

# AD BLOCKING OGGI: I NUMERI CHIAVE

% penetrazione sulla popolazione italiana +18 anni



55%

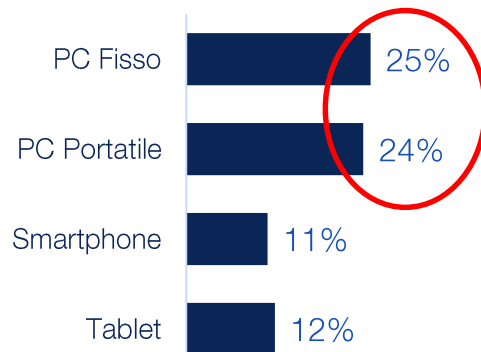
È consapevole del tema Ad Blocking



27%

Ha già installato un Ad Blocker

Su quali device l'hai installato?




Base: Pen % su device

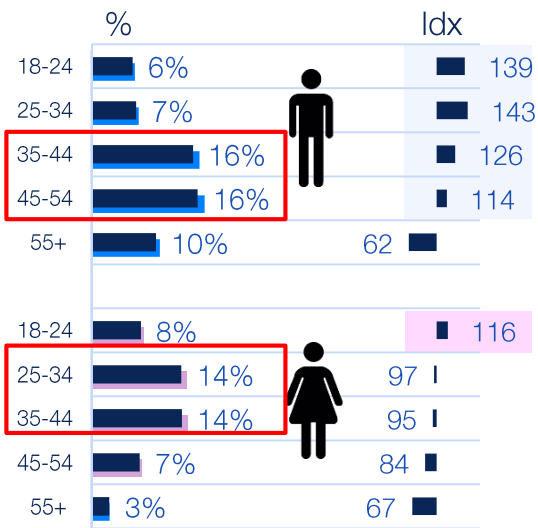
SOURCE: GroupM "Valore e sostenibilità della pubblicità digitale". Metodologia CAWI. Popolazione italiana +18. 2.000 casi.

1 «Pensa di installare AdBlocking» su base «Chi conosce AdBlocking Molto bene + Ne ho sentito parlare»

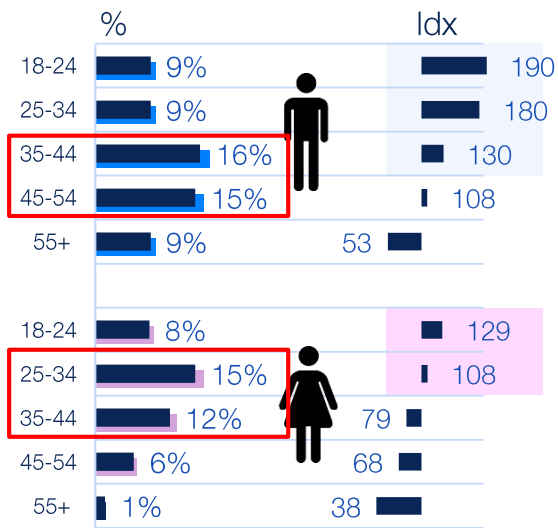
# AD BLOCKING: PROFILI

Maggior impatto sul segmento centrale e adulto per i maschi  
E sulle donne più giovani

 **55%** È consapevole



 **27%** Ha già installato



SOURCE: GroupM "Valore e sostenibilità della pubblicità digitale". Metodologia CAWI. Popolazione italiana +18. 2.000 casi.

# AD BLOCKING: LE MOTIVAZIONI DELL'INSTALLAZIONE

Invasività e rallentamento della navigazione sono le cause maggiori di resistenza all'adv

Una frequenza di esposizione eccessiva può incrementare ulteriormente il fenomeno



SOURCE: GroupM "Valore e sostenibilità della pubblicità digitale". Metodologia CAWI. Popolazione italiana +18. 2.000 casi.

# L'AUDIENZA È CONSAPEVOLE DEL «PATTO PUBBLICITARIO»

% composizione sulla popolazione italiana on-line

D: La maggior parte dei siti di news, intrattenimento, sport, cucina, etc. presenti attualmente in rete, possono **pubblicare i loro contenuti grazie ai ricavi generati dalla pubblicità**. Ti è mai capitato di riflettere su questo fatto?

