

Gli italiani trascorrono un quarto della loro giornata online



A dirlo “Digital 2020”, il report annuale di We Are Social che analizza lo scenario social e digital a livello locale e globale, realizzato in collaborazione con Hootsuite.

Il nostro paese registra ancora un trend di adozione in crescita per quanto riguarda Internet, piattaforme social e nuove tecnologie: sono quasi 50 milioni gli utenti che accedono a Internet ogni giorno. YouTube si conferma la piattaforma più attiva, seguita dalla famiglia di app di Facebook (WhatsApp, Facebook, Instagram e Messenger nell'ordine).

A dirlo “Digital 2020”. il report annuale di We Are Social che analizza lo scenario social e digital a livello locale e globale, realizzato in collaborazione con Hootsuite.

La ricerca – alla sua nona edizione – delinea un paese

“maturo” nell’utilizzo di Internet e dei canali social: ogni giorno sono 45 milioni le persone che accedono a Internet da mobile e 35 milioni quelle attive sui canali social, utilizzati in maniera sempre più diversificata, a scopo di intrattenimento, informazione, condivisione e conversazione.

In linea con altri paesi occidentali, anche gli italiani stanno sviluppando grande attenzione per temi importanti legati alla vita online, come il controllo della propria privacy e la scelta di fonti di informazione affidabili: più di una persona su due ha espresso preoccupazione per la tematica del trattamento dei dati personali (59%) e per il fenomeno delle fake news (52%).

Le principali evidenze italiane:

Internet

- sono quasi 50 milioni gli utenti Internet su base giornaliera che trascorrono online 6 ore al giorno; □
- in crescita l’utilizzo della tecnologia voice: il 35% degli utenti Internet utilizza □almeno un servizio controllato tramite la voce
- gli italiani ricercano online intrattenimento ma anche “crescita” personale: il □92% della popolazione guarda contenuti video e il 34% vlog, il 57% ascolta musica in □streaming, il 39% web radio e il 23% podcast
- 1 italiano su 7 possiede uno smartwatch o un dispositivo wearable (dato triplicato □rispetto al 2019, dal 5% al 15%) □
- in forte espansione il mondo del gaming: 4 italiani su 5 giocano e 1 su 8 segue il live □streaming di altri giocatori

Social media

- sono 35 milioni le persone attive sulle piattaforme social: il 98% di loro accede □da mobile; □
le persone trascorrono in media sui canali social 1 ora

e 57 minuti del tempo giornaliero, in aumento rispetto al 2019

- la piattaforma social più attiva si conferma YouTube, seguita dalla famiglia di app di Facebook. Instagram registra la crescita più evidente anno su anno, dal 55% al 64%
- in media sono circa 8 gli account per ogni persona

Mobile

- quasi tutti gli abitanti del nostro paese possiedono uno smartphone (94%)
- da mobile gli italiani utilizzano soprattutto app di messaggistica (92%), per l'intrattenimento e la fruizione di contenuti video (73%), per l'ascolto di musica (52%), per lo shopping (68%) e il gaming (43%)

E-commerce

- la crescita nell'utilizzo di Internet sta trainando anche l'e-commerce: l'87% degli utenti attivi ha dichiarato di aver cercato online prodotti e servizi da comprare, mentre il 77% ha acquistato online un prodotto nell'ultimo mese

E cosa succede nel mondo?

- sono 4,54 miliardi le persone online, con quasi 300 milioni di utenti che hanno
- avuto accesso ad internet per la prima volta nel corso del 2019
- la metà della popolazione mondiale – 3,8 miliardi di persone – utilizza
- regolarmente i social media
- le piattaforme social più attive sono Facebook, YouTube e WhatsApp, e si registra
- una crescita significativa nell'utilizzo di TikTok con 800 milioni di utenti attivi al mese, di cui 300 milioni fuori dalla Cina

“Il nostro paese registra ancora un trend positivo per quanto riguarda l’aumento delle persone che accedono a Internet e ai social media, ma in questa fase di maturità quello che cambia è l’utilizzo, sempre più diversificato e consapevole. Accanto a realtà come Facebook e Google, che mantengono la loro leadership, emergono nuovi canali che introducono nuove modalità di espressione e fruizione dei contenuti. Un contesto che lancia una sfida a chi si occupa di comunicazione e ai brand che dovranno conoscere profondamente le esigenze delle persone a cui si rivolgono e come si esprimono per stabilire una connessione positiva, a prescindere dalla piattaforma utilizzata”, commentano **Gabriele Cucinella, Stefano Maggi e Ottavio Nava**, CEO We Are Social.

I report completi sono disponibili ai seguenti link:

<https://wearesocial.com/it/digital-2020-italia>

<https://wearesocial.com/digital-2020>