



Nielsen Online

The Nielsen Company
Via Tortona 35
20144 Milano
www.nielsen-online.com

News Release

NIELSEN ONLINE COMUNICA I DATI INTERNET RELATIVI AL MESE DI NOVEMBRE E FA IL PUNTO SUL TREND DELLA RETE NEL 2007

Milano, 28 dicembre 2007 – Nielsen Online, leader globale nelle analisi e ricerche su Internet, comunica i dati ufficiali relativi allo scenario Internet in Italia, nel mese di novembre 2007 e il trend nell'ultimo anno.

I dati del mese di novembre 2007: oltre 9 milioni gli utenti che si collegano da ufficio

Sono oltre 23 milioni gli utenti che si sono connessi al web almeno una volta a novembre da casa e/o da ufficio (24,5 se si includono anche gli utilizzatori di applicazioni come gli *instant messenger*, i software per la riproduzione video/audio o applicativi quali *Skype* e *Google Earth*), in crescita del 3% rispetto al mese precedente. Nel dettaglio, gli utenti che accedono alla Rete da casa sono sostanzialmente stabili a 18,8 milioni, mentre quelli che navigano dall'ufficio continuano a crescere superando a novembre i 9,2 milioni, con un incremento del 5% rispetto ad ottobre.

Le metriche riguardanti il consumo del web rimangono stabili o in lieve diminuzione rispetto al mese precedente: le sessioni per utente ammontano a 31, le pagine viste risultano essere poco meno di 1.600, per un totale complessivo di tempo speso online nel mese oltre 21 ore e 50 minuti.

Per quanto riguarda i comparti più performanti in termini di utenti unici, da segnalare - probabilmente anche in virtù dell'avvicinarsi del Natale - i rialzi dei siti dedicati alla casa, alla cucina e alla bellezza (9 milioni di utenti, +9% rispetto al mese scorso) e di quelli dedicati allo shopping (oltre 15,1 milioni di utenti, +7%). Tra questi, crescono soprattutto quelli per la ricerca dei prodotti e la comparazione dei prezzi (7,9 milioni, +18%) e i siti dei rivenditori online, in particolare *Internet Bookshop* (+27%) e *Media World* (+11%), leader del settore con circa 1,5 milioni di utenti rispettivamente, ma anche i siti di *D-Mail* e *Carrefour* riescono ad attirare molti visitatori superando il milione di utenti. Da segnalare inoltre l'ottima prestazione nel mese di *eBay*, leader indiscusso dell'e-commerce in Italia, che rispetto ad ottobre segna un incremento del 9% e raggiunge oltre 8,7 milioni di utenti.

Per quel che concerne le applicazioni internet, rispetto al mese precedente cresce l'utilizzo di *MSN Messenger* (+5%), *Windows Media Player* (+4%), *iTunes* (+5%), *VideoLAN Client* (+7%) e *Real Player* (+9%).

Il trend di Internet in Italia nel 2007: oltre 4 milioni di navigatori in più e un utilizzo sempre più assiduo della Rete. Confermati l'interesse e il coinvolgimento per il Web 2.0

Il trend negli ultimi 12 mesi evidenzia una crescita del 23% dei navigatori Internet che accedono da casa e ufficio, che passano da 20 a 24,5 milioni. Limitando l'analisi a coloro che si collegano da casa la crescita è del 9% mentre quelli che accedono da ufficio sono aumentati di circa un milione da aprile 07 (mese della prima rilevazione separata degli accessi dal lavoro) a novembre.

Crescono in misura rilevante anche i consumi della Rete nell'anno: le sessioni sono ormai più che giornaliere (+7% rispetto a novembre 06), le pagine viste passano da 1.300 a 1.600 circa (+22%) e il tempo speso online per persona aumenta di quasi 4 ore nell'anno, passando dalle 18 ore di novembre 06 a circa 22 ore nell'ultimo mese.

L'aumento di tutte le metriche sui consumi della Rete è la diretta conseguenza della crescente diffusione della banda larga nelle famiglie. Ormai quasi l'80% dei navigatori utilizza una connessione veloce e questi utenti sono responsabili del 92% del totale pagine viste e dell'87% del tempo speso online.

Con riferimento al profilo demografico degli utenti online si rileva sempre una prevalenza di uomini (il 58% contro il 42% di donne) ma le donne online crescono a ritmo più sostenuto (+28% nell'anno contro +19% di crescita degli uomini); questa performance permette alle donne di aumentare la loro presenza attiva sul web di quasi 2 punti percentuali, passando dal 40.7% al 42.4% dell'intera popolazione Internet. Crescono considerevolmente gli utenti appartenenti alle fasce d'età 12-17 (quasi 2 milioni, +24% rispetto al 2006) e 35-49 (8,3 milioni, +52% rispetto al 2006). A differenza dagli uomini, che perdono utenti rispetto al 2006 nella fascia d'età 18-24, le donne risultano più numerose in tutte le fasce d'età.

Tra le categorie di siti che rilevano i rialzi più significativi rispetto al 2006 da segnalare le **communities** (14,3 milioni di utenti, +46%), trainate soprattutto da *Windows Live Spaces*, *Libero Community*, *Alice Community*, *MySpace* e *Facebook*, i siti di **news** (12,5 milioni di utenti, +56%) con *La Repubblica*, *Il Corriere della Sera*, *MSN News*, *Ansa* e *Mediaset News*, i **tool di ricerca e traduzione** (10,2 milioni di utenti, +65%), trainati da *Wikipedia*, *Yahoo! Answers*, *WordReference* e *Altavista Babel Fish*, i siti di **video** (10 milioni di utenti, +96%), trainati soprattutto da *YouTube*, ma anche da *Alice Video*, *Google Video* e *Libero Video*, i siti di **mappe e informazioni di viaggio** (9,5 milioni di utenti, +69%) con *Google Maps*, *ViaMichelin*, *Paesionline*, *Google Earth* e *Mappy*, i siti di **broadcasting** (8,2 milioni di utenti, +68%), con *Mediaset*, *Rai*, *Sky*, *La Repubblica Tv* e *Corriere TV* e per finire i siti per la **ricerca immobiliare** (1,9 milioni, più che raddoppiati rispetto al 2006). Per quanto riguarda la diffusione dell'**e-commerce**, l'Italia continua a presentare ritardi rispetto agli altri paesi europei: a settembre 2007 gli acquirenti online sono stati 1,6 milioni, pari al 7% dei navigatori attivi. "L'e-commerce in Italia cresce ma a piccoli passi (+6% nell'ultimo anno, con una penetrazione del 44% sul totale dei navigatori), che non gli consentono di ridurre il gap nei confronti di altri paesi europei come Regno Unito, Francia e Germania dove la penetrazione varia dal 60 al 67%" commenta Ombretta Capodaglio, *Marketing Manager Nielsen Online*. "Nonostante questo gap, è importante sottolineare come invece in Italia Internet intervenga massicciamente a supporto delle fasi di ricerca delle informazioni: i siti di confronto prezzi hanno un peso importante all'interno della categoria e-commerce, raggiungendo il 32% dei navigatori italiani."

Parlando di Web 2.0, ovvero dei siti prodotti e aggiornati dagli utenti, si assiste ad un coinvolgimento sempre più diffuso ed interessato da parte dei navigatori. Il bisogno di socialità espresso dagli internauti si manifesta sotto diverse forme (dai blog ai video passando per i "motori di ricerca umani") e raccoglie l'interesse di 13,6 milioni di persone, il 61% dei navigatori italiani. I frequentatori di blog sono 6,4 milioni (con più di un navigatore su 5 che si muove attivamente in questi spazi della Rete). "In soli sei mesi - da gennaio a giugno del 2007 - la nostra analisi sui siti di Web 2.0 ha rilevato 2 milioni di visitatori in più. Questo dato conferma che il desiderio di condividere

esperienze ed emozioni non è un fenomeno estemporaneo ma risulta invece essere sempre più radicato tra gli internauti” continua Ombretta Capodaglio. “Ponendo infatti l’attenzione su alcuni dei casi più noti del Web 2.0, emerge come l’interesse verso nuove forme di socialità sia un fenomeno tutt’oggi in crescita, che registra incrementi di utenza molto sostenuti: Wikipedia raccoglie 8,4 milioni di utenti, con una crescita del 59% nell’anno, YouTube con oltre 7 milioni e Myspace con 2,6 milioni di utenti hanno più che triplicato l’audience nell’ultimo anno.” conclude la Capodaglio. Gli utenti del Web 2.0 inoltre hanno un consumo più intenso di Internet: passano infatti online il 40% di tempo in più rispetto al totale internauti italiani, in virtù non tanto di sessioni di navigazione più lunghe, ma di una maggior frequenza di accesso alla Rete (57 sessioni al mese contro le 41 della media italiana).

Classifica dei top 10 Brand nel mese di novembre 2007

Brand	Utenti Unici (000)	Variazione rispetto ottobre 07	Penetrazione sui navigatori attivi	Visite Totali (000)	Visite per persona	Minuti Totali (000)	Tempo per persona
Google	19,953	1%	81.4%	362,488	18	1,212,781	1.00.47
MSN/Windows Live	12,453	6%	50.8%	155,989	13	677,671	0.54.25
Alice	11,023	6%	45.0%	92,952	8	384,464	0.34.53
Libero	10,694	2%	43.6%	121,330	11	723,697	1.07.40
Yahoo!	10,296	2%	42.0%	86,862	8	414,926	0.40.18
eBay	8,722	9%	35.6%	56,407	6	524,846	1.00.11
Wikipedia	8,401	4%	34.3%	26,877	3	74,746	0.08.54
Microsoft	7,042	0%	28.7%	20,063	3	50,990	0.07.14
YouTube	7,015	4%	28.6%	29,576	4	254,836	0.36.20
SeatPG Directories Online	5,907	1%	24.1%	18,903	3	51,694	0.08.45

Fonte: Nielsen Online NetView, Internet Applications escluse, accessi da casa e da ufficio, novembre 2007

Classifica delle top 10 Internet Applications nel mese di novembre 2007

Internet Application	Utenti Unici (000)	Variazione rispetto ottobre 07	Penetrazione sui navigatori attivi	Sessioni Totali (000)	Sessioni per persona	Minuti Totali (000)	Tempo per persona
TOTAL:	19,972	5%	81.4%	479,977	24.03	7,441,291	6.12.35
MSN Messenger Service	12,081	5%	49.3%	257,446	21.31	3,549,922	4.53.50
Windows Media Player	11,939	4%	48.7%	92,826	7.78	721,613	1.00.27
eMule	7,913	3%	32.3%	145,379	18.37	978,690	2.03.41
Skype	4,075	1%	16.6%	67,385	16.54	491,361	2.00.35
Apple QuickTime	2,937	-4%	12.0%	9,009	3.07	5,616	0.01.55
iTunes	2,535	5%	10.3%	18,130	7.15	163,310	1.04.26
VideoLAN Client	2,533	7%	10.3%	24,038	9.49	231,016	1.31.13
RealPlayer	2,498	9%	10.2%	12,474	4.99	50,593	0.20.15
WinAmp	2,472	-3%	10.1%	22,291	9.02	133,248	0.53.54
Google Earth	1,536	-4%	6.3%	4,126	2.69	54,343	0.35.22

Fonte: Nielsen Online NetView, Report Internet Applications, accessi da casa e da ufficio, novembre 2007



Nielsen Online

Nielsen Online è il servizio di The Nielsen Company per l'analisi e la misurazione certificata di audience internet, advertising online, video, *consumer-generated* media, passaparola digitale, e-commerce e più in generale del comportamento dell'utente online. Include i servizi precedentemente commercializzati con i brand Nielsen//NetRatings e Nielsen BuzzMetrics. Con prodotti e servizi di qualità e tecnologicamente avanzati Nielsen Online consente agli operatori del settore di prendere decisioni consapevoli sulle loro strategie di marketing digitale.

Per maggiori informazioni: www.nielsen-online.com

Contatto: Ombretta Capodaglio (02 36578450) ombretta.capodaglio@nielsen.com

The Nielsen Company:

The Nielsen Company è la società leader a livello globale nelle informazioni e nei media che comprende brand primari e riconosciuti in vari settori: marketing information (ACNielsen), media information (Nielsen Media Research), online intelligence (NetRatings e BuzzMetrics), testate business (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). La società è attiva in oltre 100 paesi, ha sede ad Haarlem, Olanda e a New York, Stati Uniti. Per maggiori informazioni: www.nielsen.com

###