

**DIRETTORE RESPONSABILE DANIELE BOLOGNA**  
**CONDIRETTORE FABIANO LAZZARINI** **REDAZIONE AURELIANO ROIO**  
**LUCA VAGLIO** **COLLABORATORI SILVIA ANTONINI**  
**DANIELE DELLINI** **ALESSANDRA MARSCOLIA** **STEFANIA MEDETTI**  
**ANTONELLA BOCCA** **ANDREA SALVADORI** **MAURO SCARPELLINI**  
**DAVIDE SECHI** **FEDERICA ZOJA** **REALIZZAZIONE MICHELE MIGLIARINI**  
**PAOLO BOSANI** **ALESSANDRO FIORE** **LUNA MELONI**  
**NADIA MORONI** **PUBBLICITÀ MASSIMO CREMONESI**  
**EREMIA MANCINI** **MICHELE PETI** **IVANO MORO**  
 PUBBLICITÀ: 485-021203102 - diffusione per e-mail: **EDIFORUM** srl via Moscato 14, 20141 Milano tel. 02531011 fax 025302047 Publisher **GIANNI QUARLES** E-MAIL: **REDAZIONE: editing@ediforum.it** AMMINISTRAZIONE E ADESIONI: **di-recting@ediforum.it** PUBBLICITÀ: **advertising@ediforum.it**

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno II - giovedì 5 giugno 2003 n.101

## INTERESSANTE STUDIO SUGLI INTERESSI ESPRESI ONLINE PER LA CAPITALE **Ad Maiora svela cosa cercano i navigatori da Roma**

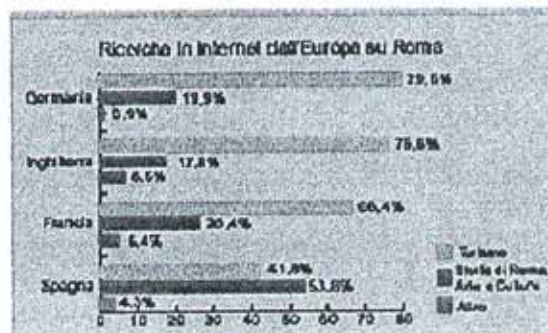
TURISMO, INTRATTENIMENTO, ISTITUZIONI E ARTE E CULTURA LE VOCI PIÙ RICERCATE IN ITALIA E IN EUROPA

La crescita del numero degli utenti e, soprattutto, della complessità di internet, ha fatto emergere prepotentemente, negli ultimi anni, l'attività di ricerca, divenuta uno dei business più promettenti di tutta la rete. Contemporaneamente, l'uso massiccio che gli utenti fanno della ricerca consente di avere a disposizione una enorme base di dati per analizzare comportamenti e tendenze evolutive. In questo senso si colloca "Internet cerca Roma", uno studio sugli interessi espressi online per la Capitale. La ricerca, ideata dalla Fondazione Roma Europea e condotta da Ad Maiora con il patrocinio dell'Unione degli Industriali di Roma e del Gruppo Giovani Imprenditori, ha voluto analizzare gli interessi riferiti alla città di Roma espressi da

gli utenti online, analizzando le richieste inoltrate ai motori di ricerca, una sorta di domanda digitale del podottero-Roma relativa al bacino dell'Italia e dell'Europa, grazie ai risultati messi a disposizione dal network di **Esporting Media**. Questi, alcuni dei risultati più interessanti: Per quanto riguarda l'Italia la maggior parte delle ricerche sono sviluppate nel settore turistico (44,9%), seguono intrattenimento (15,8%), istituzioni locali (8,8%), arte e cultura di Roma (7,2%), istruzione (6,4%) e sport (6,1%). Tutte le categorie, naturalmente, comprendono numerose sottocategorie, per esempio per il turismo sono state ricercate informazioni generali, strutture alberghiere, cartografia. Allo stesso modo, gli utenti di Germania, Inghilterra, Francia e Spagna

sono interessati più di tutto ad informazioni sul turismo romano e, molto meno, a notizie su arte e cultura romana. Inoltre, si possono notare alcune sostanziali differenze tra i vari Paesi nelle categorie specifiche. Mentre i navigatori

tedeschi si interessano soprattutto a informazioni generali e strutture ricettive, gli Inglesi mostrano un interesse maggiore per temi come l'intrattenimento. Meno spiccato invece in Francia e Spagna, l'interesse per il turismo.



Nel grafico sono evidenziate, per i quattro Paesi stranieri interessati dal sondaggio, le categorie maggiormente ricercate

DALL'ESTERO