

# Web: l'Italia premia il treno, Az rimane stabile

Rilevazioni Nielsen//Netratings: Trenitalia si conferma il sito più visitato, Alitalia è stabile ed è superata da eDreams. Buoni risultati per Eviaggi e Cts

**S**ul Web vince il treno. Trenitalia prosegue la sua corsa su Internet, ed il suo sito si conferma come il più visitato in Italia tra quelli che riguardano il turismo. Certamente beneficia dell'introduzione di un sistema più rapido ed efficace per la consultazione dell'orario, e non tutti i visitatori possono essere inclusi nella categoria del viaggio in senso proprio. Tuttavia, con 485 mila accessi nel mese di aprile (e tutte le visite duplicate sulle sue confuse sub-property) stacca decisamente Alitalia, che fino all'inizio dell'anno ha tenuto testa alle Ferrovie, ma che ora sta subendo una fase di declino, e dalle 200 mila presenze fatte registrare nel novembre 2000 è scesa alle 150 mila attuali, cala anche il reach, da 2,74 per cento a 1,94, mentre si mantengono le page-views, sempre attorno ai 3 milioni. Alitalia è stata anche superata, in questa speciale classifica stilata da Nielsen//Netratings in esclusiva per TTT Italia, da eDreams, che con 152 mila accessi si impone come la web agency più conosciuta dai navigatori di Internet.

Il panorama che la ricerca Nielsen//Netratings rivela per il mese di aprile è più esteso rispetto a dicembre. Soprattutto, per la prima volta, è stato possibile tracciare l'audience di siti Web particolarmente interessanti per il mercato del turismo italiano, che finora non ave-

VIAGGI SUL WEB: LE POSIZIONI IN ITALIA						
Sito	Unique Audience	Reach % (Attivi)	Reach % (Totale)	Page Views	Visite per persona	Pagine per persona
62.110.170.234 *	485.419	6,28	2,96	8.212.808	1,53	17
62.110.170.238 *	359.896	4,65	2,2	1.979.346	1,38	5
fs-on-line.com *	259.024	3,35	1,58	1.234.163	1,42	5
62.110.170.235 *	172.428	2,23	1,05	1.118.122	1,17	6
trenitalia.com *	171.615	2,22	1,05	317.735	1,17	2
edreams.it	152.539	1,97	0,93	2.270.946	1,47	15
alitalia.it	150.271	1,94	0,92	3.174.123	1,33	21
trenitalia.it *	127.785	1,65	0,78	405.551	1,53	3
eviaggi.com	96.699	1,25	0,59	790.875	1,44	8
lastminute.com	86.863	1,12	0,53	879.394	1,23	10
lastminutetour.com	77.173	1	0,47	1.366.695	1,27	18
fs-on-line.it *	72.102	0,93	0,44	229.198	1,34	3
travelonline.it	71.436	0,92	0,44	733.957	1,12	10
cts.it	69.576	0,9	0,42	906.438	1,45	13

Fonte: Nielsen//Netratings - \* Questi indirizzi si riferiscono alla property di Trenitalia

vano una sufficiente "massa statistica". Si tratta di eviaggi.com, che recupera fortemente in termini di visibilità. Il sito realizzato da Katakweb e Amadeus riesce a raccogliere più di 96 mila visite, anche se con una media di pagine per visita più

bassa rispetto alle altre vetrine di viaggi. Con 86 mila visite si piazza il sito italiano di Lastminute.com, che non offre solo viaggi ma anche biglietti per concerti ed altri servizi non turistici. Risulta in leggera correzione la posizione di Lastminute-

tour.com, ma va detto che il sito, per la sua stessa funzione, è fortemente stagionale, e conquista i vertici della classifica italiana man mano che agosto si avvicina. Lastminutetour può comunque vantare una buona cifra di pageviews, ed anche un

tempo per visita superiore ai 5 minuti grazie alla struttura ad albero che invoglia la navigazione e la ricerca delle offerte. A seguire c'è Travelonline e Cts che, con 69 mila visite, è il sito più importante legato ad una realtà consolidata del trade. Se-

condo i dati rilevati da Nielsen//Netratings, il sito italiano di Travelprice, nato da circa un anno come emanazione dell'equivalente progetto francese, raggiunge le 62 mila visite. A scolarlo si trova viaggiare.it, collegato all'omonima rivista, e, con un volume di traffico più limitato, il portale viaggiare.net. Nel settore dei viaggi via Internet in Italia si può quindi parlare di una buona crescita, ma dai dati Nielsen non emerge un boom. La soglia dei 100 mila accessi al mese, così come quasi un anno fa, è ancora appannaggio di una ristretta cerchia di siti. L'onda di crescita esponenziale che si attendeva nel 2000, quindi, si è rivelata più modesta del previsto. Anche se un maggior orientamento commerciale dei siti ha portato ad un incremento della fidelizzazione e una più ragionevole "look to book ratio". Chi naviga, ormai, è più predisposto a comprare davvero. L'Italia, in ogni caso, rimane una piccola goccia nel mare dell'e-commerce turistico. La maggiore web agency italiana in termini di audience, eDreams, è circa 15 volte meno visitata del leader americano Travelocity, e circa 20 volte meno in termini di pageviews. A livello europeo, invece, eDreams si posiziona tra le prime cinque, ma con un certo distacco da ebookers, lastminute.com-degriftour e Travelprice.

*Il navigatore italiano si rivolge all'azienda che gli interessa. Qualcosa sta cambiando, e lo dimostrano siti multipli come eDreams, Travelonline o i siti di lastminute*

## GLI OUTSIDER IN CRESCITA

Domínio	Reach % Attivi	Unique Audience
travelprice.com	0,81%	62.659
viaggiare.it	0,77%	59.565
viaggiare.net	0,33%	25.528

Fonte: Nielsen//Netratings

m.l.