



blacklemon



CONFINDUSTRIA
PIACENZA

SOCIAL MEDIA & DIGITAL TRENDS 2022

**NEL MONDO, IN ITALIA
E NELLE PROVINCE CAMPIONE**

focus su

**MILANO, MONZA-BRIANZA, LODI, PAVIA
PIACENZA, PARMA, REGGIO-EMILIA**

CONTESTO

UN MONDO IN EVOLUZIONE

Il mondo è in continua evoluzione, ma negli ultimi anni **il cambiamento sta avvenendo attraverso vere e proprie terapie d'urto**: la pandemia di Covid-19, i lockdown e le misure restrittive, la crisi delle materie prime, la crisi dei trasporti, la crisi dell'energia e, naturalmente, la guerra in Europa, sono prove molto dure per l'emotività delle persone.

Dopo la pandemia le persone e le aziende hanno premuto l'acceleratore sulla trasformazione digitale: il mondo "virtuale" è sempre di più un piano nel quale vivere, muoversi, provare esperienze reali, ed è sempre più sovrapposto a

quello fisico. I multiversi sono molto più reali di quanto si possa pensare. L'acquisto di beni digitali (persino opere d'arte) è ormai una realtà e sempre più persone ne comprendono il valore: in moltissimi hanno investito almeno una volta nell'acquisto di un capo di abbigliamento digitale (Nike vende scarpe virtuali che hanno molto successo) e i nostri figli sfoggiano "skin" su Fortnite come facevano i paninari di un tempo in San Babila a Milano. Come logica conseguenza di queste trasformazioni repentine e assolute, **l'efficacia dei media non sarà mai più quella di prima.**

Indietro non si torna.

PREVISIONI

COSA ASPETTARSI DAL 2022

Le persone stanno rivalutando ciò che per loro è importante. Prestano maggiore attenzione ai piaceri semplici della vita, cercano rifugio nei ricordi felici, hanno bisogno di combattere ansia, angoscia, preoccupazione per il domani. Dall'ascolto dei social media emerge con chiarezza cristallina che una larga fetta di pubblico prova molto fastidio leggendo commenti negativi e addirittura smette di utilizzare i canali dove trovano spazio contenuti aggressivi, forme di violenza verbale o semplicemente dove le posizioni politiche sono espresse in modo arrogante, supponente, prepotente, bellicoso o prevaricatorio.

I social media si fondano sempre di più su scambi di tipo emotivo: non più solamente sul racconto delle emozioni, ma proprio su una forma di coinvolgimento emotivo multidirezionale e cross-mediale. In tale senso Meta, Go-

ogle, Twitter, Microsoft e tutti gli altri protagonisti del mondo digitale stanno correndo ai ripari cercando di rendere gli ambienti virtuali il luogo delle emozioni (non solamente felici, ma certamente coinvolgenti) per eccellenza.

Per fare questo stanno mettendo in discussione i loro stessi algoritmi, quelli su cui sono fondati i loro imperi, perché per quasi la metà delle persone nate da metà degli anni '90 in poi sono più un fastidio che un aiuto. Contrariamente a quanto si possa pensare **sembra, infatti, che gli algoritmi non riescano a tenere il passo con l'evoluzione degli umani.** E mentre nascono, si sviluppano ed evolvono intelligenze artificiali che studiosi come Yuval Noah Harari ipotizzano arriveranno presto a superarci in molte cose, il linguaggio della comunicazione e le strategie digitali devono adattarsi sempre più rapidamente ad un mondo estremamente fluido.



blacklemon

SOCIAL MEDIA & DIGITAL

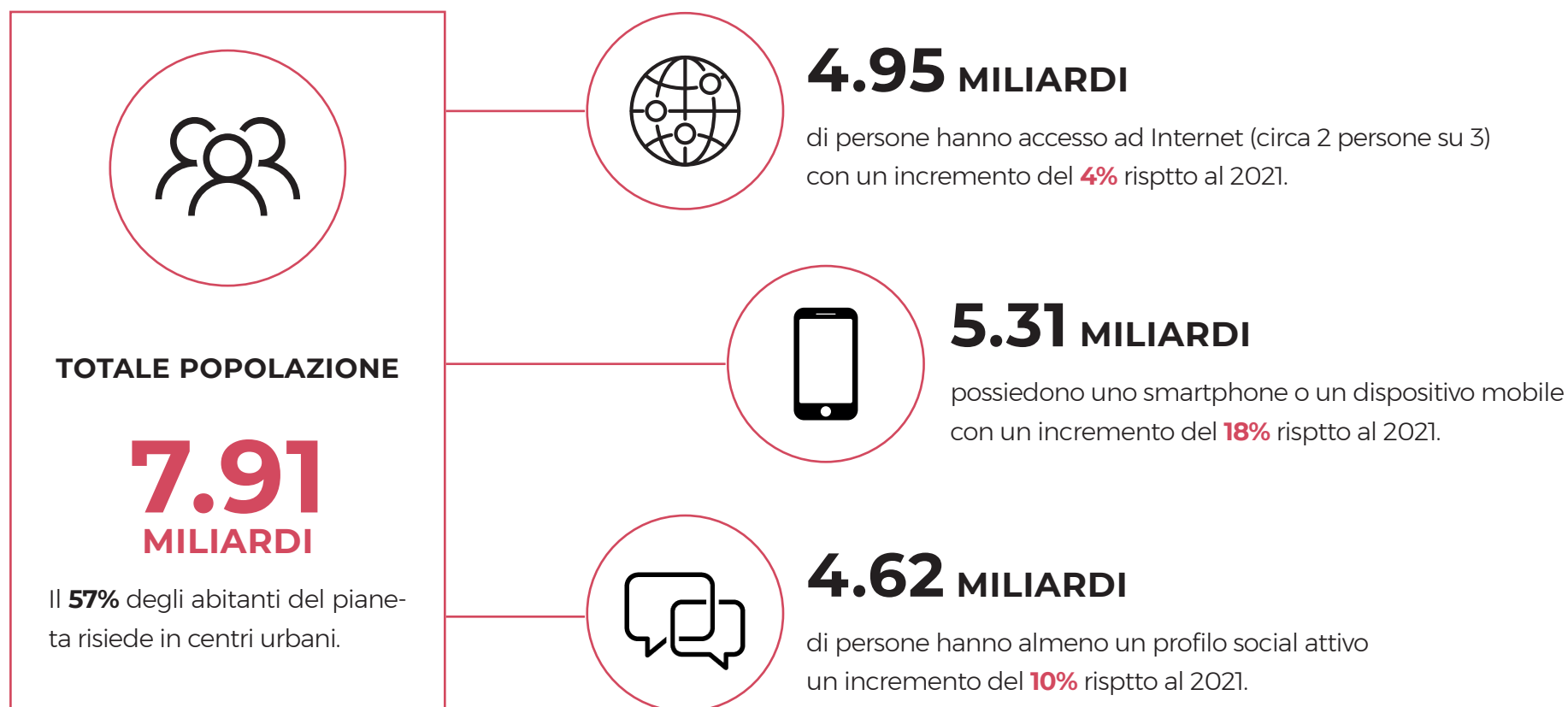
NEL MONDO



**CONFINDUSTRIA
PIACENZA**

PANORAMICA GLOBALE

SOCIAL MEDIA & DIGITAL NEL MONDO



IL CLUB DEL MILIARDO

nel 2022 è salito a 6 il numero di piattaforme che possono vantare almeno un miliardo di iscritti regolarmente attivi

FACEBOOK: 2.9 MILIARDI

Meta, USA



YOUTUBE: 2.5 MILIARDI

Google, USA



WHATSAPP: 2 MILIARDI

Meta, USA



INSTAGRAM: 1.5 MILIARDI

Meta, USA



WECHAT: 1.2 MILIARDI

Tencent, Cina



TIKTOK: 1 MILIARDO

ByteDance, Cina



PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA MONDIALE PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI

1 - FACEBOOK

(2.9 MILIARDI di utenti attivi)

2 - YOUTUBE

(2.5 MILIARDI di utenti attivi)

3 - WHATSAPP

(2 MILIARDI di utenti attivi)

4 - INSTAGRAM

(1.5 MILIARDI di utenti attivi)

5 - WECHAT

(1.2 MILIARDI di utenti attivi)

6 - TIKTOK

(1 MILIARDO di utenti attivi)

7 - MESSENGER

(988 MILIONI di utenti attivi)

8 - DOUYIN

(600 MILIONI di utenti attivi)

9 - QQ

(574 MILIONI di utenti attivi)

10 - SINA WEIBO

(573 MILIONI di utenti attivi)

11 - KUAISHOU

(573 MILIONI di utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(557 MILIONI di utenti attivi)

13 - TELEGRAM

(550 MILIONI di utenti attivi)

14 - PINTEREST

(444 MILIONI di utenti attivi)

15 - TWITTER

(436 MILIONI di utenti attivi)

16 - REDDIT

(430 MILIONI di utenti attivi)

17 - TUMBLR

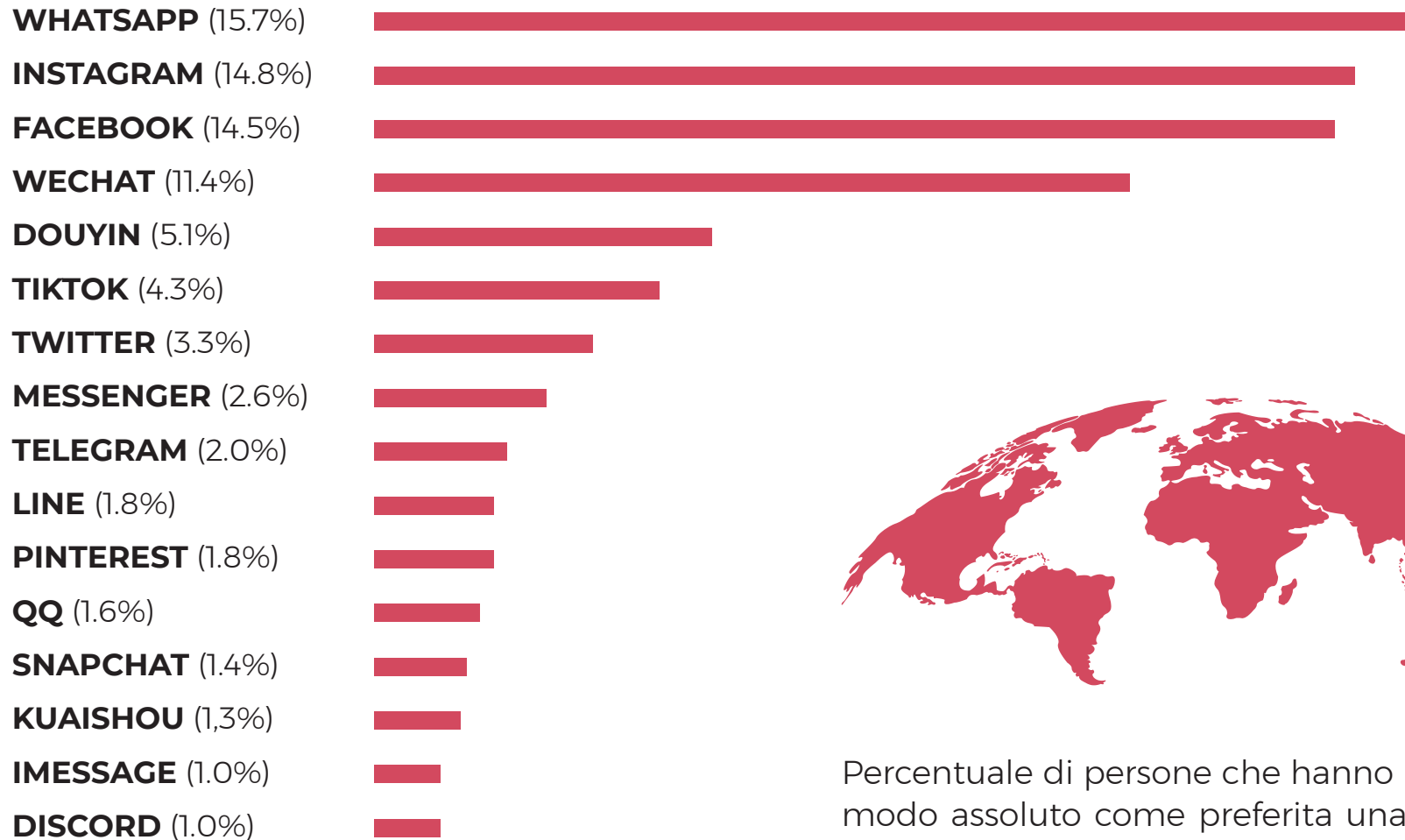
(376 MILIONI di utenti attivi)

18 - LINKEDIN

(300 MILIONI di utenti attivi)

PIATTAFORME PREFERITE

PERCENTUALE UTENTI (16-64 ANNI) - DATO GLOBALE



Percentuale di persone che hanno indicato in modo assoluto come preferita una di queste applicazioni.



blacklemon

SOCIAL MEDIA & DIGITAL

IN ITALIA



**CONFINDUSTRIA
PIACENZA**

PANORAMICA ITALIANA

INTERNET & SOCIAL MEDIA



CONTESTO

COSA STA CAMBIANDO IN ITALIA

Dopo l'abbuffata di social e contenuti digitali durante i periodi di lockdown (fenomeno che aveva fatto rilevare un'impennata in tutte le classifiche), negli ultimi mesi si registra una riduzione del tempo passato online.

Nuovi social si stanno facendo strada e le piattaforme più utilizzate continuano a coinvolgere nuovi utenti. In media abbiamo alle spalle un anno di ulteriore crescita per quanto riguarda le iscrizioni di nuovi utenti (+5,4%) sulle piattaforme social e in Italia le persone continuano ad utilizzare regolarmente una media di **6 profili** su altrettanti canali.

Le persone utilizzano i social media per motivazioni differenti: il **48%** degli utenti usa i social per informarsi e restare al

passo con quanto accade intorno a loro, il **47%** per tenersi in contatto con gli amici e i familiari, mentre il **46%** dichiara di sfruttarli per riempire il proprio tempo libero o per semplice intrattenimento.

L'universo di **Meta** resta il più apprezzato con **WhatsApp, Facebook, Instagram** e **Messenger** in testa alla classifica di utilizzo e di gradimento.

Tra i social da tenere d'occhio c'è senza dubbio **Discord**, nato come app di comunicazione per gli appassionati di videogiochi e oggi molto popolare anche in altri ambiti (tanto da essere, a quanto pare, nel mirino di Microsoft). L'app consente di gestire grandi gruppi di persone e permette di passare in maniera piuttosto fluida dalle chat scritte alle chiamate e alle videochiamate

CONTESTO

COSA STA CAMBIANDO IN ITALIA

LinkedIn ha vissuto un anno di grazia a livello globale, con una crescita nel numero di utenti registrati del **11%**. Nel nord Italia e in particolare nelle province campione di questa ricerca (aree particolarmente produttive) la crescita è ancora maggiore.

YouTube è la piattaforma sulla quale gli italiani trascorrono più tempo in assoluto (la media è di **24 ore** al mese solo da smartphone, senza contare gli accessi da computer e le visioni dei video incorporati nei siti). Se consideriamo solo l'utilizzo dello smartphone Youtube guida la classifica con una media di 24 ore al mese, seguito da **Facebook** e **TikTok** entrambi a **19,6 ore**. L'utilizzo di TikTok è cresciuto addirittura del **48%** solo nell'ultimo anno, mentre un altro social

più maturo come **Instagram**, ma sempre più apprezzato, cresce in Italia del 10%.

Ogni italiano resta connesso ad internet per **6 ore al giorno** (al di sotto della media globale che è di 7 ore al giorno, circa il 40% del tempo in cui si resta svegli).

Se nel resto del mondo vengono destinate alle piattaforme social circa 2 ore e mezza al giorno (in pratica il 35% del tempo trascorso online), in Italia la media è di **1 ora e 47 minuti**.

Confrontando i social con altri media, guardiamo la TV per 3 ore e 12 minuti al giorno (sommando broadcasting e streaming), ascoltiamo musica o la radio per 1 ora al giorno, ci informiamo su giornali, riviste e siti web per 1 ora e 20 minuti, giochiamo ai videogiochi per 48 minuti.

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ITALIANI ATTIVI

(profili attivi negli ultimi 3 mesi appartenenti ad utenti di età compresa tra i 16 e i 64 anni)

1 - WHATSAPP

(34 MILIONI di utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(29,5 MILIONI di utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(26,8 MILIONI di utenti attivi)

4 - MESSENGER

(19 MILIONI di utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(17 MILIONI di utenti attivi)

6 - TIKTOK

(10,8 MILIONI di utenti attivi)

7 - TWITTER

(10,5 MILIONI di utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(10,3 MILIONI di utenti attivi)

9 - PINTEREST

(10,3 MILIONI di utenti attivi)

10 - SKYPE

(9 MILIONI di utenti attivi)

11 - IMESSAGE

(5 MILIONI di utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(3,6 MILIONI di utenti attivi)

13 - DISCORD

(3,4 MILIONI di utenti attivi)

14 - REDDIT

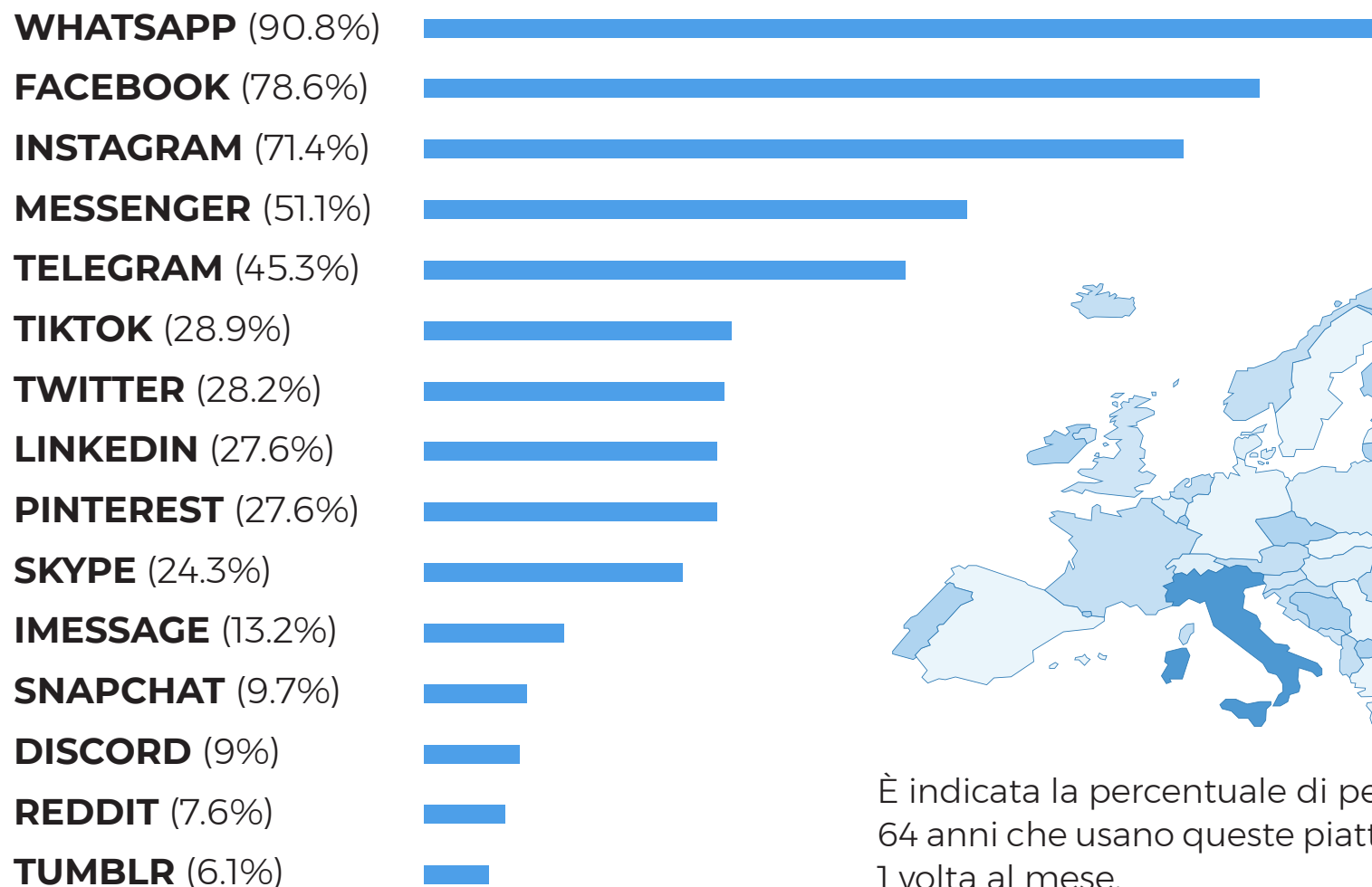
(2,8 MILIONI di utenti attivi)

15 - TUMBLR

(2,3 MILIONI di utenti attivi)

PIATTAFORME PIÙ UTILIZZATE

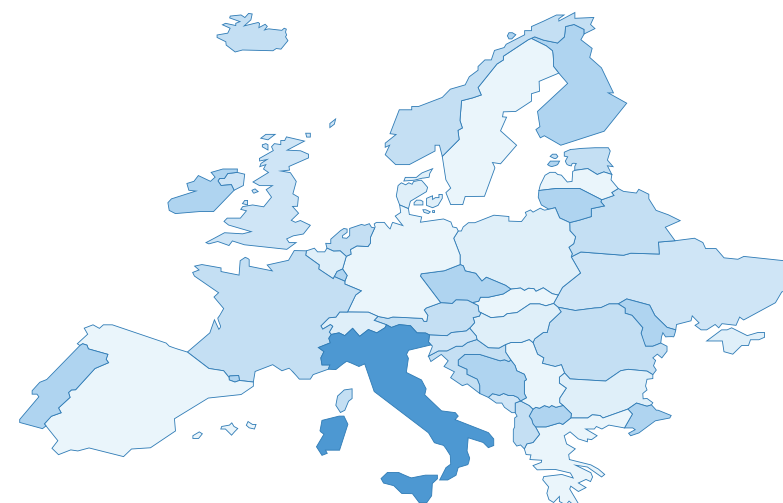
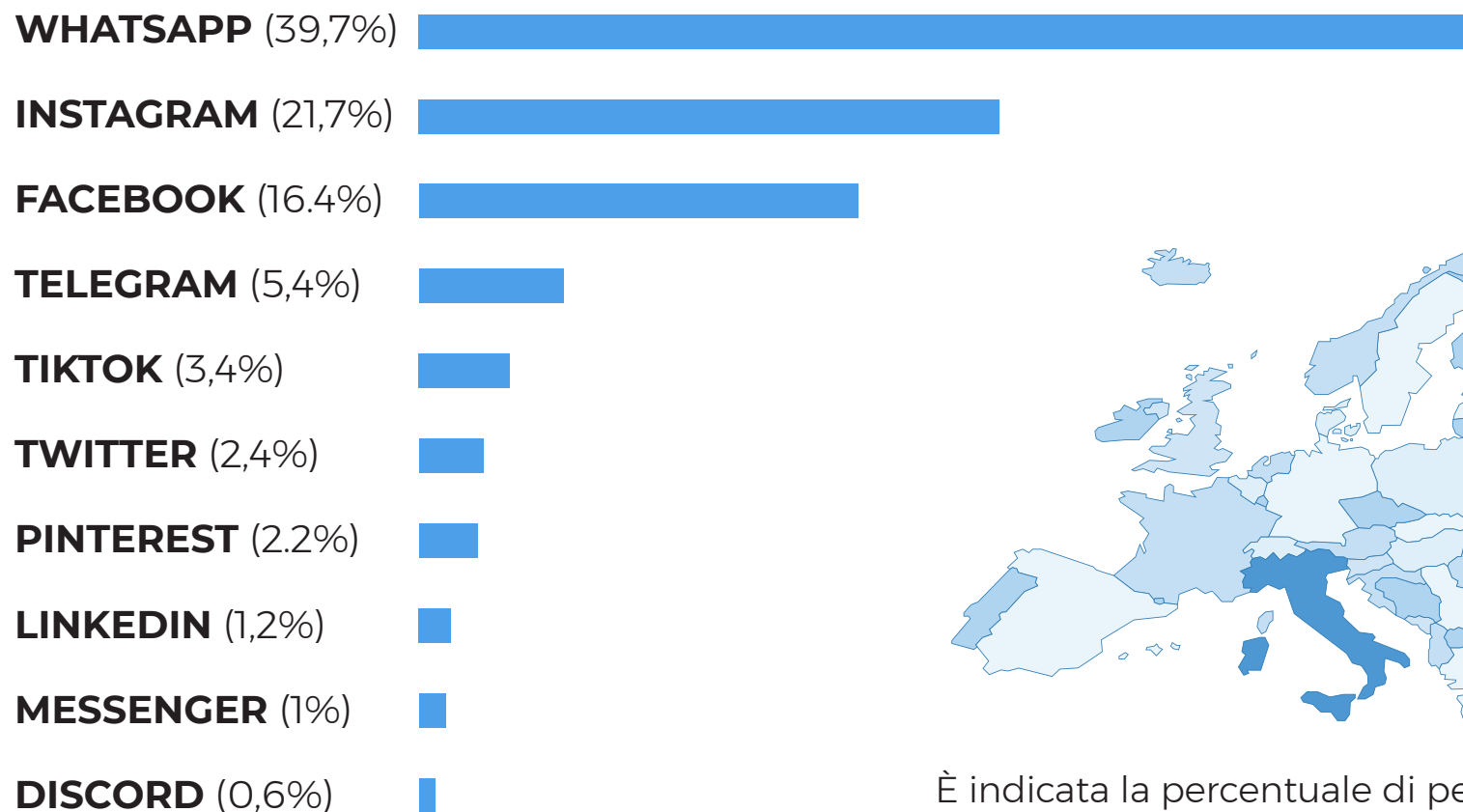
CLASSIFICA DI UTILIZZO IN ITALIA



È indicata la percentuale di persone tra i 16 e i 64 anni che usano queste piattaforme almeno 1 volta al mese.

PIATTAFORME PREFERITE

CLASSIFICA DI GRADIMENTO IN ITALIA



È indicata la percentuale di persone tra i 16 e i 64 anni che hanno indicato una chiara preferenza per un social medium.

AUDIENZE PER ADVERTISING

PUBBLICO CHE PUÒ ESSERE RAGGIUNTO DA INSERZIONI

FACEBOOK > 28,5 MILIONI

47,3% del totale della popolazione italiana

53% del totale della popolazione maggiore di 13 anni

98% raggiungibile su dispositivo mobile

23,7% raggiungibile su computer e/o dispositivo mobile

1,7% raggiungibile solo su computer

74,6% raggiungibile solo su dispositivo mobile

INSTAGRAM > 27,5 MILIONI

45,6% del totale della popolazione italiana

51% del totale della popolazione maggiore di 13 anni

MESSENGER > 17,5 MILIONI

29% del totale della popolazione italiana

32,5% del totale della popolazione maggiore di 13 anni

PINTEREST > 8,56 MILIONI

14,2% del totale della popolazione italiana

15,9% del totale della popolazione maggiore di 13 anni

YOUTUBE > 43,2 MILIONI

71,6% del totale della popolazione italiana

YOUTUBE 18+ > 38,2 MILIONI

74,9% del totale della popolazione italiana maggiorenne

TIKTOK > 13,3 MILIONI

solo persone maggiorenni (18+)

22% del totale della popolazione italiana

26,1% del totale della popolazione italiana maggiorenne

LINKEDIN > 16 MILIONI

26,5% del totale della popolazione italiana

31,4% del totale della popolazione maggiore di 18 anni

TWITTER > 3,75 MILIONI

6,2% del totale della popolazione italiana

7% del totale della popolazione maggiore di 13 anni

ECOMMERCE

I NUMERI DEL COMMERCIO ELETTRONICO (B2C)



35,64 MILIONI

italiani che acquistano regolarmente
prodotti online
(solo B2C)



47,6%

italiani tra i 16 e i 64 anni
che fanno almeno un acquisto online
TUTTE LE SETTIMANE



41,2 MILIARDI

Euro spesi in Italia per l'acquisto
di prodotti online
29% in più rispetto all'anno precedente

FOOD DELIVERY

I NUMERI DEI SERVIZI DI ASPORTO DI CIBO



13,2 MILIONI

italiani ordinano abitualmente
cibo online

15% in più rispetto all'anno precedente



1,17 MILIARDI

Euro spesi in Italia per i servizi
di asporto di cibo



85€

spesa media annuale di ogni persona
che utilizza regolarmente
servizi di food delivery



blacklemon

SOCIAL MEDIA & DIGITAL

NELLE PROVINCE CAMPIONE



**CONFINDUSTRIA
PIACENZA**

PROVINCE CAMPIONE

IN LOMBARDIA E IN EMILIA-ROMAGNA

LOMBARDIA

MILANO, MONZA-BRIANZA, LODI, PAVIA

EMILIA-ROMAGNA

PIACENZA, PARMA, REGGIO-EMILIA

Ligurian Sea

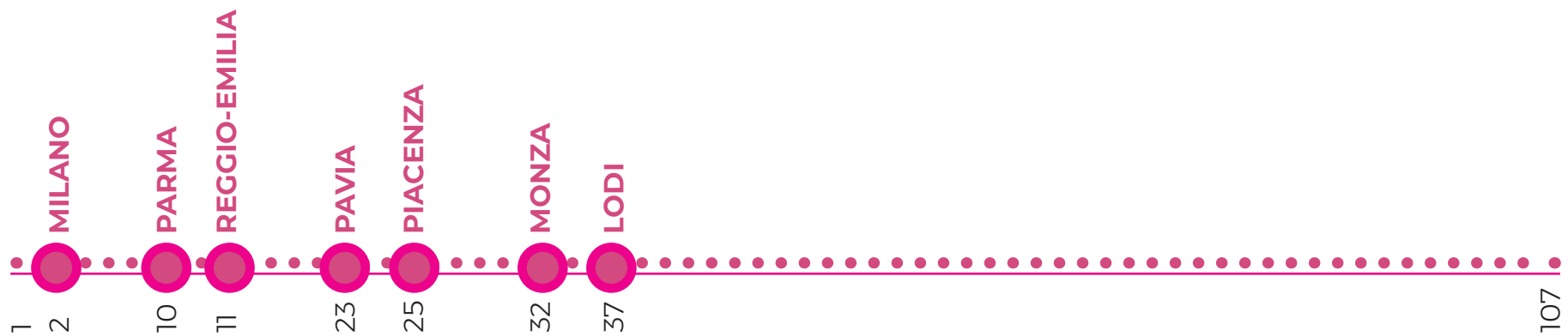
Adriatic Sea

LE CITTÀ PIÙ DIGITALI

CLASSIFICA DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

Sono più di 100 le variabili che occorrono per definire l'indice di trasformazione digitale di ogni città e ogni anno è possibile stilare una classifica grazie alle rilevazioni effettuate da ForumPA. Nella classifica più recente delle città più digitali d'Italia le nostre province campione si posizionano largamente sopra la media nazionale.

Milano si posiziona al secondo posto assoluto dopo Firenze seguita da **Parma** (10°), **Reggio-Emilia** (11°), **Pavia** (23°), **Piacenza** (25°), **Monza** (32°), **Lodi** (37°).





blacklemon

PROVINCE EMILIANE

PIACENZA, PARMA, REGGIO-EMILIA



CONFINDUSTRIA
PIACENZA

PIACENZA

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

242.000



PROFILI SOCIAL

205.600



TOTALE POPOLAZIONE

287.000

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A PIACENZA

1 - WHATSAPP

(181.600 utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(157.200 utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(142.800 utenti attivi)

4 - MESSENGER

(102.200 utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(90.600 utenti attivi)

6 - TIKTOK

(57.800 utenti attivi)

7 - TWITTER

(56.400 utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(55.200 utenti attivi)

9 - PINTEREST

(55.100 utenti attivi)

10 - SKYPE

(48.600 utenti attivi)

11 - IMESSAGE

(26.400 utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(19.400 utenti attivi)

13 - DISCORD

(18.000 utenti attivi)

14 - REDDIT

(15.200 utenti attivi)

15 - TUMBLR

(12.200 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI PIACENZA



169.600

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

200 MILIONI DI EURO
spesa annua stimata per acquisti online



63.000

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

PARMA

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

379.400



PROFILI SOCIAL

322.300



TOTALE POPOLAZIONE

450.000

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A PARMA

1 - WHATSAPP
(287.300 utenti attivi)

2 - FACEBOOK
(248.700 utenti attivi)

3 - INSTAGRAM
(225.900 utenti attivi)

4 - MESSENGER
(161.700 utenti attivi)

5 - TELEGRAM
(143.300 utenti attivi)

6 - TIKTOK
(91.400 utenti attivi)

7 - TWITTER
(89.200 utenti attivi)

8 - LINKEDIN
(87.300 utenti attivi)

9 - PINTEREST
(87.300 utenti attivi)

10 - SKYPE
(76.900 utenti attivi)

11 - IMESSAGE
(41.700 utenti attivi)

12 - SNAPCHAT
(30.600 utenti attivi)

13 - DISCORD
(28.400 di utenti attivi)

14 - REDDIT
(24.000 utenti attivi)

15 - TUMBLR
(19.300 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI PARMA



266.000

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

300 MILIONI DI EURO

spesa annua stimata per acquisti online



98.500

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

REGGIO-EMILIA

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

446.900



PROFILI SOCIAL

379.700



TOTALE POPOLAZIONE

530.000

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A REGGIO-EMILIA

1 - WHATSAPP

(336.900 utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(291.600 utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(264.900 utenti attivi)

4 - MESSENGER

(189.600 utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(168.100 utenti attivi)

6 - TIKTOK

(107.200 utenti attivi)

7 - TWITTER

(104.600 utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(102.400 utenti attivi)

9 - PINTEREST

(102.300 utenti attivi)

10 - SKYPE

(90.100 utenti attivi)

11 - IMESSAGE

(48.900 utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(35.900 utenti attivi)

13 - DISCORD

(33.300 di utenti attivi)

14 - REDDIT

(28.200 utenti attivi)

15 - TUMBLR

(22.600 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI REGGIO-EMILIA



313.000

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

360 MILIONI DI EURO

spesa annua stimata per acquisti online



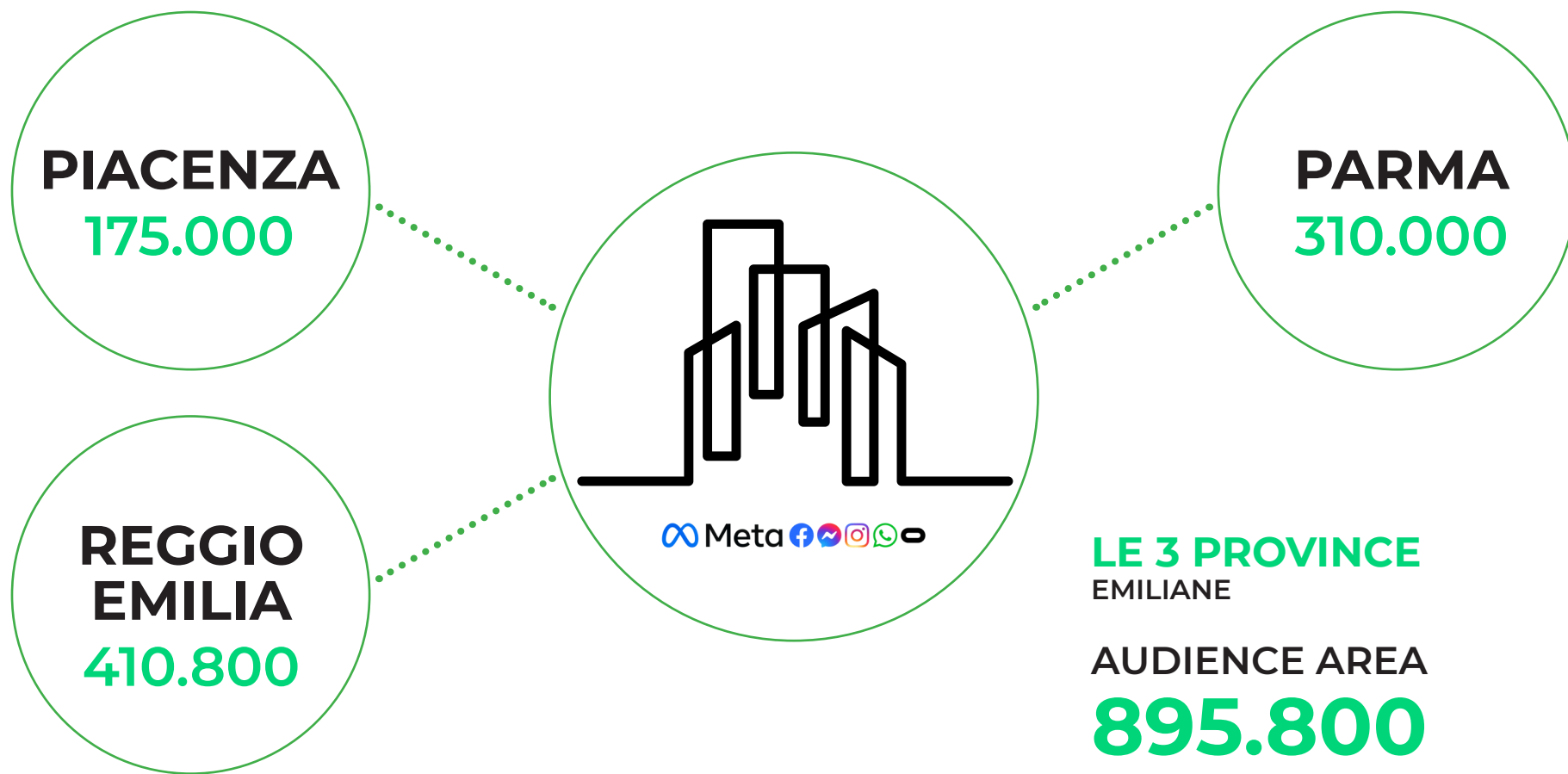
116.000

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

AUDIENCE

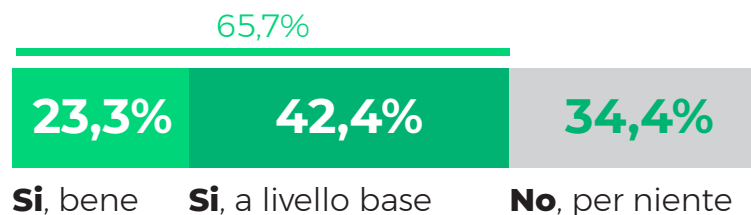
PUBBLICO POTENZIALE PER ADVERTISING NELLE 3 PROVINCE



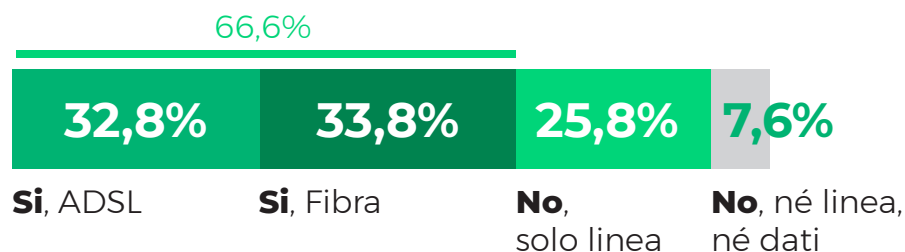
OVER 65 E DIGITAL

FOCUS SUL DIGITAL DIVIDE IN EMILIA-ROMAGNA

SA USARE IL COMPUTER?



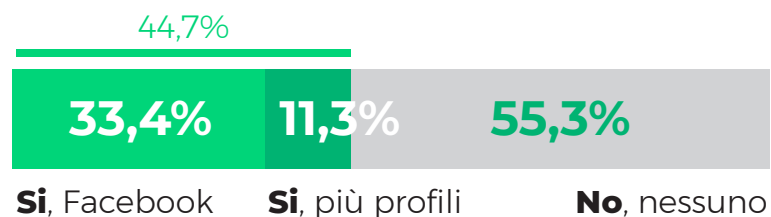
È CONNESSO AD INTERNET?



SA USARE LO SMARTPHONE?



HA PROFILI SOCIAL ATTIVI?



61,8%
POSSIEDE LO
SPID

32,1%
FA ACQUISTI
ONLINE

43,2%
USA ONLINE
BANKING



blacklemon

PROVINCE LOMBARDE

MILANO (CITTÀ METROPOLITANA)
MONZA-BRIANZA, LODI, PAVIA



CONFINDUSTRIA
PIACENZA

MILANO

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

2.75
MILIONI



PROFILI SOCIAL

2.33
MILIONI



TOTALE POPOLAZIONE

3.25
MILIONI

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A MILANO

1 - WHATSAPP

(2.1 MILIONI di utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(1,83 MILIONI di utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(1,66 MILIONI di utenti attivi)

4 - MESSENGER

(1,19 MILIONI di utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(1,05 MILIONI di utenti attivi)

6 - TIKTOK

(672.000 utenti attivi)

7 - TWITTER

(656.000 utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(642.000 utenti attivi)

9 - PINTEREST

(641.700 utenti attivi)

10 - SKYPE

(565.200 utenti attivi)

11 - IMESSAGE

(307.000 utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(225.600 utenti attivi)

13 - DISCORD

(209.300 utenti attivi)

14 - REDDIT

(176.700 utenti attivi)

15 - TUMBLR

(141.900 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI MILANO



1.920.000

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

2.2 MILIARDI DI EURO

spesa annua stimata per acquisti online



715.000

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

LODI

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

193.900



TOTALE POPOLAZIONE

230.000



PROFILI SOCIAL

164.700

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A LODI

1 - WHATSAPP

(141.600 utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(122.600 utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(111.400 utenti attivi)

4 - MESSENGER

(79.700 utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(70.600 utenti attivi)

6 - TIKTOK

(45.000 utenti attivi)

7 - TWITTER

(44.000 utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(43.000 utenti attivi)

9 - PINTEREST

(43.000 utenti attivi)

10 - SKYPE

(37.900 utenti attivi)

11 - IMESSAGE

(20.500 utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(15.100 utenti attivi)

13 - DISCORD

(14.000 di utenti attivi)

14 - REDDIT

(11.800 utenti attivi)

15 - TUMBLR

(9.500 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI LODI



136.000

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

190 MILIONI DI EURO

spesa annua stimata per acquisti online



50.300

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

MONZA-BRIANZA

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

733.600



TOTALE POPOLAZIONE

870.000



PROFILI SOCIAL

623.200

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A MONZA E BRIANZA

1 - WHATSAPP

(540.800 utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(468.100 utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(425.200 utenti attivi)

4 - MESSENGER

(304.300 utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(269.800 utenti attivi)

6 - TIKTOK

(172.100 utenti attivi)

7 - TWITTER

(167.900 utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(164.300 utenti attivi)

10 - PINTEREST

(164.300 utenti attivi)

11 - SKYPE

(144.700 utenti attivi)

12 - IMESSAGE

(78.600 utenti attivi)

13 - SNAPCHAT

(57.700 utenti attivi)

14 - DISCORD

(53.600 di utenti attivi)

15 - REDDIT

(45.200 utenti attivi)

16 - TUMBLR

(36.300 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI MONZA E BRIANZA



514.200

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

590 MILIONI DI EURO

spesa annua stimata per acquisti online



190.000

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

PAVIA

INTERNET & SOCIAL MEDIA: PANORAMICA



ACCESSO INTERNET

459.500



TOTALE POPOLAZIONE

545.000



PROFILI SOCIAL

390.400

PIATTAFORME SOCIAL

CLASSIFICA PER NUMERO DI UTENTI ATTIVI A PAVIA

1 - WHATSAPP

(346.400 utenti attivi)

2 - FACEBOOK

(299.900 utenti attivi)

3 - INSTAGRAM

(272.400 utenti attivi)

4 - MESSENGER

(194.900 utenti attivi)

5 - TELEGRAM

(172.800 utenti attivi)

6 - TIKTOK

(110.200 utenti attivi)

7 - TWITTER

(107.600 utenti attivi)

8 - LINKEDIN

(105.300 utenti attivi)

9 - PINTEREST

(105.200 utenti attivi)

10 - SKYPE

(92.700 utenti attivi)

11 - IMESSAGE

(50.300 utenti attivi)

12 - SNAPCHAT

(37.000 utenti attivi)

13 - DISCORD

(34.300 di utenti attivi)

14 - REDDIT

(29.000 utenti attivi)

15 - TUMBLR

(23.200 utenti attivi)

E-COMMERCE & DELIVERY

I NUMERI DI PAVIA



322.000

persone acquistano regolarmente
prodotti online

Il dato si riferisce solo agli acquisti
di beni di consumo (non è considerato il B2B)

370 MILIONI DI EURO

spesa annua stimata per acquisti online



119.000

ordinano abitualmente
cibo online

Il dato si riferisce prevalentemente all'area urbana
dove sono disponibili i servizi

AUDIENCE

PUBBLICO POTENZIALE PER ADVERTISING



Meta    

LE FONTI

DELLA RICERCA

GWI - GlobalWebIndex
We Are Social S.r.l.
Community FPANet - FPA S.r.l.
The NielsenCompany LLC.
Hootsuite Inc.
Meta Platforms Inc.
Google LLC.
Habitante S.r.l.
AGID - Agenzia per l'Italia Digitale
dati.gov.it
Statista Digital
Regione Emilia-Romagna
Regione Lombardia



blacklemon

L'agenzia di comunicazione Blacklemon nasce a Piacenza nel 1999. Con un DNA marcatamente innovativo e una forte specializzazione in materia di Social Media e Marketing Digitale, si propone come partner unico per lo studio e la realizzazione di strategie di comunicazione efficaci e misurabili.



CONFINDUSTRIA
PIACENZA

PIACENZA • MILANO • tel 0523.074.225 • info@blacklemon.com • www.blacklemon.com

facebook.com/blacklemon • youtube.com/c/blacklemon • linkedin.com/company/blacklemon-official • instagram.com/blacklemon.official • twitter.com/blacklemonIT • tiktok.com/@blacklemon.official