**הודעה לתקשורת**

**ועדת המדרוג למדידת שיעורי גלישה באינטרנט – דירוג אתרים וקבוצות, נובמבר 2011**

מסמך זה מציג לראשונה ממצאים ממחקר הוועדה למדרוג האינטרנט, על האינטרנט הישראלי לחודש נובמבר 2011.

נתוני הוועדה למדרוג האינטרנט מתבססים על מערכת מדידה של חברת גמיוס (Gemius), המספקת שירותים דומים במגוון מדינות אירופאיות ובהן דנמרק, פולין, נרווגיה ועוד רבות. החברה מיוצגת בארץ על ידי "גמיוס ישראל – החברה הישראלית למדידת רייטינג באינטרנט".

נתוני הגלישה בישראל נמדדים **בפועל** בכל האתרים החברים בוועדה, ולא על דיווחי גלישה מבוססי מודעות וזכירה.

הוועדה מספקת לחבריה מידע דמוגרפי מקיף על קהל הגולשים מכתובות IP מקומי באתרים ישראלים בגילאי 7 ומעלה בהתבססות על פאנל של כ 30,000 גולשים אשר ענו על שאלון דמוגרפי מקיף ונמדדים בפועל בעת גלישתם.

נתוני הועדה מספקים מידע רחב על אוכלוסיית הגולשים:

פרופיל סוציו-דמוגרפי, טכנולוגי, צרכני ותחומי ענין של הגולשים במדינת ישראל.

נתונים אלו יאפשרו, לראשונה בשוק הישראלי, תכנון מדיה מושכל ואפקטיבי, הדומה לתכנון המדיה הקיים בטלוויזיה. אפקטיביות הפרסום צפויה לגרום לאורך זמן למפרסמים להסית תקציבי פרסום ממדיות אחרות לפרסום באינטרנט, כפי שקרה במדינות אחרות בעקבות הסדרת המדידה ואספקת נתונים סדירים לשוק.

נתוני הוועדה מתייחסים ישירות למספר גולשים בפועל (Real Users) ולפיכך נותנים תמונה מהימנה על ה-reach האמיתי מתוך האוכלוסיה. טכניקות מדידה אלטרנטיביות המבוססות על Unique Users הנמדדים באמצעות נתוני "עוגיות תקשורת" (cookies) עלולות שלא לתאר נאמנה את כמות הגולשים באתרים. מנתוני הועדה עולה כי אוכלוסיית הגולשים בישראל באתרי הוועדה המונה כ 4.5 מליון גולשים "מייצרת" כ 30,000,000 קוקיס בחודש.

הוועדה מודדת כרגע כ 60 אתרים בתוכם האתרים המובילים באינטרנט הישראלי. בהמשך תספק הוודעה מדידה של פלטפורמות סלולריות ותכני וידיאו ברשת.

לפי סקר גולשים מקביל שנערך עבור הוועדה למדרוג האינטרנט ע"י מכון מרקט ווטש ובוקר על ידי יועץ הסטטיסטי של וועדת המדרוג פרופ' צבי גילולה, אומדן האוכלוסיה הגולשת בישראל בגילאי 7 ומעלה עומדת על 4,593,010. כ 53% מתוכם גברים ו 47% נשים.

הוועדה מספקת תוכנה לתכנון מדיה לכל חבר בוועדה (משרדי אינטראקטיב ואתרי האינטרנט), עם מידע יומיומי מעמיק על האתרים השונים. התוכנה מאפשרת מציאת קהלי מטרה ספציפיים בחיתוכים פנימים במדורי האתרים ובכך תייעל את הפרסום במדיה. המידע החדש ישמש ללימוד מעמיק יותר של שוק האינטרנט ויצירת עולם חדש של תכנון מדיה.

מנכ"ל הוועדה, שגיא סטוניס מברך על הנתונים שנאספו ובטוח שזה יזניק את השוק (מפרסמים, עורכי תוכן ופרסומאים) ויתן כלי עבודה משמעותי בשוק.

**דירוג האתרים באינטרנט הישראלי, חשיפה חודשית\***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **אתר** | **גולשים**  **(Real Useres) באלפים** | **אחוז חשיפה (Reach)** | **דפים נצפים (page views)**  **באלפים** | **זמן שהייה**  **(Avg. time spent on site per visitor) hr:min:s** |
| 1 | walla.co.il | 2,552 | 50.00% | 612,363 | 10:15:49 |
| 2 | ynet.co.il | 2,330 | 45.67% | 244,887 | 09:42:26 |
| 3 | tapuz.co.il | 1,565 | 30.66% | 45,604 | 00:46:23 |
| 4 | mako.co.il | 1,475 | 28.91% | 72,513 | 02:11:03 |
| 5 | nana10.co.il | 1,472 | 28.85% | 50,437 | 01:38:13 |
| 6 | themarker.com | 641 | 12.56% | 24,826 | 01:12:23 |
| 7 | one.co.il | 612 | 11.98% | 55,536 | 05:18:17 |
| 8 | nrg.co.il | 588 | 11.53% | 15,953 | 00:59:08 |
| 9 | msn.co.il | 562 | 11.00% | 28,133 | 03:08:46 |
| 10 | mouse.co.il | 552 | 10.82% | 6,915 | 00:44:55 |
| 11 | globes.co.il | 542 | 10.62% | 36,927 | 05:06:01 |
| 12 | xnet.co.il | 495 | 9.70% | 7,909 | 00:58:45 |
| 13 | haaretz.co.il | 469 | 9.19% | 15,962 | 02:39:39 |
| 14 | wallashops.co.il | 447 | 8.77% | 7,222 | 00:15:04 |
| 15 | sport5.co.il | 411 | 8.05% | 23,336 | 03:52:38 |
| 16 | net-games.co.il | 380 | 7.44% | 14,238 | 01:09:14 |
| 17 | hotmail | 321 | 6.30% | 28,907 | 01:46:56 |
| 18 | mynet.co.il | 319 | 6.24% | 2,817 | 00:31:24 |
| 19 | myfirsthomepage.co.il | 295 | 5.79% | 10,017 | 00:50:06 |
| 20 | netex.co.il | 289 | 5.67% | 34,875 | 05:30:12 |
| 21 | alljobs.co.il | 272 | 5.33% | 11,261 | 00:52:26 |
| 22 | wlmessenger | 265 | 5.18% | 48,579 | 13:48:08 |
| 23 | kama.co.il | 227 | 4.45% | 1,955 | 00:06:13 |
| 24 | buy2.co.il | 219 | 4.30% | 2,447 | 00:09:15 |
| 25 | tipo.co.il | 185 | 3.63% | 2,962 | 00:27:15 |
| 26 | styleriver.mako.co.il | 140 | 2.75% | 6,364 | 00:19:31 |
| 27 | bigdeal.co.il | 133 | 2.61% | 1,053 | 00:06:31 |
| 28 | wallatours.co.il | 124 | 2.42% | 1,897 | 00:10:28 |
| 29 | zahav.ru | 114 | 2.23% | 16,050 | 11:45:09 |
| 30 | jobcity.co.il | 103 | 2.01% | 1,546 | 00:14:54 |
| 31 | mazaltov.walla.co.il | 100 | 1.95% | 882 | 00:09:46 |
| 32 | ynet-shops.co.il | 77 | 1.51% | 478 | 00:03:58 |
| 33 | vgames.co.il | 70 | 1.37% | 1,254 | 00:36:47 |
| 34 | yoram.co.il | 67 | 1.32% | 536 | 00:05:49 |
| 35 | ynettours.co.il | 59 | 1.16% | 403 | 00:06:36 |
| 36 | haaretz.com | 58 | 1.13% | 2,352 | 01:24:20 |
| 37 | ynetnews.com | 55 | 1.09% | 2,451 | 02:54:29 |
| 39 | zooli.co.il | 24 | 0.48% | 382 | 00:21:53 |
| 40 | yedioth.co.il | 23 | 0.44% | 216 | 00:06:54 |
| 41 | ybook.co.il | 11 | 0.22% | 72 | 00:04:13 |

\*יש לצפות שנתוני המידרוג כפי שידווחו מדי חודש יהיו חשופים למידה מסוימת של שינויים הנובעים בין השאר מגורמי עונתיות ומפעולות איחוד והפרדה היזומות על ידי האתר

הוועדה מודדת כ 60 אתרים, דרוג האתרים מכיל אתרים שאישרו את הפצת נתוניהם, בהמשך יצטרפו אתרים נוספים לדרוג.

**דירוג קבוצות בעלות באינרטנט הישראלי, חשיפה חודשית\***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **קבוצה** | **גולשים (Real Useres) באלפים** | **אחוז חשיפה (Reach)** | **דפים נצפים**  **(page views) באלפים** | **זמן שהייה (Avg.time spent on site per visitor) - hr:min:s** |
| 1 | קבוצת וואלה1 | 2,810 | 55.06% | 642,816 | 09:54:01 |
| 2 | קבוצת וינט2 | 2,673 | 52.38% | 286,171 | 09:02:01 |
| 3 | קבוצת תפוז3 | 1,678 | 32.87% | 55,621 | 00:52:05 |
| 4 | קבוצת מאקו4 | 1,606 | 31.46% | 81,324 | 02:03:23 |
| 5 | קבוצת הארץ דה מרקר5 | 1,214 | 23.79% | 50,055 | 02:04:20 |

\*קבוצת בעלות: מתייחסת לכל אתר שמוחזק בשיעור הוני של מעל 50% מהון המניות על ידי מי מהקבוצות. הדרוג מתייחס לקבוצות בעלות החברות בוועדה למדרוג האינטרנט

1קבוצת וואלה כוללת את האתרים:walla.co.il, wallashops.co.il, tipo.co.il, zahav.ru, jobcity.co.il, mazaltov.walla.co.il, vgames.co.il, yoram.co.il (ללא יד 2)

2קבוצת וינט כוללת את האתרים: ynet.co.il, ,xnet.co.il, net-games.co.il mynet.co.il ,bigdeal.co.il ,ynet-shops.co.il, ynettours.co.il, ynetnews.com, zooli.co.il, yedioth.co.il ,ybook.co.il ynetalbums.co.il, alljobs.co.il (ללא winwin ו כלכליסט)

3קבוצת תפוז כוללת את האתרים: tapuz.co.il, myfirsthomepage.co.il

4קבוצת מאקו כוללת את האתרים: mako.co.il, buy2.co.il, styleriver.mako.co.il

5קבוצת הארץ דה מרקר כוללת את האתרים: themarker.com, mouse.co.il, haaretz.co.il, haaretz.com

**דירוג רשת אתרים באינרטנט הישראלי, חשיפה חודשית\***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **רשת** | **גולשים (Real Useres) באלפים** | **אחוז חשיפה (Reach)** | **דפים נצפים (page views) באלפים** | **זמן שהייה (Avg.time spent on site per visitor) - hr:min:s** |
| קבוצת מסה1 | 1,984 | 38.87% | 156,056 | 04:14:03 |

\*יתכן ורשתות אתרים נוספות יכללו בדרוגים הבאים.

רשת אתרים מוגדרת כ: התארגנות של גוף היכול למכור יותר מאתר אחד ובלבד שיעמוד בעקרונות הבאים:

* שני אתרים או יותר היושבים על דומיין נפרד
* האתרים מנוהלים על ידי אותה מערכת פרסום וניתן יהיה לעשות אופטימיזציה בינהם
* אין חשיבות לבעלות עסקית משותפת
* כל אתר שמתבצעת בו מכירה על בסיס אקסקלוסיבי ומעל לשלושה חודשים על ידי מי מחברי הוועדה,
* פעילות האתר הנה ל-IP ישראל ברובה (מעל 80%).
* למעלה מ-80% מהמלאי של האתר בדיספליי נמכרים על ידי חבר הוועדה, אם מול משרדים אם מול ישירים
* מכתב הצהרה רשמי של האתר כי הוא מאפשר לו להשתייך לרשת האתרים של חבר הוועדה.
* נמכרים על ידי אותה מחלקת פרסום
* לא ניתן לבחור היכן יופיע הבאנר במדויק למעט:
  + חבילות - כגון חבילת גברים – בקטגוריות חוצות אתרים
  + פריים – עמוד בית – בכולם בו זמנית
  + חסות מדור – ניתן יהיה לקנות חסות על מדור שלם באחד מהאתרים
  + כתבות תוכן שיווקי – ניתן יהיה לקנות חסות על כתבות במדור מסויים

1קבוצת מסה כוללת: ,nana10.co.il, msn.co.il ,hotmail, wlmessenger

**מידע כללי ע"פ נתוני הוועדה**

תחומי הענין של הגולשים בישראל והתפלגותם לפי מין:

ניתןלהבחין שתחומי הענין הפופולריים בקרב נשים הם קריאה , צפייה בטלויזיה, יציאה לבילויים מחוץ לבית. לעומתם תחומי הענין הפופולריים בקרב הגברים הם מחשבים ודיגיטאל, ספורט ופעילות גופנית, טבע וטיולים.

*גרף 1: תחומי ענין בקרב הגולשים לפי מגדר, באחוזים מכלל האוכלוסיה*

פרופיל טכנולוגי של הגולשים באינטרנט בישראל לפי הפלטפורמה ממנה גולשים בהתפלגות לפי מגדר:

ניתן לראות שההבדלים בין נשים וגברים ביחס למכשירי הגלישה אינם גבוהים. כ 38% מהגברים מכלל האוכלוסיה מציינים שהם גולשים דרך הסולולר מול 34% נשים.

*גרף 2: שימוש באמצעי גלישה שונים, התפלגות מגדר, באחוזים מכלל האוכלוסיה. האחוזים מסתכמים ליותר מ 100% בשל היכולות לענות על כמה אפשריות.*

פרופיל צרכני של הגולשים באינטרנט בישראל לפי העדפת מוצרים לרכישה:

מוצרי אלקטרוניקה וכרטיסים לפעיליות נמצאים במקום הראשון במוצרי רכישה באינטרנט כשמוצרי טיפוח, בריאות ומזון נמצאים בסוף הרשימה (גרף 3).

*גרף 3: מוצרים פופולריים לרכישה באינטרנט, באחוזים מכלל האוכלוסיה. האחוזים מסתכמים ליותר מ 100% בשל היכולות לענות על כמה אפשריות.*