



Nielsen//NetRatings rivoluziona la rilevazione campionaria: il panel NetView triplicato da 5.000 a 15.000 individui

Rilasciati i dati di aprile 2007, i primi rilevati con il nuovo panel da 15.000 individui: aumentano i navigatori attivi, oltre 8 milioni accedono dall'ufficio

Milano, 30 maggio 2007 – Nielsen//NetRatings, leader globale nelle analisi e ricerche su Internet, comunica importanti novità relativamente alla nuova versione del suo servizio NetView per la misurazione dell'audience Internet: è stato triplicato il campione di individui su cui si basa la rilevazione, è ora possibile accedere ai dati degli accessi dal luogo di lavoro separati da quelli degli accessi da casa ed è stato introdotto un nuovo meter con migliori capacità di rilevazione.

Nielsen//NetRatings comunica inoltre i dati relativi allo scenario Internet in Italia nel mese di aprile 2007, i primi rilevati con il nuovo campione.

La nuova metodologia: panel triplicato, accessi "work" separati e nuovo meter di rilevazione

Nielsen//NetRatings ha rilasciato una nuova versione del suo servizio NetView per la rilevazione campionaria dell'audience Internet, che prevede alcuni importanti sviluppi della metodologia utilizzata per la rilevazione dei dati.

In primo luogo aumenta la dimensione del panel: il passaggio da 5.000 a 15.000 individui è ottenuto grazie all'integrazione tra il reclutamento Random Digit Dial (RDD) - storicamente utilizzato - e un reclutamento aggiuntivo online. Questa innovazione consente una maggiore profondità di analisi, in quanto il panel ha ora la capacità di rappresentare in modo statisticamente significativo i singoli canali dei portali così come i siti di medie e piccole dimensioni. Un solo dato per comprendere la portata di questa innovazione: i siti reportizzati all'interno del database quadruplicano, passando dai circa 2.500 siti della precedente versione ai quasi 10 mila siti attuali.

Un'altra importante novità della nuova metodologia è la migliore rappresentatività degli utenti che accedono da ufficio. Per ogni rilevazione è infatti oggi possibile visualizzare, accanto agli accessi da casa e a quelli combinati da casa e ufficio, anche i soli accessi dal luogo di lavoro. Con questo nuovo campione aumenta di conseguenza considerevolmente la copertura del mercato Internet in Italia.

Per finire, tra le principali innovazioni del servizio, va citata l'introduzione di un nuovo meter di rilevazione, che incrementa la capacità di tracciare il gran numero di oggetti presenti oggi in rete e di misurare con sempre maggior dettaglio i consumi della rete.

Il mese di aprile: il focus sugli accessi dal luogo di lavoro

Sono 20,5 milioni gli utenti che si sono connessi al web almeno una volta nel mese di aprile da casa e/o da ufficio, 21,7 milioni se si includono anche gli utilizzatori di applicazioni. Rispetto al dato rilevato con la precedente metodologia, si registra un numero più alto di navigatori attivi. Questo incremento è da ricondursi all'aumentata copertura del mercato Internet, ottenuta in particolare con la migliore rappresentatività degli accessi dal lavoro.

Per la prima volta nella rilevazione dell'utenza Internet, Nielsen//NetRatings fornisce i dati relativi agli accessi dall'ufficio: sono 8,1 milioni i navigatori attivi su un totale di 8,9 milioni di dipendenti che dispongono di un collegamento ad Internet sul posto di lavoro.

Si tratta quindi di un'utenza con un tasso di attività molto alto (il 91%, contro il 58% da casa) e con consumi medi decisamente superiori a quelli degli utenti che accedono da casa: 25 ore, 1.800 pagine viste e 37 sessioni al mese da ufficio contro 14 ore, 1.150 pagine e 21 sessioni da casa.

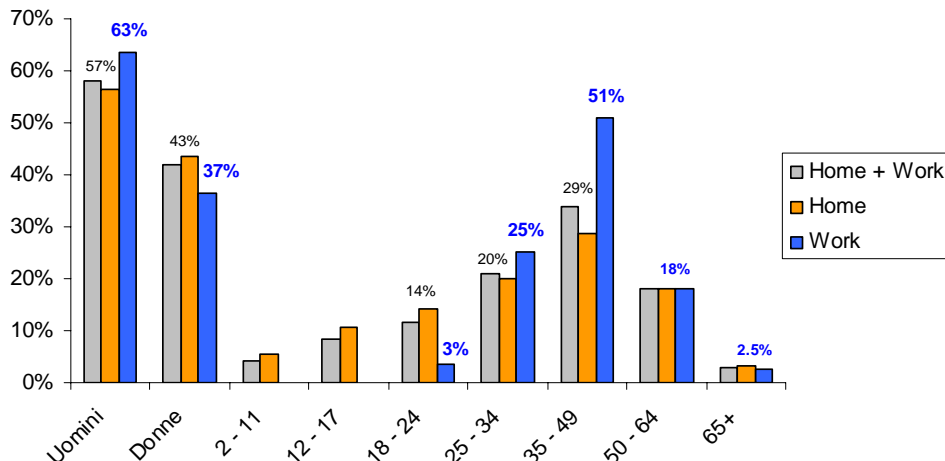


Per quanto riguarda il profilo demografico, i navigatori da ufficio sono prevalentemente uomini (63% uomini e 37% donne, contro 57% e 43% dei navigatori da casa) e oltre il 50% ha un'età compresa tra i 35 e i 49 anni.

Il livello di istruzione risulta essere più alto rispetto ai navigatori da casa. Il 95% ha almeno il diploma, contro il 71% dei navigatori da casa.

Per quanto riguarda le occupazioni, sono prevalentemente impiegati (30%), lavoratori autonomi (24%), liberi professionisti (9%), dirigenti (9%) e tecnici (8%).

Il profilo demografico dei navigatori



Fonte: Nielsen//NetRatings, NetView, Internet Applications incluse, aprile 2007

L'analisi delle categorie di siti più visitate dagli utenti che accedono dal posto di lavoro evidenzia un interesse maggiore per i siti di news (in particolare per quelli dei quotidiani online) e di eGovernment - che guadagnano entrambi una posizione nel ranking rispetto a quelli più visitati da casa - e per i siti di Corporate Information (dove è possibile raccogliere informazioni inerenti al business), che guadagnano ben due posizioni nel ranking.

Classifica delle categorie più visitate nel mese di aprile 2007 – panel Work

Categorie	Utenti Unici (000)	Penetrazione sui navigatori (%)	Sessioni per persona	Tempo per persona (hh.mm.ss)
Search Engines/Portals & Communities	7,738	95.0	22	2.05.29
Telecom/Internet Services	7,307	89.7	21	3.39.59
News & Information	6,887	84.5	11	0.52.50
Computers & Consumer Electronics	6,867	84.3	12	1.20.52
Entertainment	6,614	81.2	12	1.54.35
Government & Non-Profit	5,967	73.2	7	0.34.56
Travel	5,779	70.9	5	0.37.04
Multi-category Commerce	5,718	70.2	7	0.48.38
Finance/Insurance/Investment	5,341	65.6	8	0.50.05
Corporate Information	4,438	54.5	4	0.16.11
Family & Lifestyles	3,944	48.4	4	0.30.22
Education & Careers	3,933	48.3	5	0.24.05
Home & Fashion	3,353	41.2	3	0.20.30
Automotive	2,667	32.7	3	0.16.48
Special Occasions	1,029	12.6	2	0.06.31

Fonte: Nielsen//NetRatings, NetView, Internet Applications escluse, accessi da casa e da ufficio, aprile 2007



Secondo la rilevazione Nielsen//NetRatings quello che soprattutto emerge è che da ufficio c'è un utilizzo molto più intenso di tutte le categorie, come dimostrano i tassi di penetrazione sul totale dei navigatori, che sono ben più alti di quelli che si rilevano da casa (in media 15 punti percentuali di penetrazione in più). Da ufficio quindi non solo si accede più spesso, ma si ha anche una maggiore varietà di utilizzo della rete.

Classifica dei top 30 brand nel mese di aprile 2007

Brand	Visitatori Unici (000)	Penetrazione sui navigatori attivi	Visite Per Persona	Tempo Per Persona (hh.mm.ss)
Google	17,420	80.2%	17	0.50.34
MSN/Windows Live	10,419	48.0%	13	0.50.48
Libero	10,136	46.7%	11	0.57.53
Yahoo!	9,873	45.5%	8	0.38.11
Alice	9,768	45.0%	9	0.38.04
eBay	7,840	36.1%	7	1.09.37
Wikipedia	7,191	33.1%	3	0.08.11
Microsoft	7,176	33.0%	3	0.07.41
SeatPG Directories Online	5,353	24.6%	3	0.10.17
Tiscali	4,551	21.0%	6	0.19.58
La Repubblica	4,409	20.3%	7	0.23.24
YouTube	4,406	20.3%	3	0.23.57
Corriere della Sera	3,957	18.2%	7	0.24.16
alterVISTA	3,938	18.1%	3	0.10.08
Leonardo.it	3,830	17.6%	3	0.14.01
Mediaset.it	3,246	14.9%	6	0.22.31
Vodafone Omnitel	3,203	14.7%	5	0.26.50
Tuttogratis	3,166	14.6%	2	0.04.14
DADA	3,094	14.2%	3	0.18.17
Ciao!	3,064	14.1%	2	0.15.41
Kataweb	3,063	14.1%	3	0.09.06
Rai	2,923	13.5%	3	0.11.08
Trenitalia	2,922	13.5%	3	0.15.06
Blogger	2,913	13.4%	3	0.08.16
Poste Italiane	2,803	12.9%	4	0.09.52
Lycos Europe	2,597	12.0%	3	0.30.12
La Gazzetta dello Sport	2,590	11.9%	9	0.31.17
Splinder	2,492	11.5%	3	0.11.01
Telecom Italia	2,483	11.4%	2	0.12.12
ViaMichelin	2,378	10.9%	2	0.09.35

Fonte: Nielsen//NetRatings, NetView, Internet Applications escluse, accessi da casa e da ufficio, aprile 2007



Classifica delle top 15 Internet Application nel mese di aprile 2007

Internet Application	Utenti Unici (000)	Penetrazione sui navigatori attivi	Sessioni per Persona	Tempo per Persona
TOTAL:	17,498	80.6%	24	5.55.59
Windows Media Player (App)	11,236	51.7%	8	1.10.20
MSN Messenger Service (App)	10,282	47.3%	22	4.51.17
eMule (App)	7,013	32.3%	20	2.15.48
Skype (App)	3,591	16.5%	15	1.21.48
Apple QuickTime (App)	3,468	16.0%	4	0.02.50
iTunes (App)	2,555	11.8%	7	1.05.07
RealPlayer (App)	2,302	10.6%	7	0.40.17
WinAmp (App)	2,278	10.5%	9	1.16.22
VideoLAN Client (App)	1,939	8.9%	8	1.36.21
Google Earth (App)	1,610	7.4%	3	0.30.08
Yahoo! Messenger (App)	849	3.9%	17	1.38.55
DivX Player (App)	503	2.3%	5	0.28.12
MSN Zone (App)	501	2.3%	5	2.13.28
BearShare (App)	419	1.9%	14	1.44.47
C6 (App)	337	1.6%	16	2.20.56

Fonte: Nielsen//NetRatings, NetView, Report Internet Applications, accessi da casa e da ufficio, aprile 2007

Informazioni su Nielsen//NetRatings

Nielsen//NetRatings è lo standard globale nelle ricerche di mercato sull'audience di internet, fornisce il servizio di misurazione del traffico, studi di settore e ricerche internazionali per aiutare i clienti a comprendere i comportamenti dei consumatori e i trend del Web, così come l'efficacia dell'advertising online e delle preferenze di marca.

Per ulteriori informazioni:

Hotwire

Elena Giffoni, Alessia Bulani

Tel. 02/62032224-5

Email: elena.giffoni@hotwirepr.com, alessia.bulani@hotwirepr.com

Nielsen//NetRatings

Ombretta Capodaglio,

Email: communications.italy@eratings.com

Sito www.nielsen-netratings.com <<http://www.nielsen-netratings.com/>>