



LA FONDAZIONE ROMA EUROPEA E AD MAIORA
con il patrocinio dell'Unione degli Industriali di Roma – Gruppo Giovani Imprenditori

presentano

INTERNET CERCA ROMA

Studio sugli interessi espressi dagli utenti on-line per la Capitale

Martedì 3 giugno 2003 ore 16

Sala Conferenze dell'Unione degli Industriali di Roma, via Po 19

Relatori:

Giuseppe De Rita (Presidente di Roma Europea e Segretario Generale del Censis)

Giancarlo Elia Valori (Presidente dell'Unione Industriali di Roma e del Lazio)

Cesare San Mauro (Vice Presidente di Roma Europea e consigliere per le questioni tecnico-economiche del Ministro Frattini)

Emilia Gangemi (Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Roma)

Mauro Lupi (Presidente di Ad Maiora)

Riguardo a quali aspetti della città di Roma richiede informazioni ai motori di ricerca l'utente di Internet in lingua italiana, inglese, francese tedesca e spagnola? Quali sono le parole chiave che identificano e qualificano la Capitale nella grande rete? Ma anche, ribaltando il punto di vista, cosa della città di Roma interessa maggiormente gli internauti? A queste e ad altre domande fornisce risposta lo studio *Internet cerca Roma* ideato dalla Fondazione Roma Europea e realizzato da Ad Maiora, basato su un campione di 41.000 ricerche analizzate in Italia e 61.000 ricerche analizzate in Europa. I dati interessanti non mancano. Divisi in sette aree di riferimento (7 sono i colli, 7 i re di Roma, per chi fosse interessato alla cabala), Turismo, Intrattenimento, Istituzioni locali, Storia Arte e Cultura, Istruzione, Sport e Altro (elencate in ordine decrescente di interesse) i dati rilevanti e inaspettati non mancano. Il turismo è al primo posto, con i popoli anglosassoni in genere interessati più al divertimento e all'intrattenimento mentre quelli latini all'arte e alla cultura (rilevante il dato degli utenti in lingua spagnola!); imprevisto il dato relativamente basso dell'interesse per il sesso e l'erotismo in genere ma anche per lo sport (rispetto al quale tirano invece gli ultras delle squadre, a dimostrazione di una organizzazione ben strutturata di queste realtà); va fortissima la storia dell'Impero romano, mentre non è certo attraverso Internet che la gente si interessa alle informazioni religiose (scarsissime le percentuali). Notevole la ricerca di informazioni rispetto al mercato immobiliare su Roma. I tedeschi cercano informazioni su cucina e ristorazione, gli inglesi sull'intrattenimento, i francesi sugli immobili, mentre gli spagnoli si aggiudicano la palma di intellettuali, interessati all'arte e alla cultura di Roma più che al resto. Questo e molto altro è contenuto in uno studio fondamentale, vera e propria cartina di tornasole, tenuto conto del fatto che la ricerca di informazioni on-line è ormai l'attività prevalente degli utenti di Internet, e tenuto conto anche dei dati seguenti:

- sono ormai **oltre 14 milioni** gli internauti italiani (il 32,1% della popolazione), con una **crescita del 4,6%** rispetto a Dicembre 2002
- ogni utente resta connesso in media **8 ore e 13 minuti** al mese, con una media di **16 sessioni** (a Dicembre il tempo speso online non superava le 7 ore e 26 minuti, con 15 sessioni per utente)
- rispetto ad **un anno fa** risulta evidente **l'incremento del numero dei navigatori** (+6.4%) ma anche una maggiore **la crescita del tempo dedicato alla rete** (+19%)
- il 90,3% degli utenti naviga tra i siti alla **ricerca di informazioni**

R.S.V.P.: Paolo Ercolani (Ufficio Stampa Roma Europea), tel. 348/7620769