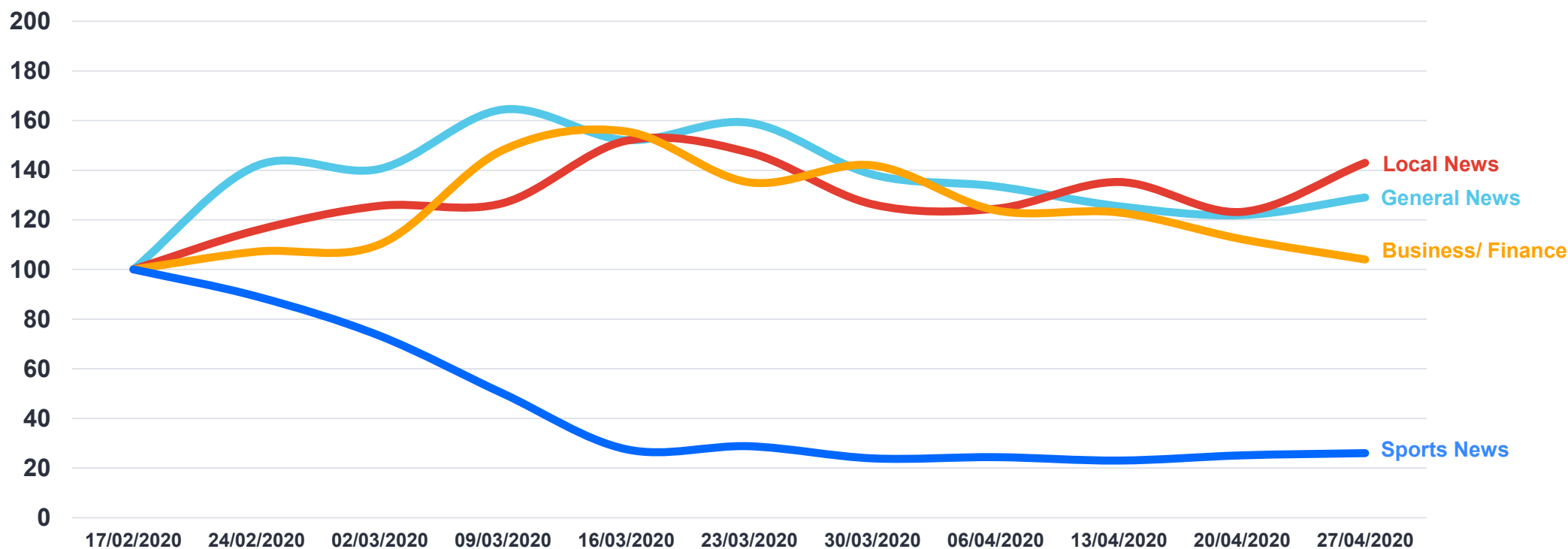
Utilità



Come è cambiato il tempo speso sulle principali categorie editoriali



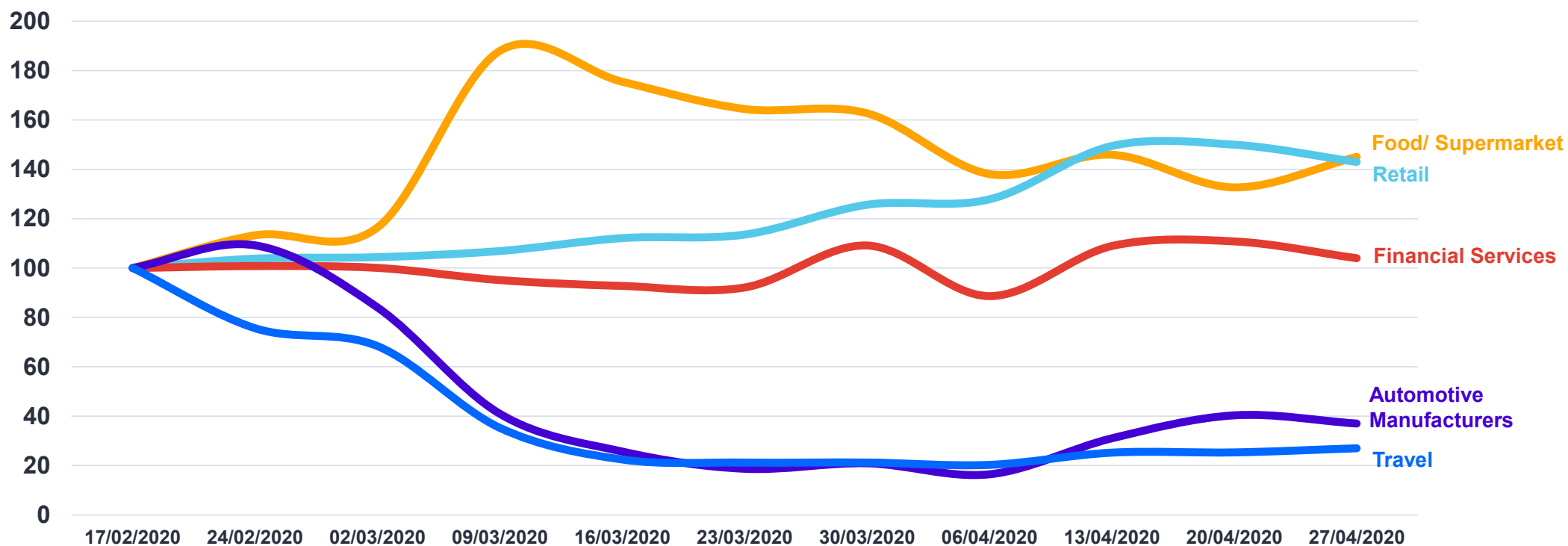
VARIAZIONI A BASE 100 DEL TEMPO SPESO PER CATEGORIA RISPETTO ALLA SETTIMANA DEL 17/02



Come è cambiato il tempo speso su una selezione di Industry

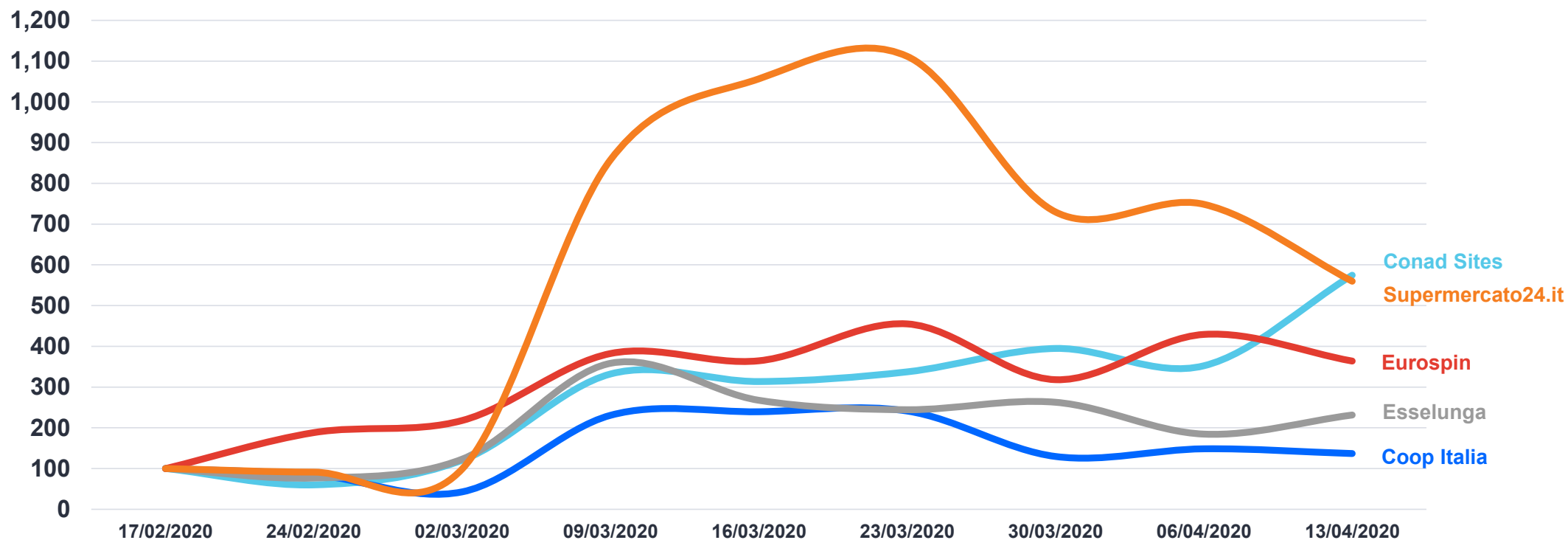


VARIAZIONI A BASE 100 DEL TEMPO SPESO PER CATEGORIA RISPETTO ALLA SETTIMANA DEL 17/02



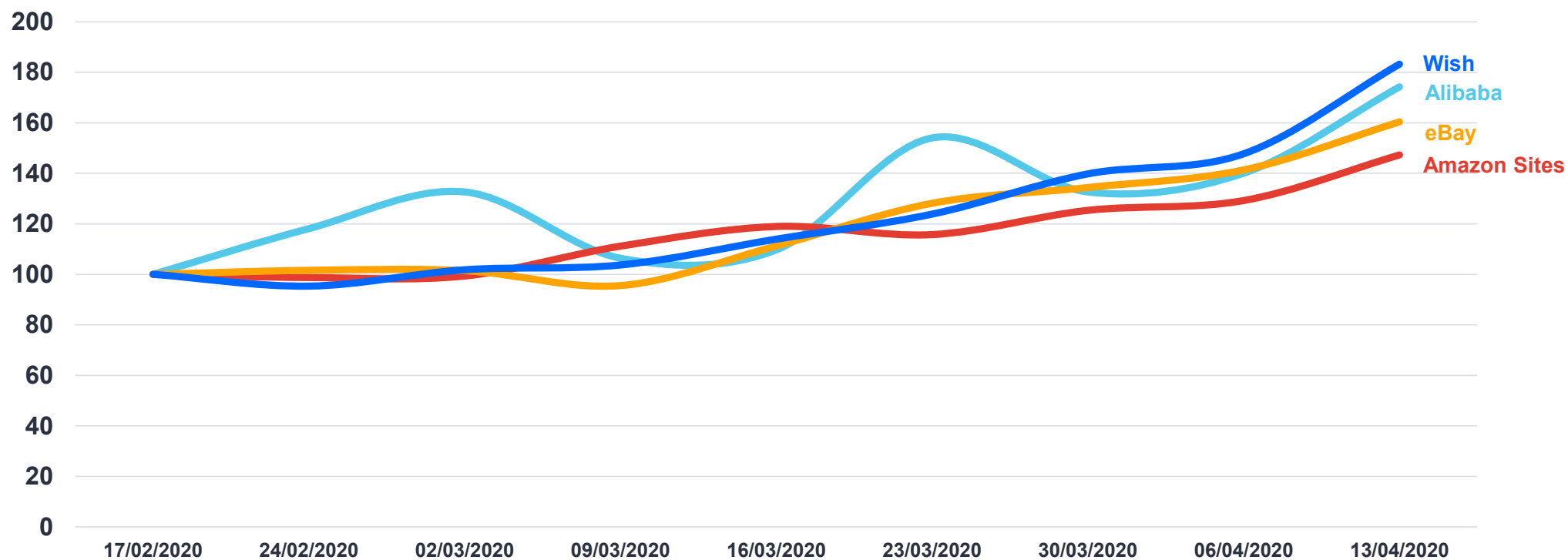
Come è cambiato il tempo speso per una selezione di player del Retail - Food

VARIAZIONI A BASE 100 DEL TEMPO SPESO PER CATEGORIA RISPETTO ALLA SETTIMANA DEL 17/02



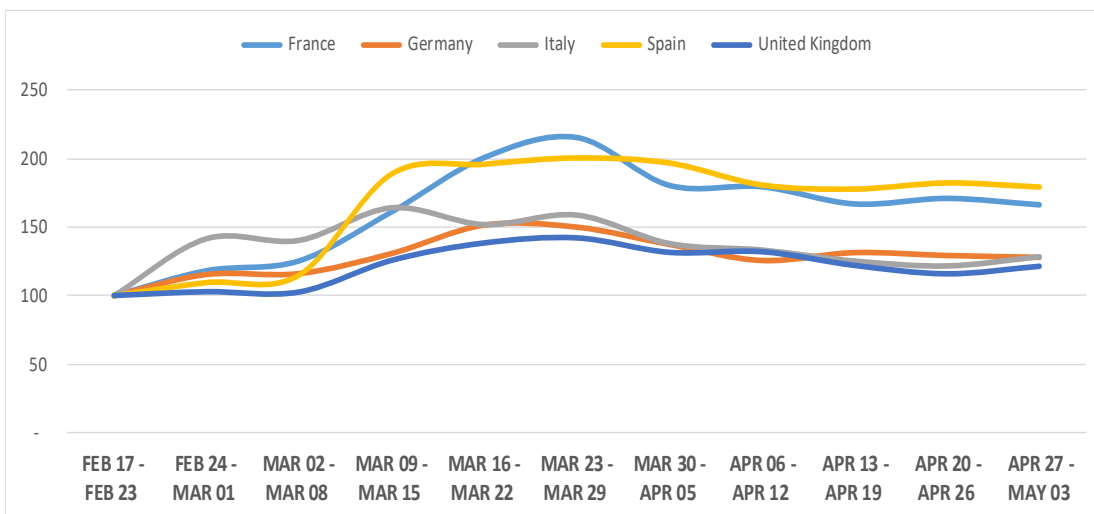
Come è cambiato il tempo speso per una selezione di player nell'e-commerce

VARIAZIONI A BASE 100 DEL TEMPO SPESO PER CATEGORIA RISPETTO ALLA SETTIMANA DEL 17/02

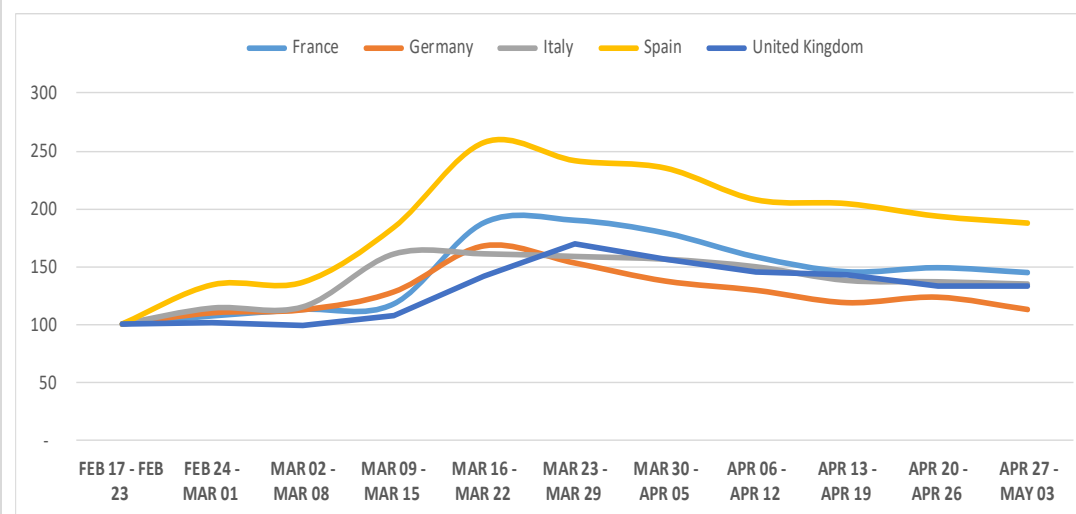


Confronto tra le visite sui siti e App nei paesi EU5 - 1/2

General News

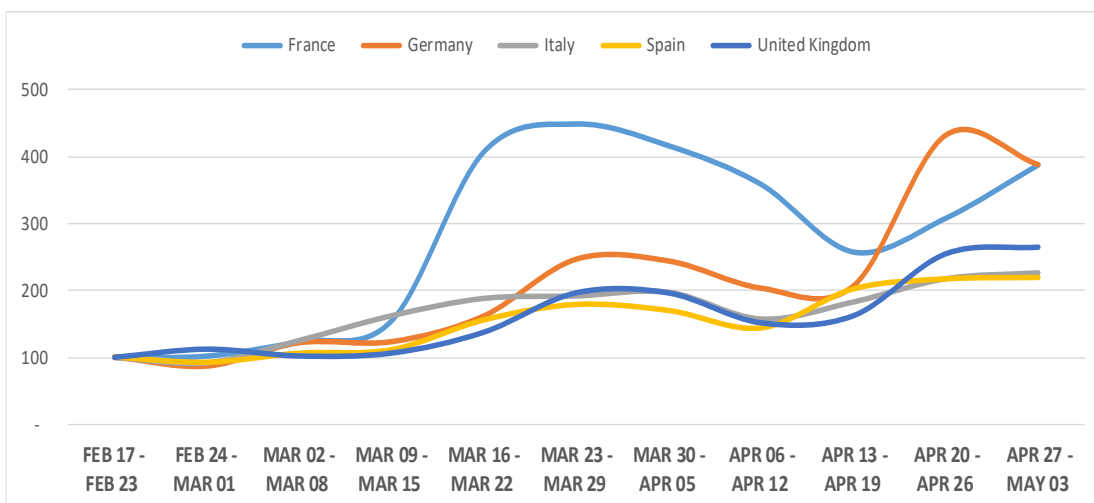


Instant Messenger

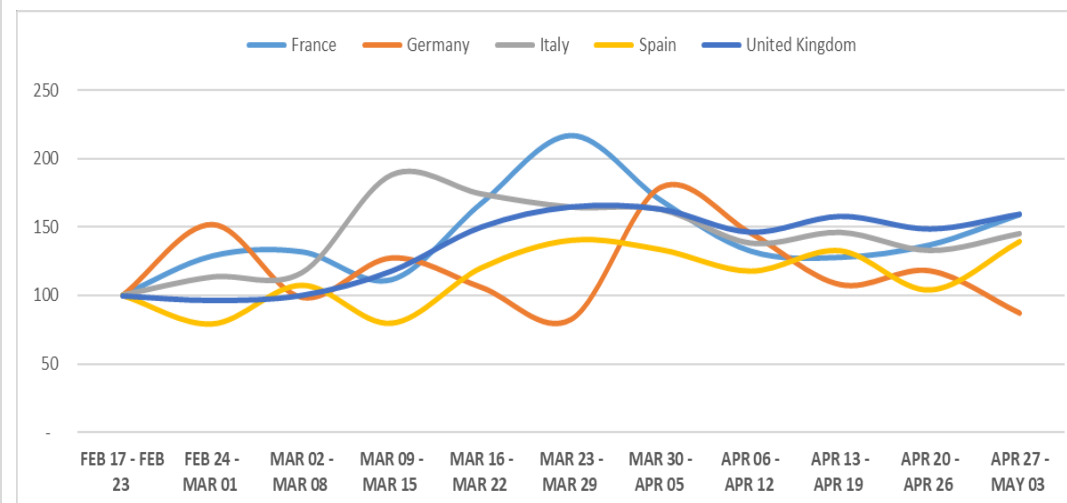


Confronto tra le visite sui siti e App nei paesi EU5 – 2/2

Education



Food/ Supermarket



Gli approfondimenti sulle categorie

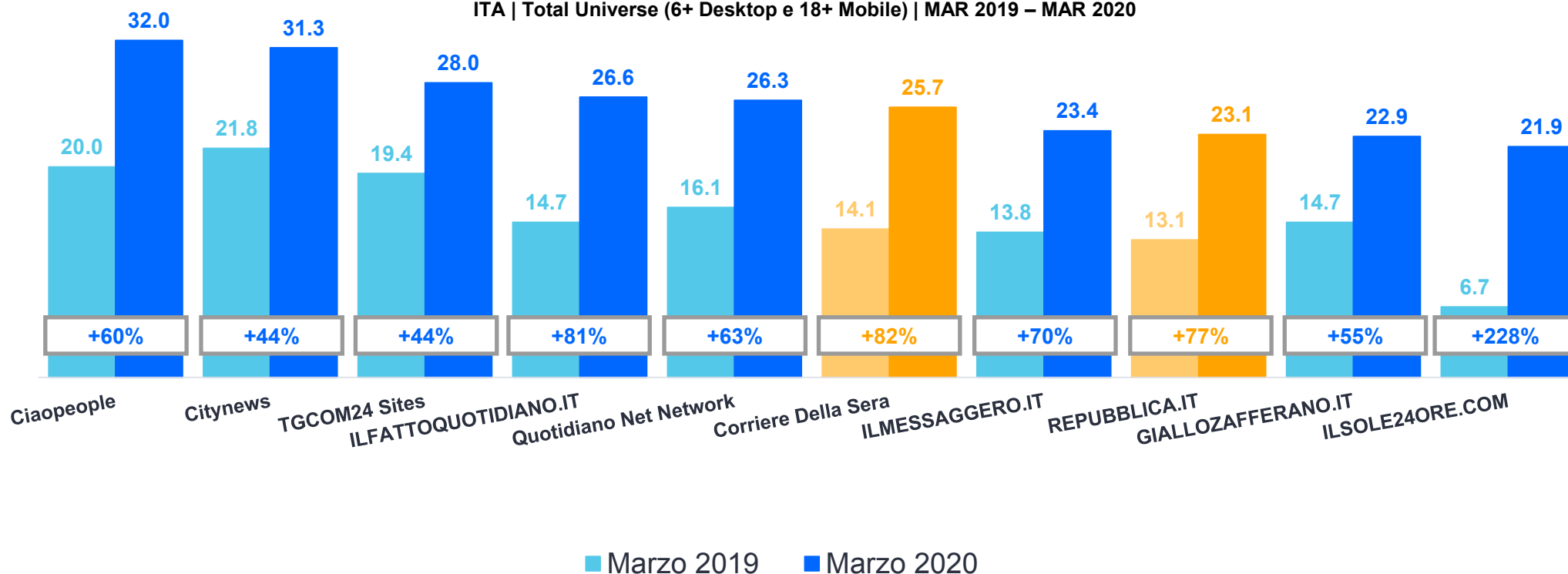
- News**
- Servizi di Video streaming**
- Social**

Le Top Entities editoriali italiane



Top entities editoriali italiane per visitatori unici
 Visitatori unici mensili (Milioni) e Variazione % YoY
 ITA | Total Universe (6+ Desktop e 18+ Mobile) | MAR 2019 – MAR 2020

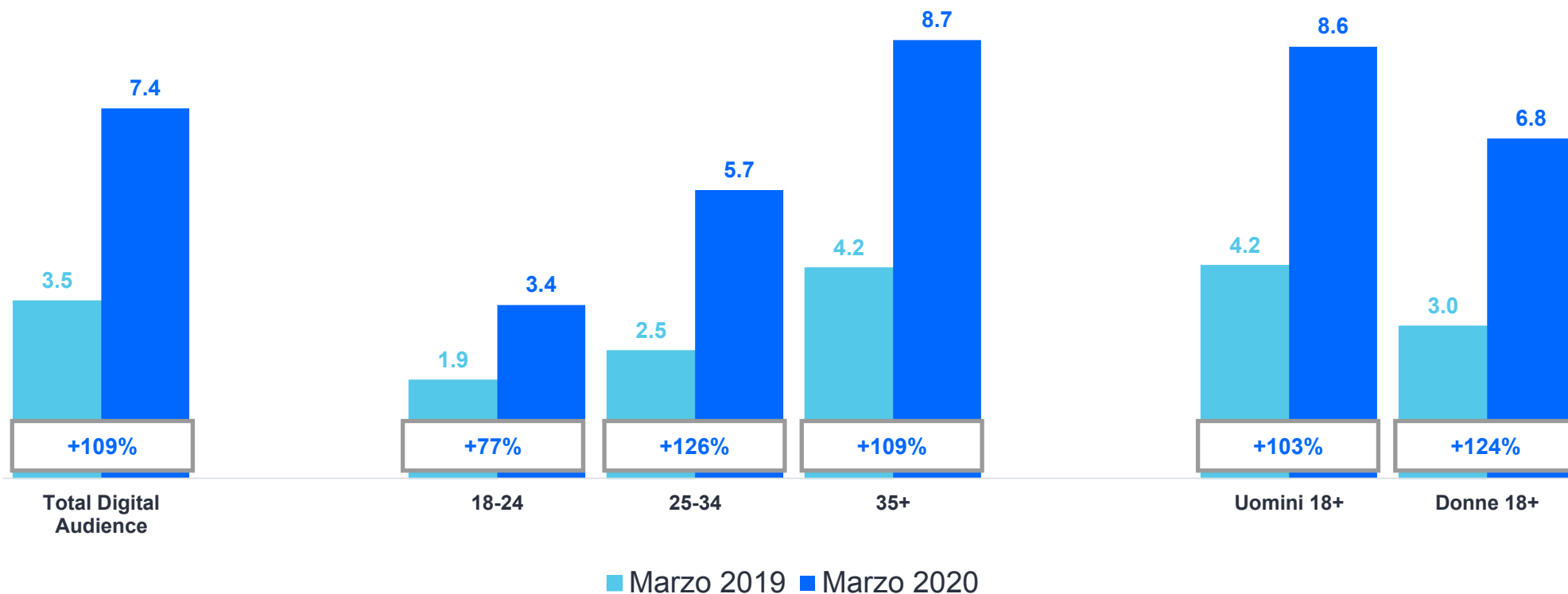
Non taggate



La variazione del tempo medio speso per visitatore nel settore News



Minuti medi giornalieri per visitatore
ITA | Total Universe (6+ Desktop e 18+ Mobile) | MAR 2019 – MAR 2020

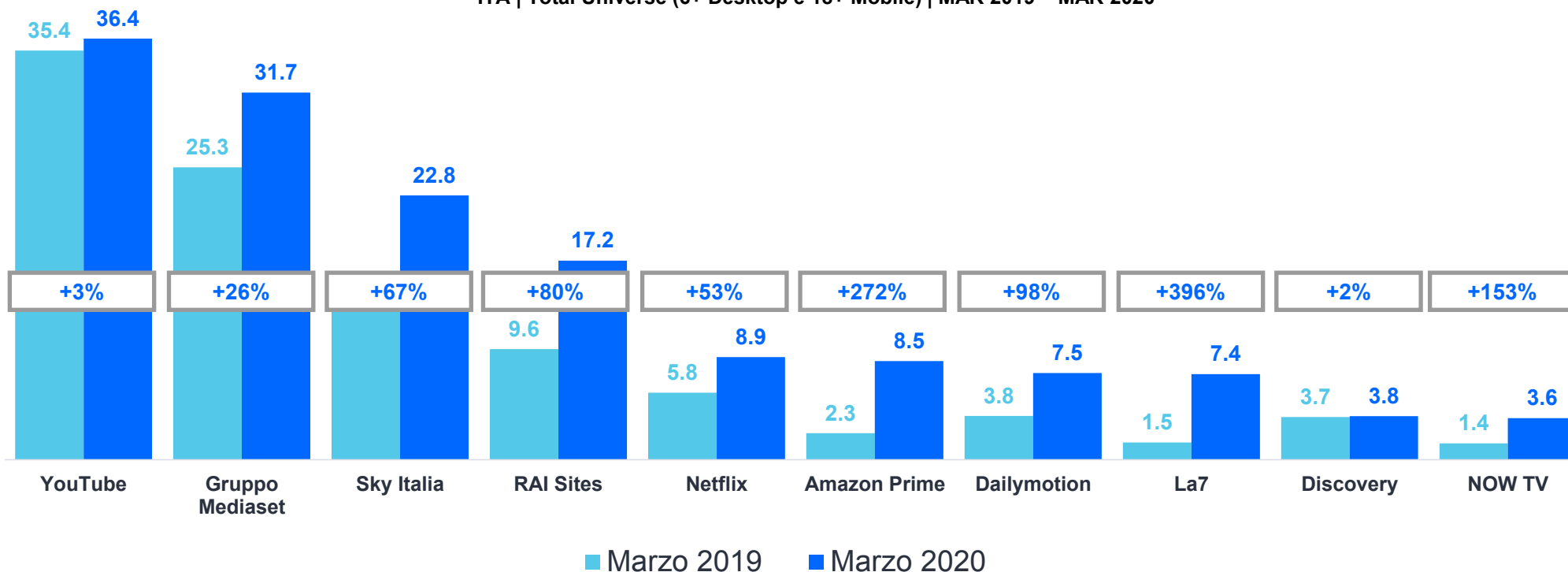




Le Top Entities dei players di Streaming video

NELL'ANALISI IL DATO SI RIFERISCE ALLE "OWNED ENTITIES" SENZA INCLUDERE IL CONSUMO DEI CONTENUTI DISTRIBUITI SU PIATTAFORME ESTERNE

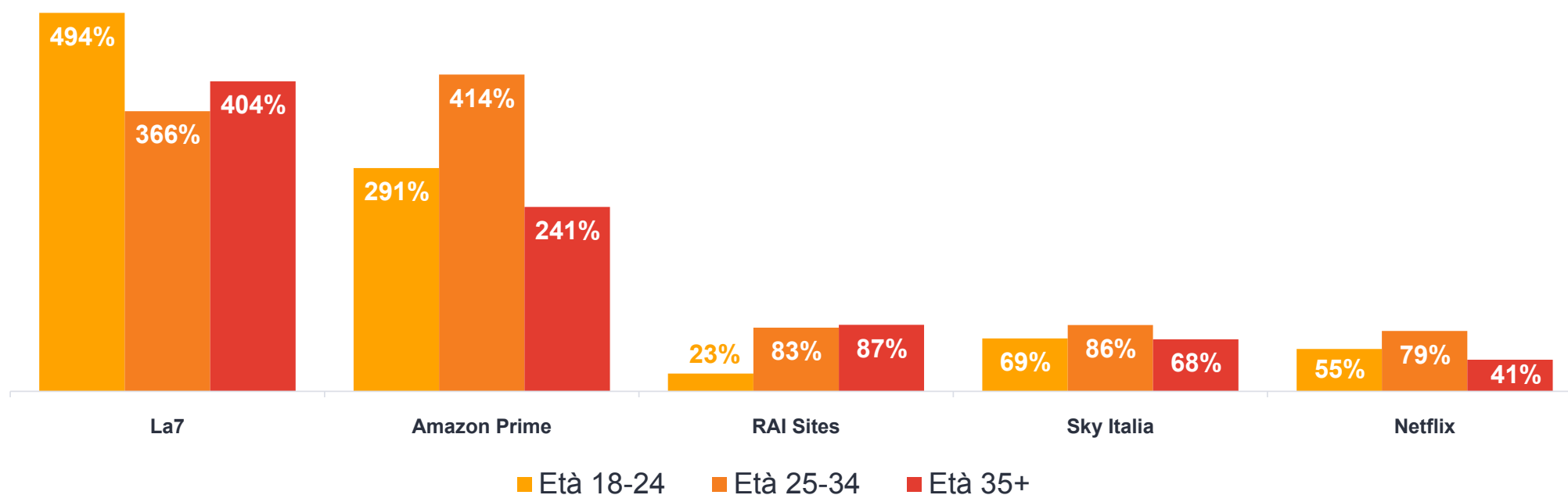
Top Streaming video entities per visitatori unici
Visitatori unici mensili (Milioni) e Variazione % YoY
ITA | Total Universe (6+ Desktop e 18+ Mobile) | MAR 2019 – MAR 2020





Streaming video: la variazione YoY dei visitatori unici per segmento demografico

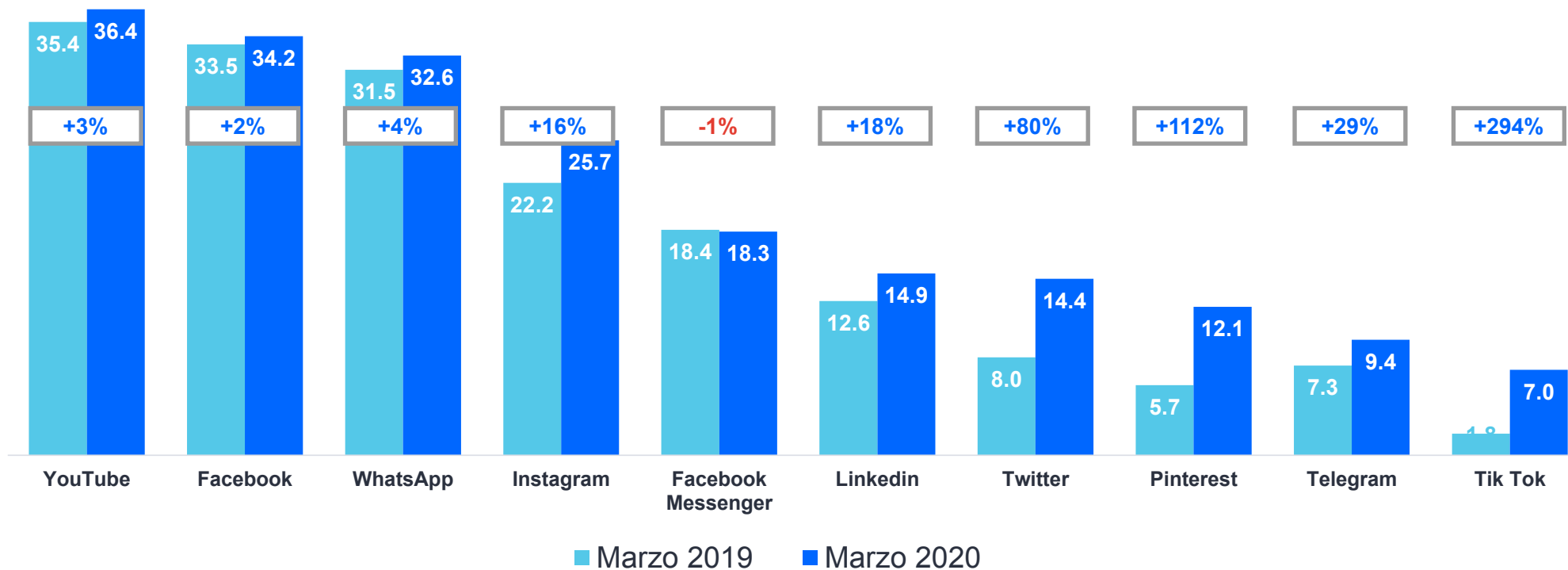
NELL'ANALISI IL DATO SI RIFERISCE ALLE "OWNED ENTITIES" SENZA INCLUDERE IL CONSUMO DEI CONTENUTI DISTRIBUITI SU PIATTAFORME ESTERNE



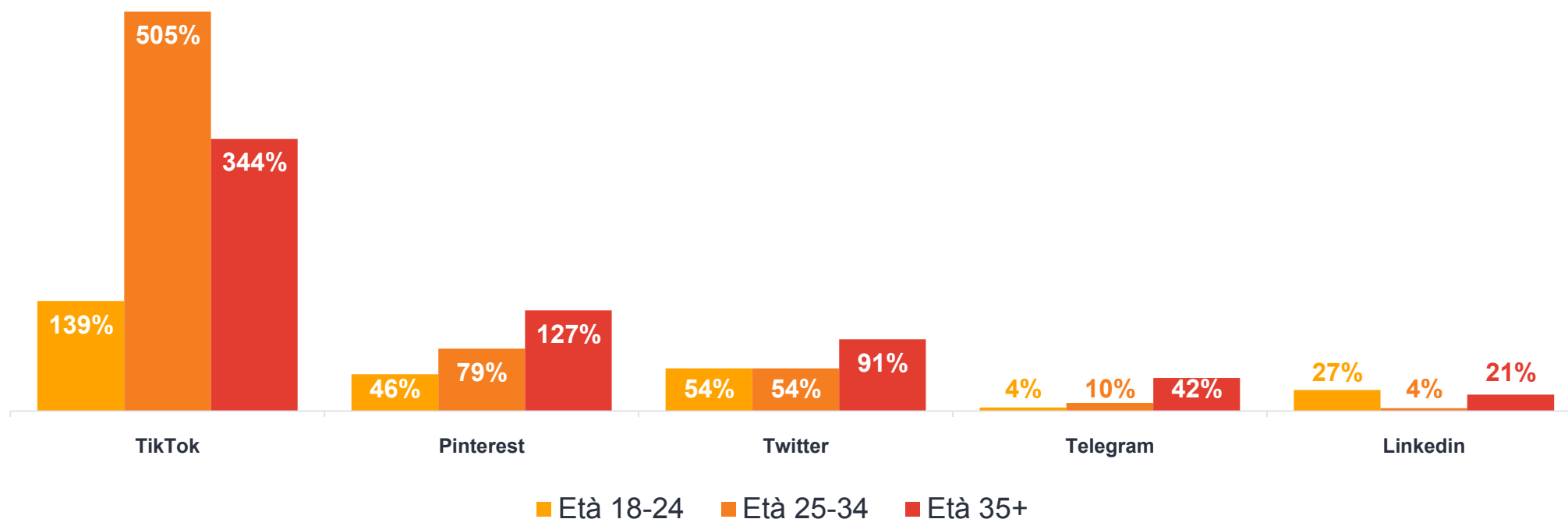
Visitatori unici dei principali Social Media



Top Social Media entities per visitatori unici
 Visitatori unici mensili (Milioni) e Variazione % YoY
 ITA | Total Digital Population | MAR 2019 - MAR 2020



Social Media: la variazione YoY dei visitatori unici per segmento demografico





Grazie!

