



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 GENNAIO 2008: STABILI MA PIU' ASSIDUI IN RETE I NAVIGATORI NEL MESE

**I “propositi del nuovo anno” online, i pagamenti dei tributi di inizio anno
e Google per la prima volta oltre la soglia dei 20 milioni di utenti**

Milano, 26 febbraio 2008 – Nielsen Online, leader globale nelle analisi e ricerche su Internet, comunica i dati ufficiali relativi allo scenario internet in Italia nel mese di gennaio 2008.

Il primo mese del 2008 vede consolidarsi il dato di utenza internet raggiunto a fine 2007: 23 milioni di navigatori si sono connessi al web almeno una volta nel mese da casa o ufficio, diventano 24,3 milioni includendo gli utilizzatori delle applicazioni internet, come l'instant messenger o i programmi per scaricare musica e film. Utenti sostanzialmente stabili quindi rispetto al mese di dicembre, ma decisamente più assidui: in media ciascun navigatore ha trascorso online due ore in più (quasi 22 ore nel mese contro le 20 ore circa di dicembre), 3 sessioni in più al mese (sono 32 a gennaio, oltre una sessione al giorno) e visualizzano 170 pagine in più (1.600 contro le 1.430 di dicembre). Anche il confronto con il mese di gennaio del 2007 rileva un trend di crescita nei consumi del mezzo: in particolare il tempo speso online è cresciuto del 18% (erano 18 ore e 30 minuti lo scorso anno) e le pagine viste del 20% (erano circa 1.300).

“Analizzando le categorie di siti più visitate nel mese di gennaio, emerge un utilizzo della rete che richiama ai più classici ‘propositi del nuovo anno’: la ricerca di un nuovo lavoro o di una nuova casa, l'attenzione alla salute e alla forma fisica, le valutazioni sulla propria situazione finanziaria e sull'opportunità di nuove forme di risparmio o finanziamento, per finire con il desiderio di iniziare il nuovo anno con una bella vacanza” commenta Ombretta Capodaglio, *marketing manager* Nielsen Online. L'incremento più significativo di traffico si registra infatti nei siti dedicati alla ricerca di lavoro, visitati nel mese da 3,7 milioni di utenti (+53% rispetto a dicembre). I siti per la ricerca immobiliare superano a gennaio i 2 milioni di utenti, con un incremento del 40% rispetto al mese di dicembre. I siti dedicati alla salute, al benessere e alla forma fisica registrano una crescita di utenti del 13%, attirando 5,2 milioni di visitatori. Molto visitati a gennaio anche i siti di informazione finanziaria (4 milioni di utenti, +10%) e i siti di viaggi, che in generale crescono del 4% e superano i 13,6 milioni di utenti unici nel mese. All'interno della categoria travel, incrementano l'audience in

particolare i siti di mappe e informazioni di viaggio (+7%), i siti delle compagnie aeree (+9%) e le crociere (+37%), che riprendono dopo la pausa autunnale.

Come di consueto nel mese di gennaio molti italiani fanno ricorso a internet per il disbrigo degli adempimenti di inizio anno, quali il pagamento del canone Rai, il pagamento del bollo auto e le altre scadenze fiscali. La sezione informativa sull'abbonamento di **Rai.it** è stata visitata da 770 mila utenti (erano stati 500 mila a gennaio 07), il sito di **Agenzia delle Entrate**, con 1,7 milioni di visitatori, ha incrementato del 48% la propria utenza rispetto a dicembre e del 15% rispetto allo scorso anno, mentre il sito dell'**ACI** ha richiamato oltre 900 mila visitatori, raddoppiando l'utenza del mese di dicembre pur senza replicare il picco di 1,2 milioni registrato nel gennaio 2007. "Questo fenomeno non è una novità della rete: da alcuni anni si evidenzia nel mese di gennaio una quota significativa di utenza che si informa, scarica la documentazione e calcola gli importi online. Quello che emerge negli ultimi due anni è che una parte consistente di questi utenti - circa il 44% quest'anno - effettua anche i pagamenti online. Sono infatti 340 mila gli utenti che visitano il sito **Taxtel**, canale preferenziale per il pagamento via internet del canone RAI e oltre 400 mila quelli che visitano la sezione del sito ACI dove è possibile effettuare il pagamento del bollo auto" aggiunge Ombretta Capodaglio.

Analizzando la classifica dei siti più visti nel mese, va rilevato che per la prima volta **Google** supera la soglia dei 20 milioni di visitatori (20,2 milioni per l'esattezza, con un incremento del 2% rispetto a dicembre), con una penetrazione dell'83% sul totale dei navigatori attivi totali e dell'88% sui navigatori web. Dopo il calo del mese di dicembre, a gennaio riprende il trend positivo di **Wikipedia**, che recupera il 13% di utenza e raggiunge 8,6 milioni di utenti. Forte crescita anche per **YouTube** (7,8 milioni, +11%) e **Blogger** (6,2 milioni, +13%) che entra per la prima volta nella top ten dei siti più visti. Si segnalano anche le forti crescite di **La Repubblica** e **Il Corriere della Sera** (+13% e +17% rispettivamente) tra i siti di news e di **Mediaset** e **RAI** (+14% e +29% rispettivamente) tra i broadcaster televisivi.

Classifica dei top 10 Brand nel mese di gennaio 2008

Brand	Utenti Unici (000)	Variazione rispetto dicembre 07	Penetrazione sui navigatori attivi	Visite Totali (000)	Visite per persona	Minuti Totali (000)	Tempo per persona
Google	20,227	2%	83.3%	384,564	19	1,221,795	1.00.24
MSN/Windows Live	12,590	1%	51.9%	135,081	11	609,000	0.48.22
Libero	11,516	5%	47.4%	132,275	11	707,795	1.01.28
Yahoo!	10,728	6%	44.2%	80,570	8	369,318	0.34.25
Virgilio	10,330	-4%	42.5%	87,618	8	389,993	0.37.45
Wikipedia	8,596	13%	35.4%	28,665	3	88,810	0.10.20
eBay	8,523	-11%	35.1%	61,537	7	573,658	1.07.18
Microsoft	7,817	5%	32.2%	24,330	3	49,843	0.06.23
YouTube	7,793	11%	32.1%	35,505	5	301,771	0.38.43
Blogger	6,214	13%	25.6%	18,320	3	37,997	0.06.07

Fonte: Nielsen Online NetView, Internet Applications escluse, accessi da casa e da ufficio, gennaio 2008

Classifica delle top 10 Internet Applications nel mese di gennaio 2008

Internet Application	Utenti Unici (000)	Variazione rispetto dicembre 07	Penetrazione sui navigatori attivi	Sessioni Totali (000)	Sessioni per persona	Minuti Totali (000)	Tempo per persona
TOTAL:	19,546	-2%	80.5%	463,207	24	7,234,326	6.10.07
Windows Live Messenger	12,161	0%	50.1%	250,285	21	3,400,103	4.39.36
Windows Media Player	11,596	-3%	47.8%	89,161	8	716,754	1.01.49
eMule	7,902	-1%	32.5%	146,182	19	925,617	1.57.08
Skype	4,312	6%	17.8%	67,539	16	464,206	1.47.39
Apple QuickTime	2,884	-4%	11.9%	8,379	3	11,239	0.03.54
VideoLAN Client	2,752	11%	11.3%	24,647	9	245,587	1.29.15
iTunes	2,481	-10%	10.2%	17,808	7	200,617	1.20.52
RealPlayer	2,196	-1%	9.1%	10,242	5	36,058	0.16.25
WinAmp	1,717	-15%	7.1%	14,696	9	91,003	0.53.01
Google Earth	1,477	5%	6.1%	4,070	3	47,668	0.32.16

Fonte: Nielsen Online NetView, Report Internet Applications, accessi da casa e da ufficio, gennaio 2008

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 36578467) 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

###