

**GEN  
2019**

# SOCIAL MEDIA

UTENTI ATTIVI MENSILMENTE SULLE PIATTAFORME SOCIAL PIÙ UTILIZZATE IN OGNI PAESE



NUMERO TOTALE  
DEGLI UTENTI ATTIVI  
SUI SOCIAL MEDIA



**35.00**  
MILIONI

we  
are  
social

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA COME PERCENTUALE  
DELLA POPOLAZIONE TOTALE



**59%**



NUMERO TOTALE DI  
UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



**31.00**  
MILIONI



UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL MEDIA  
DA MOBILE COME PERCENTUALE  
DELLA POPOLAZIONE TOTALE



**52%**

GEN  
2019

# COMPORAMENTI SUI SOCIAL MEDIA

COME LE PERSONE UTILIZZANO I SOCIAL MEDIA [SURVEY]



HA VISITATO O USATO  
UN SOCIAL NETWORK O  
SERVIZIO DI MESSAGGISTICA  
NELL'ULTIMO MESE



98%



HA SCRITTO O HA  
INTERAGITO SUI SOCIAL  
MEDIA NELL'ULTIMO MESE



74%



MEDIA GIORNALIERA  
DEL TEMPO SPESO  
SUI SOCIAL MEDIA



1 H 51 M



MEDIA DI ACCOUNT  
SOCIAL PER PERSONA\*



7,4



PERCENTUALE DI UTENTI  
CHE USANO I SOCIAL MEDIA  
PER SCOPI LAVORATIVI

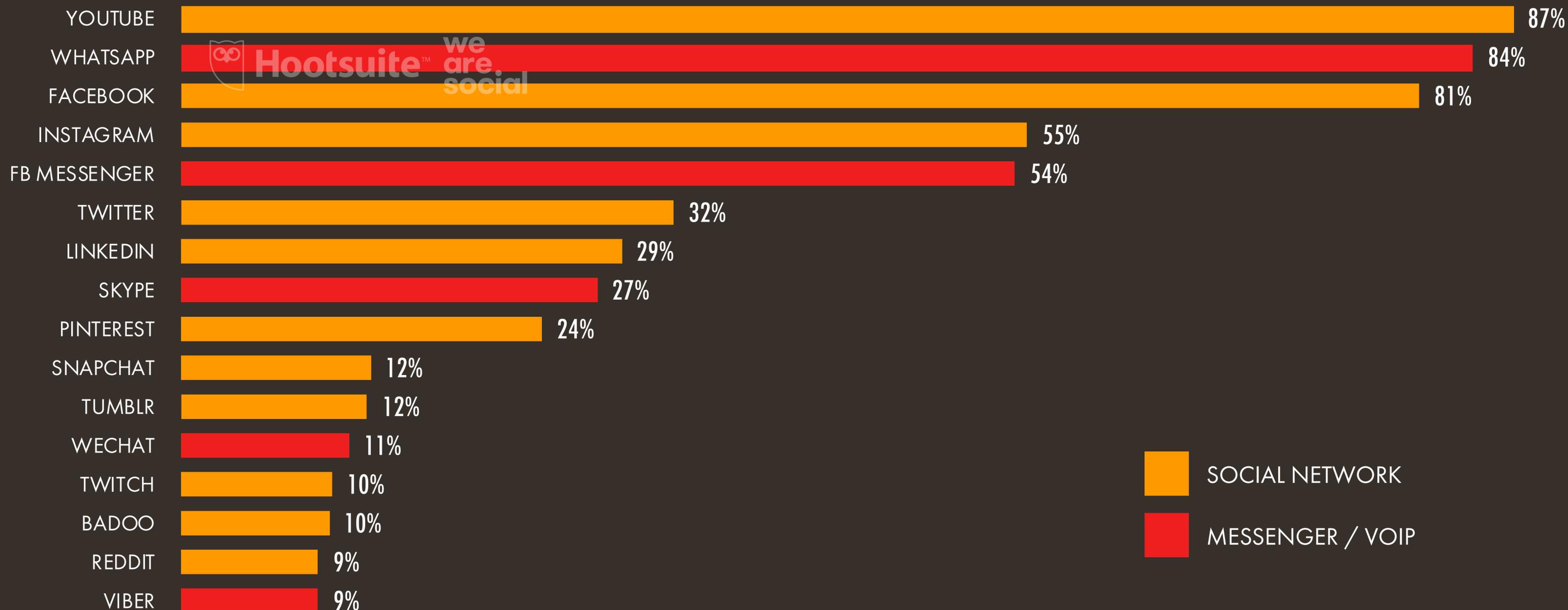


11%

GEN  
2019

# PIATTAFORME SOCIAL PIÙ ATTIVE

PERCENTUALE DI UTENTI CHE DICHIARANO DI USARE CIASCUNA PIATTAFORMA [SURVEY]



GEN  
2019

# AUDIENZE PUBBLICITARIE SUI SOCIAL MEDIA

COMPARAZIONE DELL'AUDIENZA PUBBLICITARIA\* SULLE PIATTAFORME SELEZIONATE



NUMERO TOTALE DI AUDIENZA PUBBLICITARIA SU FACEBOOK (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



31.00  
MILIONI

FEMMINILE 48%  
MASCHE 52%

NUMERO TOTALE DI AUDIENZA PUBBLICITARIA SU INSTAGRAM (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



19.00  
MILIONI

FEMMINILE 51%  
MASCHE 49%

NUMERO TOTALE DI AUDIENZA PUBBLICITARIA SU TWITTER (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



2.35  
MILIONI

FEMMINILE 32%  
MASCHE 68%

NUMERO TOTALE DI AUDIENZA PUBBLICITARIA SU SNAPCHAT (UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



2.50  
MILIONI

FEMMINILE 73%  
MASCHE 25%

NUMERO TOTALE DI AUDIENZA PUBBLICITARIA SU LINKEDIN (MEMBRI REGISTRATI)



12.00  
MILIONI

FEMMINILE 47%  
MASCHE 53%



we  
are  
social



we  
are  
social

GEN  
2019

# AUDIENZE PUBBLICITARIA SUI SOCIAL MEDIA

VARIAZIONE TRIMESTRALE SUL TOTALE DELL'AUDIENZA PUBBLICITARIA PER LE PIATTAFORME SELEZIONATE



CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENZE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU FACEBOOK  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



we  
are  
social

0%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENZE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU INSTAGRAM  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



0%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENZE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU TWITTER  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



we  
are  
social

-18%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENZE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU SNAPCHAT  
(UTENTI ATTIVI MENSILMENTE)



-26%

CRESCITA TRIMESTRALE  
AUDIENZE PUBBLICITARIA  
TOTALE SU LINKEDIN  
(MEMBRI REGISTRATI)

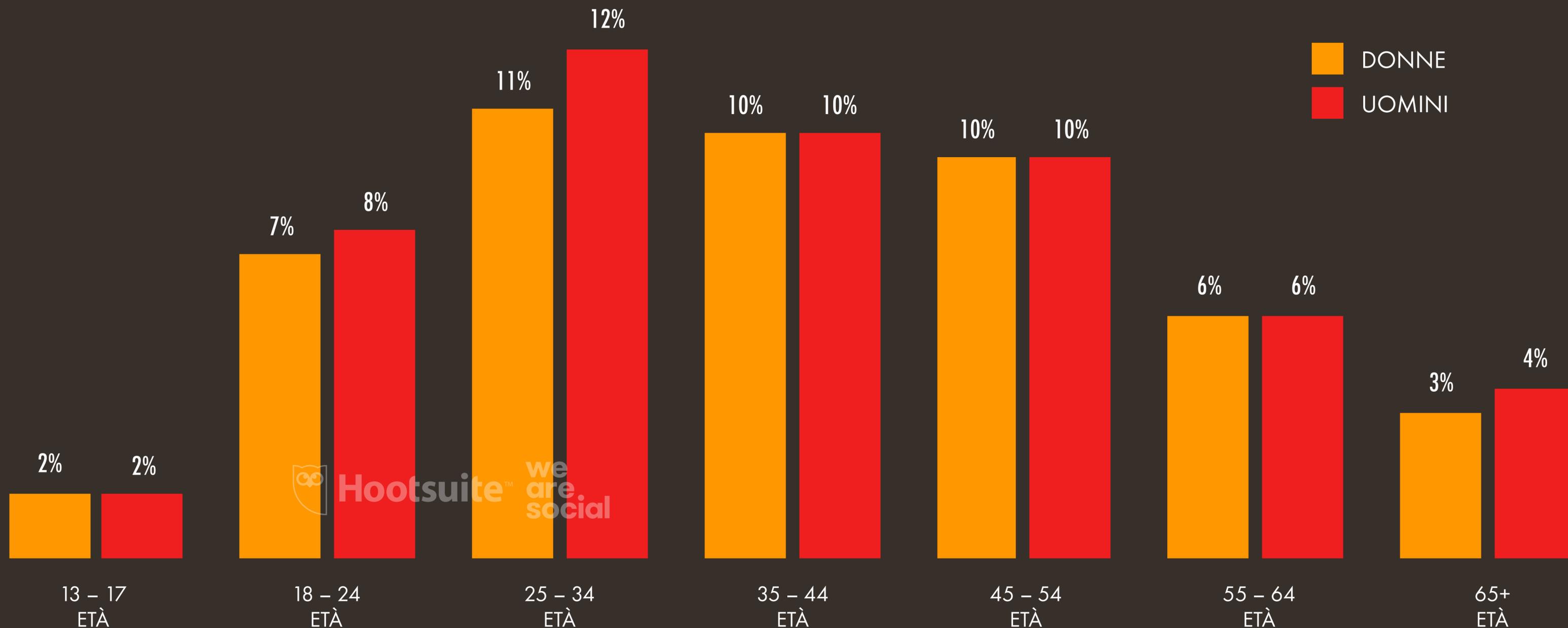


0%

GEN  
2019

# PROFILO AUDIENCE SOCIAL MEDIA

BASATO SULLE AUDIENCE COMBinate DI FACEBOOK, INSTAGRAM E FACEBOOK MESSENGER



GEN  
2019

# AUDIENZE DI FACEBOOK

BASATO SULL'INTERA AUDIENZA PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU FACEBOOK



PERSONE CHE POSSONO  
ESSERE RAGGIUNTE CON  
PUBBLICITÀ SU FACEBOOK



**31.00**  
MILIONI

we  
are  
social

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU FACEBOOK



**59%**



CRESCITA TRIMESTRALE  
DELLA REACH PUBBLICITARIA  
SU FACEBOOK



**0%**

we  
are  
social

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE FACEBOOK  
RIPORTA COME FEMMINILE\*



**48%**



PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE FACEBOOK  
RIPORTA COME MASCHILE\*



**52%**

**GEN  
2019**

# FREQUENZA ATTIVITÀ SU FACEBOOK

NUMERO DI VOLTE CHE UN UTENTE TIPO\* COMPIE CIASCUNA ATTIVITÀ SU FACEBOOK



NUMERO TOTALE DELLE PAGINE FACEBOOK CUI HA MESSO LIKE (LIFETIME)



**2**

FEMMINILE MASCHILE

**2 1**

POST CUI HA MESSO LIKE NEGLI ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE LE TIPOLOGIE DI POST)



**13**

FEMMINILE MASCHILE

**18 9**

COMMENTI FATTI NEGLI ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE LE TIPOLOGIE DI POST)



**5**

FEMMINILE MASCHILE

**8 3**

POST FACEBOOK CONDIVISI NEGLI ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE LE TIPOLOGIE DI POST)



**2**

FEMMINILE MASCHILE

**3 1**

PUBBLICITÀ CLICCATE NEGLI ULTIMI 30 GIORNI (TUTTE LE TIPOLOGIE DI CLICK)



**14**

FEMMINILE MASCHILE

**16 12**



GEN  
2019

# REACH DELLE PAGINE FACEBOOK

CRESCITA MEDIA MENSILE DEI LIKE ALLA PAGINA, REACH MEDIA DEI POST IN PAGINA E CONTRIBUTO DEL PAID MEDIA



VARIAZIONE  
MEDIA MENSILE NEI  
LIKE ALLA PAGINA



we  
are  
social

+0,05%

REACH MEDIA  
DEI POST vs. LIKE  
ALLA PAGINA



locowise

6,0%

REACH ORGANICA  
MEDIA vs. LIKE  
ALLA PAGINA



locowise

5,8%

PERCENTUALE  
DI PAGINE CHE  
USANO PAID MEDIA



locowise

20%

MEDIA REACH A  
PAGAMENTO vs.  
REACH TOTALE



21%

GEN  
2019

# ENGAGEMENT SU FACEBOOK

NUMERO DI PERSONE CHE INTERAGISCONO CON UN POST IN PAGINA SU FACEBOOK vs. LA REACH DELLA PAGINA



ENGAGEMENT RATE MEDIO  
PER I POST SU FACEBOOK (TUTTI  
I TIPI DI POST E DI PAGINE\*)



3,10%

ENGAGEMENT RATE MEDIO  
PER I VIDEO SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



5,95%

ENGAGEMENT RATE MEDIO  
PER LE FOTO SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



4,39%

ENGAGEMENT RATE MEDIO PER  
I PAGE POST LINK SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



2,44%

ENGAGEMENT RATE MEDIO PER  
I POST DI STATUS SU FACEBOOK  
(TUTTI I TIPI DI PAGINA\*)



0,09%



GEN  
2019

# AUDIENZE DI INSTAGRAM

BASATO SULL'INTERA AUDIENZA PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU INSTAGRAM



PERSONE CHE SECONDO  
INSTAGRAM POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU INSTAGRAM



we  
are  
social

19.00  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU INSTAGRAM



we  
are  
social

36%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU INSTAGRAM



we  
are  
social

0%

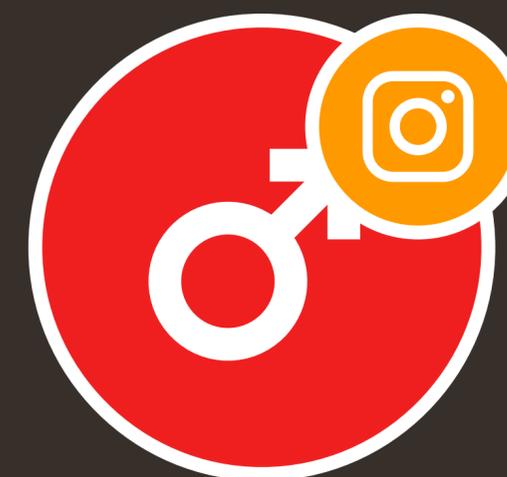
PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE INSTAGRAM  
DICHARA COME FEMMINILE\*



we  
are  
social

51%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE INSTAGRAM  
DICHARA COME MASCHILE\*



we  
are  
social

49%

GEN  
2019

# AUDIENZE DI TWITTER

BASATO SULL'INTERA AUDIENZA PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU TWITTER



PERSONE CHE SECONDO  
TWITTER POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU TWITTER



we  
are  
social

2.35  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU TWITTER



4,5%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU TWITTER



we  
are  
social

-18%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE TWITTER  
DICHIARA COME FEMMINILE\*



32%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE TWITTER  
DICHIARA COME MASCHILE\*



68%

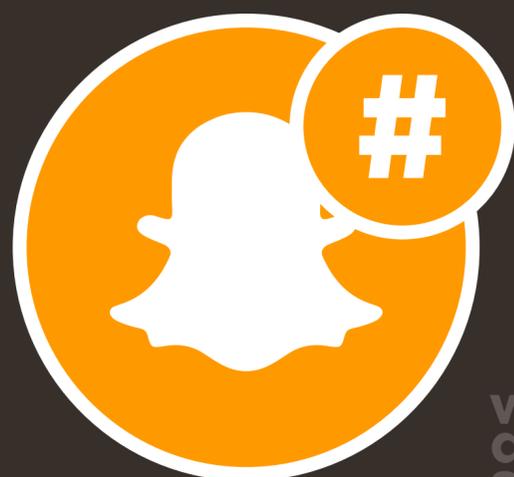
GEN  
2019

# AUDIENZE DI SNAPCHAT

BASATO SULL'INTERA AUDIENZA PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU SNAPCHAT



PERSONE CHE SECONDO  
SNAPCHAT POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU SNAPCHAT



we  
are  
social

2.50  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(13+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU SNAPCHAT



4,8%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU SNAPCHAT



we  
are  
social

-26%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE SNAPCHAT  
DICHIARA COME FEMMINILE\*



73%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE SNAPCHAT  
DICHIARA COME MASCHILE\*



25%

GEN  
2019

# AUDIENZE DI LINKEDIN

BASATO SULL'INTERA AUDIENZA PUBBLICITARIA RAGGIUNGIBILE SU LINKEDIN



PERSONE CHE SECONDO  
LINKEDIN POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU LINKEDIN



12.00  
MILIONI

PERCENTUALE DI PERSONE  
(18+) CHE POSSONO ESSERE  
RAGGIUNTE CON PUBBLICITÀ  
SU LINKEDIN



24%

CRESCITA TRIMESTRALE DELLA  
REACH PUBBLICITARIA  
SU LINKEDIN



0%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE LINKEDIN  
DICHARA COME FEMMINILE\*



47%

PERCENTUALE DI AUDIENZA  
PUBBLICITARIA CHE LINKEDIN  
DICHARA COME MASCHILE\*



53%

we  
are  
social



we  
are  
social



GEN  
2019

# PRINCIPALI RICERCHE SU YOUTUBE NEL 2018

RICERCHE EFFETTUATE SULLA PIATTAFORMA DURANTE IL 2018



#	QUERY DI RICERCA	INDICE
01	CANZONI	100
02	FILM	89
03	FORTNITE	53
04	MUSICA	49
05	ME CONTRO TE	38
06	KARAOKE	32
07	MINECRAFT	28
08	FAVIJ	26
09	INTER	23
10	SFERA EBBASTA	20

#	QUERY DI RICERCA	INDICE
11	CICCIOGAMER89	18
12	ASMR	17
13	CANZONI 2018	17
14	ULTIMO	17
15	PERFECT	16
16	IRAMA	16
17	ITALIANA	15
18	VASCO ROSSI	15
19	FEDEZ	15
20	GHALI	14



# DIFFUSIONE DEL MOBILE

GEN  
2019

# CONTRATTI MOBILE PER TIPOLOGIA

BASATO SUL NUMERO DI CONTRATTI PER CELLULARE (NON INDIVIDUI UNICI)



NUMERO TOTALE DI  
CONNESSIONI MOBILE



85.92  
MILIONI

CONNESSIONI MOBILE  
COME PERCENTUALE DELLA  
POPOLAZIONE TOTALE



145%

PERCENTUALE DI  
CONNESSIONI  
MOBILE PREPAGATE



83%

PERCENTUALE DI  
CONNESSIONI MOBILE  
IN ABBONAMENTO



17%

PERCENTUALE DI  
CONNESSIONI MOBILE A  
BANDA LARGA (3G E 4G)



82%

we  
are  
social

GSMA



GSMA

GEN  
2019

# INDICE DI CONNETTIVITÀ MOBILE

VALUTAZIONE DEI PRINCIPALI FACILITATORI E DRIVER DI CONNETTIVITÀ MOBILE SECONDO GSMA INTELLIGENCE



PUNTEGGIO GENERALE  
NAZIONALE



**74,86**

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

INFRASTRUTTURA  
DELLE RETE MOBILE



**68,38**

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

ACCESIBILITÀ DEI  
DISPOSITIVI E DEI SERVIZI



**71,56**

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

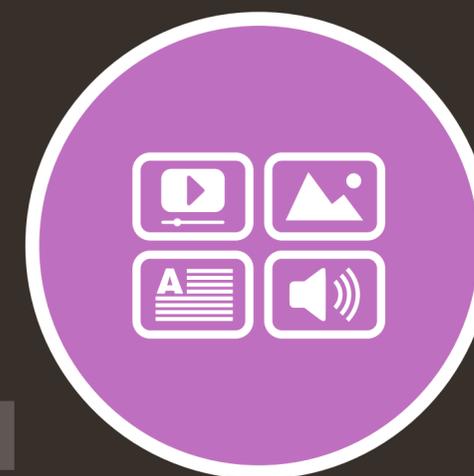
PREPARAZIONE  
DEL CONSUMATORE



**82,61**

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100

DISPONIBILITÀ  
DI CONTENUTI E  
SERVIZI RILEVANTI



**77,71**

SU UN PUNTEGGIO  
MASSIMO DI 100



GEN  
2019

# ATTIVITÀ DA MOBILE

PERCENTUALE DI UTENTI CHE COMPIONO CIASCUNA ATTIVITÀ DA MOBILE OGNI MESE [SURVEY]



PERCENTUALE DI UTENTI  
CHE USANO SERVIZI DI  
MESSAGGISTICA DA MOBILE



we  
are  
social

87%

PERCENTUALE DI  
UTENTI CHE GUARDANO  
VIDEO DA MOBILE



global  
web  
index

81%

PERCENTUALE DI  
UTENTI CHE GIOCANO  
DA MOBILE



49%

PERCENTUALE DI UTENTI CHE  
EFFETTUANO OPERAZIONI  
BANCARIE DA MOBILE



global  
web  
index

41%

PERCENTUALE DI  
UTENTI CHE USANO  
SERVIZI DI NAVIGAZIONE  
MOBILE SU MAPPE



76%



# UTILIZZO DELL'E-COMMERCE

GEN  
2019

# FATTORI DI INCLUSIONE FINANZIARIA

PERCENTUALE DELLA POPOLAZIONE (15+) CHE RIFERISCE DI POSSEDERE O USARE CIASCUN PRODOTTO O SERVIZIO FINANZIARIO



HA UN ACCOUNT CON  
UN'ISTITUZIONE FINANZIARIA



we  
are  
social

94%

HA UNA CARTA  
DI CREDITO



42%

HA UN ACCOUNT  
BANCARIO MOBILE



we  
are  
social

[N/D]

EFFETTUA ACQUISTI E / O  
PAGA BOLLETTE ONLINE



65%

PERCENTUALE DI DONNE CON  
UNA CARTA DI CREDITO



34%

PERCENTUALE DI UOMINI CON  
UNA CARTA DI CREDITO



we  
are  
social

52%

PERCENTUALE DI DONNE CHE  
FANNO TRANSAZIONI ONLINE



61%

PERCENTUALE DI UOMINI CHE  
FANNO TRANSAZIONI ONLINE



70%

GEN  
2019

# E-COMMERCE

PERCENTUALE DI UTENTI CHE RIFERISCONO DI AVERE EFFETTUATO CIASCUNA ATTIVITÀ NELL'ULTIMO MESE [SURVEY]



HANNO CERCATO ONLINE  
UN PRODOTTO O UN  
SERVIZIO DA ACQUISTARE



we  
are  
social

86%

HANNO VISITATO UNO  
STORE ONLINE (DA  
QUALSIASI DEVICE)



global  
web  
index

93%

HANNO COMPRATO  
UN PRODOTTO O UN  
SERVIZIO ONLINE (DA  
QUALSIASI DEVICE)



75%

HANNO EFFETUATO UN  
ACQUISTO ONLINE DA  
LAPTOP O COMPUTER FISSO



global  
web  
index

53%

HANNO EFFETUATO  
UN ACQUISTO ONLINE  
DA DEVICE MOBILE



42%

GEN  
2019

# SPESA E-COMMERCE PER CATEGORIA

IMPORTO TOTALE SPESO IN UN ANNO SU CATEGORIE DI PRODOTTI E-COMMERCE, IN DOLLARI AMERICANI



MODA E  
BELLEZZA



**\$5.025**  
MILIARDI

we  
are  
social

ELETTRONICA  
E TECNOLOGIA



**\$3.641**  
MILIARDI

statista

CIBO E CURA  
DELLA PERSONA



**\$1.450**  
MILIARDI



ARREDAMENTO E  
ELETTRODOMESTICI



**\$2.267**  
MILIARDI

GIOCATTOLE, FAI  
DA TE E HOBBY



**\$3.245**  
MILIARDI

statista

VIAGGI (SISTEMAZIONI  
INCLUSE)



**\$14.21**  
MILIARDI



MUSICA  
DIGITALE



**\$232.0**  
MILIONI

we  
are  
social

VIDEOGIOCHI



**\$948.0**  
MILIONI

GEN  
2019

# CRESCITA E-COMMERCE PER CATEGORIA

CAMBIAMENTO DELL'IMPORTO SPESO IN UN ANNO SU CATEGORIE DI PRODOTTI E-COMMERCE



MODA E  
BELLEZZA



+13%

we  
are  
social

ELETTRONICA  
E TECNOLOGIA



+13%

statista

CIBO E CURA  
DELLA PERSONA



+18%



ARREDAMENTO E  
ELETTRODOMESTICI



+16%

GIOCATTOLE, FAN  
CLUB E HOBBY



+7,6%

statista

VIAGGI (SISTEMAZIONI  
INCLUSE)



+9,3%



MUSICA  
DIGITALE



+4,3%

we  
are  
social

VIDEOGIOCHI



+8,3%

GEN  
2019

# DETTAGLIO E-COMMERCE: BENI DI CONSUMO

PANORAMICA DEL MERCATO E-COMMERCE PER BENI DI CONSUMO, IN DOLLARI AMERICANI



NUMERO TOTALE DI PERSONE  
CHE COMPRANO BENI DI  
CONSUMO VIA E-COMMERCE



**38.40**  
MILIONI

CAMBIAMENTO ANNO SU ANNO

**+2,1%**

PENETRAZIONE DEI BENI DI  
CONSUMO SU E-COMMERCE  
(POPOLAZIONE TOTALE)



**65%**

VALORE DEI BENI DI CONSUMO  
ACQUISTATI SU E-COMMERCE  
(VENDITE TOTALI ANNUE)



**\$15.63**  
MILIARDI

CAMBIAMENTO ANNO SU ANNO

**+13%**

SPESA ANNUALE MEDIA DEGLI  
UTENTI CHE ACQUISTANO BENI  
DI CONSUMO SU E-COMMERCE



**\$407**

CAMBIAMENTO ANNO SU ANNO

**+10%**



statista

we  
are  
social

GEN  
2019

# SPESA E-COMMERCE: CONTESTO

CONFRONTO TRA LA SPESA E-COMMERCE E LA SPESA NEL PUNTO VENDITA CON DETTAGLIO E-WALLET



SPESA E-COMMERCE  
PER PERSONA\* IN  
DOLLARI AMERICANI



\$469

SPESA NEL PUNTO  
VENDITA PER PERSONA  
IN DOLLARI AMERICANI



\$11.958

SPESA E-COMMERCE  
COME QUOTA DELLA  
SPESA RETAIL



3,8%

E-WALLET COME  
QUOTA DELLA SPESA  
IN E-COMMERCE



31%

E-WALLET COME  
QUOTA DELLA SPESA  
NEL PUNTO VENDITA



2,0%



we  
are  
social



we  
are  
social

GEN  
2019

# CHIAVI DI RICERCA GOOGLE PER LO SHOPPING

BASATO SULLE RICERCHE NEL 2018



#	QUERY DI RICERCA	INDICE
01	AMAZON	100
02	SCARPE	82
03	IPHONE	51
04	NIKE	51
05	SAMSUNG	46
06	ADIDAS	37
07	HUAWEI	32
08	EBAY	29
09	GUCCI	28
10	IKEA	25

#	QUERY DI RICERCA	INDICE
11	TV	24
12	PS4	19
13	AIR MAX	12
14	ZALANDO	11
15	IPHONE 7	11
16	LOUIS VUITTON	11
17	APPLE	10
18	METEO	10
19	HUAWEI P20	10
20	SCARPE NIKE	10

GEN  
2019

# PAGAMENTI DIGITALI

COMPrensione DELLE ATTIVITÀ FINANZIARIE DEGLI UTENTI

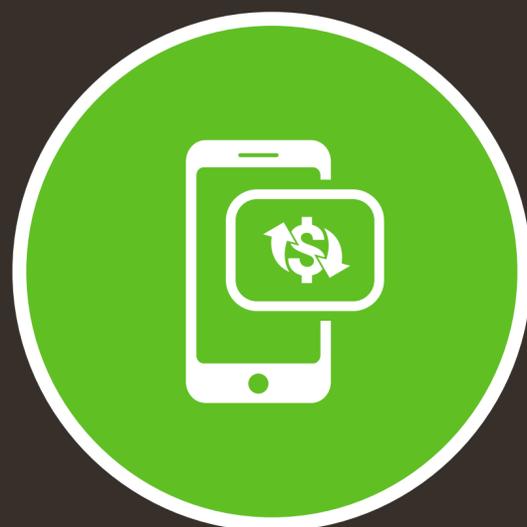


EFFETTUA OPERAZIONI  
BANCARIE DA MOBILE



41%

EFFETTUA PAGAMENTI  
DA MOBILE



25%

COMPRA PRODOTTI ONLINE  
USANDO UN CELLULARE



42%

È IN POSSESSO DI QUALCHE  
TIPO DI CRIPTOVALUTA



2,9%

we  
are  
social





**MAGGIORI INFORMAZIONI**

**CLICCA SUI LOGHI** IN BASSO PER LEGGERE E SCARICARE  
TUTTI I DOCUMENTI DEL GLOBAL DIGITAL REPORT 2019 E  
ACCEDERE A CONTENUTI AGGIUNTIVI, AGGIORNAMENTI  
E RICERCHE DA HOOTSUITE E WE ARE SOCIAL:



**HOOTSUITE**



**WE ARE SOCIAL**

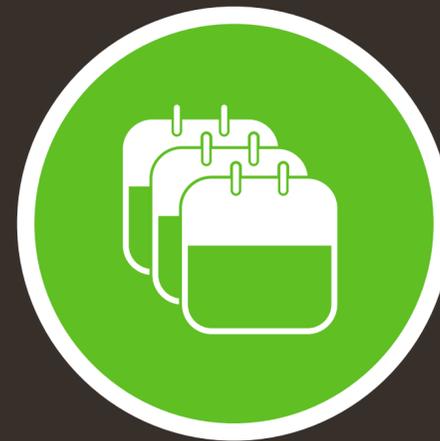
# SPECIAL THANKS: GLOBALWEBINDEX



GlobalWebIndex is the leading provider of audience profiling data to agencies, publishers, and brands worldwide.



**90% GLOBAL  
COVERAGE**



**ONGOING DATA COLLECTION  
ACROSS 45 MARKETS**



**CROSS-DEVICE  
COVERAGE**

Learn more at <http://www.globalwebindex.com>

# SPECIAL THANKS: GSMA INTELLIGENCE

The logo for GSMA Intelligence, featuring the text "GSMA" in a small red font above the word "Intelligence" in a larger black font, all contained within a white circular background.

**GSMA Intelligence** is the unit within the GSMA that houses the organisation's extensive database of mobile operator statistics, forecasts, and industry reports. GSMA Intelligence's data covers every operator group, network and MVNO in every country – from Afghanistan to Zimbabwe. Updated daily, it is the most accurate and complete set of industry metrics available, comprising tens of millions of individual data points.

Leading operators, vendors, regulators, financial institutions and third-party industry players rely on GSMA Intelligence to support strategic decision-making and long-term investment planning. The data is used as an industry reference point and is frequently cited by the media and by the industry itself. GSMA Intelligence's team of analysts and experts produce regular thought-leading research reports across a range of industry topics.

Learn more about GSMA Intelligence at <http://www.gsmainelligence.com>

# SPECIAL THANKS: STATISTA

statista 

**Statista** is one of the world's largest online statistics databases. Its Digital Market Outlook products provide forecasts, detailed market insights, and key indicators on over 90 digital markets within verticals including e-commerce, digital media, smart home, and e-health for over 150 countries and regions.



**82% OF THE GLOBAL  
INTERNET POPULATION**



**150 COUNTRIES  
AND REGIONS**



**92% OF WORLDWIDE  
ECONOMIC POWER**



**MORE THAN 30,000  
INTERACTIVE STATISTICS**

Learn more about Statista at <http://www.statista.com>

# SPECIAL THANKS: LOCOWISE



Locowise is a social media performance measurement platform that helps agencies to manage clients, produce and prove value, and win new business.



**CUSTOM REPORT  
BUILDER WITH  
OVER 300 METRICS**



**CAMPAIGN  
ANALYSIS, TRACKING  
AND REPORTING**



**INSIGHTS FROM ALL  
YOUR NETWORKS  
IN ONE PLACE**



**PREDICTIVE  
METRICS TO DRIVE  
FUTURE STRATEGY**

Learn more about Locowise at <http://locowise.com>



# SPECIAL THANKS: SIMILARWEB

SimilarWeb is the pioneer of market intelligence and the standard for understanding the digital world. SimilarWeb provides granular insights about any website or app across all industries in every region.



**WEB  
INTELLIGENCE**



**APP  
INTELLIGENCE**



**GLOBAL  
COVERAGE**



**GRANULAR  
ANALYSIS**

Learn more about SimilarWeb at <http://www.similarweb.com>

# SPECIAL THANKS: APP ANNIE

*App Annie*

App Annie is the industry's most trusted mobile data and analytics platform. The company created the mobile app data market and has been fueling world-class, mobile-first businesses since 2010. App Annie's mission is to power B2C companies' mobile transformation and enable clients to deliver winning consumer experiences. More than 1,000 enterprise clients and 1 million registered users across the globe and spanning all industries rely on App Annie as the gold standard to revolutionize their mobile business. The company is headquartered in San Francisco with offices in 13 countries.



**1 MILLION  
REGISTERED USERS**



**BEST-IN-CLASS  
DATA**



**COVERAGE ACROSS  
150 COUNTRIES**



**UNPARALLELED  
SERVICE & SUPPORT**

Learn more about App Annie at <http://www.appannie.com>

# LIBERATORIA E AVVERTENZE

Il presente documento è redatto da We Are Social Ltd ("We Are Social") e Hootsuite Inc. ("Hootsuite") a mero scopo informativo, e si basa su dati provenienti da diverse fonti, a mero titolo esemplificativo, nei confronti di aziende pubbliche e private, agenzie di ricerca di mercato, enti governativi, ONG, e soggetti privati. Sebbene We Are Social e Hootsuite si impegnino a garantire che tutti i dati e i grafici contenuti nel presente documento siano, al momento della loro pubblicazione, completi e aggiornati, né We Are Social né Hootsuite saranno ritenuti responsabili per eventuali errori o omissioni ivi contenuti, o derivanti dal relativo utilizzo.

Tutte le informazioni contenute nel presente documento vengono fornite "così come ricevute", prive di alcuna garanzia in relazione alla loro accuratezza, completezza, correttezza o al rispetto dei diritti di soggetti terzi e prive di qualsiasi tipo di garanzia, esplicita o implicita, incluse, a mero titolo esemplificativo, garanzie di commerciabilità o idoneità in relazione a qualsiasi scopo specifico. Il presente documento contiene dati, tabelle, cifre, mappe, contrassegni, analisi

e note tecniche riguardanti svariate aree geografiche a livello mondiale, tuttavia, un riferimento a tali aree e a qualsiasi elemento correlato (inclusi nomi e contrassegni) non comporta la manifestazione di alcuna opinione da parte di We Are Social, Hootsuite o di alcun marchio presentato, né di alcun partner, collegata, dipendente o rappresentante di tali organizzazioni, quanto allo status giuridico di qualsiasi paese, territorio, città o area o alle relative autorità, o in merito alla delimitazione delle frontiere o dei confini degli stessi. Il presente documento viene fornito sull'assunto che esso non costituisce alcuna consulenza o servizio professionale di alcun genere e, pertanto, non è da intendersi quale sostitutivo di alcuna indagine, riflessione o giudizio indipendente.

Di conseguenza, né We Are Social, Hootsuite né alcuno dei marchi o organizzazioni ivi presentati o menzionati, né alcuno dei propri partner, collegate, società del gruppo, dipendenti o rappresentanti sarà ritenuto responsabile, nella misura massima consentita dalla legge, nei Vostri confronti o di chiunque altro in relazione a qualsiasi perdita o danno

diretto, indiretto, fortuito, incidentale, speciale, consequenziale, conseguente o analogo risultante da qualsiasi utilizzo, azione o decisione assunta da Voi o da chiunque altro in qualunque modo connessa al presente documento o alle informazioni ivi contenute, o del(dei) relativo(i) esito(i), anche se informati dell'eventualità di tale perdita o danno.

Il presente documento potrebbe contenere riferimenti a soggetti terzi, tuttavia, il medesimo non promuove alcuno di tali soggetti terzi o loro prodotti o servizi, né il presente documento è sponsorizzato, promosso o associato a tali soggetti terzi. Salvo le parti del presente documento relative a Hootsuite, il medesimo e qualsiasi parere ivi contenuto è stato redatto da We Are Social e non è stato specificamente approvato o riprovato da Hootsuite. Il presente documento è soggetto a modifiche che non richiedono alcun preavviso. Al fine di assicurarVi di essere in possesso della versione aggiornata del presente documento, Vi preghiamo di voler visitare il seguente link: <http://datareportal.com>.

**CLICCA QUI** PER ACCEDERE IN FORMA GRATUITA A TUTTI  
I NOSTRI REPORT: DATI E TREND PER COMPRENDERE I  
COMPORAMENTI DIGITAL IN OGNI PAESE DEL MONDO



**[HTTPS://DATAREPORTAL.COM](https://datareportal.com)**

**ALL THE NUMBERS YOU NEED**

# we are. social

Siamo una socially-led creative agency. Abbiamo un team internazionale di oltre 750 specialisti e lavoriamo per uno scopo comune: connettere le persone e i brand in maniera rilevante.

Crediamo nelle persone, prima che nella tecnologia, e nella comprensione del loro comportamento come primo passo per generare valore di business. Questo è quello che chiamiamo social thinking.

Supportiamo brand come adidas, Netflix, Samsung, Lavazza e Google.  
Se desideri lavorare con noi, visita il sito <https://wearesocial.com>



Hootsuite è la piattaforma leader nella gestione dei social media.

Con la nostra esperienza, i nostri partner e la capacità di adattarci ad ogni esigenza, aiutiamo la tua azienda ad avere successo sui social.

Scopri le nostre soluzioni e trova quella che fa per te: <https://hootsuite.com>