

## **L'utilizzo di Internet in Italia nel 2017: l'analisi di comScore**

***Sono 38,6 milioni con una crescita del 3% gli italiani che si collegano alla rete.***

***Oltre la metà degli stessi si connette sia tramite Desktop che tramite Smartphone mentre il 30% utilizza solamente dispositivi mobili.***

***Sono 8 le properties che raggiungono oltre la metà della popolazione on-line: dietro agli Over The Top, Mondadori e L'espresso i primi gruppi italiani per penetrazione***

***Due minuti su tre sono trascorsi sulla Rete da Mobile***

***IMMAGINI, GRAFICI e altri materiali relativi a questa notizia sono disponibili a [questo LINK](#) su iPressLIVE, la piattaforma che facilita il lavoro dei professionisti della comunicazione***

**Milano, 16 febbraio 2017-** A dicembre 2017 sono stati 38,6 milioni gli italiani che hanno effettuato l'accesso a Internet, in crescita del 3% rispetto al mese di dicembre 2016 grazie soprattutto agli accessi da device mobili (31 milioni di visitatori Unici), che superano coloro che accedono tramite desktop (27 milioni).

Il 51% - pari a 19,7 milioni - ha effettuato l'accesso a Internet sia tramite desktop sia tramite mobile, facendo registrare alla componente multi-piattaforma un crescita del 10% rispetto a dicembre 2016.

In forte calo coloro che accedono solamente attraverso il Desktop (-27%), mentre sempre più numerose sono le persone che accedono ad internet esclusivamente attraverso device mobili (11,4 milioni di utenti, con una crescita del 25% rispetto allo scorso anno) che rappresentano il 30% della total digital population (numero che sale al 37% nella fascia d'età 18-24 anni).

Sono 8 le properties che vantano una reach superiore al 50%; Gruppo Mondadori è il primo gruppo editoriale italiano con 26 milioni di utenti unici mensili (+10%) mentre Mediaset, tra le top 8, fa registrare la maggiore crescita (+22%) in termini di Total Digital Population rispetto a dicembre 2016 (trainata + 34% dagli accessi mobile).

Il Gruppo Editoriale Espresso e Oath sono tra le top properties quelle con la componente Mobile Only più alta (15,6 milioni di utenti Mobile Only Gruppo Editoriale Espresso e 15,3 milioni di utenti Mobile Only la property Oath).

I segmenti di età più giovani, tendono a ridurre fortemente l'uso del desktop. Infatti per i segmenti di età 18-24 e 25-34 le quote di utenti che accedono solamente da mobile sono rispettivamente 37% e 34%. La quota di utenti mobile only per il segmento 55+ è invece pari al 29%.

## Dati di traffico

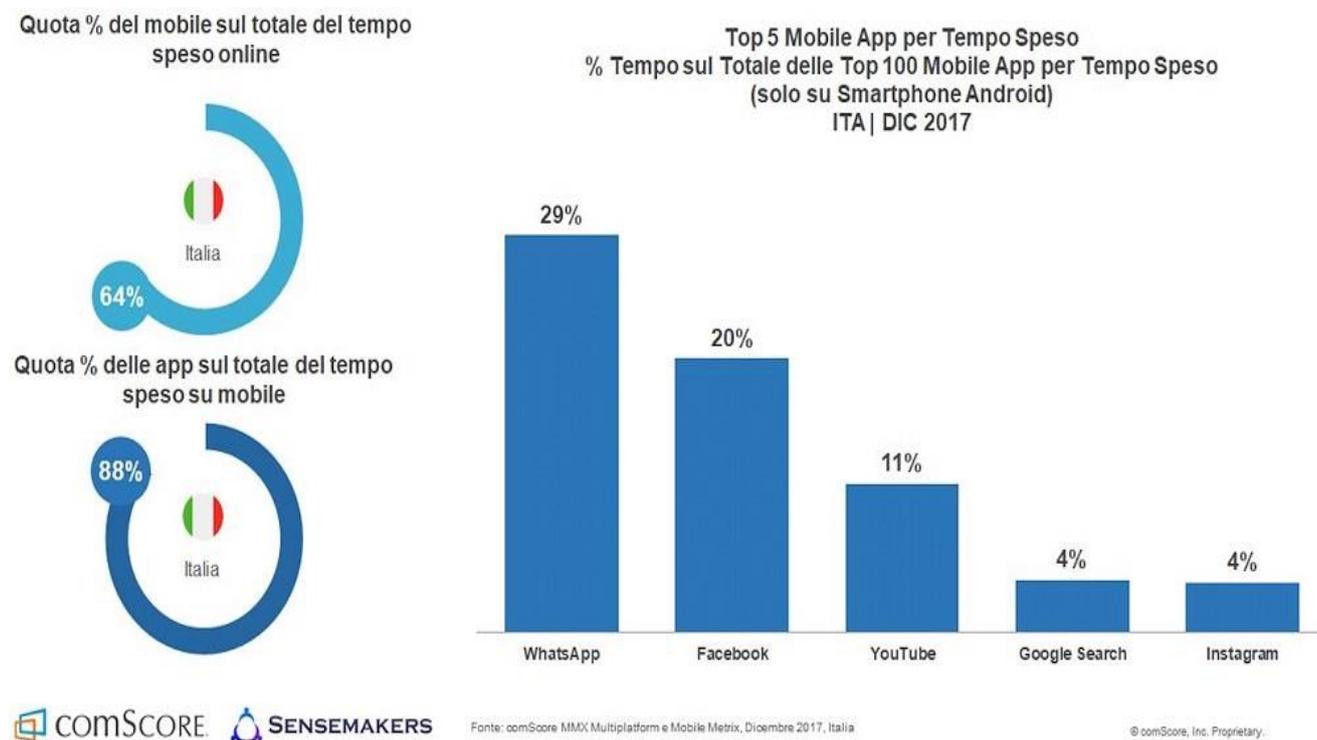
Dall'analisi del totale del tempo speso per tipologia di contenuto emerge che le categorie Messaggistica/Servizi (31%), Social Media (27%) ed Entertainment (ovvero servizi di video e musica online, 18%) rappresentano ormai il 76% del totale.

Le categorie Retail, Search/Navigation e Games raggiungono ognuna il 4%, News/Information e Technology ognuna il 2% mentre Business/Finance, Lifestyles e Sports sono sotto tale soglia.

La crescita più significativa +24% anno su anno si è registrata sulla categoria Entertainment che assorbe il 33% del tempo trascorso in rete dalla fascia d'età 18-24.

In termini di tempo speso, 2 minuti su 3 (il 74% per la fascia d'età 18-24) sono trascorsi da mobile di cui l'88% tramite App.

Le top 5 Mobile App per tempo speso nel mese di dicembre 2017 (WhatsApp, Facebook, YouTube, Google Search e Instagram), rappresentano complessivamente il 68% della quota di tempo speso sul totale delle top 100 App.



*“I dati di fine anno confermano la tendenza ad un utilizzo sempre più maturo ed evoluto della rete - commenta Fabrizio Angelini CEO di Sensemakers - comScore Italia. La progressiva concentrazione del traffico - soprattutto in app - e la crescita della fruizione di contenuti di intrattenimento - molte forte sulle nuove generazioni e trainata dal consumo di video on-line - sono i fenomeni che meritano particolare attenzione.*

\*\*\*

## A proposito di comScore

comScore 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.

Attualmente le azioni di comScore sono quotate sul Mercato OTC (OTC:SCOR).

Per maggiori informazioni su comScore, visita [comScore.com](http://comScore.com).

**Ufficio stampa:**  
**Mirandola Comunicazione**  
[www.mirandola.net](http://www.mirandola.net)

Daniele Gatti  
[daniele@mirandola.net](mailto:daniele@mirandola.net)  
Tel: 0524 574708  
Mob: + 39 393 8108869  
Skype: daniele.gatti\_1

Marco Ferrario  
[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)  
Mob: +39 320 7910162  
Skype: marco.ferrario3  
Twitter: @marco\_ferrario3