

Nel 2020 +13% di utenti sui social. Ecommerce: domina il beauty

Maria Cattini | 02/02/2021 | Risorse

La ricerca 'Global Report Digital 2021' di [We are social](#), pubblicata in partnership con Hootsuite, indica come le tecnologie connesse siano diventate una componente sempre più importante della nostra vita quotidiana nell'ultimo anno.

Le principali evidenze

Popolazione: la popolazione mondiale registra 7,83 miliardi di persone ad inizio 2021. Le Nazioni Unite riportano un tasso di crescita dell'1% annuo, che significa che la popolazione mondiale è cresciuta di circa 80 milioni di unità nel corso del 2020.

Mobile: 5,22 miliardi di persone utilizzano telefoni cellulari, vale a dire il 66,6% della popolazione. Si tratta di una crescita dell'1,8% annuo, pari a 93 milioni di persone che nel corso del 2020 hanno avuto accesso ad un telefono cellulare per la prima volta.

Internet: 4,66 miliardi di persone accedono ad internet, un incremento del 7,3% (o 316 milioni) rispetto a Gennaio 2020. La penetrazione internet mondiale si attesta al 59,5%, ma i valori potrebbero essere ancora più alti in virtù di problematiche legate al corretto tracciamento degli utenti internet legate alla pandemia da COVID-19.

Social media: sono 4,20 miliardi gli utenti delle piattaforme social, un incremento del 13%, o di 490 milioni di persone. La penetrazione delle piattaforme social si attesta quindi al 53% della popolazione mondiale.

Social media: gli utenti delle piattaforme social sono cresciuti del 13% nell'ultimo anno, con quasi mezzo miliardo di nuovi utenti, o se preferite oltre 1,3 milioni di persone ogni giorno, o 15 al secondo. Insomma, siamo in 4,2 miliardi ad essere connessi tramite i social. Il tempo speso sulle piattaforme social continua a crescere anche se in misura più contenuta rispetto agli ultimi anni, attestandosi a 2 ore e 25 minuti al giorno, o (quasi) un giorno intero alla settimana). Di questo passo, nel 2021 spenderemo, collettivamente, oltre 420 milioni di anni su queste piattaforme. Naturalmente permangono differenze anche grandi da paese a paese, con la popolazione delle Filippine connessa ai social per 4 ore e 15 minuti a un estremo, e il Giappone a 51 minuti dall'altro (comunque in crescita).

Mobile: dall'analisi dei datasets di AppAnnie e GlobalWebIndex emerge come gli utenti Android passino oltre 4 ore al giorno utilizzando i propri device cellulari (3 ore e 40 minuti estendendo il panel a tutti i sistemi), vale a dire un tempo superiore rispetto a quello passato davanti alla tv "tradizionale".

Tempo speso online: spendiamo online praticamente lo stesso tempo che spendiamo (o almeno, dovremmo spendere) dormendo. Let that sink in. L'utente medio passa online circa 7 ore al giorno, vale a dire circa il 42% del nostro tempo di veglia se diamo per scontato un riposo di 7-8 ore. Si

tratta di un aumento di oltre un quarto d'ora al giorno rispetto alla rilevazione di 12 mesi fa, o 4%, che se mantenuto porterebbe il tempo totale speso da tutti noi online a 1,3 miliardi di anni.

Search: la ricerca di informazioni è la motivazione principale che porta le persone a connettersi, sono infatti quasi due su tre le persone che, interrogate a proposito, citano proprio la ricerca tra le loro ragioni principali della loro navigazione. I motori di ricerca tradizionali rimangono un go-to sostanzialmente di default per il 98% della popolazione online, ma sono 7 su 10 gli utenti che dichiarano di utilizzare almeno una tecnologia diversa dalla ricerca testuale su base mensile. Le interfacce voice sono l'alternativa più popolare per il 45% degli utenti, mentre quasi un utente su tre utilizza strumenti di image recognition (come Lens di Pinterest o di Google) sui propri dispositivi mobili.

La social search registra la crescita forse più interessante, con il 45% degli utenti che dichiarano di visitare le piattaforme social quando hanno bisogno di informazioni su prodotti o servizi, con la Generazione Z che addirittura supera sia la soglia del 50% sia l'utilizzo di motori di ricerca tradizionali.

Ecommerce: i vincitori del 2020? Fashion & Beauty è la categoria che ha "beneficiato" di più della situazione straordinaria del 2020, con oltre 665 miliardi di dollari spesi dai consumatori. Si tratta di un risultato che per noi è una prima volta, in quanto fino all'anno scorso era la categoria Travel, che per ovvi motivi non è riuscita a mantenere.

La ricerca 'Global Report Digital 2021' di [We are social](#), pubblicata in partnership con Hootsuite, indica come le tecnologie connesse siano diventate una componente sempre più importante della nostra vita quotidiana nell'ultimo anno.

Le principali evidenze

Popolazione: la popolazione mondiale registra 7,83 miliardi di persone ad inizio 2021. Le Nazioni Unite riportano un tasso di crescita dell'1% annuo, che significa che la popolazione mondiale è cresciuta di circa 80 milioni di unità nel corso del 2020.

Mobile: 5,22 miliardi di persone utilizzano telefoni cellulari, vale a dire il 66,6% della popolazione. Si tratta di una crescita dell'1,8% annuo, pari a 93 milioni di persone che nel corso del 2020 hanno avuto accesso ad un telefono cellulare per la prima volta.

Internet: 4,66 miliardi di persone accedono ad internet, un incremento del 7,3% (o 316 milioni) rispetto a Gennaio 2020. La penetrazione internet mondiale si attesta al 59,5%, ma i valori potrebbero essere ancora più alti in virtù di problematiche legate al corretto tracciamento degli utenti internet legate alla pandemia da COVID-19.

Social media: sono 4,20 miliardi gli utenti delle piattaforme social, un incremento del 13%, o di 490 milioni di persone. La penetrazione delle piattaforme social si attesta quindi al 53% della popolazione mondiale.

Social media: gli utenti delle piattaforme social sono cresciuti del 13% nell'ultimo anno, con quasi mezzo miliardo di nuovi utenti, o se preferite oltre 1,3 milioni di persone ogni giorno, o 15 al secondo. Insomma, siamo in 4,2 miliardi ad essere connessi tramite i social. Il tempo speso sulle piattaforme social continua a crescere anche se in misura più contenuta rispetto agli ultimi anni, attestandosi a 2 ore e 25 minuti al giorno, o (quasi) un giorno intero alla settimana). Di questo passo, nel 2021 spenderemo, collettivamente, oltre 420 milioni di anni su queste piattaforme. Naturalmente permangono differenze anche grandi da paese a paese, con la popolazione delle Filippine connessa ai social per 4 ore e 15 minuti a un estremo, e il Giappone a 51 minuti dall'altro (comunque in crescita).

Mobile: dall'analisi dei datasets di AppAnnie e GlobalWebIndex emerge come gli utenti Android passino oltre 4 ore al giorno utilizzando i propri device cellulari (3 ore e 40 minuti estendendo il panel a tutti i sistemi), vale a dire un tempo superiore rispetto a quello passato davanti alla tv "tradizionale".

Tempo speso online: spendiamo online praticamente lo stesso tempo che spendiamo (o almeno, dovremmo spendere) dormendo. Let that sink in. L'utente medio passa online circa 7 ore al giorno, vale a dire circa il 42% del nostro tempo di veglia se diamo per scontato un riposo di 7-8 ore. Si tratta di un aumento di oltre un quarto d'ora al giorno rispetto alla rilevazione di 12 mesi fa, o 4%, che se mantenuto porterebbe il tempo totale speso da tutti noi online a 1,3 miliardi di anni.

Search: la ricerca di informazioni è la motivazione principale che porta le persone a connettersi, sono infatti quasi due su tre le persone che, interrogate a proposito, citano proprio la ricerca tra le loro ragioni principali della loro navigazione. I motori di ricerca tradizionali rimangono un go-to sostanzialmente di default per il 98% della popolazione online, ma sono 7 su 10 gli utenti che dichiarano di utilizzare almeno una tecnologia diversa dalla ricerca testuale su base mensile. Le interfacce voice sono l'alternativa più popolare per il 45% degli utenti, mentre quasi un utente su tre utilizza strumenti di image recognition (come Lens di Pinterest o di Google) sui propri dispositivi mobili.

La social search registra la crescita forse più interessante, con il 45% degli utenti che dichiarano di visitare le piattaforme social quando hanno bisogno di informazioni su prodotti o servizi, con la Generazione Z che addirittura supera sia la soglia del 50% sia l'utilizzo di motori di ricerca tradizionali.

Ecommerce: i vincitori del 2020? Fashion & Beauty è la categoria che ha "beneficiato" di più della situazione straordinaria del 2020, con oltre 665 miliardi di dollari spesi dai consumatori. Si tratta di un risultato che per noi è una prima volta, in quanto fino all'anno scorso era la categoria Travel, che per ovvi motivi non è riuscita a mantenere.

