

INTERVISTA A LOREDANA BARTOLETTI SULL'ANDAMENTO DI REPUBBLICA.IT

## «I grandi eventi aumentano la ricerca di informazioni in rete. È urgente trovare un accordo su Audiweb»



Una schermata del sito internet del quotidiano la Repubblica

Continuano ad aumentare i lettori di **Repubblica.it**. Come anticipato su **DailyNet** del 7 marzo, a febbraio, secondo i dati forniti dalla società di rilevazioni **RedSheriff**, gli utenti unici sono stati 1.864.541, mentre le pagine viste sono salite a 71.351.465, con una media giornaliera di 2.548.267. L'incremento rispetto al mese di gennaio è stato del 15%. Le sezioni più lette sono state quelle dello sport e degli esteri. Vanno bene anche lo spazio dedicato al cinema e le notizie di Borsa. Più in generale, sono ottimi i risultati di tutto il settore online del **Gruppo Espresso** che vanta 184.821.577 pagine viste e

6.600.771 utenti unici. Per capire meglio le ragioni e le peculiarità di questo fenomeno **DailyNet** ha intervistato **Loredana Bartoletti**, caporedattore di **Repubblica.it**. «Siamo particolarmente soddisfatti per i risultati che sono emersi dalle rilevazioni di **RedSheriff**, con cui collaboriamo da circa tre mesi. In precedenza, ci basavamo su dati statistici di provenienza interna. La crescita rispetto al medesimo periodo dello scorso anno, quando gli utenti unici erano fermi a quota 1.100.000, è stata notevole. Un simile successo, a mio avviso, si può spiegare con un'offerta di notizie e approfondimenti che è andata crescendo continuamente.

PER IL CAPOREDATTORE, FATTORE IMPORTANTE È RAGGIUNGERE AL PIÙ PRESTO UN'INTESA, ALMENO SULLE RILEVAZIONI QUANTITATIVE

E, ancora, abbiamo rilevato un fenomeno singolare: eventi capaci di catturare l'attenzione del pubblico come le elezioni, i **Mondiali** di calcio o le tragedie, come quella delle **Torri Gemelle**, oltre a creare un forte bisogno di notizie e a generare dei picchi di presenze in rete, fanno guadagnare nuovi lettori all'informazione in rete. Infatti, una volta che l'evento si è concluso o quando la fase di emergenza perde di intensità, notiamo che il numero dei nostri lettori online è più alto rispetto a prima. Sembra, pertanto, che nei periodi in cui la ricerca di informazioni si fa più intensa ed estesa, nuove persone scoprono l'utilità del giornalismo in rete». I risultati di **Repubblica.it** offrono lo spunto per fare delle riflessioni più ampie sulle rilevazioni dei dati internet e sul possibile esito del caso **Audiweb**. «Riteniamo che sia indispensabile che gli

operatori raggiungano al più presto un accordo per un sistema condiviso di controllo delle statistiche relative all'utenza online. In questa ottica è auspicabile la creazione di un'autorità di tipo istituzionale, **Audiweb** per intenderci, che abbia il compito di certificare i dati. E, almeno in un primo tempo, è bene che ci si accordi per un sistema capace di fornire rilevazioni qualitative». Evolve in continuazione anche il processo che vede i contenuti del Gruppo **Espresso** trasferirsi anche su piattaforma mobile. Per gli utenti di **H3G** è già pronto l'm-site di **Repubblica.it**. Attraverso un accordo con **Zed Sonera**, inoltre, gli utenti di **Tim**, di **Omnitel Vodafone** e di **Wind** potranno ricevere sul telefonino le *breaking news* di **Repubblica.it** e le notizie di sport e motori di **Kataweb**.

Luca Vaglio

www.axis-sv.it

WEB DESIGN  
TRAINING  
CONSULTING  
E-BUSINESS  
WIRELESS

**Axis**  
strategic vision

SOLUZIONI TECNOLOGICHE PERSONALIZZATE