

## Ventiquattro milioni i navigatori

**Pubblicato:** Giovedì 8 Maggio 2008

I servizi di Audiweb – realizzati in partnership con Nielsen Online – si fondano su tre ricerche principali: la Ricerca di Base per la definizione dell'universo degli utenti Internet, il Panel meterizzato rappresentativo della navigazione da Casa e Ufficio e degli altri luoghi di accesso alla rete, e il Sistema Browser Based in grado di rilevare quotidianamente i dati censuari degli editori.

Da questo mese fanno il loro ingresso in Audiweb Altalex, Giglio Group e **VareseNews**, che si aggiungono ai fondatori Class Pubblicità (Gruppo Class Editori), Elemedia (Gruppo Espresso), Il Sole 24 Ore, Matrix (Gruppo Telecom Italia), Publitalia 80 (Gruppo Mediaset), Rainet (Gruppo RAI), RCS Digital (Gruppo RCS), Seat Pagine Gialle, Tiscali Italia e Wind Telecomunicazioni.

Secondo i dati panel di **AW View** il mese di marzo rileva un incremento degli utenti internet italiani: sono 24 milioni i navigatori che si sono connessi al web almeno una volta nel mese da casa o ufficio, il 5% in più rispetto al mese di febbraio, che diventano **25,5 milioni** se si includono anche gli utilizzatori delle applicazioni internet come **instant messenger** o i programmi per scaricare **musica e film**. In media ciascun navigatore si è collegato alla rete ogni giorno ed è rimasto connesso per oltre 21 ore (un'ora in più rispetto al mese di febbraio), visualizzando 1.588 pagine (contro le 1.485 di febbraio). Il confronto con lo stesso mese del 2007 consente l'analisi del trend al netto di fenomeni di stagionalità: se le sessioni erano già circa una al giorno un anno fa (29 contro le 30 del 2008), a crescere considerevolmente sono stati il tempo trascorso online, quasi 3 ore in più (dalle 18 ore e 25 minuti del 2007 a 21 ore e 16 minuti), e le pagine viste, circa 300 in più.

Questi incrementi sono trainati soprattutto dagli **accessi dal luogo di lavoro**, che crescono in misura più sostenuta rispetto a quelli dall'abitazione. Sono quasi **10 milioni** i navigatori che accedono solo dal lavoro, con un **incremento del 22% nell'anno** (da aprile 2007, mese della prima rilevazione separata degli accessi da ufficio) e con una fruizione del mezzo più assidua rispetto agli utenti domestici: 35 sessioni nel mese (contro le 20 sessioni da casa), quasi 25 ore trascorse online (contro le 14 ore e 40 minuti da casa) e 1.775 pagine viste (contro le 1.140 da casa).

Con riferimento al **profilo demografico**, a marzo il 57% degli utenti è rappresentato dagli **uomini**, il **43%** dalle **donne**. Queste ultime crescono del 7% rispetto a febbraio, arrivando a superare gli 11 milioni. In generale nel mese crescono i giovanissimi (minori di 11 anni) e gli adulti tra i 25 e 34 anni. Tra le donne aumentano soprattutto le giovani tra i 18 e i 24 anni, che con un incremento del 19% rispetto al mese precedente raggiungono gli 1.7 milioni.

Tra le categorie di siti che rilevano i maggiori rialzi rispetto al mese precedente si segnalano in particolare i **siti di notizie e informazioni** (17,8 milioni di visitatori, +8%), il **travel online** (14,2 milioni, +9%), **l'automotive** e buona parte dei siti di **web 2.0** e di **entertainment**. **Nel mese di marzo 12,4 milioni di italiani**

Le vacanze pasquali e l'avvicinarsi dei ponti del 25 aprile e 1 maggio stimola la voglia di viaggi: oltre la metà dei navigatori italiani (55%) ha visitato almeno un sito di travel nel mese di marzo. In crescita tutte le tipologie di siti di questa categoria: le prenotazioni alberghiere (3,9 milioni di utenti, +20%), le mappe e le informazioni di viaggio (10,6 milioni, +13%), le compagnie aeree (5,2 milioni, +13%) e le agenzie di viaggi online (7,9 milioni, +7%). Le festività pasquali spingono anche i navigatori ad informarsi sulle previsioni del tempo durante le vacanze (con un incremento di utenza sui siti di meteo del 43%) e ad inviare gli auguri pasquali con comode e divertenti cartoline online.

Da segnalare anche la crescita della categoria Automotive, che sulla spinta del Salone dell'Auto di Ginevra rileva 5,6 milioni di visitatori, con una crescita del 7% rispetto a febbraio.

Continua anche a marzo l'inarrestabile crescita dei siti Web 2.0 (in particolare communities e blog, che crescono dell'8% e video, +10%) e buoni risultati sono registrati dai siti di sport (+20%), giochi e scommesse online (+23%), musica (+10%) e fotografia (+16%).

Passando ad AW Report, la rilevazione censuaria giornaliera, i dati del mese di aprile 2008 evidenziano un forte picco nell'utilizzo della rete il giorno Lunedì 14 in occasione delle elezioni, in particolare per i siti di Informazioni. Rispetto alla media del tempo totale degli altri lunedì, ad esempio, il brand *Repubblica.it* ha totalizzato il +236%, *Corriere.it* il 211% e *Ansa.it* il 193%. Per quanto riguarda i canali *Mediaset TG4* il 1.117%, *Mediaset TG5* il 298%, *Virgilio Contenuti* il 117%.

, quasi un navigatore su due, hanno letto le news online, preferendole o integrandole alla lettura dei quotidiani cartacei, con un trend di crescita continua che ha visto incrementare l'audience del **47% nell'anno**. E non è solo il numero di utenti ad aumentare: crescono considerevolmente anche il tempo dedicato alle news online (dai 37 minuti del marzo 2007 ai 46 attuali) e le pagine viste (che passano da 62 pagine per persona a 81), segno che la lettura si fa sempre più approfondita.

**Redazione VareseNews**

[redazione@varesenews.it](mailto:redazione@varesenews.it)