

September data: government & universities

Milano, 15 ottobre 2002 - Nielsen//NetRatings, società che offre il primo servizio globale di misurazione dell'audience, della pubblicità e dell'attività dei navigatori connessi **da casa e dal luogo di lavoro** sulla rete Internet, annuncia i dati sui comportamenti di navigazione in Italia nel **mese di settembre 2002**.

Riprende a pieno ritmo l'attività sulla rete a settembre 2002 dopo la pausa estiva. I navigatori che si sono collegati alla rete da casa o da ufficio almeno una volta nel mese sono 13,8 milioni (+16% rispetto allo stesso mese del 2001, in cui il Web ebbe dati di traffico molto elevati a seguito dell'11 settembre).

“ La ripresa coinvolge pressoché tutti i settori della rete. Con l'eccezione dell'area viaggi che vede defluire il suo picco stagionale.” afferma **Alessandra Gaudino, Senior Analyst Nielsen//NetRatings**. Alcune categorie di siti, tuttavia, registrano incrementi di accessi davvero impressionanti. E' il caso dei siti governativi (il traffico dei visitatori è cresciuto del 17% rispetto all'inizio dell'anno) e di quelli relativi alle Università ed alla ricerca di lavoro (+30% rispetto a gennaio 2002). Buoni livelli di crescita anche nel settore delle news: a settembre quasi un navigatore su due accede a siti di informazione (sia quotidiani e riviste online, sia informazione specializzata). Settembre vede anche ripartire con vigore il settore immobiliare online favorito da una congiuntura economica che ha raffreddato gli investimenti mobiliari. Vediamo i dettagli.

La realtà governativa è ben rappresentata in rete da siti dedicati a ciascun ministero ed agli organi istituzionali classici (**parlamento.it**, **camera.it**, **senato.it**). A settembre il sito più visitato è quello del Ministero dell'Istruzione (**istruzione.it**):556 mila utenti che spendono sul sito una media di 12 minuti a persona. Questo è anche uno dei pochi siti nel Web italiano dove è possibile rinvenire un'elevata concentrazione di pubblico femminile (45% di donne a settembre).

Seguono poi l'**Agenzia delle Entrate** ed il **Ministero delle Finanze** (rispettivamente 401 mila e 303 mila visitatori): riscuote interesse l'area del Fisco online sulla Agenzia delle Entrate.

Gli aggiornamenti sulle politiche pensionistiche generano traffico sul **sito dell'Inps** (325 mila utenti di cui il 14% hanno un'età compresa tra i 50 e 54 anni), i nuovi bandi di concorso vengono consultati sulla **Gazzetta Ufficiale online** (279 navigatori). Stanno acquistando una crescente presenza sulla rete anche le realtà sindacali: il **sito della Cgil** totalizza 243 mila visitatori, **cgilscuola.it** 181 mila (con una frequenza media di 4.6 visite nel mese per utente), **cisl.it** 173 mila (con una frequenza media di 2.47 visite nel mese per utente).

Il mondo delle Università ha adottato l'online per la propria strategia comunicativa in maniera massiccia, come avevamo già indicato negli scorsi mesi. A settembre tutti i maggiori Atenei registrano traffico sui propri siti. La classifica delle **Università** vede sempre al primo posto quella di **Bologna** (717 mila visitatori), seguono più distaccate le altre a partire dalla Sapienza di Roma (**uniroma1.it** ha 412 mila utenti), le **Università di Padova** e di **Milano** (la cui "area studenti" vede ben 217 mila studenti collegati). Il sito con il maggior incremento rispetto ad agosto è quello del **Politecnico di Milano** che raggiunge i 236 mila visitatori (+149% rispetto al mese precedente). In questo mese compaiono anche delle new entry in classifica, come l'**Università della Calabria**, quella di **Udine**, quella di **Urbino**.

Alla ripresa del ciclo produttivo, settembre assiste anche al rivitalizzarsi della ricerca di lavoro online. Accanto ai player già conosciuti dal mercato, come **jobpilot.it** 222 mila navigatori, **adeco.it** 170mila, **adecoweb.it** 143 mila e **monster.it** 87 mila, compaiono realtà diverse come **bancalavoro.com** (con 125 mila utenti) e **europalavoro.it** (con 98 mila utenti) il **sito ufficiale del Fondo Sociale Europeo in Italia**. Funzionano bene anche i **canali lavoro di Tiscali** (173 mila visitatori) e **Virgilio** (180 mila).

Il mondo delle news vede fronteggiarsi sulle prime posizioni i player "classici": **Repubblica.it** (1 milione e 80 mila visitatori), **rai.it** (889 mila, +22% rispetto ad agosto), **ilsole24ore.com** (776 mila utenti, +27% rispetto ad agosto), **corriere.it** (745 mila, +20%) e **lastampa.it** (325 mila visitatori). Importante il risultato anche dei "pure player Internet" **Libero.it**: il canale news 2000 viene letto da 1,2 milioni di navigatori a settembre (+23% rispetto ad agosto), **ilnuovo.it** da 383 mila utenti.

“ A proposito di news ” conclude Alessandra Gaudino “ i venti di guerra piuttosto allarmanti hanno mobilitato una parte dell’opinione pubblica italiana che si è interessata all’appello di Gino Strada “Fuori l’Italia dalla guerra”. Il **sito di Emergency** è stato visitato da 171 mila utenti con un profilo socio-demografico inatteso: il 20% dei navigatori ha un’età compresa tra i 55 ed i 64 anni, il 34% ha reddito alto, il 29% possiede una laurea, il 12% una formazione post-laurea, il 22% è manager o dirigente. Si delinea un nuovo cliché di “alternativo”? ”

Informazioni sull’azienda:

Nielsen//NetRatings è leader globale nelle di ricerche di mercato sull’audience di Internet, fornisce informazioni ed analisi aggiornate, accurate ed esaustive 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.

In Europa, l’azienda ha panel di consumatori che utilizzano un software per monitorare continuamente e con riservatezza i loro comportamenti online. Questi panel sono in UK, Francia, Germania, Spagna, Italia and Svezia. La metodologia di rilevazione a panel raccoglie dettagli demografici su ciascuna persona, garantendo alle aziende la possibilità di comprendere e raggiungere efficacemente i consumatori ed identificare nuovi target.

Nielsen//NetRatings fornisce regolarmente dati sui comportamenti degli utenti Internet in tutto il mondo, utilizzando i suoi panel in 16 Paesi distribuiti nel Nord America, Australia, Asia ed Europa. Oltre al servizio di misurazione dell’audience, Nielsen//NetRatings fornisce studi di settore sul mercato internazionale e sui trend ed ha lanciato da poco l’unico servizio globale di pianificazione della pubblicità online WebRF.

Per ulteriori informazioni potete visitare il sito www.nielsen-netratings.com

Ufficio Stampa Nielsen//NetRatings

Chiara Vitali - tel: 02 45197549, communications.italy@eratings.com