



# GLI ITALIANI SU YOUTUBE

Studio sul profilo  
e il comportamento  
degli utenti



[thinkwithgoogle.it](http://thinkwithgoogle.it)

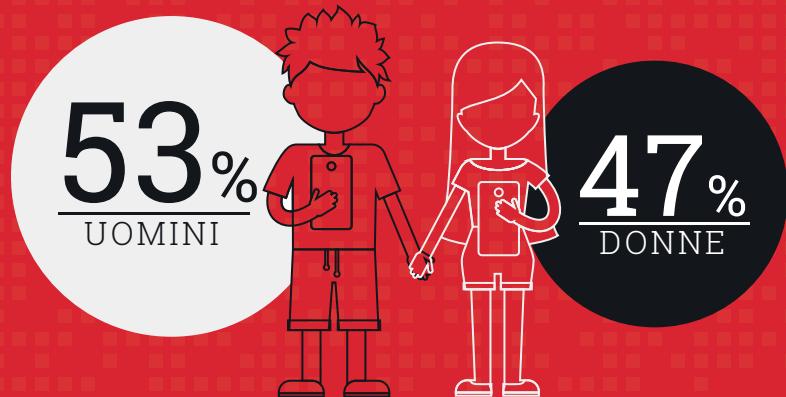
# Gli italiani e YouTube

YouTube è una fonte inesauribile di intrattenimento, ispirazione e informazione per milioni di italiani che navigano il web. Livelli di coinvolgimento alto si riscontrano in tutte le fasce di età e in persone con ambiti di interesse diversi: su YouTube, sono gli utenti a trovare i contenuti che preferiscono e a scoprire tutte le novità adatte a loro.



1 utente di YouTube su 2  
visita la piattaforma ogni giorno<sup>1</sup>

## CHI SONO GLI ITALIANI SU YOUTUBE? <sup>1,2</sup>



over 45

39%

24 - 44 anni

42%

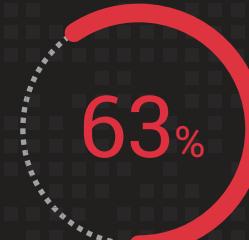
16 - 24 anni

19%

# L'abitudine di connettersi ovunque

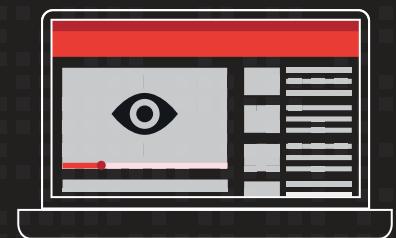


dei visitatori quotidiani  
guarda video fuori casa<sup>1</sup>



si collega da smartphone<sup>2</sup>

## I DISPOSITIVI PIÙ UTILIZZATI PER NAVIGARE SU YOUTUBE<sup>1</sup>



49%  
pc



33%  
smartphone

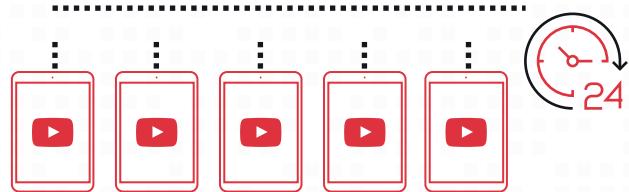


10%  
tablet

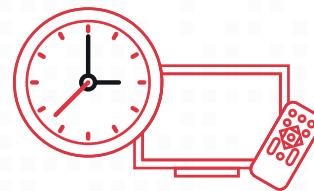


1%  
altri dispositivi

# Gli utenti di YouTube e la televisione



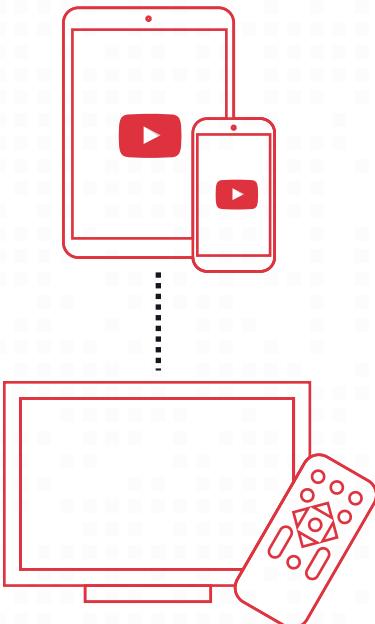
il **10%** degli utenti visita YouTube  
più di 5 volte al giorno<sup>1</sup>



la percentuale sale al **15%**  
tra chi guarda la TV meno di un'ora al giorno<sup>1</sup>



sono gli utenti tra i 25 e i 44 anni  
che dichiarano di guardare  
YouTube con più frequenza della  
TV<sup>2</sup>



degli utenti naviga online  
mentre guarda la TV<sup>2</sup>

# Perché guardare YouTube



una ricca fonte di  
**INTRATTENIMENTO**



un importante mezzo di  
**INFORMAZIONE**



un valido supporto per gli  
**ACQUISTI**

per l' **80%** degli utenti online, YouTube è la piattaforma video preferita<sup>1</sup>

## CHE COSA CERCANO GLI UTENTI SU YOUTUBE? <sup>1</sup>

30% contenuti esclusivi

23% qualcosa di nuovo da imparare

20% notizie

• 14% informazioni su prodotti e servizi prima di acquistarli

• 9% istruzioni per svolgere una mansione

• 4% ultime offerte dei brand



# Un mondo di contenuti video

Quali sono le categorie più viste? <sup>1</sup>



**58%** musica



**27%** cucina e ricette



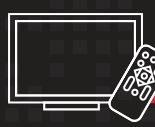
**22%** sport



**21%** tutorial e fai-da-te



**18%** tecnologia, elettronica e gadget



**17%** show televisivi



**16%** notizie



**15%** scienza e didattica



**13%** umorismo



**13%** attività fisica e salute



**13%** auto e veicoli

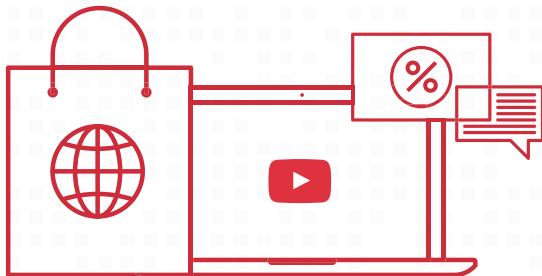


**13%** beauty



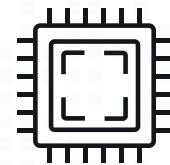
il **39%** degli utenti  
è iscritto a un canale YouTube <sup>1</sup>

# YouTube e lo shopping



Il **45%** degli utenti che hanno acquistato un prodotto, è stato aiutato da un video<sup>1</sup>

## GLI ACQUISTI FACILITATI MAGGIORMENTE DA UN VIDEO SU YOUTUBE<sup>1</sup>



tecnologia



beauty



retail



auto



viaggi



## Fonti

- 1) Google/TNS, YouTube Audience Profiling Study, Italia, 2016. Base campionaria: 1102 utenti italiani online di età superiore ai 16 anni.
- 2) Google/TNS, Connected Consumer Study, Italia, 2016. Base campionaria: 1000 intervistati italiani di età superiore ai 16 anni.