Osservatorio Multicanalità: è boom per il mobile

dispositivi-mixerplanet-img-21572f5f

Trend di crescita costante per i device mobili che con 24 milioni di utenti nel dicembre 2013 hanno messo a segno un + 17,2% rispetto all'anno precedente.

Andando così a compensare il calo del 3,4% (28 milioni) dell'audience sul Pc, un calo comunque in linea (o addirittura meno marcato) di quello registrato nel Regno Unito (-5,9%) e negli States (-3,2).

La verità è che il mobile ha spiccato il volo, specialmente con gli smartphone che hanno oggi in Italia una penetrazione del 61 %, del 72% in Uk, del 64% negli Usa.

A crescere è pure l'intensità di utilizzo degli strumenti mobili con connessione internet: parliamo del 78% per gli smartphone e dell'87% per i tablet.

È questa la prima istantanea scattata dall'Osservatorio Multicanalità 2013, presentato Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano.

La multicanalità

Proprio in virtù di questa costante diffusione dei nuovi device, la multicanalità ha avuto un impulso notevole dallo scorso anno (come già ci raccontava l'Osservatorio 2012), con oltre il 50% della popolazione italiana attiva su più canali e un aumento significativo (siamo a 9,7 milioni) degli Hyper Reloaded (consumatori propriamente Multicanale) che diventano così rappresentativa di circa la metà dei consumatori italiani.

Hyper Reloaded e e-commerce

Sono 3,7 milioni gli italiani che hanno acquistato almeno 10 volte prodotti e servizi su Internet in un anno, a distinguersi per un utilizzo più marcato dell'eCommerce sono gli gli Hyper Reloaded (78%).

Ma quando si parla di acquisti on line, quali sono i device più usati? Tra coloro che hanno fatto eCommerce nell’ultimo anno, il PC fisso o portatile rimane al primo posto (il 94%) , dato sostanzialmente in linea con il 2012. È invece più utile osservare la variazione che interessa le attività di eCommerce eseguite da dispositivi Mobile: se nel 2012 il tablet era il mobile device preferito per gli acquisti online, nel 2013 si assiste al superamento dello smartphone rispetto al tablet, utilizzato dall’11% degli acquirenti online rispetto al 10% riportato dal tablet . Si conferma così la vocazione mobile per eccellenza dello smartphone.