



Nielsen//NetRatings comunica i dati Internet relativi al mese di maggio 2007: utenza e consumi in crescita rispetto ad aprile

Milano, 29 giugno 2007 – Nielsen//NetRatings, leader globale nelle analisi e ricerche su Internet, comunica i dati ufficiali relativi allo scenario Internet in Italia nel mese di maggio 2007, il secondo rilascio con la nuova metodologia e con un panel da circa 15 mila individui.

Sono 21,4 milioni gli utenti che si sono connessi al web almeno una volta a maggio da casa e/o da ufficio, 8,3 milioni quelli che si sono collegati solo da ufficio. Il dato sale rispettivamente a 22,8 milioni e 8,5 milioni se si includono anche gli utilizzatori di applicazioni quali gli instant messenger e i media player.

Rispetto al mese di aprile, quando tipicamente le festività riducono l'utilizzo di Internet, a maggio si registra un aumento del numero di navigatori attivi (in media del 4% considerando i diversi luoghi di accesso e l'utilizzo o meno delle applicazioni) e dei consumi del mezzo (in media dell'11%): gli internauti hanno ormai una frequentazione della rete più che giornaliera (35 sessioni in media contro le 30 di aprile) e con riferimento al tempo speso, coloro che accedono dall'ufficio passano online 30 ore nel mese contro le 25 di aprile, mentre i navigatori da casa dedicano al web circa 15 ore al mese, una in più rispetto ad aprile.

Analizzando per profilo demografico il tempo speso complessivamente al PC si conferma un utilizzo ben più elevato per gli uomini rispetto alle donne (oltre 50 ore il tempo medio speso al computer da casa e/o da ufficio contro le 46 ore delle donne), ma è interessante notare che il gap si sta riducendo (era superiore alle 10 ore solo un anno fa) e soprattutto che all'interno dei due generi, gli heavy users sono in differenti fasce d'età: gli uomini che passano più tempo davanti al computer hanno dai 35 ai 49 anni, con oltre 59 ore, mentre le donne sono più giovani, di età compresa tra i 21 e i 34 anni e un tempo speso di circa 60 ore.

Per quanto riguarda le categorie di siti più visitate nel mese di maggio, le scadenze fiscali e il pagamento delle imposte fanno crescere l'utenza dei siti finanziari, in particolare quelli di banking online (8,8 milioni, +14% rispetto ad aprile) e quella del sito di Agenzia delle Entrate (+38%). L'avvicinarsi della maturità fa aumentare audience sui siti dedicati all'istruzione e allo studio (5,6 milioni, +16%) e di siti quali Studenti.it (+37%). Cresce anche l'audience sui siti di viaggio, soprattutto su quelli di voli (+19%) e crociere (+44%) e sui siti dedicati alla salute, alla cucina, alla famiglia e alla casa.

A maggio si registra anche una rilevante crescita di utenti nella categoria entertainment (+6%): aumentano in media del 13% i siti di sport, trainati dalle importanti competizioni che nel mese hanno visto impegnate le squadre italiane, dalla Champions League con la vittoria del Milan (il sito A.C. Milan raggiunge 690 mila utenti unici e si posiziona al quarto posto della categoria sport, dopo Gazzetta dello Sport e i canali sport di Alice e Yahoo!) alla Louis Vuitton Cup, con Luna Rossa in finale. Ma non solo sport: crescono anche le categorie video e cinema, broadcast media e musica, tutte con un incremento dell'11% rispetto ad aprile. Con riferimento al broadcasting musicale, da citare l'ottima prestazione nel mese di Radio 105, che cresce del 15% rispetto ad aprile superando i 400 mila utenti unici.



Classifica dei top 30 brand nel mese di maggio 2007

Brand	Utenti Unici (000)	Variazione rispetto aprile 07	Penetrazione sui navigatori attivi	Visite per persona	Tempo per persona
Google	17,992	3%	78.9%	19	0.57.19
MSN/Windows Live	10,732	3%	47.0%	13	0.48.53
Libero	10,536	4%	46.2%	12	1.03.34
Yahoo!	10,354	5%	45.4%	8	0.40.42
Alice	10,347	6%	45.4%	10	0.42.00
eBay	7,816	0%	34.3%	7	1.13.22
Wikipedia	7,810	9%	34.2%	3	0.10.07
Microsoft	7,804	9%	34.2%	3	0.06.52
SeatPG Directories Online	5,780	8%	25.3%	4	0.10.47
YouTube	5,129	16%	22.5%	4	0.32.19
La Repubblica	4,958	12%	21.7%	9	0.23.44
Tiscali	4,886	7%	21.4%	7	0.25.48
Leonardo.it	4,152	8%	18.2%	3	0.14.56
alter VISTA	4,139	5%	18.1%	3	0.08.27
Corriere della Sera	4,050	2%	17.8%	9	0.25.01
Ciao!	3,703	21%	16.2%	3	0.20.08
Kataweb	3,674	20%	16.1%	3	0.09.06
Vodafone Omnitel	3,575	12%	15.7%	5	0.29.01
Blogger	3,465	19%	15.2%	3	0.07.08
Rai	3,377	16%	14.8%	4	0.14.25
Tuttogratis	3,251	3%	14.3%	2	0.03.51
DADA	3,242	5%	14.2%	3	0.12.44
Mediaset.it	3,191	-2%	14.0%	7	0.24.39
Poste Italiane	3,174	13%	13.9%	4	0.09.05
Trenitalia	3,127	7%	13.7%	3	0.13.22
La Gazzetta dello Sport	3,072	19%	13.5%	9	0.27.47
Splinder	3,040	22%	13.3%	3	0.08.02
Lycos Europe	2,770	7%	12.1%	4	0.44.01
ForumFree	2,532	13%	11.1%	4	0.38.13
ViaMichelin	2,454	3%	10.8%	2	0.09.29

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



Classifica delle top 15 Internet Application nel mese di maggio 2007

Internet Application	Utenti Unici (000)	Variatione rispetto aprile 07	Penetrazione sui navigatori attivi	Visite per persona	Tempo per persona
TOTAL:	18,303	5%	80%	26	6.21.29
Windows Media Player (App)	11,765	5%	52%	9	1.08.45
MSN Messenger Service (App)	10,789	5%	47%	24	5.30.35
eMule (App)	7,420	6%	33%	20	2.10.27
Skype (App)	3,947	10%	17%	17	1.35.09
Apple QuickTime (App)	3,453	0%	15%	3	0.02.12
iTunes (App)	2,670	5%	12%	6	0.52.46
RealPlayer (App)	2,617	14%	11%	6	0.27.47
WinAmp (App)	2,409	6%	11%	9	1.15.40
VideoLAN Client (App)	2,107	9%	9%	8	1.24.22
Google Earth (App)	1,428	-11%	6%	3	0.33.55
Yahoo! Messenger (App)	836	-2%	4%	21	2.13.14
MSN Zone (App)	563	12%	2%	5	1.51.29
DivX Player (App)	540	7%	2%	4	0.41.01
BearShare (App)	409	-2%	2%	13	1.27.13
LimeWire (App)	335	14%	1%	9	1.17.48

Fonte: Nielsen//NetRatings, NetView, Report Internet Applications, accessi da casa e da ufficio, maggio 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.

Nella nuova sezione "Eventi" del sito italiano è da oggi è possibile trovare informazioni su tutti gli eventi che Nielsen//NetRatings organizza o supporta con la sua partecipazione. Oltre alla lista aggiornata degli appuntamenti il sito offre la possibilità di scaricare, in versione pdf, le presentazioni Nielsen//NetRatings proposte durante gli eventi in calendario.

<http://www.nielsen-netratings.com/intl.jsp?country=it>

<<http://www.nielsen-netratings.com/intl.jsp?country=it>>

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: ocapodaglio@netratings.com

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