

Linea ed PMI/Aziende & Persone/Dati & Indagini

Prosegue la corsa della pubblicità online

Layla Pavone, presidente Iab, inaugura l'edizione romana del forum. Il 7% dei budget su Internet

[Luigi Ferro](#)

07 Maggio 2008

Iab Forum, la manifestazione dedicata al mondo della comunicazione via Web, ha aperto oggi i battenti a Roma con l'intervento di Layla Pavone, presidente della sezione italiana dell'International advertising bureau.

Pavone ha anticipato i dati relativi alla pubblicità online per il 2008. *“Siamo di fronte a una reale esplosione del mercato, le proiezioni 2008 indicano che il giro d'affari toccherà il miliardo di euro con un incremento rispetto al 2007 del 40%. Questo significa che il 7% dei budget pubblicitari verrà allocato su Internet, quota che prevediamo arriverà al 10% sicuramente entro il 2010”.*

Layla Pavone ha poi spiegato che la rivoluzione digitale incide molto sul “time budget” del consumatore che usa sempre meno i media analogici/tradizionali (i ragazzi 16-24 anni dedicano la stessa attenzione a Internet e alla Tv) per passare più tempo su Internet (sia in termini assoluti sia in tempo per sessione di connessione). Rispetto al 2003, oggi il tempo passato a guardare la Tv è calato del 7,7%, radio meno 10,6% e giornali meno 11,8%. Rispetto al 2006, oggi Internet sale del 145% in termini di utilizzo.

Secondo Audiweb, gli utenti italiani sono oggi 24 milioni (il 42% della popolazione) e si collegano in media quasi 5 volte a settimana; nel 2006 erano il 17,5% in meno. Fenomeno legato anche alla diffusione della banda larga che ha raggiunto l'82% degli internauti italiani. Anche gli utenti over 55 crescono: negli ultimi 3 anni sono il 10% in più, mentre il 48% degli utenti on line è donna, con una crescita del 22% rispetto al 2006.

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, 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.

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%).