

COMMENTO AI DATI DI NOVEMBRE 05 DEGLI ANALISTI NIELSEN//NETRATINGS

Milano, 19 dicembre 2005 – In corrispondenza all'uscita dei dati Audiweb relativi al mese di novembre 2005, gli analisti Nielsen//netratings commentano i dati dello scenario internet italiano - utenza casa+ufficio. Commento ai dati di Maggio 03 Sono poco più di 14 milioni gli italiani che nel mese di maggio hanno effettuato almeno una navigazione sul Web da casa o dal luogo di lavoro. Un utilizzo che conferma sostanzialmente il dato di aprile anche in termini di tempo dedicato alla rete e di numero di sessioni. Rispetto ad un anno fa circa un milione di nuovi navigatori sono stati guadagnati a Internet, un tasso di crescita su base annua del 10%. Se tra novembre 2002 e gennaio 2003 la crescita annua della rete si presentava ad una cifra, stiamo assistendo ad un recupero nel processo di penetrazione del mezzo tra la popolazione italiana. La navigazione di maggio si caratterizza per una frequentazione intensa di alcune tipologie di siti legati al mondo della Pubblica Amministrazione, degli Atenei, della salute e della finanza. Oltre quattro milioni di cittadini si sono connessi ai siti governativi, il 9,4% in più rispetto ad aprile. Le elezioni hanno generato traffico sui siti di alcune amministrazioni locali e di alcuni Ministeri, così come una serie di adempimenti fiscali ha indotto alcuni navigatori a cercare informazioni e modulistica direttamente online. Molto consistente è stato il traffico sui siti delle Università in prossimità della sessione estiva degli esami e delle pre-iscrizioni al nuovo anno accademico, determinando un incremento del 67% rispetto al mese precedente. Il fenomeno ha interessato oltre un milione di navigatori, il 18% dei quali tra i 21 ed i 24 anni. La familiarità dei giovani nei confronti di Internet fa sì che questo diventi il mezzo privilegiato per interfacciarsi con il settore "Pubblico", le Istituzioni, le Aziende. Una sfida che tutto il mondo della burocrazia e dei servizi non potrà mancare di vincere nei prossimi anni, pena il rischio di non riuscire a comunicare con le classi lavorative (e contribuenti) di domani. La minaccia Sars, la polmonite atipica, stimola esigenze informative che trovano in rete alcune risposte. I siti informativi sulla salute crescono a maggio del 17% in termini di audience. Molta attività si registra anche nel mondo dei servizi finanziari online. Complessivamente il comparto ha beneficiato di un 8% di utenti unici in più rispetto ad aprile. Si tratta di un ambito che a maggio coinvolge quasi tre milioni di italiani, un navigatore su cinque. Le crescite impattano soprattutto il mondo delle assicurazioni (per la possibilità di ricevere preventivi online) e dell'informazione finanziaria (in particolare l'area finance del portale Yahoo.it è stata visitata da 187 mila navigatori, +20% da aprile, il canale money di msn.It da 119 mila, la sezione business di libero.It da 92 mila utenti). Ma incrementi di traffico si registrano anche nei siti degli Istituti Bancari, precisamente nelle aree riservate alla clientela (quelle https, che richiedono l'inserimento della password) ad indicare un crescente utilizzo dei servizi bancari virtuali da parte degli italiani. Il quadro delle navigazioni di maggio che ne risulta sembra molto improntato ad un utilizzo funzionale della rete, cui si ricorre per acquisire aggiornamenti informativi in tempo reale e per ricorrere ad una serie di servizi che fanno risparmiare code agli sportelli ed attese a numeri verdi. Ma Internet non è anche entertainment, e maggio, con la finale di Champions League e quella di campionato ha mobilitato molti fans sui siti delle squadre di calcio e di informazione sportiva (gazzetta.It consolida il suo pubblico di oltre 700 mila lettori unici online, il canale sport di Kataweb è stato visitato da 155 mila utenti, un incremento del 37% da aprile). A novembre il mercato Internet consolida i risultati importanti messi a segno nel mese di ottobre: sono stati 17,5 milioni gli italiani che si sono connessi almeno una volta ad un sito Web. Al netto della lieve flessione rispetto ad ottobre (-1%) è comunque significativa la crescita del popolo della rete su base annuale: un incremento del 7% rispetto a novembre 2004. Ancora più significativa la crescita dei consumi nell'anno: a novembre ciascun navigatore effettua in media 24 connessioni al Web per un totale di oltre tredici ore spese online nel mese (4 sessioni, 330 pagine e 2 ore e 45 minuti in più per persona rispetto a novembre 2004). Nel mese cresce la penetrazione delle donne online, che rappresentano ora il 42% dei navigatori Internet, ma gli uomini si confermano consumatori più assidui della rete, con 45 sessioni e 39 ore e 30 minuti di tempo speso online contro 26 sessioni e 23 ore e 30 minuti delle donne. Nel contesto europeo, l'Italia raggiunge la Germania per penetrazione delle donne sul totale dei navigatori, ma rimane ancora distante da Francia e Uk, dove la quota delle donne è del 46-47%. Con riferimento ai consumi, le donne italiane sono ancora quelle che passano meno tempo online, anche se il gap con Germania e Uk si è ridotto a circa 4 ore. Discorso a parte per la Francia, dove i livelli di consumo della rete sono decisamente superiori a quelli di tutti gli altri paesi europei (in media, +53% rispetto all'Italia e +43% rispetto a Uk). Un dato per tutti: le donne francesi passano online esattamente lo stesso tempo degli uomini italiani! Da rilevare anche la crescita dei consumi degli over 55 anni nel mese: 5 sessioni e circa 3 ore in più rispetto ad ottobre in Italia. Anche Germania e Francia rilevano incrementi analoghi. A novembre i navigatori italiani riprendono a visitare i siti di viaggi in vista delle imminenti vacanze natalizie (+2% rispetto al mese

precedente, con 8,2 milioni di utenti); trainanti per il settore le agenzie online (Expedia +11%, eDreams +10% e Lastminute.com +14%), le compagnie aeree (Alitalia +10% e Volareweb.com +21%) e i siti di informazione sui viaggi quali Paesionline (+51%) e Agendaonline (+13%). Meno interessati ai viaggi nel periodo natalizio e più propensi allo shopping, ai siti di cucina e all'invio di cartoline virtuali i francesi, gli inglesi e i tedeschi. Parallelamente alla maggiore consultazione di siti di viaggi, l'avvicinarsi delle festività natalizie vivacizza anche in Italia l'utilizzo di attività più ludiche. La categoria entertainment rileva un incremento di traffico del 2% con 12,9 milioni di utenti. Si inizia anche a pensare allo shopping natalizio. Quasi 7 milioni di navigatori hanno visitato siti di e-commerce segnando un incremento del 4% rispetto ad ottobre. Da sottolineare la notevole crescita dei siti Monclick.it, che raggiunge 750 mila visitatori (+55%), e Malteam con 720 mila utenti (+62%).