



Nielsen//NetRatings lancia il panel NetView da 20.000 utenti e StreamCensus, il servizio per la misurazione dei video

Confermata la forte crescita del video sharing in Italia. I risultati dei primi test di misurazione con i principali player dell' Internet Italiano

Milano, 8-9 novembre 2006 - Nielsen//NetRatings, leader globale nelle analisi e ricerche su Internet, in occasione dello IAB Forum 2006 comunica i dati ufficiali relativi allo scenario Internet in Italia e annuncia importanti novità nel proprio portafoglio prodotti.

L'esplosione del tempo online in Italia

Secondo Nielsen//NetRatings nel nostro paese ci sono più di 30 milioni di persone connesse alla rete da casa e/o ufficio. Di questi, più di 19 milioni (19,8, per la precisione) hanno navigato in Internet e/o utilizzato almeno una volta delle applicazioni Internet nel mese di settembre 2006

Sebbene l'Italia non si collochi certo tra i paesi europei che hanno trainato la crescita di Internet nell'ultimo anno in termini di navigatori (+1% rispetto ad esempio al +21% della Spagna, +17% della Francia e ad un +7% di media europea), il nostro paese è sicuramente quello che si sviluppa più di tutti in termini di incremento di tempo speso online per singolo navigatore.

Per la prima volta gli italiani hanno sorpassato le 17 ore al mese spese sul web per un incremento totale di +32% rispetto al settembre 2005. Internet ha lanciato ufficialmente la sfida agli altri mezzi di comunicazione pubblicitaria, erodendone una parte importante di tempo.

L'evoluzione in termini di tempo speso in rete è legata in maniera diretta alla crescente penetrazione nel nostro paese delle connessioni veloci, che sono arrivate a coprire il 70% dell'utenza da casa. Chi non dispone di connessioni veloci oramai è ai margini di questa rivoluzione, producendo consumi di pagine viste irrisorie rispetto agli utenti BroadBand. Il numero pagine visitate al mese da utenti con banda inferiore ai 128k è di 445 contro le 1.522 di chi utilizza una banda con velocità maggiore ai 512k (+242%).

La crescita del Video Sharing

Le connessioni veloci influenzano però i consumi non solo in termini di tempo, ma anche di tipologia di contenuti, portando ad un incremento dell'utilizzo delle Internet application e spalancando le porte al video streaming.

Secondo Nielsen//NetRatings dimostrazione di tale fenomeno è il fatto che nei primi due posti della classifica dei brand Internet a più alto tasso di crescita annua nel mondo da gennaio a luglio 2006 vi siano YouTube e Metacafè che, incrementando rispettivamente il proprio traffico del 495% e del 302%, sono tra i siti di Video Sharing di maggior successo. L'Italia è uno dei paesi in cui si attesta la crescita maggiore anche grazie ad un player nazionale quale Libero che, con Libero Video & Fun, apre la classifica dei 3 top Video Sharing (Libero Video & Fun, YouTube, Google Video).

Interessante evidenziare il profilo demografico degli utenti di questa tipologia di servizi che si caratterizzano per essere giovani di sesso maschile (67%) nella fascia di età tra i 12 e 35 anni.

Nuovi fenomeni. nuovi servizi di misurazione Nielsen//NetRatings

Per rispondere quindi alle esigenze di misurazione del mercato italiano, notevolmente caratterizzato da nuovi fenomeni in forte evoluzione tra i quali il Video Sharing è uno dei più evidenti, Nielsen//NetRatings ha ampliato la propria strategia di offerta di servizi per la misurazione di Internet.



Le tecniche di raccolta e le metriche di misurazione sviluppate per comprendere questo fenomeno vengono illustrate allo IAB Forum 2006. Nielsen//NetRatings, in qualità di terza parte indipendente per la certificazione dei risultati relativi al lancio da parte di Libero di Play Video - il primo spot digitale pensato per il passaparola in Rete -, mostra la strada su come studiare il fenomeno emergente.

“Un ambiente tecnologico e comunicazionale tanto complesso ha bisogno di informazioni puntuali per essere compreso e utilizzato” afferma Luca Bordin, Direttore per l'Italia di Nielsen//NetRatings. “Per questo Nielsen//NetRatings si è concentrata sulla forma di comunicazione a più elevato tasso di sviluppo sulla rete Internet, i contenuti Multimediali (DAV) e ha creato Nielsen//NetRatings StreamCensus.” Conclude.

Grazie a questo strumento Nielsen//NetRatings è in grado di rilevare e monitorare censuariamente qualsiasi contenuto multimediale incluso in un player Flash (a breve anche WMP e RM).

Il passo successivo è rappresentato dall'integrazione in un unico database delle informazioni provenienti da NetView - il nuovo panel per la misurazione dell'audience dei siti italiani da 20.000 internauti annunciato al mercato in questi giorni - con le informazioni provenienti da StreamCensus.

Un servizio unico e mai realizzato fino ad oggi che consentirà a planner e editori di profilare con esattezza l'audience censuaria dei contenuti multimediali.

La rete italiana a Settembre 2006

	Settembre2006
Popolazione in casa e/ufficio connessi (2+)	30,763,991
Navigatori e utilizzatori internet di tutte le applicazioni almeno una volta nel mese (2+)	19,855,947
Navigatori e utilizzatori di instant messaging, media player, file sharing, almeno una volta nel mese (2+)	18,512,000
Sessioni Internet per persona	37
Sessioni web per persona	28
Tempo al computer per persona	33:59:42
Tempo web per persona	17:05:26
Domini visti per persona	68
Pagine viste per persona	1244
Durata della pagina vista	00:00:49
Navigatori BroadBand da casa	11,964,620
% Pagine viste BroadBand	91%
% Tempo web BroadBand	85%

Nielsen//NetRatings. Panel Home & Work. Italia. Settembre 2006

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 potete visitare il sito www.nielsen-netratings.com
<http://www.nielsen-netratings.com/>

UFFICIO STAMPA Nielsen//NetRatings

Hotwire

Elena Giffoni – Tel: 02 62032224 E: elena.giffoni@hotwirepr.com

Alessia Bulani – Tel: 02 62032225 E: alessia.bulani@hotwirepr.com