

COSA STANNO LEGGENDO I CONSUMATORI DURANTE L'EPIDEMIA COVID-19 ?

Teads

La classifica dei contenuti più letti rivela un aumento del consumo editoriale in un'ampia varietà di settori

ITALIA

1	Salute, benessere, ospedale	42M +8%	15	Libri	4,8M +18%	23	Alimenti / Diete	2,8M +26%
2	Ricette, ingredienti	31M +49%	16	Debito economico e inflazione	4M +20%	24	Animali domestici	2,7M +8%
3	Utensili da cucina	18M +63%	17	Sport - vela	4,1M +43%	25	Esercizio fisico	2,1M +17%
4	Sport - corsa	14M +5%	18	Fashion/ Beauty	4M +5%	26	Pensione	1,9M +58%
5	Tecnologia	12M +36%	19	Religione	3,7M +40%	27	Prestiti e finanziamenti	1,9M +43%
6	Casa	11M +35%	20	Anzianità	3,5M +48%	28	Videogiochi	1,2M +58%
7	Cibi e attività di cucina	8,5M +54%	21	Pasqua	3,1M +187%	29	Giochi	1M +82%
8	Cibo/Bevande	8,2M +44%	22	Articoli farmaceutici	3,1M +5%	30	Beneficenza	642K +164%
9	Bambini	7,6M +1%						
10	Telefoni	7,2M +26%						
11	Musica	6M +2%						
12	Giardinaggio	5,5M +18%						
13	Film	5,5M +23%						
14	Social Media App	5,3M +15%						

COME I TREND RIFLETTONO LA PIRAMIDE DI MASLOW?

Ogni categoria classificata è stata assegnata a un'esigenza specifica nella piramide di Maslow. Il tasso di crescita medio di Marzo per tipo di fabbisogno è rappresentato di seguito.

AUTOREALIZZAZIONE +17%

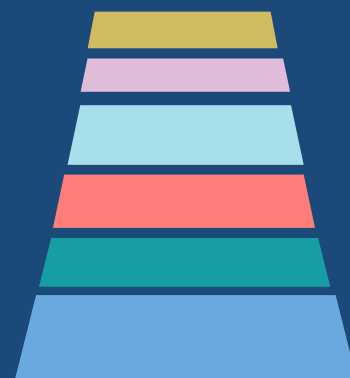
BISOGNI COGNITIVI +3%

STIMA +30%

BISOGNI SOCIALI +25%

SICUREZZA +18%

BISOGNI FISIOLGICI +52%



Fonte: Teads Media Barometer / Classifica per volume delle visualizzazioni di pagina per la settimana a partire dal 2 marzo e % Evol tra l'ultima settimana di marzo e la prima settimana