

ROUND-THE-CLOCK NEWS COVERAGE OF THE WAR IN IRAQ DRAWS SURFERS ONLINE, ACCORDING TO NIELSEN//NETRATINGS

Nielsen//NetRatings, standard globale nella misurazione dell'audience Internet e nelle analisi, riferisce che il traffico sui siti di informazione generalista e finanziaria è schizzato durante la settimana terminata il 23 marzo, prima settimana piena della campagna anglo-americana contro l'Iraq. Alcuni tra i principali canali di news online hanno messo a segno una crescita da 2 a 3 cifre da una settimana all'altra negli Stati Uniti, con un consumo durante la giornata lavorativa molto superiore rispetto a quello da casa.

"Durante la prima settimana piena del conflitto in Iraq, un' enorme quantità di siti di informazione online ha sperimentato un forte incremento di traffico, simile al periodo successivo all'11 settembre" dichiara **Greg Bloom, Senior Internet Analyst Nielsen//NetRatings**.

CNN.com ha sfiorato la soglia dei 10 milioni di utenti da ufficio durante la settimana terminata il 23 marzo, incrementando il suo traffico del 58% rispetto alla settimana precedente (tab.1). I navigatori che hanno visitato **MSNBC.com** sono stati più di 8.3 milioni, aumentando del 38%, mentre **Yahoo!News** ha registrato un incremento del 21% raggiungendo quasi 6.5milioni di utenti. **NYTimes.com** ha attratto più di 2.8 milioni di navigatori da ufficio, mentre **AOL News** segnala 2.7milioni di visitatori unici. Chi ha realmente guadagnato in termini di vera e propria crescita percentuale sono **Time Magazine**, il cui traffico ha superato il 169% raggiungendo oltre un milione di visitatori, il quotidiano inglese **The Guardian**, è lievitato del 137% con 835.000 utenti, **Fox News** è balzato del 78%, catturando più di 2.3 milioni di utenti da ufficio mentre **NPR Online** è cresciuto del 73% raggiungendo i 540.000 utenti.

Tab.1: Principali siti di informazione generalista e finanziaria

Brand/Channel	Week Ending 3/16 Unique Audience (000)	Week Ending 3/23 Unique Audience (000)	Growth (%) 3/16-3/23
1. CNN	6,359	10,070	58%
2. MSNBC	6,052	8,333	38%
3. Yahoo! News	5,354	6,460	21%
4. NYTimes.com	2,867	2,825	-1%
5. AOL News	2,978	2,680	-10%
6. washingtonpost.com	2,115	2,532	20%
7. Fox News	1,291	2,304	78%
8. ABC News	1,296	1,945	50%
9. Internet Broadcasting Systems Inc.	1,617	1,762	9%
10. MSN Slate	1,031	1,762	71%
11. Gannett Newspapers and Newspaper Division	1,753	1,729	-1%
12. USATODAY.com	1,190	1,533	29%
13. Marketwatch.com	1,457	1,512	4%
14. Hearst Newspapers Digital	1,105	1,326	20%
15. CBS News	1,189	1,207	2%

Source: Nielsen//NetRatings, March 2003 - panel USA work

Note: Weekly data includes traffic to the entire Digital Media Universe (DMU), including Web traffic, Internet applications and proprietary channels.

Per le connessioni da casa, **AOL News** ha avuto il più alto numero di navigatori con oltre 7.4 milioni di visitatori unici, incalzato da **MSNBC** e **CNN**, che hanno attratto rispettivamente c.a 7.4 e 7.2 milioni di navigatori. Due siti di news britannici hanno mostrato il più alto incremento settimanale da casa. Il traffico di **The Guardian** è salito al 113%, attirando 603.000 surfisti da casa, mentre la **BBC** è volata fino al 103%.

Ulteriori segnalazioni in riferimento ai dati settimanali Nielsen//NetRatings

I siti governativi americani hanno incrementato il numero di visite

Il traffico a **whitehouse.gov** ha segnato un incremento del 102% raggiungendo i 432.000 visitatori unici da casa, durante la settimana conclusasi il 23 marzo, secondo Nielsen//NetRatings, con un 12% di traffico che confluiva sulla pagina dell' **Homeland Security**

Il sito web del **dipartimento della difesa americano** ha attratto 2.8 milioni di visitatori unici da casa, l'audience più alta in 8 settimane, un + 87% rispetto ai 1.5milioni di utenti della settimana precedente.

Blogspot.com attira navigatori

Il traffico da casa al sito di web log, **Blogspot.com** ha raggiunto 316.000 utenti unici con un tasso di crescita del 12%, durante la settimana terminata il 23 marzo. Più del 86% del traffico audience è andata su **http://dear_raed.blogspot.com**, una cronaca della vita a Baghdad raccontata attraverso un'esperienza personale.

Informazioni su Nielsen//NetRatings:

Nielsen//NetRatings è lo standard globale nelle 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 e 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 13 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 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

02 45197549

cvitali@intl.netratings.com