



RETAIL MEDIA

Focus attività «On & Off Site»

Milano, Novembre 2025



Key Insights – Retail Media

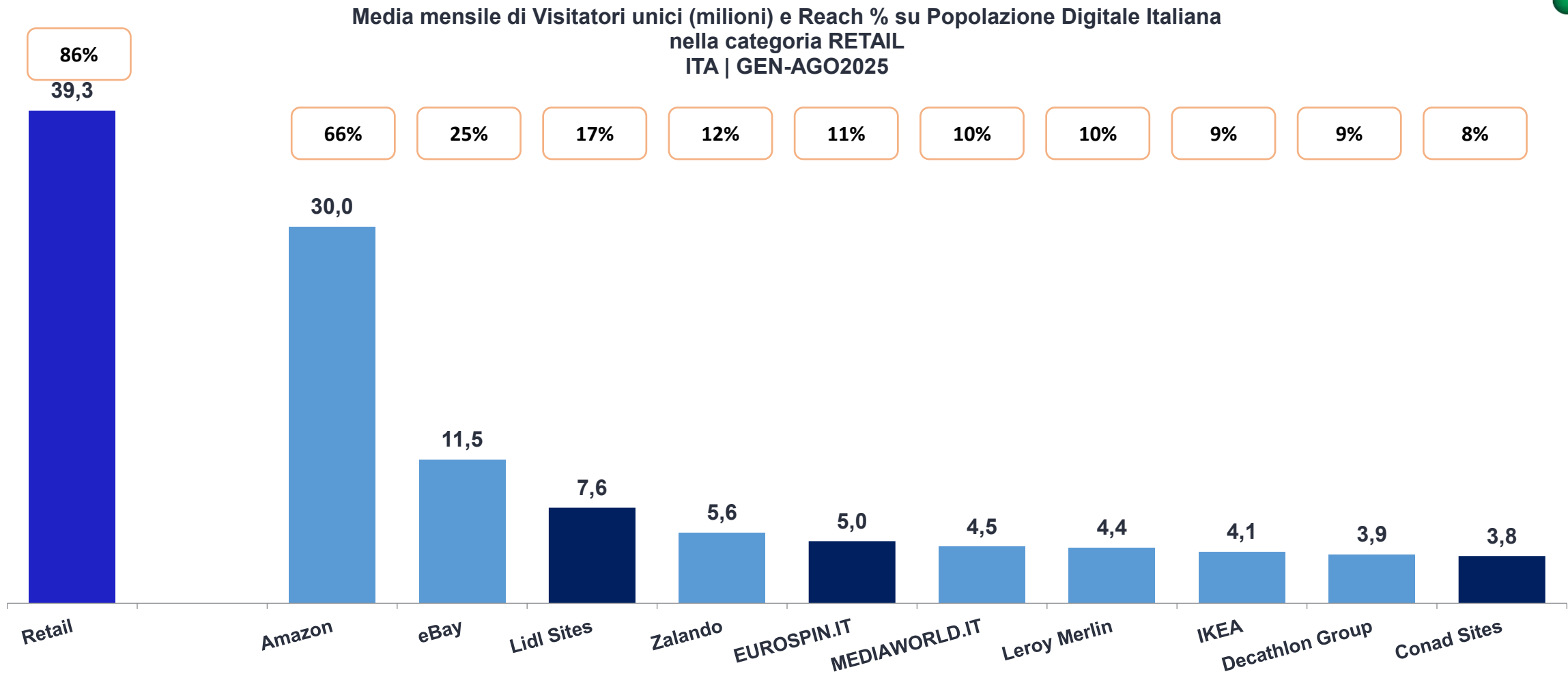
Attività On-Site:

- il verticale Retail/e-commerce in Italia raggiunge **quasi 40 milioni di utenti unici**, pari all'**86% della popolazione digitale**;
- **Amazon** è il vero “campione nazionale digitale”: circa **30 milioni di utenti mensili**, molto avanti rispetto ai retailer della GDO (Lidl, Eurospin, ecc.);
- rimane quindi significativo il **gap** con Paesi in cui il Retail Media è più sviluppato come il Regno Unito dove retailer come Tesco o Sainsbury’s raggiungono **1 utente su 3**, oltre il doppio della penetrazione dei principali brand italiani.

Attività Off-Site:

- l’ambiente social del Retail è **molto frammentato** ma sta emergendo il ruolo fondamentale di TIK TOK che registra le **migliori performance** in termini di visualizzazioni di video views e interazioni;
- **i brand della grande distribuzione agiscono però prevalentemente come Advertiser e non come Media Company (vendita dei propri spazi) concentrandosi su promozioni di prodotto, offerte e video ricette**;
- le **partnership attivate sui propri canali** sono poche e quasi solo con influencer; molto più diffusa è l’attività come **brand sponsor** sui canali di editori e creator.

On Site. Volumi di traffico del mercato digitale italiano nel verticale Retail



Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Italia, Gennaio – Agosto 2025

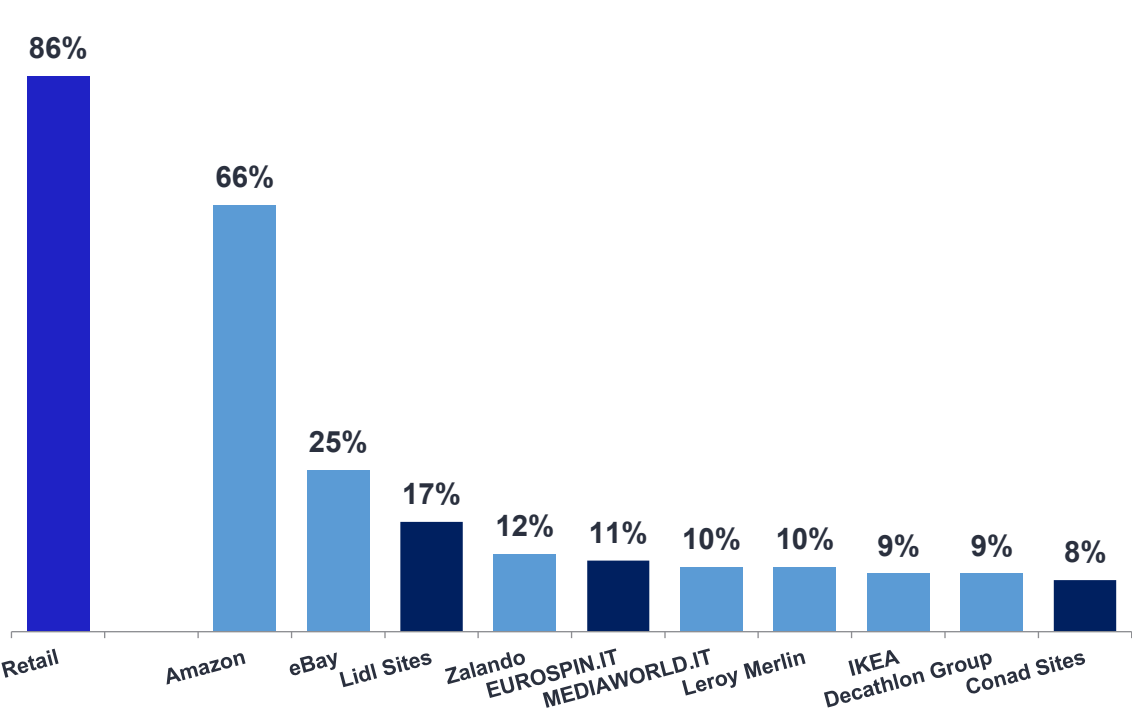
Grocery Other- E-commerce



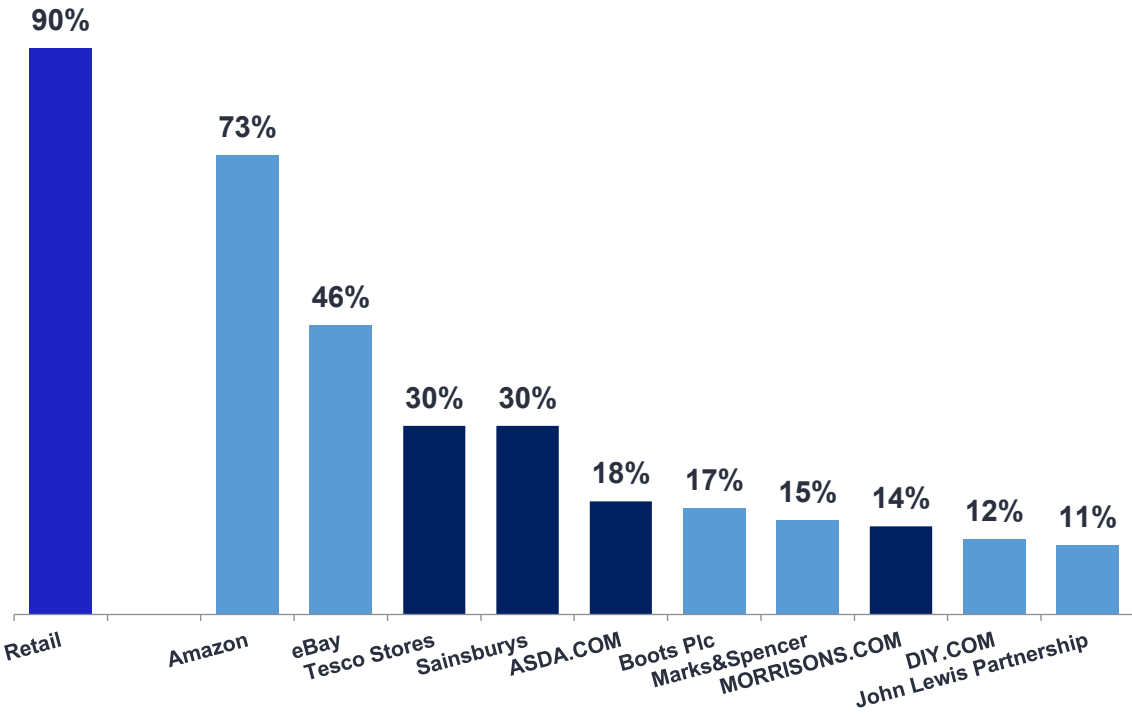
On Site. Volumi di traffico del mercato digitale nel verticale Retail - ITA vs UK



Media mensile di Reach % su
Popolazione Digitale Italiana
nella categoria RETAIL
ITA | GEN-AGO2025



Media mensile di Reach % su
Popolazione Digitale inglese
nella categoria RETAIL
UK | GEN-AGO2025



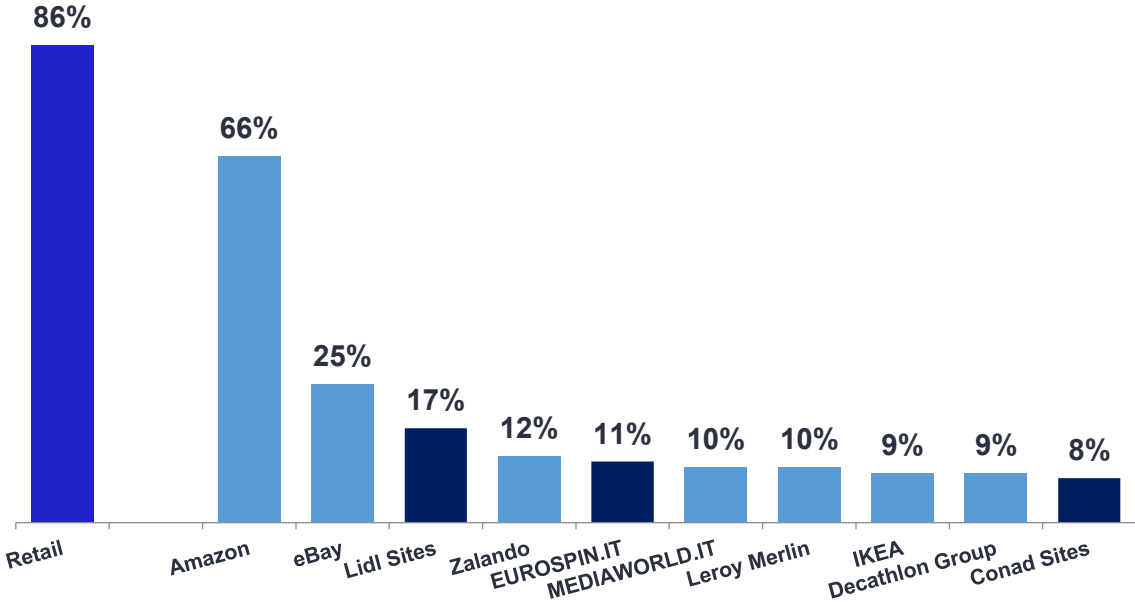
Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Italia e Gran Bretagna, Gennaio – Agosto 2025

Grocery Other- E-commerce

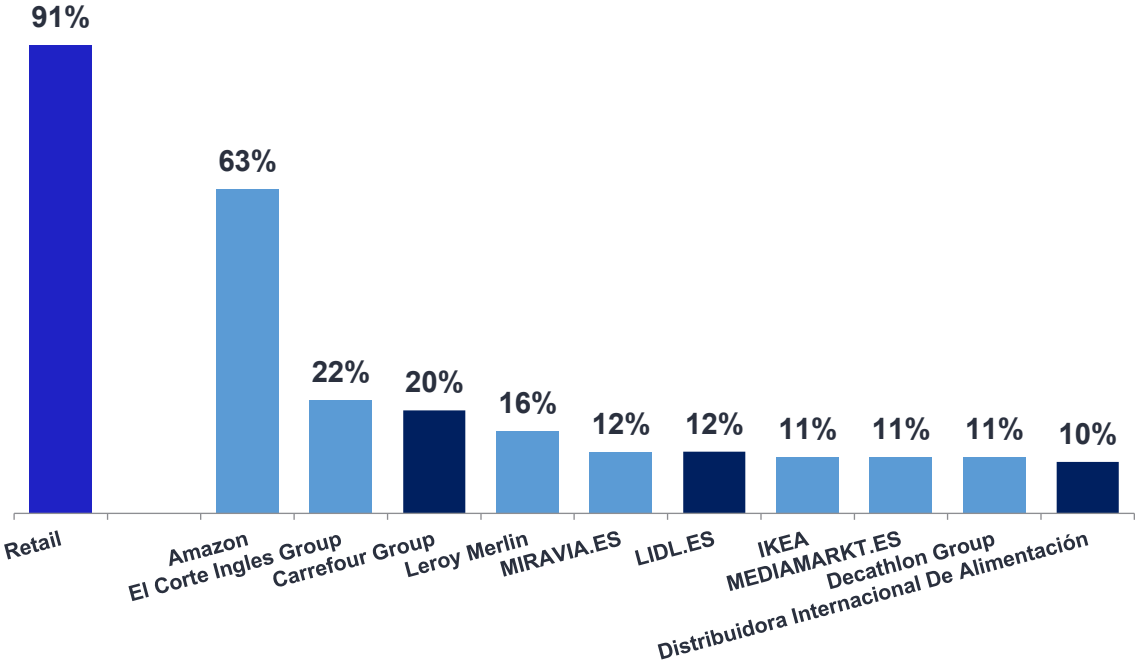
On Site. Volumi di traffico del mercato digitale nel verticale Retail - ITA vs SPA



Media mensile di Reach % su
Popolazione Digitale Italiana
nella categoria RETAIL
ITA | GEN-AGO2025



Media mensile di Reach % su
Popolazione Digitale spagnola
nella categoria RETAIL
SPA | GEN-AGO2025



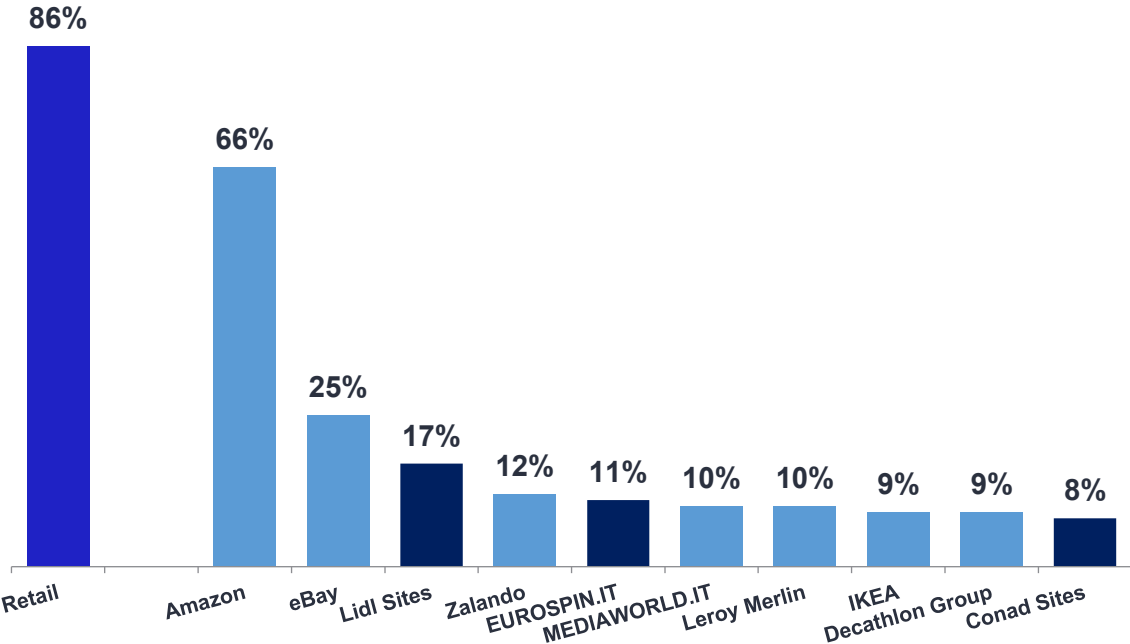
Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Italia e Spagna, Gennaio – Agosto 2025

Grocery Other- E-commerce

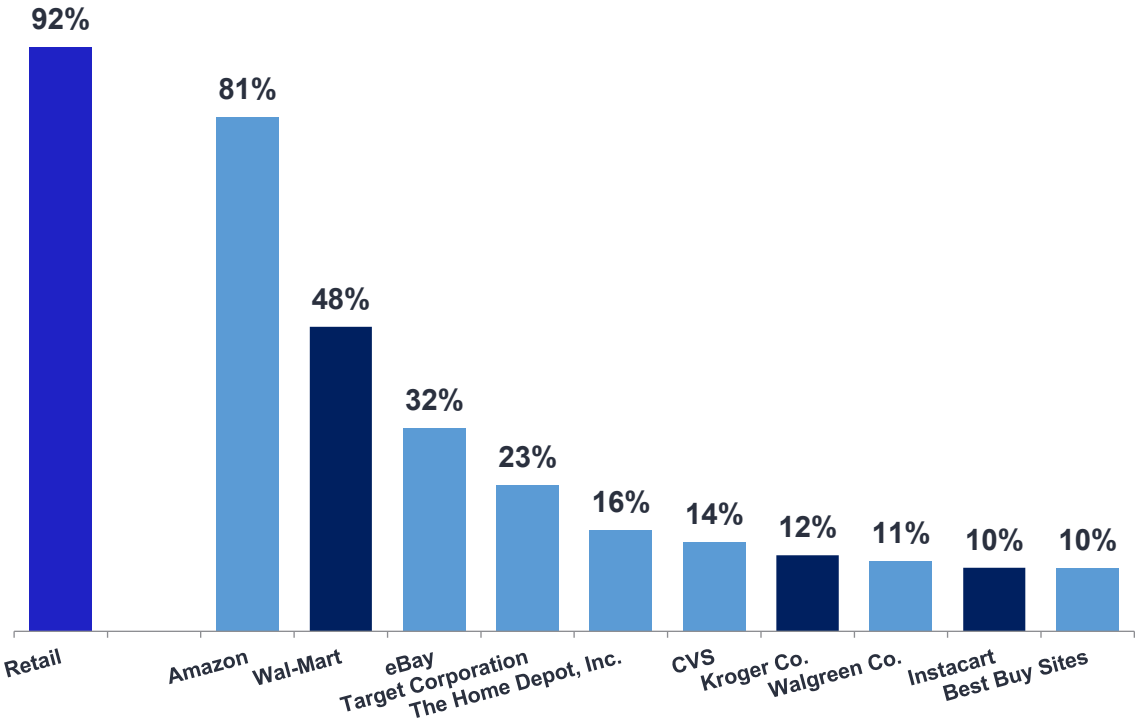
On Site. Volumi di traffico del mercato digitale nel verticale Retail - ITA vs US



Media mensile di Reach % su
Popolazione Digitale Italiana
nella categoria RETAIL
ITA | GEN-AGO2025



Media mensile di Reach % su
Popolazione Digitale americana
nella categoria RETAIL
US | GEN-AGO2025



Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Italia e Stati Uniti, Gennaio – Agosto 2025

Grocery Other- E-commerce

Off Site. Ranking per video views ed interazioni| Settore Retail





RANKING PER VIDEO VIEWS			VIDEO VIEWS
			   
1		LIDL	1255 M
2		ALDI	460 M
3		EUROSPIN	338 M
4		IKEA	228 M
5		MEDIOWORLD	156 M
6		ODSTORE	108 M
7		LERDY MERLIN ITALIA	92 M
8		CARREFOUR	84 M
9		UNIEURO	83 M
10		ESSELUNGA	54 M





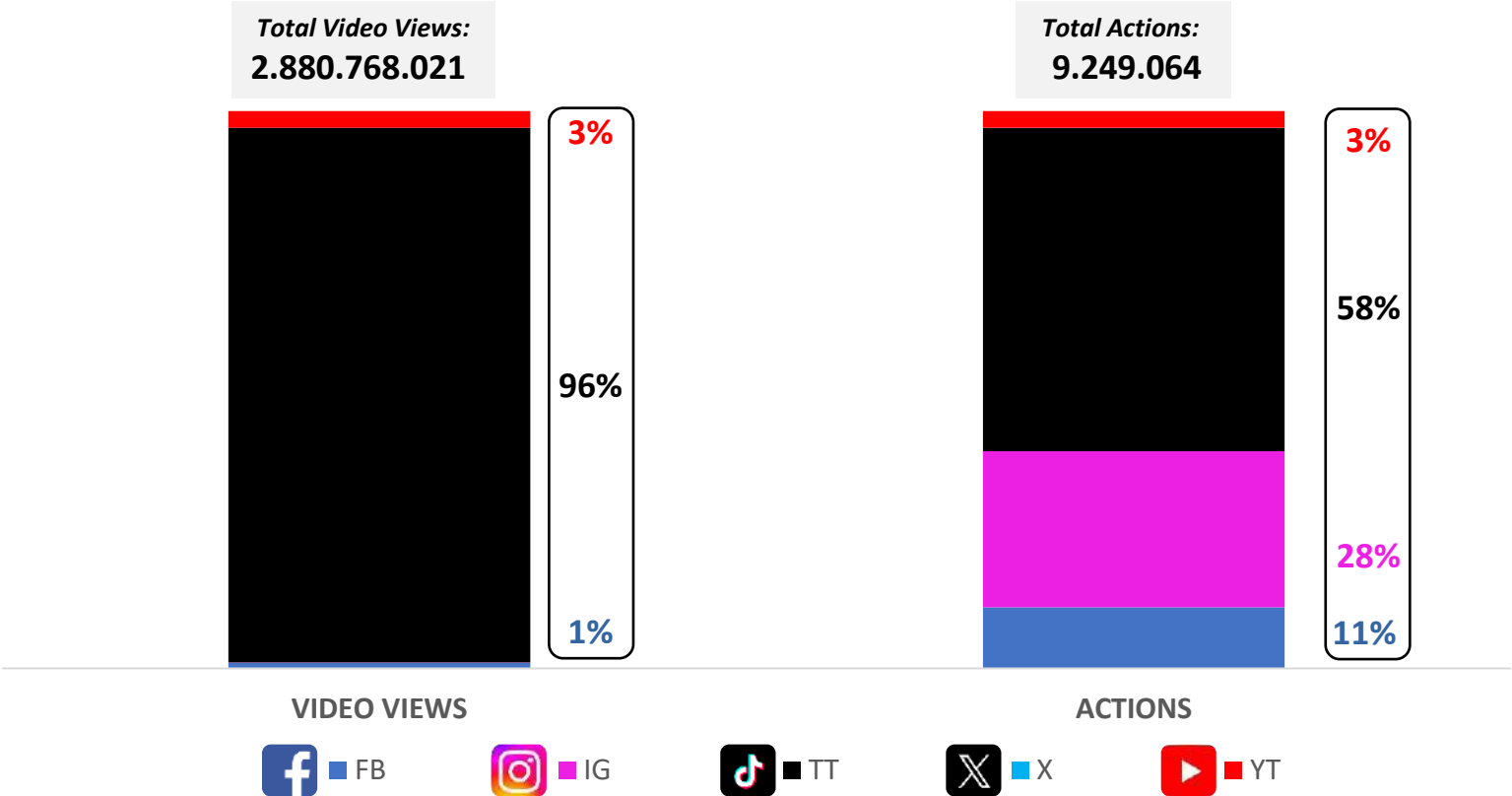
RANKING PER ACTIONS			INTERACTIONS
			    
1		LIDL	3,4 M
2		SEPHORA	1,2 M
3		GAMESTOP	1,0 M
4		EUROSPIN	905 k
5		LERDY MERLIN ITALIA	406 k
6		ESSELUNGA	402 k
7		ALDI	401 k
8		UNIEURO	371 k
9		IKEA	300 k
10		JD SPORTS	262 k

Fonte: Comscore Social, Metrics&Trends, Gennaio - Agosto 2025
N.B: Il dato di video views di IG è un dato privato.

M= Milioni k = mille

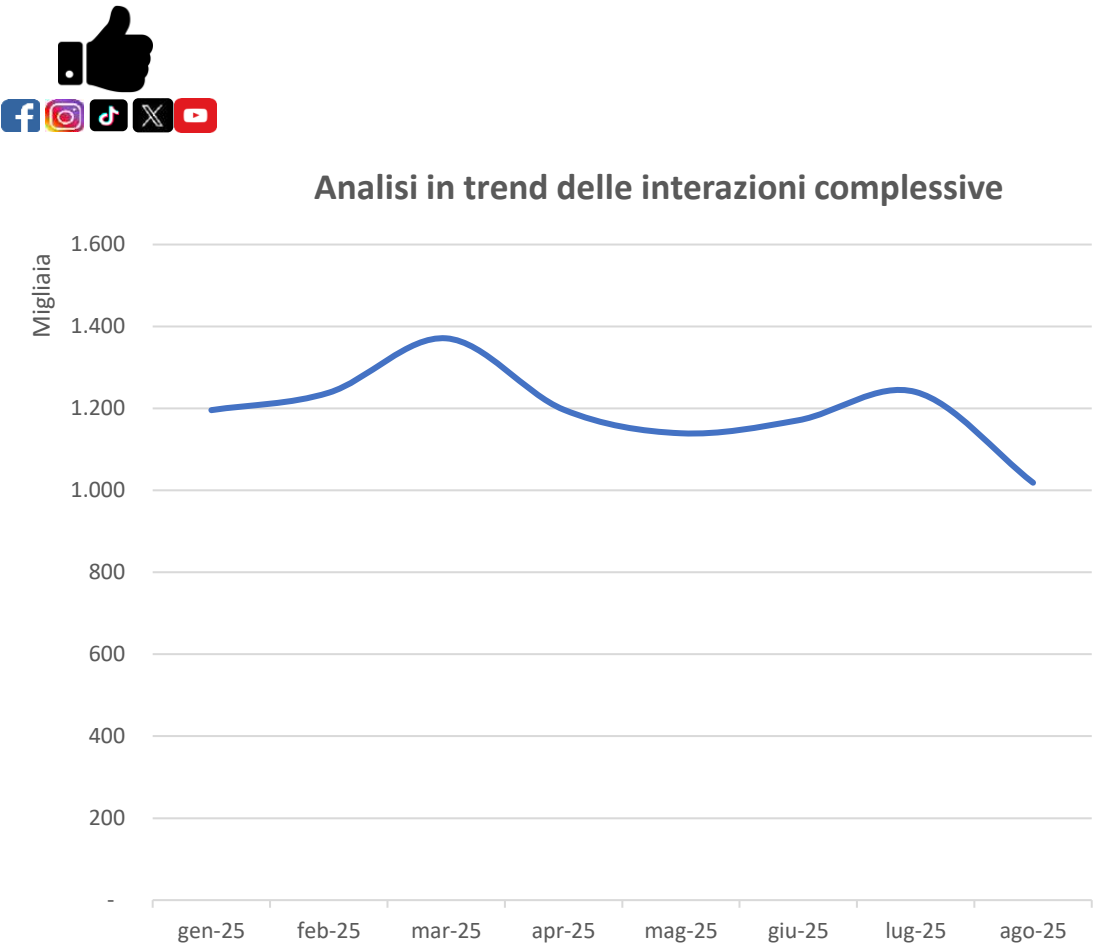
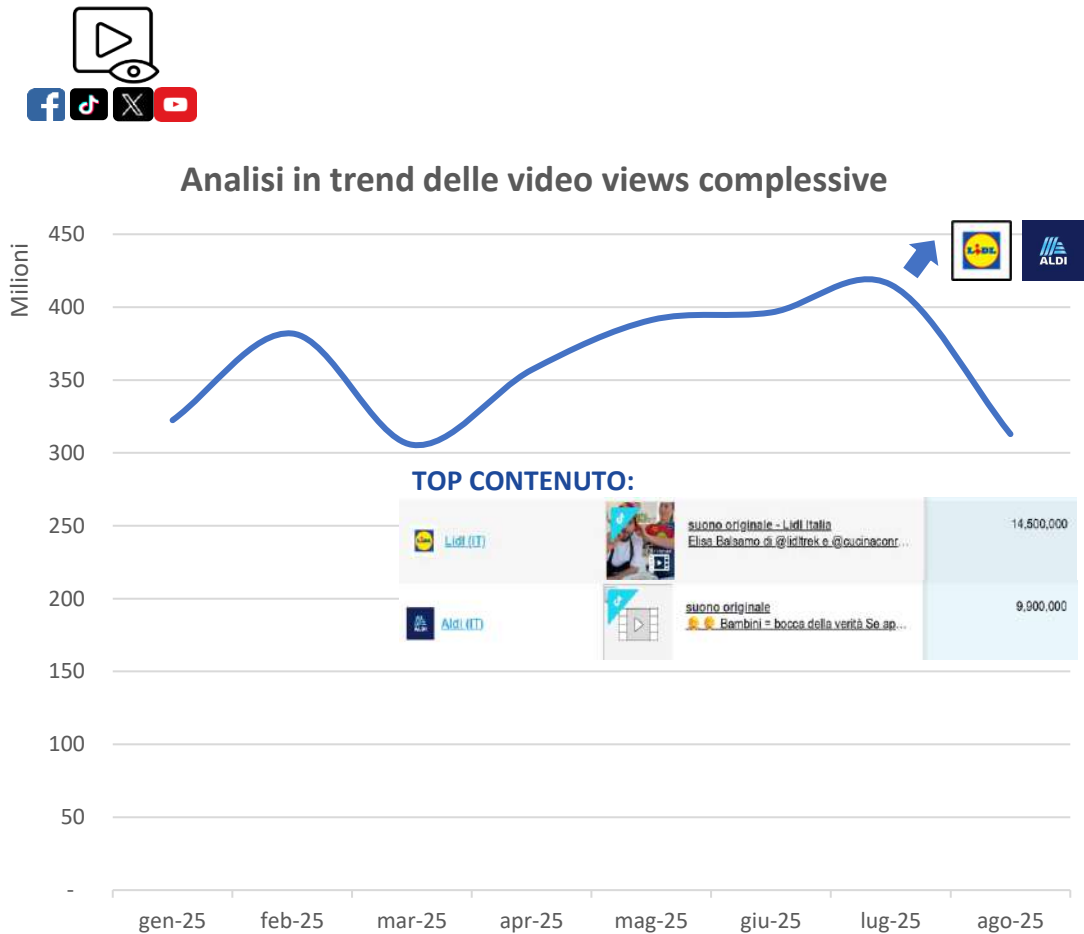
Off Site. Analisi del platform mix social | Settore Retail [Top 10]

Distribuzione % delle principali metriche nella categoria di riferimento



Fonte: Comscore Social, Metrics&Trends, Gennaio - Agosto 2025
N.B: Il dato di video views di IG è un dato privato.

Off Site. Analisi in trend mensile di categoria | Settore Retail [Top 10]



Fonte: Comscore Social, Metrics&Trends, Gennaio - Agosto 2025

Off Site. Best performing post | Settore Retail [Top 10]

#	PROPERTY	TYPE	POST	COPY	VIDEO VIEWS	Data
					    	
1	LIDL			Scritta da: ovviamente me. Composta [...]	 23,8 M	14-02-25
2	LIDL			C'è una persona che ti sbuccia, taglia [...]	 21,9 M	4-08-25
3	MEDIAWORLD			Ci pensiamo noi al tuo San Valentino #LetsGo	 21,6 M	12-02-25
4	ODSTORE			Da ODStore offerte galattiche [...]	 20,4 M	24-01-25
5	LIDL			Ecco a voi tanti buonissimi motivi [...]	 19,6 M	7-01-25

#	PROPERTY	TYPE	POST	COPY	TOTAL ACTIONS	Data
					    	
1	GAMESTOP			Kratos letteralmente nostro padre. #FestaDelPapà [...]	 1623 k	19-03-25
2	LIDL			Pranzi estivi all'aperto non vi temiamo! [...]	 113 k	7-06-25
3	EUROSPIN			È arrivato lo Speciale Grigliatina con [...]	 91 k	18-04-25
4	LIDL			Bonjour, bonjour mon amooooour! [...]	 90 k	24-02-25
5	LIDL			Ricetta fresca e gustosissima? [...]	 88 k	29-08-25

Fonte: Comscore Social, Content Pulse, Gennaio - Agosto 2025

Off Site. Partnership attivate sui propri social | Settore Retail



BRAND	N. PARTNERSHIP ATTIVATE	CLIENTI BRAND COINVOLTI
CARREFOUR 	14	• Biserni Daniela Dott.ssa Biologa Nutrizionista • Nutrizionista Giulia Capone • ChefClub • Dott.ssa Nartea
ALDI 	7	• Giulia Mischi • Davide cucina vegana pop • Ilaria Ricette Vegane • Alessio Busi • Simona Calugi

Fonte: Comscore Social, Partnership Explorer, Gennaio - Agosto 2025

Off Site. Top 10 Paid partnership attivate come sponsor | Settore Retail



SPONSOR BRAND	N. SPONSORHIP	PUBLISHER INFLUENCER COINVOLTI
IKEA 	13	• Will • RadioDeejay • AlFemminile • Onepodcast • Mariangela Monti
COOP 	13	• Fanpage • VDNews • SkyTG24 • Freeda • LaRepubblica • AlFemminile • IlGusto.it
LIDL 	13	• ChefinCamicia
SEPHORA 	6	• Carlotta Fiasella Garbarino • Adriana Spink • Cheryl Pandemonium • That's Fab! • Elle.it
DECATHLON 	6	• Deborahfashionsport • Mypersonaltrainer

SPONSOR BRAND	N. SPONSORHIP	PUBLISHER INFLUENCER COINVOLTI
IN'S MERCATO 	9	• Alessia Mancini • Freeda • Benedetta De Luca • Martina Stella
EUROSPIN 	2	• Edoardo Tavassi • Guendalina Polce
LEROY MERLIN 	9	• CasaFacile • Living Corriere • Gardenia • La città di Salerno
CARREFOUR 	1	• Luisa Orizio (IT)
COOP ALLEANZA 	1	• Alessia Merola

Fonte: Comscore Social, Partnership Explorer, Gennaio - Agosto 2025

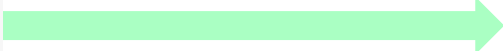
Analisi qualitativa: indice di affinità



The Lidl (IT) audience are **350** times more likely to engage within **Retail** industry.

Retail	350x
Finance	189x
Consumer Goods	142x
Travel & Leisure	118x
Online Media	104x
Automotive	88x
Media & Entertainment	60x
Publishing	56x
Sports & Recreation	20x

I BRAND DEL **SETTORE FINANCE** CON CUI LIDL HA MAGGIORE AFFINITA'



Top 5 properties ranked by Industry Affinity

Banking

- Poste Italiane (IT)
- IBL Banca (IT)

Insurance

- Verti Assicurazioni (IT)
- Generali (IT)

Consumer Services

- Segugio.it (IT)

I BRAND DEL **SETTORE CONSUMER GOODS** CON CUI LIDL HA MAGGIORE AFFINITA'



Top 10 properties ranked by Industry Affinity

Food & Grocery

- Balocco (IT)
- Sterilgarda Alimenti (IT)

Health & Beauty

- Magnesio Supremo (IT)
- essence cosmetics (IT)

Babycare

- Mustela Italia (IT)

Pet Care & Pet Supplies

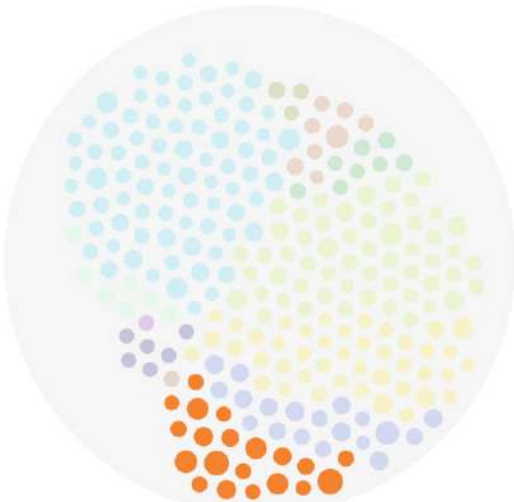
- Almo Nature (IT)
- Royal Canin (IT)

Alcoholic

- Cantine Riunite & CIV (IT)
- Cantine Maschio (IT)

Water

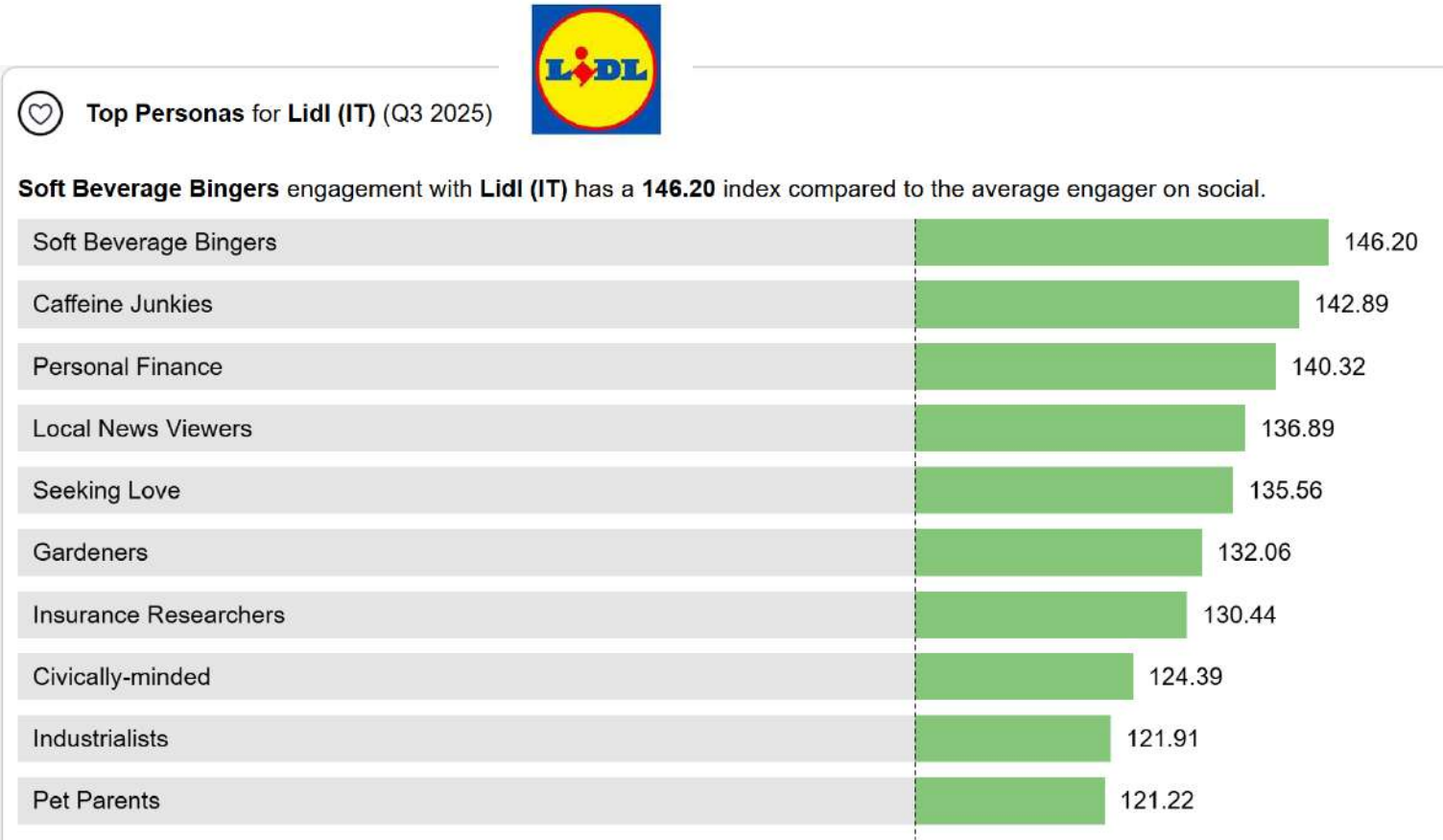
- Acqua Rocchetta e Brio Blu Rocchetta (IT)



Edit

Fonte: Comscore Social, Affinity, Giugno 2025

Analisi qualitativa: cluster dell'audience social di Lidl



L'analisi delle *personas* consente di segmentare e comprendere l'audience social di un brand, evidenziandone i principali tratti comportamentali attraverso un indice di affinità. Questo approccio fornisce insight qualitativi utili per strategie di **co-branding** e **pianificazione editoriale**. Nel caso di **Lidl**, emergono cluster fortemente rappresentativi di amanti di **bevande leggere e analcoliche**, così come di **bevande al caffè**. Parallelamente, si conferma una marcata **attenzione ai temi finanziari**, segno di un'audience attenta e consapevole.

Fonte: Fonte: Comscore Social, Personas, Q3 2025