REPORT

Comportamento degli utenti di app nel 2020: Italia

criteo

Executive summary

La pandemia di Coronavirus ha dato il via a un'epoca di distanziamento sociale e ha mutato i rapporti tra le app e i loro utenti del mobile.

La nostra indagine mostra che gli utenti italiani oggi sono maggiormente dipendenti dalle app per quanto riguarda l'acquisto dei prodotti, per restare connessi con le persone che amano e perché vi cercano occasioni di divertimento. Dopo l'ordine di restare a casa e la chiusura delle aziende non essenziali, gli utenti italiani delle app hanno trascorso più tempo con le loro app preferite, scoprendone anche di nuove.

Prima della pandemia, le app retail, le app per i generi alimentari e per lo streaming rappresentavano le principali categorie scaricate in Italia per gli ultimi 6 mesi. Sono state le funzioni delle app, il passaparola e gli annunci targettizzati a generare un gran numero di installazioni.

Il nostro studio ha evidenziato soprattutto che le generazioni più grandi stanno cercando app gratuite mentre la Gen Z e i Millennial tendono a scaricarne di più a pagamento e ad effettuare più acquisti in-app.

La nostra indagine rivela anche che gli utenti italiani delle app mobile non sono infastiditi dalle pubblicità in-app, a condizione di ricevere in cambio contenuti gratuiti.

Infine, gli utenti sono attenti alle informazioni che condividono mediante app, e non vogliono che le app siano troppo invasive, con un numero eccessivo di email o di notifiche push.

Agenda

1 Restando a casa, gli utenti italiani delle app mobile desiderano fare acquisti online e cercano occasioni di divertimento…

2 Com'era l'utilizzo delle app mobile prima della pandemia da Coronavirus?

3 Gli utenti sono attenti a quali informazioni condividono nelle app (e preferiscono che anche queste siano discrete).

4 Il fragile rapporto tra app mobile e utenti.

Restando a casa, gli utenti italiani delle app mobile desiderano fare acquisti online e cercano occasioni di divertimento…

criteo

2 italiani su 5 hanno scaricato una retail shopping app

Lo **shopping** online cresce in Italia: 2 intervistati su 5 hanno affermato di aver scaricato una nuova retail shopping app nelle ultime settimane.

Ma durante la pandemia da COVID-19 gli utenti app italiani desiderano anche **divertirsi**. Infatti, un terzo degli intervistati ha scaricato una app di giochi, una video app in streaming o una app per i social negli ultimi 15-30 giorni.

Il 35% degli italiani ha detto anche che nelle ultime settimane ha scaricato nuove app per la **consegna di cibo a domicilio**.

Percentuale di intervistati che hanno scaricato una app suddivisi per tipo di app

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

In Italia, l'eCommerce delle app ha ottenuto un successo storico

***61%**

- **di tutti gli shopper italiani durante il picco dell'epidemia da COVID-19 ha scaricato almeno una shopping app (retail, consegna di pasti o di alimentari/alcolici)**

*Totale non duplicato

Gen Z e Millennial preferiscono utilizzare app in misura maggiore rispetto alle generazioni più grandi

La Generazione Z e i Millennial hanno una spiccata preferenza per l'utilizzo delle app, e ciò è vero per molte categorie di prodotti. Essi cercano per lo più esercizio fisico in casa, app di svago in streaming e app di giochi.

La **Gen X** è appassionata di download di app, specialmente per il retail/gli alimentari/il cibo consegnato a casa, oltre che di app per le informazioni e lo svago.

Mentre erano costretti in casa, **Boomer e Silent** hanno scaricato app per il social networking e il retail shopping.

Dopo i recenti cambiamenti nello stile di vita a causa del COVID-19, per quali delle seguenti categorie hai scaricato nuove app negli ultimi 15-30 giorni?

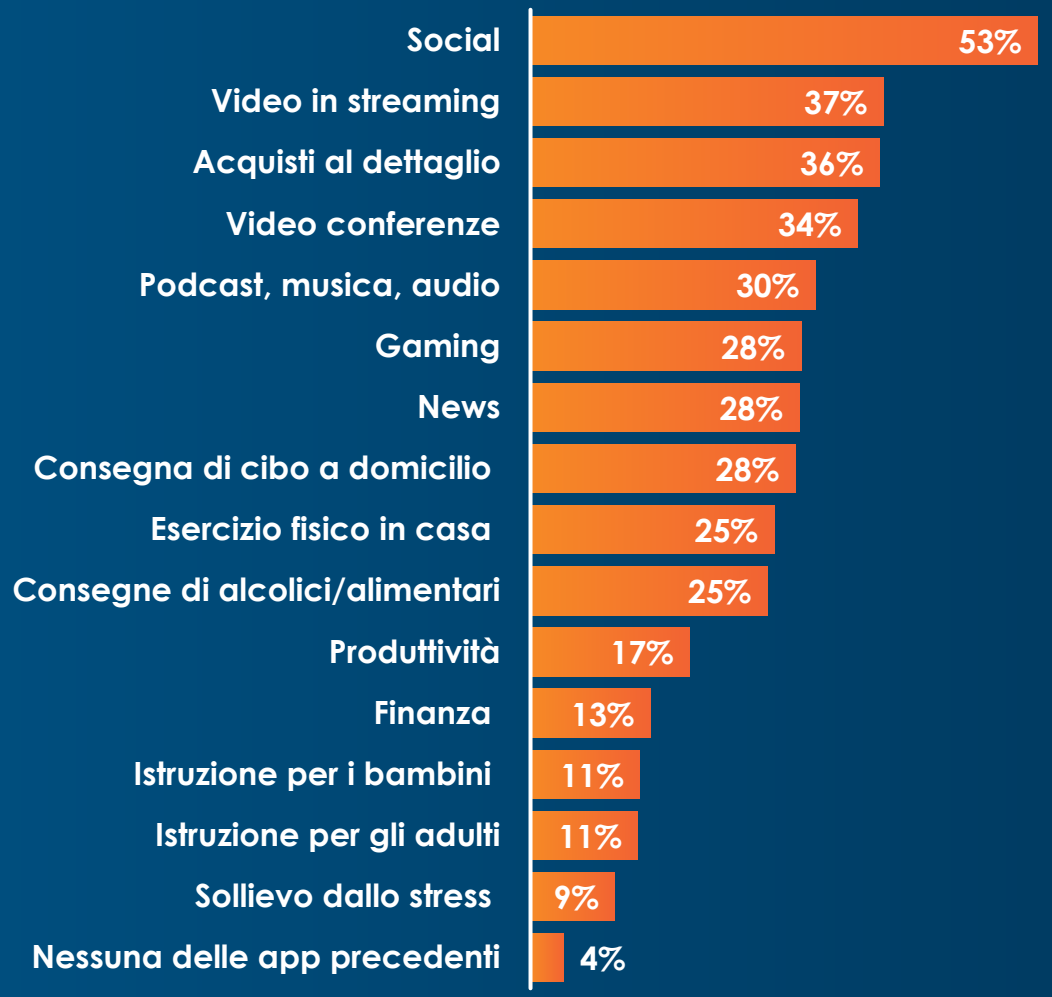
Tipo di app	Gen Z e Millennial	Gen X	Boomer e Silent
Esercizio fisico in casa	47%	25%	16%
Gaming	47%	32%	19%
Video in streaming	47%	30%	23%
Video conferenze	46%	42%	20%
Social	45%	33%	30%
Consegna di cibo a domicilio	41%	36%	25%
Acquisti al dettaglio	40%	38%	37%
Podcast, musica, audio	35%	25%	18%
News	30%	30%	24%
Consegne di alimentari/alcolici a domicilio	29%	32%	21%
Produttività	25%	18%	11%
Istruzione per gli adulti	18%	10%	5%
Finanza	18%	12%	8%
Istruzione per i bambini	16%	18%	6%
Sollievo dallo stress	16%	7%	3%
Nessuna delle app precedenti	4%	5%	19%

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Più di 1 shopper italiano su 2 ha incrementato il suo utilizzo di social app per restare connesso con gli altri nelle ultime settimane

Costretto a casa durante la pandemia da Coronavirus, più di un terzo degli shopper italiani ha aumentato anche il suo utilizzo di app, trascorrendo più tempo ad acquistare online e divertirsi guardando video streaming.

In quale di queste categorie è aumentato il tuo utilizzo di app a causa del Covid19?



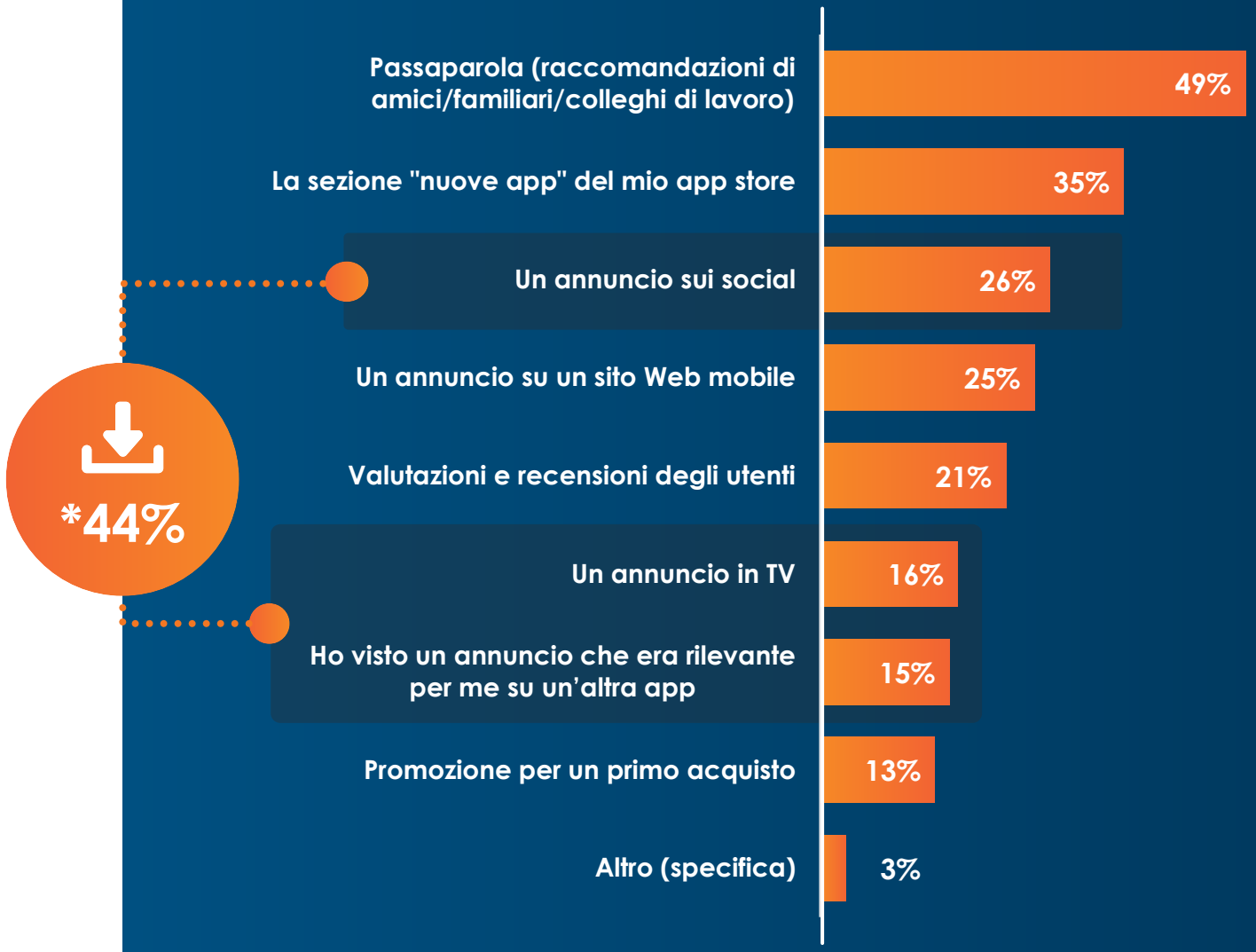
Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Il passaparola e gli annunci targettizzati generano installazioni di app

Gli utenti app vengono convinti dai suggerimenti che ricevono da persone che conoscono e di cui hanno fiducia. Quasi **1 shopper italiano su 2** è venuto a conoscenza dell'app che ha scaricato durante la quarantena da familiari, amici o colleghi.

Anche gli annunci sono un elemento molto importante per la promozione di un'app. Quasi la metà degli shopper italiani dice che ha scaricato un'app durante la quarantena dopo aver visto un annuncio su un social network, in TV, o su un'altra app.

Come hai saputo dell'esistenza delle app che hai scaricato in seguito ai cambiamenti dello stile di vita causati dal COVID-19?

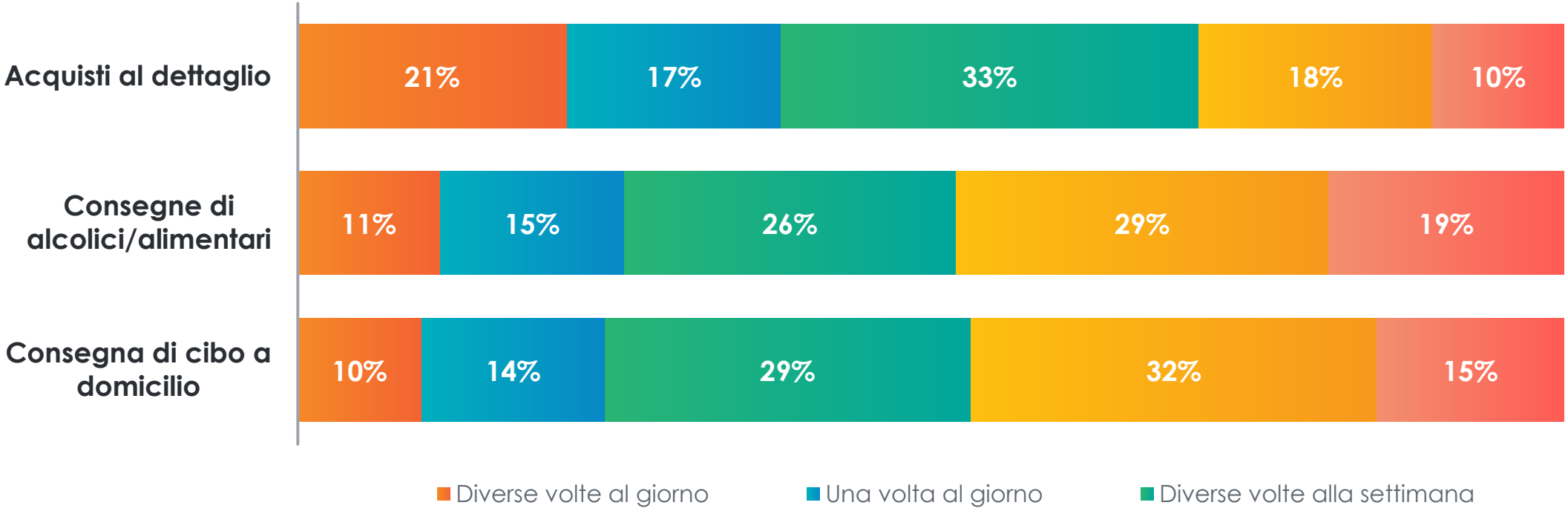


*Totale non duplicato

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=914

La maggior parte degli utenti utilizza le shopping app più volte alla settimana

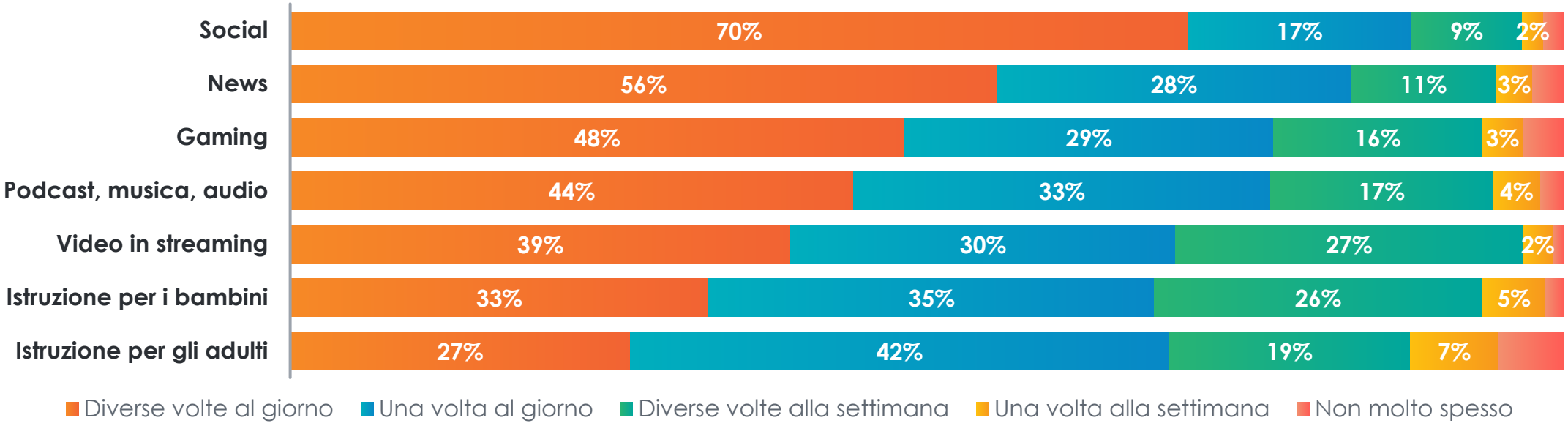
Con quale frequenza usi le app che hai scaricato in seguito al cambiamento di stile di vita causato dal COVID-19?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=914

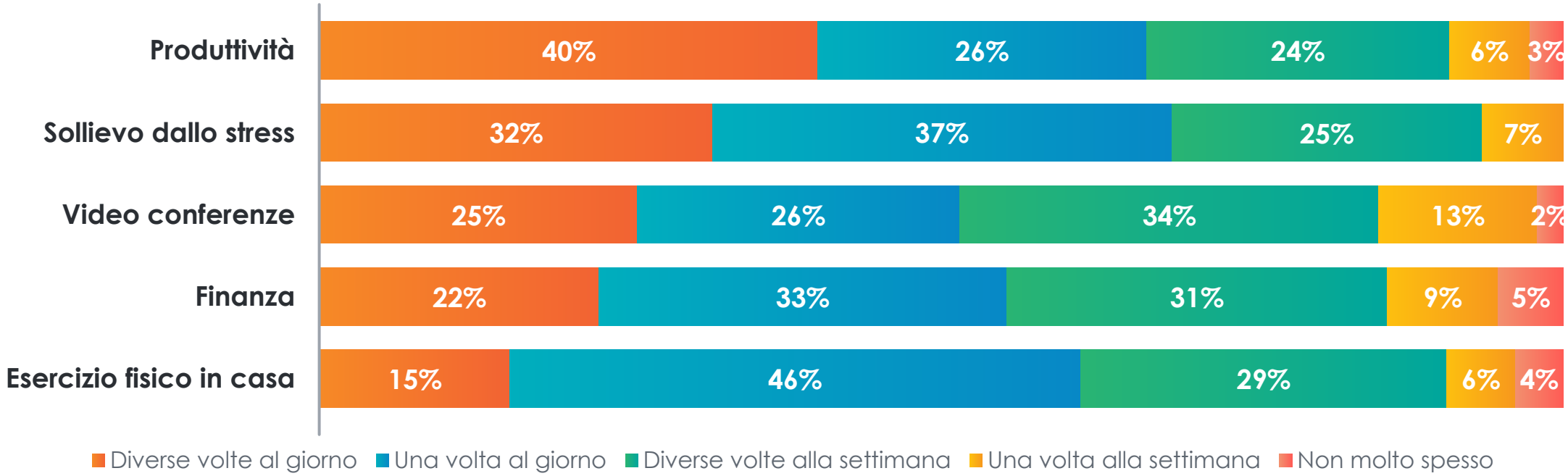
Gli utenti italiani vogliono tenersi connessi con gli altri utilizzando le app dei social diverse volte al giorno

Con quale frequenza usi le app che hai scaricato in seguito al cambiamento di stile di vita causato dal COVID-19?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=914

Mentre lavora da casa, la maggior parte degli shopper italiani utilizza le sue utility app almeno una volta al giorno

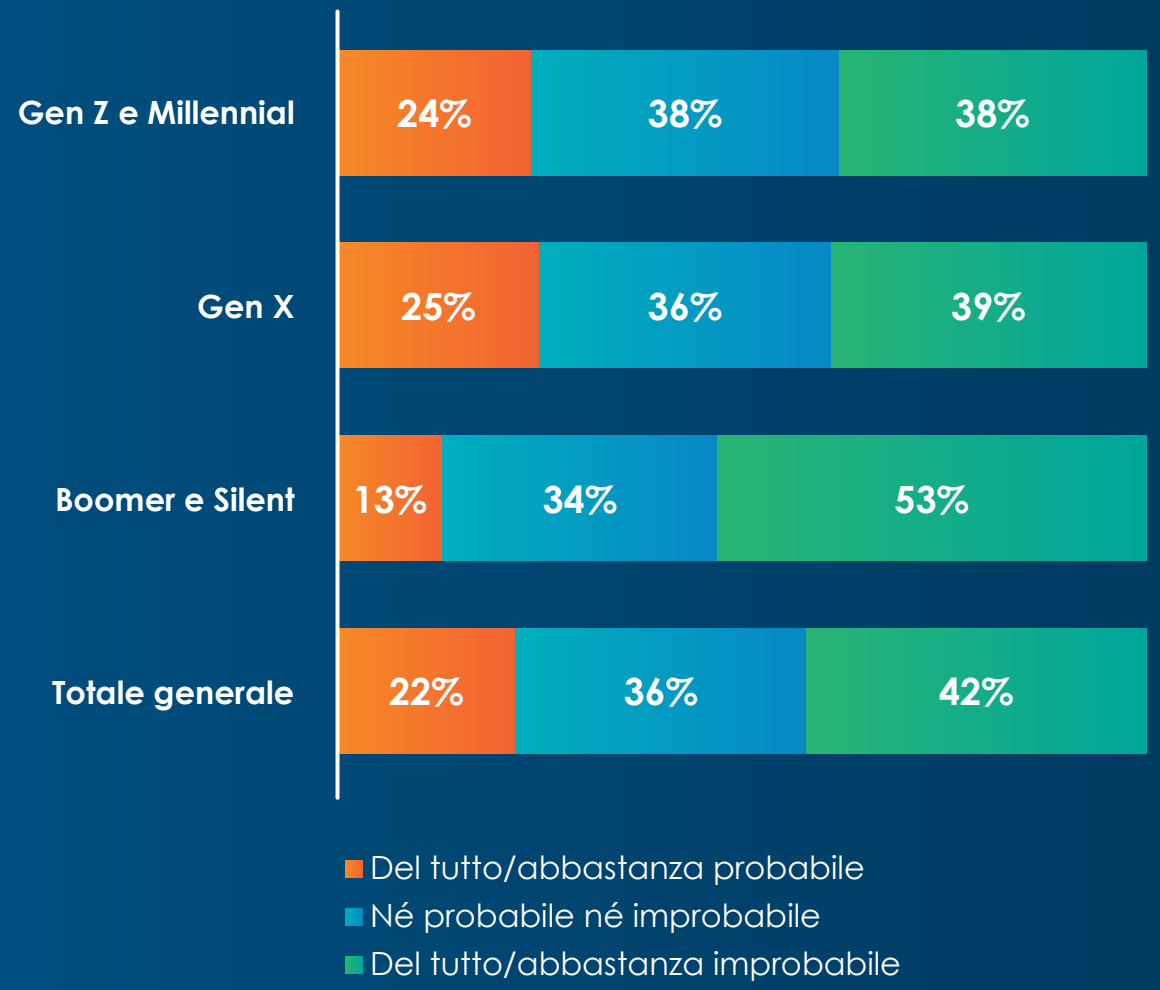


Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=914

In una fase successiva, mantenere l'engagement degli utenti delle app diventa cruciale, specialmente se si tratta delle generazioni più giovani

In generale, gli utenti italiani di app manterranno probabilmente le app che hanno scaricato durante il lockdown, specialmente le generazioni più grandi.

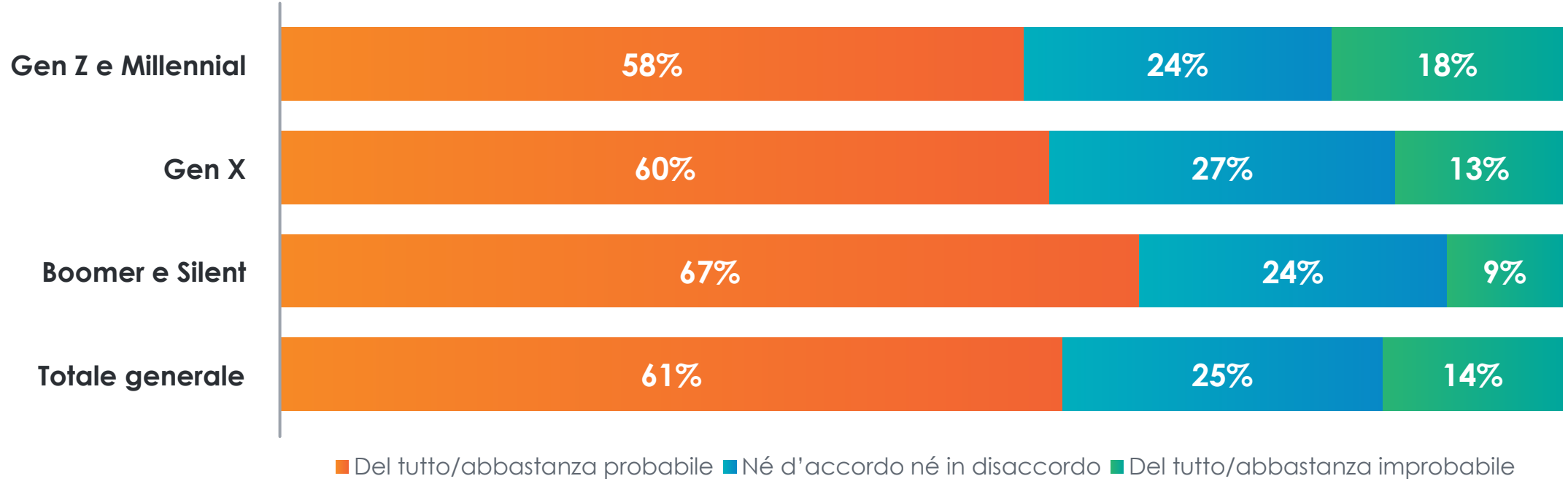
In futuro, in quale misura è probabile che tu cancelli le app che hai scaricato in seguito ai cambiamenti di stile di vita dovuti al COVID-19?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=914

6 utenti italiani di app su 10 pensano di effettuare un acquisto su app che hanno scaricato nelle ultime settimane

In quale misura è probabile che tu effettui un acquisto in-app in una di quelle categorie di app che hai scaricato in seguito al COVID-19?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=914

Com’era l’utilizzo delle app mobile prima della pandemia da Coronavirus?

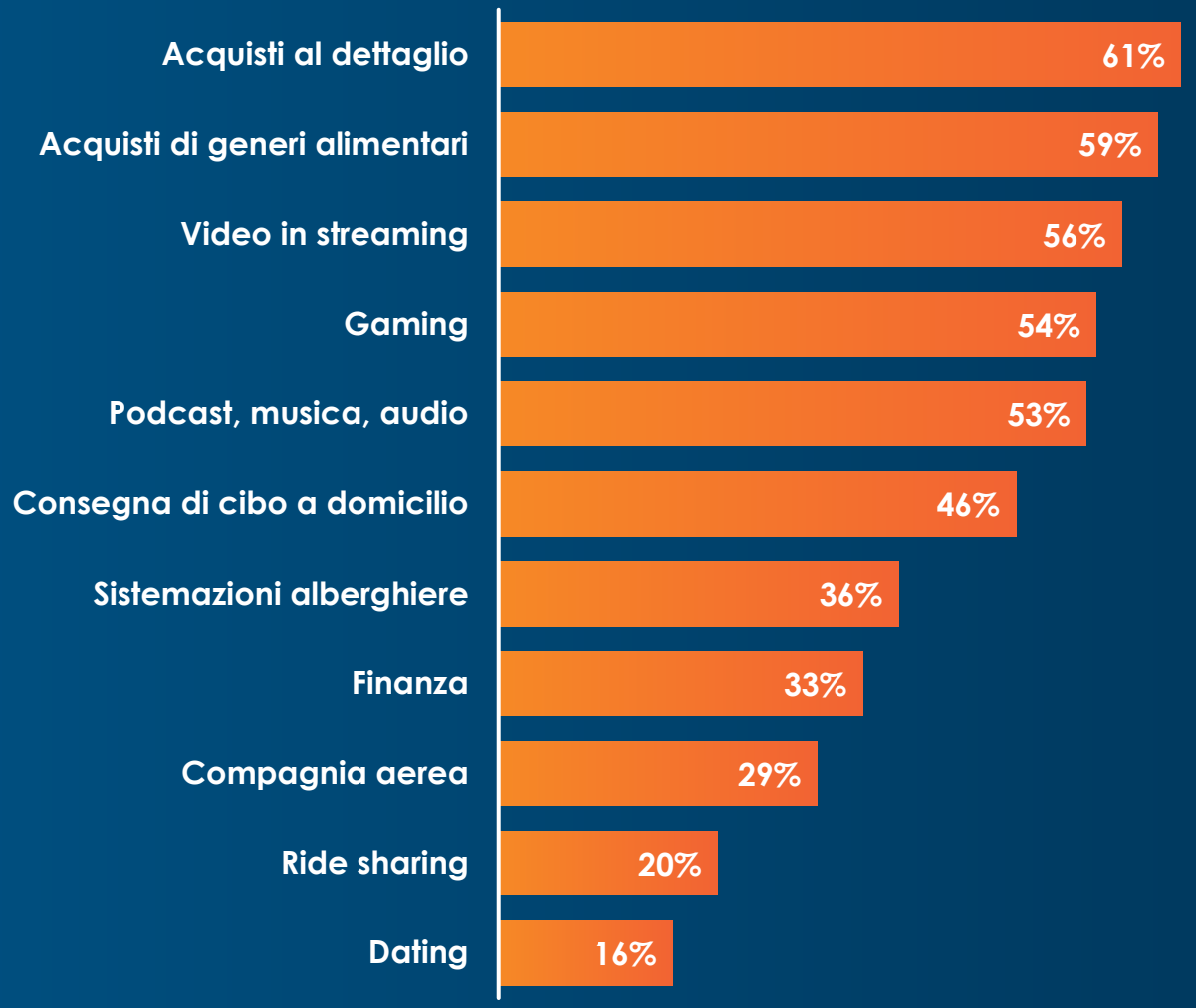
criteo

Negli ultimi 6 mesi, la percentuale più alta di intervistati ha scaricato una retail shopping app (61%), una shopping app per generi alimentari (59%) e/o una app per video in streaming (56%)

Le retail shopping app rimangono la categoria di app più scaricata negli ultimi 6 mesi.

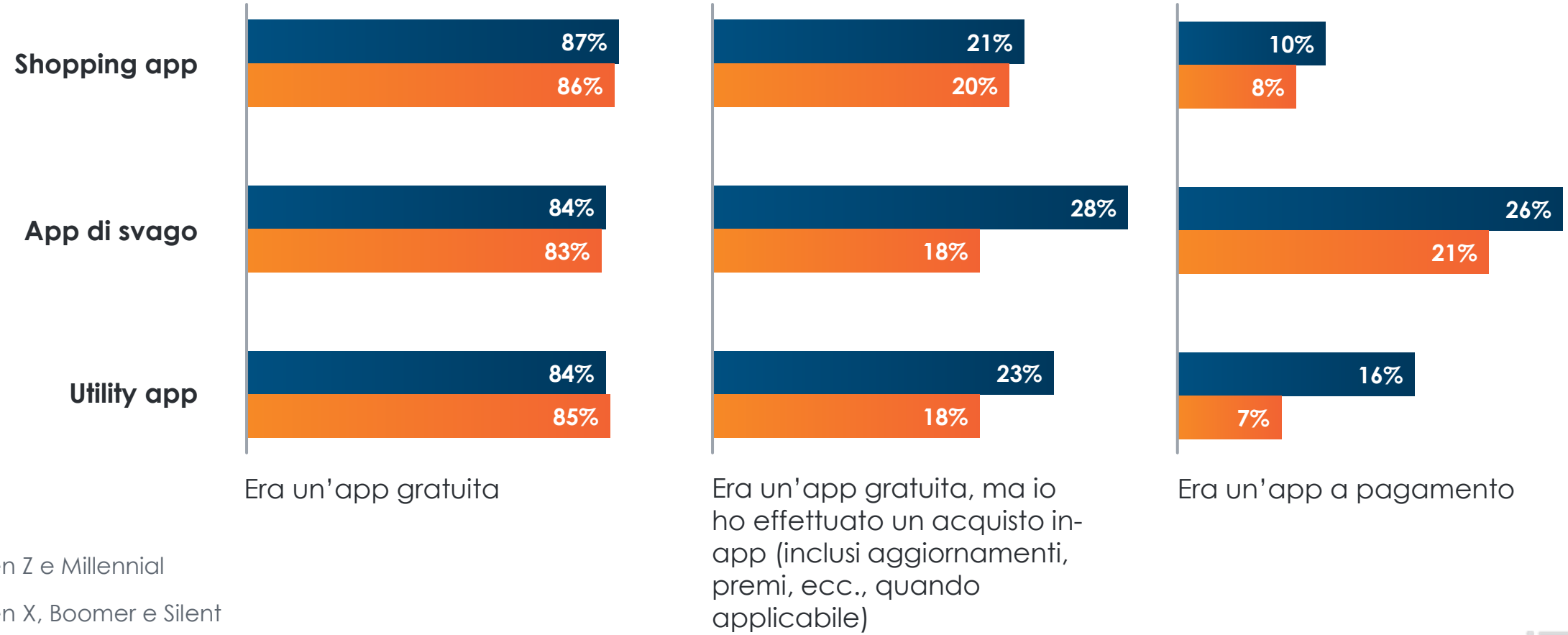
Quando scaricano un'app gli utenti cercano anche lo svago: app di gioco (66%) e di video in streaming (71%) sono le categorie più diffuse tra gli appartenenti alla Generazione Z e i Millennial.

Negli ultimi 6 mesi, hai scaricato sul tuo dispositivo mobile personale app delle categorie che seguono?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Le generazioni più giovani scaricano app a pagamento o effettuano acquisti in-app con maggiore probabilità rispetto alle generazioni più grandi



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Funzioni app e installazioni di app in seguito a passaparola

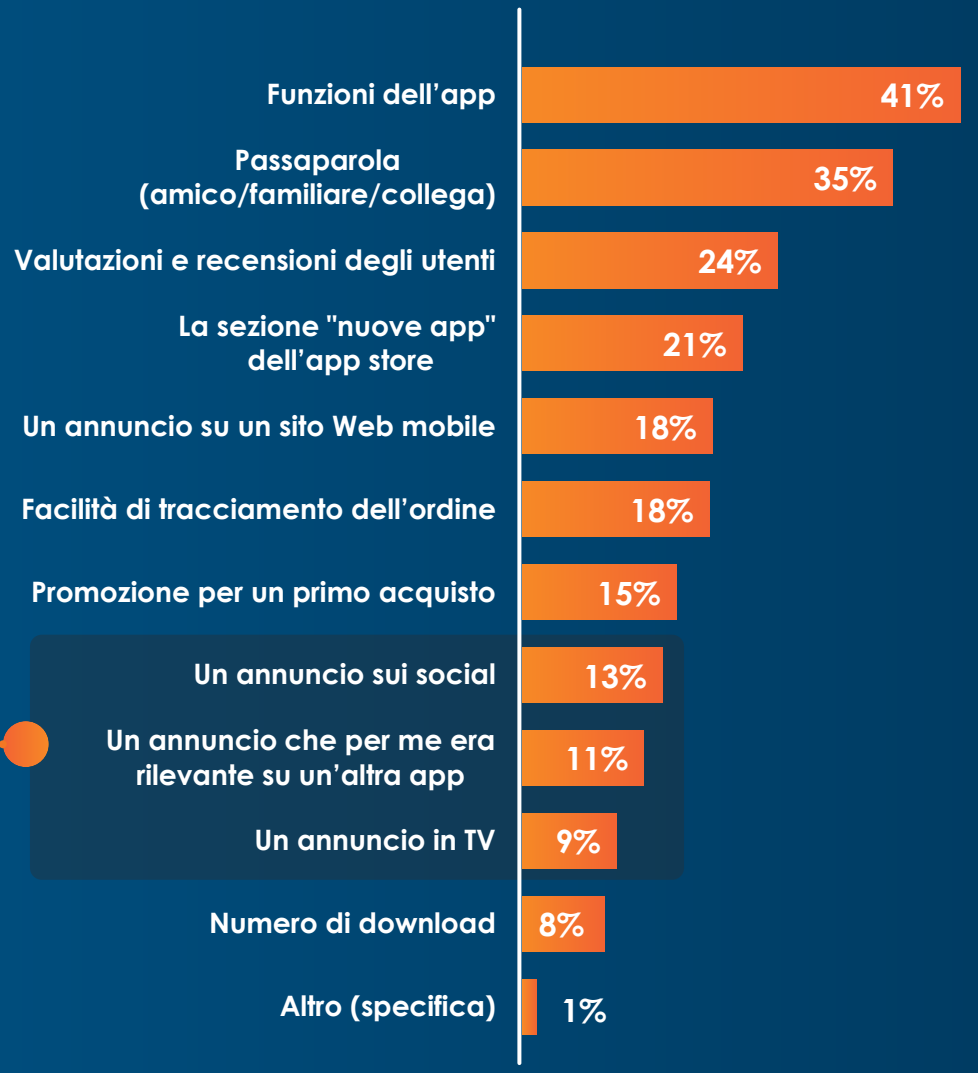
Il passaparola è una delle fonti principali di scoperta delle app.

Tuttavia, la visualizzazione di un'app sui social network, su un'altra app o in TV sono anche modalità frequenti per scoprire nuove app (29%), principalmente tra le generazioni più giovani (31%).

***29%** degli shopper italiani ha scaricato un'app dopo aver visto un annuncio in TV, sui social network o su un'altra app.

***31%** della Generazione Z e dei Millennial ha scaricato un'app dopo aver visto un annuncio in TV, sui social network o su un'altra app.

Pensando alle app che hai scaricato negli ultimi 6 mesi sul tuo dispositivo mobile personale, che cosa ti ha convinto a installare una nuova app?



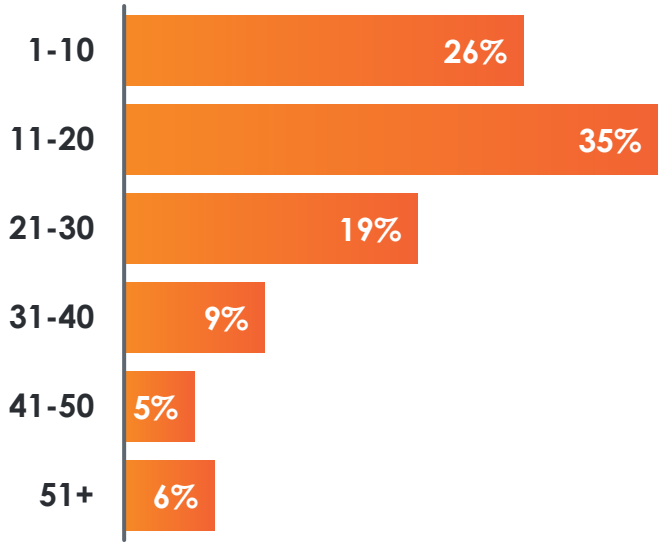
*Totale non duplicato

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

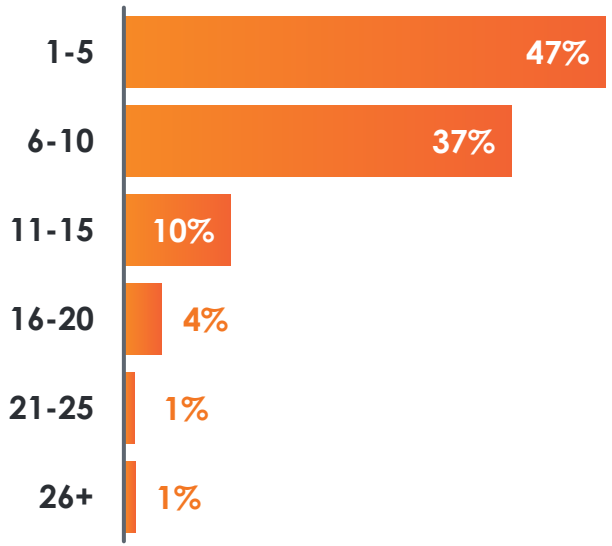
Gli utenti di app trascorrono la maggior parte del loro tempo sulle loro app preferite

Anche se la maggioranza degli utenti italiani di app ha più di 10 app installate sul suo dispositivo mobile personale, il 47% ha detto che ogni giorno ne utilizza solo 1-5.

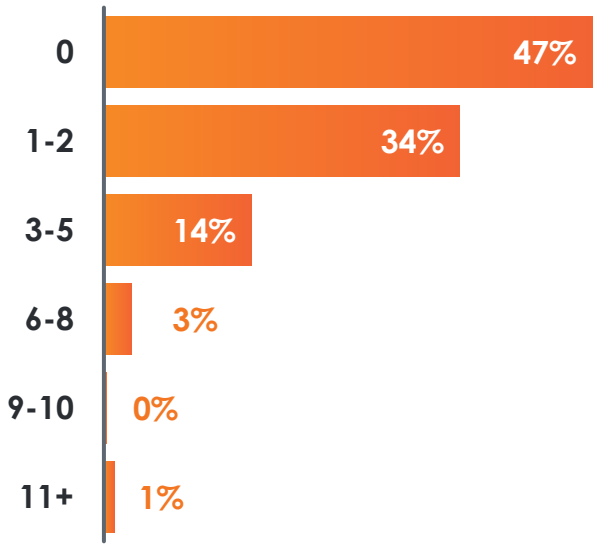
Circa la metà degli italiani intervistati ha scaricato da 1 a 5 app a pagamento negli ultimi 3 mesi.



Numero di app sul tuo dispositivo mobile



Numero di app utilizzate (Su base giornaliera)



Numero di app a pagamento scaricate negli ultimi 3 mesi

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Il 39% degli shopper italiani ha fatto clic su un annuncio in-app negli ultimi 6 mesi

Hai fatto clic su un annuncio in-app negli ultimi 6 mesi?

- **Sì: 39%**
- **No: 61%**

Hai mai effettuato un acquisto dopo aver cliccato su un annuncio in-app negli ultimi 6 mesi?

- **Sì: 49%**
- **No: 51%**

Motivo per non effettuare acquisti

Prezzo o informazioni sul prodotto diversi sull'app	**41%**
Spese di spedizione eccessive	**33%**
Recensioni negative	**27%**
Lunghi tempi di consegna	**20%**
Prodotto non disponibile	**17%**

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

criteo

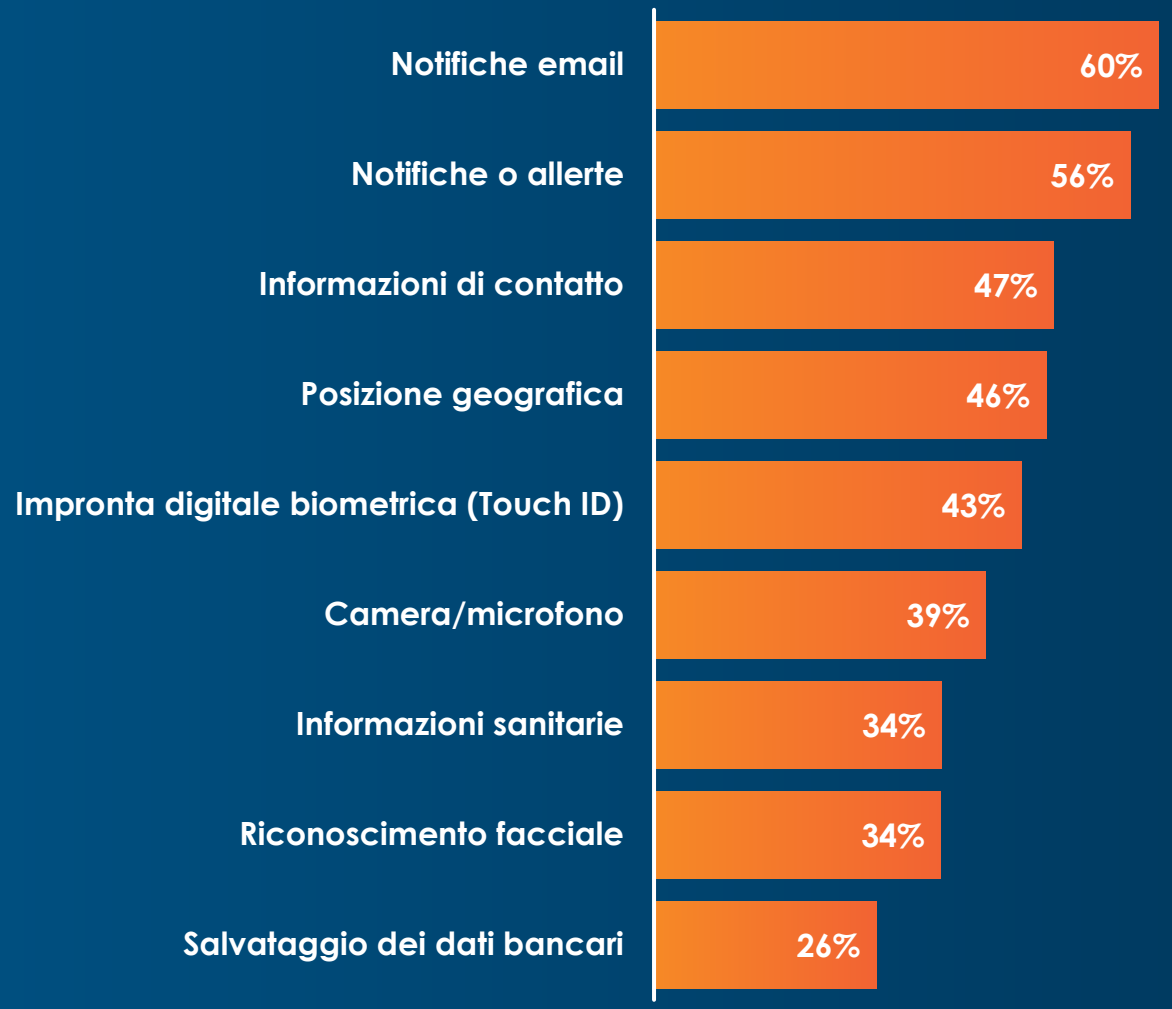
Gli utenti sono attenti a quali informazioni condividono nelle app (e preferiscono che anche queste siano discrete).

criteo

La maggior parte degli intervistati è disponibile a condividere i suoi recapiti e la sua posizione per ricevere notifiche e avvisi via email

Tuttavia, se si chiede loro di accedere a dati troppo personali, alcuni utenti esitano quando scaricano un'app.

In quale misura è probabile che tu consenta a un'app di accedere alle tue informazioni personali o di abilitare le tue funzioni? *(Del tutto probabile e abbastanza probabile)*

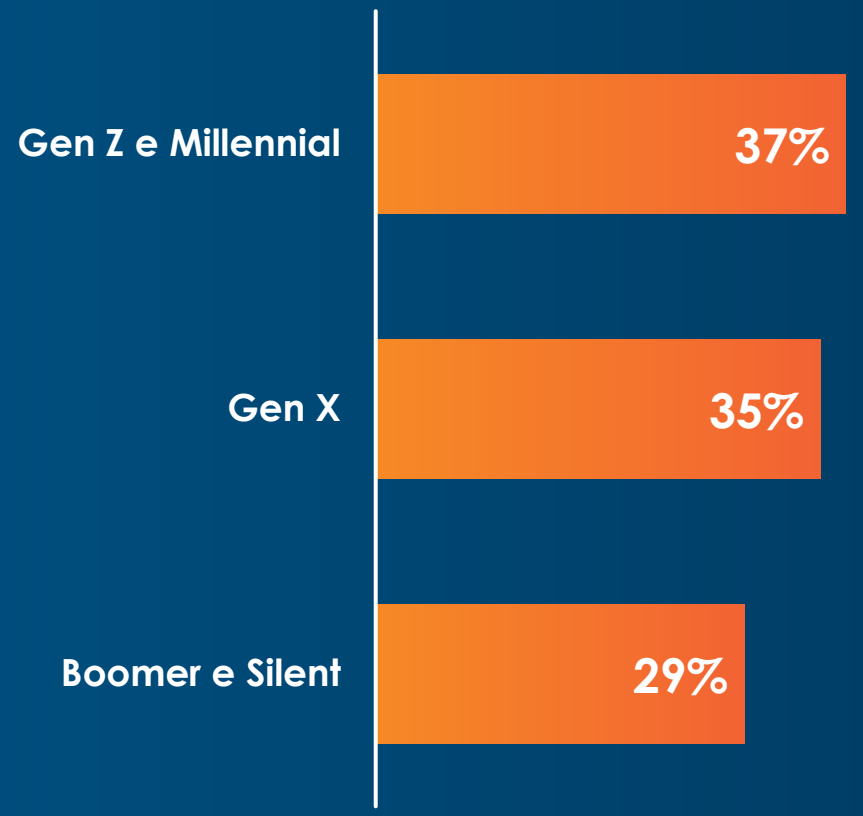


Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Le generazioni più giovani hanno più fiducia nelle app di quanto ne abbiamo per i siti Web. Per le generazioni più grandi è ancora necessaria una maggiore opera di convinzione.

Il 37% della Generazione Z e dei Millennial crede che i suoi dati personali e finanziari siano più sicuri se memorizzati in una retail app o in una shopping app piuttosto che acquistando su un sito mobile.

Credo che i miei dati personali e finanziari siano più sicuri se memorizzati in una retail app o in una shopping app piuttosto che quando acquisto su un sito mobile. (Decisamente d'accordo + abbastanza d'accordo)

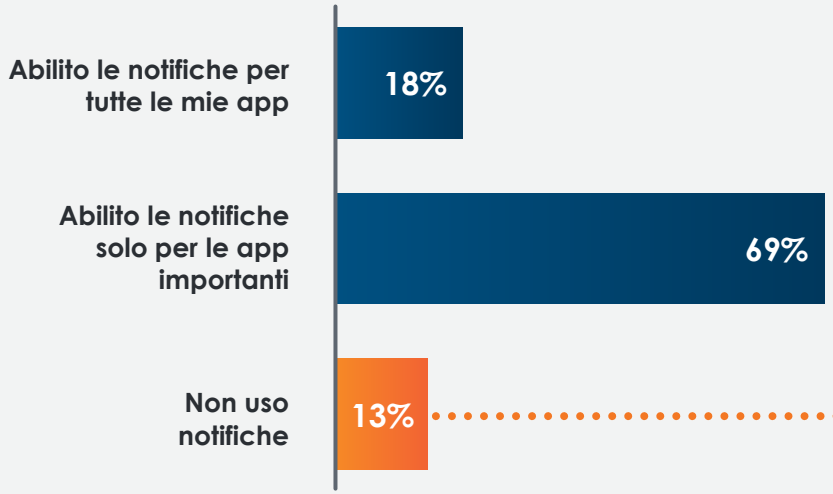


Definizione adottata per i gruppi di età: Gen Z, i nati dopo il 1994 (meno di 25 anni); Millennial, nati tra il 1981 e il 1994 (25-38 anni); Gen X, nati tra il 1965 e il 1980 (39-54 anni); Boomer, nati tra il 1946 e il 1964 (55-73 anni); Silent, nati prima del 1946 (74 anni o più).

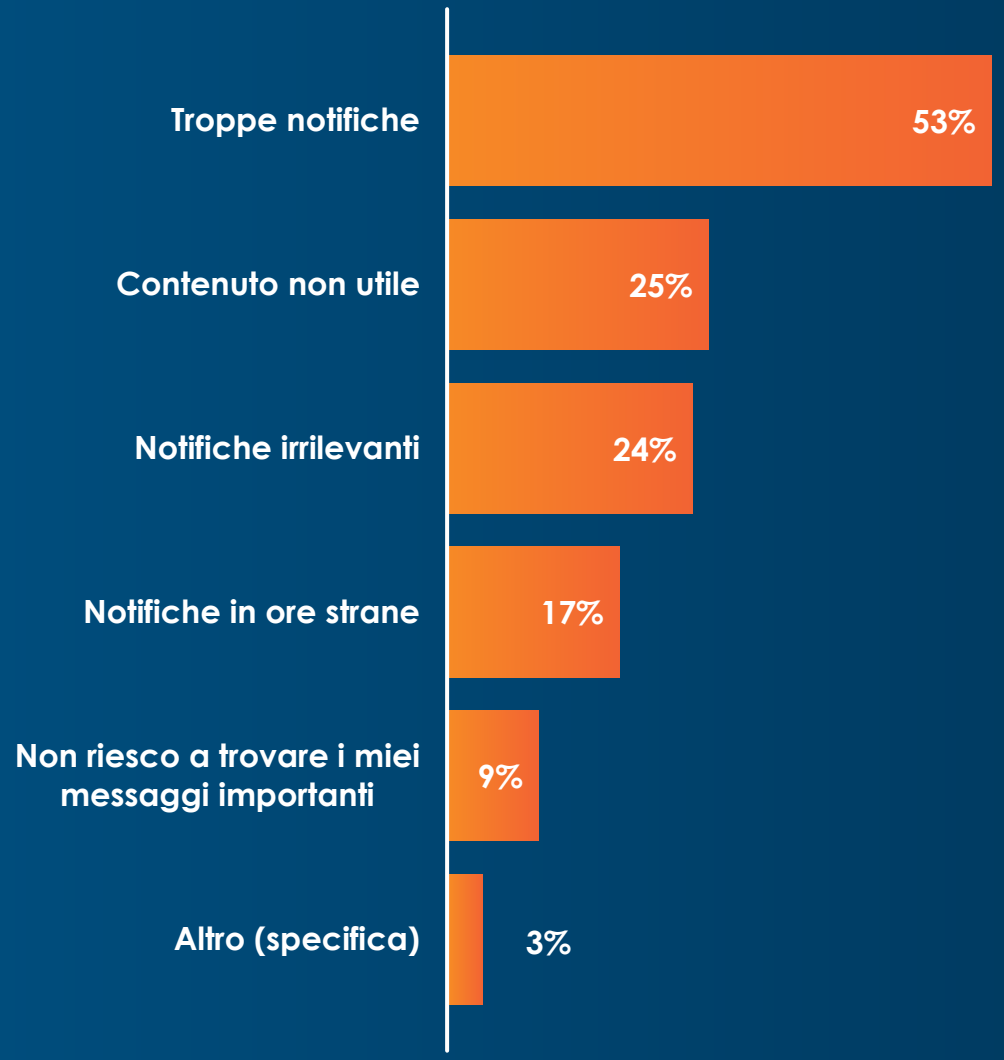
Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Gli utenti non vogliono più ricevere troppe notifiche dalle loro app. Questo è il motivo principale per cui il 13% di loro non si serve per niente delle notifiche.

Quali sono le tue attuali impostazioni per le notifiche/allerte delle tue app?



Perché?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Il fragile rapporto tra app mobile e utenti.

criteo

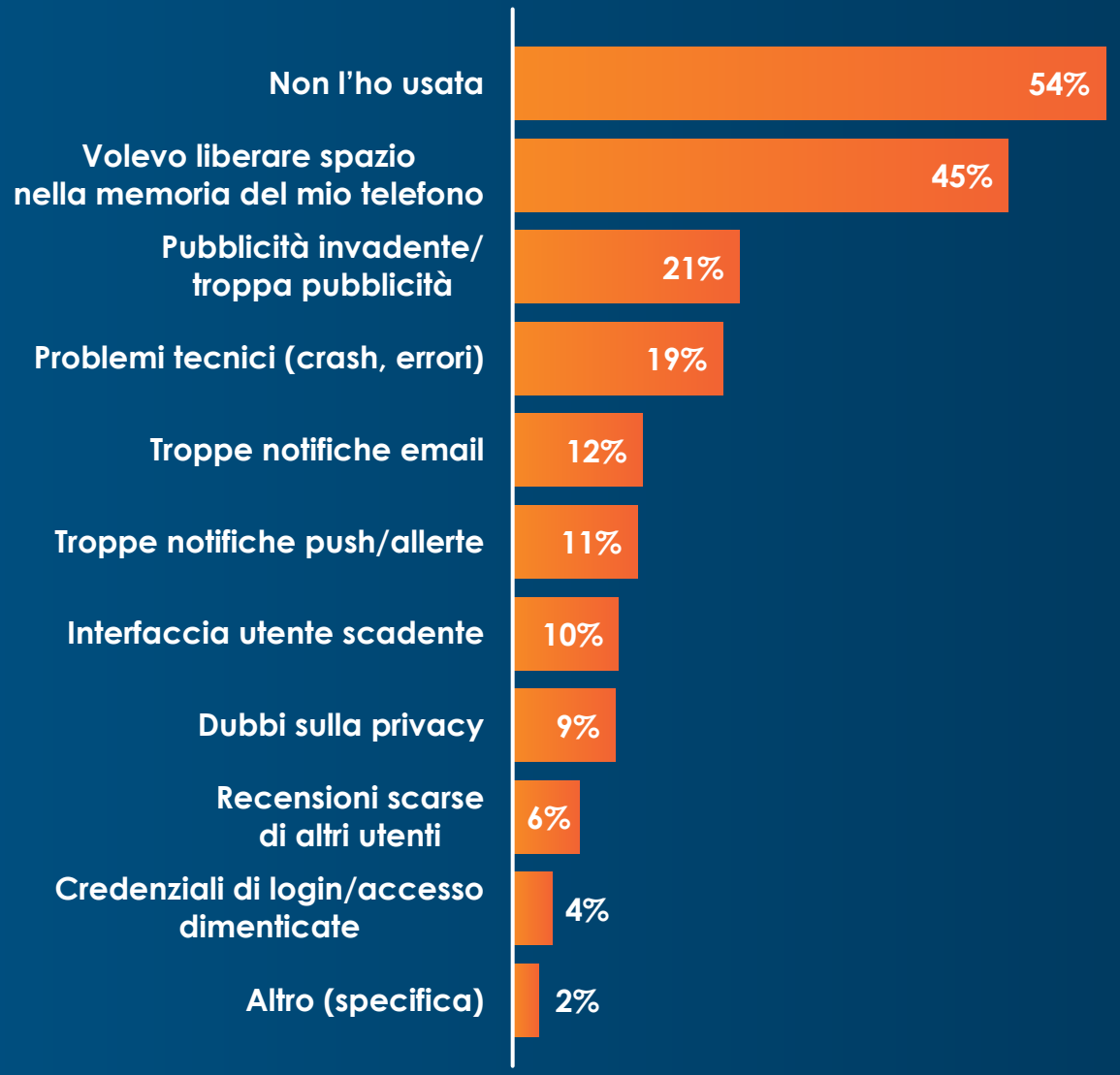
O si usa o si perde

Il **54%** degli intervistati che hanno cancellato un'app l'ha fatto perché non la usava.

65%

ha disinstallato o cancellato un'app negli ultimi 3 mesi

Perché hai disinstallato o cancellato un'app/delle app?



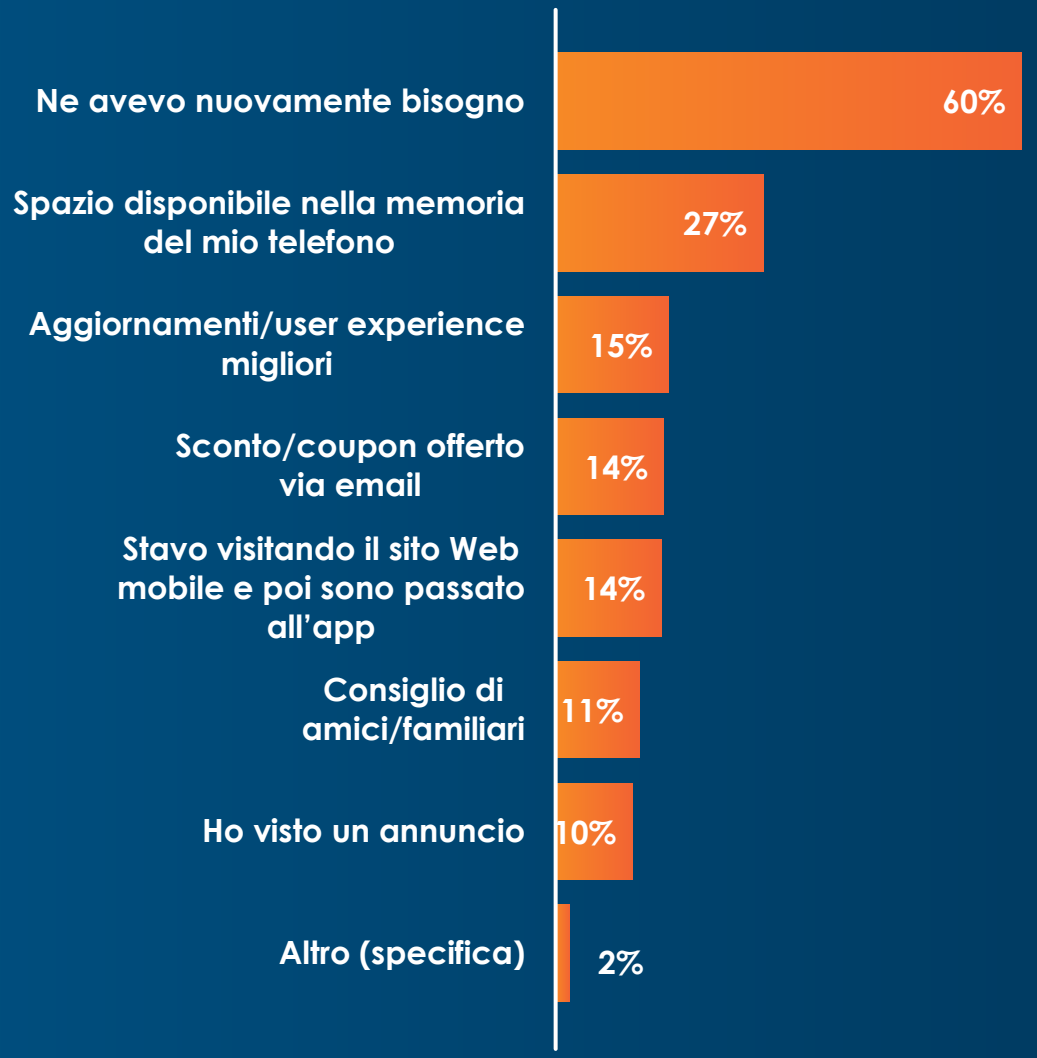
Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Tuttavia, cancellare un'app non significa che sia per sempre.

1 intervistato su 3 ha reinstallato un'app precedentemente cancellata negli ultimi 3 mesi, principalmente perché ne aveva ancora bisogno.

32%
ha reinstallato negli ultimi 3 mesi un'app cancellata precedentemente

Che cosa ti ha convinto a reinstallare quell'app?

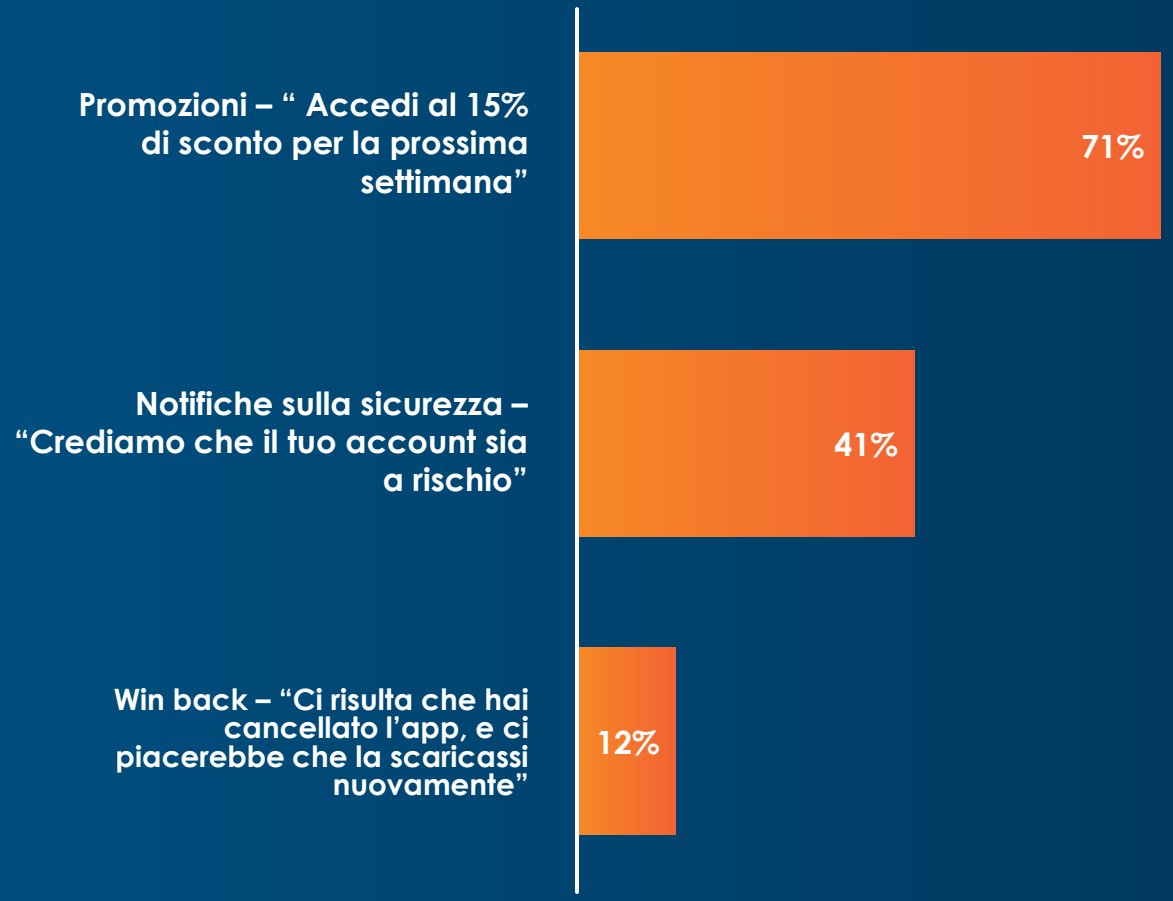


Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Gli utenti di app amano ricevere email che segnalano loro particolari benefici, ad esempio email con promozioni o notifiche sulla sicurezza...

Tuttavia, le email di re-engagement non invogliano gli utenti di app a scaricare nuovamente un'app.

Quali tra tipi di email che ti arrivano da un'app presente sul tuo smartphone hanno maggiore probabilità di interessarti?



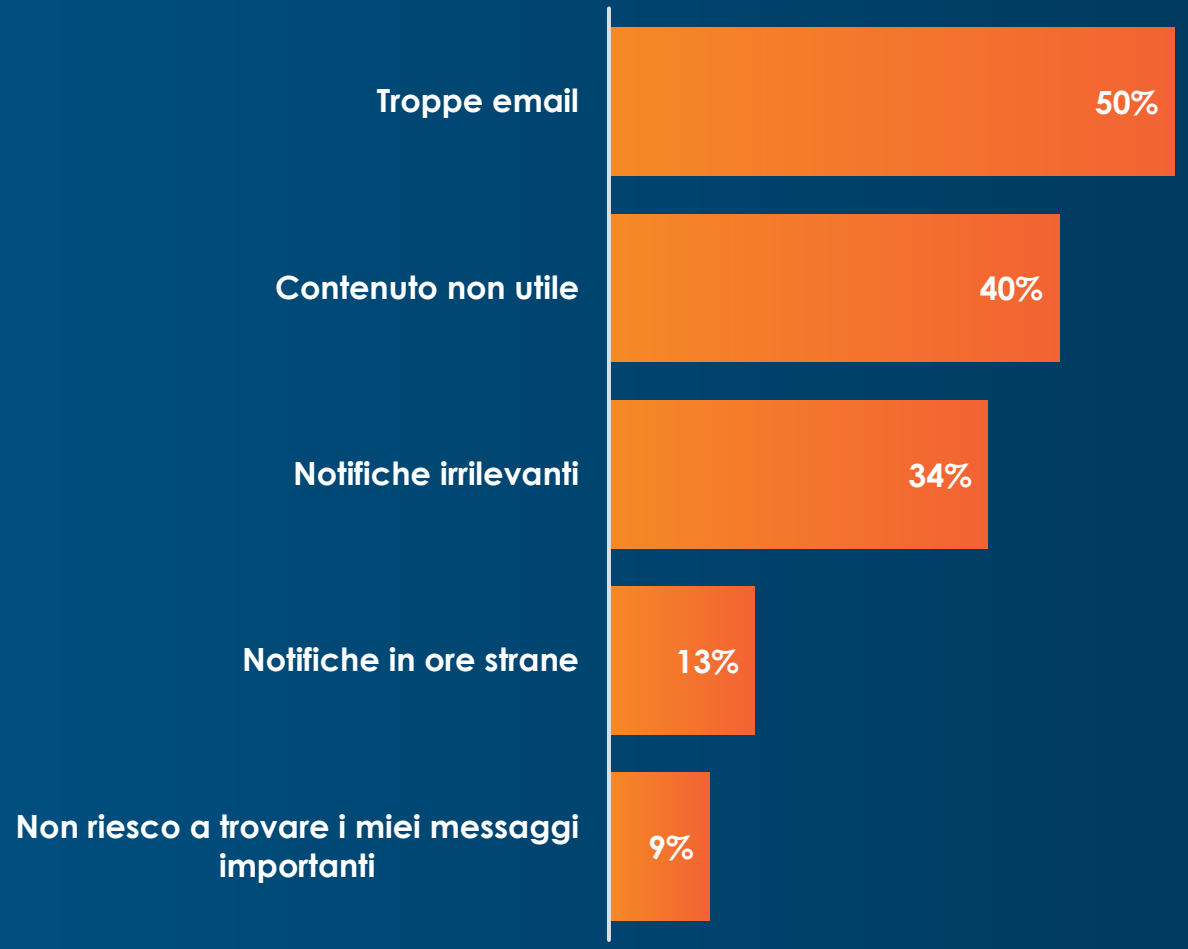
Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

… ma non inviare troppe email!

Gli utenti di app optano per non ricevere più email principalmente perché ne ricevono troppe.

La personalizzazione delle email, la frequenza e il contenuto sono criteri molto importanti se un'app vuole comunicare con i suoi abbonati mediante email.

Perché annulli l'iscrizione alle email della tua app?

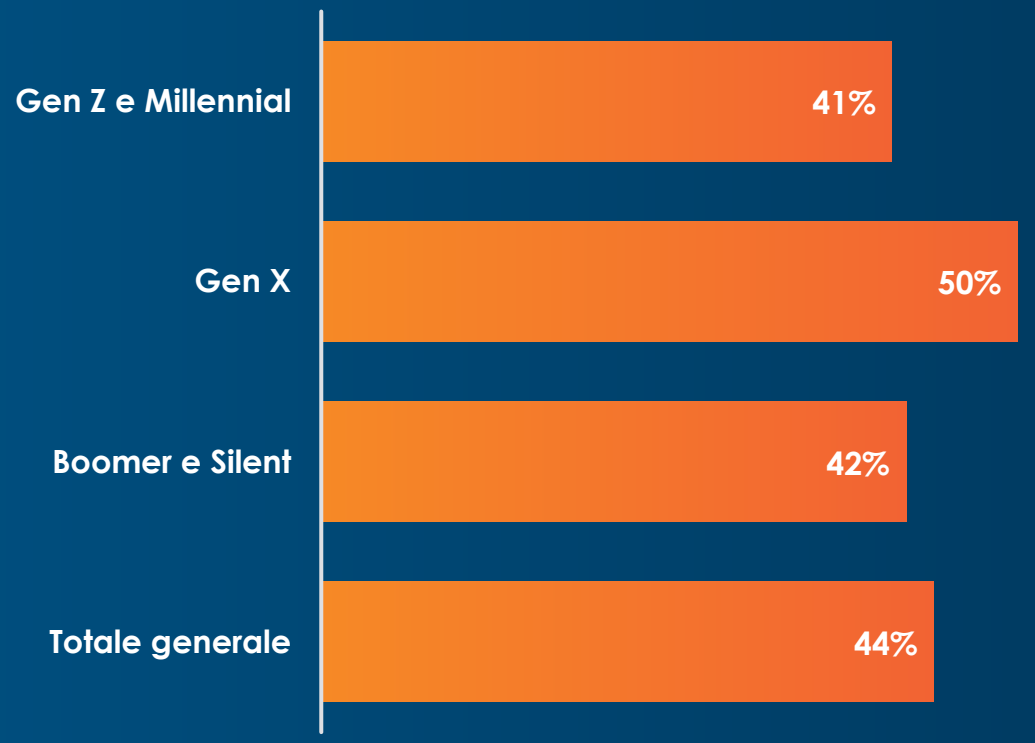


Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Agli utenti italiani di mobile app non importa di ricevere annunci se in cambio di contenuti gratuiti, specialmente gli utenti di Generazione X.

In generale, oltre il 40% degli utenti italiani di mobile app accetta di guardare o di ricevere annunci in un'app che gli offre contenuti gratuiti.

Non mi disturba vedere o ricevere annunci su un'app che mi offre contenuti gratuiti (musica, giochi, video, ecc.). (Decisamente d'accordo + abbastanza d'accordo)



Definizione adottata per i gruppi di età: Gen Z, i nati dopo il 1994 (meno di 25 anni); Millennial, nati tra il 1981 e il 1994 (25-38 anni); Gen X, nati tra il 1965 e il 1980 (39-54 anni); Boomer, nati tra il 1946 e il 1964 (55-73 anni); Silent, nati prima del 1946 (74 anni o più).

Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

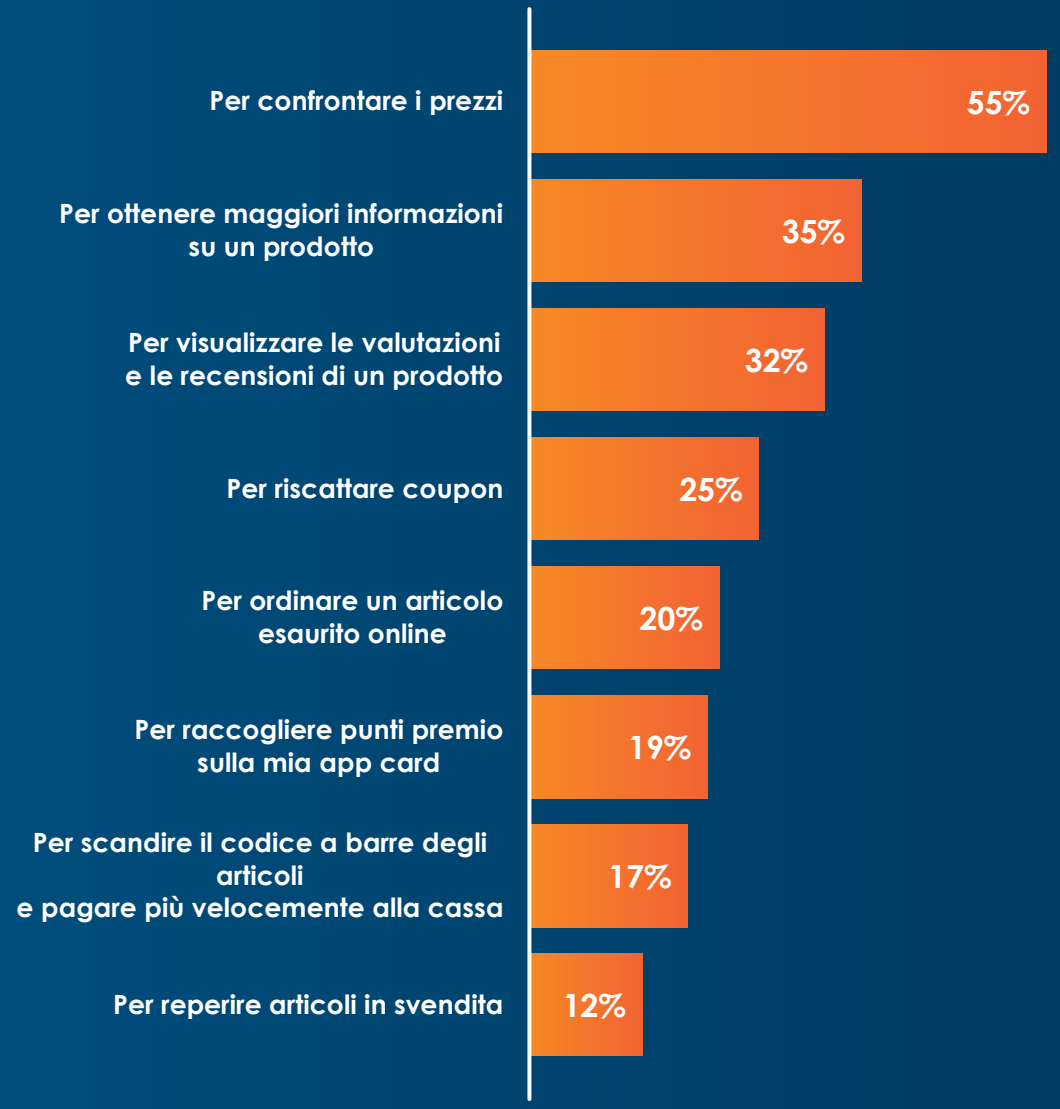
Il 33% degli shopper italiani ha utilizzato una shopping app mentre acquistava in un negozio fisico, principalmente per confrontare i prezzi (55%)

Hai mai utilizzato una shopping app mentre acquistavi in un negozio fisico?

33%

ha utilizzato una shopping app mentre acquistava in un negozio fisico

Perché?



Fonte: Sondaggio globale Criteo sulle app, Italia, aprile 2020 n=999

Dai priorità alla customer experience per creare relazioni a lungo termine con gli utenti di app

Esegui campagne in-market di app retargeting per prodotti ad elevata richiesta e per funzioni che la tua app offre. Se la tua app fornisce i prodotti ad elevata richiesta che attualmente le persone cercano, avvia una campagna di app retargeting focalizzata sugli shopper che stanno cercando attivamente questi prodotti specifici in tutto il Web.

È un ottimo modo per incrementare le conversioni per il tuo business e per creare un'esperienza multi-device senza interruzioni per il tuo brand, se stai già eseguendo la stessa campagna di retargeting sul Web.

Lancia programmi fedeltà per i tuoi utenti app più coinvolti

Verifica se i tuoi migliori clienti apprezzano la tua app e continuano ad acquistare presso di te e non dai tuoi concorrenti. I programmi fedeltà e gli sconti sono ottime modalità per mantenere l'engagement dei tuoi utenti. Inoltre, circa il 50% degli intervistati del nostro sondaggio ha affermato di aver scaricato un'app durante il COVID-19 perché gliel'ha consigliato un collega, un familiare o un amico. Tenendo presente questo, dovresti prendere in considerazione il lancio di un programma di app referral per incoraggiare i tuoi utenti più fedeli a contribuire attivamente ad incrementare la tua base di app installate.

Coinvolgi nuovamente gli utenti inattivi con notifiche push, email e annunci in-app

Infine, ricorda ai tuoi utenti che sul loro telefono è installata la tua app. La nostra indagine ha scoperto che mentre il 35% delle persone dichiara di possedere 11-20 app, l'84% ne prende in considerazione l'uso solamente di 1-10 ogni giorno.

Incrementa l'utilizzo della tua app promuovendo nuovi prodotti disponibili e altre promozioni, come sconti, spedizione gratuita, annunci regionali e aggiornamenti sulla sicurezza.

Appendice

Sondaggio globale app: esempio di campionamento (Italia)

Per gruppi di età (generazioni)

Gen Z	N=102 (10%)
Millennial	N=272 (27%)
Gen X	N=351 (35%)
Boomer	N=248 (25%)
Silent	N=26 (3%)
Totale generale	**N=999 (100%)**

Per fascia di età (fasce)

18-24	N=78 (8%)
25-34	N=187 (19%)
35-49	N=342 (34%)
50-64	N=240 (24%)
65+	N=152 (15%)
Totale generale	**N=999 (100%)**

Per genere

Femmine	N=506 (51%)
Maschi	N=480 (49%)

Per reddito del nucleo familiare

Meno di 15.000€	N=172 (19%)
15.000-26.999€	N=308 (34%)
27.000-37.999€	N=195 (21%)
38.000-57.999€	N=138 (15%)
58.000-74.999€	N=48 (5%)
75.000-99.999€	N=18 (2%)
100.000-150.000€	N=12 (1%)
Oltre 150.000€	N=17 (2%)

Definizione di gruppi di età adottata nella suddivisione per generazione: Gen Z, i nati dopo il 1994 (meno di 26 anni); Millennial, nati tra il 1981 e il 1994 (26-39 anni); Gen X, nati tra il 1965 e il 1980 (39-55 anni); Boomer, nati tra il 1946 e il 1964 (55-74 anni); Silent, nati prima del 1946 (74 anni o più).

criteo