



Analisi ComScore, a novembre Banzai è la seconda property digitale in Italia

Con 23,8 milioni di utenti unici al mese si posiziona dietro a Google e passa dal quinto al secondo posto, trainata dall'audience mobile, che raggiunge 15,9 milioni di persone

Secondo l'ultima rilevazione comScore relativa a novembre 2015, con 23,8 milioni di utenti unici al mese e una reach del 63,5% sul totale della popolazione internet italiana, Banzai è la seconda property digitale in Italia dopo Google, la prima fra gli italiani. La crescita rispetto allo scorso anno è stata pari al 17,5%, rispetto a un incremento della po-

polazione internet italiana del 13,5%. Banzai passa dal quinto al secondo posto, trainata soprattutto dall'audience mobile, che sempre secondo comScore, ha raggiunto 15,9 milioni di utenti unici mensili, con una crescita del 34% rispetto ad un mercato in aumento del 25%. Ottimi i risultati di tutti i principali brand digitali di Banzai. In parti-

colare Pianetadonna fa registrare quasi 11 milioni di utenti al mese confermandosi leader indiscusso della sua categoria e Giallozafferano, il più noto e apprezzato brand di cucina in Italia, supera i 10 milioni di utenti con una crescita del 16% negli ultimi 12 mesi. "Siamo chiaramente orgogliosi di questi risultati che premiano la passione e la capacità

delle oltre duecento persone che ogni giorno lavorano per offrire ai propri lettori prodotti sempre migliori e che dimostrano concretamente come puntando costantemente sull'innovazione, sulla qualità dei contenuti e sulla squadra sia possibile raggiungere importanti traguardi - ha dichiarato Andrea Santagata, ceo di Banzai Media -.

do che il nostro team fatto da giovani sviluppatori, web editor, social manager, cuochi di Giallozafferano, professionisti di marketing, rappresentanti il principale asset di Banzai Media. Tutto questo ci ha consentito di crescere più del mercato dimostrando di sapere eccellere anche nei confronti dei grandi operatori internazionali".

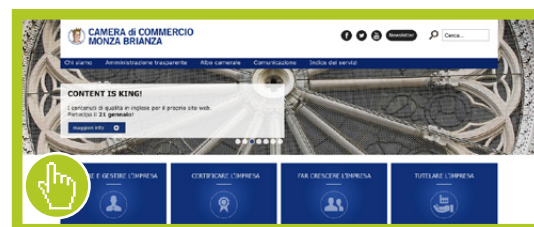
Analisi Oggi 86mila imprese commerciano online in Italia

È quanto emerge da elaborazioni dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su dati di Registro Imprese, Istat e Eurostat (anni 2010-2015)

Complessivamente in Italia circa il 41% delle imprese, con almeno 10 addetti, ha effettuato vendite o acquisti online, percentuale che sale fino al 49% nel Friuli-Venezia Giulia e scende

al 29% in Abruzzo. È quanto emerge da elaborazioni dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su dati di Registro Imprese, Istat e Eurostat (anni 2010-2015).

Cinque anni fa erano il 37%, in valori assoluti si tratta di 3mila imprese in più. Le imprese italiane usano il web soprattutto per acquistare (circa 38%) più che per vendere (10%). Rispetto ai



dati europei, infatti, le imprese italiane si collocano nella media per gli acquisti elettronici ma ben al di sotto per le vendite. Il 20% delle imprese europee ven-

de online, contro appunto il 10% italiano. Così come si ferma sotto la media dell'area Euro il valore delle vendite online, 9% sul totale contro il 16% europeo.

